

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。



北京指南针科技发展股份有限公司

（北京市昌平区北七家镇七北路 42 号院 2 号楼 1 单元 501 室）

首次公开发行股票并在创业板上市 招股意向书

保荐机构（主承销商）



（中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号）

重要声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书不存在虚假记载、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意向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意向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。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次发行不超过56,900,000股，占发行后总股本的比例不超过14.05%。本次发行均为新股，不安排股东公开发售股份。
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	2019年11月6日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过404,999,999股
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承诺	<p>1、公司控股股东广州展新所持公司股份锁定情况的承诺</p> <p>（1）自公司股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起36个月内，广州展新不转让或委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。</p> <p>（2）公司股票上市后6个月内，如公司股票连续20个交易日的收盘价（若因派发现金股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为的，按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理）均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，广州展新持有的公司股票限售期限自动延长6个月。</p> <p>（3）在广州展新所持股票锁定期届满后，在不影响控股股东地位的前提下，广州展新可根据需要以大宗交易或其他合法的方式转让部分发行人股票。广州展新承诺，在锁定期届满后24个月内，若拟转让所持发行人股票，则每12个月转让数量不超过其所持发行人股票数量的5%，且转让价格不低于发行价。在上述减持行为发生前，广州展新将严格按照中国证监会及深圳证券交易所的规定，及时、准确、完整地履行信息披露义务。</p> <p>2、在公司任董事、总经理的股东陈宽余先生关于所持公司股份锁定情况的承诺</p> <p>（1）自公司股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起36个月内，承诺人不转让或委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。</p> <p>（2）上述承诺期限届满后，且承诺人仍在发行人处担任董事、监事或高级管理人员期间，将如实并及时申报其持有的公司股份数量、变动情况，且每年转让的公司股份不超过其持有的公司股份总数的25%。</p> <p>（3）若承诺人在上述承诺期限届满后离职的，则离职后6个月内不转让其持有的公司股份（自离职信息申报之日起6个月内增持的</p>

股份也将按上述承诺予以锁定)。

3、除陈宽余先生外公司其他董事、监事、高级管理人员关于所持公司股份锁定情况的承诺

(1) 对于发行人首次公开发行申报前6个月内，通过参与发行人定向增发取得的股份，自该等股份完成工商登记之日起36个月内不转让或委托他人管理，也不由公司回购该部分股份。

(2) 自公司股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起12个月内，承诺人不转让或委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

(3) 上述承诺期限届满后，且承诺人仍在发行人处担任董事、监事或高级管理人员期间，将如实并及时申报其持有的公司股份数量、变动情况，且每年转让的公司股份不超过其持有的公司股份总数的25%。

(4) 承诺人在公司股票上市之日起6个月内离职的，自申报离职之日起18个月内不转让其持有的公司股份；在公司股票上市之日起第7个月至第12个月之间离职的，自申报离职之日起12个月内不转让其持有的公司股份；上述承诺期限届满后离职的，则离职后6个月内不转让其持有的公司股份。承诺人出现上述离职情况时，自离职信息申报之日起6个月内增持的股份也将按上述承诺予以锁定。

4、首次公开发行申报前6个月内通过参与发行人定向增发取得股份的其他股东关于所持公司股份锁定情况的承诺

(1) 对于发行人首次公开发行申报前6个月内，通过参与发行人定向增发取得的股份，自该等股份完成工商登记之日起36个月内不转让或委托他人管理，也不由公司回购该部分股份。

(2) 自公司股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起12个月内，承诺人不转让或委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

5、控股股东的关联方聂澎、刘丙军关于所持公司股份锁定情况的承诺

(1) 聂澎系发行人控股股东广州展新的股东，持有广州展新7.40%股权，并通过发行人2015年定向发行首次取得发行人股份。聂澎就持有发行人股份进行承诺如下：

①通过参与2015年非公开发行取得的发行人股份，自该等股份完成工商登记之日起36个月内不转让或委托他人管理，也不由发行人回购该部分股份；

②自发行人股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起36个月内，不转让或委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

(2) 刘丙军系发行人控股股东广州展新执行董事刘炳海之兄，其

	<p>通过全国股份转让系统交易取得发行人股份2,229股股份，持股比例为0.0006%。刘丙军就持有发行人股份进行承诺如下：</p> <p>自发行人股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起36个月内，不转让或委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。</p> <p>6、除前述已出具承诺股东外的其他股东所持股份的锁定情况</p> <p>除上述已出具承诺函的股东需按照承诺情况履行股份锁定义务外，公司其他股东需根据《公司法》第141条规定，自公司股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起12个月内不转让或委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。</p>
保荐机构（主承销商）	国泰君安证券股份有限公司
招股意向书签署日期	2019年10月29日

重大事项提示

公司经营发展面临诸多风险。公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读招股意向书“风险因素”章节的全部内容，并特别关注以下重要事项：

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

本次发行前股东所持公司股份的限售安排、自愿锁定股份等承诺详见本招股意向书“本次发行概况”之“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承诺”内容。

二、公司发行上市后股利分配政策和股东分红回报规划

根据公司 2019 年 6 月 26 日召开的 2018 年年度股东大会审议并通过的《关于公司未来三年股东回报规划的议案》（2019 年-2021 年）和 2017 年 4 月 27 日召开的 2017 年第三次临时股东大会审议并通过的《关于制定公司章程（草案）的议案》（上市后生效）等文件，公司对本次发行后的利润分配政策承诺如下：

（一）利润分配原则

- 1、公司充分考虑对投资者的回报，每年将当年实现的可分配利润按本章程的规定比例和方式向股东分配股利；
- 2、公司的利润分配政策保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展；
- 3、公司优先采用现金分红的利润分配方式。

（二）利润分配形式

公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

（三）公司现金分红的具体条件和比例

除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金

方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的10%。

特殊情况是指：

(1) 公司有重大投资计划或重大现金支出等事项发生(募集资金项目除外)。即，公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的30%且绝对金额超过3,000万元；

(2) 公司年末资产负债率超过70%；

(3) 当年实现的每股可供分配利润低于0.1元；

(4) 当年现金流不足，实施现金分红将影响公司后续持续经营；

(5) 审计机构对公司该年度财务报告未出具标准无保留意见的审计报告。

(四) 公司发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好，同时当年实现的每股收益超过0.5元时，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

(五) 利润分配方案的审议程序

1、公司的利润分配方案由董事会战略委员会拟定后提交公司董事会、监事会审议，独立董事应对利润分配方案发表明确意见。董事会应就利润分配方案的合理性进行充分讨论，形成决议后提交股东大会审议，并在发布召开股东大会的通知时，公告独立董事和监事会意见。

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（草案）》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%；

公司董事会可根据公司的经营发展情况及前项规定适时调整公司所处的发展阶段。公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

2、公司应重视投资者特别是中小股东的合理要求和意见。对于年度报告期盈利但董事会未按照《公司章程（草案）》的规定提出现金分红方案的，应当在定期报告中披露未提出现金分红方案的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见；公司在召开股东大会时除现场会议外，还应向股东提供网络形式的投票平台。

3、公司应当严格执行《公司章程（草案）》确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。确有必要对《公司章程（草案）》确定的现金分红政策进行调整或者变更的，应当满足《公司章程（草案）》规定的条件，经详细论证后，由董事会提交股东大会以特别决议审议通过，独立董事应当发表明确的独立意见。

公司应重视利润分配的透明度，按照法律法规以及证券监督管理部门、证券交易所的相关规定和要求充分披露公司利润分配的相关事项，并提供多种途径（电话、传真、电子邮件、互动平台等）主动与独立董事以及股东特别是中小股东沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

（六）发行人利润分配政策的变更

1、如遇到战争、自然灾害等不可抗力、或者公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化时，公司可对利润分配政策进行调整，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

2、公司调整利润分配政策应由董事会做出专题论述，详细论证调整理由，

形成书面论证报告并经独立董事审议后提交股东大会特别决议通过。同时，公司应当提供网络投票方式为公众投资者参加股东大会提供便利。

3、在充分考虑对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展的基础上，公司董事会可制订股利分配规划，并报股东大会批准。

（七）未来股东回报规划的制定周期和相关决策机制

1、公司至少每三年重新审阅一次未来三年股东回报规划，并通过多种渠道充分考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见，对公司正在实施的利润分配政策进行评估，确定该时段的股东回报计划。

2、公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见，制定年度或中期分红方案，并经公司股东大会表决通过后实施。

三、发行前滚存未分配利润的分配

根据公司 2017 年第三次临时股东大会决议，除进行年度利润分配外，公司本次股票公开发行前滚存未分配利润由本次股票公开发行后的新老股东共同享有。

四、稳定股价预案

公司制定了关于上市后稳定公司股价的预案，公司及其控股股东、董事、高级管理人员已就该预案做出相关承诺，具体情况如下：

（一）启动股价稳定措施的具体条件及程序

1、预警条件及程序

上市后三年内，当公司股票连续 5 个交易日的收盘价低于每股净资产的 120%时，公司应在 10 个工作日内召开投资者见面会，与投资者就上市公司经营状况、财务状况、发展战略等进行深入沟通。

2、启动条件及程序

上市后三年内，当公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于每股净资产时，公司应在 5 日内召开董事会、25 日内召开股东大会，审议相关稳定股价的具体方案，并在股东大会审议通过后的 5 个交易日内启动实施相关稳定股价的具体方

案。具体实施方案应提前公告。

3、停止条件

在稳定股价具体方案实施期间内，如公司股票连续 20 个交易日收盘价高于每股净资产时，可以停止实施股价稳定措施。

（二）公司稳定股价的具体措施

在启动股价稳定预案的条件满足时，公司应要求控股股东、公司非独立董事、高级管理人员在符合股票买卖相关规定的前提下，通过增持公司股票的方式稳定公司股价。公司还可依照法律法规、部门规章和公司章程的规定，及时采取以下部分或全部措施稳定公司股价。公司应保证股价稳定措施实施后，公司的股份分布符合上市条件。

1、经董事会、股东大会审议同意，公司通过交易所集中竞价交易回购公司股票的方式稳定公司股价，所回购公司股票应予注销或按照法律法规规定的其他方式处理。

2、经董事会、股东大会审议同意，公司通过实施利润分配等方式稳定公司股价。

3、公司通过削减开支、限制高级管理人员薪酬、暂停股权激励计划等方式提升公司业绩、稳定公司股价。

4、法律、行政法规规定以及中国证监会认可的其他方式。

（三）控股股东、公司董事、高级管理人员稳定股价的具体措施

在启动股价稳定预案的条件满足时，公司控股股东、公司董事、高级管理人员应依照法律法规、部门规章和公司章程的规定，积极配合并保证公司按照要求制定并启动稳定股价的预案。

控股股东、公司非独立董事、高级管理人员应在不迟于股东大会审议通过稳定股价具体方案后的 5 个交易日内，根据股东大会审议通过的稳定股价具体方案，采取下述措施积极稳定公司股价，并保证股价稳定措施实施后，公司的股权分布符合上市条件。

1、在符合股票买卖相关规定前提下，通过交易所集中竞价交易方式增持公

公司股票，增持股票的总金额不低于其上年度初至董事会审议通过稳定股价具体方案日期间，从公司获取的税后薪酬及税后现金分红总额的 50%。

2、除非经股东大会非关联股东审议同意，保证在股东大会审议通过稳定股价具体方案后的 6 个月内不转让其持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

3、法律、行政法规规定以及中国证监会认可的其他方式。

（四）约束措施

在启动股价稳定预案的前提条件满足时，如未采取上述稳定股价具体措施的，公司及其控股股东、董事、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

1、公司及其控股股东、董事、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2、如果控股股东未采取上述稳定股价的具体措施的，则控股股东持有的公司股份不得转让，直至其按稳定股价预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

3、如果董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的，在该等事项发生之日起，公司暂停发放未履行承诺董事、高级管理人员的薪酬，同时该等董事、高级管理人员持有的公司股份不得转让，直至该等董事、高级管理人员按稳定股价预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

公司在未来聘任新的董事、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已做出的相应承诺，并要求其比照公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员的标准提出未履行承诺的约束措施。

五、相关责任主体关于《招股意向书》的承诺

（一）发行人承诺

发行人承诺，本招股意向书及相关申请材料内容真实、准确、完整、及时，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。若本招股意向书及相关申请材料出现

虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将按股票的二级市场价格回购首次公开发行的全部新股。若本招股意向书及相关申请材料出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，导致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。

（二）公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东广州展新及实际控制人黄少雄、徐兵承诺，本招股意向书及相关申请材料内容真实、准确、完整、及时，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。若本招股意向书及相关申请材料出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，导致对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，承诺人将按公司股票二级市场价格购回已转让的原限售股份。若本招股意向书及相关申请材料出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，导致投资者在证券交易中遭受损失的，承诺人将依法赔偿投资者损失。

（三）公司董事、监事、高级管理人员承诺

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺，本招股意向书及相关申请材料内容真实、准确、完整、及时，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。若本招股意向书及相关申请材料出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，导致投资者在证券交易中遭受损失的，公司全体董事、监事、高级管理人员将依法赔偿投资者损失。

（四）保荐机构承诺

发行人保荐机构承诺，若因保荐机构为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

（五）发行人律师承诺

发行人律师承诺，若因发行人律师为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，在该等违法事实被认定后，本事务所将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失。

（六）致同所承诺

发行人审计机构及验资复核机构致同所承诺，因致同所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，在该等违法事实被认定后，本事务所将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失。

（七）北方亚事承诺

发行人资产评估机构北方亚事承诺，北方亚事出具的“北方亚事评报字[2014]第 01-240 号”、“北方亚事评报字[2016]第 01-713 号”、“北方亚事评报字[2017]第 01-011 号”和“北方亚事评报字[2017]第 01-012 号”《资产评估报告》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。若发行人首次公开发行文件因引用上述《资产评估报告》导致存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并给投资者造成损失的，本事务所将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失。

六、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

鉴于本次发行完成后，公司股本、净资产将有较大幅度的增加，但由于募集资金投资项目效益短期内无法显现，因此可能存在发行后短期内，公司每股收益、净资产收益率出现下降的情况。募集资金到位后，公司承诺将采取以下措施提高未来回报能力：

（一）公司拟采取的填补被摊薄即期回报的具体措施

1、公司将进一步完善内部控制，持续优化业务流程，提升研发、采购、销售、管理各环节的管理水平，提高公司的整体管理运营水平及效率。

2、本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募集资金投资项目建设，提高经营效率和管理能力，争取早日实现项目预期效益，推动公司盈利能力持续提升，提高未来年度股东回报，降低本次发行导致的即期回报摊薄的风险。

3、加强募集资金管理，提高募集资金使用效率。为规范公司募集资金管理，提高募集资金使用效率，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司监管指引第 2 号—公司募集资金管理和使用的监管要求》、《深圳证券交易所创业板股票上市规

则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律、法规、规范性文件及公司章程的有关规定，公司修订完善了《募集资金管理制度》。该制度对募集资金存储、使用、变更、监督和责任追究等内容进行明确规定。本次发行上市后，公司将根据相关法规和公司《募集资金管理制度》的要求，将募资资金存放于专项账户中，严格管理募集资金使用途径，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

4、持续完善公司治理机制，为公司发展提供制度保障。公司已建立、健全了规范的法人治理结构，有完善的股东大会、董事会、监事会和管理层的独立运行机制，设置了与公司生产经营相适应的、能充分独立运行的、高效精干的组织职能机构，并制定了相应的岗位职责，各职能部门之间职责明确，相互制约。公司将不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利；确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、迅速和谨慎的决策；确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益；确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

5、完善公司利润分配政策，保护投资者权益。为进一步规范公司分红行为，推动公司建立科学、持续、稳定的分红机制，保护中小投资者合法权益，公司根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）、《上市公司监管指引第3号-上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号）等法律法规和规范性文件要求，结合公司实际情况，对《公司章程（草案）》中有关利润分配政策的相关条款进行了修订，进一步明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等内容，完善了利润分配的决策程序和机制。同时，公司制定了《未来三年股东回报规划（2019-2021年）》，建立了健全有效的股东回报机制。公司将严格执行《公司章程》等相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

（二）公司控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员就填补被摊薄即期回报做出的相关承诺

1、发行人控股股东、实际控制人承诺

(1) 不越权干预公司的经营管理活动，不侵占公司的利益。

(2) 若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，同意按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对承诺人作出相关处罚或采取相关管理措施。

2、公司全体董事和高级管理人员关于切实履行公司填补回报措施的承诺

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

(2) 承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。

(3) 承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

(4) 承诺将董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

(5) 如公司未来实施股权激励方案，承诺未来股权激励方案的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

七、关于合法合规开展证券投资咨询业务的承诺事项

(一) 关于募集资金用途的承诺

发行人承诺，公司通过本次首次公开发行股票募集的资金应当用于发展主营业务，提升证券投资咨询服务能力、合规管理和风险管控能力。

(二) 关于重大事项变更的承诺

1、发行人承诺

(1) 公司变更持有 5%以上股权的股东、实际控制人、变更业务范围、注册资本的，需事先向相关证监局报备并取得无异议函。

(2) 公司设立、收购或者撤销分支机构，变更分支机构的营业场所，需事先向相关证监局报备并取得无异议函。

(3) 公司变更董事、监事、高级管理人员和分支机构负责人的，自作出决定之日起 5 个工作日向相关证监局报告。

2、发行人控股股东承诺

发行人控股股东广州展新转让所持有指南针的股份导致其所持有指南针股份低于 5%时，需通过指南针事先向相关证监局报备并取得无异议函。

3、发行人实际控制人承诺

发行人实际控制人黄少雄、徐兵先生转让广州展新股权或广州展新转让所持有指南针的股份导致其失去指南针实际控制人地位时，需通过指南针事先向相关证监局报备并取得无异议函。

（三）关于业务范围的承诺

发行人承诺，突出主业，稳健经营，除法律法规另有规定或监管部门同意外，公司不开展与证券投资咨询业务关联性不强的非金融业务，不开展与证券投资咨询业务存在利益冲突的有关业务。

（四）关于健全和有效实施合规管理制度的承诺

发行人承诺：

1、公司参照执行《证券公司和证券投资基金管理公司合规管理办法》的规定，健全合规管理机制，实施全面合规管理。

2、设立公司合规负责人，作为高级管理人员，负责审查、监督和检查公司经营管理及员工执业行为的合规性。合规负责人具有证券投资咨询执业资格，具备与其职责相适应的专业背景、工作经历和专业能力。

3、配备充足的，具有专业胜任能力的合规管理人员。

（五）关于加强分支机构管理的承诺

发行人承诺：

1、实施分支机构集中统一管理，建立健全对分支机构具体、明确、合理的授权、检查、问责制度，加强对分支机构的合规管理、风险控制、信息技术系统管理和稽核审计，保障分支机构规范、安全运营，确保向客户提供证券投资咨询服务的人员具有证券投资咨询执业资格。

2、分支机构的负责人、财务与合规人员的任命由公司总部直接委派并直接进行考核。

3、分支机构经营的业务不得超出公司总部的业务范围，销售的产品和提供

的服务由公司总部统一开发。

4、在中国证监会在修订完善证券投资咨询业务的监管规则之前，不新设分支机构。

（六）关于妥善处理天一星辰所持证券投资咨询业务资质的承诺

截至本招股意向书出具之日，发行人及下属全资子公司天一星辰均持有证券投资咨询业务资质，基于审慎经营原则，发行人、发行人控股股东和实际控制人计划妥善处理天一星辰所持有的证券投资咨询业务资质，并为此分别作出了如下承诺：

1、关于妥善处理天一星辰所持资质的承诺

发行人、发行人控股股东和实际控制人承诺：发行人及下属全资子公司天一星辰均合法持有中国证监会核发的证券投资咨询业务资格证书；发行人将在首次公开发行股票并在创业板上市申请获得批准、公司股票在证券交易所成功上市交易后的 60 个工作日内主动向相关监管部门提交申请，注销天一星辰的证券投资咨询业务资质；天一星辰在完成注销证券投资咨询业务资质前将不开展任何证券投资咨询业务。

2、关于控股股东和实际控制人所控制其他企业不从事证券投资咨询业务的承诺

发行人控股股东和实际控制人承诺：除发行人及其全资子公司天一星辰以外，其持有和控制的其他企业均不持有中国证监会核发的证券投资咨询业务资格证书，亦未从事证券投资咨询业务，未来亦不从事该等业务。

八、关于未履行承诺的约束措施

发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等责任主体，针对各自在本招股意向书中作出的上述承诺，提出了未履行或未及时履行相关承诺时的约束措施。

发行人将严格履行本公司就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

（一）如发行人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新

的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

1、在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的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、不得进行公开再融资；

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

1、在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的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。

（三）公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员因未履行上述承诺事项而给发行人或其他投资者造成损失的，将依法向发行人或其他投资者进行赔偿。

九、公司提醒投资者特别关注本招股意向书书第四节披露的风险因素

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，请认真阅读本招股意向书“第四节 风险因素”章节的全部内容。

十、财务报告审计基准日后发行人的经营状况

公司财务报告审计基准日为2019年6月30日，自审计基准日至本招股意向书签署日，公司生产经营情况良好，主要客户和供应商稳定，整体经营环境未出

现重大不利变化。

公司预计 2019 年 1-9 月营业收入区间为 45,100 万元至 55,100 万元，相比上年同期增长 2.06%至 24.69%，归属于母公司股东的净利润区间为 10,600 万元至 13,000 万元，相比上年同期增 5.06%至 28.85%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润区间为 9,750 万元至 12,150 万元，相比上年同期增长 11.23%至 38.61%。

十一、保荐机构对公司持续盈利能力的核查结论意见

经保荐机构核查，报告期内发行人的经营模式，产品及服务的品质、结构未发生重大变化，公司的行业地位及所处行业的经营环境未发生重大不利变化，公司在用的商标、软件著作权等重要资产的取得及使用情况未发生重大不利变化，公司不存在最近一年的营业收入或净利润对关联方或存在重大不确定性的客户出现严重依赖的情形，公司不存在最近一年的净利润主要来自合并报表范围以外的投资收益的情形。

综上，保荐机构经核查后认为，发行人具有较强的自主创新能力和良好的成长性，在我国金融信息服务行业中具有较为明显的核心竞争优势，符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理办法》等法规的要求。若公司所处行业及经营管理情况未来不出现重大不利变化，则公司具备良好的持续盈利能力。虽然不排除公司在经营、发展过程中面临一些不确定因素的情况，但该等因素不会对公司的持续盈利能力产生重大的不利影响。对于上述不确定因素，公司已在本招股意向书“第四节 风险因素”部分进行了分析和披露。

目录

重要声明	2
本次发行概况	3
重大事项提示	6
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.....	6
二、公司发行上市后股利分配政策和股东分红回报规划.....	6
三、发行前滚存未分配利润的分配.....	9
四、稳定股价预案.....	9
五、相关责任主体关于《招股意向书》的承诺.....	11
六、填补被摊薄即期回报的措施及承诺.....	13
七、关于合法合规开展证券投资咨询业务的承诺事项.....	15
八、关于未履行承诺的约束措施.....	17
九、公司提醒投资者特别关注本招股意向书第四节披露的风险因素.....	18
十、财务报告审计基准日后发行人的经营状况.....	18
十一、保荐机构对公司持续盈利能力的核查结论意见.....	19
目录	20
第一节 释义	26
一、普通术语.....	26
二、专业术语.....	28
第二节 概览	30
一、发行人概况.....	30
二、控股股东及实际控制人.....	30
三、发行人主营业务情况.....	32

四、发行人主要财务数据和财务指标.....	32
五、募集资金主要用途.....	34
第三节 本次发行概况	35
一、本次发行的基本情况.....	35
二、本次发行有关机构.....	36
三、发行人与本次发行有关中介机构及人员的权益关系.....	37
四、与本次发行上市有关的重要日期.....	37
第四节 风险因素	39
一、经营业绩大幅波动的风险.....	39
二、现有业务受行业监管政策变动影响的风险.....	39
三、金融产品创新带来的法律监管风险.....	40
四、技术及产品创新滞后的风险.....	40
五、专业技术人员流失的风险.....	41
六、市场竞争加剧的风险.....	41
七、客户开发及管理风险.....	41
八、互联网系统及数据安全风险.....	42
九、规模扩大引致的管理风险.....	42
十、税收优惠及财政补贴政策变动的风险.....	42
十一、募集资金投资项目无法达到预期收益的风险.....	43
十二、货币资金管理风险.....	43
十三、经营业绩全年分布不均衡的风险.....	44
十四、公司购置房产引致折旧大幅增加的风险.....	45
十五、发行人未决诉讼可能引致经济利益流出的风险.....	45
十六、净资产收益率和每股收益摊薄的风险.....	45

十七、知识产权风险.....	46
十八、成长性风险.....	46
十九、股价波动的风险.....	46
第五节 发行人基本情况	47
一、发行人基本情况.....	47
二、发行人设立情况.....	47
三、发行人自设立以来的重大资产重组情况.....	48
四、发行人最新股东持股情况.....	54
五、发行人的股权结构和组织结构.....	57
六、发行人控股子公司、参股公司情况.....	59
七、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	74
八、发行人股本情况.....	82
九、发行人股权激励情况.....	99
十、发行人内部职工股、工会持股情况、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情况.....	99
十一、发行人员工情况.....	99
十二、发行人、发行人实际控制人、持有 5% 以上股份主要股东、发行人董事、监事及高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构的重要承诺	110
第六节 业务和技术	120
一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况.....	120
二、发行人所处行业的基本情况.....	143
三、发行人在行业中的竞争地位.....	166
四、发行人销售情况和主要客户情况.....	171
五、发行人主要产品及服务的采购情况和主要供应商情况.....	201

六、与业务相关的主要资产情况.....	214
七、发行人拥有的业务经营许可与认证情况.....	231
八、特许经营权情况.....	236
九、技术和研发情况.....	236
十、未来发展与规划.....	240
第七节 同业竞争与关联交易	244
一、发行人独立性情况.....	244
二、同业竞争.....	245
三、关联交易.....	246
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理	253
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介.....	253
二、董事、监事、高级管理人员、其他核心员工及其近亲属持有公司股份情况，及对外投资情况.....	258
三、董事、监事及高级管理人员的薪酬情况.....	259
四、董事、监事、高级管理人员同公司签订的协议及协议履行情况....	260
五、董事、监事、高级管理人员报告期内变动情况.....	260
六、公司治理结构的建立健全及运行情况.....	262
七、公司内部控制制度评价.....	268
八、公司最近三年违法违规情况.....	270
九、公司最近三年资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用情况，及为其担保的情况.....	270
十、公司资金管理、对外投资、对外担保事项制度及最近三年的执行情况.....	270
十一、投资者权益保护情况.....	271
第九节 财务会计信息与管理层分析	273

一、合并财务报表.....	273
二、注册会计师审计意见.....	279
三、财务报表编制基础、合并报表范围及其变动情况.....	279
四、影响损益的主要因素及对业绩变动有预示作用的财务或非财务指标分析.....	280
五、审计截止日后主要经营状况.....	280
六、主要会计政策和会计估计.....	281
七、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率.....	317
八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....	321
九、主要财务指标.....	322
十、发行人盈利预测报告披露情况.....	324
十一、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项及其他重要事项.....	324
十二、盈利能力分析.....	329
十三、财务状况分析.....	387
十四、现金流量和资本性支出分析.....	418
十五、本次发行对每股收益的影响及相关填补回报措施和承诺.....	425
十六、报告期内实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策.....	434
第十节 募集资金运用	436
一、本次募集资金运用方案.....	436
二、项目投资背景.....	437
三、募集资金投资项目的具体情况.....	437
四、募集资金投资项目备案及环境评价情况.....	463
五、募集资金的专户存储安排.....	464
六、董事会关于募集资金投资项目可行性的分析意见.....	464

第十一节其他重要事项	469
一、重要合同.....	469
二、对外担保情况.....	475
三、重大诉讼或仲裁事项.....	475
第十二节 有关声明	477
一、发行人全体董事、监事与高级管理人员的声明.....	477
二、保荐人（主承销商）声明.....	478
三、发行人律师声明.....	480
四、会计师事务所声明.....	481
五、验资复核机构声明.....	482
六、资产评估机构声明.....	483
第十三节 附件	484
一、备查文件.....	484
二、查阅地点及时间.....	484

第一节 释义

本招股意向书中，除文意另有所指，下列简称或名词具有如下含义：

一、普通术语

指南针、发行人、公司、本公司	指	北京指南针科技发展股份有限公司
本招股意向书	指	北京指南针科技发展股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股意向书
本次发行	指	发行人本次发行不超过56,900,000股股份，占发行后总股本的比例不超过14.05%。本次发行均为新股，不安排股东公开发售股份
广州展新、控股股东	指	广州展新通讯科技有限公司
实际控制人	指	公司实际控制人黄少雄先生和徐兵先生
指南针证券	指	原北京指南针证券研究有限公司，系公司发起人之一，该公司已于2012年12月更名为北京旭日蓝海文化传播有限公司，主要从事文化艺术交流活动组织业务
天一星辰	指	天一星辰（北京）科技有限公司，系公司全资子公司
上海指南针	指	原上海指南针科技投资有限公司，于2007年8月更名为上海指南针创业投资有限公司，系公司全资子公司
上海及时雨	指	上海及时雨网络科技有限公司，系公司全资子公司
指南针技术	指	北京指南针技术服务有限公司，系公司全资子公司
指南针保险	指	北京指南针保险经纪有限公司，系公司全资子公司
康帕思商务	指	北京康帕思商务服务有限公司，系公司全资子公司
指南针信息	指	广东指南针信息技术有限公司，系公司全资子公司
指北针商务	指	广东指北针商务服务有限公司，系公司全资孙公司
畅联天地	指	北京畅联天地网络科技有限公司，系公司全资孙公司
博赢实业	指	深圳市博赢实业有限公司，系公司全资孙公司
创风互娱	指	深圳市创风互娱网络科技有限公司，系公司全资孙公司
驼峰科技	指	北京驼峰科技有限公司，报告期内曾为公司控股孙公司，已于2018年对外转让
广州指南针	指	广州指南针通信科技有限公司，系公司全资子公司，已于2018年注销
天津证券	指	天津证券投资咨询有限公司，系公司全资子公司，已于2014年注销

君之创、创之君	指	原北京君之创证券投资咨询有限公司，2014年12月更名为北京创之君投资咨询有限公司，2016年7月更名为北京创之君咨询有限公司
新华红马甲	指	新华红马甲（北京）文化传播有限公司
上证信息公司	指	上证所信息网络有限公司
深证信息公司	指	深圳证券信息有限公司
中国联通	指	中国联合网络通信集团有限公司
中国电信	指	中国电信集团公司
宁科置业	指	北京宁科置业有限责任公司
佛山丽雅苑	指	佛山市南海区丽雅苑房地产发展有限公司
泰康人寿	指	泰康人寿保险股份有限公司
华夏人寿	指	华夏人寿保险股份有限公司
第一创业证券	指	第一创业证券股份有限公司
长江证券	指	长江证券股份有限公司
中华卫视	指	中华卫星电视（集团）有限公司
同花顺	指	浙江核新同花顺网络信息股份有限公司，创业板上市公司，股票代码300033
东方财富	指	东方财富信息股份有限公司，创业板上市公司，股票代码300059
大智慧	指	上海大智慧股份有限公司，主板上市公司，股票代码601519
麟龙股份	指	沈阳麟龙科技股份有限公司，全国中小企业股份转让系统挂牌公司，公司代码430515
益盟股份	指	上海益盟软件技术股份有限公司，全国中小企业股份转让系统挂牌公司，公司代码832950
《公司章程》	指	发行人现行有效的公司章程
《公司章程（草案）》	指	《北京指南针科技发展股份有限公司章程（草案）》，上市后生效
股东大会、董事会、监事会	指	发行人股东大会、董事会、监事会
高级管理人员	指	发行人公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监
保荐人、保荐机构、主承销商、国泰君安	指	国泰君安证券股份有限公司
发行人律师	指	北京大成律师事务所
致同所、审计机构	指	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
北方亚事	指	北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙），由原

		北京北方亚事资产评估有限责任公司改制而来
利安达	指	利安达会计师事务所（特殊普通合伙）
赛迪顾问	指	赛迪顾问股份有限公司
CNNIC	指	中国互联网络信息中心
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
交易所、深交所	指	深圳证券交易所
中登公司	指	中国证券登记结算有限责任公司
全国股转系统、代办股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统有限公司
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
广电总局	指	原国家广播电影电视总局
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》
报告期、最近三年及一期	指	2016年、2017年、2018年和2019年1-6月
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

二、专业术语

ARPU	指	Average Revenue Per User的英文缩写，即每用户平均收入，是广泛用于衡量电信运营商和互联网公司业务收入及高端用户比例的指标
Level-1	指	由各金融交易机构提供的基础行情数据
Level-2	指	在Level-1行情数据的基础上由各金融交易机构开发出的具有增值内容的增强版行情数据
UI	指	User Interface的英文缩写，即用户的操作界面
UE	指	User Experience的英文缩写，即用户体验，是用户在使用一种产品时的主观感受
IDC	指	Internet Data Center的英文缩写，即互联网数据中心，是凭借高度集中化、标准化的网络基础资源，向入驻单位提供的设备维护和管理、机房设施、带宽应用等服务
4G	指	即第四代移动通讯技术，集3G与WLAN于一体，能够快速传输数据、高质量音频、视频和图像等信息
CRM	指	Customer Relationship Management的英文缩写，即客户关系管理，指通过对客户详细资料的深入分析来提高客户满意程度，从而提高企业竞争力的一种手段

IPv4	指	Internet Protocol Version 4的英文缩写，即网际协议版本4，是第一个被广泛使用并构成现今互联网技术基石的协议
IPv6	指	Internet Protocol Version 6的英文缩写，即网际协议版本6，是互联网工程任务组设计的用于替代现行IPv4的下一代IP协议
Syslog	指	系统日志协议，是一种用来在互联网协议的网络中传递记录档讯息的标准
Socket	指	计算机专业术语，用于描述IP地址和端口，是一个通信链的句柄，可以用来实现不同虚拟机或不同计算机之间的通信
流媒体	指	一种采用流式传输的方式在互联网上播放的媒体格式。商家用一个视频传送服务器把节目当成数据包发出，传送到网络上用户通过解压设备对这些数据进行解压后，节目就会像发送前那样显示出来
分布式	指	分布式网络存储技术，即采用可扩展的系统结构将数据分散的存储于多台独立的存储服务器上，利用多台存储服务器分担存储负荷，以解决传统集中式存储系统中单存储服务器的瓶颈问题，同时提高系统的可靠性、可用性和可扩展性
三网融合	指	电信网、广播电视网和计算机通信网的相互渗透、互相兼容，并逐步整合成为统一的信息通信网络
专线	指	封闭式的点对点的数据传输通道，支持交易所与公司数据中心的直接传输，保持公司行情和交易系统运行的稳定性和安全性

注：敬请注意，本招股意向书中部分合计数与各分项数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

第二节 概览

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

一、发行人概况

公司名称：北京指南针科技发展股份有限公司

英文名称：Beijing Compass Technology Development Co., Ltd.

统一社会信用代码：911101087263410239

法定代表人：陈宽余

注册资本：348,099,999 元

成立日期：2001 年 4 月 28 日

注册地址：北京市昌平区北七家镇七北路 42 号院 2 号楼 1 单元 501 室

办公地址：北京市昌平区七北路 42 号院 TBD 云集中心 2 号楼 A 座

经营范围：技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让；计算机技术培训；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动；企业策划、设计；公共关系服务；承办展览展示活动；会议服务；计算机系统服务；数据处理；基础软件服务、应用服务；销售计算机、软件及辅助设备、机械设备、电子产品；零售书报刊、电子出版物及音像制品；证券投资咨询业务；第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务）；第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）（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、电子公告服务）。（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。）

二、控股股东及实际控制人

（一）控股股东

广州展新成立于 2010 年 7 月，2011 年 4 月至 2012 年 1 月间通过代办股份转让系统受让公司合计 31.49% 的股份，成为公司控股股东。截至本招股意向书

签署日，广州展新共持有公司 16,562.65 万股股份，占公司股本总额的 47.58%。

截至本招股意向书签署之日，广州展新的基本情况如下：

公司名称：广州展新通讯科技有限公司

统一社会信用代码：91440101558376656A

法定代表人：徐兵

注册资本：4,000 万元

成立日期：2010 年 7 月 14 日

注册地址：广州市天河区华夏路 28 号富力盈信大厦 3412C

经营范围：广告业；企业形象策划服务；电子、通信与自动控制技术研究、开发；会议及展览服务；信息技术咨询服务。

自成为公司控股股东以来，广州展新的股权结构未发生变动，具体如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例
1	黄少雄	1,420.00	35.50%
2	徐兵	1,000.00	25.00%
3	陈锋	600.00	15.00%
4	熊明宇	352.00	8.80%
5	聂澎	296.00	7.40%
6	刘炳海	136.00	3.40%
7	常承	136.00	3.40%
8	朱曦	60.00	1.50%
合计		4,000.00	100.00%

（二）实际控制人

公司控股股东广州展新的主要出资人黄少雄、徐兵基于长期合作伙伴关系，并从保证广州展新稳定发展、提高决策效率的角度出发，于 2010 年 11 月 29 日签署了《协议书》，约定双方在广州展新存续期间作为一致行动人行使股东权利，参与其重大决策。报告期内，黄少雄、徐兵合计持有广州展新 60.50% 的股权，对广州展新具有绝对控制权，为发行人的实际控制人。黄少雄、徐兵的详细信息如下：

黄少雄先生，男，1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权；1987 年 2

月毕业于广东财经职业学院，大专学历，2002年7月和2003年7月分别取得澳洲梅铎大学工商管理硕士和财务管理硕士学位；1981年至1992年，就职于广州市税务分局，担任稽查队长；1992年至1995年就职于羊城集团公司，担任经理；1995年至2001年就职于广州金亚房地产有限公司，担任董事、总经理；2002年至2012年就职于广州祥能投资集团有限公司，担任总经理，其中2009年至2010年兼任广州南湖高尔夫俱乐部有限公司董事，2006年至2016年兼任广州市保利国贸投资有限公司和广州市保利锦汉展览有限公司董事；2011年至今担任广州正辰投资有限公司的董事长兼总经理。

徐兵先生，男，1965年出生，中国国籍，拥有香港居民身份证（非香港永久居民身份证），不享有香港永久居留权；1990年7月毕业于广东新华教育学院，大专学历；1984年至1997年，就职于广州军区空军后勤部；1997年至2008年就职于广州南湖高尔夫俱乐部有限公司，曾任总经理助理；2009年至2011年，担任广州南湖高尔夫俱乐部有限公司董事；2010年至今担任广州展新总经理。

三、发行人主营业务情况

报告期内，发行人的主营业务为以证券工具型软件终端为载体，以互联网为工具，向投资者提供及时、专业的金融数据分析和证券投资咨询服务；同时，发行人基于自身在金融信息服务领域积累的客户资源、流量入口优势及营销优势，积极拓展广告服务业务和保险经纪业务，该等业务系发行人对现有用户资源的深度挖掘，进一步丰富了发行人的收入结构并有效提升了收入规模，增强发行人的持续盈利能力。

发行人多年来始终重视对企业研发的投入与综合技术能力的培养，掌握了一批包括证券研究技术、电子商务技术和多媒体网络技术在内的核心技术。凭借深厚的研发实力和丰富的市场经验，发行人不断开发出满足投资者需求的创新产品和服务。自设立以来，发行人主营业务未发生重大变化。

四、发行人主要财务数据和财务指标

（一）资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动资产合计	99,956.50	73,918.20	55,740.54	57,003.23
非流动资产合计	36,525.68	38,405.95	41,961.17	21,766.71
资产总计	136,482.19	112,324.15	97,701.71	78,769.94
流动负债合计	59,515.40	45,098.87	43,621.28	40,104.12
非流动负债合计	281.85	286.84	-	-
负债合计	59,797.25	45,385.70	43,621.28	40,104.12
股东权益合计	76,684.94	66,938.44	54,080.44	38,665.82

(二) 利润表主要数据

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
营业收入	36,396.91	57,769.57	66,909.87	57,126.53
营业利润	12,339.44	15,791.25	17,612.34	16,044.69
利润总额	12,334.35	15,617.97	17,620.56	16,803.63
净利润	9,735.16	12,695.94	15,344.62	14,357.65
归属于母公司股东的净利润	9,735.16	12,786.52	15,482.11	14,466.74
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	9,072.62	11,010.55	13,650.88	12,480.74

(三) 现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
经营活动产生的现金流量净额	19,601.34	16,921.49	17,054.42	17,855.41
投资活动产生的现金流量净额	584.11	1,880.70	-19,279.47	-13,915.73
筹资活动产生的现金流量净额	-100.04	-	-16.80	-
现金及现金等价物净增加额	20,085.41	18,802.19	-2,241.86	3,939.67

(四) 主要财务指标

项目	2019.6.30/ 2019年1-6月	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31 /2017年度	2016.12.31 /2016年度
流动比率	1.68	1.64	1.28	1.42
速动比率	1.61	1.56	1.19	1.35
资产负债率（合并报表）	43.81%	40.41%	44.65%	50.91%

资产负债率（母公司报表）		46.89%	42.23%	45.71%	53.06%
毛利率		88.36%	85.45%	88.35%	88.79%
销售净利率		26.75%	21.98%	22.93%	25.13%
加权平均净资产收益率	扣除非经常性损益前	13.56%	21.12%	33.34%	45.95%
	扣除非经常性损益后	12.63%	18.19%	29.39%	39.64%
基本每股收益（元/股）	扣除非经常性损益前	0.28	0.37	0.44	0.42
	扣除非经常性损益后	0.26	0.32	0.39	0.36
应收账款周转率（次）		92.48	192.47	211.96	128.46
存货周转率（次）		86.62	165.79	312.02	-

注：基本每股收益已综合公司报告期内转增股本事项按调整后的股数重新计算以保持可比性。

五、募集资金主要用途

本次新股发行成功后，公司计划使用全部募集资金（扣除发行费用后）投资于以下项目，募集资金投入的轻重缓急，将优先根据下列项目的顺序确定：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资金额	募集资金投资金额
1	PC 金融终端系列产品升级优化项目	30,022.19	13,493.65
2	移动端金融产品建设项目	8,392.86	3,772.21
3	华南研发中心及客户服务中心建设项目	18,081.22	8,126.71
4	大数据营销及研究中心项目	10,112.91	4,545.31
合计		66,609.18	29,937.88

若实际募集资金（扣除发行费用后）不能满足上述全部项目的投资需要，资金缺口将通过自筹资金予以解决。在募集资金到位前，公司将根据实际运营的需要，先行以自筹资金投入并实施上述项目，待募集资金到位后，按募集资金使用管理的相关规定置换本次发行前已投入使用的自筹资金。本次募集资金运用的详细情况请见本招股意向书“第十节 募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类:	人民币普通股（A股）
每股面值:	人民币 1.00 元
发行股数:	本次发行不超过 56,900,000 股，占发行后总股本的比例不超过 14.05%。本次发行均为新股，不安排股东公开发售股份。
每股发行价格:	【】元
发行市盈率:	【】倍（每股收益按照经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产:	2.20 元（按截至 2019 年 6 月 30 日经审计的归属于母公司所有者权益除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产:	【】元（按截至 2019 年 6 月 30 日经审计的归属于母公司所有者权益与本次募集资金净额之和除以发行后总股本计算）
发行市净率:	【】倍（按发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式:	网下向询价对象询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
发行对象:	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的符合《创业板市场投资者适当性管理暂行规定》要求的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外），或中国证监会规定的其他对象
承销方式:	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:	本次发行费用总额为 5,624.62 万元（不含税），其中承销及保荐费用 4,245.28 万元、审计费用 471.70 万元、律师费用 339.62 万元、用于本发行的信息披露费用 518.87 万元、发行手续费用及其他费用 49.15 万元。

二、本次发行有关机构

（一）保荐机构（主承销商）

名称：国泰君安证券股份有限公司

法定代表人：杨德红

住所：中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号

联系电话：021-38676666

传真：021-38670798

保荐代表人：彭凯、刘爱亮

项目协办人：裴文斐

项目经办人员：王磊、张扬文、郭若曦、朱方雷、黄安宗

（二）律师事务所

名称：北京大成律师事务所

事务所负责人：彭雪峰

住所：北京市朝阳区东大桥路 9 号侨福芳草地 D 座 7 层

联系电话：010-58137799

传真：010-58137788

经办律师：韩光、陈晖、邹晓东

（三）审计机构

名称：致同会计师事务所（特殊普通合伙）

事务所负责人：徐华

住所：北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层

联系电话：010-85665588

传真：010-85665120

签字注册会计师：韩瑞红、朱小娃

（四）验资复核机构

名称：致同会计师事务所（特殊普通合伙）

事务所负责人：徐华

住所：北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层

联系电话：010-85665588

传真：010-85665120

签字注册会计师：韩瑞红、朱小娃

（五）资产评估机构

名称：北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：闫全山

住所：北京市东城区东兴隆街 56 号 6 层 615

联系电话：010-83557569

传真：010-83549215

签字注册评估师：马颜、王新涛

（六）股票登记机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

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

联系电话：0755-21899999

传真：0755-21899000

（七）申请上市证券交易所

名称：深圳证券交易所

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号

联系电话：0755-88668888

传真：0755-82083295

三、发行人与本次发行有关中介机构及人员的权益关系

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

四、与本次发行上市有关的重要日期

初步询价日期：2019年10月31日

刊登定价公告日期：2019年11月5日

网上、网下申购日期：2019年11月6日

网上、网下缴款日期：2019年11月8日

股票上市日期：本次股票发行结束后本公司将尽快申请在深圳证券交易所挂牌上市

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股意向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。以下风险因素可能直接或间接对发行人生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生不利影响。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不代表风险因素依次发生。

一、经营业绩大幅波动的风险

公司的主营业务是向投资者提供及时、专业的金融数据分析和证券投资咨询服务。随着中国经济快速发展及国家政策的推动，国内证券市场发展迅速，投资者队伍亦不断壮大，为金融信息服务行业的发展带来了广阔的空间。该等业务的经营情况与证券市场的发展和景气程度密切相关，报告期内公司主营业务收入分别为 57,126.53 万元、66,909.87 万元、57,769.57 万元和 36,396.91 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 14,466.74 万元、15,482.11 万元、12,786.52 万元和 9,735.16 万元，2018 年受国内证券市场表现较为低迷的影响，发行人主营业务收入同比下滑 13.66%，归属于母公司股东的净利润同比下滑 17.41%。未来，若我国证券市场出现长期低迷、市场交投不活跃等情况，投资者对金融信息及咨询等服务的需求可能下降，从而可能引起公司产品销售和服务收入的下滑，导致公司盈利能力的波动。

基于现有客户结构和业务模式，发行人开始进一步在广告服务业务、保险经纪业务等方面进行延伸布局，从而丰富公司主营业务收入构成；同时，发行人在成本、费用方面加强管控，以便减小公司业绩波动的幅度。但未来如果出现证券市场大幅波动、投资者对金融信息及咨询等服务的需求发生较大变化、公司在新业务方面开发进度不及预期，或者公司在成本、费用管控方面执行不力，可能会导致发行人经营业绩出现大幅波动。

二、现有业务受行业监管政策变动影响的风险

目前国内对证券期货信息经营业务实行许可经营制度，未经证券交易所或期

货交易所许可，任何单位和个人不得发布证券期货交易即时行情。对于业务经营中所使用的证券交易信息，公司已与上证信息公司、深证信息公司等授权机构建立了长期稳定的合作关系，取得了相关信息发布的授权，并按期提出展期或者换发许可证的申请，确保持续具备各项证券期货信息经营资格。

此外，公司所从事的金融信息服务业务属于证券投资咨询服务范畴，依法应当取得中国证监会颁发的相关业务资格证书，并接受中国证券业协会及证券交易所等部门的监管。公司及其子公司现持有中国证监会颁发的《经营证券期货业务许可证》，具备从事证券投资咨询业务的资格。

若未来国内关于金融信息经营许可、证券投资咨询业务许可的政策发生变化，出现公司当前证书失效后无法继续取得该类许可的情形，则可能直接影响公司现有业务的正常经营。

三、金融产品创新带来的法律监管风险

互联网技术创新和金融产品创新，是促进金融信息服务行业发展的重要因素，也是推动金融信息服务行业创新的主要动力。当前互联网技术日新月异、金融创新产品层出不穷，导致监管体系及相应的政策制定可能出现一定的滞后，从而出现部分业务领域缺乏明确法规进行规范的情况，由此可能引发包括发行人在内的金融信息服务企业所从事的部分业务存在法律监管风险。

四、技术及产品创新滞后的风险

公司目前主要依托互联网和移动通讯网提供金融信息服务，新产品的推出不仅需要互联网、数据挖掘及整理等 IT 技术的保障，还需要融合证券分析、金融工程及用户行为分析等方面的技术，对公司技术创新的要求较高。互联网技术、软件技术及数据处理技术发展迅速，金融工具创新速度不断加快，而客户对金融信息的需求也日益多元化、个性化。在此背景下，公司需要不断更新技术水平、及时把握市场动态、准确了解用户需求，从而及时推出新的产品、服务，以提升自身的市场竞争力。若公司未来不能紧跟技术更新步伐、准确掌握用户需求，则可能出现技术及产品创新滞后的情形，从而可能对公司市场竞争力和盈利能力造成不利影响。

五、专业技术人员流失的风险

公司属于技术密集型企业，技术研发和产品创新工作依赖公司的专业技术人员，专业技术人员流失可能会对公司的经营和发展带来重大影响。公司自成立以来，始终重视人才的培养，拥有一支技术过硬、人员稳定的技术团队。报告期内公司专业技术人员队伍稳定，未出现技术人员重大流失的情形。公司采取了多种措施，如制定适当的员工薪酬体系及职业晋升通道体系等以保持技术人员团队的稳定性。但随着市场竞争的加剧，不排除专业技术人员流失的可能，从而对公司的未来发展产生不利的影响。

六、市场竞争加剧的风险

公司经过多年的研发和经营，已形成技术、产品、用户、服务及平台等多方面的竞争优势，具备较强的市场竞争实力。但是，由于互联网技术、金融产品的创新速度较快，国内同行业公司不断增加资金、技术的投入，国际知名企业也在不断进入国内市场，金融信息服务行业的市场竞争日趋激烈。随着投资者对金融信息的需求不断增加，对相关产品的数据处理能力、安全性、系统可扩展性的要求将不断提高。如果公司不能适时加大人力物力的投入，及时进行产品升级和新产品开发，或出现决策失误、市场开拓不力等情况，将面临不利的市场竞争局面。

七、客户开发及管理风险

公司是国内最早从事金融信息服务业的企业之一，截至 2019 年 6 月末公司产品累计付费用户约 86.48 万人。庞大的用户群体是公司收入和利润快速增长的主要来源，也是公司包括广告服务、保险经纪在内的各项延伸业务的基础。公司通过不断丰富产品功能、持续优化客户体验等方式积极满足客户日趋多样化的信息使用需求。随着未来市场竞争的加剧，公司若不能有效地实现净付费用户规模的增加，则会对公司的业务发展带来重大不利影响。

历史上公司对于用户产品到期后是否可以续费使用现有版本在销售合同中未明确规定允许或禁止，在实际操作中若客户提出需求一般会为其提供按年续费服务。由于公司付费用户更倾向于重新购买具有重大功能升级的新版本产品，而对历史版本的续费持续使用需求极小，因此公司在商业上一般不鼓励客户续费使

用老产品，并主要采取三年期、四年期等长周期的“套装”销售模式。

2017 年开始发行人对于新购买私享家四年期产品的客户，在销售合同中明确约定允许客户在新购买的“套装”产品到期后进行按年续费使用，同时在财富掌门系列新产品销售中亦明确按年续费使用。但如果未来出现大部分客户产品到期后选择继续续费使用原版本产品而非购买发行人开发的新版本产品，可能会对发行人同期相关新版本产品的销售产生一定的不利影响。

八、互联网系统及数据安全风险

公司的主营业务是以互联网为工具开展，因此公司业务的持续开展依托于网络系统安全可靠的运行。为确保产品服务的稳定性和安全性，公司将网络服务器托管于中国联通、中国电信、中国移动等大型网络运营商提供的专业机房中，并配置了稳定、成熟的数据安全硬件和软件，同时在内部建立了严格的数据备份管理制度及相关操作制度。目前公司已建立完善的 IDC 机房备份体系并实现异地容灾、互相备份。但是互联网及相关设备客观上存在着网络基础设施故障、软件漏洞、网络恶意攻击及自然灾害等因素引起网络瘫痪的风险。上述风险一旦发生，客户将无法及时享受公司提供的产品和服务，严重时可能造成公司业务中断，从而影响公司的声誉和经营业绩甚至引起法律诉讼。因此，公司存在互联网系统和数据安全风险。

九、规模扩大引致的管理风险

近年来随着业务规模的扩张，公司资产规模、人员规模快速扩大，在此过程中实施精细化管理的重要性也越来越高，未来公司在机制建立、战略规划、组织设计、运营管理、资金管理和内部控制等方面的管理水平将面临更大的挑战。如果公司未能及时调整经营观念和管理手段，将面临企业规模扩张所带来的管理风险。

十、税收优惠及财政补贴政策变动的风险

发行人主要通过自主研发的软件终端产品提供金融信息服务，享受国家实施的多项税收优惠和财政补贴政策。根据相关规定，发行人于 2014 年被认定为高新技术企业，证书编号为 GR201411003014，有效期为三年，自 2014 年至 2016

年享受 15%的企业所得税税率的优惠政策。2016 年末发行人拥有的高新技术企业资质有效期届满后,发行人已在规定日期前提交高新技术企业认定申报材料并于 2017 年 10 月 25 日重新通过认定,取得编号为 GR201711001765 的高新技术企业证书,有效期为三年,自 2017 年至 2019 年享受 15%的企业所得税税率的优惠政策。同时,根据相关规定,发行人备案的软件产品自 2019 年 6 月 1 日起享受增值税实际税负超过 3%部分即征即退政策

根据相关规定,发行人子公司天一星辰报告期内软件产品享受增值税实际税负超过 3%部分即征即退的优惠政策。此外,天一星辰于 2012 年取得了北京市经济和信息化委员会颁发的京 R2012-0060 号《软件企业认定证书》,享受自 2012 年至 2013 年免征企业所得税、自 2014 年至 2016 年减半征收企业所得税的优惠政策。

关于发行人享受的全部税收优惠及依据请见本招股意向书“第九节 财务会计信息与管理层分析/七、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率”。未来,若国家及地方政府主管机关对高新技术企业、软件企业和软件产品所得税、增值税的优惠政策或相关政府补贴政策作出对发行人不利的调整,将对发行人的经营业绩和盈利能力产生不利影响。

十一、募集资金投资项目无法达到预期收益的风险

公司本次发行募集的资金将主要投资于 PC 金融终端系列产品升级优化项目、移动端金融产品建设项目、华南研发中心及客户服务中心建设项目、大数据营销及研究中心的开发项目。上述募投项目是公司在充分考虑国家相关产业政策、行业发展趋势及公司现有业务经营现状,并经过充分的市场调研和审慎的可行性分析后进行的决策。在该等项目的具体实施过程中,公司可能面临产业政策变化、证券市场景气程度变化等诸多不确定因素,从而可能导致项目的投资成本、投资收益率偏离预期效果。此外,上述项目投产后,短期内将增加每年的折旧及摊销费用,从而可能在一定程度上影响公司盈利能力的提升。

十二、货币资金管理风险

公司目前的资产构成中货币资金占比较高,截至 2019 年 6 月 30 日公司货币

资金余额为 92,956.27 万元，占公司资产总额的比例为 68.11%。从公司的业务发展需求来看，保持高水平的现金储备，有利于公司适应互联网技术及证券市场产品的快速变动，确保公司技术、服务的不断创新，有利于公司及时把握新的商业机会，应对日益激烈的市场竞争。同时，若公司不能采取适当的货币资金管理策略实现货币资金安全性、流动性和收益性的有效平衡，则可能出现货币资金利用率低等现金管理风险。

十三、经营业绩全年分布不均衡的风险

报告期内公司的产品和服务以“体验式”销售模式开展，公司绝大多数付费客户是从发行人的免费版产品试用开始，经过一段时间体验后，公司会根据用户需求向其推荐低端版本付费产品，并逐渐升级使用中端版本付费产品，直至购买高端版本付费产品。通常情况下，公司注册用户从免费版逐步升级至高端版本的体验周期需要半年至一年时间。因此，公司各版本产品的销售并非全年连续不间断进行，而是依据当时市场情况和公司实际经营情况进行有节奏、有规律的销售，其中：公司的低端版本销售根据阶段性的免费版客户的数量累计和体验情况，全年各月基本常态化开展销售；中端版本产品则根据低端版本用户数量累积和体验情况，每年安排 3 次左右的集中销售；高端版本则根据中端版本用户数量累积和体验情况，每年只安排 1-2 次左右的集中销售。

受上述销售模式和销售周期的影响，公司实施中高端产品集中销售活动月份的销售收入和净利润会大幅增长，在未实施中高端产品集中销售的月份的销售收入和净利润会相对较小，甚至会出现个别月份亏损的情形。2017 年上半年、2018 年上半年公司营业收入占全年的比例分别为 63.97% 和 62.45%，归属于母公司股东净利润占全年的比例分别为 83.20% 和 87.03%，主要系公司在 2017 年、2018 年均在上半年进行了高端版本产品的集中销售活动所致。2019 年上半年公司对新推出的财富掌门系列高端产品进行了集中销售，预计 2019 年上半年营业收入及净利润的全年占比依然保持较高水平。

综上所述，受经营模式和销售周期的特点影响，发行人可能出现经营业绩全年分布不均衡的风险，其季度财务数据或半年度财务数据可能无法完整衡量全年的经营业绩。

十四、公司购置房产引致折旧大幅增加的风险

随着业务的快速发展，公司员工规模不断扩大。报告期初公司的办公场所主要通过租赁方式取得且较为分散，不利于公司集中规划和统一管理，因此公司于2016年和2017年购置了部分房产以提升管理效率，为员工创造良好的工作环境。公司购置的房产（含装修费）总价值为33,713.67万元，此后每年会产生一定金额的折旧费用。虽然购置房产会减少公司房产租赁的相应支出，但该等折旧费用的计提仍可能会对公司的经营业绩带来影响，从而可能在一定程度上影响公司盈利能力的提升。

十五、发行人未决诉讼可能引致经济利益流出的风险

截至本招股意向书签署日，发行人全资子公司上海指南针自2009年4月至今存在与亚太影视媒体服务有限公司、华通泰丰卫星网络资讯有限公司、Asia Broadband Network Pte Ltd.涉及中华卫视股权转让方面的未决诉讼，详见“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项”具体内容。

发行人积极应对相关诉讼，一方面发行人子公司上海指南针已委托澳门方盛律师事务所向澳门中级法院提起上诉以保护自身利益，且未决诉讼涉及上海指南针可能潜在偿付的金额相对于发行人资产状况、收入规模及盈利能力影响较小；另一方面，发行人已对仍持有的中华卫视股权按照账面价值计提减值准备600万元，具备谨慎性。

虽然发行人聘请并委托澳门地区律师事务所采取法律诉讼方式维护自身合法权益且案件发回澳门初级法院重审的有利结果，但由于上述未决诉讼的所在地属于澳门地区，法律诉讼程序复杂且时间跨度较长，当地法院对发行人诉讼请求的支持与否及支持程度存在一定的不确定性，未来发行人可能因涉诉事项导致经济利益的流出，从而影响发行人当期的经营业绩。

十六、净资产收益率和每股收益摊薄的风险

本次发行完成后，公司股本、净资产将有较大幅度的增加，但由于募集资金投资项目的效益短期内无法显现，并且募集资金项目实施后公司固定资产和无形资产规模扩大将导致折旧、摊销费用增加，因此可能存在发行后短期内公司每股

收益、净资产收益率出现下降的情况。

十七、知识产权风险

公司自成立以来不断进行产品和技术创新，目前已拥有多项软件著作权、商标权及其他非专利技术，并成功应用于公司的现有产品及服务。该等无形资产现已成为公司核心竞争力的重要组成部分，未来若公司的知识产权受到侵犯，或者非专利技术失密，则可能会削弱公司业务的核心竞争力，从而给公司的盈利水平造成不利影响。

十八、成长性风险

从上述风险事项可以看出，公司在未来发展过程中，经营业绩可能受证券市场前景气程度、行业监管政策、技术和研发、管理经营等多方面因素的影响。公司管理层及保荐机构在本招股意向书中关于公司未来成长性及持续盈利能力的判断，系基于现有的行业前景、市场地位、业务模式、研发能力、核心技术能力及持续创新能力等因素的分析结果。若未来影响上述环境因素发生不利变化，且公司不能及时做出调整，则可能出现公司无法按照预期情况实现成长的风险。

十九、股价波动的风险

由于二级市场股票价格不仅取决于公司经营状况，同时也受利率、汇率、通货膨胀、国内外政治经济形势及投资者心理预期等因素的影响，导致股价波动的原因较为复杂。特此提醒投资者，在投资本公司股票时可能因股价波动而遭受损失。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：北京指南针科技发展股份有限公司

英文名称：Beijing Compass Technology Development Co., Ltd.

注册资本：348,099,999 元

法定代表人：陈宽余

成立日期：2001 年 4 月 28 日

注册地址：北京市昌平区北七家镇七北路 42 号院 2 号楼 1 单元 501 室

办公地址：北京市昌平区七北路 42 号院 TBD 云集中心 2 号楼 A 座

邮政编码：102209

互联网网址：<http://www.compass.cn>

电子信箱：compass@mail.compass.com.cn

负责信息披露和投资者关系部门：董事会办公室

董事会秘书：孙鸣

联系电话：010-82559889

传真：010-82559999

二、发行人设立情况

发行人是由指南针证券、王群、孙德兴、陈浩、杨新宇、张春林、孙鸣等七名发起人发起，并经北京市人民政府经济体制改革办公室“京政体改股函[2001]28 号”文件批准后共同出资组建的股份有限公司。

指南针证券等七名发起人于 2001 年 2 月 8 日共同签署了《发起人协议》，指南针证券用于出资的资产包括车辆、电子设备等实物资产，指南针证券投资辅助决策系统（博弈版）软件等无形资产以及货币资金，其他发起人全部以货币出资。根据北京六合正旭资产评估有限责任公司于 2000 年 11 月 29 日出具的“六合正旭评报字（2000）第 059 号”《资产评估报告书》，以 2000 年 10 月 31 日为评估基准日，指南针证券用于出资的上述实物资产和无形资产评估价值为人民币 644.09 万元，其中实物资产价值 129.81 万元、无形资产价值 514.28 万元。北京永拓会

会计师事务所有限责任公司于 2001 年 4 月 26 日出具了“京永股验字(2001)第 001 号”《验资报告》，对公司股东出资情况进行了审验。2001 年 10 月 22 日，北京永拓会计师事务所有限责任公司出具了“京永审字(2001)第 273 号”《关于对企业实收股本中实物出资及无形资产转移情况专项查账报告》，确认截至 2001 年 8 月 22 日，指南针证券用于出资的上述实物资产和无形资产已完成过户手续。

公司于 2001 年 4 月 18 日召开了创立大会暨第一届股东大会，并于 2001 年 4 月 28 日取得北京市工商行政管理局核发的“1100001267818 号”《企业法人营业执照》。公司设立时的股权结构及股东出资情况如下表所示：

序号	股东名称/姓名	出资方式	出资额(万元)	折合股本(万股)	持股比例
1	指南针证券	货币资金	135.91	780.00	30.00%
		实物资产	129.81		
		无形资产	514.28		
2	王群	货币资金	582.40	582.40	22.40%
3	孙德兴	货币资金	582.40	582.40	22.40%
4	陈浩	货币资金	455.00	455.00	17.50%
5	杨新宇	货币资金	91.00	91.00	3.50%
6	张春林	货币资金	54.60	54.60	2.10%
7	孙鸣	货币资金	54.60	54.60	2.10%
总计			2,600.00	2,600.00	100.00%

三、发行人自设立以来的重大资产重组情况

(一) 2014 年发行人定向发行股票收购天一星辰 100% 股权

发行人于 2014 年向控股股东广州展新发行股份购买其持有的天一星辰（北京）科技有限公司 100% 股权，该等收购构成重大资产重组，具体情况如下：

1、重组的背景和目的

本次重组前，天一星辰系广州展新控制的全资子公司，主要从事金融数据分析产品的研发、生产和销售等证券投资咨询业务，与发行人业务基本一致。为解决发行人与天一星辰之间的同业竞争问题并实现两个经营主体业务的有效整合，发行人与广州展新协商后，决定通过向广州展新发行股份的方式购买其持有的天一星辰 100% 股权。通过本次重组，天一星辰成为发行人全资子公司。

2、重组的决策过程

2014年10月26日，广州展新召开股东会，审议通过了向发行人出售天一星辰100%股权并认购发行人增发股份的方案。

2014年11月14日，发行人召开第十届董事会第十次会议，会议审议通过本次重组方案，同意发行人向广州展新定向发行股份收购天一星辰100%股权。关联董事顿衡、陈宽余、孙鸣、郑勇和范霖回避表决。

2014年12月4日，发行人召开2014年第二次临时股东大会，审议通过了本次重组相关议案，关联股东回避表决。

3、本次重组构成关联交易

本次重组发生前，交易对方广州展新持有发行人31.49%股份，为发行人控股股东，因此本次重组构成关联交易。

4、天一星辰100%股权评估及定价情况

本次重组的交易标的为天一星辰100%股权，根据北方亚事于2014年10月31日出具的“北方亚事评报字[2014]第01-240号”《资产评估报告》，以2014年9月30日作为评估基准日，天一星辰100%股权的评估值为14,160万元，评估增值率为259.11%。经发行人与广州展新协商，最终确定标的资产作价为14,000万元。

5、发行股份的定价情况

本次重组涉及的股份发行价格经发行人第十届董事会第十次会议、2014年第二次临时股东大会审议，确定为每股人民币2元。

本次发行的每股价格定价考虑因素如下：

(1) 每股净资产：根据利安达于2014年3月28日出具的《审计报告》（利安达审字[2014]第1027号），截至2013年12月31日，指南针每股净资产为0.07元。按本次发行完成后总股本计算，2013年12月31日指南针每股净资产将提升为0.23元，本次发行定价有利于增厚发行人每股净资产价值。

(2) 公司停牌前的成交价格：经全国股转系统公司同意，指南针自2013年12月17日起在全国股份转让系统暂停交易转让。2013年10月1日至2013年12月17日期间，指南针股票的平均成交价格为0.47元/股；自指南针在全国

股份转让系统挂牌之日（2013年4月12日）至2013年12月17日期间，指南针股票的平均成交价格为0.80元/股。此次重组股份发行价格高于重组前公司股票在全国股份转让系统的平均交易价格。

（3）成长因素：公司业务发展势头良好，良好的发展预期使得公司股票发行价格得到本次发行认购方广州展新的认同。

综上，本次股票发行价格综合考虑了公司资产情况、成交价格、成长因素，在保护中小股东基础利益上，与广州展新沟通后经公司董事会和股东大会最终审议确定。

6、重组实施情况

（1）天一星辰股权交割过户情况

2014年12月8日，天一星辰取得了北京市工商行政管理局换发后的《营业执照》，注册号为110101009746013，天一星辰成为发行人全资子公司。

（2）相关债权债务处理情况

鉴于本次交易标的为天一星辰100%股权，不涉及天一星辰的债权债务转移，原由天一星辰承担的债权债务在交易完成后仍然由其自行承担。

（3）验资及证券发行登记情况

2014年12月15日，利安达会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“利安达验字（2014）第1083号”《验资报告》，对本次发行股份的股东出资情况进行了审验，确认截至2014年12月8日，发行人已收到广州展新以股权形式缴纳的新增股本认购款14,000万元。2016年4月25日，致同所出具了“致同专字（2016）第110ZA3465号”《验资复核报告》，确认：“利安达会计师事务所（特殊普通合伙）出具的利安达验字[2014]第1083号验资报告在重大方面符合《中国注册会计师审计准则第1602号-验资》的要求，验资报告所载事项同指南针实际收到的股东出资情况相符”。

2015年2月27日，发行人取得全国股转系统出具的《关于北京指南针科技发展股份有限公司发行股份购买资产暨重大资产重组股份登记的函》。2015年3月9日，发行人完成本次新增股份登记工作。2015年3月13日，发行人披露了

《关于公司发行新增股份在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的公告》，本次发行新增股份 7,000 万股，均为限售股，于 2015 年 3 月 17 日起在全国中小企业股份转让系统挂牌。

（二）2016 年和 2017 年发行人房产购置情况

1、购置房产的基本情况

2016 年 11 月 28 日，发行人与北京宁科置业有限责任公司签署《TBD 云集中心项目定制开发协议 3 号楼三单元 301-309、401-409、501-509、601-609》，购置由宁科置业开发的位于北京市昌平区北七家镇云集园（推广名 TBD 云集中心，下同）项目 3 号楼 3 单元第 3 层至第 6 层共 36 套房产。2016 年 12 月 6 日，发行人召开第十一届董事会第八次会议，审议通过了《关于购买房产的议案》。2016 年 12 月 23 日，发行人召开 2016 年第三次临时股东大会，审议通过了上述关于购买房产的议案。

2017 年 1 月 9 日，发行人与宁科置业签署《TBD 云集中心项目定制开发协议》，购置由宁科置业开发的位于北京市昌平区北七家镇云集园项目 2 号楼 1 单元第 2 层至第 5 层共 4 套房产。2017 年 1 月 16 日，发行人召开第十一届董事会第九次会议，审议通过了《关于购买房产的议案》。2017 年 2 月 3 日，发行人召开 2017 年第一次临时股东大会，审议通过了上述关于购买房产的议案。

2017 年 1 月 24 日，发行人与佛山市南海区丽雅苑房地产发展有限公司签署商品房买卖合同及补充协议，购置由佛山丽雅苑开发的位于佛山市南海区桂城街道-桂城地块智富大厦项目副楼 205-206、305-306、407-408、507-508、607-608、707-708 共 12 套房产。

发行人购买上述相关房产的用途均为办公自用，上述房产的实际成交金额合计为 32,908.20 万元（合同金额合计为 32,838.88 万元，金额差异系对应销售面积和实测面积不同所致），占发行人 2015 年末经审计资产总额的比例为 57.56%，占净资产的比例为 135.38%。根据《非上市公众公司重大资产重组管理办法》，发行人上述房产购买行为构成重大资产重组。2017 年 4 月 14 日，发行人召开第十一届董事会第十五次会议，审议通过了《关于公司支付现金购买资产暨重大资产重组的议案》等相关议案；2017 年 7 月 6 日，发行人召开 2017 年第四次临时

股东大会，审议并通过了该重大资产重组议案。

2、本次房产购置的主要背景和目的

随着业务的快速发展，发行人员规模不断扩大，亟需扩大办公场所以满足业务发展和人员数量增加的需要。报告期初，发行人的办公场所主要通过租赁方式取得且较为分散，不利于公司集中规划和统一管理，因此发行人于 2016 年、2017 年购置了相关房产以提升管理效率，为员工创造良好的工作环境。发行人于 2017 年 9 月开始将位于北京市锐创国际以及宝盛广场等区域的资产、业务、人员陆续搬迁至北京市昌平区新购置的办公场所，将原位于广州地区的业务团队陆续搬迁至驻佛山市南海区新购置的办公场所。

综上，发行人购买上述房产主要为企业经营以及未来发展进行储备，与发行人主营业务发展需求相匹配。本次购置房产完成后，公司能够实现统一规划、集中办公的目标，对提升公司整体管理效率和降低成本，提高资源利用效率都将起到积极的促进作用，也有助于提升公司整体形象与品牌知名度，同时将为公司员工创造良好的工作环境，有利于稳定员工队伍，提升公司对人才的吸引力。

3、本次房产出售方的基本情况

本次房产购买的交易对方为宁科置业和佛山丽雅苑，与发行人及其控股股东、实际控制人不存在关联关系，本次交易不构成关联交易。交易对方的具体情况如下：

(1) 宁科置业

交易对方：北京宁科置业有限责任公司

注册地址：北京市昌平区北七家镇定泗路北侧雅安商厦 C 号二层

法定代表人：欧阳兵

注册资本：人民币 3,000 万元

统一社会信用代码：9111011406731635XF

经营范围：房地产开发；销售商品房；销售建筑材料、机械设备、化工产品（不含危险化学品）、五金交电、日用品；会议服务；物业管理；机动车公共停车场经营管理；承办展览展示；组织文化艺术交流活动（不含演出）；技术推广服务；房地产信息咨询；建筑物清洁服务；出租商业用房。（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）佛山丽雅苑

交易对方：佛山市南海区丽雅苑房地产发展有限公司；

注册地址：佛山市南海区桂城南海大道北 33 号；

法定代表人：谢绮雯；

注册资本：人民币 1,000 万元；

统一社会信用代码：914406057081206651；

经营范围：房地产开发、经营、销售，房地产中介服务（以上项目持有有效的相关资质证经营）；自有物业销售和租赁；酒店管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

4、本次购买房产标的的基本情况

发行人本次购买共计三处房产标的，具体情况如下：（1）北京市昌平区北七家镇云集园项目 3 号楼 3 单元第 3 层至第 6 层共 36 套房产，规划建筑面积为 7,092.58 平方米；（2）北京市昌平区北七家镇云集园项目 2 号楼 1 单元第 2 层至第 5 层共 4 套房产，规划建筑面积为 3,208.02 平方米；（3）佛山市南海区桂城街道-桂城地块智富大厦项目副楼 205-206、305-306、407-408、507-508、607-608、707-708 共 12 套房产，建筑面积 8,854.49 平方米。

截至本招股意向书签署之日，发行人已取得了全部标的房产的《不动产权证书》，标的房产产权清晰，不存在抵押、质押及其他任何限制转让的情况，不涉及诉讼、仲裁事项或查封、冻结等司法措施，不存在妨碍权属转移的其他情况。

5、购买资产的评估定价情况

北方亚事就发行人上述购置房产进行了评估，分别出具了“北方亚事评报字[2016]第 01-713 号”、“北方亚事评报字[2017]第 01-011 号”和“北方亚事评报字[2017]第 01-012 号”资产评估报告，确认发行人上述房产购买价格未高于其公允价值。

6、资产购买的实施情况

截至本招股意向书签署之日，发行人已根据协议向宁科置业、佛山丽雅苑支

付了全部房产购置款，相关房产的过户手续已办理完成，发行人已取得全部房产的《不动产权证书》。

四、发行人最新股东持股情况

截至本招股意向书签署之日，发行人股东持股情况如下表所示：

序号	股东姓名/名称	持有人类别	持有数量（股）	比持例股（%）
1	广州展新	境内非国有法人	165,626,536	47.58
2	陈宽余	境内自然人	13,723,963	3.94
3	任民	境内自然人	12,815,480	3.68
4	隋雅丽	境内自然人	12,318,376	3.54
5	鞠建国	境内自然人	10,104,813	2.90
6	熊玲玲	境内自然人	7,354,021	2.11
7	王岚	境内自然人	7,289,375	2.09
8	张春林	境内自然人	6,209,177	1.78
9	倪祖根	境内自然人	5,572,917	1.60
10	杨新宇	境内自然人	5,103,515	1.47
11	孙德兴	境内自然人	4,658,123	1.34
12	宁波睿石嘉福创业投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	4,331,271	1.24
13	孙鸣	境内自然人	3,395,348	0.98
14	王硕	境内自然人	3,343,750	0.96
15	李恺	境内自然人	2,850,329	0.82
16	程建群	境内自然人	2,719,583	0.78
17	摩天石投资控股有限公司	境内非国有法人	2,675,000	0.77
18	陈徽	境内自然人	2,499,597	0.72
19	金燕霞	境内自然人	2,296,042	0.66
20	钱亚敏	境内自然人	2,296,042	0.66
21	何建东	境内自然人	2,229,167	0.64
22	郝向阳	境内自然人	2,229,167	0.64
23	张岩	境内自然人	2,167,865	0.62
24	刘龙九	境内自然人	1,861,149	0.53
25	王敏	境内自然人	1,757,281	0.50

26	王菲菲	境内自然人	1,544,813	0.44
27	张丹	境内自然人	1,531,438	0.44
28	陈贇	境内自然人	1,337,500	0.38
29	钱玉珍	境内自然人	1,337,500	0.38
30	陈岗	境内自然人	1,270,915	0.37
31	张丽君	境内自然人	1,230,500	0.35
32	胡玉芳	境内自然人	1,194,833	0.34
33	常承	境内自然人	1,114,583	0.32
34	诸奕炜	境内自然人	1,114,583	0.32
35	纪志君	境内自然人	1,095,635	0.31
36	丁辉	境内自然人	1,029,875	0.30
37	颜书秀	境内自然人	1,025,417	0.29
38	刘翠霞	境内自然人	1,009,813	0.29
39	田玉环	境内自然人	1,003,125	0.29
40	齐春燕	境内自然人	920,646	0.26
41	冯振荣	境内自然人	889,438	0.26
42	崔宏	境内自然人	880,521	0.25
43	钟漫求	境内自然人	868,556	0.25
44	林彦铖	境内自然人	851,129	0.24
45	项藻清	境内自然人	831,479	0.24
46	童馨萱	境内自然人	769,063	0.22
47	廖四军	境内自然人	757,917	0.22
48	于壮成	境内自然人	753,458	0.22
49	吴舒昕	境内自然人	753,458	0.22
50	张黎红	境内自然人	744,542	0.21
51	崔景生	境内自然人	724,479	0.21
52	冯镜浩	境内自然人	715,166	0.21
53	刘伟	境内自然人	677,667	0.19
54	李海虹	境内自然人	668,750	0.19
55	林茂升	境内自然人	666,521	0.19
56	冷晓翔	境内自然人	646,458	0.19
57	杨爱文	境内自然人	633,106	0.18
58	屈在宏	境内自然人	624,167	0.18

59	顾锋锋	境内自然人	624,167	0.18
60	曾泽琴	境内自然人	590,747	0.17
61	刘辉	境内自然人	577,354	0.17
62	徐文华	境内自然人	557,292	0.16
63	陈萌	境内自然人	557,292	0.16
64	王坤	境内自然人	551,720	0.16
65	沈夙然	境内自然人	521,625	0.15
66	曹勇宾	境内自然人	512,708	0.15
67	张炳国	境内自然人	503,792	0.14
68	陈俊	境内自然人	490,417	0.14
69	丘培娥	境内自然人	490,417	0.14
70	姚远	境内自然人	481,500	0.14
71	王军国	境内自然人	479,271	0.14
72	余翔	境内自然人	470,354	0.14
73	胡国强	境内自然人	456,979	0.13
74	郑勇	境内自然人	456,979	0.13
75	刘小丽	境内自然人	445,833	0.13
76	姜国华	境内自然人	441,375	0.13
77	王科	境内自然人	436,917	0.13
78	郑礼生	境内自然人	430,229	0.12
79	朱敏建	境内自然人	425,771	0.12
80	吴惠明	境内自然人	416,854	0.12
81	尹恒	境内自然人	390,104	0.11
82	朱贻田	境内自然人	385,280	0.11
83	潘建琴	境内自然人	365,583	0.11
84	吕飒	境内自然人	314,313	0.09
85	刘耀坤	境内自然人	312,083	0.09
86	王军	境内自然人	312,083	0.09
87	章淼	境内自然人	298,708	0.09
88	张轩	境内自然人	287,563	0.08
89	黄丹	境内自然人	287,563	0.08
90	王维	境内自然人	280,875	0.08
91	全克敏	境内自然人	267,500	0.08

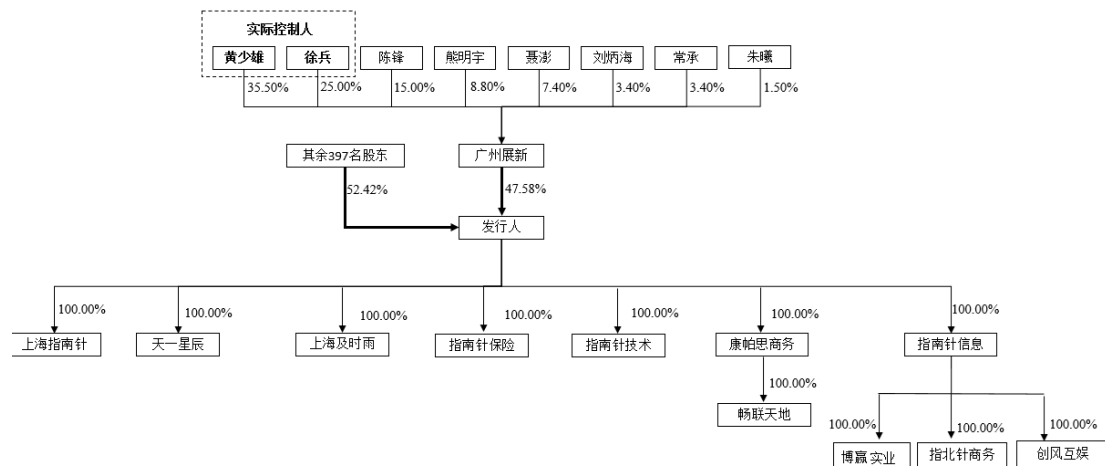
92	吴水印	境内自然人	260,262	0.07
93	吴保军	境内自然人	258,583	0.07
94	莫苗苗	境内自然人	254,125	0.07
95	陈金妹	境内自然人	253,233	0.07
96	崔琪倩	境内自然人	246,328	0.07
97	吴蓉	境内自然人	245,208	0.07
98	韩峰	境内自然人	240,750	0.07
99	黄亮	境内自然人	240,750	0.07
100	魏晓东	境内自然人	222,917	0.06
前 100 名股东合计			335,288,342	96.32
其余 298 名股东合计			12,811,657	3.68
总计			348,099,999	100.00

注：报告期内公司原股东孙德荣（序号 26）离世，其所持发行人股份由女儿王菲菲依法继承。

五、发行人的股权结构和组织结构

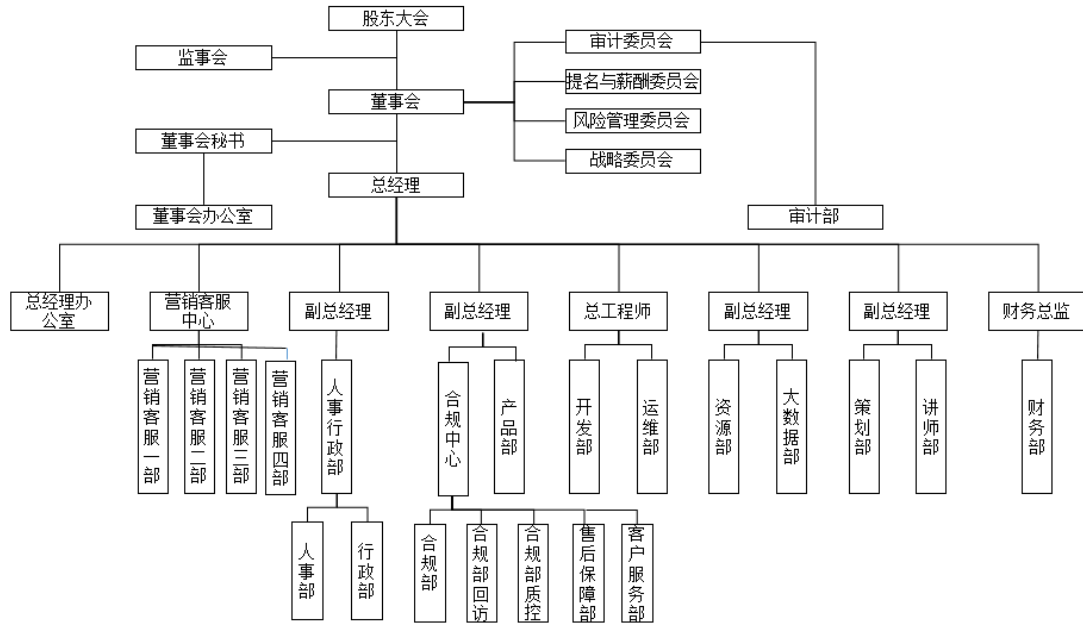
（一）发行人的股权结构

截至本招股意向书签署日，发行人股东及子公司的股权结构如下图所示：



（二）发行人组织结构

1、公司组织结构图



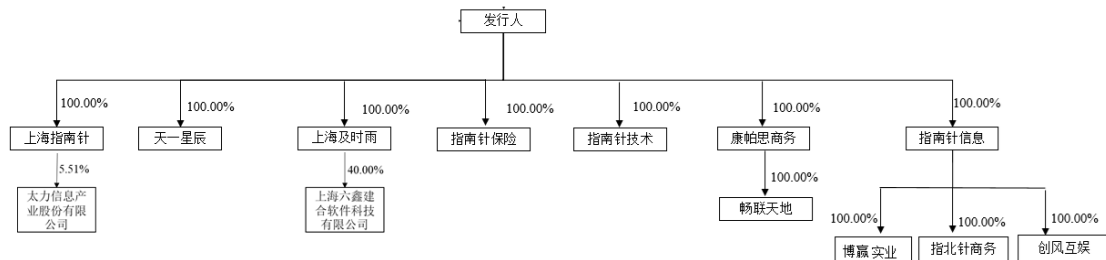
2、公司各部门职能

部门	职能
总经理办公室	负责协调与政府主管部门及机构的对外联络、公司内部会议的安排、证照管理及信息的整理和分析
董事会办公室	处理董事会日常事务，与证券监管机构、中介机构、证券交易所联系沟通
营销客服中心	制定年度营销战略并实施，负责客户服务
合规中心	制定质检目标并实施相关计划，保证公司相关业务合规合法开展
人事行政部	处理解决公司日常人事劳动方面的工作，组织办理人员选聘及录用，负责公司行政管理制度的制订、落实、执行及各部门之间的工作协调
产品部	负责制订产品线路规划，收集用户反馈并制定产品升级计划，负责基础数据采集、监控及校验
开发部	负责新技术研发，创新，及现有产品的改进
运维部	对公司现有硬件系统进行监控、维护和升级
资源部	负责公司电子管理系统的开发、研究及管理，并负责公司业务的互联网推广工作
大数据部	全面负责大数据的存储与管理
策划部	制定市场营销策略，并对营销效果的监控、评估及修正
讲师部	组织针对新员工的内部培训，组织录制针对产品用户的软件培训视频
财务部	负责公司的会计核算、资金管理、调度工作；公司年度、半年度财务审计及税务审计工作；公司银行帐户维护和管理；公司的纳税管理工作等

审计部	审核月度财务报表、经营管理报表，核实其财务状况、经营成果，分析公司各项财务指标，对经营目标完成情况进行监控和对比分析
-----	--

六、发行人控股子公司、参股公司情况

截至本招股意向书签署日，发行人拥有 7 家全资子公司、4 家全资孙公司，另有 2 家参股公司，具体如下：



（一）全资子公司基本情况

1、天一星辰

公司名称：天一星辰（北京）科技有限公司

统一社会信用代码：91110101790679811C

住所：北京市东城区后永康胡同 17 号 A211 室

法定代表人：常承

成立时间：2006 年 6 月 27 日

注册资本：1,000 万元

实收资本：1,000 万元

经营范围：技术开发；技术转让；技术咨询；技术培训；技术服务；承办展览展示；组织文化艺术交流；企业形象策划；公关策划；会议服务；企业管理咨询；财务咨询（不得开展审计、验资、查帐、评估、会计咨询、代理记账等需经专项审批的业务，不得出具相应的审计报告、验资报告、查帐报告、评估报告等文字材料）；设计、制作、代理、发布广告；销售计算机、软件及辅助设备；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、电子公告服务）（电信和信息服务业务经营许可证有效期至 2019 年 12 月 02 日）；从事证券投资咨询业务；从事互联网文化活动；第二类增值电信业务中的国内呼叫中心业务、信息服务业务（不含互联网信息服务）增值电信业务经营许可证有效期至

2021年09月05日)。(“1、未经有关部门批准,不得以公开方式募集资金;2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动;3、不得发放贷款;4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保;5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”;企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;从事互联网文化活动以及依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)

发行人在2014年收购天一星辰后,在企业内部进行了业务整合,将天一星辰原投资咨询业务转移至发行人统一经营和管理,整合完成后天一星辰的主要业务转变为向发行人提供技术及研发支持服务。

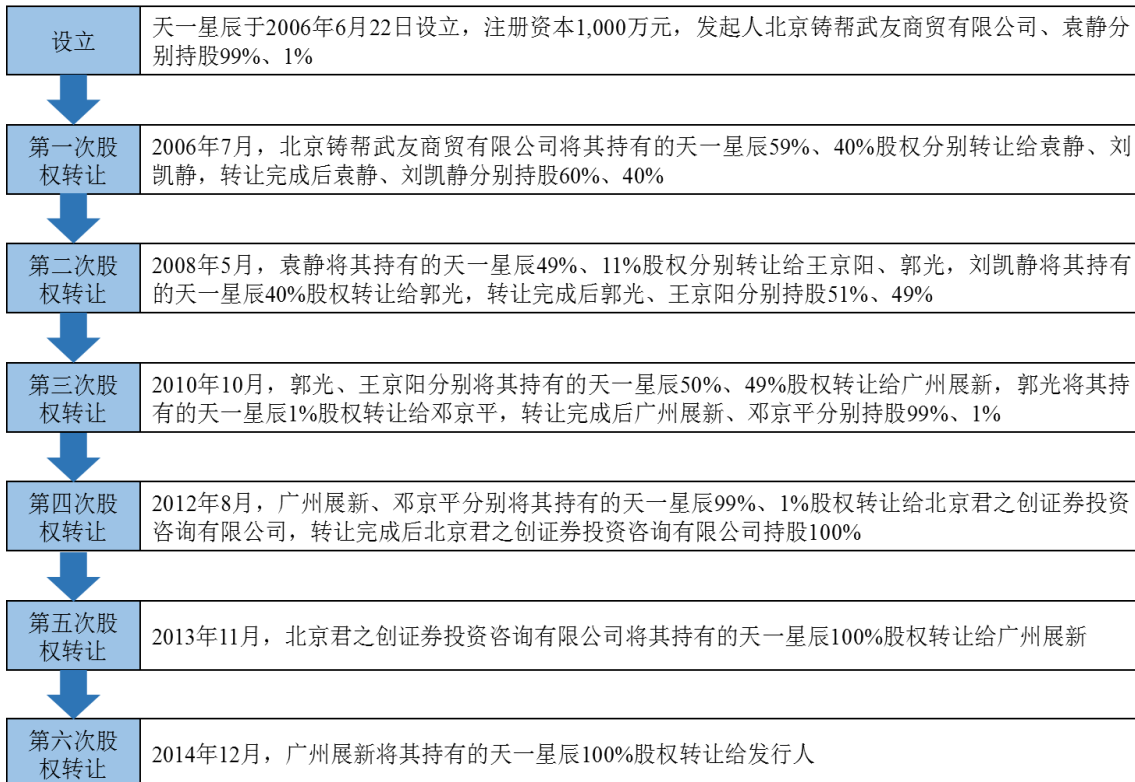
天一星辰经致同所审计的最近一年及一期主要财务数据(合并口径)如下:

单位:万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
资产总额	10,459.21	9,206.41
负债总额	2,503.99	1,154.05
净资产	7,955.22	8,052.35
项目	2019年1-6月	2018年
营业收入	5,756.78	3,507.65
营业成本	2,343.35	62.36
销售费用	3,056.50	3,044.36
管理费用	502.52	1,387.47
财务费用	-0.23	-3.71
净利润	-98.45	-795.16

2017年发行人将原交由天一星辰实施的内部技术开发工作逐步转移至母公司实施进行,2018年下半年天一星辰实施业务转型,从为发行人提供技术支撑服务转型为提供劳务服务,2018年实现营业收入为3,507.65万元,由于业务转型处于初期阶段,收入体量不能覆盖成本费用导致当期出现一定幅度的经营性亏损。2019年1-6月天一星辰营业收入增至5,756.78万元,净利润为-98.45万元,基本实现盈亏平衡。

天一星辰简要历史沿革情况如下图所示:



中国证监会《证券投资顾问业务暂行规定》（证监会公告[2010]27号）规定，证券公司、证券投资咨询机构接受客户委托，按照约定向客户提供涉及证券及证券相关产品的投资建议服务，辅助客户作出投资决策，并直接或者间接获取经济利益的经营活动的，属于从事证券投资咨询业务，应当经中国证监会许可并取得证券投资咨询业务资格。广州展新于2011年9月收购具有证券投资咨询业务资格的北京君之创证券投资咨询有限公司100%股权，并于2012年8月将所持天一星辰股权转让给君之创，主要系解决天一星辰当时尚未取得证券投资咨询业务资格的业务经营问题，改由君之创作为从事证券投资咨询业务的主体。

2013年7月，经中国证监会《关于核准天一星辰（北京）科技有限公司从事证券投资咨询业务的批复》（证监许可[2013]915号）批复，天一星辰取得相应证券投资咨询业务资格证书。根据中国证监会关于证券投资咨询业务资质“减一增一”要求，证券投资咨询机构及其关联机构应将其证券投资咨询业务进行整合，因此君之创注销相应资质并不再从事证券投资咨询业务。2013年11月，天一星辰控股权由君之创转回至广州展新。为解决发行人与天一星辰存在的潜在同业竞争问题并有效进行业务整合，广州展新于2014年12月将天一星辰100%股权转

让给发行人。

2、上海指南针

公司名称：上海指南针创业投资有限公司

统一社会信用代码：91310109752480668J

住所：长阳路 235 号 835 室

法定代表人：陈宽余

成立时间：2003 年 7 月 14 日

注册资本：6,000 万

实收资本：6,000 万

经营范围：实业投资，投资管理，投资咨询，企业形象策划（除广告），商务咨询（除经纪）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

上海指南针经致同所审计的最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
资产总额	5,797.73	5,816.88
负债总额	95.14	95.67
净资产	5,702.59	5,721.21
项目	2019 年 1-6 月	2018 年度
营业收入	-	-
营业成本	0.52	1.04
销售费用	-	-
管理费用	17.88	35.62
财务费用	0.22	0.49
净利润	-18.62	-37.40

报告期内上海指南针未开展经营性业务，2018 年和 2019 年 1-6 月均未实现营业收入。

3、上海及时雨

公司名称：上海及时雨网络科技有限公司

统一社会信用代码：913101087851545786

住所：上海市中山北路 470 号 5 幢 320 室

法定代表人：陈宽余

成立时间：2006年1月23日

注册资本：1,000万元

实收资本：1,000万元

经营范围：网络信息技术专业领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，计算机软件的研发、设计、制作、数据处理，网络工程的安装、调试、维护，投资管理，投资咨询（除经纪）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

上海及时雨经致同所审计的最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
资产总额	1,061.66	3,883.79
负债总额	40.59	2,861.74
净资产	1,021.07	1,022.06
项目	2019年1-6月	2018年度
营业收入	-	-
营业成本	-	-
销售费用	-	-
管理费用	0.80	0.83
财务费用	0.19	0.36
净利润	-0.99	-1.43

报告期内上海及时雨未开展经营性业务，2018年和2019年1-6月均未实现营业收入。发行人拟将上海及时雨进行注销，相关手续正在办理过程中。

4、指南针保险

公司名称：北京指南针保险经纪有限公司

统一社会信用代码：91110105MA0017H349

住所：北京市昌平区北七家镇七北路42号院2号楼1单元301室

法定代表人：陈宽余

成立时间：2015年10月12日

注册资本：5,000万元

实收资本：5,000 万元

经营范围：保险经纪业务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；保险经纪业务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

指南针保险于 2015 年 12 月 16 日取得中国保险监督管理委员会核发的“保监许可[2015]1212 号”《关于北京指南针保险经纪有限公司经营保险经纪业务的批复》，并于 2015 年 12 月 24 日取得了“0010855 号”《经营保险经纪业务许可证》，报告期内主要开展针对发行人金融信息服务业务高净值客户群的保险经纪业务。

指南针保险经致同所审计的最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	8,595.55	3,427.27
总负债	5,540.06	642.09
净资产	3,055.49	2,785.18
项目	2019 年 1-6 月	2018 年度
营业收入	27.45	697.17
营业成本	6.77	76.03
销售费用	69.15	342.15
管理费用	10.98	48.73
财务费用	-183.82	-2.24
净利润	270.12	-122.40

保险经纪业务是发行人的非核心业务，受 2018 年证券市场下行及市场情绪低迷的影响，保险经纪业务目标客户对保险产品的购买意愿不强，同时发行人结合市场环境对当期保险经纪业务规模也进行了适当调整，因此指南针保险营业收入于 2018 年开始有所下降，同时当期因递延所得税转回导致所得税费用有所增加，进而产生一定亏损。2019 年 6 月末指南针保险的资产总额、负债总额较报告期其他年度未有所增长，系指南针保险当期与发行人合并报表范围内其他主体往来在期末留有余额所致。

5、指南针技术

公司名称：北京指南针技术服务有限公司

统一社会信用代码：91110105MA0032XRXW

住所：北京市朝阳区湖光北街 9 号 03 层 301 内 3066

法定代表人：陈宽余

成立时间：2016 年 1 月 11 日

注册资本：1,000 万元

实收资本：1,000 万元

经营范围：技术推广服务；经济贸易咨询；企业管理；承办展览展示活动；会议服务；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）。（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。）

指南针技术经致同所审计的最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	744.53	738.31
总负债	343.72	343.72
净资产	400.81	394.59
项目	2019 年 1-6 月	2018 年度
营业收入	-	-
营业成本	-	-
销售费用	-	-
管理费用	0.62	20.02
财务费用	0.01	-0.28
净利润	6.22	-119.20

报告期初指南针技术主要为公司提供客户服务人员培训管理及其他商务辅助功能和服务，2017 年公司将其相关业务及人员调整至康帕思商务，2018 年以来指南针技术未开展实际经营性活动，发行人计划未来将其进行注销。

6、康帕思商务

公司名称：北京康帕思商务服务有限公司

统一社会信用代码：91110114MA00ADBR8C

住所：北京市昌平区北七家镇七北路 42 号院 3 号楼 3 层 3 单元 301

法定代表人：陈宽余

成立时间：2016 年 12 月 15 日

注册资本：3,000 万元

实收资本：3,000 万元

经营范围：公共关系服务、企业形象策划、经济贸易咨询、教育咨询（不含中介服务）；出租商业用房、出租办公用房；物业服务；企业管理；市场调查；技术服务、技术咨询、技术推广、技术开发、技术转让；组织文化艺术交流活动（不含演出）；基础软件服务；应用软件开发（不含医疗软件）；设计、制作、代理、发布广告；经营电信业务。（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。）

康帕思商务经致同所审计的最近一年及一期主要财务数据（合并口径）如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	28,043.50	29,702.60
总负债	25,349.92	26,839.14
净资产	2,693.58	2,863.45
项目	2019年1-6月	2018年度
营业收入	4,051.33	10,675.08
营业成本	216.46	556.32
销售费用	3,438.28	8,803.93
管理费用	464.56	799.26
财务费用	-0.06	-0.89
净利润	-170.85	235.55

康帕思商务设立时主要承担公司办公房产及物业管理的相关职能，2017 年承接指南针技术的相关人员和业务后，开始负责发行人在北京地区的销售及售后支持性服务工作，招聘专门的客服人员并进行培训管理，2018 年和 2019 年 1-6 月康帕思商务的营业收入均主要由上述服务工作产生。截至 2019 年 6 月末，康帕思商务的资产主要为发行人位于北京市昌平区北七家镇云集园的办公房产。

7、指南针信息

公司名称：广东指南针信息技术有限公司

统一社会信用代码：91440605MA4WBCFL39

住所：佛山市南海区桂城街道融通路 22 号智富大厦 3 层 305 室（住所申报）

法定代表人：王科

成立时间：2017 年 3 月 21 日

注册资本：10,000 万元

经营范围：软件和信息技术服务业；科技中介服务（科技信息咨询服务）；会议及展览服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

指南针信息经致同所审计的最近一年及一期主要财务数据（合并口径）如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	14,871.26	9,920.11
总负债	9,609.86	2,071.74
净资产	5,261.40	7,848.37
项目	2019 年 1-6 月	2018 年度
营业收入	1,641.51	3,054.09
营业成本	308.27	583.45
销售费用	3,285.72	3,520.74
管理费用	321.13	662.09
财务费用	100.39	0.42
净利润	-2,589.00	-1,673.87

指南针信息主要承担发行人在广州地区的售后支持与服务职能，同时代理发行人进行广告投放以实现分散投放降低成本、优化投放效果的目标，其收入和成本费用主要与其子公司指北针商务产生。2019 年 6 月末指南针信息的资产总额、负债总额较报告期其他年度末有所增长，此系指南针信息当期与发行人合并报表范围内其他主体产生的往来在期末留有余额所致。

（二）控股和全资孙公司基本情况

截至本招股意向书签署日，发行人拥有 4 家全资孙公司，具体情况如下：

1、指北针商务

公司名称：广东指北针商务服务有限公司

统一社会信用代码：91440605MA4WUPPJXG

住所：佛山市南海区桂城街道融通路 22 号智富大厦 3 层 306 室（住所申报）

法定代表人：王科

成立时间：2017年7月18日

注册资本：3,000万元

实收资本：3,000万元

经营范围：其他未列明商务服务（机构商务代理服务、公司礼仪服务、个人商务服务、各种项目的策划服务与公关服务、大型活动组织服务）；市场调查；会议及展览服务；社会经济咨询（经济与商务咨询服务、教育咨询服务）其他技术推广服务（其他技术开发、咨询、交流、转让、推广服务）；软件开发；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；自有房地产经营活动；广告服务。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动。）（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）。

指北针商务经致同所审计的最近一年及一期主要财务数据（合并口径）如下

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	3,457.60	1,320.86
总负债	734.14	334.06
净资产	2,723.45	986.80
项目	2019年1-6月	2018年度
营业收入	2,168.87	2,693.40
营业成本	-	-
销售费用	2,263.69	2,544.50
管理费用	4.45	59.75
财务费用	0.12	0.22
净利润	-263.35	68.08

2018年指北针商务实现营业收入2,693.40万元主要来自为发行人广州地区业务团队提供客服及售后服务的劳务收入和广告代理投放收入，当期销售费用2,544.50万元，主要由上述销售客服人员的薪酬构成。2019年1-6月因公司进行高端产品集中销售，加大广告投放力度，指北针商务当期营业收入大幅增长，但因广告销售费用增速较快导致净利润为-263.35万元。

2、博赢实业

公司名称：深圳市博赢实业有限公司

统一社会信用代码：91440300MA5DBTH3XG

住所：深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）

法定代表人：王科

成立时间：2016年4月29日

注册资本：1,500万元

实收资本：1,500万元

经营范围：一般经营项目是：投资兴办实业（具体项目另行申报）；股权投资；创业投资业务；计算机网络的技术开发、技术转让、技术服务；计算机系统服务；软件开发；基础软件服务。（以上各项法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），许可经营项目是：电信业务经营。

2019年3月，公司子公司广东指南针与博赢实业原股东林峰和陈靖签订股权转让协议，约定以1元加承担该公司债务10.67万元受让该公司100%股份，2019年3月完成工商变更登记。

博赢实业最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	1,541.08	10.42
总负债	1.55	3.30
净资产	1,539.53	7.12
项目	2019年1-6月	2018年度
营业收入	29.13	15.00
营业成本	-	12.00
销售费用	6.00	-
管理费用	21.10	-3.65
财务费用	-0.01	0.11
净利润	29.43	4.88

注：致同所对博赢实业被公司收购后的财务数据进行了审计，博赢实业2018年和2019年1-2月财务数据未经审计。

博赢实业拥有工信部颁发的编号为“B2-20171107”的增值电信业务经营许可证。自设立至被收购前，博赢实业开展了少量技术服务业务，但业务规模极小，2018年营业收入仅为15.00万元。2019年3月发行人子公司指南针信息收购博赢实业后将其用于开展电信增值业务。

3、畅联天地

公司名称：北京畅联天地网络科技有限公司

统一社会信用代码：91110105MA01CWNE17

住所：北京市朝阳区小营路9号3号楼2层204

法定代表人：冷晓翔

成立时间：2018年6月14日

注册资本：1,000万元

实收资本：1,000万元

实收资本：0万元

经营范围：从事互联网文化活动;经营电信业务；计算机系统服务；技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；基础软件服务；应用软件开发（不含医用软件）；销售计算机、软件及辅助设备；设计、制作、代理、发布广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；从事互联网文化活动、经营电信业务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

2019年5月，公司子公司康帕思商务与畅联天地原股东周元通和刘俊签订股权转让协议，约定以1.3万元受让该公司100%股份，2019年6月完成工商变更登记。

畅联天地最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	0.28	3.50
总负债	-	0.51
净资产	0.28	2.99

项目	2019年1-6月	2018年度
营业收入	-	-
营业成本	-	-
销售费用	-	-
管理费用	3.01	5.23
财务费用	-0.00	-0.00
净利润	-3.01	-5.23

注：致同所对畅联天地被公司收购后的财务数据进行了审计，畅联天地 2018 年和 2019 年 1-4 月财务数据未经审计。

畅联天地拥有工信部颁发的编号为“B2-20184127”的增值电信业务经营许可证，自设立以来未开展实际经营业务。2019 年 6 月发行人全资子公司康帕思商务收购畅联天地后，未来计划将其用于开展电信增值业务。

4、创风互娱

公司名称：深圳市创风互娱网络科技有限公司

统一社会信用代码：91440300MA5ETN3U46

住所：深圳市福田区沙头街道天安社区泰然五路 12 号天安数码城天祥大厦
四层 4A23C

法定代表人：王科

成立时间：2017 年 11 月 2 日

注册资本：1,000 万元

实收资本：1,000 万元

实收资本：0 万元

经营范围：电脑游戏软件、手机游戏软件及其它互动娱乐产品的技术开发；电脑软件的设计；电子信息技术的技术开发；计算机软硬件的技术开发、销售；动漫游戏设计；游戏软件的销售；网页设计；数据处理、应用软件、手机软件的技术开发；电子产品、通讯设备、计算机软硬件及其辅助设备的销售；电脑动画设计；从事广告业务。（以上项目法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），许可经营项目是：电信业务经营；经营性互联网信息服务企业。

2019 年 7 月，公司子公司指南针信息与创风互娱原股东陈晓燕、许晓如签

订股权转让协议，约定以 1.00 万元受让该公司 100% 股份，2019 年 7 月完成工商变更登记。创风互娱拥有工信部颁发的编号为“B2-20181071”的增值电信业务经营许可证，自设立以来未开展实际经营业务。2019 年 7 月发行人全资子公司指南针信息收购创风互娱后，未来计划将其用于开展电信增值业务。

（三）发行人处置子公司情况

报告期内，公司注销了原全资子公司广州指南针，并对外转让了天一星辰所持有的原控股孙公司驼峰科技全部股权，具体情况如下：

1、广州指南针

项目	内容
公司名称	广州指南针通信科技有限公司
统一社会信用代码	91440101596184049G
住所	广州市天河区华夏路 28 号富力盈信大厦 3412D 房
法定代表人	陈宽余
成立时间	2012 年 5 月 25 日
注销时间	2018 年 6 月 27 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
经营范围	信息系统集成服务；信息技术咨询服务；软件开发；电子、通信与自动控制技术研究、开发；通信工程设计服务；通信系统工程服务；数据处理和存储服务。

广州指南针自成立以来未开展经营业务，因此发行人将其注销，并于 2018 年 6 月 27 日办理完成了注销手续。

2、驼峰科技

项目	内容
公司名称	北京驼峰科技有限公司
统一社会信用代码	911101013398410528
住所	北京市东城区永康胡同 17 号 155C 室
法定代表人	马涛
成立时间	2015 年 5 月 5 日
注册资本	333 万元
实收资本	333 万元
经营范围	技术开发；技术咨询；技术转让；技术服务；经济信息咨询；企业管理；财务咨询（不得开展审计、验资、查帐、评估、会计咨询、代理记账等需经专项审批的业务，不得出具相应的审计报告、验资报告、查帐报告、评估报告等文字材料。）；设计、制作、代理、发布广告；

销售计算机、软件及辅助设备。(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。)

2016年驼峰科技开发了面向保险代理人社群的工具APP纪家保险,该产品主要为保险代理人提供各种保险营销管理工具及服务,并在2016年和2017年形成少量收入。由于驼峰科技长期未能找到合适的经营模式且持续亏损,发行人与驼峰科技其他股东经商议决定自2018年起停止驼峰科技相关经营业务。

2018年11月30日,天一星辰与马涛签署《股权转让协议》,天一星辰将其持有的驼峰科技50.15%股权全部转让给马涛,并于2018年12月10日完成工商变更登记。本次股权转让完成后,天一星辰不再持有驼峰科技股权,驼峰科技的股权结构如下:

序号	股东姓名	出资额(万元)	持股比例(%)
1	马涛	267.00	80.18
2	范文静	66.00	19.82
合计		333.00	100.00

(四) 参股公司情况

截至本招股意向书签署日,发行人参股公司的基本情况如下:

公司名称	成立日期	注册地	注册资本(万元)	持股比例	主营业务	备注
太力信息产业股份有限公司	1999.8.4	北京市	3,520	5.51%	电子计算机软硬件及网络系统、通讯网络系统、自动化控制系统的技术开发技术咨询技术服务、技术转让技术培训	已于2014年和2015年全额计提减值
上海六鑫建合软件科技有限公司	2009.7.21	上海市	100	40%	计算机、网络信息、系统集成技术专业领域内的“四技”服务等	发行人已于2010年对该资产计提全额减值准备,并于2015年进行了核销,目前该公司正在办理注销事宜

(五) 分公司情况

截至本招股意向书签署日,发行人仅拥有北京指南针科技发展股份有限公司广东分公司(以下简称“指南针广东分公司”)1家分公司,指南针广东分公司作为发行人在广东地区的经营实体,主要负责联系总公司业务及售后服务工作。报告期内,指南针保险曾拥有北京指南针保险经纪有限公司天津分公司(以下简称“指南针保险天津分公司”)、北京指南针保险经纪有限公司青岛分公司(以下简称“指南针保险青岛分公司”)2家分公司,上述两家分公司报告期内未开展实际经营业务,并分别于2018年8月15日、2019年7月8日完成注销手续。

发行人分公司的具体信息如下:

序号	名称	成立时间	注册地	经营范围	经营状态
1	指南针广东分公司	2015.10.22	佛山市	联系总公司业务	正常经营
2	指南针保险青岛分公司	2017.10.20	青岛市	保险经纪业务	已注销
3	指南针保险天津分公司	2017.11.10	天津市	保险经纪业务	已注销

七、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

(一) 公司控股股东情况

截至本招股意向书签署日,广州展新持有公司165,626,536股股份,占公司总股本的47.58%,为公司控股股东。除广州展新外,公司不存在其他直接持股5%以上的股东。

1、广州展新基本情况

公司名称:广州展新通讯科技有限公司

统一社会信用代码:91440101558376656A

成立时间:2010年7月14日

注册资本:4,000万元

实收资本:4,000万元

注册地址:广州市天河区华夏路28号富力盈信大厦3412C

经营范围:研究和试验发展(具体经营项目请登录广州市商事主体信息公示平台查询。依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)。

广州展新自 2010 年 7 月设立以来，主要作为持股平台持有下属公司股权，未开展实际业务的经营，报告期内其股权结构未发生变更，截至本招股意向书签署日，广州展新的股权结构如下表所示：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	黄少雄	1,420.00	35.50
2	徐兵	1,000.00	25.00
3	陈锋	600.00	15.00
4	熊明宇	352.00	8.80
5	聂澎	296.00	7.40
6	刘炳海	136.00	3.40
7	常承	136.00	3.40
8	朱曦	60.00	1.50
合计		4,000.00	100.00

2、财务数据

广州展新 2018 年度财务报告数据经广州裕邦会计师事务所（普通合伙）审计，并出具了文号为“裕邦审字[2019]第 0091 号”的《审计报告》。

广州展新最近一年及一期的简要财务数据（母公司）如下所示：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	5,445.13	5,455.29
总负债	4,310.64	4,171.79
净资产	1,134.49	1,283.50
项目	2019 年 1-6 月	2018 年度
营业收入	-	-
利润总额	-149.01	-534.07
净利润	-149.01	-534.07

注：广州展新 2019 年 1-6 月财务数据未经审计。

2018 年和 2019 年 1-6 月，广州展新未开展实际经营业务，未产生营业收入，亏损主要系租赁办公场所产生的管理费用所致。

（二）公司实际控制人情况

公司实际控制人为黄少雄和徐兵，报告期内未发生变动。公司实际控制人的认定依据及简历情况请见本招股意向书“第二节 概览”之“二、控股股东及实际控

制人”之“（二）实际控制人”。

（三）公司控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况

公司控股股东和实际控制人直接控股的其他企业基本信息如下表所示：

1、北京创之君咨询有限公司

成立时间：1993年8月11日

注册资本：1,000万元

实收资本：1,000万元

注册地址：北京市朝阳区姚家园路105号1号楼6层705室

股权及控制关系：广州展新直接持有100%股权

经营范围：企业管理咨询；企业购并咨询；资产重组咨询；财务顾问（不得开展审计、验资、查帐、评估、会计咨询、代理记账等需经专项审批的业务，不得出具相应的审计报告、验资报告、查帐报告、评估报告等文字材料）；软件设计。（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。）

主要业务：该公司目前无实际经营业务。

创之君最近一年及一期的主要财务数据情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	12.10	13.34
总负债	1,728.98	1,728.98
净资产	-1,716.88	-1,715.64
项目	2019年1-6月	2018年度
营业收入	-	-
利润总额	-1.24	-156.40
净利润	-1.24	-156.40

注：以上数据未经审计。

广州展新于2011年9月收购具有证券投资咨询业务资格的北京君之创证券投资咨询有限公司（后更名为北京创之君咨询有限公司）100%股权，主要为解决天一星辰当时尚未取得证券投资咨询业务资格的业务经营问题，改由君之创作

为从事证券投资咨询业务的主体。2013年7月，经中国证监会《关于核准天一星辰（北京）科技有限公司从事证券投资咨询业务的批复》（证监许可[2013]915号）批复，天一星辰取得中国证监会颁布的证券投资咨询业务资格证书。根据中国证监会关于投资咨询业务资质“减一增一”要求，君之创注销相应资质，其下属其他分、子公司亦不再从事证券投资咨询业务。2016年7月5日，君之创更名为北京创之君咨询有限公司并取得北京市工商行政管理局朝阳分局换发的《企业法人营业执照》。2018年以来创之君未开展实际经营，2018年及2019年1-6月均未产生营业收入。

2、广州正辰投资有限公司

成立时间：2011年4月21日

注册资本：1,000万元

实收资本：1,000万元

注册地址：广州市天河区华夏路28号富力盈信大厦3412E

经营范围：企业自有资金投资

主要业务：主要从事企业投资业务

广州正辰投资有限公司的股权及控制关系具体如下表所示：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例
1	徐兵	400.00	40.00%
2	黄少雄	300.00	30.00%
3	夏文峰	300.00	30.00%
合计		1,000.00	100.00%

广州正辰投资有限公司最近一年及一期的主要财务数据情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	11,757.16	11,283.88
总负债	12,189.06	11,639.06
净资产	-431.89	-355.17
项目	2019年1-6月	2018年度
营业收入	-	-
利润总额	-76.72	-202.83

净利润	-76.72	-202.83
-----	--------	---------

注：以上数据未经审计。

广州正辰投资有限公司持有 Zenstar Investment Co., Ltd. 公司 100% 股权，Zenstar Investment Co., Ltd. 基本信息如下：

成立时间：2014 年 11 月 20 日

注册资本：1 美元

注册地址：P.O.Box 957, Offshore Incorporations Center, Road Town, Tortola, British Virgin Islands

主要业务：海外房地产项目开发

Zenstar Investment Co., Ltd. 最近一年及一期的主要财务数据情况如下表所示：

单位：万元（港币）

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	0.15	0.14
总负债	3.64	3.54
净资产	-3.49	-3.40
项目	2019 年 1-6 月	2018 年度
营业收入	-	-
利润总额	-0.09	-0.30
净利润	-0.09	-0.30

注：以上数据未经审计。

3、Favour Reach Investments Limited（润达投资有限公司）

成立时间：2011 年 12 月 12 日

注册资本：1 美元

注册地址：P.O.Box 957, Offshore Incorporations Center, Road Town, Tortola, British Virgin Islands

主要业务：对外投资

股权及控制关系：发行人实际控制人之一黄少雄先生直接持有 100% 股权。

Favour Reach Investments Limited 最近一年及一期的主要财务数据情况如下表所示：

单位：万元（港币）

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	6,034.84	6,034.82
总负债	6,034.36	6,034.26
净资产	0.48	0.56
项目	2019年1-6月	2018年度
营业收入	-	-
利润总额	-0.08	-2.51
净利润	-0.08	-2.51

注：以上数据未经审计。

润达投资有限公司还持有 Nubian (HK) Company Limited (圣悦(香港)有限公司) 和 Dynamic Empire Investments Limited (鼎茂投资有限公司) 100% 股权。

(1) Nubian (HK) Company Limited (圣悦(香港)有限公司)

成立时间：2010年10月29日

注册资本：1美元

注册地址：Rooms 1304/05,13/F,Easey Commercial Building, 253-261 Hennessy Road, Wanchai, HK

主要业务：海外房地产项目开发

Nubian (HK) Company Limited 最近一年及一期的主要财务数据情况如下表所示：

单位：万元（港币）

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	1.02	1.07
总负债	6.14	6.14
净资产	-5.12	-5.07
项目	2019年1-6月	2018年度
营业收入	-	-
利润总额	-0.05	-0.41
净利润	-0.05	-0.41

注：以上数据未经审计。

(2) Dynamic Empire Investments Limited (鼎茂投资有限公司)

成立时间：2011年11月25日

注册资本：1 美元

注册地址：Rooms1304/05,13/F,Easey Commercial Building, 253-261 Hennessy Road, Wanchai, HK

主要业务：海外房地产项目开发

Dynamic Empire Investments Limited 最近一年及一期的主要财务数据情况如下表所示：

单位：万元（港币）

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	1.01	1.02
总负债	5.07	5.07
净资产	-4.16	-4.05
项目	2019 年 1-6 月	2018 年度
营业收入	-	-
利润总额	-0.11	-0.38
净利润	-0.11	-0.38

注：以上数据未经审计。

4、A Grade Corporation Limited（优等有限公司）

成立时间：2017 年 1 月 6 日

注册资本：2 港币

注册地址：中国香港特别行政区铜锣湾礼顿道 36 号 20B

主要业务：尚未实际开展业务

股权及控制关系：发行人实际控制人之一徐兵先生与其配偶各直接持有 50% 股权。

A Grade Corporation Limited 已于 2017 年度完成注册，其业务发展方向是海外物业管理及房产中介。A Grade Corporation Limited 最近一年及一期的财务数据如下：

单位：万元（港币）

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	1,390.94	1,392.80
总负债	1,395.07	1,395.07
净资产	-4.13	-2.27

项目	2019年1-6月	2018年度
营业收入	-	-
利润总额	-1.86	-
净利润	-1.86	-2.27

注：以上数据未经审计。

2018年7月16日，A Grade Corporation Limited 与相关方签署了收购了 Hui Shun Limited（汇顺有限公司）100%股权的协议，截至本招股意向书签署日各方已完成了相关登记手续。Hui Shun Limited 的基本情况如下：

公司名称：Hui Shun Limited（汇顺有限公司）

成立时间：2011年10月18日

注册资本：1美元

注册地址：Vistra Corporate Services Centre, Wickhams Cay II, Road Town, Tortola, VG1110, BVI

经营范围：在注册地法律允许的经营活动。

Hui Shun Limited 在被收购之前主要从事物业出租业务，与发行人主营业务无关。本次收购完后，A Grade Corporation Limited 对 Hui Shun Limited 尚无业务调整计划。Hui Shun Limited 最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元（港币）

项目	2019.6.30	2018.12.31
总资产	888.68	888.68
总负债	983.12	983.12
净资产	-94.44	-94.44
项目	2019年1-6月	2018年度
营业收入	-	12.12
利润总额	-	-28.67
净利润	-	-28.67

注：以上数据未经审计。

（四）控股股东和实际控制人持有的股份质押或其他有争议的情况

截至本招股意向书签署日，发行人控股股东广州展新及实际控制人黄少雄、徐兵先生持有及控制的发行人股份不存在质押和其他有争议的情况。

（五）公司持股 5% 以上的其他主要股东

截至本招股意向书签署日，除广州展新外，公司无其他直接持股 5% 以上的股东。陈锋先生持有广州展新 15.00% 的股权，并通过广州展新间接持有发行人 7.14% 的股份，为公司间接持股 5% 以上的主要股东。

陈锋先生，男，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 14010419711207****；1994 年毕业于北京航空航天大学，获学士学位；曾任首钢机电公司设计研究院设计员，亚信电脑网络（北京）有限公司市场部经理，美国 UT 斯达康中国有限公司市场部经理，北京网擎科技有限公司董事、副总经理，现任北京掌上网科技有限公司董事长。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后股本情况

公司发行前股本为 348,099,999 股，以本招股意向书签署日的股权结构为基准，假设本次公开发行 56,900,000 股股票，不存在老股转让，且发行前前十名股东不参与本次公开发行股份的认购，则本次发行前后公司前十名股东及股本结构如下：

序号	股东姓名/名称	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	广州展新	165,626,536	47.58	165,626,536	40.90
2	陈宽余	13,723,963	3.94	13,723,963	3.39
3	任民	12,815,480	3.68	12,815,480	3.16
4	隋雅丽	12,318,376	3.54	12,318,376	3.04
5	鞠建国	10,104,813	2.90	10,104,813	2.50
6	熊玲玲	7,354,021	2.11	7,354,021	1.82
7	王岚	7,289,375	2.09	7,289,375	1.80
8	张春林	6,209,177	1.78	6,209,177	1.53
9	倪祖根	5,572,917	1.60	5,572,917	1.38
10	杨新宇	5,103,515	1.47	5,103,515	1.26
前十名股东合计		246,118,173	70.70	246,118,173	60.77
股本总额		348,099,999	100.00	404,999,999	100.00

（二）前十名自然人股东持股及在发行人处担任职务情况

截至本招股意向书签署日，发行人前十名自然人股东的持股及任职情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（股）	持股比例（%）	任职情况
1	陈宽余	13,723,963	3.94	董事、总经理
2	任民	12,815,480	3.68	无
3	隋雅丽	12,318,376	3.54	无
4	鞠建国	10,104,813	2.90	无
5	熊玲玲	7,354,021	2.11	无
6	王岚	7,289,375	2.09	无
7	张春林	6,209,177	1.78	核心员工
8	倪祖根	5,572,917	1.60	无
9	杨新宇	5,103,515	1.47	无
10	孙德兴	4,658,123	1.34	无

（三）申报前最近一年发行人新增股东的持股情况

1、新增股东的基本情况

发行人本次首次公开发行申请申报前一年新增股东目前的持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	持有人类别	持有数量（股）	持股比例（%）
1	任民	境内自然人	12,815,480	3.681551
2	隋雅丽	境内自然人	12,318,376	3.538746
3	熊玲玲	境内自然人	7,354,021	2.112617
4	倪祖根	境内自然人	5,572,917	1.600953
5	宁波睿石嘉福创业投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	4,331,271	1.244261
6	王硕	境内自然人	3,343,750	0.960572
7	摩天石投资控股有限公司	境内非国有法人	2,675,000	0.768457
8	陈徽	境内自然人	2,499,597	0.718069
9	金燕霞	境内自然人	2,296,042	0.659593
10	何建东	境内自然人	2,229,167	0.640381
11	张丹	境内自然人	1,531,438	0.439942
12	常承	境内自然人	1,114,583	0.320190

13	丁辉	境内自然人	1,029,875	0.295856
14	刘翠霞	境内自然人	1,009,813	0.290093
15	田玉环	境内自然人	1,003,125	0.288172
16	齐春燕	境内自然人	920,646	0.264477
17	林彦铖	境内自然人	851,129	0.244507
18	童馨萱	境内自然人	769,063	0.220932
19	于壮成	境内自然人	753,458	0.216449
20	吴舒昕	境内自然人	753,458	0.216449
21	崔景生	境内自然人	724,479	0.208124
22	李海虹	境内自然人	668,750	0.192114
23	刘辉	境内自然人	577,354	0.165859
24	曹勇宾	境内自然人	512,708	0.147288
25	陈俊	境内自然人	490,417	0.140884
26	丘培娥	境内自然人	490,417	0.140884
27	姚远	境内自然人	481,500	0.138322
28	王军国	境内自然人	479,271	0.137682
29	胡国强	境内自然人	456,979	0.131278
30	郑勇	境内自然人	456,979	0.131278
31	刘小丽	境内自然人	445,833	0.128076
32	王科	境内自然人	436,917	0.125515
33	朱敏建	境内自然人	425,771	0.122313
34	尹恒	境内自然人	390,104	0.112067
35	朱贻田	境内自然人	385,280	0.110681
36	吕飒	境内自然人	314,313	0.090294
37	刘耀坤	境内自然人	312,083	0.089653
38	王军	境内自然人	312,083	0.089653
39	张轩	境内自然人	287,563	0.082609
40	黄丹	境内自然人	287,563	0.082609
41	吴保军	境内自然人	258,583	0.074284
42	吴蓉	境内自然人	245,208	0.070442
43	韩峰	境内自然人	240,750	0.069161
44	黄亮	境内自然人	240,750	0.069161
45	魏晓东	境内自然人	222,917	0.064038

46	王丹霞	境内自然人	222,917	0.064038
47	徐燕	境内自然人	216,229	0.062117
48	岳拯航	境内自然人	214,000	0.061477
49	张英	境内自然人	209,542	0.060196
50	邱勇	境内自然人	193,938	0.055713
51	王浩	境内自然人	189,479	0.054432
52	付文合	境内自然人	185,021	0.053152
53	郭爽	境内自然人	178,333	0.051230
54	浦顺彬	境内自然人	169,706	0.048752
55	荣慕瑾	境内自然人	156,042	0.044827
56	虞惠英	境内自然人	144,896	0.041625
57	陈庆星	境内自然人	135,979	0.039063
58	邱桂兴	境内自然人	133,895	0.038464
59	裴亮	境内自然人	111,458	0.032019
60	刘存斌	境内自然人	109,229	0.031379
61	范利伟	境内自然人	100,313	0.028817
62	代文玲	境内自然人	96,969	0.027857
63	成都中屹银丰股权投资基金管理有限公司	境内非国有法人	93,625	0.026896
64	李龙潭	境内自然人	89,167	0.025615
65	路煜	境内自然人	86,938	0.024975
66	段传立	境内自然人	84,708	0.024334
67	甘宁	境内自然人	84,708	0.024334
68	刘邦余	境内自然人	82,479	0.023694
69	齐永顺	境内自然人	80,250	0.023054
70	张道旺	境内自然人	73,563	0.021133
71	王红星	境内自然人	66,875	0.019211
72	金燕	境内自然人	66,875	0.019211
73	刘芳	境内自然人	66,875	0.019211
74	杨剑姿	境内自然人	62,417	0.017931
75	张建锋	境内自然人	55,729	0.016009
76	刘钢	境内自然人	49,042	0.014088
77	聂澎	境内自然人	44,583	0.012808

78	李光荣	境内自然人	44,583	0.012808
79	王宁	境内自然人	40,125	0.011527
80	闫晓霞	境内自然人	35,667	0.010246
81	赵培铎	境内自然人	31,208	0.008965
82	林疆	境内自然人	31,208	0.008965
83	郑博文	境内自然人	28,979	0.008325
84	洪林江	境内自然人	28,979	0.008325
85	杭洪波	境内自然人	26,750	0.007685
86	袁宏胜	境内自然人	26,750	0.007685
87	周玉华	境内自然人	26,750	0.007685
88	廖海	境内自然人	26,750	0.007685
89	牡丹	境内自然人	25,077	0.007204
90	曹跃进	境内自然人	24,521	0.007044
91	黄雨风	境内自然人	24,521	0.007044
92	邱小刚	境内自然人	22,292	0.006404
93	阮良芬	境内自然人	22,292	0.006404
94	杨桂芳	境内自然人	22,292	0.006404
95	丁永辉	境内自然人	22,292	0.006404
96	刘长远	境内自然人	22,292	0.006404
97	虞丽琴	境内自然人	22,292	0.006404
98	叶昌勇	境内自然人	22,292	0.006404
99	吴秀琪	境内自然人	22,292	0.006404
100	陈长兰	境内自然人	22,292	0.006404
101	侯云根	境内自然人	20,063	0.005764
102	杨显军	境内自然人	20,063	0.005764
103	曲瑞娥	境内自然人	17,833	0.005123
104	聂强	境内自然人	17,833	0.005123
105	张雪鸥	境内自然人	17,833	0.005123
106	赵后银	境内自然人	15,604	0.004483
107	吴吉英	境内自然人	15,604	0.004483
108	李晓燕	境内自然人	15,604	0.004483
109	包新月	境内自然人	13,375	0.003842
110	黄永钊	境内自然人	13,375	0.003842

111	何玲	境内自然人	13,375	0.003842
112	金克勤	境内自然人	11,146	0.003202
113	凌建根	境内自然人	11,146	0.003202
114	何伟瑾	境内自然人	11,146	0.003202
115	崔岩	境内自然人	11,146	0.003202
116	韩美玲	境内自然人	11,146	0.003202
117	李勇	境内自然人	11,146	0.003202
118	王建明	境内自然人	11,146	0.003202
119	于丽霞	境内自然人	11,146	0.003202
120	马晓方	境内自然人	8,917	0.002562
121	吴淑珍	境内自然人	8,917	0.002562
122	肖更宁	境内自然人	6,688	0.001921
123	郑玉华	境内自然人	6,688	0.001921
124	庄浩	境内自然人	6,688	0.001921
125	张旭	境内自然人	6,688	0.001921
126	刘欣	境内自然人	6,688	0.001921
127	宋海波	境内自然人	6,687	0.001921
128	高春英	境内自然人	6,687	0.001921
129	兹留柱	境内自然人	6,687	0.001921
130	扬州七彩田园生态农业有限公司	境内非国有法人	6,687	0.001921
131	梁玮	境内自然人	4,458	0.001281
132	赵向阳	境内自然人	4,458	0.001281
133	于万洲	境内自然人	4,458	0.001281
134	李永忠	境内自然人	4,458	0.001281
135	江广超	境内自然人	4,458	0.001281
136	徐浩	境内自然人	4,458	0.001281
137	王新凯	境内自然人	4,458	0.001281
138	刘慨	境内自然人	4,458	0.001281
139	李志华	境内自然人	4,458	0.001281
140	周禹辰	境内自然人	4,458	0.001281
141	陈迎花	境内自然人	4,458	0.001281
142	俞晓庆	境内自然人	4,458	0.001281

143	李秀敏	境内自然人	2,229	0.000640
144	白文亮	境内自然人	2,229	0.000640
145	黄跃洪	境内自然人	2,229	0.000640
146	王钦国	境内自然人	2,229	0.000640
147	诸葛芬	境内自然人	2,229	0.000640
148	陆建新	境内自然人	2,229	0.000640
149	杨春	境内自然人	2,229	0.000640
150	赵世龙	境内自然人	2,229	0.000640
151	黄海英	境内自然人	2,229	0.000640
152	胡一川	境内自然人	2,229	0.000640
153	黄春林	境内自然人	2,229	0.000640
154	沈先宁	境内自然人	2,229	0.000640
155	翁伟滨	境内自然人	2,229	0.000640
156	李存平	境内自然人	2,229	0.000640
157	陈晓燕	境内自然人	2,229	0.000640
158	刘瑞峰	境内自然人	2,229	0.000640
159	史剑荣	境内自然人	2,229	0.000640
160	陈雪莉	境内自然人	2,229	0.000640
161	石雪金	境内自然人	2,229	0.000640
162	李旭平	境内自然人	2,229	0.000640
163	孙宇	境内自然人	2,229	0.000640
164	胡勇	境内自然人	2,229	0.000640
165	姚勇	境内自然人	2,229	0.000640
166	曹武伟	境内自然人	2,229	0.000640
167	秦金山	境内自然人	2,229	0.000640
168	曹晓谨	境内自然人	2,229	0.000640
169	黄跃庭	境内自然人	2,229	0.000640
合计			80,256,488	23.055800

本次申报前最近一年发行人的上述新增股东中，常承、童馨萱、刘辉、姚远、胡国强、郑勇、王科、刘耀坤、王军、张轩、黄亮、张英、王浩、裴亮、范利伟、李龙潭、聂澎系通过参与认购公司 2015 年非公开发行股份的方式首次取得发行人股份，朱敏建系通过全国股转系统内交易和遗产继承方式取得发行人股份，其

他股东均系通过全国股转系统内交易的方式取得发行人股份。

2、新增股东的近五年履历情况

(1) 新增自然人股东相关情况

发行人申报前一年新增的 165 名自然人股东，其中 17 名公司内部员工股东是以参与认购 2015 年非公开发行股份的方式首次取得发行人股份，其他 148 名外部自然人股东系通过新三板买入方式首次取得发行人股份。

A、发行人内部员工股东的持股及近五年履历情况

序号	股东姓名	持股数量 (股)	持股比例 (%)	最近五年履历
1	常承	1,114,583	0.32019	2009 年入职天一星辰处，曾任执行副总裁，现任总裁
2	童馨萱	769,063	0.220932	2010 年起入职发行人处，任总经理助理
3	刘辉	577,354	0.165859	2009 年入职发行人处，曾任广东分公司总经理，现任公司策划部总监
4	姚远	481,500	0.138322	2012 年入职发行人处，任总经理助理
5	郑勇	456,979	0.131278	2011 年至今担任发行人董事、财务总监
6	王科	436,917	0.125515	2005 年入职发行人处，历任销售经理、销售总监，现任总经理助理、广东分公司总经理
7	刘耀坤	312,083	0.089653	2001 年入职发行人处，任财务经理
8	王军	312,083	0.089653	2011 年入职发行人处，任讲师长
9	张轩	287,563	0.082609	2009 年入职发行人处，历任讲师长、天一星辰总经理助理、基金部经理等职，现任产品部副总监
10	黄亮	240,750	0.069161	2008 年入职发行人处，任工程师
11	张英	209,542	0.060196	2010 年入职发行人处，曾任产品经理，现任产品部副总监
12	王浩	189,479	0.054432	2001 年入职发行人处，曾于市场部、客服部、大客户中心、山东分公司、市场部、合规部处任职，现任营销总监。
13	裴亮	111,458	0.032019	2008 年入职发行人处，曾于网站部、运维部任职，现于资源部任职
14	范利伟	100,313	0.028817	2007 年入职天一星辰处，任副总裁
15	李龙潭	89,167	0.025615	2012 年入职天一星辰，任天一星辰副总裁；2014 年入职发行人处，任发行人手机开发部门负责人

16	聂澎	44,583	0.012808	2009 年入职天一星辰处，曾任天一星辰总裁助理；2013 年入职发行人处，现任发行人合规部总监
17	胡国强	456,979	0.131278	自 2013 年起曾在发行人任职，并任发行人广东分公司副总经理。截至本招股意向书签署日已离职。
小计		6,190,396	1.778337	-

B、发行人外部股东的持股及近五年履历情况

序号	股东姓名	持股数量 (股)	持股比例 (%)	最近五年履历
1	任民	12,815,480	3.681551	自由职业者
2	隋雅丽	12,318,376	3.538746	退休
3	熊玲玲	7,354,021	2.112617	于上海纽崔特饲料科技有限公司任总经理
4	倪祖根	5,572,917	1.600953	于莱克电气股份有限公司任董事长
5	王硕	3,343,750	0.960572	2013 年 1 月至 12 月于广东华商律师事务所任助理律师；2014 年 1 月至 4 月为自由职业者；2014 年 5 月至今于深圳前海睿石成长创业投资有限公司任副总经理
6	陈徽	2,499,597	0.718069	于厦门安能建设有限公司任财务总监
7	金燕霞	2,296,042	0.659593	2013 年 1 月至 2015 年 7 月于深圳市方佳建筑设计有限公司任财务；2015 年 8 月至今于上海谊玖文化传媒有限公司总经理
8	何建东	2,229,167	0.640381	曾任申科滑动轴承股份有限公司董事、总经理，现任浙江申科控股集团有限公司、浙江小草投资管理有限公司、浙江华宸机械有限公司、浙江申科滑动轴承科技有限公司、浙江申科特种装备有限公司执行董事、经理，诸暨市七里金湾置业有限公司监事
9	张丹	1,531,438	0.439942	2013 年至 2015 年 6 月于湖北大学就读；2015 年 8 月至 2016 年 8 月于北京东软望海科技有限公司任成本会计；2016 年 9 月至 2018 年 4 月于高顿财经学习培训
10	丁辉	1,029,875	0.295856	-
11	刘翠霞	1,009,813	0.290093	于兰州兰东建筑安装工程有限公司财务科任科长
12	田玉环	1,003,125	0.288172	自由职业者
13	齐春燕	920,646	0.264477	退休
14	林彦铖	851,129	0.244507	于福建省创新创业投资管理有限公司任高级投资经理
15	于壮成	753,458	0.216449	自由职业者

16	吴舒昕	753,458	0.216449	于漳州发展水务集团任部门副经理
17	崔景生	724,479	0.208124	退休
18	李海虹	668,750	0.192114	于宁波文杰国际贸易有限公司任副总经理
19	曹勇宾	512,708	0.147288	自由职业者
20	陈俊	490,417	0.140884	于北京中鼎泰克冶金设备有限公司任董事长
21	丘培娥	490,417	0.140884	务农
22	王军国	479,271	0.137682	历任山西证券股份有限公司经理、信业股权投资管理有限公司副总裁、北京国银投资基金管理有限公司首席投资官，现任北京指南创业投资管理有限公司总经理
23	刘小丽	445,833	0.128076	自由职业者
24	朱敏建	425,771	0.122313	于上海震余投资事务所任总经理
25	尹恒	390,104	0.112067	-
26	朱贻田	385,280	0.110681	任荣成百邦电子有限公司总经理，现就读于清华大学 EMBA
27	吕飒	314,313	0.090294	2013年至2017年11月于招商银行股份有限公司重庆分行任客户经理；2017年12月至今为自由职业者
28	黄丹	287,563	0.082609	于厦门安能建设有限公司任高级工程师、建造师
29	吴保军	258,583	0.074284	于北京明富经济学研究所任副总经理
30	吴蓉	245,208	0.070442	2013年至2015年12月期间于重庆华轻商业公司任会计，2016年退休
31	韩峰	240,750	0.069161	于北京帅鑫建筑工程有限责任公司任副总经理
32	魏晓东	222,917	0.064038	于北京首邦人力资源管理服务有限公司任股东
33	王丹霞	222,917	0.064038	退休
34	徐燕	216,229	0.062117	于海盐咔帝尔针织袜业有限公司任财务
35	岳拯航	214,000	0.061477	于北京城建设计发展集团股份有限公司任项目负责人
36	邱勇	193,938	0.055713	于成都联成科大信息技术有限责任公司任总经理
37	付文合	185,021	0.053152	自由职业者
38	郭爽	178,333	0.05123	-
39	浦顺彬	169,706	0.048752	2013年2月至2014年7月于天津旌旗商品交易服务有限公司南京第一分公司任部门主管；2014年7月至今于北京中方信富投资管理咨询有限公司南京分公司部门主管
40	荣慕瑾	156,042	0.044827	-

41	虞惠英	144,896	0.041625	于宜兴外国语学校办公室任职
42	陈庆星	135,979	0.039063	于广州瀚海春华机械工程有限公司任总经理
43	邱桂兴	133,895	0.038464	于桐乡市梧桐振东星新软件经营部任经理
44	刘存斌	109,229	0.031379	-
45	代文玲	96,969	0.027857	自由职业者
46	路煜	86,938	0.024975	-
47	段传立	84,708	0.024334	-
48	甘宁	84,708	0.024334	-
49	刘邦余	82,479	0.023694	-
50	齐永顺	80,250	0.023054	-
51	张道旺	73,563	0.021133	-
52	王红星	66,875	0.019211	于杭州远大钢网架制造有限公司任管理职位
53	金燕	66,875	0.019211	-
54	刘芳	66,875	0.019211	-
55	杨剑姿	62,417	0.017931	于中国汽车工业工程有限公司任高级工程师
56	张建锋	55,729	0.016009	于南京曙光机械有限责任公司任工程师
57	刘钢	49,042	0.014088	-
58	李光荣	44,583	0.012808	-
59	王宁	40,125	0.011527	-
60	闫晓霞	35,667	0.010246	于重庆秀山宏达农业科技公司任董事长
61	赵培铎	31,208	0.008965	-
62	林疆	31,208	0.008965	-
63	郑博文	28,979	0.008325	于贵州奥玺广告企划有限公司任董事
64	洪林江	28,979	0.008325	-
65	杭洪波	26,750	0.007685	-
66	袁宏胜	26,750	0.007685	-
67	周玉华	26,750	0.007685	-
68	廖海	26,750	0.007685	-
69	牡丹	25,077	0.007204	于浙江杭州秘鲁猫餐饮任总经理
70	曹跃进	24,521	0.007044	2013年至2014年于日本太洋物产株式会社北京事务所任所长; 2014年至今于上海太洋荣光商业有限公司北京分公司任负责人
71	黄雨风	24,521	0.007044	-
72	邱小刚	22,292	0.006404	于杭州市市政工程集团有限公司任项目经理
73	阮良芬	22,292	0.006404	-
74	杨桂芳	22,292	0.006404	-
75	丁永辉	22,292	0.006404	-
76	刘长远	22,292	0.006404	于峨眉山远达实业有限公司任董事长
77	虞丽琴	22,292	0.006404	-
78	叶昌勇	22,292	0.006404	-

79	吴秀琪	22,292	0.006404	-
80	陈长兰	22,292	0.006404	-
81	侯云根	20,063	0.005764	-
82	杨显军	20,063	0.005764	-
83	曲瑞娥	17,833	0.005123	-
84	聂强	17,833	0.005123	-
85	张雪鸥	17,833	0.005123	-
86	赵后银	15,604	0.004483	-
87	吴吉英	15,604	0.004483	-
88	李晓燕	15,604	0.004483	-
89	包新月	13,375	0.003842	-
90	黄永钊	13,375	0.003842	-
91	何玲	13,375	0.003842	-
92	金克勤	11,146	0.003202	-
93	凌建根	11,146	0.003202	-
94	何伟瑾	11,146	0.003202	-
95	崔岩	11,146	0.003202	-
96	韩美玲	11,146	0.003202	-
97	李勇	11,146	0.003202	-
98	王建明	11,146	0.003202	-
99	于丽霞	11,146	0.003202	-
100	马晓方	8,917	0.002562	-
101	吴淑珍	8,917	0.002562	-
102	肖更宁	6,688	0.001921	-
103	郑玉华	6,688	0.001921	-
104	庄浩	6,688	0.001921	-
105	张旭	6,688	0.001921	-
106	刘欣	6,688	0.001921	-
107	宋海波	6,687	0.001921	-
108	高春英	6,687	0.001921	于海宁华元钢业有限公司任总经理
109	兹留柱	6,687	0.001921	-
110	梁玮	4,458	0.001281	-
111	赵向阳	4,458	0.001281	-
112	于万洲	4,458	0.001281	-
113	李永忠	4,458	0.001281	-
114	江广超	4,458	0.001281	-
115	徐浩	4,458	0.001281	-
116	王新凯	4,458	0.001281	-
117	刘慨	4,458	0.001281	-
118	李志华	4,458	0.001281	-

119	周禹辰	4,458	0.001281	-
120	陈迎花	4,458	0.001281	-
121	俞晓庆	4,458	0.001281	-
122	李秀敏	2,229	0.00064	-
123	白文亮	2,229	0.00064	-
124	黄跃洪	2,229	0.00064	-
125	王钦国	2,229	0.00064	-
126	诸葛芬	2,229	0.00064	-
127	陆建新	2,229	0.00064	-
128	杨春	2,229	0.00064	-
129	赵世龙	2,229	0.00064	-
130	黄海英	2,229	0.00064	-
131	胡一川	2,229	0.00064	-
132	黄春林	2,229	0.00064	-
133	沈先宁	2,229	0.00064	-
134	翁伟滨	2,229	0.00064	-
135	李存平	2,229	0.00064	-
136	陈晓燕	2,229	0.00064	-
137	刘瑞峰	2,229	0.00064	-
138	史剑荣	2,229	0.00064	-
139	陈雪莉	2,229	0.00064	-
140	石雪金	2,229	0.00064	-
141	李旭平	2,229	0.00064	-
142	孙宇	2,229	0.00064	-
143	胡勇	2,229	0.00064	-
144	姚勇	2,229	0.00064	-
145	曹武伟	2,229	0.00064	-
146	秦金山	2,229	0.00064	-
147	曹晓谨	2,229	0.00064	-
148	黄跃庭	2,229	0.00064	-
合计		66,959,509	19.23573	-

上述最近一年新增自然人股东中，发行人内部员工股东已全部提交近五年履历，外部股东中的部分股东因难以联系或不方便配合等原因未向发行人提供履历。截至本招股意向书出具之日，已提供近五年履历股东所持股份数占全部新增自然人股东所持股份数的比例为 95.28%。

（2）新增法人股东相关情况

发行人申报前一年新增的 4 名法人股东相关情况如下：

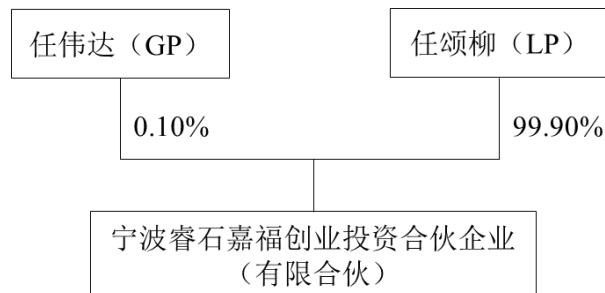
序号	股东姓名	持股数量（股）	持股比例（%）
1	宁波睿石嘉福创业投资合伙企业(有限合伙)	4,331,271	1.244261
2	摩天石投资控股有限公司	2,675,000	0.768457
3	成都中屹银丰股权投资基金管理有限公司	93,625	0.026896
4	扬州七彩田园生态农业有限公司	6,687	0.001921
合计		7,106,583	2.041535

A、宁波睿石嘉福创业投资合伙企业（有限合伙）

该有限合伙企业的相关情况如下：

项目	内容
出资金额	5,000 万元
普通合伙人	任伟达
成立日期	2016 年 4 月 6 日
主营业务	股权投资；资产管理；实业投资；投资管理；投资咨询等

该有限合伙企业出资结构如下：



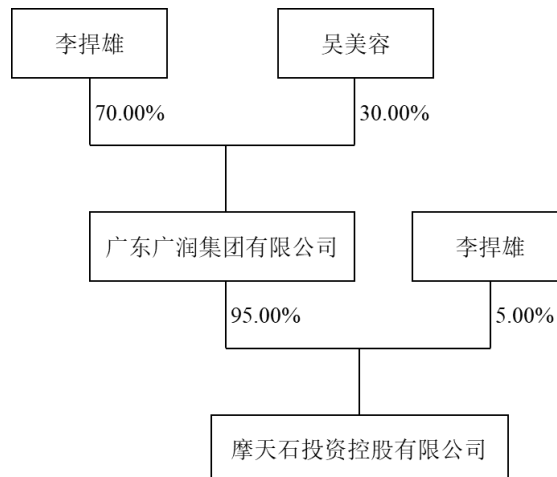
宁波睿石嘉福创业投资合伙企业（有限合伙）的投资资金均为自然人股东的自有资金，没有以任何形式向特定投资者募集资金，没有管理任何私募投资基金，不是私募基金管理人，未在中国证券投资基金业协会进行私募基金备案。

B、摩天石投资控股有限公司

该企业的相关情况如下：

项目	内容
注册资本	10,000 万元
法定代表人	吴美容
成立日期	2009 年 12 月 28 日
主营业务	企业自有资金投资和投资咨询服务等

该企业的股权结构如下：



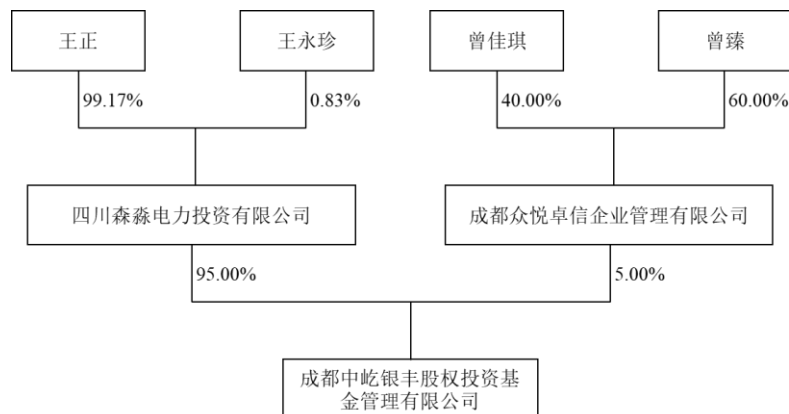
摩天石投资控股有限公司的投资资金均为自有资金,没有以任何形式向特定投资者募集资金,没有管理任何私募投资基金,不是私募基金管理人,未在中国证券投资基金业协会进行私募基金备案。

C、成都中屹银丰股权投资基金管理有限公司

该企业的相关情况如下:

项目	内容
注册资本	10,000 万元
法定代表人	王钧
成立日期	2014 年 1 月 20 日
主营业务	企业自有资金投资和投资咨询服务等

该企业的股权结构如下:



成都中屹银丰股权投资基金管理有限公司已根据《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法(试行)》在中国证券投资基金业协会进行了私募基金备案,中屹银丰备案号为 P1004605,其对发行人进

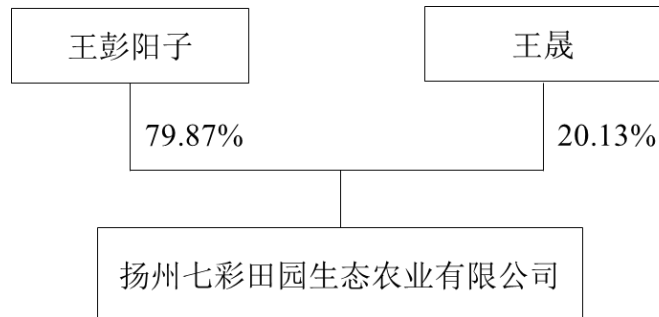
行股权投资的资金来源均为自有资金。

D、扬州七彩田园生态农业有限公司

该企业的相关情况如下：

项目	内容
注册资本	1,500 万元
法定代表人	王恩东
成立日期	2010 年 12 月 24 日
主营业务	预包装食品批发与零售；谷物、蔬菜、苗木、花卉种植、销售；茶叶种植、鲜茶叶销售；水产养殖、销售等

该企业的股权结构如下：



扬州七彩田园生态农业有限公司的投资资金均为自有资金，没有以任何形式向特定投资者募集资金，没有管理任何私募投资基金，不是私募基金管理人，未在中国证券投资基金业协会进行私募基金备案。

3、申报后因继承原因新增股东的基本情况

报告期内公司原股东孙德荣离世，其所持有的发行人股份由女儿王菲菲依法继承。王菲菲的持股及近五年履历情况如下表：

股东姓名	持股数量 (股)	持股比例 (%)	最近五年履历
王菲菲	1,544,813	0.4438	2013 年-2014 年就读于英国卡斯商学院；2015 年-2016 年就职于安邦保险公司；2016 年-2017 年就职于深圳衍盛资产管理有限公司；2017 年-2018 年为自由职业者；2019 年初至今就职于建信资本管理有限责任公司。

(四) 股东中的战略投资者及其概况

截至本招股意向书签署日，公司股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

截至本招股意向书签署日，发行人各股东之间的关联关系情况及持股情况如下：

1、广州展新为公司控股股东，持有发行人 16,562.65 万股股份，占比 47.58%；常承先生为广州展新的股东，持有广州展新 3.40% 股权，其持有发行人 111.46 万股股份，占比 0.32%；聂澎先生为广州展新的股东，持有广州展新 7.40% 股权，其持有发行人 4.46 万股股份，占比 0.01%；刘炳海先生为广州展新的股东及执行董事，持有广州展新 3.40% 股权，其兄刘丙军先生持有发行人 2,229 股股份，占比 0.0006%。

2、陈宽余先生现为公司董事、总经理，持有发行人 1,372.40 万股股份，占比 3.94%；廖四军女士为陈宽余配偶，持有发行人 75.79 万股股份，占比 0.22%；陈萌女士为陈宽余女儿，持有发行人 55.73 万股股份，占比 0.16%。

3、张春林先生现为公司总工程师、核心技术人员，持有发行人 620.92 万股股份，占比为 1.78%；钱玉珍女士为张春林的岳母，持有发行人 133.75 万股股份，占比 0.38%。

4、孙德兴先生为持有发行人股份 1% 以上的主要股东，持有发行人 465.81 万股股份，占比为 1.34%；原股东孙德荣女士为孙德兴的姐姐，曾持有发行人 154.48 万股股份，占比 0.44%。报告期内公司原股东孙德荣离世，其所持有的发行人股份由女儿王菲菲依法继承。

除上述情况外，公司持股 1% 以上的主要股东及在公司担任董事、监事、高级管理人员的股东与其他股东之间不存在其他关联关系。保荐机构、发行人律师已对公司持股比例共计 99.1751% 的股东进行了核查，并已对该等股东与前述持股 1% 以上的主要股东及在公司担任董事、监事、高级管理人员的股东的关联关系进行了披露；其余持股比例 0.8249% 的股东，由于未能与其取得联系，无法核查和确认该部分股东是否存在关联关系。

（六）股东公开发售股份的情况

公司本次发行中不设股东公开发售股份方案。

九、发行人股权激励情况

截至本招股意向书签署日，公司不存在正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心技术人员、员工实行的股权激励。

十、发行人内部职工股、工会持股情况、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情况

1、公司自设立至今未发行过内部职工股，不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股的情况。

2、根据全国中小企业股份转让系统公司出具的“股转系统函[2013]123 号”《关于同意北京指南针科技发展股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》，及中国证监会出具的“证监许可[2013]378 号”《关于核准北京指南针科技发展股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让的批复》核准，公司股份自 2013 年 4 月 22 日起在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让。因股份交易活跃，公司股东数量已超过 200 人，公司董事会于 2015 年 4 月 30 日发布了《关于股东人数超过 200 人的提示性公告》。

2015 年 7 月 10 日，公司召开 2015 年第二次临时股东大会，拟在全国股转系统定向发行股票。根据《证券法》及《非上市公众公司监督管理办法》的规定，股东人数超过 200 人的公众公司向特定对象发行股票应当向证监会申请核准。2015 年 9 月 16 日，发行人向证监会提交了《股份公司向特定发行对象发行证券导致证券持有人累计超过 200 人或股东人数超过 200 人的挂牌公司向特定对象发行证券核准》行政许可申请，2015 年 10 月 22 日，证监会出具了《关于核准北京指南针科技发展股份有限公司定向发行股票的批复》（证监许可[2015]2334），核准公司申请事项。

十一、发行人员工情况

（一）发行人员工基本情况

1、员工人数

报告期各期末，发行人员工数量的变化情况如下表所示：

单位：人

时间	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
正式员工人数	1,238	1,124	1,484	1,374
派遣员工人数	44	30	86	63
合计	1,282	1,154	1,570	1,437

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人拥有 44 名劳务派遣员工，劳务派遣员工占员工总数比例为 3.43%，系发行人通过劳务中介公司招聘的从事客户服务等流动性较大及相关辅助性工作岗位，且属于试用期的员工。在满足一定服务期限及条件时，上述劳务派遣试用期员工将转为发行人的正式员工。

2、员工结构

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人在职员工人数、员工结构如下：

(1) 在职员工专业分布情况

专业类别	员工人数（人）	占员工总数的比例
行政管理人员	68	5.30%
财务人员	8	0.62%
技术人员	87	6.79%
销售客服人员	1,119	87.29%
合计	1,282	100.00%

注：公司在职员工有 7 人兼任行政管理人员和技术人员，此处均计入行政管理人员类别。

(2) 在职员工教育程度状况

教育类别	员工人数（人）	占员工总数的比例
硕士及以上	23	1.79%
本科	139	10.84%
大专	294	22.93%
大专以下	826	64.44%
合计	1,282	100.00%

3、发行人销售客服人员较多、占比较高的原因

报告期内，发行人员工主要包括行政管理人员、财务人员、技术人员和销售客服人员四类，各类员工的数量及占比情况如下表所示：

单位：人

员工结构	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
------	-----------	------------	------------	------------

	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
销售客服人员	1,119	87.29%	999	86.57%	1,391	88.60%	1,262	87.82%
行政管理人員	68	5.30%	68	5.89%	73	4.65%	74	5.15%
技术人员	87	6.79%	78	6.76%	94	5.99%	89	6.19%
财务人员	8	0.62%	9	0.78%	12	0.76%	12	0.84%
合计	1,282	100%	1,154	100.00%	1,570	100.00%	1,437	100.00%

注：报告期各期末公司员工中有 7 人兼任行政管理人員和技术人員，此处均计入行政管理人員类别。

报告期内发行人销售客服人员数量较多，在员工总数中占比最高，截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，发行人在册员工中的销售客服人员分别为 1,262 人、1,391 人、999 人和 1,119 人，占员工总人数的比例分别为 87.82%、88.60%、86.57% 和 87.29%。发行人的客户群体以个人投资者为主，客户分布较为分散，为符合监管要求，同时进一步提升营销效率和用户体验，发行人自 2013 年起开始全面实行直销模式，并在此基础上结合公司多年来的经营经验，建立起高效精准的体验式营销模式。在该模式下，发行人需要配置销售人员通过电话等途径进行销售，需要大量销售客服人员来开拓和维护客户关系，因此发行人的销售客服人员数量较多。

公司销售客服人员数量与国内证券市场表现存在一定相关性，在证券市场表现低迷时公司销售业务难度增大，销售客服特别是初级销售客服人员离职数量会有所增加，在证券市场表现较好时公司则会适当招聘部分销售客服員工以满足业务开展需求。2018 年国内证券市场受国际贸易摩擦影响表现低迷，2019 年 1-6 月证券市场整体表现则有所回暖，受此影响 2018 年末和 2019 年 6 月末公司销售客服人员数量较上期期末分别减少 392 人和增加 120 人。此外，2018 年末公司技术、财务人员分别同比减少 16 人和 3 人，主要系公司于 2018 年将原控股孙公司驼峰科技对外转让，相应人員减少所致。

4、报告期内销售客服人員的流动情况

报告期内，发行人销售客服人员累计离职 2,695 人（发行人对招聘的销售客服人员会设置为期 3 个月的试用期，任职时间少于 3 个月的此处未纳入统计）。

发行人报告期内销售客服离职員工的数量及其业务级别情况如下：

单位：人

业务级别	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
------	--------------	--------	--------	--------

	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
初级	228	78.89%	606	73.63%	682	83.48%	585	76.37%
中级	30	10.38%	81	9.84%	74	9.06%	88	11.49%
高级	31	10.73%	133	16.16%	61	7.46%	86	11.23%
经理	-	-	3	0.37%	-	-	7	0.91%
合计	289	100.00%	823	100.00%	817	100.00%	766	100.00%

报告期内发行人的销售客服人员离职人数较多，但其中大部分为初级员工，2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，发行人初级员工离职人数占销售客服人员离职总人数的比例分别为76.37%、83.48%、73.63%和78.89%。发行人会根据销售客服人员的业绩和工作经验为其划分不同的业务级别，级别越高的员工业绩考核指标和薪资待遇都会越高。销售客服人员中的经理级别为各个业务团队的核心人员，报告期内发行人经理离职人数占比极低，核心销售客服人员保持稳定。

发行人销售客服人员离职率较高的原因如下：发行人的“体验式”营销模式对销售客服人员数量有较高需求，为满足公司近年来快速发展的需要，发行人在招聘销售客服人员时坚持“广泛招聘、培养精英”的选拔原则。在该招聘原则的指导下，发行人会对符合基本要求的员工予以录取，在经过岗前培训后安排其进入各个岗位进行实践考核。部分新员工在经过一定时间的实际工作后会发现自己无法胜任或者不适合岗位要求从而选择离职，或者公司在经过一段时间的考核后，对于在业务能力、团队合作以及合规性表现等方面综合考核不符合要求的少数员工，公司会予以主动劝退。

（二）发行人薪酬政策及薪酬情况

1、发行人薪酬政策和上市前后高管薪酬安排

（1）发行人薪酬政策和上市前后高管薪酬安排、薪酬委员会对工资奖金的规定

①薪酬政策及薪酬构成

A、发行人的薪酬政策：

发行人董事会负责制定薪酬的基本管理制度及高管的薪酬制度，并监督实施。发行人在董事会下设提名与薪酬委员会，负责制定、审查董事及经理人员的

薪酬政策与方案。发行人制定了《薪酬管理制度》、《工资支付规定》，贯彻因事设岗、因岗定薪方针，遵循按劳分配、效率优先、兼顾公平及可持续发展的原则，保障员工收入。

B、发行人的薪酬构成：

发行人薪酬模式包括基本工资模式和基本工资加考核指标津贴模式两种，薪酬的具体构成一般包括基本工资、考核工资、年终奖、福利、社保及公积金。基本工资模式主要适用于技术研发部门、人事、行政、财务等职能部门，综合考虑职工的知识、技能和经验等因素，依据职工的基本素质及不同岗位确定；考核工资模式主要适用于营销、策划、讲师、合规中心等部门，通过被动考核指标进行核算，主要依据职工通过努力而取得的工作成果确定。职工的年终奖主要依据当年度公司整体经营业绩和职工个人的工作表现综合确定。

②上市前后高管薪酬安排

报告期内发行人高管薪酬一直采取基本工资加年终奖形式，上市后高管薪酬模式不会发生重大变化。各年度发行人会综合考虑公司经营业绩、同行业上市公司以及所在地区员工薪酬水平变动情况，对包括高管在内的职工薪酬进行相应调整优化以保持一定的竞争力。

(2) 发行人各级别、各岗位员工的薪酬水平及增长情况，及与行业水平、当地平均水平的比较情况

①各类型职工的平均薪酬及增长情况

单位：万元/人/年

岗位员工	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
高级管理人员	28.43	53.90	48.99	45.38
普通管理人员	13.25	24.01	22.21	17.59
研发人员	19.10	39.94	28.84	26.71
客服人员	7.64	14.74	12.34	10.55
合计平均	9.42	18.51	14.84	12.67

注：上表所示平均薪酬均以期末对应员工数为计算基础，因此相关计算结果并非完全准确。

发行人上述人均薪酬统计包括员工工资、奖金及公司承担的社保和公积金（不含工会经费、职工教育经费及福利费等）。2017年人均薪酬为14.84万元，相比2016年增长2.17万元，增长幅度为17.13%；2018年人均薪酬为18.51万元，

相比 2017 年增长 3.67 万元，增长幅度为 24.73%。整体而言，报告期内发行人各类员工的薪酬水平呈上升趋势。

A、高级管理人员平均薪酬变化分析

公司高级管理人员的薪酬主要与公司当期业务经营成果以及公司对高管团队稳定性的需求等多方面因素有关。2017 年公司主要业绩指标较 2016 年有所增长，高级管理人员薪酬也同比有所上升；2018 年公司主要业绩指标虽然较 2017 年有所下降，但是考虑到当期市场环境仍处于持续低迷状态，并且与同行业公司相比发行人当期经营成果属于相对较好水平，因此当期高级管理人员薪酬同比上升 10.02%。

B、普通管理人员及客服人员平均薪酬变化分析

公司普通管理人员及客服人员的薪酬与公司同期经营成果及个人绩效挂钩，特别是客服人员执行基本工资加考核指标津贴模式，金融信息服务业务销售回款是主要的考核指标。以员工人数最多的销售客服人员为例，2018 年公司金融信息服务业务“每客服人均回款”相比 2017 年增长 18.55%，客服人员人均薪酬较 2017 年增长 19.45%；2017 年公司金融信息服务业务“每客服人均回款”相比 2016 年增长 4.15%，客服人员人均薪酬较 2016 年增长 16.97%。2019 年 1-6 月，发行人金融信息服务销售回款中包含 11,183.63 万元尚未生成订单但客户已向发行人预先支付的款项，该部分回款既未进行收入确认处理也不作为客服人员的薪酬计提依据，在排除该等因素影响后当期每客服人均回款为 30.24 万元，当期客服人员的人均薪酬水平合理。

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
客服人员数量	1,119	999	1,391	1,262
金融信息服务销售回款（万元）	45,016.75	54,891.56	64,473.66	56,160.97
每客服人均回款（万元）	40.23	54.95	46.35	44.50
客服人员人均薪酬（万元/人/年）	7.64	14.74	12.34	10.55

综上，报告期内公司销售客服人员的人均薪酬与金融信息服务业务“每客服人均回款”变动趋势基本一致，符合公司业务实际情况。

C、研发人员平均薪酬变化分析

报告期内，公司的研发人员的人均薪酬整体呈上升趋势。公司对于研发团队人员的薪酬执行较为稳定的薪酬政策与制度，研发技术人员的薪酬水平与公司业

绩并不直接挂钩，2017 年研发人员平均薪酬同比增长 7.97%，与公司研发人员的岗位性质以及行业内通常情况相一致。2018 年研发人员平均薪酬同比增长 38.49%，主要系发行人于 2018 年 12 月对外转让了原控股孙公司驼峰科技，2018 年末研发人员数量有所减少，导致以期末研发人员数量为基础计算得到的人均薪酬同比增幅较高。

② 发行人薪酬与同行业可比公司比较情况

单位：万元/人/年

公司名称	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
同花顺	-	19.18	16.61	15.65
东方财富	-	22.72	20.76	19.47
麟龙股份	9.14	14.29	12.47	12.66
行业平均	-	18.73	18.50	15.93
发行人	9.42	18.51	14.84	12.67

注：1、可比公司中大智慧、益盟股份由于相关公开数据不完整，未纳入统计比较。

2、上表人均薪酬=年报披露的薪酬（工资、奖金、社保、公积金）÷年报披露的年末职工人数。

3、截至本招股意向书签署之日，同花顺尚未披露 2019 年 1-6 月人均薪酬相关数据。

4、东方财富 2019 半年报并未披露员工人数情况，因此无法计算人均薪酬数据。

2016 年、2017 年和 2018 年，同花顺、东方财富人均薪酬高于发行人，主要系该两家公司除从事金融信息服务业务外还涉及证券业务，整体效益和业务规模均大幅高于发行人，因此人均薪酬也较高。麟龙股份人均薪酬低于发行人，一方面该公司业务规模小于发行人，另一方面其所处东北地区薪酬水平亦低于发行人主要经营地所处北京地区的薪酬水平。

③ 发行人薪酬与同地区平均薪酬比较情况

单位：万元/人/年

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
发行人	9.42	18.51	14.84	12.67
当地员工年平均薪酬	-	9.43	10.16	9.25

注：截至本招股意向书签署之日，北京市人力资源和社会保障局未公布 2019 年 1-6 月北京市员工薪酬相关数据。

2016 年、2017 年发行人同地区平均薪酬来源于北京市人力资源和社会保障局、北京市统计局公布的《关于 2016 年度北京市职工平均工资的通知》和《关于 2017 年度北京市职工平均工资的通知》，2018 年数据来源于北京市人力资源和社会保障局公布的《关于本市全口径城镇单位就业人员平均工资情况》。2016 年、2017 年和 2018 年，发行人平均薪酬均高于北京当地可查职工员工年平均工

资。

（三）发行人执行社会保障制度、医疗制度改革情况

发行人及其子公司实行全员劳动合同制，员工根据与发行人签订的劳动合同承担义务和享受权利。发行人按国家及地方的有关法律、法规规定，保障员工享受劳保、福利、养老保险等社会保险，并定期向社会保险统筹部门缴纳上述各项保险费用。发行人按照相关法律、行政法规的规定及主管部门的要求，为其符合条件的在职员工办理了住房公积金缴存手续。

发行人及其子公司在报告期内缴纳社会保险和住房公积金的具体情况如下：

1、办理社保、住房公积金的起始时间

发行人及其子公司、孙公司为员工办理社保和住房公积金的起始时间如下表所示：

缴纳主体	办理社会保险的起始时间	办理住房公积金的起始时间
发行人	2001.6	2006.11
天一星辰	2008.12	2008.12
上海指南针	2015.12	2016.1
指南针保险	2015.12	2015.12
指南针技术	2016.3	2016.3
驼峰科技	2015.7	2015.7
康帕思商务	2017.7	2017.7
指南针信息	2017.9	2017.9
指北针商务	2017.9	2017.9

注：发行人已于 2018 年 12 月 10 日将所持原控股孙公司驼峰科技股份对外转让。

截至本招股意向书签署日，发行人共拥有 7 家全资子公司、4 家全资孙公司，其中子公司上海及时雨和孙公司博赢实业、畅联天地、创风互娱在报告期内暂未单独聘用员工，不存在需为员工缴纳社会保险和住房公积金的情形。

2、办理社保、住房公积金的员工人数

报告期各期末，发行人及其子公司在册员工中办理社会保险和住房公积金的情况如下表所示：

单位：人

截止时间	员工人数 (含子公司)	办理社保、住房公积金人数(含子公司)					
		养老保险	医疗保险	工伤保险	生育保险	失业保险	住房公积金
2019.6.30	1,282	1,279	1,279	1,279	1,279	1,279	1,238
2018.12.31	1,154	1,151	1,151	1,151	1,151	1,151	1,123
2017.12.31	1,570	1,568	1,568	1,568	1,568	1,568	1,484

2016.12.31	1,437	1,433	1,433	1,433	1,433	1,433	1,371
------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

报告期各期末,发行人及子公司在册员工中未办理社会保险的员工人数分别为4人、2人、3人和3人,未缴纳原因主要系外地户口人员已在所在户籍地缴纳或已办理农村养老保险,2019年6月末还有1名员工系军官转业,已在原部队缴纳社会保险。

报告期各期末,发行人及子公司在册员工中未办理住房公积金的员工人数分别为66人、86人、31人和44人,其中劳务派遣员工分别为63人、86人、30人和44人,该等劳务派遣员工社会保险及住房公积金费用由发行人及其子公司承担,由劳务派遣公司具体代为办理和缴纳。非劳务派遣员工中,2016年末存在未缴纳住房公积金员工3人系个人原因没有办理,包括农村户籍员工2人和外地户口随家属进京人员1人;2018年末未缴纳住房公积金的1名员工系因军官转业手续未办理完毕所致,公司已于2019年1月起为其缴纳住房公积金。

3、企业与个人的缴费金额

报告期内,发行人及其子公司为员工办理社会保险、住房公积金的单位与个人缴费金额如下表所示:

单位:万元

时间	项目		应缴纳金额 (含子公司)		实际缴纳金额 (含子公司)	
			单位	个人	单位	个人
2019年 1-6月	社会保险	养老保险	719.46	331.50	718.36	331.01
		医疗保险	467.66	102.73	466.75	102.54
		工伤保险	14.36	-	14.33	-
		生育保险	42.07	-	42.00	-
		失业保险	30.70	3.71	30.65	3.69
		社保小计	1,274.26	437.93	1,272.09	437.24
	住房公积金	398.23	398.11	392.23	392.11	
	合计	1,672.49	836.04	1,664.32	829.36	
2018年	社会保险	养老保险	1,558.11	685.36	1,556.31	685.36
		医疗保险	997.28	214.07	995.85	214.07
		工伤保险	32.70	-	32.67	-
		生育保险	79.93	-	79.81	-
		失业保险	62.81	7.72	62.74	7.72
		社保小计	2,730.82	907.16	2,727.38	907.16
	住房公积金	828.66	819.41	819.78	819.41	
	合计	3,559.49	1,726.57	3,547.16	1,726.57	
2017年	社会保险	养老保险	1,549.18	686.27	1,547.27	685.42
		医疗保险	1,034.05	222.95	1,032.56	222.63

		工伤保险	34.39	-	34.33	-
		生育保险	86.75	-	86.63	-
		失业保险	62.56	7.85	62.48	7.83
		社保小计	2,766.93	917.07	2,763.26	915.89
	住房公积金		834.85	834.85	811.23	811.23
	合计		3,601.78	1,751.76	3,574.49	1,726.95
	2016年	社会保险	养老保险	1,207.12	552.49	1,204.73
医疗保险			824.22	174.43	822.39	174.03
工伤保险			28.85	-	28.78	-
生育保险			68.97	-	68.81	-
失业保险			53.28	6.56	53.18	6.53
社保小计			2,182.43	733.48	2,177.90	731.99
住房公积金		645.54	645.54	609.30	609.48	
合计		2,827.98	1,379.02	2,787.20	1,341.47	

(四) 需补缴的金额、补救措施及对发行人经营业绩的影响

1、补缴金额

报告期内，发行人及其子公司的个别员工因其个人原因未缴纳社会保险或住房公积金，还存在部分劳务派遣员工未足额缴纳住房公积金的情形。按照报告期内每月未缴员工人数和缴费基数及比例测算，发行人及其子公司报告期内未足额缴纳的社会保险、住房公积金的金额如下：

单位：万元

时间	项目		需补缴金额 (含子公司)
2019年 1-6月	社会保险	养老保险	1.10
		医疗保险	0.91
		工伤保险	0.04
		生育保险	0.07
		失业保险	0.05
		小计	2.17
	住房公积金		5.99
合计		8.16	
2018年	社会保险	养老保险	1.80
		医疗保险	1.42
		工伤保险	0.03
		生育保险	0.11
		失业保险	0.08
		小计	3.44
	住房公积金		8.88
合计		12.33	
2017年	社会保险	养老保险	1.92
		医疗保险	1.49
		工伤保险	0.06
		生育保险	0.13

		失业保险	0.08
		小计	3.67
	住房公积金		23.62
	合计		27.28
2016年	社会保险	养老保险	2.39
		医疗保险	1.83
		工伤保险	0.06
		生育保险	0.16
		失业保险	0.10
		小计	4.54
	住房公积金		36.25
合计		40.78	

2、对发行人经营业绩的影响

报告期内，发行人所需补缴的社会保险、住房公积金占各期净利润的比例如下表所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
需补缴社保总额	2.17	3.44	3.67	4.54
占同期净利润比例	0.02%	0.03%	0.02%	0.03%
需补缴住房公积金总额	5.99	8.88	23.62	36.25
占同期净利润比例	0.06%	0.07%	0.15%	0.25%

经测算，报告期内各期发行人所需补缴的社会保险总额占同期净利润的比例分别为0.03%、0.02%、0.03%和0.02%，所需补缴的住房公积金总额占同期净利润的比例分别为0.25%、0.15%、0.07%和0.06%，对发行人经营业绩无重大影响。

3、控股股东和实际控制人承诺

针对报告期内部分员工未缴纳社会保险或住房公积金的情况，发行人控股股东广州展新及实际控制人黄少雄、徐兵先生为避免发行人因欠缴社会保险、住房公积金事宜可能遭受的任何经济损失，均已出具承诺：若发行人及其子公司被要求为其员工补缴或者被追偿未缴纳的社会保险和住房公积金，承诺人将全额承担该部分补缴和被追偿的损失，保证发行人不因此遭受任何损失。此外，承诺人作为发行人的控股股东、实际控制人，将促使公司全面执行法律法规所规定的社会保险、住房公积金制度。

(五) 报告期内发行人社会保险和住房公积金缴纳情况核查意见

保荐机构和发行人律师经核查认为，发行人已根据国家相关政策办理了五项

社会保险参保手续并建立了住房公积金制度。根据相关部门出具的证明，发行人及其子公司报告期内不存在因违反社保或住房公积金相关制度而受到行政处罚的情形。

报告期内存在部分员工未缴纳社会保险及住房公积金的情况，经测算该等发行人所需补缴的社会保险和住房公积金占同期净利润的比例均较低，该等补缴义务对发行人经营业绩不构成重大影响。且发行人控股股东广州展新及实际控制人黄少雄、徐兵先生均已出具承诺，将无条件全额承担相关补缴和对利益相关方的赔偿或补偿，以及因此所支付的一切相关费用。

因此，发行人部分员工未缴纳社会保险及住房公积金的情况对本次发行不构成实质性障碍。

十二、发行人、发行人实际控制人、持有 5% 以上股份主要股东、发行人董事、监事及高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构的重要承诺

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

本次发行前股东所持公司股份的限售安排、自愿锁定股份等承诺详见本招股意向书之“本次发行概况”之“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承诺”内容。

（二）稳定股价的承诺

发行人承诺如果上市后三年内公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于每股净资产（指最近一期经审计的合并报表每股净资产）时，将启动稳定股价的预案。稳定股价的预案详细内容请见本招股意向书“重大事项提示/四、稳定股价预案”内容。

（三）股份回购的承诺

根据发行人出具的相关承诺，在出现以下情形时，公司将公布并实施股份回购方案：

1、若本招股意向书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在证券主管部门或司法机关认定公司存在前述违法违规情形之日起 10 个交易日内，公司将启动回购本公司首次公开发行的全部新股的程序，包括但不限于依照相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所监管规则的规定召开董事会及股东大会，履行信息披露义务等，并按照届时公布的回购方案完成回购。

2、在启动股价稳定预案的条件满足时，公司应要求控股股东、公司非独立董事、高级管理人员在符合股票买卖相关规定的前提下，通过增持公司股票的方式稳定公司股价。公司还可依照法律法规、部门规章和公司章程的规定，及时采取以下部分或全部措施稳定公司股价。公司应保证股价稳定措施实施后，公司的股份分布符合上市条件。

(1) 经董事会、股东大会审议同意，公司通过交易所集中竞价交易回购公司股票的方式稳定公司股价，所回购公司股票应予注销或按照法律法规规定的其他方式处理。

(2) 经董事会、股东大会审议同意，公司通过实施利润分配等方式稳定公司股价。

(3) 公司通过削减开支、限制高级管理人员薪酬、暂停股权激励计划等方式提升公司业绩、稳定公司股价。

(4) 法律、行政法规规定以及中国证监会认可的其他方式。

3、经董事会、股东大会审议同意，公司通过交易所集中竞价交易回购公司股票的方式稳定公司股价，所回购公司股票应予注销或按照法律法规规定的其他方式处理。

(四) 依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺

发行人及其控股股东、中介机构关于依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺内容详见本招股意向书之“重大事项提示”之“五、相关责任主体关于《招股意向书》的承诺”内容。

(五) 利润分配政策的承诺

发行人承诺，股票发行上市后，公司将严格按照 2019 年 6 月 26 日召开的 2018 年年度股东大会审议并通过的《关于公司未来三年股东回报规划的议案》（2019 年-2021 年）和 2017 年 4 月 27 日召开的 2017 年第三次临时股东大会审议并通过的《关于制定公司章程（草案）的议案》（上市后生效）等文件执行利润分配政策。上述规划文件具体内容，请见本招股意向书“重大事项提示/二、公司发行上市后股利分配政策和股东分红回报规划”部分内容。

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

鉴于本次发行完成后短期内，公司股本、净资产将有较大幅度的增加，但由于募集资金投资项目的效益短期内无法显现。因此，可能存在发行后短期内，公司每股收益、净资产收益率出现下降的情况。募集资金到位后，公司承诺将采取措施提高未来回报能力，详细内容请见本招股意向书“重大事项提示/六、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”部分内容。

（七）避免同业竞争的承诺

1、控股股东广州展新出具的《避免同业竞争的承诺函》

公司控股股东广州展新及其下属其他企业目前不存在与发行人从事相同或相近业务的情形，广州展新已就避免潜在同业竞争问题作出承诺如下：

“1、本企业目前不存在自营、与他人共同经营或为他人经营与北京指南针科技发展股份有限公司（以下简称为“发行人”）相同、相似业务的情形；

2、在直接或间接持有发行人股份的相关期间内，本企业将不会采取参股、控股、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事与发行人现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务，也不会协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与发行人现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务；并将促使本企业控制的其他企业（如有）比照前述规定履行不竞争的义务；

3、在代表十分之一以上表决权的股东、三分之一以上董事、二分之一以上独立董事、监事会、董事长、总经理中的任何一方（以下简称“异议方”）认为本企业或本企业控制的其他企业与发行人存在同业竞争或利益冲突的情形时，异议

方有权向本企业书面询证，本企业应在接到该询证函件后 10 个工作日内提出书面解释并如实提供相关证明材料（如有）。如异议方在收到本企业的书面解释和资料后仍认为存在同业竞争或利益冲突情形的，异议方有权根据《公司法》和发行人章程的规定提议召开董事会会议，审议本企业是否存在同业竞争或利益冲突情形，本企业和本企业的关联方应在董事会审议时回避表决。如董事会认为本企业确实存在同业竞争或利益冲突情形的，本企业应在董事会决议作出之日起 30 个工作日内停止从事构成同业竞争或利益冲突的业务并将从事同业竞争或利益冲突业务所得收益上缴发行人。同时，如发行人要求本企业无偿将构成同业竞争或利益冲突的业务依法转让给发行人的，本企业无条件配合办理相关手续；

4、如本企业违反上述承诺，发行人及发行人其他股东有权根据本承诺书依法申请强制其履行上述承诺，并赔偿发行人及发行人其他股东因此遭受的全部损失；同时本企业因违反上述承诺所取得的利益归发行人所有；

5、如本企业违反上述承诺事项或者未依法执行相应约束措施的，发行人有权扣留应向本企业支付的分红款直至本企业依法履行相关承诺或执行相关约束措施。”

2、实际控制人及持股 5%以上股东出具的《避免同业竞争的承诺函》

公司实际控制人黄少雄和徐兵先生、持股 5%以上股东陈锋先生已就避免潜在同业竞争问题分别作出承诺如下：

“1、本人目前不存在自营、与他人共同经营或为他人经营与北京指南针科技发展股份有限公司（以下简称为“发行人”）相同、相似业务的情形；

2、在直接或间接持有发行人股份的相关期间内，本人将不会采取参股、控股、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事与发行人现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务，也不会协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与发行人现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务；并将促使本人控制的其他企业（如有）比照前述规定履行不竞争的义务；

3、在代表十分之一以上表决权的股东、三分之一以上董事、二分之一以上独立董事、监事会、董事长、总经理中的任何一方（以下简称“异议方”）认为本

人或本人控制的其他企业与发行人存在同业竞争或利益冲突的情形时，异议方有权向本人书面询证，本人应在接到该询证函件后 10 个工作日内提出书面解释并如实提供相关证明材料（如有）。如异议方在收到本人的书面解释和资料后仍认为存在同业竞争或利益冲突情形的，异议方有权根据《公司法》和发行人章程的规定提议召开董事会会议，审议本人是否存在同业竞争或利益冲突情形，本人和本人的关联方应在董事会审议时回避表决。如董事会认为本人确实存在同业竞争或利益冲突情形的，本人应在董事会决议作出之日起 30 个工作日内停止从事构成同业竞争或利益冲突的业务并将从事同业竞争或利益冲突业务所得收益上缴发行人。同时，如发行人要求本人无偿将构成同业竞争或利益冲突的业务依法转让给发行人的，本人无条件配合办理相关手续；

4、如本人违反上述承诺，发行人及发行人其他股东有权根据本承诺书依法申请强制其履行上述承诺，并赔偿发行人及发行人其他股东因此遭受的全部损失；同时本人因违反上述承诺所取得的利益归发行人所有；

5、如本人违反上述承诺事项或者未依法执行相应约束措施的，发行人有权扣留应向本人支付的薪酬及/或分红款直至本人依法履行相关承诺或执行相关约束措施。”

3、公司董事、监事及高级管理人员出具的《避免同业竞争的承诺函》

发行人董事、监事及高级管理人员已就避免潜在同业竞争问题分别作出承诺如下：

“1、本人目前不存在自营、与他人共同经营或为他人经营与指南针相同、相似业务的情形；

2、在直接或间接持有指南针股份的相关期间内，本人将不会采取参股、控股、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事与指南针现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务，也不会协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与指南针现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务；并将促使本人控制的其他企业（如有）比照前述规定履行不竞争的义务；

3、在代表十分之一以上表决权的股东、三分之一以上董事、二分之一以上

独立董事、监事会、董事长、总经理中的任何一方（以下简称“异议方”）认为本人或本人控制的其他企业与指南针存在同业竞争或利益冲突的情形时，异议方有权向本人书面询证，本人应在接到该询证函件后 10 个工作日内提出书面解释并如实提供相关证明材料（如有）。如异议方在收到本人的书面解释和资料后仍认为存在同业竞争或利益冲突情形的，异议方有权根据《公司法》和指南针章程的规定提议召开董事会会议，审议本人是否存在同业竞争或利益冲突情形，本人和本人的关联方应在董事会审议时回避表决。如董事会认为本人确实存在同业竞争或利益冲突情形的，本人应在董事会决议作出之日起 30 个工作日内停止从事构成同业竞争或利益冲突的业务并将从事同业竞争或利益冲突业务所得收益上缴指南针。同时，如指南针要求本人无偿将构成同业竞争或利益冲突的业务依法转让给指南针的，本人无条件配合办理相关手续；

4、如本人违反上述承诺，指南针及指南针其他股东有权根据本承诺书依法申请强制其履行上述承诺，并赔偿指南针及指南针其他股东因此遭受的全部损失；同时本人因违反上述承诺所取得的利益归指南针所有；

5、如本人违反上述承诺事项或者未依法执行相应约束措施的，指南针有权扣留应向本人支付的薪酬及/或分红款直至本人依法履行相关承诺或执行相关约束措施。”

（八）关于规范关联交易的承诺

1、控股股东广州展新出具的《规范关联交易的承诺函》

发行人控股股东广州展新已就规范关联交易事项出具承诺如下：

“1、严格遵守有关法律、法规、规范性文件及中国证监会、证券交易所的有关规定，充分尊重指南针的独立法人地位，善意、诚信地行使相关权利并履行相应义务，保证指南针在资产、业务、财务、人员、机构等方面的独立性，保证不会利用关联关系促使指南针股东大会、董事会、监事会、管理层等机构或人员作出任何可能损害指南针及其他股东合法权益的决定或行为。

2、在遵守有关法律法规、指南针章程的前提下，本公司及控制的第三方将尽可能避免与指南针之间进行关联交易。

3、对于本公司及控制的其他企业与指南针发生的不可避免的关联交易，本公司将督促交易各方严格按照有关法律、法规、规范性文件及公司章程及相关制度的有关规定履行关联交易决策程序及信息披露义务，保证关联交易按照公平合理的商业原则进行，本公司及与本公司具有控制关系的第三方不得要求或接受公司给予比在任何一项市场公平交易中第三方更为优惠的条件。本公司及与本公司具有控制关系的第三方将严格及善意地履行与公司之间的关联交易协议，不向公司谋求任何超出协议之外的利益。

4、依法促使与本公司具有控制关系的第三方按照与本公司同样的标准遵守以上承诺事项。

5、如违反上述承诺事项并导致指南针遭受经济损失的，本公司应赔偿指南针遭受的全部经济损失。

6、如本公司违反上述承诺事项或者未依法执行相应约束措施的，指南针有权扣留应向本公司支付的薪酬及/或分红款直至本公司依法履行相关承诺或执行相关约束措施。”

2、实际控制人及持股 5%以上股东出具的《规范关联交易的承诺函》

发行人实际控制人黄少雄和徐兵先生、持股 5%以上的股东陈锋先生已就规范关联交易事项出具承诺如下：

“1、严格遵守有关法律、法规、规范性文件及中国证监会、证券交易所的有关规定，充分尊重指南针的独立法人地位，善意、诚信地行使相关权利并履行相应义务，保证指南针在资产、业务、财务、人员、机构等方面的独立性，保证不会利用关联关系促使指南针股东大会、董事会、监事会、管理层等机构或人员作出任何可能损害指南针及其股东合法权益的决定或行为。

2、在遵守有关法律法规、指南针章程的前提下，本人及与本人具有控制关系的第三方将尽可能避免与指南针之间进行关联交易。

3、对于本人及本人控制的其他企业与指南针发生的不可避免的关联交易，本人将督促交易各方严格按照有关法律、法规、规范性文件、公司章程及相关制度的有关规定履行关联交易决策程序及信息披露义务，保证关联交易按照公平合理的商业原则进行，本人及与本人具有控制关系的第三方不得要求或接受公司给

予比在任何一项市场公平交易中第三方更为优惠的条件。本人及与本人具有控制关系的第三方将严格及善意地履行与公司之间的关联交易协议，不向公司谋求任何超出协议之外的利益。

4、依法促使与本人具有控制关系的第三方按照与本人同样的标准遵守以上承诺事项。

5、如违反上述承诺事项并导致指南针遭受经济损失的，本人应赔偿指南针遭受的全部经济损失。

6、如本人违反上述承诺事项或者未依法执行相应约束措施的，指南针有权扣留应向本人支付的分红款直至本人依法履行相关承诺或执行相关约束措施。”

3、公司董事、监事及高级管理人员出具的《规范关联交易的承诺函》

发行人董事、监事及高级管理人员已就规范关联交易的事项分别出具承诺如下：

“1、严格遵守有关法律、法规、规范性文件及中国证监会、证券交易所的有关规定，充分尊重指南针的独立法人地位，善意、诚信地行使相关权利并履行相应义务，保证指南针在资产、业务、财务、人员、机构等方面的独立性，保证不会利用关联关系促使指南针股东大会、董事会、监事会、管理层等机构或人员作出任何可能损害指南针及其股东合法权益的决定或行为。

2、在遵守有关法律法规、指南针章程的前提下，本人及与本人具有控制关系的第三方将尽可能避免与指南针之间进行关联交易。

3、对于本人及本人控制的其他企业与指南针发生的不可避免的关联交易，本人将督促交易各方严格按照有关法律、法规、规范性文件、公司章程及相关制度的有关规定履行关联交易决策程序及信息披露义务，保证关联交易按照公平合理的商业原则进行，本人及与本人具有控制关系的第三方不得要求或接受公司给予比在任何一项市场公平交易中第三方更为优惠的条件。本人及与本人具有控制关系的第三方将严格及善意地履行与公司之间的关联交易协议，不向公司谋求任何超出协议之外的利益。

4、依法促使与本人具有控制关系的第三方按照与本人同样的标准遵守以上承诺事项。

5、如违反上述承诺事项并导致指南针遭受经济损失的，本人应赔偿指南针遭受的全部经济损失。

6、如本人违反上述承诺事项或者未依法执行相应约束措施的，指南针有权扣留应向本人支付的薪酬及/或分红款直至本人依法履行相关承诺或执行相关约束措施。”

（九）关于未履行承诺的约束措施

1、对于发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等责任主体的约束措施

为确保上述承诺的顺利履行，发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等责任主体，针对各自在本招股意向书中作出的上述承诺，提出了未履行或未及时履行相关承诺时的约束措施。若上述承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行，将采取以下措施：

（1）发行人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未能履行、无法履行或无法按期履行承诺的具体原因，并向社会公众投资者道歉；

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益，并同意将上述补充承诺或替代承诺提交股东大会审议；

（3）公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，相关责任主体将在获得收入的5日内将所得收入支付给发行人指定账户；

（4）公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员因未履行上述承诺事项而给发行人或其他投资者造成损失的，将依法向发行人或其他投资者进行赔偿。

（5）发行人因未履行上述承诺事项而给投资者造成损失的，将依法向投资者进行赔偿。

2、对于保荐机构及其他证券中介机构的约束措施

保荐机构及其他证券中介机构承诺：若本公司/本所未履行所作出的相关承诺，将按照相关规定承担相应法律责任。

（十）承诺履行情况

自上述责任主体和机构作出承诺之日起，未发生违反承诺的事项。

（十一）中介机构关于上述承诺及约束措施有效性的核查意见

保荐机构、发行人律师经核查上述承诺及约束措施后认为，上述相关法人所作承诺均已履行相关决策程序，自然人均系本人真实意思的表示，相关承诺方所承诺的内容及对承诺的约束措施合法合理、明确具体，具备可操作性。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况

(一) 主营业务及主要产品或服务

发行人的主营业务为以证券工具型软件终端为载体，以互联网为工具，向投资者提供及时、专业的金融数据分析和证券投资咨询服务。同时，发行人基于自身在金融信息服务领域积累的客户资源、流量入口优势及营销优势，积极拓展了广告服务业务和保险经纪业务，该类业务系发行人对现有用户资源和互联网入口资源的深度挖掘，进一步丰富了收入结构并提升了收入规模，增强了发行人的持续盈利能力。自设立以来，发行人的主营业务未发生重大变化。

报告期内，发行人主营业务收入的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
金融信息服务	33,849.92	93.00%	53,014.45	91.77%	60,755.02	90.80%	48,604.21	85.08%
广告服务	2,519.54	6.92%	4,056.85	7.02%	4,608.56	6.89%	5,721.66	10.02%
保险经纪	27.45	0.08%	697.17	1.21%	1,527.20	2.28%	2,799.65	4.90%
其他	-	-	1.10	0.00%	19.09	0.03%	1.01	0.00%
合计	36,396.91	100.00%	57,769.57	100.00%	66,909.87	100.00%	57,126.53	100.00%

报告期内，公司的主要产品或服务如下表所示：

主营业务板块	主要产品或服务名称
金融信息服务	财富掌门高级版
	财富掌门标准版
	全赢博弈私享家版
	全赢博弈先锋版
	全赢博弈版
	全赢博弈智能操盘系统
广告服务	利用公司金融信息服务积累的客户资源和流量入口优势，与证券公司进行深度合作，通过在金融信息服务产品中投放广告等方式，吸引投资者在合作的证券公司开户、交易，从而向证券公司收取相应广告服务费用
保险经纪	利用金融信息服务积累的客户资源、流量入口优势及营销优

	势，与保险公司合作开展保险产品的宣传与推介业务，提供办理投保手续、保全变更、理赔咨询等服务，并向合作保险公司按照约定收取经纪费用
其他	少量技术开发、电信增值等业务

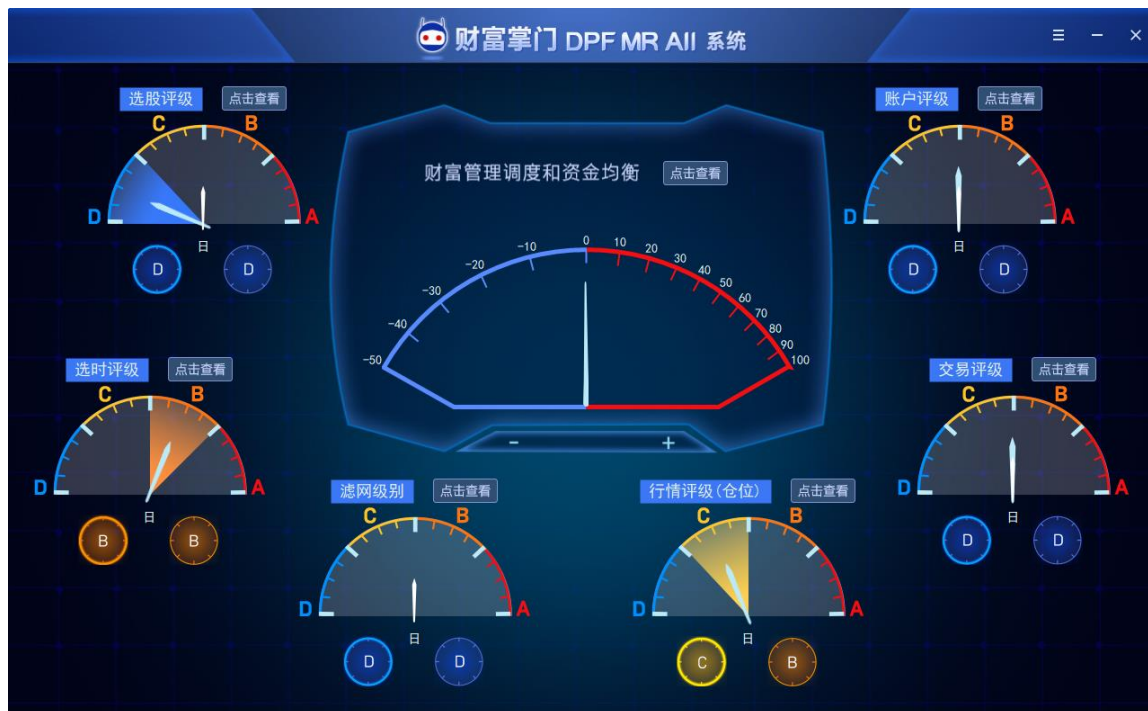
1、金融信息服务业务

目前国内金融信息服务行业的主要企业包括同花顺、东方财富、大智慧等上市公司和发行人、益盟软件、麟龙股份等全国股转系统挂牌公司，其中：同花顺、东方财富的证券、期货市场信息服务业务较为全面，软件功能趋于平台化，客户群体相对庞大；而发行人等则更侧重证券分析软件产品设计，产品更加专业化、多样化，客户群体相对较小但更有针对性。

报告期内，发行人主要产品的具体情况如下：

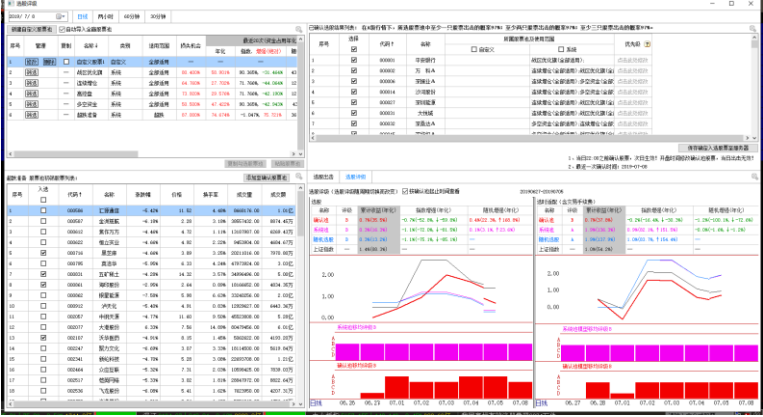
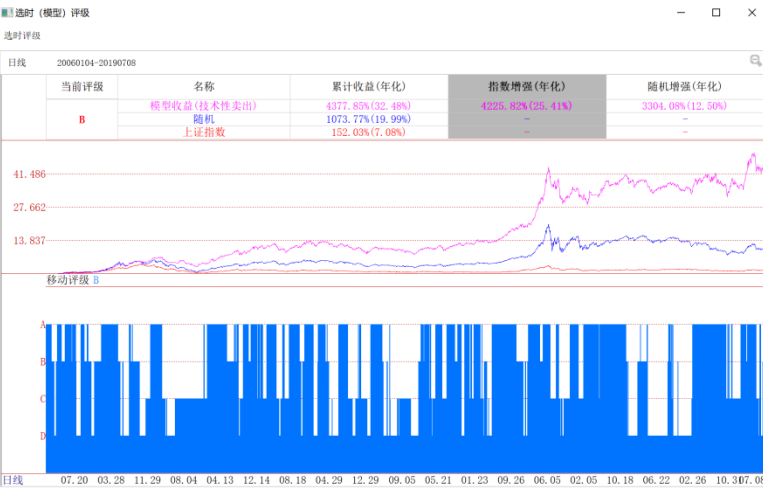
(1) 财富掌门 DPFMR AII 系统

财富掌门 DPFMR AII 系统（以下简称“财富掌门”）为发行人于 2019 年推出的新产品，包括标准版、高级版两个版本，主要面向中高端客户和管理资金规模较大的专业投资者销售。财富掌门系列产品在功能上更侧重于证券投资的风险控制管理，与全赢系列的高端产品之全赢博弈私享家版（以下简称“私享家版”）在功能上各有侧重，因此财富掌门系列并非私享家版的替代产品，而是属于发行人产品序列中高端产品的延伸。



财富掌门产品从风险控制角度将投资管理过程进行模块化切分,分为选股评级、选时评级、滤网分级、行情评级等功能模块,通过对上述模块的独立评级,能够将各模块的投前预测结果和投后管控方法直观呈现给投资者,便于投资者对投资过程进行条理化的评价与纠正,从而达到控制投资风险的既定目标。

财富掌门产品的部分特色功能如下:

主要特色功能	功能简介
 <p style="text-align: center;">选股评级</p>	<p>用户将自行筛选的结果信息上传至产品服务器,服务器通过年化收益、α 增强收益等综合性评价指标,对其选股结果进行评级,当评级系数过低时,将提醒投资者及时纠正选股方法。</p>
 <p style="text-align: center;">选时评级</p>	<p>在投资者使用既定模型进行操作的情况下,系统将根据所用模型的操作轨迹,与随机操作的轨迹、指数的收益进行综合比较,客观评价模型的有效性,当投资者所采用的模型评级在一段时间内相对较低时,将提醒投资者及时进行纠偏处理。</p>



滤网评级

滤网评级的作用是针对投资者选择的既定模型，在确定“合格标准”的情形下，将动态运行过程中不合格的模型进行过滤，只允许达到合格标准的模型通过。滤网从宽松到严格，建立了不同层次、不同级别的滤网标准。



行情评级

行情评级以证券市场的技术分析为依托，通过行情评级指标动态反映市场的综合趋势变化，通过评级的高低，辅助投资者进行投资风险的管控。

(2) 全赢博弈私享家版

全赢博弈私享家版（以下简称“私享家版”）为发行人全赢系列的旗舰产品，是一款具备基础及高级功能的多模型分析平台，目标客户主要为资金管理规模较大的专业投资者。



该产品的功能和特色主要体现在两个方面：一是提供多市场、多品种的行情信息及资讯，除大盘、板块、个股、基金、股指期货等基础信息之外，还立足于数据挖掘整理、模型算法拟合以提供包括主力资金动向、游资动向、高管交易、大宗交易等特色信息的查询；二是提供用来辅助用户进行投资决策分析的多项决策指标与深度分析工具，包括成本均线、多头能量、承接因子、趋势指标等决策指标和基因平台等深度分析工具。

私享家版产品的部分特色功能介绍如下：

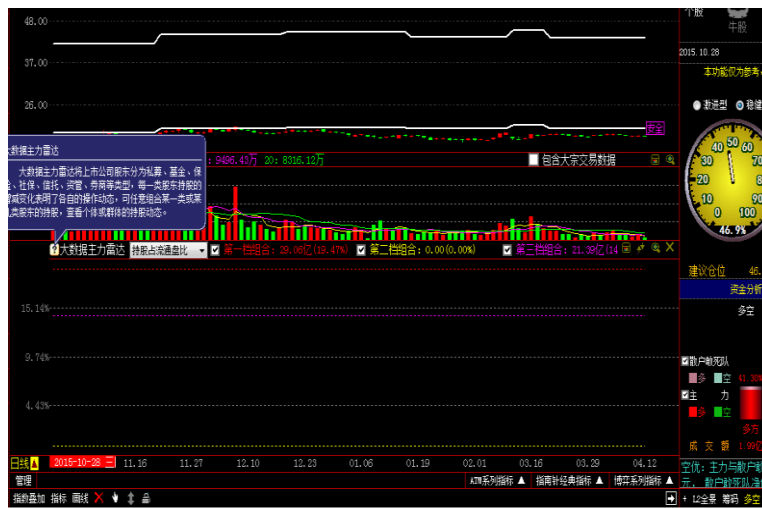
主要特色功能	功能简介
<p style="text-align: center;">私募英雄榜</p>	<p>发行人利用自身拥有的数据源对海量上市公司大股东持股信息进行深度挖掘、过滤及对比，全景还原私募操盘轨迹，实现对私募账户进行重点监控和追踪。</p>

 <p>高管交易榜</p>	<p>发行人利用自主研发的数据库对沪深上市公司高管人员的持股、交易明细进行分析与挖掘，实现对上市公司高管增持等数据的追踪。</p>
 <p>席位龙虎榜</p>	<p>发行人通过对大额资金操盘数据的跟踪及席位异动数据的研究，对动态盘口数据进行挖掘，并进行统计分析对比，从而实现龙头、活跃席位买卖股票等相关信息的追踪。</p>
 <p>三花聚鼎私密选股器</p>	<p>三花聚鼎功能可以将近一段时间内席位龙虎榜、高管交易榜、私募英雄榜上均有异动的股票通过金融模型的组合处理选入股票池，股票池分为私募+高管+席位或者私募+公募+席位两种，用户可以根据需要进行选择。</p>



大宗揭秘

发行人通过对海量数据进行分析与计算，实现对大宗交易信息的深度挖掘与监控，分析盘后大宗交易的操作动向，有利于用户根据大宗交易情况进行投资分析。




大数据主力雷达

大数据主力雷达将上市公司股东分为私募、基金、保险、信托、资管、券商等类型，每一类股东持股数量的增减表明了其操作动态，可以任意组合某一类或几类股东的持股，查看个体或群体的持股动态。

序号	代码	名称	操盘策略	自选股	涨跌	最新价	开盘价	涨幅	换手率	流通盘	成交额	成交量	最高价
1	0Z	新涨跌指数	持仓	+	0.028	19.823	19.722	0.14%	3.00%	11.851亿	5349.1亿	355457	20.124
2	B00001	上证50	持仓	+	-0.054	16.673	16.676	-0.32%	0.38%	291.08亿	181.44亿	1101730	16.782
3	B00002	沪深300	空仓	+	-0.011	16.928	16.851	-0.06%	0.97%	73.697亿	973.79亿	715865	17.104
4	B00007	创业板	持仓	+	0.107	31.171	30.980	0.34%	4.39%	24383.0万	959.00亿	107072	31.804
5	B00014	中小板	持仓	+	0.008	20.761	20.670	0.04%	3.19%	45411.2万	1643.9亿	145045	21.116
6	B00024	中证500	持仓	+	-0.002	16.071	15.997	-0.01%	1.97%	94629.8万	1052.2亿	186775	16.314
7	B05002	国家队	持仓	+	-0.027	8.851	8.851	-0.30%	0.17%	794.69亿	35.541亿	1357281	8.886
8	B05003	停牌板块	持仓	+	0.020	18.925	18.827	0.11%	2.94%	62432.2万	2950.2亿	183663	19.239
9	B05004	沪市停牌	持仓	+	0.023	15.987	16.003	0.14%	2.31%	89353.7万	740.46亿	206807	16.373
10	B05005	深市停牌	持仓	+	0.019	20.141	20.034	0.09%	3.19%	51677.5万	2209.7亿	164595	20.501
11	B05006	中小板停牌	持仓	+	0.013	19.971	19.890	0.07%	3.31%	45210.5万	1169.4亿	149694	20.339
12	B05007	创业板停牌	持仓	+	0.020	25.542	25.363	0.08%	3.76%	30044.9万	628.82亿	112878	26.143
13	B05008	沪深300停牌	持仓	+	0.023	18.322	18.214	0.13%	1.40%	25.303亿	346.87亿	356073	18.553
14	B05009	中证500停牌	空仓	+	-0.011	15.014	14.993	-0.07%	2.18%	94568.2万	566.28亿	206450	15.261
15	B05010	证金板块	持仓	+	-0.004	22.783	22.733	-0.02%	2.63%	66003.3万	848.81亿	173708	23.283
16	SH0Z	沪市A股	空仓	+	0.024	16.073	15.972	0.15%	2.44%	22.408亿	1887.2亿	548330	16.302
17	SZ0Z	深市A股	持仓	+	0.030	22.154	22.041	0.14%	3.33%	53128.9万	3461.9亿	176668	22.538

指数全景监控

指数全景监控功能将所有沪深股票按创业板、中小板、沪市 A 股、国企大盘等上市公司所具备的市场特征分门别类，形成发行人发布的特有的市场指数，此类指数具备独立估值系统、独立开减仓系统、独立流动

	<p>性计算系统，可以对市场股票走势和动态实现全面监控。</p>
 <p>盘口功能</p>	<p>盘口功能是发行人推出的一个实时决策监控系统。此功能允许用户监控自定义的股票板块或自选股。根据活筹当量和活筹流速指标，提示用户关注股票盘中的动态决策点，提升用户的股票动态择时能力。</p>
 <p>盘中实时监控</p>	<p>盘中实时监控功能可以实现对市场股票技术形态的总体监控，监控又分为：突破形态监控、回调形态监控、补涨形态监控及自定义特征监控，从不同的角度，对全市场进行监控。</p>

 <p style="text-align: center;">基因平台</p>	<p>基因平台采用云识别技术，可提取任意行情走势的“基因样本”，通过对样本的趋势、形态和 K 线组合特征分析，自动计算该基因特征下股票上涨的成功率和收益率，并列举出近期具有相似基因特征的克隆个股。</p>
 <p style="text-align: center;">财报掘金</p>	<p>主要提供上市公司财务报表信息查询及深度筛选功能，可根据不同的财务指标对各公司的财报数据进行分析计算，快速筛选出价值低估、业绩预增、业绩扭亏、高送转等不同特点的个股。</p>

该产品的关键技术主要体现在以下三个方面：1）高速行情数据的采集与处理技术，对多个市场的海量数据进行高效采集与处理，为产品提供稳定、及时、准确的数据资源；2）多维数据的分析与建模技术，将采集到的大批量数据按照不同的功能模块进行分发处理与数据建模；3）信息资讯的高速收集、传输和展示技术，将收集并分析处理过后的结果及时呈现到用户终端上，大大提高时间效率，增加单位时间内的资讯发送量。

发行人私享家版产品包括 1 年期和 4 年期两个版本，其中 4 年期产品包含“倚天 100 插件”和“Ukey 私密插件”两个插件，相比于 1 年期产品功能更加全面。“倚天 100 插件”和“Ukey 私密插件”功能的具体介绍如下：

插件名称	插件功能
倚天 100 插件	通过向用户提供沪深 A 股组合配置及仓位控制管理，计算形成配置型指数，并同时与随机买卖、上证指数等在任意区间范围内进行指数收益的比较。
Ukey 私密插件	包含机构仓位系列指标，这一系列指标重点反映的是上市公司股东持股的离散程度及趋势变化，同时，使用者可通过相关指标的排序等功能实现等个性化的选股需求。此外，该类数据在使用时，需对软件者进行身份认证，并且为了有效杜绝盗版，身份认证时需通过硬件 UKey 加密技术完成。

(3) 全赢博弈先锋版

全赢博弈先锋版（以下简称“先锋版”）为公司全赢系列的中端产品，目标客户主要为中端专业投资者。



在功能方面，先锋版产品提供包括行情数据及资讯信息等各类技术指标以及多项具有特色的深度分析工具在内的辅助决策功能，是私享家版的简化版，主要特色功能模块包括先锋策略平台 2.0、操盘策略、结构性牛市、变频资金等。在技术方面，该产品能够实现大流量数据的快速采集、处理、分析、传输及分发。

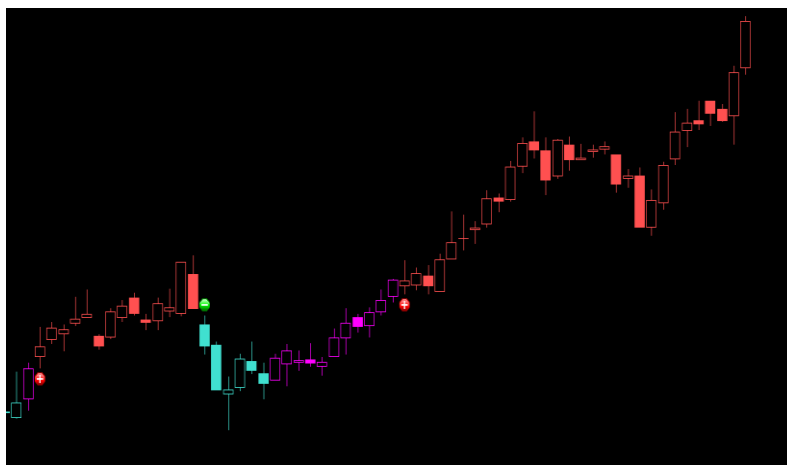
先锋版产品的主要特色功能如下：

主要特色功能	功能简介
--------	------



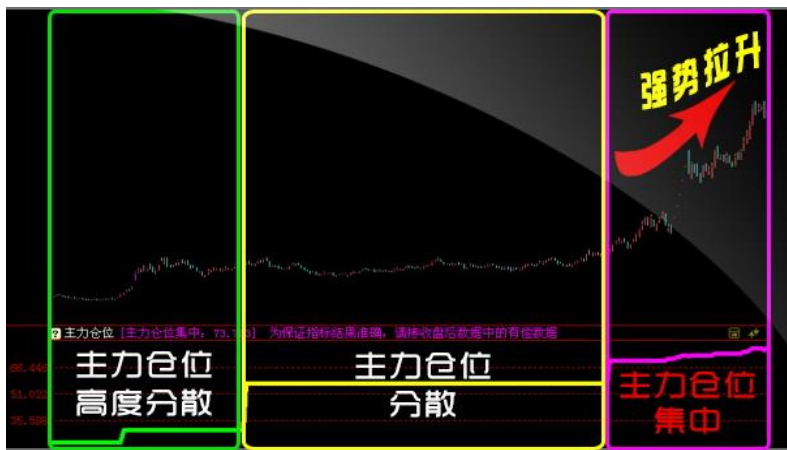
先鋒策略平台 2.0

该平台下设结构性牛市板块、开仓先锋、急先锋、海选策略、概念选股、私密策略等功能选项，利用技术分析手段深度分析和挖掘上涨板块及个股，用户可根据个人决策偏好自行组合相应选股策略。



操盘策略

发行人通过自主研发的平台算法实现操盘辅助决策功能，深度挖掘市场及个股运行趋势，就仓位管理数据进行分析，为投资者提供投资分析策略建议。



主力仓位

主力仓位指标以不同的曲线和不同的颜色揭示当前主力的控盘度情况，能够帮助用户快速的发现主力控盘集中、分散以及主力控盘度发生增减变化的个股。

	<p>消息龙虎榜功能依据对广泛的财经资讯信息的网络搜集分析,自动统计、筛选盘面热点,全面网罗热门行业,精确锁定热门个股,有利于投资者充分获得各类有效信息。</p>
<p>消息龙虎榜</p>	
	<p>盯盘龙虎榜功能可以实现对实盘热点相关数据的深度挖掘分析和页面展示、实时动态的深入分析相关主力资金布局方向。</p>
<p>盯盘龙虎榜</p>	
	<p>变频资金功能可以根据市场自动调整检测分析周期和出击策略,协助投资者正确识别行情和控制仓位,科学合理地建立投资策略。</p>
<p>变频资金</p>	

发行人先锋版产品包括 1 年期、2 年期、3 年期三个版本,相比于 1 年期版本,2 年期版本包含“研报监控插件”功能,3 年期版本包含“研报监控插件”、“重组监控插件”和“信号旗插件”功能,上述插件功能的具体介绍如下:

插件名称	插件功能
研报监控插件	依托于机构研究报告的相关信息，通过数据勾稽，长期跟踪分析师在上市公司中的评级变化，并对不同机构、不同分析师的评级信息进行汇总统计
重组监控插件	根据上市公司公开信息，分别对上市公司回购、重组等重要事件类信息进行汇总统计分析
信号旗插件	根据上市公司披露的财务信息，从预增、预盈、扭亏、高送转等多个维度进行分类汇总

(4) 全赢博弈版

全赢博弈版产品（以下简称“博弈版”）的目标客户主要为证券市场中对金融信息有较为强烈需求的中小个人投资者。



在功能方面，博弈版产品除提供基础数据产品的行情及资讯查询功能之外，还可以提供多项特色的分析工具与决策指标，例如：提供资金、媒体、股民积极关注的榜单 TOP50、舆情监控指标、操盘训练系统等功能。在技术方面，该产品主要采用了实时行情数据采集和处理技术，实现了大流量数据的快速搜集、处理、分析、传输及分发。

博弈版产品的主要特色功能如下：

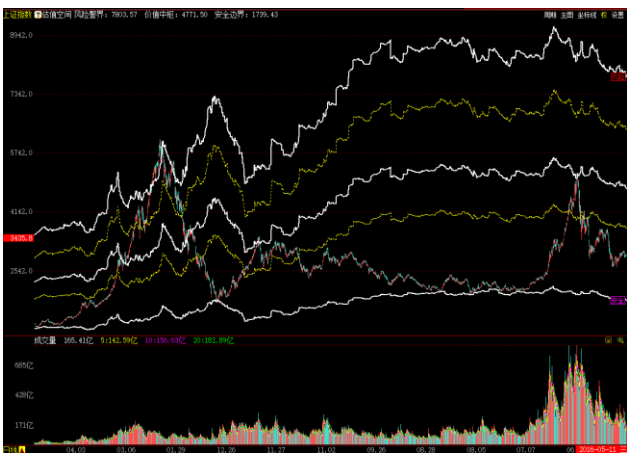
主要特色功能	功能简介
 <p>三大榜单 TOP50</p>	<p>三大榜单TOP50 功能是公司打造的媒体推荐榜、股民关注榜、资金响应榜排名，可以帮助用户迅速选出当前媒体重点推荐、股民高度关注和资金快速响应的股票名单。</p>
 <p>舆情监控</p>	<p>舆情监控功能可以将媒体推荐和股民关注合二为一，二维监控当前股市舆情动态，锁定符合三大榜单的热点板块与龙头个股。其中红线为舆情关注快线，绿线为舆情关注慢线，舆情指数数值越大，说明舆论对本股票的关注程度越高。</p>
 <p>操盘训练系统</p>	<p>操盘训练系统是一个专业的交易员模拟训练平台，可以模拟真实的股市环境。用户借助该系统可以检测自身的投资水平，锻炼自身的投资技术，寻找和建立适合自身的投资赢利模型。</p>

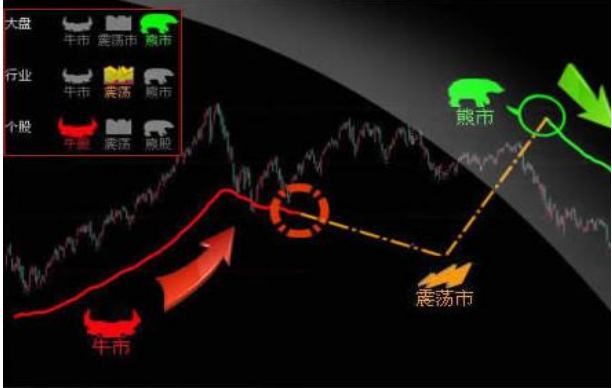
(5) 全赢博弈智能操盘系统

全赢博弈智能操盘系统（以下简称“免费版”）的目标客户为初次尝试使用公司金融信息终端的投资者，产品终身免费使用。

序号	代码	名称	自选	涨跌	最新价	开盘价	涨幅↓	换手率	流通盘	成交额	成交量	最高价	最低价	振幅	量比	流通市值	委比
1	600707	彩虹股份	+	0.81	8.89	8.06	10.02%	7.90%	73603.8万	49706.2万	581446	8.89	8.01	10.89%	2.44	65.434亿	100.00
2	600745	中茵股份	+	2.43	26.70	26.70	10.01%	10.91%	48332.0万	13.779亿	527220	26.70	24.93	7.29%	2.92	129.06亿	100.00
3	603822	嘉澳环保	+	2.05	22.53	22.53	10.01%	0.02%	1835.0万	81108	36	22.53	22.53	0.00%	2.82	41342.5万	100.00
4	600847	万里股份	+	3.31	36.40	36.40	10.00%	0.15%	13421.4万	738.50万	2029	36.40	36.40	0.00%	0.05	48.854亿	100.00
5	603726	朗迪集团	+	3.29	36.20	36.20	10.00%	0.68%	2360.0万	500.00万	1602	36.20	36.20	0.00%	4.87	85721.6万	100.00
6	603528	多伦科技	+	1.36	14.97	14.97	9.99%	0.02%	5168.0万	15.124万	101	14.97	14.97	0.00%	0.34	77365.0万	100.00
7	600029	南方航空	+	0.62	6.83	6.22	9.98%	4.57%	70.226亿	21.375亿	3211927	6.83	6.20	10.14%	11.22	479.65亿	100.00
8	603029	天鹏股份	+	1.71	18.84	18.84	9.98%	0.13%	2334.0万	55.732万	296	18.84	18.84	0.00%	2.93	43972.6万	100.00
9	600613	神奇制药	+	1.48	16.32	15.19	9.97%	7.07%	17723.0万	20219.0万	125290	16.32	14.02	10.11%	5.33	28.924亿	100.00
10	600401	海澜光伏	+	0.27	3.00	2.84	9.89%	3.22%	47.249亿	44685.6万	1520987	3.00	2.80	7.33%	1.89	141.75亿	100.00
11	600115	东方航空	+	0.53	6.75	6.20	8.52%	2.34%	84.811亿	13.047亿	1983909	6.82	6.18	10.29%	4.58	572.47亿	0.56
12	600981	汇鸿集团	+	0.67	9.26	8.52	7.80%	3.79%	51610.6万	17549.0万	195816	9.36	8.51	9.90%	2.97	47.791亿	57.64
13	603328	依顿电子	+	1.85	26.67	24.77	7.45%	15.79%	9798.0万	40899.0万	154741	27.30	24.62	10.80%	4.86	26.131亿	-34.19
14	603198	迎驾贡酒	+	1.68	24.38	24.01	7.40%	28.54%	8000.0万	55834.0万	228309	24.97	24.01	4.23%	6.90	19.504亿	36.32
15	603885	吉祥航空	+	1.94	29.66	27.65	7.00%	9.43%	13600.0万	37620.8万	128291	30.04	27.41	9.49%	4.10	40.338亿	-85.08
16	603019	中科曙光	+	2.50	38.96	36.20	6.86%	5.95%	35873.1万	82319.1万	213455	39.93	35.96	10.89%	1.68	139.76亿	65.45
17	600829	人民同泰	+	0.85	13.28	12.35	6.84%	1.37%	57988.8万	10216.7万	79485	13.40	12.31	8.77%	2.17	77.009亿	-60.89
18	600876	洛阳玻璃	+	1.93	30.37	28.10	6.79%	7.99%	25001.8万	60885.7万	199671	31.28	28.10	11.18%	3.96	75.931亿	15.11
19	601111	中国国航	+	0.45	7.36	6.87	6.51%	1.18%	85.221亿	73082.5万	1009362	7.50	6.85	9.41%	5.47	627.22亿	-39.92
20	600330	大通股份	★	0.79	13.08	12.20	6.43%	9.90%	75997.1万	87161.3万	751999	13.45	12.16	10.50%	2.44	99.404亿	-58.80
21	600221	海南航空	+	0.20	3.32	3.13	6.41%	3.01%	118.12亿	11.588亿	3558673	3.35	3.12	7.37%	10.05	392.16亿	-33.32
22	603968	醋化股份	+	1.86	31.17	29.80	6.35%	12.06%	5112.0万	19078.1万	61642	31.61	29.50	7.20%	1.25	15.934亿	15.00
23	601021	春秋航空	+	2.94	49.70	46.79	6.29%	2.80%	20000.0万	27382.9万	55946	50.08	46.50	7.66%	2.63	99.400亿	16.46
24	603996	中新科技	+	1.94	34.56	32.50	5.95%	15.35%	5010.0万	26144.3万	76914	35.40	32.05	10.27%	1.54	17.315亿	-39.82
25	603936	博敏电子	+	2.11	38.42	36.20	5.81%	19.04%	4185.0万	30013.9万	79701	39.54	35.85	10.16%	1.89	16.079亿	-7.17

在功能方面，免费版产品是一套提供行情显示、行情基础分析并进行信息即时接收的证券投资辅助决策平台，相比于公司其他高端产品具有以下特点：一是操作简单，与业内传统产品的界面和操作方式相似，方便投资者的上手使用，无需其他特别维护；二是提供较强的分析功能，虽然为免费版本，但该产品仍提供包括估值空间分析、牛熊判市、慧眼关注等高级分析功能，部分高级分析功能的介绍如下：

主要特色功能	功能简介
 <p>估值空间分析</p>	<p>该功能是公司以价值投资理论为基础推出的估值空间分析技术。该功能可以根据当前市场走势和行情等信息为投资者分析出未来市场的涨跌空间，为投资者投资决策的提供参考信息。</p>

主要特色功能	功能简介
	<p>牛熊判市功能利用公司自主研发的智能变频分析技术，根据市场走势自动识别牛、熊、震荡市场，智能切换系统，自动匹配操作策略。</p>

2、广告服务业务

发行人的广告服务业务主要与证券公司合作开展，发行人根据合作协议为证券公司提供广告制作和发布等广告推广服务，并由证券公司按照协议约定的费用结算方式向发行人支付相应的广告服务费用。

金融信息服务企业与证券公司的合作对双方均能产生较为积极的业务促进作用，有着较为广阔的发展前景。目前市场上已有不少此类合作案例，如国金证券股份有限公司（以下简称“国金证券”）与腾讯、百度的战略合作，腾讯向国金证券开放核心广告资源，协助其进行用户流量导入，从而实现其证券在线开户和交易、在线金融产品销售等业务的有效推广；国金证券与百度合作，基于大数据和人工智能技术进行产品研发，并尝试在移动端证券业务领域进行合作；东方财富收购西藏同信证券股份有限公司（以下简称“同信证券”）后，东方财富在公开披露文件中披露其将为同信证券实现客户导入服务，并与同信证券共同打造互联网证券服务平台。

发行人客户群体中专业投资者基数大，与证券公司的目标客户群重合度较高，通过广告服务业务合作，发行人可以进一步增加客户的粘性，并向合作的证券公司收取相应广告服务费用，同时证券公司亦可以快速扩大其客户群体规模，从而取得双赢的合作效果。2015 年以来，发行人与第一创业证券开始进行广告服务合作并取得了良好效果。2016 年底，参照与第一创业证券合作模式，发行人开始与长江证券进行广告服务业务合作，截至目前相关业务正在逐步有序开展当中。

3、保险经纪业务

发行人的保险经纪业务主要系发行人通过自身平台为保险公司推广保险产品，同时协助投保人拟定投保方案、选择保险人、办理投保手续并协助提供被保险人或受益人保全变更、理赔咨询等相关服务，并向合作的保险公司按照约定收取相关经纪费用。

发行人保险经纪业务主要通过子公司指南针保险开展。指南针保险于 2015 年 10 月 12 日成立，2015 年 12 月 16 日经中国保监会批准，指南针保险取得保险经纪业务许可证，在全国区域内主要经营人身保险业务。指南针保险运用专业的大数据分析整合技术，在深入了解现有金融信息服务付费客户需求的基础上为其提供相关保险方案和资产配置方案，并在与保险公司的谈判中积极维护客户利益，协助提供保全变更及理赔咨询服务，为客户提供贴合个性化需求的产品服务及保障服务。目前指南针保险将电话销售与大数据分析相结合，实施立体化营销策略，已与泰康人寿、华夏人寿建立合作关系，并不断完善产品构成以为客户提供更为优质的服务。

发行人现有及潜在客户群体中专业投资者基数较大，对于投资产品种类的配置及风险偏好存在一定区别。通过保险经纪业务，发行人可以依托现有平台及营销优势为客户提供更全面的资产配置管理选择，从而进一步增加客户粘性，并向合作的保险公司收取相应经纪费用，保险公司亦可以扩大其新增客户规模。

（二）主要业务模式

发行人的主要业务模式为以投资者金融信息及数据分析的需求为导向，以证券工具型软件终端为载体，以互联网为工具，向投资者提供及时、专业的数据分析及投资咨询等服务。

1、采购模式

（1）行情数据和金融资讯信息的采购模式

作为金融信息服务提供商，发行人日常经营采购的产品及服务主要包括各大交易所的行情信息、服务器、服务器托管及专线服务，由公司产品部、运维部负责具体采购。

多年来，发行人已与主要供应商建立了长期稳定的合作关系，其中：①对于

行情数据和金融资讯信息的采购，发行人主要通过各大交易所的金融信息提供机构签署合同并获得其数据授权及使用许可，采购对象主要包括上证信息公司、深证信息公司、上海金融期货信息技术有限公司等；②服务器的采购由发行人的采购人员从服务器代理商处进行采购，合同签订后由服务器代理商将服务器配送至公司总部或服务器托管单位；③服务器托管及专线的采购由发行人与中国联通、中国移动、中国电信等主流运营商签订服务合同，供应商根据合同提供服务器托管服务及专线服务。

（2）广告投放的采购模式

发行人与主流互联网公司、网络媒体平台及专业推广机构合作，采用内容分享、舆情引导、品牌曝光、效果营销等方式，通过互联网和移动互联网对潜在客户进行引流来获取用户资源。同时，公司通过大数据分析技术对客户行为和需求进行分析，从而综合评价各种流量入口的价值，持续优化广告投放供应商结构。

2、产品研发模式

发行人的产品研发可分为初次开发和后期迭代开发两个过程：

在初次开发过程中，公司产品部根据客户需求分析结果，提出产品总体设计构想，形成相应文档后提交开发部；公司开发部对所开发产品进行设计论证并形成产品雏形，雏形产品经过内部测试及模拟线上运行环境测试合格后，形成正式产品并对外销售。

公司会定期或不定期在原有产品的基础上根据市场需求变化与用户反馈情况进行持续的产品升级与改进开发，即后期迭代开发过程。在此过程中，由公司产品部通过产品培训平台等渠道获得用户反馈后，会同公司开发部人员针对用户反馈分析用户需求，在原有产品的基础上进行产品升级与功能优化，升级后的产品在经过多次测试通过后，形成正式产品对外销售。

发行人已积累了丰富的研发经验和软件程序资源，根据客户多样化的资讯需求持续进行新产品的初次开发及成熟产品的迭代开发，精确把握市场需求动向。持续的产品和技术创新有利于发行人核心竞争力的培养和提升。

3、销售模式

报告期内发行人主要提供金融信息服务、广告服务和保险经纪服务，具体销

售模式情况如下：

（1）金融信息服务

报告期内发行人采用直销模式进行销售，即直接向客户提供包括金融资讯及数据的 PC 终端等产品及服务。根据用户下单及付款形式的不同，发行人金融信息服务产品的销售可分为线上自主交易和线下辅助交易两类：

①线上自主交易模式下，用户下单、付款和产品权限的开通均通过在线销售平台完成。客户通过在公司官方网站下载免费版本进行试用，此后可选择购买付费产品，并通过公司官方网站提交购买产品的订单，通过互联网在线支付系统（如网上银行以及支付宝等第三方支付平台）支付款项，支付完成后由公司为其开通产品权限。此后，公司财务部门根据在线支付系统的划款记录与相关订单资料核对后为客户开具发票。

②线下辅助交易模式下，客户在确认购买意向后，通过银行转账或网上银行等渠道直接将资金汇入公司账户，由财务部门确认款项到账后将收款信息反馈给销售客服人员，由销售客服人员将收款记录与客户进行人工匹配，并在销售客服人员与客户进行电话确认后生成订单，为其开通产品权限，最后由财务部门为客户开具发票。

（2）广告服务

发行人向证券公司提供的广告服务系典型的互联网广告服务。在合作初期，发行人与证券公司无类似合作先例，难以对发行人所投放广告的价值作出精确计量，因此采用由证券公司综合衡量和评价该等广告的效果后向发行人支付广告服务费用的计费方式；随着合作的深入，双方自 2017 年起增加了根据展示时长和次数来核算广告服务费用的结算模式，大幅提高了费用结算与核查的效率，并自 2017 年 11 月起全面推行展示时长和次数来核算广告服务费用的结算模式。

为提升广告服务业务的推广效果，发行人向参加活动的用户推出了“开户换积分”等促销活动，即发行人金融信息服务产品的付费用户如果选择在合作证券公司指定营业部开户并进行证券交易，其在合作证券公司的交易活跃情况会按一定的规则转换为发行人积分计划中的积分，用户可以用该等积分冲抵购买发行人金融信息服务产品的价款。

广告服务业务系发行人对现有用户资源和互联网入口资源的深度挖掘，通过实施该业务，发行人能够以相对较小的成本提升自身品牌价值和高端用户粘性，进而增强持续盈利能力。发行人在与证券公司进行广告合作的基础上，未来将逐步把该等业务拓展成为面向证券公司、保险公司的广告服务业务及面向基金公司的综合金融电子商务服务，从而进一步丰富发行人的收入结构并提升营收规模。

(3) 保险经纪服务

2016年起，发行人开始与泰康人寿、华夏人寿开展保险经纪业务，通过自身平台为合作的保险公司宣传和推广保险产品，同时向投保人提供办理投保手续/保全变更、理赔咨询等相关服务，并向合作的保险公司按照约定收取相关经纪费用。发行人运用大数据分析整合技术，在现有客户资源的基础上了解客户需求，为客户提供全面的金融产品配置方案，同时在与保险公司的谈判中积极维护客户利益，协助提供保全变更及理赔咨询服务，为客户提供贴合个性化需求的产品服务及保障服务。目前发行人将电话销售与互联网大数据分析相结合，实施立体化营销策略，同时积极拓展与其他保险公司的业务合作机会，不断完善产品线构成以为客户提供更为优质的服务。

发行人在金融信息服务业务领域具备较强的客户资源优势，且现有及潜在客户群体中专业投资者基数较大，客户对于金融产品种类的配置及风险偏好存在区别。通过保险经纪业务，发行人可以依托现有平台及营销优势为客户提供更全面的资产配置管理选择，从而进一步增加客户粘性，并向合作的保险公司收取相应经纪费用，保险公司亦可以扩大其新增客户规模。

4、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素

发行人基于自身多年的经营管理经验，已形成较为稳定高效的采购模式、研发模式和销售模式，主要经营模式既符合发行人自身发展需要，也可以适应行业发展的趋势。目前，影响发行人经营模式的关键因素为上下游市场供求状况、技术水平、客户需求等，具体而言：

(1) 发行人作为金融信息服务提供商，需要为用户提供及时的行情数据及金融资讯，因此需要确保及时稳定的数据来源及可靠的数据传输环境，从而提升公司产品的品质和可靠性。

(2) 发行人的主要产品属于计算机软件类，该产品需要根据市场需求不断进行更新换代，以满足用户不断增长的需求。在此过程中，能否保证研发效率、能否有效控制开发成本、能否准确满足用户需求，都将决定公司市场竞争能力。

(3) 鉴于发行人金融信息服务业务的客户以专业投资者为主，发行人采用的直销模式能够较好的满足客户个性化需求、覆盖更多的潜在客户群体，提高销售效率。

报告期内，影响公司经营模式的关键因素未发生重大变化。

(三) 公司设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

发行人自设立以来，始终以向专业投资者提供金融信息、数据分析及证券投资咨询服务为核心，主营业务未发生重大变化。发行人不断加大对产品研发的投入，经过多年的研发积累，主要产品体系不断丰富优化，形成了一套版本结构齐全、功能覆盖面广、用户体验度高的产品体系。

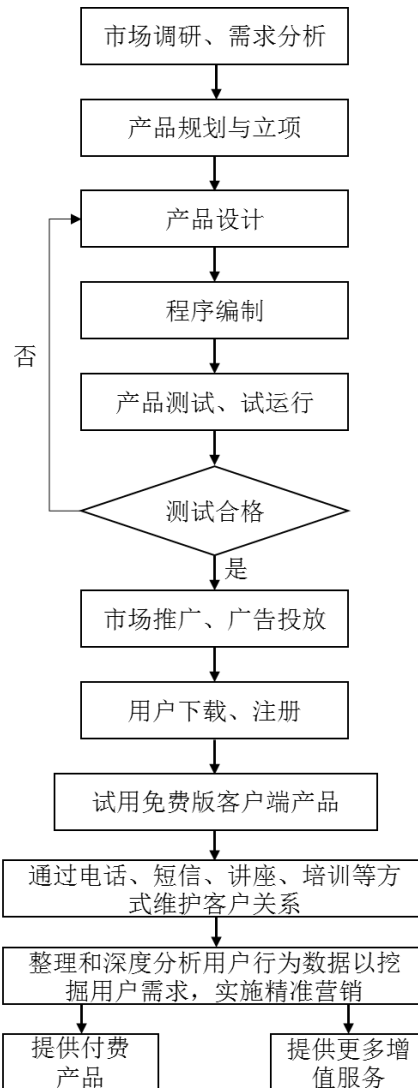
发行人产品及服务的主要演变情况如下：

时间	推出的新产品及服务
2001年之前	公司发起人之一的指南针证券用于出资的无形资产，包括其自主研发的成本分析理论、筹码分布理论、股市博弈理论，以及基于以上理论推出的CY系列指标、鬼域平台、博弈平台等一系列证券分析工具和软件产品，系该公司自1997年成立以来自主研发的技术、产品，也是公司进行后续产品研发的基础
2001年	公司成立后，推出了以GRP、GPV等指标为核心的指南针第三代指数分析系统，以及以公司自主研发的“季风战法”为核心理念的辅助决策系统“季风版”
2002年	推出全新板块解析平台、新版动态实时分析系统、基本面分析平台，发布辅助决策系统“无极版”
2003年	引入基本面技术指标分析技术，发布了基本面指标分析系统，推出了区域分析平台和横向统计平台
2004年	推出指南针“及时雨行情广播系统”，实现了行情与数据信息服务的宽带化、广播化
2005年	根据沪深证券交易所及期货交易所的交易数据、国家统计局的相关统计数据，推出股权分析理论和“价值投机”理论
2006年	推出赢富数据产品，正式推出“金融理财风险控制系统”，并发行“价值投机与风险控制”投资理论教程
2007年	推出深度行情发布系统“赢富数据专家版”，并推出全互联网模式下的指南针Web行情系统，推出了财富雷达、多空力道、龙虎高登、腾龙高登等多项基于赢富数据的盘后交易统计产品

2008年	推出全赢数据，携手新浪网、网易合作推出网页版赢富数据产品，与中证网联合打造了实时行情频道，并推出“主力雷达”系列软件
2009年	推出具备估值空间系统和仓位策略建议的证券软件产品
2010年	推出智能操盘精灵系统
2011年	发布基于主力资金数据资金数据、运用变频分析技术的新一代证券分析软件“全赢博弈版”
2012年	正式推出“全赢博弈一键选股版”智能投资系统
2013年	正式推出全赢博弈系高端版本“先锋版”和“私享家版”，实现VIP专享服务全面升级，并成功研发和推出了三花聚鼎选股系统、先锋策略平台、基因平台、模型监控系统等一系列分析工具
2014年	不断优化和完善工具型软件，先后推出了先锋策略平台2.0、鹰眼股期联动监控平台、重组监控系统、大数据主力雷达等拳头产品，进一步保持和巩固了指南针软件在市场同类产品中的优势地位
2015年	先后推出了重组监控2.0、市场全景监控、公募作战路线图和倚天100投资组合策略等新功能、基于金融信息服务业务二次开发的广告服务业务
2016年	推出“KZ动态决策系统”，该系统将一系列辅助功能纳入至先锋版及以上用户的产品配置中、基于金融信息服务业务二次开发的保险经纪业务
2017年	推出机构仓位系列指标，并且此类数据的使用采用了全新的UKey加密技术。基于此类指标，针对私享家版本，专门推出“私密定制”专属功能； 推出蓝筹指数及蓝筹选股模式。该功能以上市公司财务数据的成长性为基础，从现金流、营业收入、营业利润、市盈率等多方位进行考量，并综合进行选股； 推出“消息龙虎榜2.0”系统，该系统能够结合发行人产品的“信息类基本面数据”与“个股技术特征”功能对市场信息进行综合分析。
2018年	推出“指南针信号旗V1.0系统”，该系统核心在于对股票技术走势特征进行分析，通过对已经形成上涨特征的“信号旗”股票的跟踪，找到适于当下操作的“跟随”股票，该系统与现有私享家版本组合使用，可一并满足用户进行多维度综合筛选的需求。 推出“指南针场外资金动向系统”，该系统通过对“被动型指数基金”持仓特征的研究，以及此类基金申、赎数据的市场行为数据分析，判断此类资金的进出情况对涉及指数走势的影响变化。 推出“指南针卡位系统1.0”，该系统以行业板块、概念板块的轮动模型为原型，同时，对市场热点板块进行核心、外延的细分，更精准地定位市场热点板块所涉及的相关股票，从而达到选股的目标需求。 推出“指南针卖出策略王”，该系统主要通过对“卖出”条件的优化和控制，在保持原有卖出条件不变的情况下，可以较为有效的提高操作成功率。同时，用户可以将自行设定的卖出条件，进行“实时监控”，当符合卖出信号时，系统会自动给予提示。 推出“指南针弹药准备库系统”，该系统以私募、高管、席位、大宗交易、场外资金、沪深港通交易数据、机构仓位等模型为基础，在个股上进行综合勾稽，

	<p>用户可根据个人选股需求，快速实现在不同股票上对多个指标进行综合排序或筛选。此功能需同时在 UKey 的配合下使用。</p> <p>推出行业核心选股系统：该系统在以基本面划分上市公司行业属性的前提下，通过技术走势的匹配程度，筛选出行业内与行业特征较为一致的核心股票，并同时与其他指标基本面或技术指标进行组合选股使用。</p> <p>推出股权监控系统：该系统以上市公司的“回购注销”行为为线索，集中汇集相关回购信息及监控其实施状态，为用户筛股提供相关的辅助决策。</p> <p>推出模拟炒股训练系统：该系统通过买点、卖点、选股等不同的训练方式，在虚拟账户中进行投资操作，期望强化投资者能够通过技术指标的特征有纪律的进行买卖操作，通过训练，进一步达到熟悉市场、树立理性投资方式的目标。</p>
2019 年 1-6 月	<p>推出“指南针财富掌门 DPFMRAII 系统”，该系统重点围绕投资的风险控制展开，将投资过程中的选股、选时、仓位等一系列风险控制过程作为切入点，并利用穷举、大数据算法和机器学习等科学的研究手段，管控个人的投资操作行为，并通过风控工具的使用来执行理性、科学投资决策过程。</p>

（四）产品工艺流程及服务流程



二、发行人所处行业的基本情况

（一）行业监管体制、主要法律法规及政策

1、行业主管部门及监管体制

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司所属行业为“I65软件和信息技术服务业”。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），公司所属行业为“金融信息服务（J6940）”。

公司提供的金融信息服务业务，需要同时满足国内关于软件和信息技术行业以及证券投资咨询业务的相关管理要求，以互联网为工具提供相关服务的，还需满足互联网行业的相关管理要求，公司具体的行业主管部门及监管体制如下：

（1）软件和信息技术服务行业主管部门及监管体制

我国政府对软件和信息技术服务行业的管理采用法律约束、行政管理和行业自律相结合的管理模式，主要的政府主管部门为工信部、各地经济和信息化委员会及通信管理局。其中，工信部的主要职责为统筹推进国家信息化工作，制定信息化发展的总体规划，提出产业发展的相关政策建议，拟定具体政策、标准并监督实施，指导行业技术创新和技术进步等。各省、自治区、直辖市的经济和信息化委员会、通信管理局等机构负责组织实施信息产业发展的具体工作，履行政府的监督管理职能。

（2）证券投资咨询行业主管部门及监管体制

公司从事的金融信息服务业务主要通过向投资者提供金融资讯、数据分析结果以获取经济利益，属于证券投资咨询业务范围。根据相关规定，从事该类业务的企业需取得中国证监会许可，并获得证券投资咨询业务资格。

目前，国内包括证券投资咨询业务在内的证券行业，均已被纳入中国证监会统一监督管理体系，并形成了以中国证监会集中统一监督管理为主，证券业协会和证券交易所等自律性组织对会员实施自律管理为辅的管理体制。其中，中国证监会证券基金机构监管部主要负责拟定证券期货投资咨询等各类业务牌照管理及持牌机构监管的规则、实施细则；中国证券业协会负责对包括证券投资咨询从业人员在内的证券业从业人员资格、执业证书进行管理。

（3）其他主管部门及监管体制

针对证券投资咨询业务开展过程中，涉及参与各级广播电台、电视台证券类节目，或对提供证券信息的软件、终端等证券信息类产品发布广告的，由各级广播电台、电视台按照《中华人民共和国广告法》、《广播电视广告播出管理办法》（国家广播电影电视总局令第61号）以及《国家广播电影电视总局关于切实加强广播电视证券节目管理的通知》（广发〔2010〕59号）等法规进行管理。

2、行业的主要法律、法规及政策

（1）软件行业相关法律法规及政策

目前国内现行有效的监管法规体系中，涉及软件行业的主要法律法规及政策如下表所示：

时间	文件名称	发文单位	主要内容
----	------	------	------

2000 年	《关于鼓励软件产业和集成电路产业发展若干的政策》（国发[2000]18号）	国务院	从投融资、税收、技术、出口、收入分配、装备及采购、知识产权保护、行业管理等方面为软件产业发展提供政策支持。
	《关于鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策问题的通知》（财税[2000]25号）	财政部、国家税务总局、海关总署	制订鼓励软件产业发展的若干政策。企业销售其自有软件产品，2010 年以前可按 17% 的法定税率征收增值税，并对其增值税实际税负超过 3% 的部分即征即退。
2006 年	《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020 年）》（国办函[2006]30号）	国务院办公厅	贯彻“以信息化带动工业化”的方针，以市场为导向，以企业为主体，充分利用国内外两种资源、两个市场，优化产业发展环境，努力满足国内市场需求，积极扩大出口。依靠体制创新和技术创新，加大人才培养力度，推进结构调整，壮大产业规模，提升国际竞争力，逐步形成具有自主知识产权的软件产业体系，实现我国软件产业的跨越式发展。
	《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020 年）若干配套政策》（国发[2006]6号）	国务院	加大对企业自主创新投入的所得税前抵扣力度。允许企业按当年实际发生的技术开发费用的 150% 抵扣当年应纳税所得额。实际发生的技术开发费用当年抵扣不足部分，可按税法规定在 5 年内结转抵扣。企业提取的职工教育经费在计税工资总额 2.5% 以内的，可在企业所得税前扣除。研究制定促进产学研结合的税收政策。
2009 年	《关于鼓励政府和企业发包促进我国服务外包产业发展的指导意见》（财企[2009]200号）	财政部	鼓励政府和相关部门整合资源，将信息技术的开发、应用和部分流程性业务发包给专业的服务供应商，扩大内需市场，培育国内服务外包业的发展。综合运用财政、金融、税收、政府采购等政策手段，积极推动服务外包产业的快速发展。
	《软件产品管理办法》（工业和信息化部令第 9 号）	工信部	确定了软件企业和软件产品的认证、登记办法，建立了以软件行业协会为执行单位，信息产业主管部门和税务部门为监督审批单位的双软认定机制。

2011 年	《进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展的若干政策》（国发[2011]4号）	国务院	<p>继续实施“《关于鼓励软件产业和集成电路产业发展若干的政策》国发[2000]18号”的软件增值税优惠政策。</p> <p>进一步落实和完善相关营业税优惠政策，对符合条件的软件企业和集成电路设计企业免征营业税。</p> <p>重点支持基础软件、面向新一代信息网络的高端软件、工业软件、数字内容相关软件等关键应用系统的研发以及重要技术标准的制订。</p>
	《互联网信息服务管理办法》（国务院令 第 588 号）	国务院	<p>互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。从事经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者工信部申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证。依照法律、行政法规以及国家有关规定，从事新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务及互联网视听节目服务的，在申请经营许可或者履行备案手续前，应当依法经有关主管部门审核同意，并取得相关许可证。</p>
	《关于软件产品增值税政策的通知》（财 税 [2011]100号）	财政部、国家税务总局	<p>增值税一般纳税人销售其自行开发生产的软件产品，按 17% 税率征收增值税后，对其增值税实际税负超过 3% 的部分实行即征即退政策。</p>
2012 年	《关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财 税 [2012]27号）	财政部、国家税务总局	<p>我国境内新办的集成电路设计企业和符合条件的软件企业，经认定后，在 2017 年 12 月 31 日前自获利年度起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止。</p>
2013 年	《国务院关于修改〈计算机软件保护条例〉的决定》（国务院令 第 632 号）	国务院	<p>增加处罚力度，完善计算机软件保护条例。</p>

	《计算机软件保护条例》(国务院令 第 632 号)		中国公民、法人或者其他组织对其开发的软件,不论是否发表,均享有著作权。软件著作权人可以向国家版权局认定的软件登记机构办理登记,以证明其享有著作权。
	《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》(国发[2013]32号)	国务院	提升软件业支撑服务水平。加强智能终端、智能语音、信息安全等关键软件的开发应用,加快安全可靠关键应用系统推广。大力支持软件应用商店、软件即服务等服务模式创新。提升信息安全保障能力。
2014 年	《国务院关于取消和下放一批行政审批项目的决定》(国发[2014]5号)	国务院	取消计算机信息系统集成企业资质认定、计算机信息系统集成项目经理人员资质评定、信息系统工程监理单位资质认证和监理工程师资格认定四项(含子项)行政审批项目。
2015 年	《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》(国发[2015]40号)	国务院	充分发挥我国互联网的规模优势和应用优势,坚持改革创新和市场需求导向,大力拓展互联网与经济社会各领域融合的广度和深度。
	《关于促进大数据发展的行动纲要》(国发[2015]50号)	国务院	优先推动相关民生领域政府数据向社会开放,开展大数据应用示范,提高社会治理水平。
2016 年	《“十三五”国家信息化规划》	国务院	提出了集成电路、基础软件、核心元器件等关键薄弱环节要实现系统性突破的目标。发挥资本市场对技术产业的积极作用
	《中华人民共和国电信条例》(国务院令 第 666 号)	国务院	国家对电信业务经营按照电信业务分类,实行许可制度。经营电信业务,必须依照本条例的规定取得国务院信息产业主管部门或者省、自治区、直辖市电信管理机构颁发的电信业务经营许可证。未取得电信业务经营许可证,任何组织或者个人不得从事电信业务经营活动。电信业务分为基础电信业务和增值电信业务。经营增值电信业务,须取得《跨地区增值电信业务经营许可证》或者《增值电信业务经营许可证》。

《移动互联网应用程序信息服务管理规定》	国家互联网信息办公室	通过移动互联网应用程序提供信息服务的，应当依法取得法律法规规定的相应资质，遵守相关规定，履行相关义务。
《“互联网+”人工智能三年行动实施方案》	发改委、科技部、工信部、中央网信办	支持人工智能领域的芯片、传感器、操作系统、存储系统、高端服务器、关键网络设备、网络安全技术设备、中间件等基础软硬件技术开发，支持开源软硬件平台及生态建设。
关于印发《软件和信息技术服务业发展规划（2016-2020年）》的通知（工信部规[2016]425号）	工业和信息化部	提出到2020年，产业规模进一步扩大，技术创新体系更加完备，产业有效供给能力大幅提升，融合支撑效益进一步突显，培育壮大一批国际影响力大、竞争力强的龙头企业，基本形成具有国际竞争力的产业生态体系。
关于印发《正版软件管理工作指南》的通知（国版办发（2016）13号）	国家版权局办公厅	规定了软件正版化工作责任制度、软件日常使用管理规定、软件配置管理规定、软件台账管理规定。明确软件使用管理台账种类和管理办法、软件安装维护管理规定等细则。
《关于印发国家规划布局内重点软件和集成电路设计领域的通知》	国家发展和改革委员会；工业和信息化部；财政部；国家税务总局	规定了国家规划布局内重点软件领域包括基础软件、工业软件和服务、信息安全软件产品研发应用、数据分析处理软件及服务、移动互联网软件、高技术服务软件、语言文字信息处理软件及云计算。
《关于软件和集成电路产业企业所得税优惠政策有关问题的通知》（财税[2016]49号）	财政部、国家税务总局、国家发展和改革委员会、工业和信息化部	规定了集成电路生产企业、集成电路设计企业、软件企业、国家规划布局内的重点软件企业和集成电路设计企业的税收优惠资格认定等行政许可审批取消后，依据《关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财税[2012]27号）享受企业所得税的相关企业应满足的条件。
《高新技术企业认定管理办法（2016修订）》（国科发火[2016]32号）	科学技术部、财政部、国家税务总局	规定了高新技术企业认定管理办法的认定标准、程序和申请时所需提交的材料

2017 年	《外商投资产业指导目录(2017 年修订)》(国家发展和改革委员会、商务部令第 4 号)	国家发展和改革委员会、商务部	鼓励外商投资: 软件产品开发、生产。
	《新一代人工智能发展规划》	国务院	开发面向人工智能的操作系统、数据库、中间件、开发工具等关键基础软件
	《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划(2018-2020 年)》	工信部	以信息技术与制造技术深度融合为主线, 推动新一代人工智能技术的产业化与集成应用, 发展高端智能产品, 夯实核心基础, 提升智能制造水平, 完善公共支撑体系。
	《电信业务经营许可管理办法》	工信部	明确了信息产业部和省、自治区、直辖市通信管理局是电信业务经营许可证的审批管理机构。
2018 年	国家税务总局公告 2018 年第 23 号《企业所得税优惠政策事项办理办法(2018 修订)》	国家税务总局公告	规定了企业享受优惠事项采取“自行判别、申报享受、相关资料留存备查”的办理方式。企业应当根据经营情况以及相关税收规定自行判断是否符合优惠事项规定的条件, 符合条件的可以按照《目录》列示的时间自行计算减免税额, 并通过填报企业所得税纳税申报表享受税收优惠。同时, 按照该办法的规定归集和留存相关资料备查。

(2) 证券投资咨询行业的相关法律法规及政策

目前国内现行有效的监管法规体系中, 涉及证券投资咨询业务相关的法律、法规及规范性文件如下表所示:

实施时间	文件名称	发文单位	主要内容
1998 年	《关于加强证券期货信息传播管理的若干规定》(证监[1997]17 号)	中国证监会、新闻出版署等 6 部门	证券期货市场具有高风险性, 信息传播的规范十分重要。传播证券期货信息, 必须遵守国家法律、法规、规章, 坚持客观、准确、完整和公正的原则。禁止任何单位和个人制造和传播证券期货市场虚假信息。
	《证券、期货投资咨询管理暂行办法》(证委发[1997]96 号)	中国证监会	从事证券、期货投资咨询业务, 应取得中国证监会的业务许可。

2001年	《关于规范面向公众开展的证券投资咨询业务行为若干问题的通知》（证监机构字[2001]207号）	中国证监会	证券投资咨询机构及其从业人员从事证券投资咨询活动必须客观公正、诚实守信，不得以虚假信息、内幕信息或者市场传言为依据向客户或投资者提供分析、预测或建议。
2003年	《证券业从业人员资格管理办法》（证监会令第14号）	中国证监会	在依法从事证券业务的机构中从事证券业务的专业人员，应取得从业资格和执业证书。
2006年	《关于规范证券投资咨询机构和广播电视证券节目的通知》（证监发[2006]104号）	中国证监会、国家广播电影电视总局	咨询机构只能参与经国家有关部门批准的广播电视播出机构开办的证券节目。
2010年	《关于切实加强广播电视证券节目管理的通知》（广发[2010]59号）	国家广播电影电视总局	各级广播电台、电视台对参与证券节目的咨询机构和人员严格把关。要按照有关规定，向证监部门详细核实咨询机构和人员的资质、资格、合规经营、业务投诉等，并在节目中明确公示相关信息。
	《关于证券投资顾问和证券分析师注册登记有关事宜的通知》（中证协发[2010]178号）	中国证券业协会	证券公司、证券投资咨询机构应当按照要求，根据选择的证券投资顾问、发布证券研究报告业务类别，做好证券投资咨询执业人员分类管理，并向中国证券业协会申请办理证券投资顾问、证券分析师的注册登记。
2011年	《证券投资顾问业务暂行规定》（证监会公告[2010]27号）	中国证监会	证券公司、证券投资咨询机构从事证券投资顾问业务，应当遵守法律、行政法规和本规定，加强合规管理，健全内部控制，防范利益冲突，切实维护客户合法权益。
	《发布证券研究报告暂行规定》（证监会公告[2010]28号）	中国证监会	证券公司、证券投资咨询机构发布证券研究报告，应当遵守法律、行政法规和本规定，遵循独立、客观、公平、审慎原则，有效防范利益冲突，公平对待发布对象，禁止传播虚假、不实、误导性信息，禁止从事或者参与内幕交易、操纵证券市场活动。

2013年	《关于加强利用“荐股软件”从事证券投资咨询业务监管的暂行规定》（证监会公告[2012]40号）	中国证监会	向投资者销售或者提供“荐股软件”，并直接或者间接获取经济利益的，属于从事证券投资咨询业务，应当经中国证监会许可，取得证券投资咨询业务资格。
2017年	《证券期货投资者适当性管理办法》（证监会令[第130号]）	中国证监会	一是形成了依据多维度指标对投资者进行分类的体系，统一投资者分类标准和管理要求；二是明确了产品分级的底线要求和职责分工，建立层层把关、严控风险的产品分级机制；三是规定了经营机构在适当性管理各个环节应当履行的义务，全面从严规范相关行为；四是突出对于普通投资者的特别保护，向投资者提供有针对性的产品及差别化服务；五是强化了监管自律职责与法律责任，确保适当性义务落到实处

3、相关法律、法规对金融信息服务实名制的要求

2016年5月26日，中国证监会2016年第7次主席办公会议审议通过了《证券期货投资者适当性管理办法》，自2017年7月1日起施行。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》第二条，向投资者销售公开或者非公开发行的证券、公开或者非公开募集的证券投资基金和股权投资基金、公开或者非公开转让的期货及其他衍生产品，或者为投资者提供相关业务服务的，适用该办法相关规定。因此，发行人从事的金融信息服务业务应当遵守《证券期货投资者适当性管理办法》的相关规定。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》第六条，经营机构向投资者销售产品或者提供服务时，应当了解自然人投资者的姓名、住址、职业、年龄、联系方式，法人或者其他组织的名称、注册地址、办公地址、性质、资质及经营范围等基本信息等基本信息。因此，发行人从事的金融信息服务业务应当遵守《证券期货投资者适当性管理办法》关于实名制的相关要求。

4、发行人金融信息实名制的落实情况

发行人在金融信息服务业务的经营过程中，已经按照相关法律法规的要求实现了客户实名制效果，具体说明如下：

（1）发行人要求客户通过信息平台填写个人实名信息

在《证券期货投资者适当性管理办法》实施之前，相关法律、法规及规范性文件并未对发行人从事的金融信息服务业务作出明确实名制要求，但发行人在用户的软件中设置了客户身份信息填写板块，鼓励客户录入实名信息并配合业务过程，确保信息准确有效。

在《证券期货投资者适当性管理办法》实施之后，发行人严格执行相关规定的要求，在客户身份信息填写板块中要求客户填写姓名、身份证号、职业、学历、不良诚信记录情况等信息并完成客户风险评测，客户如未录入上述实名信息将无法使用软件。同时，发行人鼓励客户利用手机号建立软件信息保护，经过密保的手机号和客户信息成为客户在发行人体系内的有效身份校验信息，当客户出现软件使用密码丢失、被他人盗用等情况时，客户可以通过密保手机号便捷地恢复或修改密码，同时当客户需要办理书面协议签署、协议变更、退费等有关手续时，经过密保的客户信息也将是验证客户真实性的有效手段。

通过上述综合措施，发行人能够确保客户信息的真实性和准确性。

（2）用户注册实名制

新用户的发行人官方网站进行账户注册时，需填写一个用于账户注册的手机号码，随后发行人向客户所提供的手机号码发送验证码，客户需要填写其收到的验证码方能注册成功。客户使用一个手机号码仅能开通一个账户，目前发行人的全部客户均通过手机号码进行注册。根据《电话用户真实身份信息登记规定》（工业和信息化部令第25号）第六条，“电信业务经营者为用户办理入网手续时，应当要求用户出示有效证件、提供真实身份信息，用户应当予以配合”。根据《工信部关于进一步做好电话用户真实身份信息登记工作的通知》，“各基础电信企业确保在2016年12月31日前本企业全部电话用户实名率达到95%以上，2017年6月30日前全部电话用户实现实名登记。对在规定的时间内未补办登记手续的用户，基础电信企业暂停其通信服务（火警、匪警、医疗急救、交通事故报警等紧急服务除外），并再次催告其补登记，在催告期满仍未补办登记手续的，基础电信企业要依法停止通信服务。”

综上所述，发行人采用的客户注册流程结合电话用户实名制规定的进一步落

实，能够使用户注册实现实名制。

(3) 客户支付方式实名制

报告期内，发行人金融信息服务业务的销售收款方式情况如下：

单位：万元

产品类别	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
网银转账	17,869.04	39.69%	15,279.24	27.84%	32,852.63	50.96%	29,131.05	51.87%
第三方支付平台	27,144.01	60.30%	39,598.31	72.14%	31,585.10	48.99%	26,695.20	47.53%
个人卡	-	-	-	-	-	-	321.78	0.57%
现金	3.69	0.01%	14.01	0.03%	35.93	0.06%	12.95	0.02%
合计	45,016.75	100.00%	54,891.56	100.00%	64,473.66	100.00%	56,160.97	100.00%

由上表可见，网银转账和第三方支付平台为发行人的主要收款渠道，绝大部分银行的网银转账流水能完整显示汇款人姓名及汇款银行账号，同时根据《非银行支付机构网络支付业务管理办法》规定，自2016年7月1日开始第三方支付平台用户需要提供身份资料等实名制信息，因此第三方支付平台流水亦能较为完整地显示汇款人姓名、账号或平台内部识别号。

经保荐机构和会计师核查，报告期内发行人能完整显示用户真实姓名及银行账号等实名制信息的交易流水合计金额占各期合计收款金额的比重分别为92.73%、96.15%、97.27%和97.50%。

(4) 发行人与证券公司广告服务业务合作推广的客户均为实名制

发行人与第一创业证券等证券公司合作开展了广告服务业务，发行人金融信息服务产品的付费用户如果选择在第一创业证券指定营业部开户并进行股票交易，该用户需根据相关法律、法规的规定进行包括视频鉴证环节在内的实名开户并进行股票交易。在付费用户开户后，发行人会根据客户反馈记录付费用户提供的部分身份实名信息，包括客户的姓名、身份证号以及客户在第一创业证券开立的资金账号，发行人将该部分信息发至第一创业证券等证券公司后，由证券公司确认发行人提供的信息与其核实并记录的客户信息是否一致。

报告期内，发行人向合作券商推广客户数占当期新增客户数比例分别为22.87%、14.04%、9.05%和12.08%，向报告期各期末存量推广客户所收取款项金

额占各期总收款金额的比例分别为 62.32%、60.34%、36.48% 和 54.25%。因此，发行人多数收款金额所对应的客户经合作券商开户验证实现了实名制。

（二）行业发展背景

随着国民经济的持续快速增长和多层次资本市场建设的日益完善，我国证券市场近年来获得了长足的发展，投资者参与证券市场的意愿不断增强，其投资能力也在不断提高。根据沪、深证券交易所统计，2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，A 股累计成交金额分别为 127.24 万亿元、112.41 万亿元、90.14 万亿元和 69.31 万亿元，2016 年至 2018 年间受 A 股市场持续低迷影响成交金额呈下降趋势，2019 年上半年成交金额则同比大幅提升。

与此同时，国内软件和信息技术的发展日新月异，互联网尤其是移动互联网的普及率稳步上升。截至 2018 年 12 月末，我国网民规模达 8.29 亿，有 98.6% 的网民通过手机上网。在国家和地方产业政策的大力支持下，国内软件行业技术水平不断革新，软件行业高级技术人员不断积累。

在证券市场快速发展、软件和信息技术日益升级的背景下，涉及上市公司经营情况、相关行业新闻动态等方面的信息量越来越大，投资者对于信息获取的及时性、全面性要求也越来越高。同时，国内证券市场参与者以个人投资者为主，大多数投资者没有经过系统的学习，缺乏专业投资技术，对于金融数据深度挖掘的付费金融信息服务的需求和认同度逐渐提高。

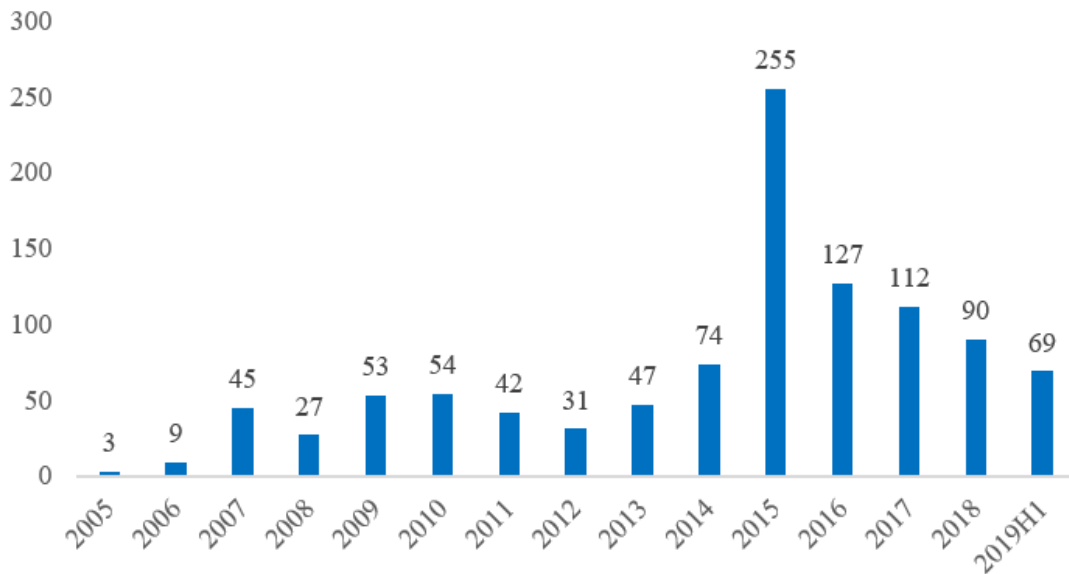
近年来我国资本市场呈现繁荣发展态势，主要表现在以下方面：

1、证券市场繁荣发展

我国证券市场历经多年的发展，逐步进入了健康稳定发展、经济功能日益显现的良性轨道，市场交易量日益扩大。根据沪、深证券交易所统计数据，自 2005 年股权分置改革以来，国内 A 股年累计成交金额增长情况如下图所示：

2005 年-2019 年 6 月国内 A 股市场年累计成交金额

单位：万亿



数据来源：上海证券交易所、深圳证券交易所。

2、多层次、多市场的资本市场格局

为了保持国民经济的快速发展，客观上需要营造一个多层次、多市场的资本市场结构，从而为企业提供更加多元化的融资渠道。综观目前我国的资本市场，已形成了主板、中小企业板、创业板、全国中小企业股份转让系统、区域性股权转让市场等多层次的证券市场格局。除证券市场外，还形成了产权交易所、商品交易所、金融期货交易所等多市场并存发展的局面。

3、金融产品与服务多样化

股票、基金、债券、期货、大宗商品、外汇、理财产品等多样化的金融投资产品为投资者提供了更加丰富的投资选择，有利于增加金融市场投资活跃度。不断创新的金融服务使得市场投融资活动更为便利和高效，促成了投资者金融投资意愿的增强。

4、市场关联度不断提升

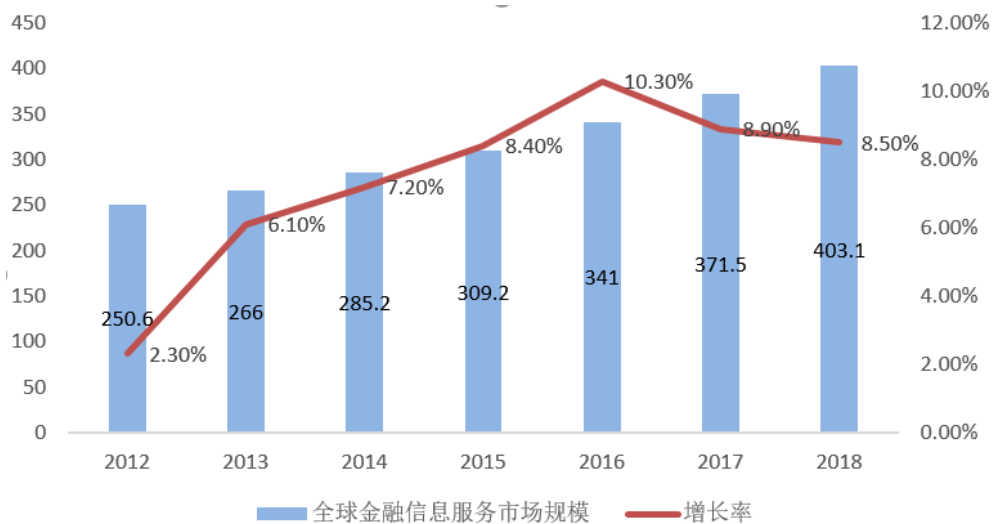
随着我国金融领域各市场、各板块、各产品的完善，各类金融工具之间的相关性日益增加，各个市场的相互影响日益明显。此外，随着近年来经济增长以及全球金融一体化的不断加强，中国金融市场和国际主要金融市场的相互影响日益显现，境内外各金融市场的关联度亦不断提升。

(三) 金融信息服务行业发展状况

1、全球金融信息服务市场概况

根据赛迪顾问的统计，2018 年全球金融信息服务市场的总体规模已经达到 403.1 亿美元，增速达到 8.5%，继续保持稳步增长，其中亚洲地区成为金融信息服务业的新一轮发展引擎，特别是中国、印度等新兴国家，增长速度保持在较高水平。

2012-2018 年全球金融信息服务市场规模变化趋势



数据来源：赛迪顾问

2、我国金融信息服务行业发展状况

我国金融信息服务行业目前处于快速发展阶段，经过二十来年的发展，行业经营模式和盈利模式基本成型，发展状况良好。

(1) 行业发展历程

中国金融信息服务行业起始于上世纪 90 年代，至 2005 年之前处于行业初创与市场培育期。由于受到资本市场规模、金融交易品种以及企业自身资本规模、技术水平的限制，这一时期行业内的企业总体规模偏小，提供的产品和服务以股票行情软件和简单资讯为主，种类较为单一，各企业的产品和经营模式高度同质化。

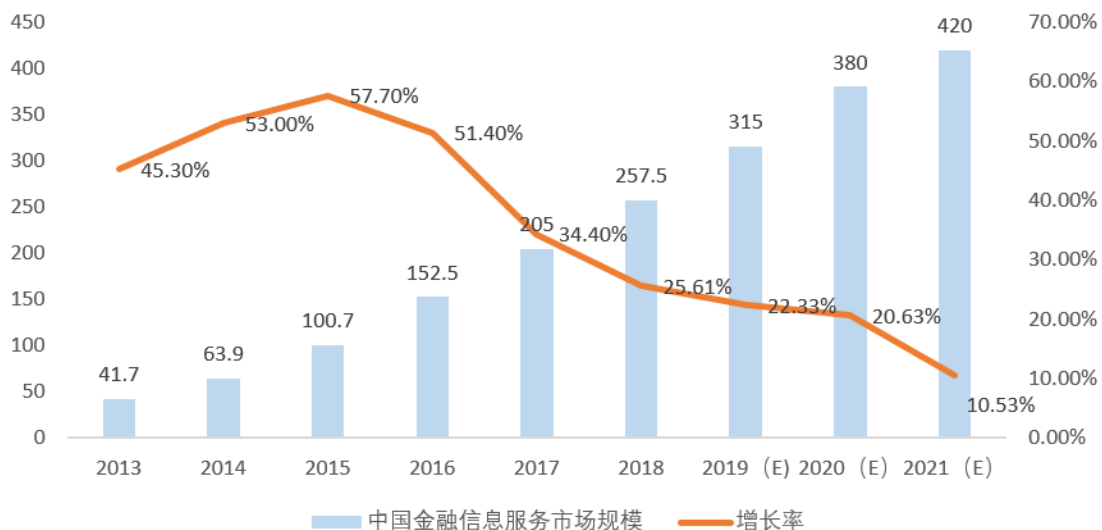
自 2005 年股权分置改革启动至今，中国金融信息服务行业进入了快速发展期。尽管经历了全球金融危机，中国宏观经济仍然保持稳定增长，证券市场稳步发展，市场规模逐渐扩大，金融产品品种逐渐丰富。同时，国内互联网技术日益成熟，网络带宽不断增加，网络传输速度大幅提高。伴随国民经济持续发展，国内居民

财富逐步增加，投资理念日趋成熟，投资者对于金融产品创新的需求逐步增加，创新性金融产品的出现将进一步促进用户需求的多元化、差异化发展。在资本市场繁荣发展和互联网技术日益成熟的背景下，中国金融信息服务业的业务规模迅速扩大，产品品种不断增多，行业的主要经营模式和盈利模式基本成型，业内出现了一批代表性的企业。

(2) 行业规模

根据赛迪顾问的统计，2018年中国金融信息服务市场规模为257.5亿元，较2017年增长25.6%，增长速度受国家宏观政策调整持续下降，但是仍处于快速增长阶段，预计至2020年末中国金融信息服务市场规模将达到420.00亿元，2019年至2021年三年市场规模年均复合增长率将达到17.8%。

2013年-2021年中国金融信息服务市场规模预计



数据来源：赛迪顾问

3、行业经营模式及盈利模式

按照经营模式划分，我国金融信息服务行业主要分为金融数据终端服务、证券行情交易系统服务和网络财经信息服务三种类型，具体情况见下表：

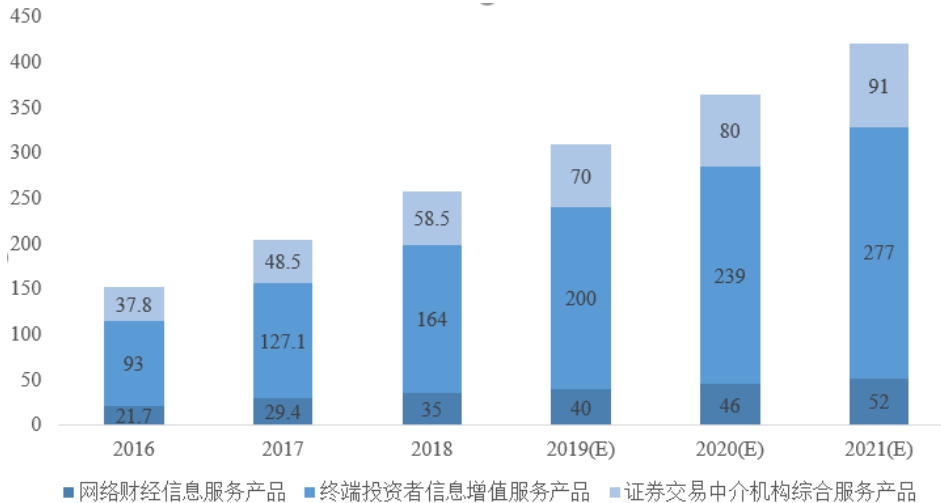
服务模式	收入来源	相关企业
金融数据终端服务	通过专用客户端为证券市场投资者提供金融信息、金融数据、分析工具等	大智慧、同花顺、东方财富、指南针、益盟股份、麟龙股份等

证券行情交易系统服务		为证券公司、基金公司提供证券行情委托交易系统、资讯发送系统、网络安全应用等系统及日常维护	同花顺、通达信、恒生电子等
网络财经信息服务	垂直财经门户网站	凭借其专业化的信息渠道,吸引了诸多高端的深度财经信息用户	东方财富网、和讯网等
	综合门户财经频道	凭借多年来积累的门户网站品牌知名度和广泛客户基础,进入网络财经信息服务市场,以开设财经频道的方式,细分其网站用户	新浪财经、搜狐财经、腾讯财经、网易财经等

(1) 金融数据终端服务

金融信息终端类产品和服务是中国金融信息服务业中产品销售规模比重较大、技术含量较高的业务类型。根据赛迪顾问的统计数据,2018年面向终端投资者的信息增值服务产品收入占金融信息服务整体收入的比例达到63.7%以上。赛迪顾问预计2019年至2021年未来三年面向终端投资者的信息增值服务产品收入仍然是中国金融信息服务市场收入的主要来源,并且收入占比仍将保持逐年上涨的趋势。

2018年-2021年中国金融信息服务市场产品结构预测(单位:亿元)



数据来源:赛迪顾问

金融信息终端服务又可分为两种类型:

①金融资讯及数据 PC 终端服务

该类服务的主要商业模式为:服务提供商依托于互联网,以PC终端软件为载体为用户提供金融资讯和专业数据的查询及分析等服务,并向用户收取信息终端使用费。

②金融资讯及数据移动终端服务

该类服务的主要商业模式为：服务提供商依托于电信运营商的无线网络，以移动终端软件为载体为用户提供金融资讯查询及委托交易等服务，并向用户收取信息终端使用费。

（2）证券行情交易系统服务

证券行情交易系统服务的主要商业模式为：服务提供商依托于互联网，以软件终端为载体，为证券公司、基金公司等金融机构提供证券行情委托交易系统、资讯发送系统、网络安全应用等系统并提供日常维护等服务，提供证券行情及资讯查询、委托交易及客户资源管理等综合服务，并向金融机构收取软件终端定制、使用及维护费用。该模式对系统的容量、运行速度、稳定性、安全性等方面要求较高，存在较高的技术壁垒。

（3）网络财经信息服务

网络财经信息服务的主要商业模式为：通过财经网站或门户网站的财经频道或论坛等渠道，向用户提供各类财经资讯、新闻浏览、金融资讯查询或资料下载等服务，并依靠网站的流量、访问量和点击率，吸引广告，并通过收取网络广告服务费用方式盈利。该模式进入门槛不高，竞争较为激烈，但专业的内容服务需要通过较长时间的积累，同时新进入企业亦难以在短期内形成一定的用户规模。

4、与上下游行业的关系

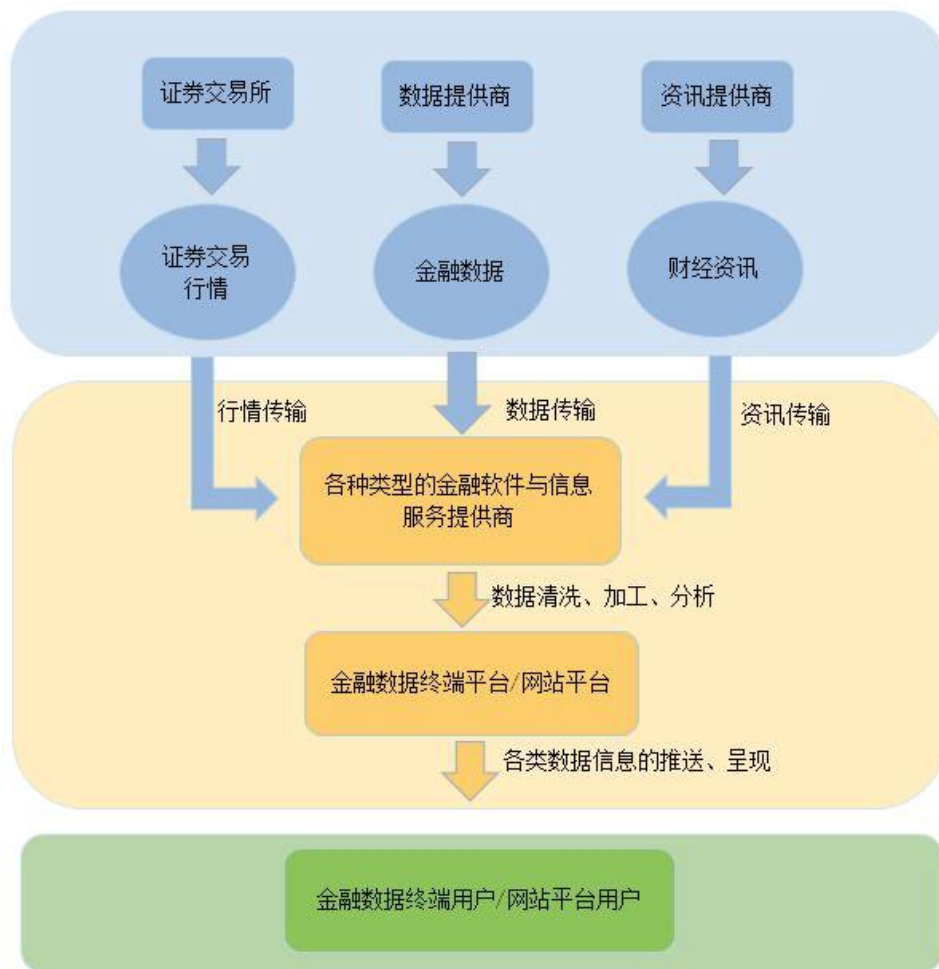
在金融信息服务行业的产业链中，位于产业链上游的是各类基础信息提供商，主要包括各交易所专属的信息发布机构和专业的资讯机构，例如上证信息公司、深证信息公司等。上游机构的主要业务为将自有或整理、编辑得到的数据、资讯和报告提供给中下游的信息使用机构，在整个金融信息服务产业链条中扮演原始信息提供商的角色。

位于产业链条中游的是各种类型的金融软件与信息服务提供商，包括发行人及大智慧、同花顺、东方财富、麟龙股份、益盟股份等企业。中游机构的主要业务为开发各类行情交易、证券分析、金融资讯等软件，将从上游机构处获得的原始数据及采编的各类金融财经信息进行再加工，并通过自身的软件产品传递给下游的各类客户，在整个产业链条中扮演原始信息加工商和信息服务提供商的角

色。

位于产业链条下游的是各类金融信息软件和服务的用户，其中既包括基金公司、资产管理机构、私募投资基金、期货公司等机构投资者，也包括个人投资者。用户通过下载安装相应的软件来获得各类金融信息服务，部分客户还会选择付费来获得更专业或者更优质的增值服务。

金融信息服务业产业链



5、行业技术水平

金融信息服务行业的技术主要体现在数据处理和软件开发两方面。

数据处理运用计算机信息技术和金融工程技术来采集、挖掘并集中处理海量的金融数据和资讯，并通过互联网相关数字压缩、传输、展示技术和软件技术，开发出可供使用的信息形式，满足投资者的即时性、深度化的信息需求。各公司的技术开发通常以金融工程技术和互联网技术的融合为基础，以满足客户的需求

为目标，以安全、快速、准确的数据传输和发布能力为前提，以海量的数据处理能力为核心。

软件开发的技术水平在用户终端表现为稳定性、安全性、数据完整性、数据访问处理速度、功能工具以及用户体验等方面，而这些终端性能则取决于系统后台的开发语言、技术架构、数据库、算法逻辑、交易服务器、托管机房条件、网络环境等情况。由于相关企业进入行业时间有先后，研发及资源投入不同，因此行业内企业技术水平存在一定的差别。

（四）行业发展趋势

随着我国证券市场规模、品种不断增加，金融信息服务行业处于高速发展态势，并呈现出规模扩大化、技术专业化和产品丰富化、用户成熟化、行业集中化等发展趋势。

1、规模扩大化

经过十多年的发展，中国金融信息服务业从无到有，行业规模迅速扩大。随着中国经济的稳步增长、居民可支配收入的逐步增加以及全民理财观念的广泛普及，投资者数量和群体不断增加和丰富，国内证券市场及产品范围逐步扩大，进而拉动金融信息服务的规模持续扩大。

2、技术专业化和产品丰富化

随着经济全球化的发展和各市场关联性的不断增强，用户对金融信息的需求日益增长。金融信息服务商需要不断完善数据交换和压缩技术，以实现海量数据的远距离传输。同时，各公司需要不断提升数据分析与存储技术，以满足对海量数据的采集、分析和处理的需要。此外，为了将庞大的数据更为及时、准确地推送到用户终端，服务提供商还需要不断完善数据传输技术。总体而言，未来行业发展所需的各项技术将会更趋复杂化和专业化，综合技术水平将不断提升。

3、产品丰富化

经过多年的发展，行业内已出现相当数量的专门提供金融信息产品和服务的企业，开发出的产品在形式上包括 PC 终端、手机终端、财经网站等众多类型，在内容上包括多个金融市场及多种金融投资产品的信息。随着 4G 网络、移动互联网通信技术的发展以及“三网融合”的推行，未来行业内将涌现出更多的创新型

产品，产品结构将进一步丰富化。

4、用户成熟化

伴随着金融产品种类的增加和金融交易的复杂化，用户对于金融信息服务的专业水平和综合质量的要求日益提高，金融信息产品和服务的价值渐趋显著。在积累了更多金融信息产品使用经验的同时，用户对于自身需求将有更为清晰、深刻的认识，变得更为成熟和理性。各类用户将会基于自身的使用需求、预期效果、经济承受能力和使用习惯甄别、挑选产品，并且为金融信息服务付费的意愿也会逐渐提升。

5、行业集中化

经过多年发展，行业内的企业在经营规模和市场地位方面逐渐分化，优势企业将会利用自身的产品优势、规模优势和品牌优势不断扩大与行业内其他企业的差距，行业内的收购兼并活动也将不断发生，行业集中度将会不断提高。

（五）行业进入壁垒

经过多年的发展，我国金融信息服务行业已经过小规模经营的发展阶段，主要的服务提供商凭借先发优势已成长为行业的领导者，而行业新进入者则面临着较高的进入壁垒。

1、证券投资咨询业务准入壁垒

根据中国证监会《证券投资顾问业务暂行规定》（证监会公告[2010]27号）规定，证券公司、证券投资咨询机构接受客户委托，按照约定向客户提供涉及证券及证券相关产品的投资建议服务，辅助客户作出投资决策，并直接或者间接获取经济利益的经营活动的，属于从事证券投资咨询业务，应当经中国证监会许可，并取得证券投资咨询业务资格。

目前，国内相关企业提供的金融信息终端类产品和服务虽然在盈利模式上存在差异，但大多属于证券投资咨询业务的范围，因此相关企业应取得中国证监会颁发的《证券投资咨询业务资格证书》，并符合相关监管要求。考虑到《证券投资咨询业务资格证书》审批和发放过程中，中国证监会对于企业资质、业务能力等方面的审核标准较高，因此相关资质已成为金融信息服务行业的进入壁垒。

2、人才和技术壁垒

金融信息服务行业是信息技术与金融工程技术的融合,对企业人才和技术的要求较高。此外,随着客户需求的提高,客户规模的扩大和新型金融产品的推出,行业内企业需要具备越来越强的技术能力。因此,行业内的企业需要掌握多项跨学科专业技术知识,并需要长期实践的经历从而积累相应的研发经验和能力。目前这些经验丰富的高水平技术人员大多集中在行业领先企业中,因此,拥有高水平技术人员成为金融信息服务行业的进入壁垒。

3、行业经验壁垒

金融信息服务提供商需要具有强大的技术研发能力,能够建立并维护全国性的高速、大并发量、大信息量的实时行情信息技术平台,还要对金融信息服务行业特有的业务规则、业务特征、用户需求有深刻理解,能够不断开发并推出全面、便捷的软件产品和信息服务。因此,行业经验积累也构成该行业的进入壁垒。

4、资金壁垒

金融信息服务分析软件的研发、测试、数据中心的建立、市场开拓、用户积累及运维网络形成等方面都需要大量的资金投入,因此,资金投入也成为金融信息服务行业的进入壁垒。

5、品牌壁垒

金融信息服务产品的品牌重要性较高,企业需要具备一定的市场知名度和名誉才能取得用户的信任。中国金融信息服务行业已有数个一线品牌,该企业经过多年积累,掌握了相关的核心技术,能够较为精准地把握金融服务行业发展方向和用户需求,拥有较大规模的稳定的客户群,而行业新进入者难以在较短的时间内获得用户足够的信任,因此,企业品牌也成为金融信息服务行业的进入壁垒。

6、用户规模与用户使用习惯的壁垒

由于金融信息服务的特殊性、客户的敏感性,企业通常需要保有一个较大规模的用户群,才能获得一定数量的收费用户群并形成规模效应。同时,金融信息服务产品对品牌的依赖度较大,需要建立起一定的市场知名度和美誉度方能取得客户的信任。因此,用户规模将形成新企业进入该领域的一大壁垒。

此外,金融信息服务产品的功能和服务,还可以在在一定程度上培养客户的操作习惯,使客户形成一定的依赖性。这种用户粘性形成后,用户若想转移至其他

企业的产品，将不可避免地付出一定的学习成本和时间成本，从而为新企业的进入造成一定的壁垒。

（六）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）证券市场繁荣发展

我国证券市场历经多年的发展，逐步进入了健康稳定发展、经济功能日益显现的良性轨道，市场交易量日益扩大。根据沪、深证券交易所统计，2016年、2017年、2018年和2019年1-6月A股累计成交金额分别为127.24万亿元、112.41万亿元、90.14万亿元和69.31万亿元，2016年至2018年间受A股市场持续低迷影响成交金额呈下降趋势，2019年上半年成交金额则同比大幅提升。证券市场的稳定发展及证券投资者热情的高涨，对金融信息服务行业的发展具有较强的推动作用。

（2）国家产业政策支持

作为软件和信息技术行业与金融服务业的交叉行业，金融信息服务业的发展对于国家未来经济发展具有重要作用。自2000年以来，我国政府部门相继颁布了多项有利于信息技术业和资本市场发展的政策，对信息技术业和软件业的政策支持力度逐年加大，具体政策请参见本招股意向书“第六节 业务与技术/二、发行人所处行业的基本情况/（一）行业监管体制、主要法律法规及政策”的内容。产业利好政策的出台使得软件和信息技术业在国民经济中被提到了相当重要的地位，有利于金融信息服务业的持续健康发展。

（3）居民收入稳定增长，投资需求不断增强

根据国家统计局的统计数据，2017年我国城乡居民收入增长稳定，其中城镇居民人均可支配收入36,396元，同比增长8.3%，农村居民人均可支配收入13,432元，同比增长8.7%；2018年城镇居民人均可支配收入39,251元，同比增长7.8%，农村居民人均可支配收入14,617元，同比增长8.8%。

在国内资本市场稳定、健康的发展背景下，居民收入的增长将带动居民金融投资意愿的增强和对金融信息需求的增长，从而推动金融信息服务业的发展。

（4）互联网信息技术高速发展，用户规模持续增加

互联网产业的飞速发展为我国金融信息服务业的发展提供了有力的技术支持，推动了金融信息产品和服务的创新与发展，提升了用户的使用体验和获取金融信息的效率，促进了行业整体服务水平的发展。因此，互联网信息技术的不断发展，能够推动功能更完善、用户体验更好的产品出现，满足投资者对于获取金融信息的不断增长的需求，有利于行业的不断发展壮大。

移动互联网的发展和普及为行业提供了更广阔的发展空间，根据 CNNIC 发布的第 43 次《中国互联网发展状况统计报告》，截至 2018 年末我国网民规模达 8.29 亿，较 2017 年末增加 5,653 万人，有 98.6% 的网民通过手机上网。根据工信部发布的《通信业经济运行情况》显示，截至 2019 年 5 月末中国 4G 用户总数接近 12.2 亿户。4G 技术的快速发展极大改善了手机上网速度偏慢、服务类型单一的问题，作为计算机终端金融数据服务的有力补充，移动终端金融信息服务具有非常广阔的发展空间，是行业未来极具潜力的利润增长点。

(5) 资本市场结构日趋复杂，市场间关联性增大

近年来我国金融市场发展迅速，金融创新不断涌现，金融投资工具和产品品种更加丰富，市场结构更加复杂，信息资讯更加繁杂。同时，随着我国经济实力的日益增长以及对外开放程度的不断增加，我国的金融市场在全球金融市场中的影响和地位不断增大，全球各金融市场之间的关联性也呈现出不断加强的趋势。在此背景下，投资者对及时的投资理财咨询服务、精准的行业数据分析服务提出了更高的要求。现有的免费咨询产品及服务难以满足投资者当前的需求，而顺应客户需求与偏好、提供更高标准服务的产品将有更大的市场。

2、不利因素

(1) 专业人才的缺乏可能成为限制行业发展的瓶颈

金融信息服务行业属于软件和信息技术与金融两大领域的交叉行业，需要大批兼晓软件和信息技术及金融知识的专业人才，通过运用计算机软件技术和金融专业知识对海量的资本市场信息进行筛选、分析、统计，向客户提供及时、精准且全面的资讯。此类复合型人才需要较长时间的持续培养，一方面需要高等院校的正规教育，另一方面需要长期的实践经验积累。随着行业的快速发展，国内复合型的专业高端人才储备相对缺乏可能成为限制金融信息服务行业的重要因素。

（2）国际知名企业进入中国市场带来的竞争压力

尽管近年来中国金融信息服务业的代表性企业不断发展壮大，但是与国际知名企业相比仍存在着一定的差距。随着中国金融市场的发展，国际知名金融信息服务提供商纷纷进入中国，行业竞争将日趋激烈。行业内的主要企业在经营规模、从业经验、资本实力以及品牌影响力等方面与国际知名企业均存在着差距，面对未来激烈的市场竞争，行业内的相关企业将会面临很大的挑战。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）行业竞争格局及主要企业情况

1、行业竞争格局

随着软件和信息技术的不断发展普及和国内证券投资者数量的快速增长，中国的金融信息服务业在近二十年间获得了快速发展。目前国内市场份额主要由发行人、东方财富、大智慧、同花顺等起步较早、用户规模较大的企业占有，但是近年来包括汤森路透、彭博资讯等国际知名金融信息服务公司在中国市场的人员、资金投入力度不断增加，试图抢占国内市场份额，对国内企业带来了较大的挑战，行业竞争将更加激烈。

2、行业内主要企业情况

除发行人外，国内金融信息服务行业内的主要企业情况如下：

（1）东方财富（300059），成立于2005年，是国内领先的网络财经信息平台综合运营商和国内用户访问量较高的互联网财经信息平台之一，2010年3月在深交所创业板上市，主要通过网站平台提供专业的、及时的、海量的资讯信息，旗下的主要网站有东方财富网、股吧、天天基金网等。2015年9月东方财富收购同信证券并开始从事证券业务，2016年以来其证券业务收入占比不断提升，截至2018年已达58.05%，成为其收入的主要来源。

（2）同花顺（300033），成立于1995年，是国内产品类别较为全面的金融信息提供商之一，2009年12月在深交所创业板上市，主要产品包括同花顺免费版、基础版、决策版、股指期货版等金融资讯及数据PC终端服务系统和同花顺手机炒股、爱基金、股市教练等移动端软件产品。

(3) 大智慧 (601519)，成立于 2000 年，是国内一家专业从事金融领域信息技术产品开发、生产、销售和服务的公司，2011 年 1 月在上交所主板上市，主要产品包括大智慧金融交易终端机构版/专家版、新一代高速行情 level-2 等金融资讯及数据 PC 终端服务系统和大智慧手机超赢专业版、免费版等移动终端服务系统，以及证券公司综合服务系统等产品。

(4) 益盟股份 (832950)，成立于 2002 年 7 月，主要从事为个人投资者提供深度金融服务，2014 年 7 月在全国股转系统挂牌上市，主要产品和服务包括基于 PC 端与移动端的金融平台和投资顾问业务及在线投资教育业务。

(5) 麟龙股份 (430515)，成立于 2002 年 1 月，主要从事证券软件及系统研发、销售，向投资者提供金融数据、数据分析服务及证券投资咨询服务，2014 年 1 月在全国股转系统挂牌上市，主要产品和服务包括麟龙选股决策系统软件、期天大胜股指期货软件以及证券投资咨询服务。

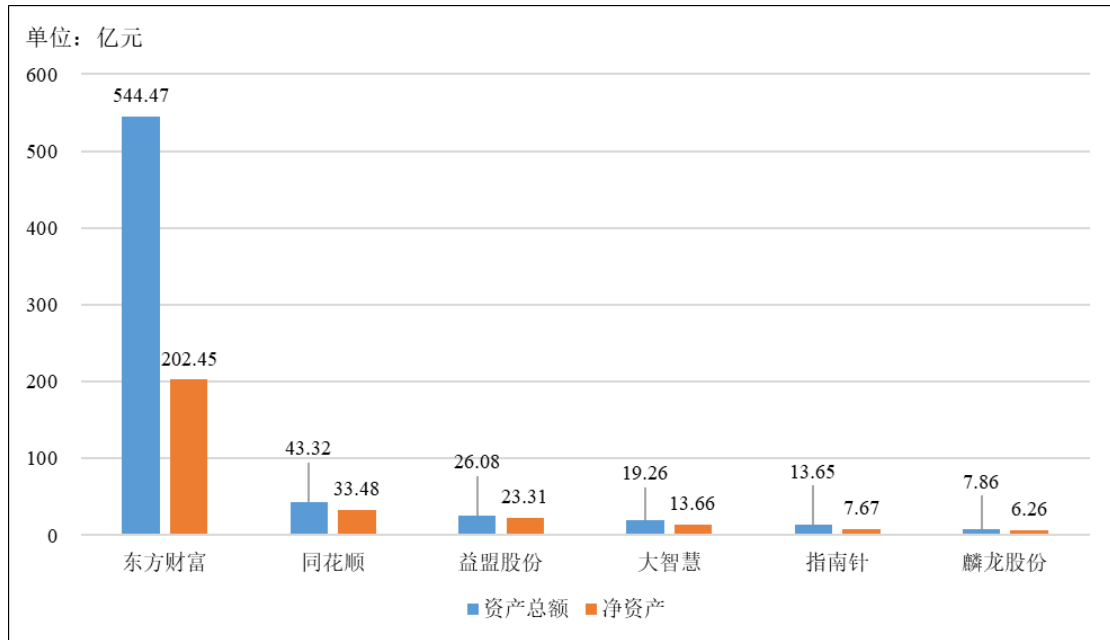
(二) 发行人在行业中的地位

目前国内金融信息服务行业的市场参与者包括同花顺、东方财富、大智慧等上市公司以及指南针、益盟软件、麟龙股份等全国股转系统挂牌公司。其中，同花顺、东方财富的证券、期货市场信息服务的业务较为全面，软件功能趋于平台化，客户群体相对庞大；而指南针等则更侧重证券分析软件产品设计，产品更加专业化、多样化，客户群体相对较小但更有针对性。

1、资产规模对比

截至 2019 年 6 月末，发行人资产总额为 136,482.19 万元、净资产规模为 76,684.94 万元。根据同行业可比公司披露的 2019 半年度报告，发行人与可比公司的资产总额、净资产对比情况如下图所示：

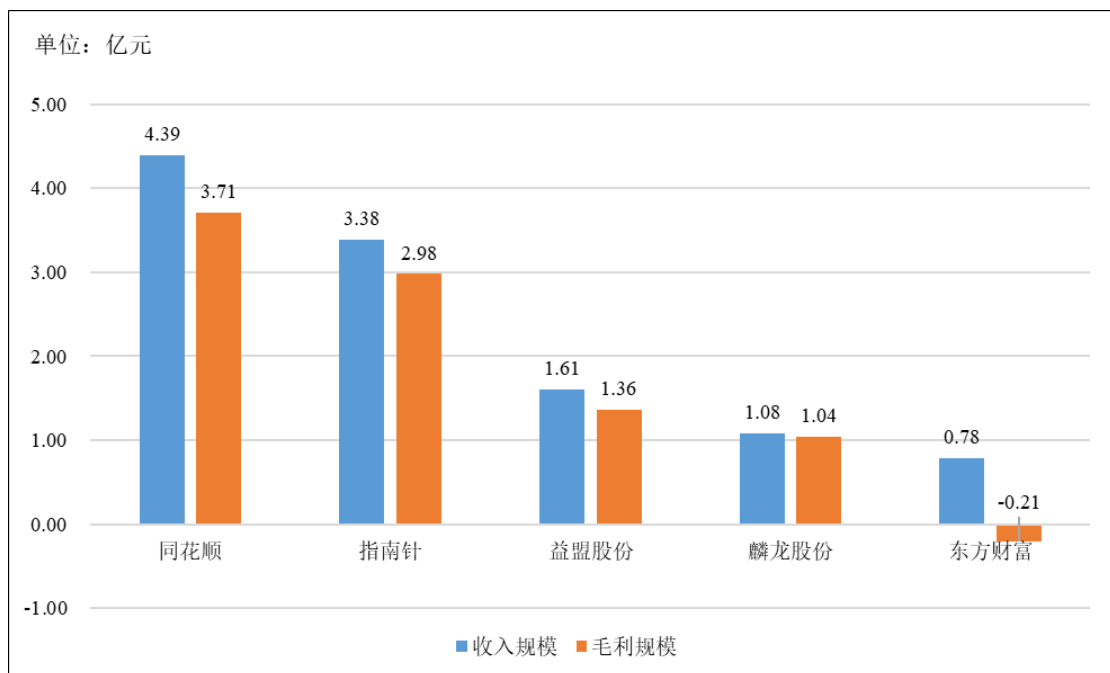
2019 年 6 月末发行人与可比公司资产总额、净资产对比情况



2、收入及利润规模

发行人 2019 年 1-6 月金融信息服务实现营业收入 33,849.92 万元、实现毛利 29,788.75 万元。根据同行业可比公司披露的 2019 半年度报告，发行人与可比公司 2019 上半年金融资讯及数据服务类业务的收入对比情况如下图所示：

2019 上半年发行人与可比公司金融资讯及数据服务类业务营业收入对比情况



注：1、益盟股份 2019 半年报未披露营业收入构成明细，由于其报告期内业务相对集中，因此上图暂以其 2019 年上半年营业收入、综合毛利金额近似代替其金融信息服务业务收入规模和毛利规模；

2、大智慧 2019 半年报未披露营业收入构成明细，由于其报告期内业务相对多元，因此暂无近似替代指标，上图未列示其金融信息服务业务数据。

3、市场占有率情况

根据赛迪顾问的统计，2018 年我国金融信息服务市场规模为 257.5 亿元，而发行人同期金融信息服务业务收入达到 5.30 亿元，其国内市场占有率达到 2.06%。

综上，从资产规模、盈利能力、市场占有率三个方面的对比可以看出，由于发行人近年来不存在通过债务融资等方式扩大经营规模的情况，且通过股权融资规模较小，因此发行人在资产总额、资产净额等方面较同行业可比公司而言相对弱势，可能会对公司未来经营规模的扩张构成一定的阻碍。

在资产规模处于相对劣势的情况下，发行人通过在产品客户体验和市场认可度方面的不断提升和进步，实现了金融资讯及数据服务类业务领域较高的收入和盈利规模，在与同行业可比公司的对比中呈现出一定的竞争优势。

（三）发行人在行业中的竞争优势和劣势

1、发行人的竞争优势

（1）研发与产品优势

作为国内经营经验丰富的金融信息服务提供商之一，发行人多年来始终重视对研发的投入与综合技术能力的培养，掌握了一批包括证券研究技术、电子商务技术和多媒体网络技术等在内的核心技术。该等技术主要运用于用户行为大数据分析、终端用户服务体系、行情信息传输安全机制、信息存盘后的安全机制、关键代码动态获取机制、客户互联网多媒体信息服务等领域，可以为客户提供及时准确的行情信息及资讯。

发行人从事金融信息服务业务起步较早，对资本市场的发展和行业的变化趋势有着深入的理解和经验积累，具备较强的市场分析能力并能够迅速地满足客户不断变化的个性化需求。凭借强大的证券研究技术和产品研发能力，发行人开发出了种类丰富、功能强大的产品体系。发行人目前的主要产品为 PC 端金融服务平台，并根据不同类型投资者的需求开发了全赢系列和财富掌门系列产品。同时，发行人还形成了一整套科学严密、分工高效的产品设计、开发、测试、运维的流

程，可以对市场上用户的最新需求进行收集反馈，推动产品的不断升级。

(2) 品牌与用户优势

发行人自成立以来坚持通过提升产品质量、丰富产品功能、优化客户体验、不断完善服务来树立公司产品的品牌形象，在市场上形成了较高的知名度与品牌认可度。同时，发行人通过与互联网广告平台及服务商合作进行持续的广告推广，进一步提高了公司的品牌知名度和价值。

受益于良好的品牌形象，发行人培育了具有一定规模和品牌忠诚度的用户群体。公司产品用户主要是以个人为主的专业投资者，截至 2019 年 6 月末，公司产品累计付费用户约 86.48 万人。庞大的用户群体是公司各项业务的基础，也有利于公司通过对用户需求重点、信息偏好等进行数据挖掘来研发产品和提供服务。

(3) 服务与营销优势

发行人一贯重视用户服务与用户体验，建立了完善的服务体系，树立了先进的服务理念，培养了一支专业能力强、从业经验丰富的服务与营销团队。发行人自 2013 年起开始全面实行直营销售模式，提高了营销效率，实现了营业收入的快速增长。从投资者提交注册信息起，公司就会安排专业的销售客服人员通过一对一方式与潜在客户对接，进行免费线上培训和持续跟踪，提供完善的售前及售后服务。此外，公司还针对客户需求全面优化服务内容，定期开展需求讨论会和技术交流会，完善服务体系并提升用户体验。

(4) 管理团队优势

优秀的管理团队是企业成功的重要条件，对于金融信息服务行业尤为如此。发行人的管理经营团队具有丰富的行业经验和较强的市场把握能力，能够带领公司在快速变化的行业环境中准确判断发展方向，不断挖掘新的市场机会，同时充分调度公司的各个部门资源予以快速反应。公司还通过内部培养和外部引进两个渠道不断扩充和提升管理团队，增加管理团队的人才储备。

2、发行人的竞争劣势

(1) 市场份额有待提高

发行人主要客户群体为专业的个人投资者。同花顺、大智慧、东方财富等同

行业企业通过上市在资本市场募集了充裕资金,在产品研发与推广上的投入大幅增加,在金融信息服务细分市场上与发行人之间的市场竞争将继续加剧;另一方面,随着我国证券市场的不断发展,新投资者数量不断增加,如何充实资本实力从而保持并不断提升公司市场份额是发行人当期面临的一个重要任务。

(2) 人才储备尚有不足

金融信息服务业是一个技术更新快、用户体验要求高的行业,必须拥有一支强大的研发和经营管理团队。同时,发行人想扩大市场份额,研发新产品,开拓新市场,也需要足够的人才储备来支撑。为了在未来激烈的竞争中保持优势,发行人仍需增加各项专业人才的培养和储备,防止人才缺失成为公司发展的瓶颈。

四、发行人销售情况和主要客户情况

(一) 主要产品和服务的销售收入情况

1、报告期内发行人主营业务收入明细情况

单位:万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
金融信息服务	33,849.92	93.00%	53,014.45	91.77%	60,755.02	90.80%	48,604.21	85.08%
广告服务	2,519.54	6.92%	4,056.85	7.02%	4,608.56	6.89%	5,721.66	10.02%
保险经纪	27.45	0.08%	697.17	1.21%	1,527.20	2.28%	2,799.65	4.90%
其他	-	-	1.10	0.00%	19.09	0.03%	1.01	0.00%
主营业务收入合计	36,396.91	100.00%	57,769.57	100.00%	66,909.87	100.00%	57,126.53	100.00%

2、发行人报告期内各类收款方式的具体情况

(1) 各类收款方式的金额、占比及其波动原因

报告期内发行人各类业务或产品的销售收款方式及其金额和占比情况如下:

单位:万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
金融信息服务	45,016.75	94.70	54,891.56	91.62	64,473.66	90.77	56,160.97	85.87
其中: 网银转账	17,869.04	37.59	15,279.24	25.50	32,852.63	46.25	29,131.05	44.54
第三方支付平台	27,144.01	57.10	39,598.31	66.09	31,585.10	44.47	26,695.20	40.82
现金	3.69	0.01	14.01	0.02	35.93	0.05	12.95	0.02
个人卡	-	-	-	-	-	-	321.78	0.49
广告	2,451.93	5.16	4,320.76	7.21	4,919.58	6.93	6,279.96	9.60

其中：网银转账	2,451.93	5.16	4,320.76	7.21	4,919.58	6.93	6,279.96	9.60
保险经纪	68.57	0.14	701.16	1.17	1,616.48	2.28	2,963.21	4.53
其中：网银转账	68.57	0.14	701.16	1.17	1,616.48	2.28	2,963.21	4.53
增值电信	-	-	-	-	0.04	0.00	0.04	0.00
其中：网银转账	-	-	-	-	0.04	0.00	0.04	0.00
纪家软件	-	-	1.13	-	19.63	0.03	1.00	0.00
其中：网银转账	-	-	-	-	16.38	0.03	-	-
第三方支付平台	-	-	1.13	-	1.61	0.00	0.06	0.00
现金	-	-	-	-	1.64	0.00	0.94	0.00
合计	47,537.25	100.00	59,914.64	100.00	71,029.38	100.00	65,405.19	100.00

网银转账是公司金融信息服务业务销售回款的主要方式之一，特别是客户在购买销售单价较高的高端版本产品时，选择网银转账的比例会相对较高，而公司的广告服务业务、保险经纪业务的销售回款则全部通过网银转账方式。近年来随着第三方支付方式的快速普及，公司为用户提供了快钱、微信、支付宝等第三方支付平台付款方式，2016年至2018年公司金融信息服务业务销售回款中来自第三方支付平台的占比呈增长趋势，2019年1-6月有所下降系当期售价较高的财富掌门版本系列新产品销量较大，客户通过网银转账方式付款的比例较高所致。

报告期内公司通过现金方式销售回款金额极低，占各期总销售回款的比例均在0.02%以下，该部分现金收款对应的客户主要系发行人经营场所附近的客户，其更倾向前往发行人现场进行沟通和付款，发行人已严格按照现金管理要求将所收现金及时存入银行账户。

2016年发行人存在少量通过员工个人卡收款的情形，回款金额为321.78万元，占公司当年销售回款的比例仅为0.49%。自2016年11月起，发行人已经终止了个人卡的收款模式，并对相关账户全部办理了结清、注销手续，2017年、2018年和2019年1-6月发行人已无个人卡收款的情形。

发行人曾存在员工个人卡收款情形的原因为：发行人客户主要为个人投资者，客户付款时需通过银行办理对公业务，具体包括两个途径：一是在银行营业时间内到银行对公账户柜台办理转账，二是通过网银支付将款项转账至发行人对公账户。由于银行对公业务柜台办理存在营业时间限制且需要本人亲自前往银行柜台办理的局限，因此部分拟购买发行人低端版本产品（价格在360元及以下）的客户进行银行柜台转账的意愿较弱。另一方面，发行人客户中的部分中老年龄

段客户不能较好地熟悉和掌握网银支付方式,通过网银支付方式向发行人付款存在不便性。此外,上述客户在支付小额款项时更倾向于使用 ATM 机付款,但目前个人尚不能通过 ATM 机向发行人对公账户进行转账。在此背景下,发行人曾通过委托公司财务部特定员工开设委托收款账户,提升客户付款的便利性,并在客户确有产品购买意向的前提下,根据客户要求向其提供个人收款账户信息,由特定员工代收款项。

(2) 销售回款波动原因分析

报告期内,公司销售回款金额分别为 65,405.19 万元、71,029.38 万元、59,914.64 万元和 47,537.25 万元,与公司各期营业收入的波动趋势基本一致。公司营业收入和销售回款均以金融信息服务业务为主,2017 年金融信息服务销售回款同比增长 14.80%,主要系公司当期加大了广告宣传和推广力度所致;2018 年我国 A 股市场行情受国际贸易摩擦等因素影响表现低迷,公司各项业务收入及销售回款均有所下降;2019 年 1-6 月公司推出财富掌门系列新产品进行集中销售并取得较好的市场反馈,当期营业收入和销售回款相对较高。

3、报告期内发行人各收款途径支付手续费情况

报告期内,发行人接受各类客户付款方式的手续费收费标准情况如下:

支付途径	明细途径	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
网银转账	-	各银行网银转账途径下,发行人收款均无需支付手续费			
第三方支付平台	快钱 (网银自助)	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%
	快钱 (一键支付)	招商银行费率 0.8%; 其他银联费率 0.6%	招商银行费率 0.8%; 其他银联费率 0.6%	招商银行费率 0.8%; 其他银联费率 0.6%	招商银行费率 0.8%; 其他银联费率 0.6%
	快钱 (VPOS 支付)	储蓄卡费率 0.55%, 20 元封顶; 信用卡费率 0.62%	储蓄卡费率 0.55%, 20 元封顶; 信用卡费率 0.62%	储蓄卡费率 0.55%, 20 元封顶; 信用卡费率 0.62%	储蓄卡费率 0.55%, 20 元封顶; 信用卡费率 0.62%
	支付宝	0.55%	0.55%	0.55%	2016 年 1 月 1 日至 5 月 12 日的手续费费率 0.6%; 2016 年 5 月 13 日至 12 月 31 日的手续费费率 0.55%
	微信	0.60%	0.60%	0.60%	0.60%

	京东	2018年8月之前开的京东店铺费率为8.00%；2018年8月之后开的京东店铺费率为2%或3%	2018年8月之前开的京东店铺费率为8.00%；2018年8月之后开的京东店铺费率为2%或3%	8.00%	-
个人卡	-	各银行个人卡收款途径下，发行人收款均无需支付手续费			
现金	-	无需支付手续费			

注：2017年公司为尝试新的支付手段及推广方式，在第三方支付途径中新增了京东支付，由于京东支付不仅提供第三方支付服务而且能够附带为公司进行一定程度的推广服务，因此其手续费率较快钱、支付宝和微信等单纯提供第三方支付服务的渠道要高。2017年、2018年和2019年1-6月，公司通过京东支付收款金额为1.79万元、29.66万元和35.41万元。

现金收款途径下，发行人和付款方均无需支付手续费；在网银转账和个人卡收款途径下，发行人作为收款方均无需支付手续费，付款方手续费收取按照付款银行规定进行。

报告期内，发行人销售回款所产生的手续费全部由第三方支付平台收款所产生，具体明细构成如下：

单位：万元

收款方式	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
快钱	109.30	72.62%	152.03	79.81%	105.60	73.27%	110.12	80.46%
其中：快钱（一键支付）	108.31	71.96%	150.50	79.01%	102.17	70.89%	102.72	75.05%
快钱（网银自助）	0.61	0.41%	1.07	0.56%	2.63	1.82%	5.91	4.32%
快钱（VPOS支付）	0.38	0.25%	0.46	0.24%	0.80	0.56%	1.48	1.08%
支付宝	36.07	23.96%	30.95	16.25%	31.09	21.57%	25.77	18.83%
微信	5.12	3.40%	5.97	3.14%	7.31	5.07%	0.98	0.71%
京东	0.03	0.02%	1.53	0.80%	0.13	0.09%	-	-
合计	150.52	100.00%	190.48	100.00%	144.13	100.00%	136.87	100.00%

注：上表所示手续费为含税金额。

4、报告期内发行人收款途径结构及其业务背景

发行人为了更好地服务客户，开通了快钱、支付宝和微信等多种第三方支付通道，客户在购买发行人产品时可根据购买发行人产品具体价格、支付条件及习惯自由选择支付方式。

报告期内发行人各类第三方支付平台的具体收款情况如下：

单位：万元

收款方式	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

快钱:	18,010.62	66.35%	24,956.56	63.02%	19,343.25	61.24%	18,563.35	69.54%
快钱（一键支付）	17,684.93	65.15%	24,477.37	61.81%	18,229.62	57.71%	16,398.59	61.43%
快钱（网银自助）	202.49	0.75%	357.74	0.90%	878.81	2.78%	1,965.81	7.36%
快钱（VPOS 支付）	123.20	0.45%	121.45	0.31%	234.82	0.74%	198.95	0.75%
支付宝	8,250.00	30.39%	13,620.26	34.40%	11,024.79	34.90%	7,968.89	29.85%
微信	847.98	3.12%	992.97	2.51%	1,216.87	3.85%	163.02	0.61%
京东	35.41	0.13%	29.66	0.07%	1.79	0.01%	-	-
合计	27,144.01	100.00%	39,599.45	100.00%	31,586.71	100.00%	26,695.26	100.00%

报告期内，快钱收款占公司第三方支付平台收款总额的比例分别为69.54%、61.24%、63.02%和66.35%，是公司报告期内占比最高的第三方收款途径。支付宝收款比例相对较低，报告期内回款占比均在30%至35%水平左右，微信和京东的收款金额和比例则相对较低。

公司通过第三方平台的收款结构与各第三方平台的市场规模及影响不一致，主要原因为：快钱主营商业支付领域，对单笔支付设置的上限限额较高；支付宝、微信的覆盖面更广，对于日常零星支付、消费支付和商业支付均有覆盖，但其出于风险控制考虑对单笔支付设置限额相对较低。报告期内，发行人私享家版销售单价为18,000元以上，财富掌门标准版、高级版销售单价分别达到20,000元、50,000元，与支付宝、微信的单笔支付限额相比金额相对较高，而快钱在单笔支付限额方面较支付宝、微信更能贴合发行人产品定价和销售收款金额范围，因此部分客户会优先考虑使用快钱通道。发行人为了给客户提供良好体验，在第三方支付方面同时开通了快钱、支付宝、微信等主流支付通道，客户在购买发行人产品时可根据购买发行人产品具体价格和自身支付习惯选择支付方式。

各类第三方支付平台的主要付款规则如下：

发行人产品定价	第三方支付途径	单笔支付规则
博弈版：1,580元 先锋版：7,600元 私享家版：18,000元 财富掌门标准版： 20,000元 财富掌门高级版： 50,000元	快钱（一键支付）	无需开通网银，主要银行的单笔支付限额从2万元至5万元不等，例如：工商银行、中国银行单笔限额5万元；交通银行单笔限额3万元；农业银行单笔限额2万元，等等。
	快钱（网银自助）	需开通网银，具体支付额度视支付银行规定确定，如付款方以U盾为安全工具，单笔支付限额可达到100万元或者无限制。
	快钱（VPOS支付）	VPOS为当面刷卡支付，其单笔支付限额可由付款方通过快钱网页或APP自行设置，无明细单笔支付限额规定。

	支付宝	快捷支付渠道无需开通网银，主要银行的单笔支付限额从1万元至5万元不等，例如：工商银行、农业银行、建设银行、中国银行和交通银行单笔限额1万元；招商银行、中信银行单笔限额5万元。网银支付渠道需开通网银，具体支付额度视支付银行规定确定，如付款方以U盾为安全工具，单笔支付限额可达到100万元或者无限制。
	微信	用户用资金购买无实物性质，网上发布时默认无法选择物流运输的商品时采用独立单笔支付限额规则：全部合作银行单笔支付限额1,500元。

注：1、上表所示价格为一年期产品的官方指导价，在实际业务中，金融信息服务的 PC 端金融服务平台会因用户购买年数不同或套餐不同等会给予一定的价格优惠；

2、在实际业务中，发行人对先锋版、博弈版产品通常会采取较为固定的折扣销售策略，因此在无其他优惠情况下，先锋版、博弈版一年期产品实际销售价格会低于官方指导价。发行人在 2017 年和 2018 年对私享家版产品和先锋版产品实际售价进行了上调，具体请见“第九节 财务会计信息与管理层分析/十二、盈利能力分析/（二）营业收入构成及变动分析/2、主要产品销售价格和销售量变化情况分析”部分。

3、发行人产品种类较多，此处仅列举其目前的主要产品。

综上，报告期内发行人快钱收款金额大于支付宝、微信的收款金额，主要是受各类第三方支付渠道单笔支付规则差异的影响，是客户根据各自支付情况自主选择的客观结果。

（二）主要产品和服务的消费群体

发行人通过在金融信息服务行业的多年运营，培育了具有一定规模和品牌忠诚度的用户群体。目前公司产品的用户主要为以个人客户为主的专业投资者，截至 2019 年 6 月末，公司产品累计付费用户约 86.48 万人。

1、发行人主要业务模式及用户获取方式

发行人金融信息服务业务的主要客户群体为专业个人投资者，因此发行人主要与市场上主流的互联网公司、网络媒体平台及专业推广机构进行合作，采用内容分享、舆情引导、品牌曝光、效果营销等方式，通过互联网和移动互联网进行广告投放，对潜在客户进行引流来获取用户资源。同时，公司会通过大数据分析技术对注册用户行为和需求进行分析，综合评价各种流量入口的价值，从而持续优化和选定具体合作的线上推广机构。

通过线上推广方式取得潜在用户预留的手机号码（客户通过线上推广渠道广告页填写和提交手机号码，发行人通过下行验证码回填方式予以验证）后，公司会制定针对性的营销计划，并依据计划配置销售客服人员通过电话等途径联系潜

在客户，并为潜在客户提供软件培训视频服务增强其服务体验，指导潜在客户下载免费版产品进行登录与使用，最终将新增注册用户转变为免费版产品用户。

报告期内，发行人广告费用支出金额分别为 7,849.17 万元、12,795.82 万元、7,995.65 万元和 5,809.25 万元，占各期销售商品、提供劳务收到的现金的比例分别为 12.00%、18.01%、13.35%和 12.22%，具体占比情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
广告费用支出	5,809.25	7,995.65	12,795.82	7,849.17
销售商品、提供劳务收到的现金	47,537.25	59,914.64	71,029.38	65,405.19
占比	12.22%	13.35%	18.01%	12.00%

2017 年公司广告费用支出规模较高，主要系发行人基于扩大经营的目标和对我国资本市场长期的信心，当期较大幅度地提高广告投放规模，当期广告费用规模与发行人业务相匹配，符合经营实际情况。

2018 年 A 股市场受国际贸易摩擦等因素影响总体呈现下跌的态势，国内证券市场和投资者投资情绪处于较为低迷的状态。公司结合市场环境，在保证新增注册客户品质的同时，以控制单位新增注册客户成本为目标，适当控制线上广告费用的投放规模以符合业务发展的实际需求，因此广告费用支出金额有所减少。

2019 年上半年国内证券市场行情整体回暖，A 股市场交易量同比显著回升，同时公司在当期推出了财富掌门系列新产品。在此背景下，公司适当提升了广告费用的投放规模并取得较好效果，因此当期广告费用支出规模相对较大，但占同期销售商品、提供劳务收到的现金的比例与 2016 年、2018 年基本持平，广告费用规模与公司业务相匹配。

2、报告期内发行人客户获取情况

(1) 发行人通过线上推广方式获取新增注册账户

发行人所属行业为金融信息服务行业，行业内企业一般通过线上或线下推广方式获取新增注册用户，其中线上推广主要指企业直接或通过代理商间接向互联网、移动互联网平台等渠道投放广告从而吸引潜在客户注册账户；而线下推广则主要指企业直接或通过代理商间接向户外广告媒介、电视广告平台和平面广告媒体等线下媒介投放广告资源，从而吸引潜在用户关注并注册账户。

报告期内，发行人广告宣传及网络推广费科目的具体构成如下：

单位：万元

推广途径	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线上推广	5,592.97	96.28%	7,583.09	94.84%	12,300.41	96.13%	7,405.03	94.34%
其中：互联网	2,122.64	36.54%	4,173.34	51.53%	6,206.89	48.51%	3,188.01	40.62%
移动互联网	3,470.33	59.74%	3,409.75	43.31%	6,093.53	47.62%	4,217.03	53.73%
线下推广	-	-	-	-	-	-	-	-
策划宣传	83.71	1.44%	32.64	0.41%	75.22	0.59%	72.61	0.93%
增值电信业务	132.56	2.28%	357.28	4.47%	401.79	3.14%	371.44	4.73%
其他业务	-	-	22.64	0.28%	18.40	0.14%	0.08	-
合计	5,809.25	100.00%	7,995.65	100.00%	12,795.82	100.00%	7,849.17	100.00%

由上表可见，报告期内发行人无线下广告支出，新增注册用户全部通过线上推广方式获取。上述“广告宣传及网络推广”明细构成中，策划宣传、增值电信业务和其他业务开支为发行人在实际业务开展过程中所产生的不直接以获取金融服务产品的客户为目的宣传推广开支，具体说明如下：

支出类型	支出说明
策划宣传	系发行人向第三方广告公司购买相关广告策划方案或定制化的服务，拟通过策划服务推动已注册的免费用户转化为付费用户，或推动已付费客户再次付费，升级转换为更高版本客户，该类费用支出较小，主要系发行人业务模式日臻成熟，主要依靠自身人员实施相关策划，进而逐渐替代外部第三方策划服务所致。
增值电信业务	系发行人以手机短信方式服务已注册用户的业务，如发产品信息、关键行情服务信息、各类课程信息、优惠活动通知等，主要目的为保持与客户的低成本联系，维持客户活跃度，进而推动用户登录并使用软件，提升其对产品的了解程度和认可度。
其他业务	发行人于2014年度以同一控制下重组方式收购子公司天一星辰，而天一星辰被并购前后（即2014年度、2015年度）曾拟开展财经网站业务并为此投入少量线上推广费用，该业务未形成任何收入且随并购完成后已逐步停止，该等业务投入与发行人主营业务及线上获客无关。2017年度，发行人产生了小额其他推广费用，此系发行人尝试新模式的线上推广投放合作所致，该等投入金额及占比较小，重要性水平不高，并且相关业务属于尝试性质业务，不产生线上获客。

（2）发行人依靠线上推广方式获取注册账户情况

发行人采取体验式营销模式进行新增客户开发，报告期内发行人付费用户均来自免费注册用户的付费升级，免费注册客户根据其不同渠道来源的分类情况如下：

单位：户

推广途径	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	数量	比例	数量	比例	数量	比例	数量	比例
具有明确标识的线上渠道	663,898	92.79%	983,321	89.37%	1,657,732	91.12%	1,956,361	92.61%
客户主动电话呼入	27,457	3.84%	69,444	6.31%	97,049	5.33%	75,093	3.55%
老客户介绍注册	15,877	2.22%	31,727	2.88%	38,069	2.09%	51,269	2.43%
无法识别具体来源	8,248	1.15%	15,834	1.44%	26,450	1.45%	29,677	1.40%
全部注册账户数	715,480	100.00%	1,100,326	100.00%	1,819,300	100.00%	2,112,400	100.00%

报告期内发行人的免费注册用户形成渠道主要分类四类：一是具有明确线上广告投放渠道标识的注册用户，如通过百度、360、今日头条等渠道推广获取，渠道标识具体且明确，该类客户占比最高，报告期占比约在90%左右；二是客户通过发行人线上广告投放预留的400电话主动拨入进行注册；三是由老客户介绍进行注册；四是无法识别渠道来源的注册用户，该等客户未通过发行人广告投放渠道进行注册，亦未通过400电话主动呼入，且无老客户推荐的系统记录，主要体现为登录公司官网主动进行注册（极少数甚至直接网上付费购买），或者因为客户在广告页和注册页进行跳转中因技术原因存在渠道来源信息丢失等情形，发行人无有效手段识别其渠道来源。

如前所述，报告期内发行人全部获客广告投放均为线上支出，其广告效果可以量化确认。就广告推广获客业务实质而言，发行人具有明确标识的线上渠道、客户主动电话呼入和老客户介绍注册三类免费注册客户可以认定主要来自线上推广。因此，扣除“无法识别具体来源”注册用户影响，报告期内发行人通过线上推广方式获取的免费注册账户占比至少在98%以上，且报告期内占比基本保持稳定。

由于发行人付费用户全部来自于免费注册用户的付费升级，且发行人对各渠道免费注册用户均采用统一模式进行体验式销售升级，先转化为免费登录用户，再进一步升级为付费用户，不存在不同渠道来源客户的转化升级过程差异化，但受各期免费注册客户质量、证券市场行情等因素影响，各类账户转化率会存在一定波动。

综上，可以合理推定发行人付费用户来自线上推广渠道的比例与免费注册用户来自线上渠道比例基本一致，即报告期至少98%以上付费用户来自线上推广。

（3）发行人新增免费用户数量、单位免费用户获取成本及其合理性

鉴于发行人报告期内线上推广获取免费注册用户的比例为 100%，根据发行人报告期内的线上广告投放金额及各期新增的免费注册用户计算的单位新增免费客户获取成本如下：

类别	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
新增免费注册用户数（人）	715,480	1,100,326	1,819,300	2,112,400
线上广告推广费金额（万元）	5,592.97	7,583.09	12,300.41	7,405.03
对应单位免费用户获取成本（元/人）	78	69	68	35

发行人获取新增免费用户成本受我国证券市场行情以及获取新增免费用户规模的综合影响，即证券市场行情向好，获取客户的成本较低，获取客户规模扩大则边际成本上升。

报告期内发行人始终积极扩大和发展新增免费用户规模，当期单位新增免费用户成本总体呈现上升态势，主要原因如下：

2017 年我国证券市场仍处于持续相对低迷的状态，投资交易活跃程度的下降导致发行人的获客难度呈现一定程度的提升。发行人基于扩大经营的目标和对我国资本市场长期发展的信心，当期较大幅度地提高广告投放规模，优化广告投放渠道，暂停了部分效率较低的低价推广渠道，同时配合适度的销售客服队伍扩大以积极获取潜在客户，因此当期新增免费用户成本上升至 68 元/人。

2018 年全球金融市场受贸易摩擦影响波动明显，我国国内 A 股市场总体呈现下跌的态势（区间跌幅近 26%），我国证券市场和投资者投资情绪依旧处于较为低迷的状态。发行人结合市场环境，在保证新增注册客户品质的同时以控制单位新增注册客户成本为目标，适当控制当期线上广告费用的投放规模以符合业务发展的实际需求。在此背景下，2018 年发行人单位新增免费用户成本为 69 元，获客成本基本保持稳定。

2019年1-6月我国证券市场行情整体回暖，A股市场区间涨幅为20%水平，交易量同比显著回升。在此背景下，发行人一定程度提升了线上广告费用的投放规模，同时积极优化广告投放流程，减少投产比效率较低的渠道以及互联网无效关键词的投放，以实现当期新增免费客户的质量提升。受上述因素的综合影响，发行人当期单位新增免费用户成本为78元，获客成本有所上升。

（4）发行人新增付费用户数量、单位付费用户获取成本及其合理性

根据发行人报告期内的线上广告投放金额及各期新增的付费用户数量计算

的单位新增付费客户获取成本如下：

类别	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
新增付费用户数（人）	71,200	102,734	137,940	109,722
线上广告推广费金额（万元）	5,592.97	7,583.09	12,300.41	7,405.03
对应单位新增付费用户获取成本（元/人）	786	738	892	675

2017年公司新增免费客户数量虽然较2016年有所下降，但受广告投放渠道优化影响，当期新增付费客户数则同比增长。2017年公司单位新增付费用户获取成本为892元，同比增长25.72%，主要系当期广告投放规模大幅增加所致。发行人当期提升广告投放规模符合自身业务发展需求，为未来持续经营储备了一定规模的免费客户和付费客户，奠定了良好业务发展基础。

为减少国内证券市场行情下行以及投资者投资情绪低迷等外部不利因素影响，2018年发行人在适度控制线上广告推广规模的基础上，加强对数据库内原有免费客户的开发，提升对已累积免费客户资源的利用效率。另一方面，发行人优化销售流程提高自动化程度和销售效率，引入语音识别等设备和技術，提升业务智能化水平，提高经营效率。综合上述原因，发行人在证券市场行情下行和投资者活跃度整体萎缩的情况下实现当期新增付费客户同比基本保持稳定的成效，同时免费客户至新增付费客户的转化率水平实现一定程度的提升，当期单位新增付费用户成本同比有所下降。

2019年上半年，我国证券市场呈现一定程度的回暖态势。在投资交易活跃程度相对提升的情况下，发行人结合业务发展的实际需求一定程度提升线上广告费用的投放规模，同时发行人加强对于广告投放效率的优化管理，减少投产比效率较低的渠道以及互联网无效关键词投放，提升潜在客户的质量以及后续付费的转化效率，发行人当期实现新增付费客户数量同比显著增长。综合上述因素，发行人当期单位新增付费用户成本水平呈现小幅上升，付费获客成本基本保持稳定。

（5）同行业可比公司获客情况

根据公开披露信息，同行业可比公司的主要获客方式情况如下：

可比公司简称	可比公司主要获客方式
同花顺	1、销售人员通过直销上门拜访方式向证券公司销售网上行情交易系统； 2、同花顺通过网络在线直销方式销售金融资讯和数据服务及手机金融信息服务等产品；

	3、同花顺通过百度、Google 等搜索引擎以及证券公司网站、各综合门户网站、金融网站推广同花顺免费客户端平台； 4、同花顺通过与中国移动、中国联通、中国电信等移动运营商签署合作协议，共同开展手机金融信息服务相关业务。
东方财富	东方财富的金融数据产品仅通过“东方财富网”进行营销活动
大智慧	大智慧通过与手机厂商合作开发定制手机金融终端软件，与证券公司合作推出手机委托交易版产品，与电信运营商合作开发客户，与网站媒介合作提供产品下载链接等方式不断扩大与各方的合作领域。
麟龙股份	麟龙股份通过公司网站介绍产品并提供免费下载及试用服务，以此被动吸引客户向公司咨询、了解进而购买产品；麟龙股份逐渐形成了由销售人员在各大论坛和即时通讯聊天群推广公司产品，持续关注潜在客户各项需求并据其需求进行产品推广的模式。
益盟股份	未披露

注：以上信息来自各可比公司公开披露资料，包括招股说明书或股份转让说明书、年度报告等。

报告期内，上述同行业可比公司仅定性简要披露或未披露自身获客方式，亦未定量披露各渠道获客数量、占比等信息，因此发行人无法就获客数量、占比情况与之进行详细比较。

3、报告期内发行人线上获客指标情况

(1) 发行人主要产品月度相关指标情况

发行人金融信息服务终端的月新增付费用户获取成本、月付费用户推广成本、月新增付费用户投入产出率、月推广效率指标计算公式说明如下：

指标	计算公式
月新增付费用户获取成本	=月线上推广费/月新增付费用户数
月付费用户推广成本	=月线上推广费/月付费用户数
月新增付费用户投入产出率	=月均新增付费用户充值金额/月新增付费用户获取成本
月均新增付费用户充值金额	=月新增付费账户用户金额/月新增付费用户数
月推广效率	=月线上推广费/月充值金额
月新增付费用户ARPU值	=月均新增付费用户充值金额
月付费用户ARPU值	=月均付费用户充值金额

根据上述指标计算公式，报告期内发行人各月度指标明细情况如下：

时间	线上推广费 (万元)	新增付费用户 数(人)	新增付费用户 获取成本 (元)	付费用户推 广成本(元)	新增付费用户 投入产出 率	推广效率	新增付费用户 ARPU值 (元)	付费用户数 (人)	付费用户 ARPU值 (元)
2016年01月	324.40	12,480	260	152	520%	4%	1,352	21,351	4,006

2016年02月	307.57	7,288	422	339	64%	455%	272	9,085	74
2016年03月	457.10	10,295	444	214	345%	2%	1,531	21,366	9,090
2016年04月	671.30	10,760	624	374	91%	14%	568	17,947	2,763
2016年05月	633.63	8,509	745	571	26%	409%	190	11,105	139
2016年06月	549.74	7,326	750	660	16%	474%	120	8,330	139
2016年07月	1,034.79	11,381	909	402	26%	12%	234	25,758	3,421
2016年08月	859.20	9,691	887	715	14%	727%	123	12,017	98
2016年09月	708.19	6,116	1,158	457	101%	11%	1,172	15,483	4,074
2016年10月	803.08	7,303	1,100	887	26%	759%	289	9,049	117
2016年11月	643.70	11,073	581	446	34%	247%	195	14,429	181
2016年12月	412.35	7,500	550	230	152%	6%	837	17,901	4,141
2017年01月	899.37	6,576	1,368	1,108	20%	-698%	271	8,115	-159
2017年02月	863.80	7,232	1,194	933	22%	402%	267	9,260	232
2017年03月	1,217.51	10,533	1,156	446	112%	5%	1,292	27,327	9,002
2017年04月	1,316.84	14,557	905	466	136%	8%	1,227	28,276	6,209
2017年05月	1,255.08	12,954	969	852	20%	1157%	191	14,733	74
2017年06月	895.95	7,599	1,179	979	22%	484%	264	9,151	202
2017年07月	1,276.75	9,811	1,301	538	64%	14%	830	23,751	3,795
2017年08月	1,533.68	14,330	1,070	947	23%	522%	246	16,196	182
2017年09月	1,355.77	22,414	605	562	21%	511%	126	24,141	110
2017年10月	408.84	4,959	824	606	29%	75%	236	6,745	811
2017年11月	556.80	9,380	594	227	98%	5%	580	24,574	4,765
2017年12月	720.03	17,595	409	250	29%	480%	119	28,811	52
2018年01月	705.57	9,083	777	402	119%	11%	927	17,557	3,718
2018年02月	399.56	5,150	776	434	52%	37%	400	9,204	1,164
2018年03月	1007.33	16,240	620	362	32%	353%	201	27,860	102
2018年04月	736.75	12,219	603	458	28%	221%	166	16,099	207
2018年05月	707.42	10,328	685	249	137%	3%	941	28,403	8,501
2018年06月	597.23	5,808	1028	484	69%	16%	707	12,333	2,943
2018年7月	832.77	9,694	859	428	43%	47%	367	19,437	903
2018年8月	760.22	12,547	606	504	23%	900%	141	15,092	56
2018年9月	409.40	5,118	800	364	58%	11%	462	11,243	3,334
2018年10月	624.43	6,396	976	817	27%	-413%	262	7,640	-198
2018年11月	425.82	6,399	665	545	36%	151%	238	7,807	361
2018年12月	376.60	3,752	1,004	338	146%	3%	1,467	11,132	11,833
2019年1月	696.28	9,919	702	599	31%	-431%	218	11,615	-139
2019年2月	642.15	10,257	626	516	39%	237%	241	12,440	218
2019年3月	873.48	17,991	486	376	48%	164%	231	23,209	229

2019年4月	1,058.38	13,794	767	413	98%	12%	753	25,657	3,475
2019年5月	1,282.98	9,917	1,294	1,051	23%	-1960%	298	12,208	-54
2019年6月	1,039.70	9,322	1,115	532	21%	4%	239	19,537	12,426
2016年度合计	7,405.03	109,722	675	477	88%	13%	591	155,284	3,625
2017年度合计	12,300.41	137,940	892	621	51%	19%	456	198,035	3,258
2018年度合计	7,583.09	102,734	738	471	61%	14%	448	161,058	3,407
2019年1-6月合计	5,592.97	71,200	786	579	44%	17%	342	96,638	3,494

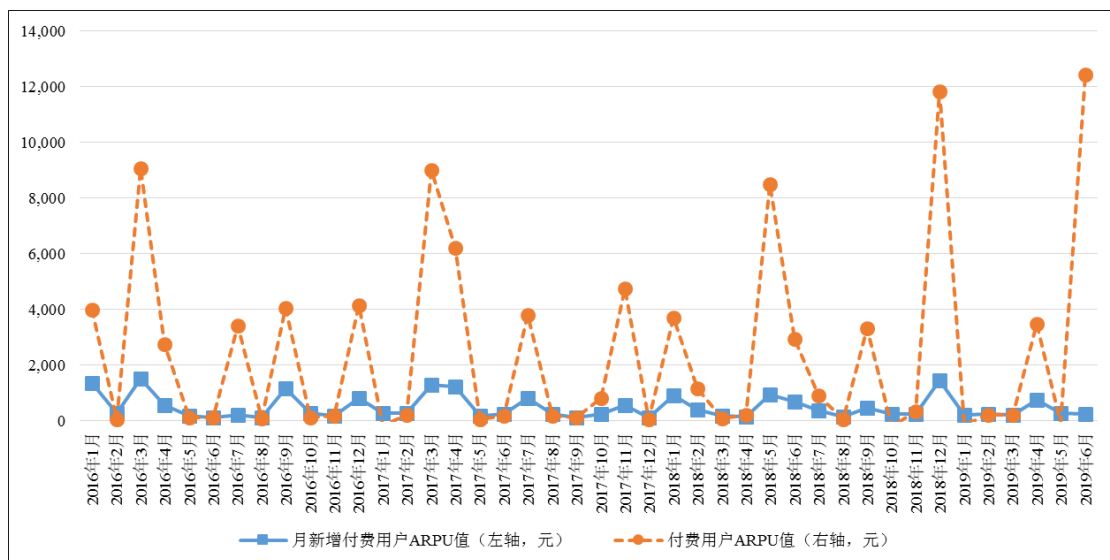
注：上表所示ARPU值计算依据发行人“业务订单口径”计算，与财务报表的销售回款存在一定差异，差异原因为：

1、统计订单口径用户ARPU值时未考虑客户积分支付等的影响；

2、受业务流程影响，统计期内各月均存在部分客户已缴纳产品价款但未形成业务系统订单或已生成订单但未开通产品授权的情形，为保持各期数据的可比性，“业务订单口径”以订单生效时间为准；

3、“业务订单口径”不包含零星非订单来源的销售回款，主要为发行人为企业客户提供的金融信息服务相关的数据、技术服务形成的收款。

发行人的月新增付费用户 ARPU 值和月付费用户 ARPU 值指标趋势图如下：



由上表可见，发行人月新增付费用户 ARPU 值各月间差异较大，该等趋势与发行人的线下深度体验式销售模式相一致：发行人线上推广获客并于线下进行的产品和服务销售以“体验式”模式开展，即报告期内绝大多数付费客户是从免费版产品试用开始，经过一段时间体验后，发行人会根据用户需求向其推荐低端版本（博弈版）付费产品，并逐渐引导使用中端版本（先锋版）付费产品，最终至购买高端版本（私享家版）产品。通常情况下，发行人的注册用户从免费版逐步升级至高端版本的体验周期需要半年到一年时间。此外，发行人各版本的销售并非都全年连续不间断进行，而是发行人依据当时市场情况和自身实际经营情况

进行有节奏、有规律的销售。发行人的低端版本销售根据阶段性的免费版客户的数量累计和体验情况，全年各月基本常态化开展，从月度来看基本各月均有销售；中端版本产品则根据低端版本用户数量累积和体验情况，每年安排 3 次左右的集中销售，销售周期约一个月；而高端版本则根据中端版本用户数量累积和体验情况，通常每 2 至 3 轮中端产品销售后安排一次高端产品销售，销售周期约一个月。2019 年 5 月发行人推出的财富掌门系列产品属于产品序列中高端产品的延伸，产品更侧重于风险控制管理，与全赢系列产品在功能上各有侧重，不属于私享家版本的替代产品。由于财富掌门系列产品定位为高端产品，产品销售价格和专业程度相对较高，发行人主要面向原高端版本客户进行销售以作为其原版本产品功能的有益补充，因此在销售模式上与原产品的上拽式无本质区别，即引导潜在客户通过体验免费版、低端版本、中高端版本直至购买财富掌门系列产品。

发行人上述“体验式”和“节奏性”销售模式的形成，主要是源于两个因素影响：1) 发行人提供的金融信息产品和服务，把高版本产品销售建立在低版本产品良好体验成果之上，不仅反映了发行人对自身所提供的各版本产品和服务的质量的信心，更有利于降低销售的难度和售后的风险，而且客户对低版本功能熟悉和熟练使用后再逐步升级到高版本，有利于其对终端软件功能的深入掌握，进而降低发行人售后服务的压力和售后投诉的风险；2) 发行人根据客户数量累积和体验情况统一有节奏地集中开展各版本销售，有利于集中全公司各部门的协同力量，更好地完成营销任务和服务目标，降低对个别销售客服人员的业务能力要求。同时，发行人更倾向于其客户的付费行为系建立在对公司整体实力和公司产品的认同基础之上，而不是销售客服人员个人独特的销售能力之上。

受上述销售模式影响：(1) 月新增付费用户 ARPU 值相比付费用户 ARPU 值普遍要低，主要系当月新增客户当月一般主要付费购买低端版本产品所致，其中报告期内个别月份的月新增付费用户 ARPU 值相对较高，主要系该月为中高端版本集中销售期，当月新增的付费用户少量直接购买高端版本产品所致；(2) 发行人月付费用户 ARPU 值大幅波动，数值较低主要系实施低端版本博弈版销售的月份，该月付费用户 ARPU 值相对较低，而各年集中实施中端版本先锋版和高端版本私享家版销售的个别月份，则付费用户 ARPU 值会大幅上升。

发行人月付费用户 ARPU 值指标趋势图中，数值在 9,000 元左右的月份分别为

2016年3月、2017年3月、2018年5月、2018年12月和2019年6月，主要系该等月份发行人集中实施高端版本产品的销售，从而使得月付费用户ARPU值大幅高于其他月份，在趋势图上形成“尖峰”。而月付费用户ARPU值在3,000元-4,000元左右的月份报告期各年分别为三次左右，主要系在该等月份发行人集中实施中端版本的产品销售。根据发行人体验式升级销售模式的特点，发行人一般实施2至3次中端版本产品销售后待中端版本客户数量形成一定规模即实行高端版本产品销售。除此外的其他月份，发行人一般主要实行免费登录用户向低端版本产品的购买升级活动，因而付费用户ARPU值相对较低，在趋势图上形成“低谷”。

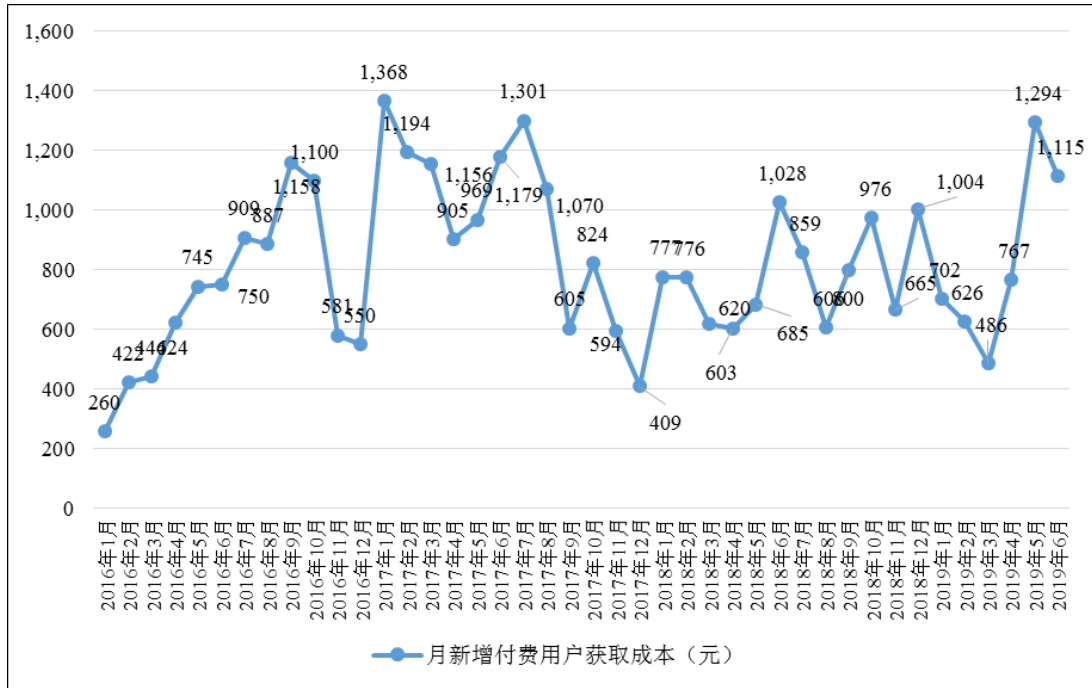
发行人月新增付费用户ARPU值指标趋势图波动与月付费用户趋势图基本一致，主要系报告期内虽然发行人绝大部分付费客户都是以低端版本作为其首次付费购买产品的开始，但不排除少数免费注册客户在免费产品体验期间，正值发行人在做中高端版本的推广，因而直接购买了中高端版本产品，使得发行人在中高端推广月份的新增付费用户ARPU值也会相对较高，形成趋势图的“尖峰”。

综上所述，报告期内发行人月新增付费用户ARPU值、月付费用户ARPU值指标波动情况与发行人的销售模式和业务开展情况相一致。

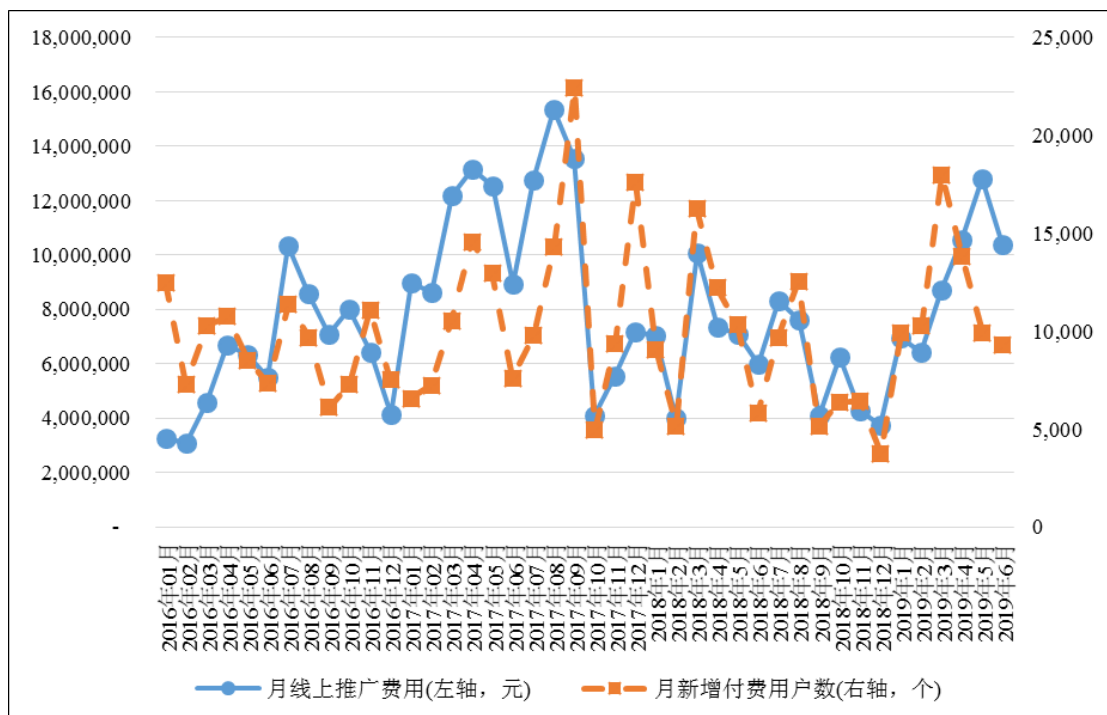
(2) 发行人主要产品相关月度指标的具体情况

1) 月新增付费用户获取成本分析

报告期内，发行人月新增付费用户获取成本指标趋势图如下：



月新增付费用户获取成本指标主要受当月线上推广费用支出金额及当月新增的付费用户数综合影响。报告期内，发行人月线上推广费用和月新增付费用户数指标趋势图如下：

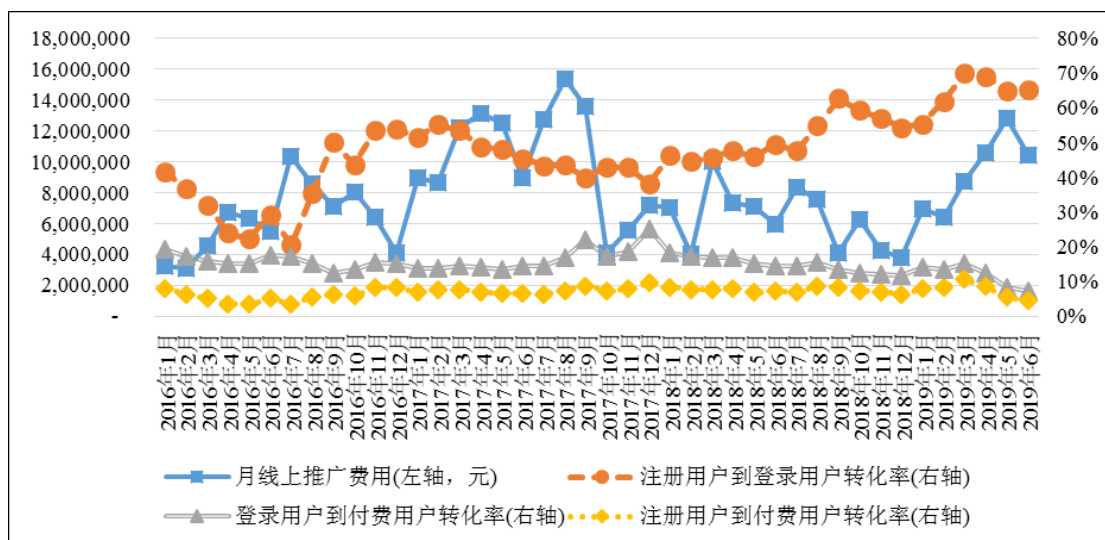


发行人月新增付费用户获取成本指标主要反映发行人当月期间内新获取的单个新增付费用户的平均推广费成本，报告期内该指标呈现整体上升且月度间大

幅波动的特征：

A、发行人月新增付费用户获取成本指标整体上受发行人当月线上广告投放金额及当月新增付费用户数影响。发行人各月的新增付费用户数并不由当月线上广告投放效果自动导流形成，而受发行人线下客服人工介入影响较大。发行人线上广告投放后根据不同渠道广告效果会获得一定数量使用手机号码主动注册的用户，其中部分注册用户会根据系统引导自助下载免费版 PC 端进行登录体验，而未根据系统引导自助下载免费版 PC 端的注册用户则会由发行人客服人员和销售人员介入引导进行产品下载。对于已经下载免费版 PC 端并登录的注册用户，发行人会通过解锁部分收费模块、提供产品培训讲解课程以及服务文章撰写和推荐等多种体验方式进行售前服务，从而实现部分新增注册用户愿意购买收费版软件升级为付费用户。

整体而言，报告期内各不同月份发行人注册用户进一步下载免费版 PC 端并登录体验、进而实现付费购买收费版终端的用户比例集中在 3% 至 10% 区间，各月间差异较大，主要受各月线上广告投放获客资源的质量所影响。加之各月广告投放形成的注册用户通过产品体验变为付费用户的时间周期往往会存在跨月情形，因此每月新增付费用户数量与当月的线上广告投放金额并不完全正相关，当月新增付费用户数量与当月投放金额背离时则会进一步加剧月新增付费用户获取成本指标值的差异。



报告期内，发行人月线上推广费用月度间存在较大波动而整体呈现上升趋势

势，发行人注册用户到登录用户的转化率受获客渠道质量差异及证券市场整体变化影响呈现整体连续稳定但较大波动的变化趋势，同时发行人注册用户到付费用户转化率指标和登录用户到付费用户转化率指标则相对呈现较为平稳的变化趋势。

B、为减小上述因素影响，若按年度数据进行分析，2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，发行人以年度计算的新增付费用户获取成本指标分别为675元、892元、738元和786元，整体水平基本保持稳定，与发行人的实际经营情况较为符合。2017年，由于我国证券市场行情的持续低迷，发行人的付费用户获客成本因此增加至892元。就发行人的业务推广而言，发行人2017年在证券市场活跃度整体萎缩的背景下加大广告投放实现当期新增付费客户同比增长25.72%的成效；发行人当期新增的付费客户在未来数年内均有较大幅度的付费潜力。发行人当期提升广告投放的规模符合自身的业务发展需求，为未来持续经营储备了一定规模的免费客户和付费客户，奠定了良好业务发展基础。

2018年，发行人在适度控制线上广告推广规模的基础上，加强对数据库内原有免费客户的开发，从而提升对历史上累积相关免费客户的利用效率；另一方面，发行人优化销售流程提高自动化程度以提升销售效率，引入语音识别等设备和技术，提升业务智能化水平，提高经营效率。综合上述原因，发行人在证券市场行情下行和投资者活跃度整体萎缩的情况下实现当期新增付费客户同比基本保持稳定的成效；同时发行人当期免费客户至新增付费客户的转化率水平实现一定程度的提升，当期单位新增付费用户成本水平出现一定程度下降。

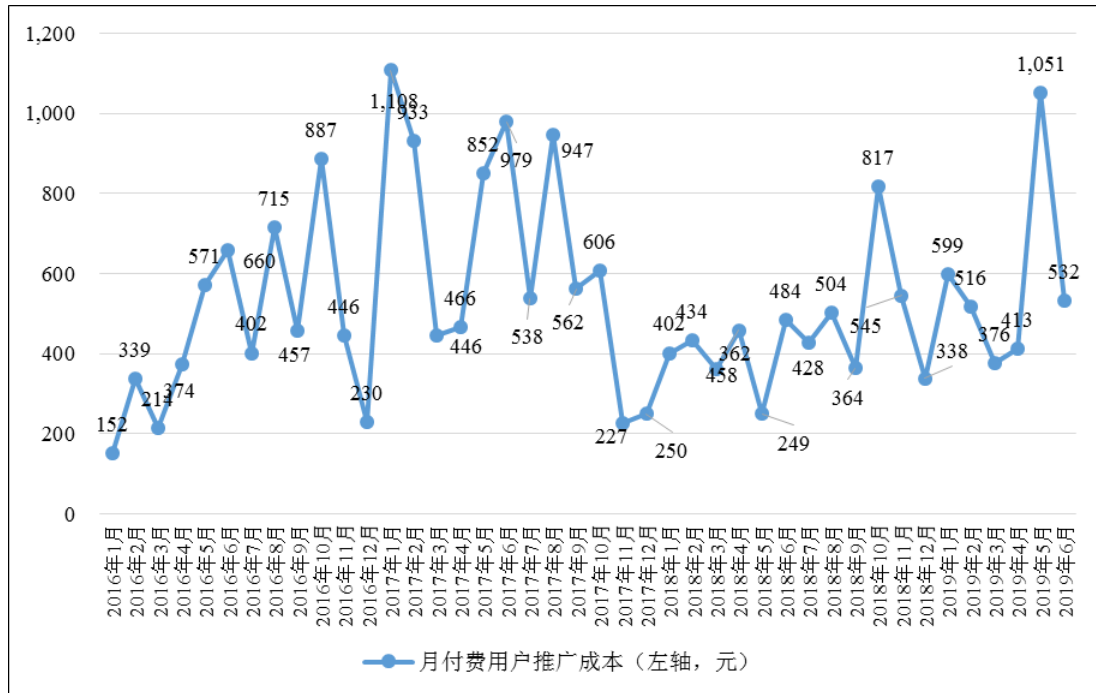
2019年上半年，我国证券市场呈现一定程度的回暖态势。在投资交易活跃程度相对提升的情况下，发行人结合业务发展的实际需求一定程度提升线上广告费用的投放规模；同时发行人加强对于广告投放效率的优化管理，减少投产比效率较低的渠道以及互联网关键词投放，提升潜在客户的质量以及后续付费的转化效率，发行人当期实现新增付费客户数量同比显著增长。综合上述因素，发行人当期单位新增付费用户成本水平呈现小幅上升，付费获客成本基本保持稳定。

此外，发行人按年度计算的付费用户ARPU值在2016年、2017年、2018年和2019年1-6月分别为3,625元、3,258元、3,407元和3,494元，同时也说明

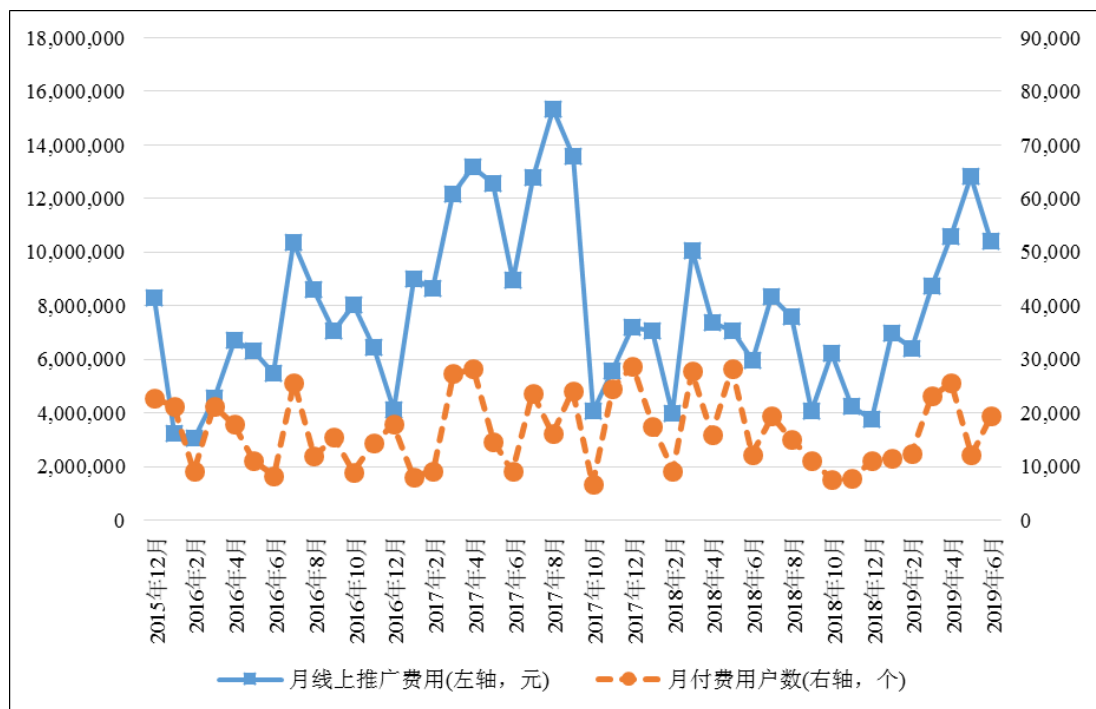
报告期内公司广告投放的效果控制得较好, 未出现广告投放成本大幅增长超过客户创收的情形。

2) 月付费用户推广成本分析

报告期内, 发行人月付费用户推广成本指标趋势图如下:



报告期内, 发行人月线上推广费用和月付费用户数指标趋势图如下:



报告期内，发行人月付费用户推广成本指标主要反映发行人当月范围内整体的线上推广获客成本，与月新增付费用户获取成本原理类似，报告期内该指标亦呈现整体上升、月度间波动较大的特征：报告期内各月间，发行人的线上广告投放费用并不均匀，受市场行情、渠道质量及公司产品销售节奏等多因素影响；与此同时，发行人的月付费用户亦不由当月线上广告投放效果自动导流形成，而受发行人线下客服人工介入影响较大。

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，发行人以年度计算的付费用户推广成本指标分别为477元、621元、471元和579元。2016年至2017年期间付费用户推广成本指标呈现上升趋势，主要系证券市场行情因素、发行人2017年主动积极加大广告投放力度以及发行人自身累计用户数不断增长共同影响所致。同时，按年度计算的付费用户ARPU值在2016年、2017年、2018年和2019年1-6月分别为3,625元、3,258元、3,407元和3,494元，发行人付费用户ARPU值基本保持稳定，完全可以覆盖付费用户获取成本的增长，同时也说明报告期内公司广告投放的效果控制水平较好，未出现广告投放成本大幅增长超过客户创收的情形。2017年发行人付费用户ARPU值同比略有下降，此系发行人自身累计付费用户数不断增长以及2017年度新增付费用户数同比增长较多所致。

2017年，发行人付费用户推广成本较2016年有所上升，其原因主要体现在以下两个方面：

A、2017年，我国证券市场持续低迷的状态，市场交投活跃程度的下降导致发行人获客难度较大；发行人基于扩大经营的目标和对我国资本市场长期的信心，当期主动提高广告投放的规模，同时配合适度的销售客服团队规模扩大以积极获取潜在客户。大量招聘的新员工一般会存在销售技巧不熟练的问题，因此对发行人的注册客户资源开发也不尽充分，进而直接影响发行人当期的新增付费客户的单位获取成本，也间接影响了发行人当期付费客户的单位获取成本；

B、2017年，我国A股市场成交金额为111.76万亿元，较2016年同比下降11.66%，成交金额的下降反映了2017年市场投资者投资交易热情的下降，该等市场环境因素也对发行人当期获客成本上升具有一定影响。

2018年，发行人付费用户推广成本较2017年有呈现较大幅度下降，其原因

主要体现在以下几个方面：

A、2018年，全球金融市场受贸易摩擦影响波动明显，我国A股市场总体呈现下跌的态势（区间跌幅近26%），证券市场和投资者投资情绪依旧处于较为低迷的状态。发行人结合市场环境在保证新增注册客户品质的同时以控制单位新增注册客户成本为目标，适当控制当期线上广告费用的投放规模以符合业务发展的实际需求。

B、2018年，发行人在适度控制线上广告推广规模的基础上，加强对数据库内原有免费客户的开发，从而提升对历史上累积相关免费客户的利用效率；另一方面，发行人优化销售流程提高自动化程度以提升销售效率，引入语音识别等设备和技術，提升业务智能化水平，提高经营效率。综合上述原因，发行人在证券市场行情下行和投资者活跃度整体萎缩的情况下实现当期新增付费客户同比基本保持稳定的成效；同时发行人当期免费客户至新增付费客户的转化率水平实现一定程度的提升，当期单位新增付费用户成本水平出现一定程度下降。

C、2018年我国证券市场持续低迷，发行人同时适当减少销售客服团队的规模扩张速度，减少招聘销售技巧不熟练的新员工比例；同时通过现有员工团队提升对发行人的注册客户资源开发效率，进而直接影响发行人当期的新增付费客户的单位获取成本。

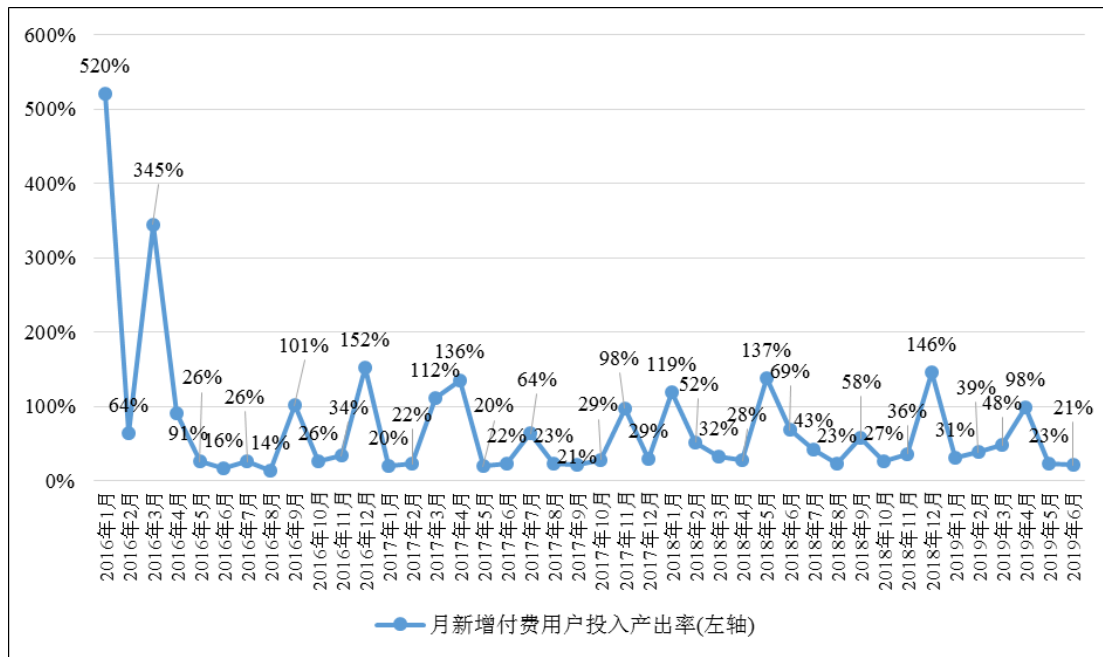
2019年1-6月，发行人付费用户推广成本较2018年度呈现一定幅度的上升，其原因主要体现在：

A、2019年上半年我国宏观经济逐步复苏，国内证券市场行情整体回暖，A股市场区间涨幅为20%水平，交易量同比显著回升。发行人当期在市场回暖、交投活跃度提升的背景下一一定程度提升线上广告费用的投放规模；

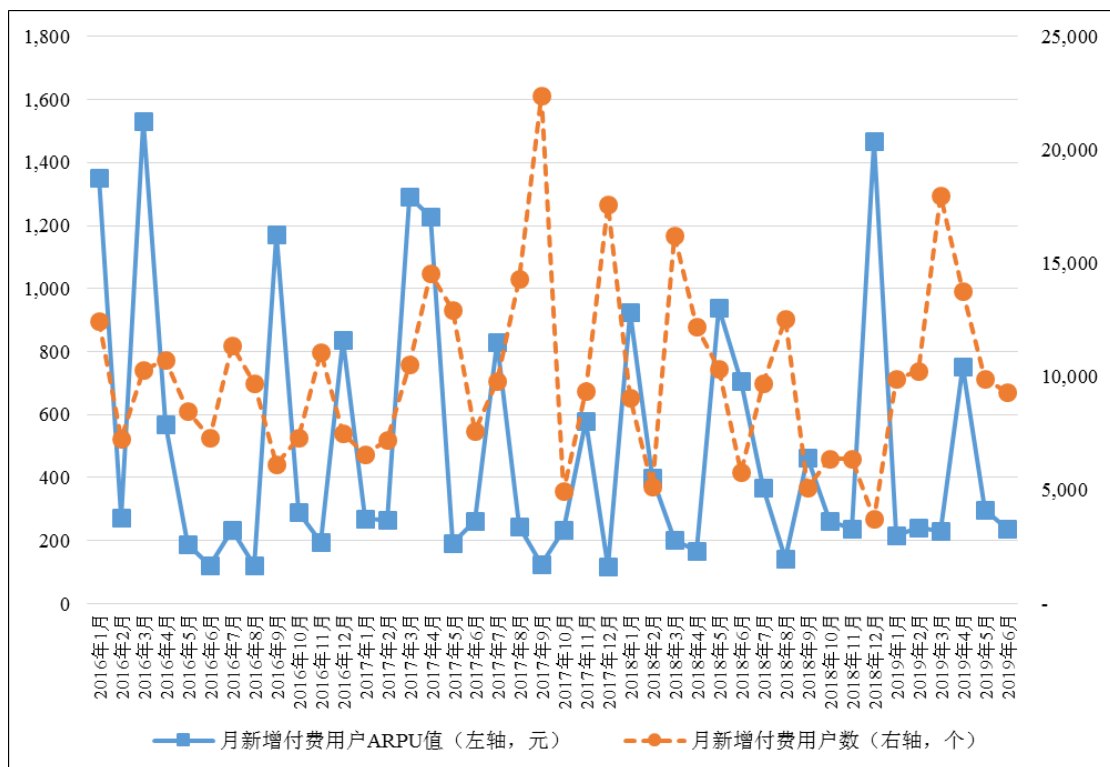
B、发行人积极优化广告投放流程，减少投产比效率较低的渠道以及互联网关键词投放，以实现当期潜在客户质量提升以及后续付费的转化效率，发行人当期实现新增付费客户数量同比显著增长。综合上述因素，发行人当期单位新增付费用户成本水平呈现小幅上升，新增付费获客成本基本保持稳定。

3) 月新增付费用户投入产出率分析

报告期内，发行人月新增付费用户投入产出率指标趋势图如下：



报告期内，发行人月新增付费用户 ARPU 值和月新增付费用户数指标趋势图如下：



报告期内，发行人月新增付费用户投入产出率指标主要反映发行人当月范围内新获取付费用户的平均投入产出率，该指标呈现总体于一定区间内大幅波动的特征，该特征的形成主要受月均新增付费用户充值金额及月均新增付费用户获取

成本均呈现月均大幅波动、各月不均衡分布特点的综合影响。

A、发行人的付费用户销售收款主要来自于价格较高的先锋版、私享家版本和财富掌门系列产品，价格较低的博弈版占比较小。

报告期内，发行人不同版本产品的销售回款金额及占比情况如下：

期间	产品类别	销售回款（万元）	当期占比
2019年1-6月	博弈版	1,665.31	4.78%
	先锋版	8,268.35	23.76%
	私享家版	450.36	1.29%
	财富掌门标准版	13,930.84	40.02%
	财富掌门高级版	10,409.06	29.91%
	其他	82.78	0.24%
	合计	34,806.70	100.00%
2018年	博弈版	2,165.16	3.88%
	先锋版	15,633.63	28.00%
	私享家版	37,805.78	67.71%
	其他	227.44	0.41%
	合计	55,832.01	100.00%
2017年	博弈版	2,992.55	4.33%
	先锋版	18,905.23	27.37%
	私享家版	46,661.55	67.56%
	其他	503.63	0.73%
	合计	69,062.96	100.00%
2016年	博弈版	2,327.76	4.05%
	先锋版	30,400.08	52.86%
	私享家版	24,529.35	42.66%
	其他	248.66	0.43%
	合计	57,505.85	100.00%

注：上表金融信息服务业务销售回款系“业务订单口径”数据，与报表数据存在统计口径差异，主要差别如下：

1、“业务订单口径”下的销售回款，客户获得的奖励积分在用于抵减产品购买价款时作为销售回款统计，从而更为完整地反映业务实质；

2、受业务流程影响，报告期各期末均存在少量客户已缴纳产品价款但未形成业务系统订单或已生成订单但未开通产品授权的情形，为保持各期数据的可比性，“业务订单口径”以订单生效时间为准；

3、为保持销售单价统计和计算的可比性，“业务订单口径”下剔除了跨期退货退款的订单及其销售回款；

4、“业务订单口径”不包含零星非订单来源的销售回款，主要为发行人为企业客户提供的金融信息服务相关的数据、技术服务形成的收款。

由上表可见，发行人报告期内各年先锋版、私享家版和财富掌门版的销售收款金额占比超过90%以上，是发行人付费用户充值金额的主要构成部分。

B、受不同版本产品销售时间分布影响，发行人的付费用户充值金额（即销售收款）各年度月度间波动极大

发行人博弈版产品单价较低，为发行人体验式销售的初始产品，适用于免费版本用户初次购买。该等版本产品的销售全年均相对常态化进行，各月的销售收款金额主要受客服人员介入的现有免费注册版本客户资源质量以及数量所影响。发行人先锋版和私享家版本的销售主要针对现有低版本客户升级销售，并非全年针对免费注册用户常态化进行：（1）发行人先锋版产品主要针对博弈版付费用户进行升级销售，该等产品购买客户的产品功能需求和服务需求等与博弈版购买客户并不一致，为提供更为精准的个性化服务和销售体验，发行人会在博弈版客户积累到一定数量和规模后统一组织客服人员和销售人员服务引导和体验升级，一般来说各年会集中进行三次集中策划销售，因而在实施先锋版集中销售的月份销售收款会呈现大幅增长；（2）发行人的私享家版本为全赢系列的旗舰产品，主要针对先锋版客户进行升级销售，一般来说发行人每进行 2 至 3 次先锋版产品销售后会进行一次私享家集中策划，具体实施时间视新增累计的先锋版客户数量和规模确定，因此发行人在实施私享家版本集中销售的月份销售收款亦会呈现大幅增长。（3）2019 年 1-6 月，发行人推出财富掌门系列产品，属于产品序列中的高端产品的延伸，发行人根据市场环境、高端客户的数量规模以及成熟度情况进行财富掌门版本的推广，同时财富掌门版本的销售单价较高，因此发行人在实施财富掌门版本集中销售的月份销售收款亦会呈现大幅增长的情况。

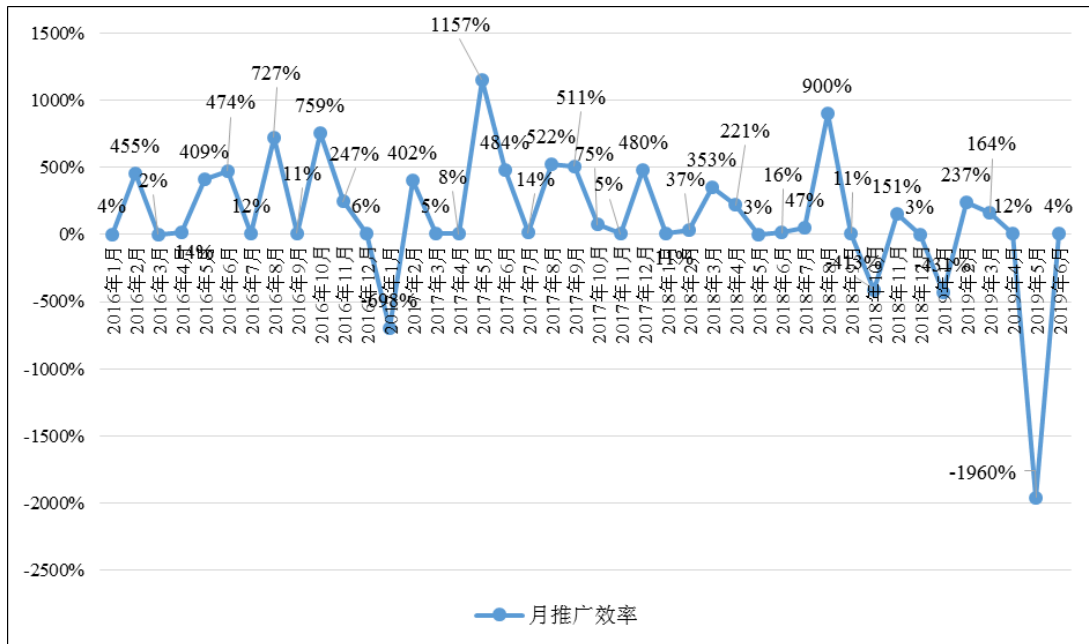
此外，对于同一注册客户而言，假定其最终付费升级至高端版本，其会在购买不同版本产品时分别进行充值付款，付款时间并不连续，且各次付款金额差异极大，后阶段高版本产品购买付款金额会大幅高于前阶段低版本购买付款金额。

C、2016 以来，发行人在产品销售过程中更加严格执行客户购买中高端产品必须先经过低端产品体验使用的政策，加大力度严格地限制客户直接由免费版本升级购买中高端产品。同时，发行人整体的新增付费用户获取成本亦有所上升，2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，发行人以年度计算的新增付费用户获取成本指标分别为 675 元、892 元、738 元和 786 元，2016 年以来总体呈上升趋势，此系证券市场行情因素与发行人自身累计用户数不断增长、整体的获客难

度逐渐上升共同影响所致。上述因素共同影响使得发行人报告期内的月新增付费用户投入产出率指标的“尖峰”效应减弱。上述指标的变动反映了发行人的真实经营结果。

4) 月推广效率分析

报告期内，发行人月推广效率指标趋势图如下：



报告期内，发行人月推广效率指标是发行人当月整体的推广开支占销售现金流的比重，该指标反映了发行人各月的整体宣传推广效果。与前述指标类似，受发行人注册用户付费行为的月度分布不均衡影响，报告期内该指标呈现总体在一定区间范围内波动、部分月份指标大幅偏离的特征。发行人的销售计划通常以年度为完整周期，因此以年度为单位计算发行人推广效率，可以得到较为稳定的推广效率指标，具体情况如下：

年度	年推广效率
2019年1-6月	17%
2018年度	14%
2017年度	19%
2016年度	13%

报告期内，发行人年推广效率位于 13%-19%之间，整体获客成本呈波动趋势。2017 年度，我国证券市场持续相对低迷的状态，投资交易活跃程度的下降导致发行人的获客难度较大；发行人基于扩大经营的目标和对我国资本市场长期

的信心，当期主动大幅提高广告投放的规模，当期年推广支出占当期销售收款比重也因之进一步上升至 19%的水平。2018 年度，发行人当期结合市场环境以及获客需求适当控制当期线上广告费用的投放规模，当期年推广支出占当期销售收款比重也因之回落至 14%的水平。2019 年 1-6 月，我国证券市场呈现回暖的态势，投资者情绪以及交投活跃有所回升，发行人结合业务需求较同期一定程度扩大当期线上广告费用的投放规模，当期年推广支出占当期销售收款比重上升至 17%的水平。

发行人2017年1月的月推广效率指标为-698%，主要系当月销售回款为负数所致。发行人根据产品销售协议，向客户承诺售后七天内可无条件退款退货，因此产品退货一般集中发生于中高端产品销售后一个月内。报告期内，发行人一般于各年度1月份进行中高端产品的集中销售，产品退货一般集中于客户购买产品后的下一月份，因此各年度1月份的退货金额主要来自于上年度12月份的产品销售，退货金额占比水平较低。

受2017年1月元旦、春节假期叠加及交易日数量减少的影响，发行人预计当月产品集中销售的效果较差，因此发行人提前至2016年12月进行了“先锋版”中端产品的集中销售并形成7,616.13万元的销售回款。2017年1月发行人仅主要进行了短暂的“博弈版”低端产品销售，形成销售回款金额为273.68万元，而前月（2016年12月）集中销售所带来的退货也于2017年1月集中产生，退货金额为402.45万元。综合当月销售回款及退货金额，2017年1月充值金额（即销售回款净额）为负值。

报告期内，发行人各年度1月份销售回款和退货，及与上年12月的销售回款对照情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
当年 1 月销售回款（不包含退货）	338.57	6,565.06	273.68	8,590.89
当年 1 月退货金额	500.07	37.50	402.45	37.38
当年 1 月销售回款净额	-161.50	6,527.56	-128.77	8,553.50
距当年 1 月最近一次的中高端产品集中销售月份	2018 年 12 月	2018 年 1 月	2016 年 12 月	2016 年 1 月
上年 12 月销售回款（不包含退货）	13,437.86	359.22	7,616.13	401.02

当年1月退货金额占上年12月不含退货销售回款金额比例	3.72%	10.44%	5.28%	9.32%
----------------------------	-------	--------	-------	-------

注：2016年1月、2018年1月退货金额占上年12月不含退货销售回款金额比例较高，主要系发行人对应实现“上年12月销售回款”金额来源于博弈版产品，实现销售回款规模基数较小所致。

发行人2018年10月的月推广效率指标为-413%，主要系当月销售回款为负数所致。发行人2018年9月进行了“先锋版”中端产品的集中销售并形成3,874.26万元的销售回款。2018年10月发行人仅主要进行了短暂的“博弈版”低端产品销售，形成销售回款金额为209.28万元，而前月（2018年9月）集中销售所带来的退货也于2018年10月集中产生，退货金额360.55万元。综合当月销售回款及退货金额，2018年10月充值金额（即销售回款净额）为负值。

发行人2019年1月、5月的月推广效率指标分别为-431%和-1960%，主要系当月销售回款为负数所致。发行人2018年12月进行了“私享家版”高端产品的集中销售并形成13,437.86万元的销售回款。2019年1月发行人主要进行“博弈版”低端产品销售，形成销售回款金额为338.57万元，而前月（2018年12月）集中销售所形成的退货也于2019年1月集中产生，退货金额为500.07万元。综合当月销售回款及退货金额，2019年1月充值金额（即销售回款净额）为负值。另一方面，发行人2019年4月进行中端产品的集中销售并形成9,419.68万元的销售回款。2019年5月发行人仅进行“博弈版”低端产品销售，形成销售回款金额为387.96万元，而前月（2019年4月）集中销售所形成的退货于2019年5月集中产生，退货金额453.43万元。综合当月销售回款及退货金额，2019年5月充值金额（即销售回款净额）为负值。

4、报告期内发行人未通过线下推广获客

报告期内，发行人未通过线下推广获客。

5、报告期内销售模式变化对发行人的影响

报告期内发行人一直实行直营销售模式，未发生重大变更。

（三）主要产品和服务的价格变动情况

发行人主要产品和服务的价格情况如下：

产品或服务类别		产品名称	官方指导价	实际销售价格
金融信	PC端金融	财富掌门高级版	50,000元	50,000元，含一年服务费1,800元

息服务	服务平台	财富掌门标准版	20,000 元	20,000 元，含一年服务费 1,200 元
		私享家版	18,000 元	①2016 年，私享家版销售价格为 18,000 元一年期、28,800 元四年期； ②2017 年，公司对该产品进行了实质性升级，一年期价格不变，四年期价格调整为 31,200 元； ③2018 年，私享家版一年期价格调整为 19,800 元，四年期价格仍为 31,200 元。
		先锋版	7,600 元	①2016 年至 2017 年，先锋版销售价格为一年期 3,600 元、两年期 7,200 元、三年期 10,800 元； ②2018 年公司将先锋版一年期价格调整为 3,900 元、两年期 7,800 元、三年期 11,600 元。
		博弈版	1,580 元	博弈版一年期产品包括 180 元、260 元和 360 元三个价格，主要系促销政策差异所产生。

注：1、在实际业务中，金融信息服务的 PC 端金融服务平台会因用户购买年数不同（如一次性购买两年、三年）或套餐不同等会给予一定的价格优惠；

2、在实际业务中，发行人对先锋版、博弈版产品通常会采取较为固定的折扣销售策略，因此在无其他优惠情况下，先锋版、博弈版产品实际销售价格会低于官方指导价；

3、发行人产品种类较多，此处仅列举其目前的主要产品。

发行人的广告服务业务，由合作的证券公司综合衡量和评价该等广告的效果，向发行人支付相应的广告服务费用。

发行人的保险经纪业务，与合作保险公司根据中国保险监督管理委员会的相关规定和双方约定制定经纪费用标准，并向其收取相应经纪费用。

报告期内，发行人的主要产品和服务的销售价格基本稳定，未发生重大变化。

（四）发行人金融信息服务业务所提供各类数据的产生过程及其合法性合规性情况

发行人金融信息服务提供的各类数据及产生过程主要分为转发类、金融模型类以及聚合类三大类：转发类数据主要是发行人自各大交易所及其授权公司处合法购买取得的基本行情数据，对该类数据发行人在自身不同版本产品中直接转发；金融模型类数据主要系发行人在基础行情数据基础上按照理论基础建立分析模型，并通过不同的算法所实现各类投资分析指标及功能，属于发行人自行研究与整理的分析数据；聚合类数据主要系发行人在基础行情数据、上市公司公告基础上通过算法等技术手段，将各类分散但存在内在逻辑关联的公开交易数据进

行勾稽并建立分析模型，或者将非结构化数据进行指标量化并予展现和分析的产品功能，是发行人自行研究与挖掘的分析数据。

发行人在获取和转发上述转发类数据时，在采购来源上主要面向交易所指定数据供应商采购，在数据转发过程中配备了足够的硬件和技术实力保障数据转发准确性；发行人金融模型类数据、聚合类数据均为以上述客观权威的交易所官方数据为基础并经算法加工后的结果。因此，发行人能够从数据采集、技术实力等方面保证数据的准确性、及时性和权威性。发行人历史上未出现产品中涉及数据需承担法律责任的情形，也未发生过相关纠纷，发行人已与客户就信息数据使用在签订合同中进行了明确提示和约定。

（五）公司前五大客户销售情况

报告期内，公司前五名客户销售情况如下：

单位：万元

报告期	客户名称	销售金额	占营业收入比例	业务类型
2019年 1-6月	第一创业证券	2,338.89	6.43%	广告
	长江证券	179.25	0.49%	广告
	泰康人寿	15.80	0.04%	保险经纪
	山东禾润鼎晟信息咨询有限公司	13.58	0.04%	金融信息服务
	深圳中胜峥盈资产管理合伙企业（有限合伙）	12.83	0.04%	金融信息服务
合计		2,560.35	7.04%	-
2018年	第一创业证券	3,803.08	6.58%	广告
	华夏人寿	539.10	0.93%	保险经纪
	长江证券	253.77	0.44%	广告
	泰康人寿	156.36	0.27%	保险经纪
	个人客户	3.58	0.01%	金融信息服务
合计		4,755.89	8.23%	-
2017年	第一创业证券	4,575.36	6.84%	广告
	华夏人寿	1,244.79	1.86%	保险经纪
	泰康人寿	282.41	0.42%	保险经纪
	长江证券	33.21	0.05%	广告
	华保乐群医疗科技（天津）有限公司	15.53	0.02%	技术开发
合计		6,151.30	9.19%	-

2016年	第一创业证券	5,716.95	10.01%	广告服务
	华夏人寿	2,075.90	3.63%	保险经纪
	泰康人寿	723.75	1.27%	保险经纪
	杭州中焯信息技术股份有限公司	7.55	0.01%	金融信息服务
	长江证券	4.72	0.01%	广告服务
合计		8,528.87	14.93%	-

报告期内，公司来自第一创业证券、长江证券的收入全部为双方合作开展的广告服务业务收入，来自华夏人寿、泰康人寿的收入全部为双方合作开展的保险经纪业务收入。

2017年发行人控股孙公司驼峰科技与华保乐群医疗科技（天津）有限公司（以下简称“华保乐群”）于2017年9月7日签署了技术服务合同，华保乐群当日即向驼峰科技支付了15万元首期款项，后因不可抗力因素原项目合同需终止履行，双方经平等、自愿协商后于2017年12月1日签订《项目合同终止协议》，鉴于驼峰科技已为该项目开展了一定调研和研发工作，双方约定驼峰科技无需退回华保乐群支付的首期款项。

2019年1-6月，发行人分别与山东禾润信息咨询有限公司、深圳中胜峥盈资金管理合伙企业（有限合伙）签订金融信息数据服务协议，向其提供发行人建立的“金融信息数据库”的日常更新和维护，供以上两家公司自行研究使用。

报告期内，发行人不存在单个客户的销售比例超过总额50%的情形，产品和服务的销售不存在严重依赖少数客户的情况。发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及主要关联方或持有发行人5%以上股份的股东在上述客户中未占有任何权益。

五、发行人主要产品及服务的采购情况和主要供应商情况

作为金融信息服务提供商，发行人日常经营采购的产品及服务主要包括行情信息以及服务器、服务器托管服务、专线服务，以及为获取用户所采购的线上广告推广服务。

（一）信息使用费等采购情况及占营业成本的比重

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

信息使用费	1,476.53	34.84%	2,641.78	31.42%	2,076.50	26.65%	1,264.57	19.74%
邮电通讯费	225.28	5.32%	545.72	6.49%	684.18	8.78%	1,100.06	17.17%
IDC费用	416.64	9.83%	785.66	9.34%	701.68	9.01%	572.53	8.94%
小计	2,118.45	49.99%	3,973.17	47.26%	3,462.36	44.44%	2,937.16	45.85%
营业成本	4,237.76	100.00%	8,407.43	100.00%	7,792.09	100.00%	6,406.10	100.00%

1、信息使用费

信息使用费发生于公司有偿获取各类信息、资讯和数据。发行人通过多种渠道获取相关信息、资讯和数据，经公司专业人员分析、归纳、整理后提供给客户。公司信息、资讯和数据的来源渠道主要包括上证信息公司、深证信息公司等，关于报告期内公司取得的信息经营许可情况，详情请见本招股意向书“第十一节 其他重要事项”之“一、重要合同”之“（一）主要证券财经信息授权许可合同”相关内容。

2、邮电通讯费

发行人在首次销售、客户跟踪、客户续费等环节，均主要依靠销售客服人员通过电话等渠道与客户进行沟通，由此产生的邮电通讯费属于发行人的主营业务成本。

3、IDC 费用

IDC 是伴随着互联网的发展而出现的，凭借高度集中化、标准化的网络基础资源，由电信运营商向入驻单位提供设备的维护和管理、机房设施、带宽服务以及应用服务。

报告期内，发行人采购的 IDC 服务包括服务器场地空间租用、带宽（端口）租用，IDC 服务采购对象均为中国联通、中国电信、中国移动等主流网络运营商。在服务器场地空间租用方面，发行人通常采用独享机柜方式，即发行人将自有的服务器托管在 IDC 服务商提供的完整机架空间，以确保服务器的安全性和可靠性。在带宽（端口）租用方面，发行人通常采用独享端口方式，即将服务器接入独享的网络资源，以确保网络带宽的稳定性。报告期内，发行人构建了完备的 IDC 机房互备、核心设备互备、数据专线备份和应用部署互备体系；同时发行人自行开发了 Monitor 监控程序，对 IDC 机房环境、硬件设备状态、专线线路状态和应用程序状态进行实时监控和检查，能够做到灾备事件发生时能快速有效进行自动

切换或者人工切换，保障自身业务持续稳定开展。

（二）广告服务采购情况及占销售费用的比重

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占销售费用比例	金额	占销售费用比例	金额	占销售费用比例	金额	占销售费用比例
广告宣传及网络推广费	5,809.25	35.68%	7,995.65	30.35%	12,795.82	36.35%	7,849.17	28.42%

发行人主要通过互联网公司、网络媒体平台及专业推广机构合作，依托其所拥有的互联网和移动互联网渠道进行广告投放以获取用户资源。发行人可以采用内容分享、舆情引导、品牌曝光、效果营销等多种方式吸引客户。通过使用大数据分析技术，公司可以分析客户行为和需求，对各种流量入口的价值进行综合评价，确定具体合作或采购目标。

发行人各期的广告宣传及网络推广费主要由线上广告投放开支构成。发行人与互联网公司、网络媒体平台及专业推广机构在合作模式上主要采用账户结算制，其各期产生的广告宣传及网络推广费与具体的广告效果有关，发行人在相关业务的内部考核上也不仅关注广告费用支出这一方面因素，而是综合考量广告效果和对应开支，因此报告期内发行人广告宣传及网络推广费开支存在一定波动情况，这属于正常的经营现象。

报告期内，发行人广告宣传及网络推广金额构成情况如下表所示：

单位：万元

推广途径	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线上推广	5,592.97	96.28%	7,583.09	94.84%	12,300.41	96.13%	7,405.03	94.34%
其中：互联网	2,122.64	36.54%	4,173.34	51.53%	6,206.89	48.51%	3,188.01	40.62%
移动互联网	3,470.33	59.74%	3,409.75	43.31%	6,093.53	47.62%	4,217.03	53.73%
线下推广	-	-	-	-	-	-	-	-
策划宣传	83.71	1.44%	32.64	0.41%	75.22	0.59%	72.61	0.93%
增值电信业务	132.56	2.28%	357.28	4.47%	401.79	3.14%	371.44	4.73%
其他业务	-	-	22.64	0.28%	18.40	0.14%	0.08	0.00%
合计	5,809.25	100.00%	7,995.65	100.00%	12,795.82	100.00%	7,849.17	100.00%

报告期内，发行人产生的策划宣传开支主要是向第三方广告公司购买相关广告策划方案或定制化服务所产生费用。发行人拟通过策划服务推动已注册的免费用户转化为付费用户，或推动已付费客户再次付费实现其产品升级转换至更高版

本客户。发行人策划宣传支出较低，主要系发行人业务模式日臻成熟，逐步依靠自身人员实施相关策划，进而替代外部第三方策划服务所致。

报告期内，发行人产生的增值电信业务开支主要系发行人为维护客户活跃度而向已注册客户提供的手机短信通知服务支出，发行人增值电信业务支出规模较低，主要系发行人为提升客户体验，避免无此类需求客户频繁收到短信信息，因而主动控制短信服务频次所致。

（三）发行人推广及获客情况

1、发行人产品推广和获取流量模式

报告期内，发行人产品推广与流量获取模式的相关情况请参见本章节“四、发行人销售情况和主要客户情况/（二）主要产品和服务的消费群体/（1）发行人主要业务模式及用户获取方式”的相关内容。

2、发行人线上推广情况

（1）发行人线上推广方式按广告性质分类情况

报告期内，发行人的线上推广广告支出的构成如下：

单位：万元

推广途径	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线上推广	5,592.97	100.00%	7,583.09	100.00%	12,300.41	100.00%	7,405.03	100.00%
其中：互联网	2,122.64	37.95%	4,173.34	55.03%	6,206.89	50.46%	3,188.01	43.05%
移动互联网	3,470.33	62.05%	3,409.75	44.97%	6,093.53	49.54%	4,217.03	56.95%

报告期内，发行人线上推广方式全部为效果类推广，未进行品牌广告等其他推广。2019年1-6月，发行人在移动互联网渠道的线上推广比例提升幅度明显，主要系2019年初发行人对自有APP进行更新，强化了APP的功能并优化了宣传付费路径，同时基于移动互联网流量已经超过PC互联网并还将持续增长的判断，发行人增加了在移动互联网渠道的投放力度，未来发行人还将继续加强在移动互联网上的研发和投入。

（2）发行人推广方式按计费方式分类的金额和变化情况

根据发行人与相关互联网公司、网络媒体平台及推广机构签署的商务合同，目前发行人实施广告投放的计费模式情况如下：

计费方式	具体规则
按展示时长付费CPT	Cost Per Time, 即每一时间成本, 按照广告展示的时间长短进行计

	费，具体指网络媒体平台商家为客户在互联网平台及移动终端投放产品广告链接，根据广告展示的时间确定费用。
按曝光量付费CPM	Cost Per Mille，即每千人展现成本，按广告每展现给一千个人的频率付费，具体指广告供应商通过某一平台或媒介发布公告，在核算时只按照展现量收费，不考虑点击、下载、注册等其他指标。
按点击量付费CPC	Cost Per Click，即每点击成本，按照有效点击率进行计费，具体指互联网商家通过自有互联网系统平台发布所需宣传商品及服务的广告内容，最终用户点击相应链接至相关网页或广告产品界面弹出作为有效点击，CPC成本按照月点击数据乘以每次点击的单价计算。
按下载量付费CPD	Cost Per Download，即每次下载量成本，按照实际下载量来进行计费，具体指网络媒体平台商家为客户在互联网平台及移动终端投放产品广告链接，根据用户下载链接产品次数，按与客户约定的单个用户下载单价来确定费用。
按充值分成CPA	Cost Per Action，即每行动成本，按广告投放实际效果包括按回应的有效问卷或订单来计费，具体指网络媒体平台商家为客户在某些网络平台（包括但不限于移动终端平台）投放产品广告，根据用户注册产品次数，按与客户约定单个用户注册单价来确定费用。

报告期内，发行人按照计费方式分类的线上推广支出金额及变化情况如下：

单位：万元

推广途径	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
CPC	5,592.97	100.00%	7,553.22	99.61%	11,179.25	90.89%	5,179.99	69.95%
CPT	-		-	-	-	-	1,518.30	20.50%
CPM	-		28.30	0.37%	567.36	4.61%	200.33	2.71%
CPD	-		-	-	383.67	3.12%	473.90	6.40%
CPA	-		1.57	0.02%	170.14	1.38%	32.51	0.44%
合计	5,592.97	100.00%	7,583.09	100.00%	12,300.41	100.00%	7,405.03	100.00%

报告期内，发行人以CPC的线上推广开支占比分别为69.95%、90.89%、99.61%和100.00%，是线上推广的主要计费方式。同时，发行人在报告期内也存在以CPT、CPM、CPD和CPA等多种计费方式下的线上推广开支。

1) 发行人线上推广以CPC为主符合行业惯例

在现行业务模式下，发行人并非依赖线上推广来推动付费客户的付费行为，通过线上推广获得注册用户只是业务开端，后续主要依靠自身的线下体验式营销策划活动来实现客户付费升级。因此，发行人进行线上推广的目的仅为尽可能精确地获得潜在付费客户。

在上述业务模式下，发行人在业务实践中仅关注线上广告投放渠道所掌握的广告资源情况以及该等广告资源能为发行人带来的实际投放效果。因此发行人在与线上推广供应商进行线上推广谈判以及对线上推广效果进行评估时均统一以“新增免费注册客户单位成本”和“新增付费客户单位成本”这两项指标作为主要

考评方式，而供应商在自身报价时会依据自身情况采用 CPC、CPT、CPM、CPD 和 CPA 等多种计费方式。报告期内，CPC 成为发行人线上推广开支的主要计费方式，主要系业务开展过程中多数广告投放渠道均根据行业惯例统一采取 CPC 计费方式的行业现状所致。

2) 2016 年市场环境发生较大变化，发行人进行了多种线上推广计费方式的尝试

2016 年，发行人以 CPC 计费的线上推广开支金额为 5,179.99 万元，其占比仅为 69.95%，同时以 CPT 计费的线上推广开支金额为 1,518.30 万元，其占比达到 20.50%，显著高于 2017 年度和 2018 年度，主要原因为：2016 年市场环境持续低迷，上证指数在 2016 年 1 月由 3,536.59 点快速下跌至 2737.60 点，此后在整个年度内缓慢调整，截至 2016 年末上证指数收至 3,103.64 点，年度跌幅为 12.24%。在较为低迷的市场环境下，发行人急需采取有效手段继续保持整体的获客规模，因此于 2016 年 1 至 10 月一定幅度提高了 CPT 等非竞价计费方式的推广投入，但从当期实际获客结果来看该尝试效果不佳，具体表现为整体投入产出比相对较低，因此 2016 年 11 月起发行人停止了 CPT 计费的相关广告投放。

3) 发行人主要依据业务推广需要选择线上推广渠道

报告期内，发行人线上推广开支中还包含少量 CPM、CPD 和 CPA 方式计费的开支，主要系发行人依据自身业务需要所选择线上推广供应商所采用的结算政策差异所致，其相关金额占比均不足 10%，不属于发行人广告投放的重点计费渠道方向，属于 CPC 计费渠道外的多元化补充。

(3) 发行人推广方式按是否竞价分类情况

根据发行人与相关互联网公司、网络媒体平台及推广机构签署的商务合同，目前发行人在竞价广告和非竞价广告上均有投放。两类广告投放特点如下：

投放方式	投放特点
竞价广告	客户自主投放，自主管理，按照广告效果付费；推广信息会出现在搜索结果中靠前位置，收费依据约定效果进行，一旦停止付费推广，则排名消失。
非竞价广告	客户与广告商约定保底广告效果并协商定价；广告商按约定为客户进行投放广告并完成与客户协商约定的广告投放成果，如有效获客数、潜在客户手机号数等。

报告期内，发行人按照是否竞价分类的线上推广支出情况如下：

单位：万元

推广途径	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
竞价	5,592.97	100.00%	7,583.09	100.00%	11,264.33	91.58%	5,179.34	69.94%
非竞价	-	-	-	-	1,036.08	8.42%	2,225.69	30.06%
合计	5,592.97	100.00%	7,583.09	100.00%	12,300.41	100.00%	7,405.03	100.00%

报告期内，发行人竞价线上推广开支占比分别为 69.94%、91.58%、100.00% 和 100.00%，是线上推广的主要方式。发行人采取竞价推广为主要推广投放形式，一方面系竞价推广能够通过竞价过程进行广告价值的合理发现，定价过程相对透明公正，属于现阶段市场上较为主流的效果广告形式，发行人根据投放渠道和平台的定价计费政策被动接受；同时发行人具备一定的大数据分析和程序化广告效果分析基础，能够对竞价推广效果进行直接有效的评估，与竞价推广的对接也较为顺畅。

2016 年发行人大幅提高非竞价线上推广开支主要背景系当期我国股票市场环境发生重大变化，获客难度整体上升，优质免费注册客户资源紧张，在此市场背景下发行人尝试以提高 CPT 非竞价推广投放开支的方式以扩大整体获客规模。

2017 年发行人竞价推广开支占比又较 2016 年上升 21.64 个百分点，非竞价推广开支占比下降，系发行人 2016 年的 CPT 非竞价推广尝试效果未达到预期，因而发行人逐步减少和停止了非竞价类型投放所致。

2018 年和 2019 年 1-6 月，发行人线上广告推广的投放方式全部为竞价广告，竞价推广开支占当期线上推广支出的比例为 100.00%，主要系发行人当期结合市场环境以及获客需求适当控制和调整当期线上广告费用的投放规模，同时通过竞价平台投放量以及客户成本相对可控，且投产比效率相对较高，因而发行人当期线上推广为竞价方式同时停止了非竞价类型的投放。

3、发行人线上推广主要媒体渠道情况

(1) 发行人报告期各期前十大媒体推广平台基本情况

报告期内，发行人面向的客户主要为境内个人投资者，因此发行人基于客户的地域属性主要通过境内互联网平台进行广告投放，未与境外媒体进行过推广合作。在与境内媒体的广泛合作过程中，由于各媒体的自身定位以及发行人所选择的合作内容均存在差异化，因此发行人与主要媒体合作的适用平台、合作模式、

采购内容、定价机制和结算方式等合作内容均存在不同程度的区别。

发行人报告期内合作媒体的名称、适用平台、合作模式、采购内容、定价机制和结算方式等信息如下：

单位：万元

2019年1-6月						
序号	媒体名称	适用平台	合作模式	采购内容	定价机制	结算方式
1	今日头条	移动互联网	代理	信息流	竞价	CPC
2	360	互联网	代理	关键词	竞价	CPC
3	百度	互联网	直投	关键词	竞价	CPC
4	广点通	移动互联网	代理商	人群定向	竞价	CPC
5	京东商城	移动互联网	直投	人群定向	竞价	CPC
6	神马	移动互联网	代理商	关键词	竞价	CPC
7	搜狗	互联网	代理商	关键词	竞价	CPC
8	UC	移动互联网	代理商	信息流	竞价	CPC
9	搜狐汇算	移动互联网	代理商	信息流	竞价	CPC
10	OPPO	移动互联网	代理商	信息流	竞价	CPC
2018年度						
序号	媒体名称	适用平台	合作模式	采购内容	定价机制	结算方式
1	百度	互联网	直投	关键词	竞价	CPC
2	今日头条	移动互联网	代理商	信息流	竞价	CPC
3	360	互联网	代理	关键词	竞价	CPC
4	京东商城	移动互联网	直投	人群定向	竞价	CPC
5	广点通	移动互联网	代理商	人群定向	竞价	CPC
6	神马	移动互联网	代理商	关键词	竞价	CPC
7	搜狗	互联网	代理商	关键词	竞价	CPC
8	UC	移动互联网	代理	信息流	竞价	CPC
9	OPPO	移动互联网	代理商	信息流	竞价	CPC
10	搜狐汇算	移动互联网	代理	信息流	竞价	CPC
2017年度						
序号	媒体名称	适用平台	合作模式	采购内容	定价机制	结算方式
1	今日头条	移动互联网	代理商	信息流	竞价	CPC
2	百度	互联网	直投	关键词	竞价	CPC
3	360	互联网	代理	关键词	竞价	CPC
4	安狗狗	移动互联网	直投	开屏、Banner、 轮播、弹屏、应 用市场	非竞价	CPM/CPC/ CPD
5	广点通	移动互联网	代理商	人群定向	竞价	CPC
6	搜狗	互联网	代理商	关键词	竞价	CPC
7	神马	移动互联网	代理商	关键词	竞价	CPC

8	OPPO	移动互联网	代理商	信息流	竞价	CPC
9	百度原生	移动互联网	代理商	信息流	竞价	CPC
10	VIVO	移动互联网	代理商	信息流	竞价	CPC
2016 年度						
序号	媒体名称	适用平台	合作模式	采购内容	定价机制	结算方式
1	百度	互联网	直投	关键词	竞价	CPC
2	闪购	移动互联网	直投	扫码抽奖	非竞价	CPT
3	今日头条	移动互联网	代理商	信息流	竞价	CPC
4	360	互联网	代理商	关键词	竞价	CPC
5	安狗狗	移动互联网	直投	开屏、Banner、 轮播、弹屏、应 用市场	非竞价	CPM/CPC/ CPD
6	搜狗	互联网	代理商	关键词	竞价	CPC
7	神马	移动互联网	代理商	关键词	竞价	CPC
8	广点通	移动互联网	代理商	人群定向	竞价	CPC
9	谷歌	互联网	代理商	关键词	竞价	CPC
10	微信	移动互联网	直投	人群定向	竞价	CPC

注：1、百度原生为百度在移动端的信息量广告推广途径，而百度系搜索推广途径，二者推广方式存在较大差异，故在上表中列示为两类媒体。

2、上表所示谷歌为谷歌中国的境内媒体平台，相关合作也均为境内线上推广合作。

(2) 发行人报告期内前十大主要媒体采购合作模式情况

报告期内，发行人线上推广前十大主要媒体的采购金额按照直投或代理商采购渠道的分类统计情况如下：

单位：万元

投放方式	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
代理商	4,303.30	76.94%	4,474.21	59.00%	8,191.95	66.60%	3,239.30	43.74%
直投	1,289.67	23.06%	3,108.88	41.00%	4,108.46	33.40%	4,165.73	56.26%
合计	5,592.97	100.00%	7,583.09	100.00%	12,300.41	100.00%	7,405.03	100.00%

发行人报告期内向同一媒体投放广告时会选择通过直投方式或代理商方式进行合作，但不存在同时通过直投、代理商方式向同一媒体投放广告的复合模式情形。

报告期内，发行人存在通过与多个不同代理商向同一平台进行广告投放的情形，具体表现为各报告期内广告投放的直接客户并不完全固定且存在一定变动情形，主要原因如下：一方面发行人为规避与单一代理商长期集中合作可能产生的业务依赖，会主动选择其他代理商向同一平台进行投放实现代理商渠道的多元

化；另一方面，部分广告代理商为规避下游广告平台要求的独家代理要求，以及获得国内各地方区域性税收优惠政策，亦会通过设立多家子公司或关联公司来进行持续的广告投放代理业务。

发行人通过不同代理商渠道投放同一媒体平台，在基础定价方面均按照各媒体平台的统一标准对外报价执行。在实际经营实践过程中，发行人可通过与各代理商渠道协商议价的方式确定不同比例的返点折扣。

(3) 发行人产品推广前十大主要媒体获客效果情况

报告期内，发行人全部获客均通过线上推广投放方式进行。发行人会根据自身经营情况在市场上选取具有影响力的媒体或者相关媒体的代理商进行线上推广投放。所有推广投放行为均以发行人与媒体直投部门或者媒体代理商以商务协商方式约定投放媒体（部分代理商拥有多个媒体资源）、投放方式、投放内容和单价等关键信息，并以签订书面合同形式对双方行为进行法律约束。

报告期内，发行人各期前十大主要媒体的新增免费注册账户及新增付费账户的获取数量、单位成本情况如下：

单位：万户、元

报告期	合作媒体	新增免费注册账户数	单位成本	新增付费账户数	单位成本
2019年1-6月	今日头条、360、百度等	61.17	91	5.17	1,081
2018年	百度、360、今日头条等	93.85	80	7.05	1,068
2017年	今日头条、百度、360等	158.32	75	10.26	1,164
2016年	百度、闪购、今日头条等	191.71	38	8.41	865

注：由于发行人注册客户中除具有明确渠道标识的线上推广获客外，还存在主动呼入注册、老客户推荐注册等无法准确统计其媒体渠道的情形。因此较整体水平而言，报告期各期发行人通过前十大媒体获取的新增免费注册账户、新增付费账户均略少、单位获取成本相对较高。

报告期内，发行人各期通过前十大媒体获取新增免费注册账户数的单位成本均呈现波动趋势，主要受各渠道自身掌握的推广资源、获客手段和发行人投放推广广告具体内容等差异的综合影响。

报告期内，发行人通过线上推广前十名合作媒体获得的新增付费账户单位成本在报告期内整体呈现明显上升趋势的主要原因如下：

1) 发行人属最早一批从事金融信息服务业务的企业，随着存量付费客户数量的不断增长，客户基数越来越大，发行人继续获取新增付费用户时存在边际成本上升的客观规律；

2) 2016 年以来 A 股市场进入低迷行情, 投资者的投资热情有所降温, 发行人通过传统渠道进行获客效果不佳, 发行人于当期将推广策略调整为以控制新增注册用户单位获取成本为导向, 主动寻求新增注册用户单位获取成本较低的推广渠道以进行新策略尝试。经实践, 此类新渠道虽能在短期内补充获客数量缺口, 但整体投入产出比较低;

3) 2017 年起, 发行人基于对 2016 年自身业务模式实际运营效果的评估和对当时市场环境的判断, 增加了销售客服团队规模, 团队人数自 2016 年底的 1,262 人增加至 2017 年底的 1,391 人。在此背景下发行人需获取足够数量的新增注册账户用于匹配团队规模扩张, 因此发行人主动扩大各渠道广告投放。鉴于 2016 年引入低价推广渠道整体投产比不高, 发行人重新调整了自身推广策略, 优先自优质渠道尝试扩量, 对于低价渠道, 如果其存在转化为优质渠道的可能性则继续合作, 否则暂停合作。因此, 发行人 2017 年度新增免费注册客户和新增付费用户的获客成本相对 2016 年均有所提升。

4) 2017 年, 我国 A 股市场成交金额为 111.76 万亿元, 较 2016 年同比下降 11.66%, 成交金额的下降反映了 2017 年度市场投资者投资交易热情的下降, 该等市场环境因素也对发行人当期获客成本上升具有一定影响。

5) 2018 年, 全球金融市场受贸易摩擦的主要影响波动程度明显; 我国国内 A 股市场总体呈现下跌的态势, 我国证券市场和投资者投资情绪依旧处于较为低迷的状态。发行人结合市场环境在保证新增注册客户品质的同时以控制单位新增注册客户成本为目标, 适当控制当期线上广告费用的投放规模; 同时, 发行人加强对数据库内原有免费客户的开发, 从而提升对历史上累积相关免费客户的利用效率; 另一方面, 发行人优化销售流程提高自动化程度以提升销售效率, 同时引入语音识别等设备和技術, 提升业务智能化水平, 提高经营效率。综合上述原因, 发行人当期免费客户至新增付费客户的转化率水平实现一定程度的提升, 当期单位新增付费用户成本水平出现一定程度下降。

6) 2019 年上半年, 我国证券市场呈现一定程度的回暖态势。在投资交易活跃程度相对提升的情况下, 发行人结合业务发展的实际需求一定程度提升线上广告费用的投放规模; 同时发行人加强对于广告投放效率的优化管理, 减少投产比

效率较低的渠道以及互联网关键词投放,提升潜在客户的质量以及后续付费的转化效率,发行人当期实现新增付费客户数量同比显著增长。综合上述因素,发行人当期单位新增付费用户成本水平呈现小幅上升,付费获客成本基本保持稳定。

4、发行人不存在流量互换情况

互换流量,或流量互换行为,是指具有流量互换协议或约定的企业之间互相给合作的网站、移动端应用带去流量,通过场景化的导流,互相推荐对方的焦点图文,为关注用户曝光应用推广信息,引导用户点击后导入到对方的落地页面,尽可能带来转化的行为。进行流量互换的每个参与方都以得到有效用户的增长,达到分享和共赢的目标。

互换流量情形一般发生于以互联网流量获取为其收费行为主要推动力的互联网企业之间,报告期内发行人付费客户的付费行为主要以线下的体验式消费升级活动为主要销售推动力量,报告期内发行人不涉及互换流量进行销售的情形。

(四) 发行人开展业务所需数据来源的合法合规情况

金融资讯和数据是发行人提供金融信息服务所必需的核心资源,同时也是发行人业务运营的基础。报告期内,发行人通过支付信息使用费获取开展业务所需的交易数据,数据来源主要为上证信息公司、深证信息公司、上海金融期货信息技术有限公司等交易所指定基础行情数据提供商,以及上海龙柏信息科技有限公司、北京港经通经济信息咨询服务有限公司上海分公司等市场知名且具备相应资质的咨询和数据供应商。报告期内发行人不存在违规使用外部数据的情形,未发生使用纠纷情形,不存在潜在纠纷。

(五) 报告期内前五名供应商采购情况

报告期内,发行人前五名供应商采购情况如下表:

单位:万元

报告期	供应商名称	采购金额	占采购费用的比例	采购内容	是否存在关联关系或其他交易、资金往来
2019年1-6月	北京品众互动网络营销技术有限公司	1,883.96	19.89%	广告宣传及网络推广	否

	上海翼诚文化传媒有限公司	1,518.87	16.03%	广告宣传及网络推广	否
	百度时代网络技术(北京)有限公司	839.62	8.86%	广告宣传及网络推广	否
	上证所信息网络有限公司	717.74	7.58%	数据信息	否
	深圳证券信息有限公司	711.36	7.51%	数据信息	否
	合计	5,671.55	59.87%	-	
2018年	百度时代网络技术(北京)有限公司	2,421.77	18.06%	广告宣传及网络推广	否
	北京品众互动网络营销技术有限公司	1,844.34	13.76%	广告宣传及网络推广	否
	深圳证券信息有限公司	1,289.91	9.62%	数据信息	否
	上证所信息网络有限公司	1,261.11	9.41%	数据信息	否
	上海翼诚文化传媒有限公司	1,160.38	8.66%	广告宣传及网络推广	否
	合计	7,977.51	59.50%	-	-
2017年	北京品众互动网络营销技术有限公司	3,099.06	18.06%	广告宣传及网络推广	否
	百度时代网络技术(北京)有限公司	3,076.98	17.94%	广告宣传及网络推广	否
	上海翼诚文化传媒有限公司	2,350.94	13.70%	广告宣传及网络推广	否
	上海移卓网络科技有限公司深圳分公司	1,024.15	5.97%	广告宣传及网络推广	否
	深圳证券信息有限公司	1,013.78	5.91%	数据信息	否
	合计	10,564.91	61.58%	-	-
2016年	百度时代网络技术(北京)有限公司	1,905.14	13.81%	广告宣传及网络推广	否
	广州闪购软件服务有限公司	1,516.04	10.99%	广告宣传及网络推广	否
	北京品众互动网络营销技术有限公司	1,261.32	9.14%	广告宣传及网络推广	否

中国联合网络通信有限公司北京市分公司	727.62	5.27%	服务器托管、邮电通讯及专线	否
上海移卓网络科技有限公司深圳分公司	702.67	5.09%	广告宣传及网络推广	否
合计	6,112.79	44.31%	-	-

注：发行人采购费用由信息使用费、广告宣传及网络推广费用、服务费、委外费用、邮电通讯费、服务器托管费用、机房维护费用构成。

报告期内，发行人不存在向单个供应商的采购比例超过当期采购总额 50% 的情形。截至本招股意向书签署日，发行人董事、监事、高管人员和核心技术人员及主要关联方或持有发行人 5% 以上股份的股东在上述供应商中未占有任何权益。

六、与业务相关的主要资产情况

（一）主要固定资产

1、固定资产基本情况

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人固定资产原值为 38,621.62 万元，累计折旧为 4,100.66 万元，固定资产净值为 34,520.96 万元，综合成新率为 89.38%。具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	成新率（%）
房屋及建筑物	34,889.77	1,824.54	33,065.23	94.77%
运输设备	421.43	228.66	192.77	45.74%
办公设备及其他	3,310.42	2,047.45	1,262.97	38.15%
合计	38,621.62	4,100.66	34,520.96	89.38%

2、房屋及建筑物

截至本招股意向书签署日，发行人子公司于北京市昌平区北七家镇云集园和佛山市南海区桂城街道智富大厦拥有 52 处办公房产，该等房产均已办理完毕相关手续并获得产权证明，具体情况如下表所示：

A、北京市昌平区北七家镇云集园房产 40 处

序号	证书编号	房屋所有权人	面积（m ² ）	坐落地址	期限
----	------	--------	---------------------	------	----

1	京(2018)昌不动产权第0021663号	北京康帕思商务服务有限公司	631.31	昌平区七北路42号院2号楼2层1单元201	2013年4月12日 -2063年4月11日
2	京(2018)昌不动产权第0021669号	北京康帕思商务服务有限公司	943.69	昌平区七北路42号院2号楼3层1单元301	2013年4月12日 -2063年4月11日
3	京(2018)昌不动产权第0021679号	北京康帕思商务服务有限公司	814.33	昌平区七北路42号院2号楼4层1单元401	2013年4月12日 -2063年4月11日
4	京(2018)昌不动产权第0021675号	北京康帕思商务服务有限公司	827.73	昌平区七北路42号院2号楼5层1单元501	2013年4月12日 -2063年4月11日
5	京(2018)昌不动产权第0019937号	北京康帕思商务服务有限公司	184.70	昌平区七北路42号院3号楼3层3单元301	2013年4月12日 -2063年4月11日
6	京(2018)昌不动产权第0020063号	北京康帕思商务服务有限公司	141.45	昌平区七北路42号院3号楼3层3单元302	2013年4月12日 -2063年4月11日
7	京(2018)昌不动产权第0020092号	北京康帕思商务服务有限公司	112.97	昌平区七北路42号院3号楼3层3单元303	2013年4月12日 -2063年4月11日
8	京(2018)昌不动产权第0020085号	北京康帕思商务服务有限公司	89.75	昌平区七北路42号院3号楼3层3单元304	2013年4月12日 -2063年4月11日
9	京(2018)昌不动产权第0020080号	北京康帕思商务服务有限公司	383.91	昌平区七北路42号院3号楼3层3单元305	2013年4月12日 -2063年4月11日
10	京(2018)昌不动产权第0019931号	北京康帕思商务服务有限公司	425.76	昌平区七北路42号院3号楼3层3单元306	2013年4月12日 -2063年4月11日
11	京(2018)昌不动产权第0019940号	北京康帕思商务服务有限公司	228.53	昌平区七北路42号院3号楼3层3单元307	2013年4月12日 -2063年4月11日

12	京(2018)昌不动产权第0019966号	北京康帕思商务服务有限公司	118.26	昌平区七北路42号院3号楼3层3单元308	2013年4月12日 -2063年4月11日
13	京(2018)昌不动产权第0020033号	北京康帕思商务服务有限公司	229.76	昌平区七北路42号院3号楼3层3单元309	2013年4月12日 -2063年4月11日
14	京(2018)昌不动产权第0020089号	北京康帕思商务服务有限公司	183.41	昌平区七北路42号院3号楼4层3单元401	2013年4月12日 -2063年4月11日
15	京(2018)昌不动产权第0020084号	北京康帕思商务服务有限公司	141.45	昌平区七北路42号院3号楼4层3单元402	2013年4月12日 -2063年4月11日
16	京(2018)昌不动产权第0019969号	北京康帕思商务服务有限公司	112.97	昌平区七北路42号院3号楼4层3单元403	2013年4月12日 -2063年4月11日
17	京(2018)昌不动产权第0020046号	北京康帕思商务服务有限公司	89.75	昌平区七北路42号院3号楼4层3单元404	2013年4月12日 -2063年4月11日
18	京(2018)昌不动产权第0020096号	北京康帕思商务服务有限公司	253.04	昌平区七北路42号院3号楼4层3单元405	2013年4月12日 -2063年4月11日
19	京(2018)昌不动产权第0020081号	北京康帕思商务服务有限公司	284.49	昌平区七北路42号院3号楼4层3单元406	2013年4月12日 -2063年4月11日
20	京(2018)昌不动产权第0020311号	北京康帕思商务服务有限公司	228.53	昌平区七北路42号院3号楼4层3单元407	2013年4月12日 -2063年4月11日
21	京(2018)昌不动产权第0020310号	北京康帕思商务服务有限公司	118.26	昌平区七北路42号院3号楼4层3单元408	2013年4月12日 -2063年4月11日
22	京(2018)昌不动产权第0020200号	北京康帕思商务服务有限公司	229.41	昌平区七北路42号院3号楼4层3单元409	2013年4月12日 -2063年4月11日

23	京(2018)昌不动产权第0020313号	北京康帕思商务服务有限公司	183.41	昌平区七北路42号院3号楼5层3单元501	2013年4月12日 -2063年4月11日
24	京(2018)昌不动产权第0020204号	北京康帕思商务服务有限公司	141.45	昌平区七北路42号院3号楼5层3单元502	2013年4月12日 -2063年4月11日
25	京(2018)昌不动产权第0020648号	北京康帕思商务服务有限公司	112.97	昌平区七北路42号院3号楼5层3单元503	2013年4月12日 -2063年4月11日
26	京(2018)昌不动产权第0020646号	北京康帕思商务服务有限公司	89.75	昌平区七北路42号院3号楼5层3单元504	2013年4月12日 -2063年4月11日
27	京(2018)昌不动产权第0020708号	北京康帕思商务服务有限公司	383.91	昌平区七北路42号院3号楼5层3单元505	2013年4月12日 -2063年4月11日
28	京(2018)昌不动产权第0020308号	北京康帕思商务服务有限公司	425.76	昌平区七北路42号院3号楼5层3单元506	2013年4月12日 -2063年4月11日
29	京(2018)昌不动产权第0020305号	北京康帕思商务服务有限公司	228.53	昌平区七北路42号院3号楼5层3单元507	2013年4月12日 -2063年4月11日
30	京(2018)昌不动产权第0020418号	北京康帕思商务服务有限公司	118.26	昌平区七北路42号院3号楼5层3单元508	2013年4月12日 -2063年4月11日
31	京(2018)昌不动产权第0020421号	北京康帕思商务服务有限公司	229.41	昌平区七北路42号院3号楼5层3单元509	2013年4月12日 -2063年4月11日
32	京(2018)昌不动产权第0020656号	北京康帕思商务服务有限公司	183.41	昌平区七北路42号院3号楼6层3单元601	2013年4月12日 -2063年4月11日
33	京(2018)昌不动产权第0020674号	北京康帕思商务服务有限公司	141.45	昌平区七北路42号院3号楼6层3单元602	2013年4月12日 -2063年4月11日

34	京(2018)昌不动产权第0020678号	北京康帕思商务服务有限公司	112.97	昌平区七北路42号院3号楼6层3单元603	2013年4月12日 -2063年4月11日
35	京(2018)昌不动产权第0021681号	北京康帕思商务服务有限公司	89.75	昌平区七北路42号院3号楼6层3单元604	2013年4月12日 -2063年4月11日
36	京(2018)昌不动产权第0021470号	北京康帕思商务服务有限公司	253.04	昌平区七北路42号院3号楼6层3单元605	2013年4月12日 -2063年4月11日
37	京(2018)昌不动产权第0021477号	北京康帕思商务服务有限公司	284.49	昌平区七北路42号院3号楼6层3单元606	2013年4月12日 -2063年4月11日
38	京(2018)昌不动产权第0021430号	北京康帕思商务服务有限公司	228.53	昌平区七北路42号院3号楼6层3单元607	2013年4月12日 -2063年4月11日
39	京(2018)昌不动产权第0021440号	北京康帕思商务服务有限公司	118.26	昌平区七北路42号院3号楼6层3单元608	2013年4月12日 -2063年4月11日
40	京(2018)昌不动产权第0021449号	北京康帕思商务服务有限公司	229.41	昌平区七北路42号院3号楼6层3单元609	2013年4月12日 -2063年4月11日

B、佛山市南海区桂城街道智富大厦房产12处

序号	证书编号	房屋所有权人	面积(m ²)	坐落地址	期限
1	粤(2017)佛南不动产权第0333752号	广东指南针信息技术有限公司	475.14	广东省佛山市南海区桂城街道融通路22号智富大厦205室	2010年7月1日 -2050年6月30日
2	粤(2017)佛南不动产权第0333750号	广东指南针信息技术有限公司	381.67	广东省佛山市南海区桂城街道融通路22号智富大厦206室	2010年7月1日 -2050年6月30日

3	粤（2017）佛南不动产权第0335268号	广东指南针信息技术有限公司	475.14	广东省佛山市南海区桂城街道融通路22号智富大厦305室	2010年7月1日 -2050年6月30日
4	粤（2017）佛南不动产权第0333596号	广东指南针信息技术有限公司	304.38	广东省佛山市南海区桂城街道融通路22号智富大厦306室	2010年7月1日 -2050年6月30日
5	粤（2017）佛南不动产权第0335361号	广东指南针信息技术有限公司	340.80	广东省佛山市南海区桂城街道融通路22号智富大厦407室	2010年7月1日 -2050年6月30日
6	粤（2017）佛南不动产权第0333755号	广东指南针信息技术有限公司	1,532.23	广东省佛山市南海区桂城街道融通路22号智富大厦408室	2010年7月1日 -2050年6月30日
7	粤（2017）佛南不动产权第0333945号	广东指南针信息技术有限公司	340.80	广东省佛山市南海区桂城街道融通路22号智富大厦507室	2010年7月1日 -2050年6月30日
8	粤（2017）佛南不动产权第0333944号	广东指南针信息技术有限公司	1,545.74	广东省佛山市南海区桂城街道融通路22号智富大厦508室	2010年7月1日 -2050年6月30日
9	粤（2017）佛南不动产权第0333948号	广东指南针信息技术有限公司	340.80	广东省佛山市南海区桂城街道融通路22号智富大厦607室	2010年7月1日 -2050年6月30日
10	粤（2017）佛南不动产权第0329922号	广东指南针信息技术有限公司	1,395.25	广东省佛山市南海区桂城街道融通路22号智富大厦608室	2010年7月1日 -2050年6月30日
11	粤（2017）佛南不动产权第0329925号	广东指南针信息技术有限公司	340.80	广东省佛山市南海区桂城街道融通路22号智富大厦707室	2010年7月1日 -2050年6月30日

12	粤（2017） 佛南不动产权第 0329924号	广东指南针信息技术有限公司	1,381.74	广东省佛山市南海区桂城街道融通路22号智富大厦708室	2010年7月1日 -2050年6月30日
----	--------------------------------	---------------	----------	-----------------------------	--------------------------

3、主要办公设备

截至2019年6月30日，发行人及其子公司原值在5万元以上的主要办公设备的净值合计252.39万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	主要办公设备	原值	净额	成新率
1	呼叫中心系统	47.86	8.46	17.67%
2	语音识别一体机	34.48	32.84	95.25%
3	家具	33.99	1.70	5.00%
4	视频会议系统	33.55	23.45	69.92%
5	呼叫中心系统	29.91	7.18	24.00%
6	呼叫中心系统	29.91	7.18	24.00%
7	呼叫中心系统	29.91	6.71	22.42%
8	呼叫中心平台	27.35	1.37	5.00%
9	呼叫中心平台	23.93	1.20	5.00%
10	戴尔SC7020存储器	23.91	21.26	88.92%
11	铜制工艺品	22.22	14.83	66.75%
12	呼叫中心平台	21.37	10.20	47.75%
13	呼叫中心平台	17.95	0.90	5.00%
14	第四套呼叫中心	17.00	0.85	5.00%
15	呼叫中心第二套系统	16.48	0.82	5.00%
16	第三套呼叫系统	15.87	0.79	5.00%
17	F5设备	11.11	1.79	16.08%
18	F5设备	11.11	1.79	16.08%
19	F5设备	11.11	1.79	16.08%
20	F5设备	11.11	1.79	16.08%
21	安防系统	11.03	7.89	71.50%
22	磁盘柜	10.48	3.34	31.92%
23	磁盘柜	10.48	3.34	31.92%
24	呼叫系统	10.26	0.68	6.58%
25	呼叫系统	9.89	0.49	5.00%
26	磁盘柜	9.66	0.48	5.00%
27	磁盘柜	9.66	0.48	5.00%
28	磁盘柜	9.49	4.98	52.50%
29	IBM磁盘柜	9.20	3.81	41.42%
30	多媒体交换机	7.97	3.81	47.75%
31	液晶拼接显示屏	7.31	5.11	69.92%
32	通信交换设备	6.87	5.35	77.83%
33	通信交换设备	6.65	5.70	85.75%
34	通信交换设备	6.62	5.36	81.00%
35	通信交换设备	6.62	5.36	81.00%

36	科士达UPS	6.32	4.02	63.58%
37	科士达UPS	6.32	4.02	63.58%
38	华为服务器	6.29	5.30	84.17%
39	服务器	6.20	0.31	5.00%
40	克莱门特空调	5.93	3.71	62.59%
41	克莱门特空调	5.93	3.71	62.59%
42	克莱门特空调	5.93	3.71	62.59%
43	克莱门特空调	5.93	3.71	62.59%
44	呼叫中心平台	5.90	0.29	5.00%
45	服务器	5.68	0.28	5.00%
46	虚拟网络设备	5.60	0.28	5.00%
47	服务器	5.50	0.27	5.00%
48	机房空调	5.50	3.76	68.33%
49	机房空调	5.50	3.76	68.33%
50	网康互联网控制网关	5.26	2.76	52.50%
51	网康互联网控制网关	5.26	2.76	52.50%
52	AGX1200流控墙	5.10	0.26	5.00%
53	科士达UPS	5.09	3.24	63.58%
54	科士达UPS	5.09	3.16	62.00%
合计		710.65	252.39	35.52%

(二) 资产租赁情况

截至本招股意向书签署日，发行人及子公司用于办公经营的房屋租赁情况如下表所示：

序号	承租方	出租方	房屋地点	有效期	面积 (m ²)	价格 (万元/年)	是否有产 权证	是否租赁 备案
1	天一星辰	北京东创空间文化 产业发展有限公司	北京市东城区后永康 胡同17号院A211号	2019/6/10- 2021/6/9	56.40	11.32	是	否
2	上海指南 针	永诚财产保险股份 有限公司	上海市浦东新区华能 上海大厦B座1层	2018/8/15-20 19/12/31	68.00	24.82	是	否
3	康帕思商 务	国贸物业酒店管理 有限公司	北京市昌平区云集园 3号楼B1层机房	2017/1/1- 2021/12/31	60.00	4.38	是	否
4	指南针技 术	旺角(北京)购物广 场有限公司	北京市朝阳区旺角广 场3层3066号场地	2018/12/1- 2019/11/30	6.00	1.20	是	否

发行人于2016年、2017年于北京市、佛山市购买了总面积约1.92万平方米的房产作为经营办公场所，目前发行人用于经营办公用途的租赁房产面积占全部经营办公房产面积之比不足1.5%，租赁房产无产权证或未办理租赁备案的情况不会对发行人的持续经营产生重大不利影响，也不会对发行人的本次发行上市造成实质性的障碍。

针对发行人租赁房产无产权证或未租赁备案的上述情况，发行人控股股东广

州展新及实际控制人黄少雄、徐兵先生已分别出具承诺：若发行人及其全资子公司由于租赁办公用房，租赁权实现遇到障碍，则承诺人愿意承担其因此遭受的全部损失。

（三）主要无形资产

1、无形资产基本情况

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人无形资产原值为 1,756.54 万元，累计摊销为 1,450.02 万元，无形资产净值为 306.52 万元。公司无形资产的具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计摊销	净值	成新率（%）
专利和非专有技术	53.65	53.65	-	-
计算机软件著作权	552.03	552.03	-	-
软件使用权	540.56	336.78	203.78	37.70%
商标权	610.29	507.55	102.74	16.83%
合计	1,756.54	1,450.02	306.52	17.45%

2、软件著作权

截至本招股意向书签署日，发行人已经取得登记的软件著作权情况如下表所示：

序号	权利人	名称	登记号	取得方式	首次发表时间
1	指南针	指南针证券投资辅助决策系统（博弈版）V1.0.0	2000SR1448	继受取得	2000.3.20
2	指南针	指南针插件式金融信息服务系统 V1.0	2001SR4359	原始取得	2001.8.12
3	指南针	指南针插件式金融信息服务平台软件无极版 V1.0（简称指南针无极版）	2003SR2478	原始取得	2002.10.2
4	指南针	指南针物流企业商务工作平台 V1.0	2006SR05521	原始取得	2006.3.8
5	指南针	指南针（及时雨）金融理财风险控制系统 V1.0（简称指南针风控版）	2007SR14907	原始取得	2007.8.1
6	指南针	指南针红马甲股票交易数据信息服务系统 V1.0（简称指南针红马甲）	2007SR14908	原始取得	2007.8.1

7	指南针	指南针 L2 动态行情操作决策辅助软件(动态 TOP 版) V1.0	2008SRBJ4070	原始取得	2008.9.3
8	指南针	指南针证券投资智能决策系统(鬼域版) V2.1.2	2008SR27775	继受取得	2000.1.11
9	指南针	指南针证券投资辅助决策系统季风版(简称指南针季风版) V1.0.2.200	2008SR27772	继受取得	2001.2.1
10	指南针	及时雨证券信息引擎 V2.0(简称及时雨引擎)	2008SR27773	继受取得	2001.4.30
11	指南针	信号旗市场风险监控系統 V1.0(简称信号旗系统)	2008SR2774	继受取得	2007.8.15
12	指南针	及时雨 WEB 股票行情发布系统 V1.0	2009SRBJ0453	原始取得	2008.8.15
13	指南针	指南针神经网络信息系统(web 版) V1.0	2009SRBJ0479	原始取得	2008.9.22
14	指南针	证券网上交易系统(简称交易系统) V1.0	2009SRBJ8338	原始取得	2009.9.1
15	指南针	机构密码金融分析系统(简称机构密码) V1.0	2009SRBJ8159	原始取得	2009.3.21
16	指南针	全赢决策金融信息系统(简称全赢决策) V1.0	2009SRBJ9143	原始取得	2009.7.1
17	指南针	指南针手机金融决策系统 V1.0	2010SR045470	原始取得	2010.7.30
18	指南针	指南针 CRM 客户关系管理系统 V1.0	2010SR067654	原始取得	2009.9.1
19	指南针	指南针慧决策系统(私房版) V1.0	2010SR067545	原始取得	2010.8.15
20	指南针	指南针席位龙虎榜信息服务系统(简称席位龙虎榜) V1.0	2010SR067442	原始取得	2010.10.11
21	指南针	指南针全赢决策期货交易系統 V1.0	2010SR067440	原始取得	2010.6.1
22	指南针	指南针全赢决策股指期货系統(特别版) V1.0	2010SR067543	原始取得	2010.4.20
23	指南针	指南针新股秘笈信息系统(简称新股秘笈) V1.0	2010SR068164	原始取得	2010.10.11

24	指南针	指南针全赢决策金融信息系统（WEB版）V1.0	2010SR067978	原始取得	2010.9.15
25	指南针	指南针 WEB 行情系统（ipad 版）V1.0	2011SR069811	原始取得	2011.6.1
26	指南针	全赢决策金融信息系统 V3.0	2011SR069617	原始取得	2011.5.1
27	指南针	指南针即时通讯软件系统（简称指南针 IM 系统）V1.0	2011SR071401	原始取得	2011.5.23
28	指南针	指南针席位龙虎榜信息服务系统 V2.0	2012SR120994	原始取得	2012.9.4
29	指南针	指南针即时通讯系统 V1.0	2012SR121039	原始取得	2012.6.1
30	指南针	全赢决策金融信息系统（360 版）V1.0	2012SR120991	原始取得	2012.9.3
31	指南针	全赢决策金融信息系统（免费版）V1.0	2012SR120725	原始取得	2012.9.3
32	指南针	全赢决策金融信息系统（3600 版）V1.0	2012SR121036	原始取得	2012.9.3
33	指南针	全赢决策金融信息系统（博弈私享家版）V1.0	2013SR139628	原始取得	2013.3.20
34	指南针	全赢决策金融信息系统（博弈一键选股版）V1.0	2013SR140128	原始取得	2012.5.25
35	指南针	指南针高管交易榜信息服务系统 V1.0	2013SR140200	原始取得	2013.3.20
36	指南针	指南针先锋策略平台信息服务系统 V1.0	2013SR140062	原始取得	2013.5.17
37	指南针	指南针消息龙虎榜信息服务系统 V1.0	2013SR139795	原始取得	2013.4.18
38	指南针	全赢决策金融信息系统（一键先锋版）V1.0	2014SR099395	原始取得	2013.4.1
39	指南针	全赢决策金融信息系统（先锋版）V1.0	2014SR099400	原始取得	2013.4.1
40	指南针	指南针研究报告监控系统[简称：研报监控]V1.0	2016SR260447	原始取得	2015.12.15
41	指南针	指南针重组监控系统[简称：重组监控]V1.0	2016SR260487	原始取得	2015.1.15
42	指南针	指南针中国 K 线策略系统[简称：中国 K 线策略]V1.0	2016SR326765	原始取得	2015.4.15

43	指南针	指南针大宗揭秘研究系统 [简称：大宗揭秘]V1.0	2016SR326708	原始取得	2015.12.30
44	指南针	指南针自选股之重点关注 功能系统[简称：自选股之 重点关注]V1.0	2016SR326601	原始取得	2015.12.30
45	指南针	指南针融资融券功能系统 [简称：融资融券]V1.0	2016SR326769	原始取得	2015.12.30
46	指南针	指南针新股申购与中签系 统[简称：新股申购与中 签]V1.0	2016SR348204	原始取得	2016.9.26
47	指南针	指南针公募作战图研究系 统[简称：公募作战图]V1.0	2016SR347765	原始取得	2016.6.30
48	指南针	指南针跨界云监控功能系 统[简称：跨界云监控]V1.0	2016SR339855	原始取得	2016.9.26
49	指南针	指南针倚天 100 组合动能 系统[简称：倚天 100 组 合]V1.0	2016SR339860	原始取得	2016.9.23
50	指南针	指南针指数全景监控功能 系统[简称：指数全景监 控]V1.0	2016SR357199	原始取得	2016.10.18
51	指南针	指南针智能云评测系统[简 称：智能云评测]V1.0	2016SR357193	原始取得	2016.6.30
52	指南针	指南针机器猫系统[简称： 机器猫]V1.0	2016SR348203	原始取得	2015.12.25
53	指南针	指南针快速云打击系统[简 称：快速云打击]V1.0	2016SR357189	原始取得	2016.2.1
54	天一星辰	天一星辰量子低频牛市模 型监控系统[简称：量子低 频牛市模型监控]V1.0	2014SR044469	原始取得	2013.11.1
55	天一星辰	天一星辰量子低频熊市模 型监控系统[简称：量子低 频熊市模型监控]V1.0	2014SR044467	原始取得	2013.11.1
56	天一星辰	天一星辰量子分频训练基 地系统[简称：量子分频训 练基地系统]V1.0	2014SR044470	原始取得	2013.11.1
57	天一星辰	天一星辰量子高频牛市模 型监控系统[简称：量子高 频牛市模型监控]V1.0	2014SR044468	原始取得	2013.11.1

58	天一星辰	天一星辰量子高频熊市模型监控系统[简称：量子高频熊市模型监控]V1.0	2014SR044465	原始取得	2013.11.1
59	天一星辰	天一星辰量子中频牛市模型监控系统[简称：量子中频牛市模型监控]V1.0	2014SR044466	原始取得	2013.11.1
60	天一星辰	天一星辰量子中频熊市模型监控系统[简称：量子中频熊市模型监控]V1.0	2014SR044464	原始取得	2013.11.1
61	天一星辰	天一星辰红马甲股票决策系统(博弈版)[简称：红马甲股票决策系统(博弈版)]V1.0	2014SR044473	原始取得	2014.2.10
62	天一星辰	天一星辰红马甲股票决策系统(擒龙版)[简称：红马甲股票决策系统(擒龙版)]V1.0	2014SR044474	原始取得	2013.5.1
63	天一星辰	红马甲决策系统(360炒股卫士版)V1.0	2011SR084194	原始取得	2011.11.1
64	天一星辰	红马甲决策系统(白金版)V1.0	2011SR084198	原始取得	2011.11.1
65	天一星辰	红马甲决策系统(黄金版)V1.0	2011SR084192	原始取得	2011.11.1
66	天一星辰	红马甲决策系统(私募赢家版)V1.0	2011SR083880	原始取得	2011.11.1
67	天一星辰	红马甲决策系统(钻石版)V1.0	2011SR083878	原始取得	2011.11.1
68	天一星辰	天一星辰红马甲股票决策系统(先锋版)[简称：红马甲股票决策系统(先锋版)]V1.0	2014SR080421	原始取得	2013.4.1
69	天一星辰	药品食品快速检测软件1.0.0	2013SR143517	原始取得	2013.12.2
70	天一星辰	天一星辰红马甲股票决策系统(擒龙先锋版)[简称：红马甲股票决策系统(擒龙先锋版)]V1.0	2014SR080425	原始取得	2013.4.1
71	天一星辰	部门业绩比较系统[简称：部门业绩比较]V1.0	2017SR458910	原始取得	2017.4.30

72	天一星辰	任务系统[简称：任务管理]V1.0	2017SR458901	原始取得	2017.4.30
73	天一星辰	业务竞赛系统[简称：业务竞赛]V1.0	2017SR458892	原始取得	2017.4.30
74	天一星辰	工作时长管理考勤系统[简称：考勤系统]V1.0	2017SR086347	原始取得	2016.10.15
75	天一星辰	工作时长管理请假系统[简称：请假系统]V1.0	2017SR086282	原始取得	2016.10.15
76	天一星辰	无形资产管理系统[简称：无形资产管理]V1.0	2017SR086276	原始取得	2016.10.15
77	指南针	指南针私密定制系统[简称：私密定制]V1.0	2017SR663683	原始取得	2017.6.30
78	指南针	指南针蓝筹模式定制系统[简称：蓝筹模式]V1.0	2017SR663657	原始取得	2017.9.15
79	指南针	指南针三花战法系统[简称：三花战法]V1.0	2017SR663640	原始取得	2017.6.30
80	指南针	指南针私募英雄榜系统[简称：私募英雄榜]V1.0	2017SR663626	原始取得	2017.6.30
81	指南针	指南针机构仓位系统[简称：机构仓位]V1.0	2017SR663607	原始取得	2017.6.30
82	指南针	全赢决策金融信息系统（博弈版）[简称：全赢博弈版]V1.0	2018SR924695	原始取得	2013.12.15
83	指南针	全赢决策金融信息系统（动态擒龙版）[简称：全赢动态擒龙版]V1.0	2018SR924682	原始取得	2017.12.18
84	指南针	指南针场外资金动向系统[简称：场外资金动向]V1.0	2018SR990650	原始取得	2018.6.18
85	指南针	沪深港通资金流向分析系统[简称：沪深港通资金]V1.0	2018SR987150	原始取得	2018.6.18
86	指南针	指南针卡位系统[简称：卡位]V1.0	2018SR989724	原始取得	2018.6.25
87	指南针	指南针消息龙虎榜信息服务系统[简称：消息龙虎榜]V2.0	2018SR987171	原始取得	2017.12.18
88	指南针	指南针信号旗系统[简称：信号旗]V1.0	2018SR991570	原始取得	2018.6.18

89	指南针	指南针股票系统（Android版）[简称：指南针股票（Android版）]	2019SR0146257	原始取得	2018.11.21
90	指南针	指南针股票系统（iOS版）[简称：指南针股票（iOS版）]	2019SR0142159	原始取得	2018.11.21
91	指南针	财富掌门 DPFMRAII 系统	2019SR0444729	原始取得	2019.4.28
92	指南针	财富掌门 DPFMRAII 系统（专业版）	2019SR0470164	原始取得	2019.5.6
93	指南针	财富掌门 DPFMRAII 系统（高级版）	2019SR0483028	原始取得	2019.5.6
94	指南针	财富掌门 DPFMRAII 系统（定制版）	2019SR0481235	原始取得	2019.5.6

3、商标权

截至本招股意向书签署日，发行人拥有的注册商标情况如下表所示：

序号	注册人	商标	注册地	注册号	商品类别	取得方式	权利期限
1	指南针	指南针	中国	3206112	第9类	继受	2004.2.21-2024.2.20
2	指南针		中国	1251989	第42类	申请	2009.2.28-2019.2.27
3	指南针		中国	6867309	第36类	申请	2011.6.14-2021.6.13
4	指南针		中国	6605643	第35类	申请	2011.2.14-2021.2.13
5	指南针		中国	6605644	第9类	申请	2010.6.28-2020.6.27
6	指南针		中国	6605970	第42类	申请	2011.2.14-2021.2.13
7	指南针		中国	6605971	第41类	申请	2011.2.14-2021.2.13
8	指南针		中国	1730218	第9类	申请	2002.3.14-2022.3.13
9	指南针		中国	7027701	第36类	申请	2010.7.21-2020.7.20
10	指南针		中国	1954865	第38类	申请	2002.9.7-2022.9.6

11	指南针		中国	1949656	第 41 类	申请	2002.10.7-2 022.10.6
12	指南针	Rainstock	中国	6702253	第 9 类	申请	2010.6.7-20 20.6.6
13	指南针	多空力道	中国	6102806	第 42 类	申请	2010.8.14-2 020.8.13
14	指南针	龙虎风云	中国	6102805	第 42 类	申请	2010.8.14-2 020.8.13
15	指南针	Rainstock	中国	6701937	第 42 类	申请	2010.9.18-2 020.9.27
16	指南针	主力雷达	中国	7130455	第 9 类	申请	2010.10.14- 2020.10.13
17	指南针	信号旗	中国	6102802	第 42 类	申请	2010.5.28-2 020.5.27
18	指南针	Rainstock	中国	6701938	第 36 类	申请	2010.4.28-2 020.4.27
19	指南针	主力雷达	中国	7130454	第 36 类	申请	2011.2.21-2 021.2.20
20	指南针	全赢决策	中国	7833681	第 9 类	申请	2011.3.7-20 21.3.6
21	指南针	财富雷达	中国	6102801	第 42 类	申请	2010.5.28-2 020.5.27
22	指南针	全赢	中国	7351487	第 36 类	申请	2010.10.21- 2020.10.20
23	指南针	慧决策	中国	8909639	第 9 类	申请	2011.12.14- 2021.12.13
24	指南针	财富雷达	中国	8583662	第 9 类	申请	2011.8.28-2 021.8.27
25	天一 星辰	红马甲	中国	6102804	第 42 类	继受	2010.5.28-2 020.5.27
26	天一 星辰	红马甲	中国	3096756	第 9 类	继受	2013.5.14-2 023.5.13
27	天一 星辰	红马甲	中国	9700363	第 9 类	继受	2012.10.28- 2022.10.27
28	天一 星辰	红马甲	中国	9748970	第 36 类	申请	2012.11.14- 2022.11.13

29	天一星辰	天一星辰	中国	12163448	第9类	申请	2014.7.28-2024.7.27
30	天一星辰	天一星辰	中国	12163468	第36类	申请	2014.7.28-2024.7.27
31	天一星辰	天一星辰红马甲	中国	12163439	第9类	申请	2014.7.28-2024.7.27
32	天一星辰	天一星辰红马甲	中国	12163460	第36类	申请	2014.7.28-2024.7.27
33	天一星辰	天一星辰红马甲	中国	12163486	第42类	申请	2014.7.28-2024.7.27
34	天一星辰	天一红马甲	中国	12163456	第36类	申请	2014.7.28-2024.7.27
35	天一星辰	天一红马甲	中国	12163479	第42类	申请	2014.7.28-2024.7.27
36	天一星辰	天一红马甲	中国	12163421	第9类	申请	2014.7.28-2024.7.27
37	天一星辰	指北针	中国	9748980	第9类	申请	2012.9.14-2022.9.13
38	天一星辰	指北针	中国	9748968	第36类	申请	2012.9.14-2022.9.13
39	天一星辰	指北针	中国	9748986	第42类	申请	2012.9.14-2022.9.13
40	天一星辰	指南者	中国	9748956	第36类	申请	2012.9.14-2022.9.13
41	天一星辰	指南者	中国	9748990	第42类	申请	2012.9.14-2022.9.13
42	指南针	指南通	中国	17806014	第9类	申请	2016.10.14-2026.10.13
43	指南针	指南针	中国	215322953	第9类	申请	2017.11.28-2027.11.27

4、域名

截至本招股意向书签署日，发行人拥有的域名情况如下表所示：

序号	域名注册人	域名	注册时间	到期时间
1	指南针	430011.cn	2011.12.2	2019.12.2
2	指南针	430011.com.cn	2011.12.2	2019.12.2
3	指南针	430011.com	2011.11.30	2020.11.30

4	指南针	compass.cn	2003.3.17	2024.3.17
5	指南针	compass.com.cn	1998.12.17	2019.12.17
6	指南针	compass.net.cn	2002.10.16	2023.10.16
7	指南针	compass.org.cn	2002.10.16	2023.10.16
8	指南针	znz888.cn	2009.3.26	2020.3.26
9	指南针	znz888.com.cn	2009.3.26	2020.3.26
10	指南针	znz888.com	2007.7.11	2020.7.11
11	指南针	znzns.com	2008.12.11	2019.12.11
12	指南针	95218218.cn	2017.5.10	2022.5.10
13	指南针	95218218.com.cn	2017.5.10	2022.5.10
14	指南针	95218218.com	2017.5.10	2022.5.10
15	指南针	95218218.net	2017.5.10	2022.5.10
16	天一星辰	primostar.com.cn	2013.10.14	2019.10.14
17	天一星辰	primostar.net	2013.10.14	2019.10.14
18	天一星辰	primostar.cn	2013.10.14	2019.10.14
19	天一星辰	fix08.cn	2009.8.12	2022.8.12
20	天一星辰	fix08.com	2009.1.9	2023.1.9
21	天一星辰	webhmj.com	2012.2.20	2020.2.20
22	天一星辰	tophmj.com	2011.5.23	2020.5.23
23	天一星辰	hmj123.cn	2011.7.25	2021.7.25
24	天一星辰	hmj123.com.cn	2011.7.25	2021.7.25
25	天一星辰	hmj123.net	2011.7.13	2021.7.14
26	天一星辰	hmj888.cn	2011.7.25	2021.7.25
27	天一星辰	hmj888.com.cn	2011.7.25	2021.7.25
28	天一星辰	hmj888.net	2011.7.13	2021.7.14
29	天一星辰	hmj666.cn	2011.7.25	2021.7.25
30	天一星辰	hmj666.com.cn	2011.7.25	2021.7.25
31	天一星辰	hmj666.net	2011.7.13	2021.7.14
32	天一星辰	hmj666.com	2011.7.13	2021.7.14
33	天一星辰	gupiao123.com.cn	2011.3.23	2020.3.23
34	天一星辰	gupiao123.cn	2011.3.23	2020.3.23
35	上海指南针	znz021.com	2015.11.25	2020.11.25
36	指南针保险	znzbx.cn	2015.10.19	2020.10.19
37	指南针保险	znzbx.com.cn	2015.10.19	2020.10.19
38	指南针保险	znzbx.com	2015.10.19	2020.10.19

七、发行人拥有的业务经营许可与认证情况

（一）发行人及其子公司拥有的主要业务经营许可情况

截至本招股意向书签署日，发行人及其子公司拥有的主要业务经营许可情况

如下表:

序号	许可资质或资质名称	经营许可证(编号)	认证/许可机构	所有人	发证日期	到期日期
1	电信与信息服务业务经营许可证(仅限互联网信息服务)	京ICP证030443号	北京市通信管理局	指南针	2018.8.22	2023.8.22
2	中华人民共和国经营证券期货业务许可证	000000012000	中国证监会	指南针	2018.5.7	长期有效
3	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	B2-20140282	工信部	指南针	2019.5.27	2024.5.27
4	中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证	京ICP证090656号	北京市通信管理局	天一星辰	2014.12.2	2019.12.2
5	中华人民共和国经营证券期货业务许可证	000000000747	中国证监会	天一星辰	2017.10.27	长期有效
6	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	B2-20070067	工信部	天一星辰	2016.9.5	2021.9.5
7	广播电视节目制作经营许可证	(京)字第08543号	北京市新闻出版广电局	天一星辰	2019.4.1	2021.3.31
8	网络文化经营许可证	京网文[2017]5465-651号	北京市文化局	天一星辰	2017.7.14	2020.7.13
9	经营保险经纪业务许可证	26964600000800	中国保险监督管理委员会	指南针保险	2019.5.29	2021.12.15
10	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	B2-20192168	工信部	康帕思商务	2019.6.12	2024.6.12
11	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	B2-20184127	工信部	畅联天地	2018.11.12	2023.11.12
12	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	B2-20171107	工信部	博赢实业	2019.5.27	2022.5.26
13	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	B2-20181071	工信部	创风互娱	2018.3.21	2023.3.21

注: 上表中各项资质的发证日期为最新版本证书的下发日期, 非发行人首次获取的日期。

（二）发行人合法合规经营情况

1、报告期内发行人开展业务的合法合规情况

报告期内，发行人主要通过指南针开展主营业务和进行对外产品销售，指南针取得或拥有的资质或许可情况如下：

序号	许可证名称	编号	许可范围	有效期
1	中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证	京 ICP 证 030443 号	因特网信息服务业务：除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械和 BBS 以外的内容	自 2003 年 8 月 25 日起取得该业务资质，最新许可证有效期至 2023 年 8 月 22 日
2	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	B2-20140282	第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定电话信息服务和互联网信息服务） 业务覆盖范围：全国	自 2014 年 7 月 22 日起取得该业务资质，最新许可证有效期至 2024 年 5 月 17 日
3	证券投资咨询业务资格证书	zx0186	A 证券投资咨询	自 2013 年 9 月 10 日至 2016 年 7 月 26 日
4	中华人民共和国经营证券期货业务许可证	000000012000	证券投资咨询	自 2016 年 7 月 27 日取得，长期有效

注：中国证监会于2016年7月27日向发行人核发编号为000000012000的新证《经营证券期货业务许可证》，更换发行人原先持有的编号为zx0186的《证券投资咨询业务资格证书》。后因发行人股本增加，中国证监会于2017年7月11日向发行人换发了新的《经营证券期货业务许可证》。2018年5月7日，因发行人变更了住址，中国证监会向发行人再次换发了新证。

根据相关政府部门出具的说明，发行人在报告期内从事证券投资咨询业务不存在重大违法违规行为，亦未受到主管机关处罚，发行人开展业务经营符合相关法律法规的规定。

2016年10月，北京市文化市场行政执法总队认定公司存在3套Windows和5套Office软件未经软件著作权人许可复制使用的情形，对公司处以罚款24,422元。公司对此情况积极整改，并与微软（中国）有限公司达成确认协议，公司已于2016年10月31日前与微软授权经销商完成授权软件产品采购工作。公司该等软件著作权复制事项不属于主营业务范畴，且罚款金额较小，公司积极与著作权方达成了谅解并通过采购授权产品进行了彻底规范。2018年2月8日，北京市文化市场行政执法总队出具了相关书面说明，认定发行人上述情况不属于情节严重的违法情形。

2017年1月17日，中国证监会向发行人出具了【2017】9号《行政监管措施决定书》（以下简称“《决定书》”）。《决定书》指出，发行人“存在通过个人账户收取客户证券投资顾问服务费用的情况；发布的部分投资咨询文稿缺少合规审核”的情况，违反了《证券投资顾问业务暂行规定》的相关规定，决定对发行人采取责令改正的行政监管措施。发行人在收到《决定书》进行了积极整改，截至2016年11月末，发行人全面终止了通过个人账户对极少量客户购买产品收款的模式，并对相关账户已经全部办理了结清、注销手续；同时建立并健全有关投资咨询业务开展的内控制度及流程，并通过设置并完善合规运营体系实现合规管理工作的有效开展保证投资咨询业务开展的合规性。根据保荐机构、发行人律师对相关监管部门的走访，并经监管部门确认，发行人已经按照相关法律、行政法规和中国证监会规定的要求落实了相关整改，改情况符合相关监管机构的规定，发行人收到的上述行政监管措施不构成重大违法违规行为，不构成本次发行上市的障碍。

2、报告期外发行人开展业务的合法合规情况

（1）发行人具备开展业务相关资质

根据中国证监会《证券投资顾问业务暂行规定》（证监会公告[2010]27号）规定，从事证券投资咨询业务，应当经中国证监会许可并取得证券投资咨询业务资格。上述规定发布和实施之前，发行人不具有证券投资咨询业务资质，发行人原全资子公司天津证券具备投资咨询业务资质，因此发行人主要通过天津证券向投资者销售证券投资咨询软件。2013年9月，发行人取得中国证监会《关于核准北京指南针科技发展股份有限公司从事证券投资咨询业务的批复》（证监许可[2013]1167号），获得证券投资咨询业务资质。根据中国证监会关于证券投资咨询业务资质“减一增一”要求，天津证券应注销相应资质并不再从事证券投资咨询业务，并建议完成注销。发行人于2014年11月对天津证券完成注销。

在中国证监会2012年提出证券投资咨询业务资质“减一增一”要求之前，发行人全资子公司天一星辰亦存在通过其母公司北京君之创证券投资咨询有限公司开展金融信息服务软件销售的情形，并根据“减一增一”要求进行了资质转移。

2017年3月，保荐机构与发行人律师对发行人的业务监管部门进行了走访，

确认发行人及发行人全资子公司天一星辰作为北京辖区内具备证券投资咨询业务资质的证券投资咨询机构，从 2013 年至今期间，发行人及子公司天一星辰在开展证券投资咨询业务过程中不存在重大违法违规的情形。

（2）发行人严格遵守自身业务准则

在实际业务开展过程中，发行人以教授客户学习使用自身软件产品为侧重点，禁止自身员工向客户推荐任何具体股票标的。发行人与客户签订的产品许可使用协议已明确约定相关业务原则，同时发行人在日常经营活动中通过内部制订员工业务行为规范明确业务红线，并通过业务流程实时监控确保日常经营活动符合相关业务原则。在实际业务开展过程中，发行人恪守不推荐股票、不代客理财、不承诺收益的业务原则。报告期内发行人不存在因为违反业务原则而受到客户投诉或监管部门处罚的情形。

3、不存在商业贿赂等不正当竞争行为

报告期内发行人不存在商业贿赂等不正当竞争行为。发行人在经营过程中采取的销售模式、结算方式能够避免商业贿赂等不正当竞争行为的发生，具体说明如下：

（1）发行人实行严格的销售管理制度，并构建了高度 IT 化的业务系统，在业务人员向客户销售证券投资咨询软件时，业务人员无法获悉客户的任何身份信息和联系方式，只能通过发行人的业务系统与客户取得联系，且发行人对销售人员与客户通话的整个过程进行录音，能够监控销售人员与客户的通话内容，能够防止销售人员违反销售管理制度的情况发生。

（2）客户向发行人支付的软件款均不通过销售客服人员个人账户，销售客服人员不能接触到任何软件款项，保证客户支付的款项均由发行人取得。

（3）发行人在将软件交付给客户使用时，均由发行人的专门人员通过发行人系统自动生成用户名和密码，客户通过用户名和密码登录软件使用，销售人员并不能够直接接触客户的软件产品。

综上所述，发行人建立了内部控制并得以有效执行，同时建立了相应的各项财务管理制度并严格执行，发行人的各项财务活动均按照相关法律、法规及制度的要求进行，不存在商业贿赂等不正当竞争行为。

八、特许经营权情况

公司目前所经营业务不存在特许经营的情况。

九、技术和研发情况

（一）发行人的核心技术及其来源

1、主要核心技术情况

发行人作为国内金融信息服务业的提供商，多年来始终重视企业研发能力和综合技术能力的培养，目前拥有多项核心技术，主要包括证券研究技术、业务管理及信息安全技术、多媒体网络技术及大数据结构化技术等，具体介绍如下：

（1）证券研究技术

发行人自创立以来陆续推出了包括庄家成本分析理论、股市博弈理论、季风理论、“价值投机”原理、全赢理论在内的创新证券研究技术。基于这些先进的证券研究技术，公司研发出包括鬼域平台、自定义指标平台、一键选股平台、资金流向平台、先锋策略平台和横向统计平台等证券分析产品。其中：鬼域平台实现了对多种指标条件进行综合评测和选股的功能；自定义指标平台实现了对个性化指标进行创造和评测的功能；一键选股平台实现了对一段行情连续监测条件的评测与选股功能；资金流向平台实现了从资金指标和板块属性对股票进行归类的功能；先锋策略平台实现了从先锋指标和板块属性对股票进行归类的功能；横向统计平台实现了综合市场行情数据从而计算个股和大盘指标的功能。

（2）业务管理及信息安全技术

发行人通过自主研发，目前已形成了一体化全流程的业务管理平台。该平台依托数据库，将客户管理、财务管理和市场管理结合在一起。公司的加密技术能够在很大程度上杜绝盗版软件的滋生，为公司产品的销售奠定了良好的基础。这些技术主要运用在指南针终端用户的服务体系、行情信息传输的安全机制、客户端软件的安全等方面。

（3）多媒体和网络技术

发行人拥有先进的多媒体和网络技术。针对内地证券市场、期货市场行情信息的特点，公司以自主研发的行情编解码技术为基础，构建了具有高扩展性、高

效的行情服务系统。该项服务系统的关键技术，如安全性、压缩效率等重要技术参数在行业内具有领先优势，保证了公司可以以相对较低的成本和较高的质量为客户提供行情信息服务。同时，针对证券信息服务一对多的特点，发行人利用分布式多媒体广播技术、即时消息和软件状态同步技术为用户提供语音等流媒体点对点服务，有效解决了软件培训视频服务和即时服务过程中对服务器及带宽带来的压力问题。

（4）大数据结构化技术

发行人经过多年的研发和积累，对大数据平台技术有着深入的理解和技术储备。目前，以 Http、FTP、syslog、Socket 等协议接口为支撑的 Flume/Node.js 分布式数据采集技术，以 Storm+Redis 的 ETL 数据预处理技术，以 HDFS 的数据存储技术，均已广泛应用于公司开发的各种行情监控及决策类软件中。

2、核心技术来源

上述核心技术的来源主要为发行人自主研发，是发行人多年来持续研发投入和技术积累的结果，属于公司的非专利技术。

3、核心技术产品占营业收入的比例

报告期内，发行人核心技术产品为金融信息服务业务相关产品，该等产品占营业收入的比例如下表所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
核心技术产品收入	33,849.92	53,014.45	60,755.02	48,604.21
营业收入	36,396.91	57,769.57	66,909.87	57,126.53
占比	93.00%	91.77%	90.81%	85.08%

（二）研发投入情况

报告期内，发行人的研发费用主要包括研发人员的工资性支出、委托外部公司开发支出、管理性成本支出（包括差旅费、会务费、技术开发项目的日常费用）、研究开发设备购置与折旧等，报告期内研发费用投入情况如下：

单位：万元

年度	研发费用	营业收入	占营业收入比例
2019年1-6月	3,404.02	36,396.91	9.35%

2018年	4,344.27	57,769.57	7.52%
2017年	3,220.83	66,909.87	4.81%
2016年	4,730.21	57,126.53	8.28%

发行人以金融信息服务业务为核心业务，对技术研发极为重视，报告期内研发费用金额均在 3,000 万元以上，研发费用占同期营业收入的比例均值为 7.49%。关于报告期内发行人研发费用的具体分析请见本招股意向书“第九节 财务会计信息与管理层分析/十二、盈利能力分析/（四）期间费用分析/3、研发费用构成及变动分析”部分。

（三）核心技术人员与研发人员情况

项目	2019年1-6月	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
研发人员数量	94	85	101	96
员工人数	1,282	1,154	1,570	1,437
研发人员占比	7.33%	7.37%	6.43%	6.68%

注：1、各期末研发人员及员工人数均系母子公司员工（含劳务派遣）合并口径汇总列示。

2、各期末有 7 人既是行政管理人员，又是技术人员，此处均计入研发人员。

2018 年末发行人技术人员同比减少 16 人，主要系发行人在 2018 年 12 月完成原控股孙公司驼峰科技的对外转让导致其技术人员减少所致。2019 年 6 月末发行人技术人员数量较 2018 年末增加 9 人，主要系为配合财富掌门系列新产品研发相应增加了研发人员。

发行人目前已拥有一支稳定的高水平研发团队，主要的核心技术人员如下表所示：

姓名	职位	学历	毕业院校	专业
孙鸣	副总经理	本科	清华大学	计算机科学与技术
钟漫求	高级工程师	硕士	清华大学	计算机软件与理论
张黎红	副总经理	本科	北京商学院	货币银行学
冷晓翔	副总经理	硕士	清华大学	计算机科学与技术
张春林	总工程师	本科	清华大学	计算机科学与技术
林茂升	总工程师	本科	北京邮电大学	管理信息系统
屈在宏	副总工程师/总经理助理	硕士	清华大学	计算机科学与技术
金晶	开发工程师	博士	清华大学	计算机科学与技术

全克敏	副总监/核心工程师	本科	华中科技大学	应用物理
胡玉芳	总经理助理/核心工程师	本科	北京大学自考	计算机及应用
莫苗苗	核心工程师	本科	上海电力学院	计算机科学与技术
张英	副总监	本科	辽宁科技大学	金融
张轩	副总监	本科	中国海洋大学	应用数学
李娜	副总监	本科	北京工商大学	金融
刘一博	总监助理	本科	中国传媒大学	应用数学
周克	数据工程师	本科	北京化工大学	计算机科学与技术
黄亮	副总监/核心工程师	本科	河南大学	计算机科学与技术
裴亮	副总监/核心工程师	本科	东北大学	软件工程
阴宏祥	产品设计员	硕士	格勒诺布尔大学（法国）	媒体艺术与文化
颜玄慕	产品设计员	硕士	美国锡拉丘兹大学	协同设计
白洁	网站项目工程师	硕士	北京大学	软件工程
赵娇	产品设计员	硕士	中国矿业大学	金融工程与风险管理
刘静	开发工程师	硕士	北京航空航天大学	数学
汪凯	信息工程师	硕士	北京信息科技大学	软件工程
李文艳	信息工程师	硕士	宁夏大学	计算机科学与技术
姜轶雄	产品设计员	硕士	厦门大学	世界经济
刘青松	网站开发项目经理	专科	北京联合大学	网络技术应用与服务
王敏	副经理	专科	沈阳电力高等专科学校	通信技术
梁雁升	测试工程师	本科	哈尔滨工业大学	数学与应用数学
马成启	开发工程师	本科	中国地质大学	计算机科学与技术
王正昕	开发工程师	本科	清华大学	计算机科学与技术
李海	开发工程师	本科	电子科技大学	计算机科学与技术
朱辉	运维工程师	本科	北京化工大学	计算机科学与技术

（四）持续创新机制

1、重视市场需求的机制

不断变化的市场需求是发行人产品创新的动力源泉。发行人通过即时通讯软件、客服电话沟通等渠道，积极获取用户反映的问题和需求。发行人会每周定期

开展讨论会和技术交流会，针对用户建议和需求展开讨论，并对其中具有普遍性的问题进行整改，对具有普遍性的需求讨论新的技术与解决方案，保证产品及服务的创新性和及时性。

2、人才培养引进的机制

发行人拥有健全的内部人才培养和对外人才吸收引进机制，以具有吸引力的薪酬、合适的岗位、健全的职业发展规划和优秀的企业文化来培养内部人才和吸引外部高端人才，并进行人才后备梯队的建设。

3、鼓励自主创新的机制

自主创新是发行人的核心竞争力之一，发行人的研发技术人员长期致力于金融信息服务软件产品的研发工作，获得了多项自主研发的核心技术，保持了产品的创新性和技术的保密性。发行人通过多种方式营造良好的创新氛围，鼓励员工创新，除定期开展需求讨论会和技术交流会之外，发行人还会通过组织研发人员学习培训、设置创新奖励资金等方式营造创新氛围，鼓励自主创新。

十、未来发展与规划

（一）总体发展目标

发行人致力于发展成为我国领先的金融信息服务提供商。围绕这一战略目标，发行人将立足于快速发展的金融市场现状，顺应金融信息服务和跨品种、跨市场“大资管”的发展趋势，通过不断的技术创新和产品创新，全面提升公司的服务水平，为客户提供一流的金融信息软件和投资咨询服务。发行人将进一步巩固和强化在金融信息服务业中的市场地位，增强自身在产品和服务上的核心竞争力，从而实现业务收入和盈利能力的持续增长。

（二）发行当年及未来三年的发展目标

在发行当年及未来三年，发行人将继续深耕金融信息服务市场，抓住我国金融市场快速发展的机遇期，不断增加研发投入，积极进行产品创新，实现现有产品的完善升级与新产品的开发上市。发行人将更加重视客户服务质量，满足客户的个性化需求，通过完善售后服务与线上培训来提高客户粘性与满意度。发行人将以先进的产品体系为依托，在现有营销网络基础上继续开拓发展，扩大增值产

品的市场规模，提高在个人投资者市场占有率的同时积极开拓机构投资者市场。在人才储备方面，公司将继续重视内部人才培养，同时引进外部优秀人才，增加与高校等研究机构的研发合作，提升公司整体研发水平和技术创新能力。公司在发行当年及未来三年将进一步巩固在金融信息服务业的市场地位，力争实现主营业务收入和市场占有率的持续增长。

（三）实现发展目标的各项举措

1、产品创新计划

发行人将以金融终端产品为基础，围绕客户需求和市场发展趋势进行深度开发和创新，打造一流的金融信息产品体系，具体创新计划如下：

发行人计划在未来三年内完成对主营业务升级扩容改造，优化升级现有 PC 端全赢博弈系列产品，满足日益增长的用户需求，提高公司产品在国内市场的份额；计划完成移动端产品的升级与开发，满足客户在移动情景下获取信息的需求，与 PC 端产品形成有机配合，提高用户粘性，创造更好的经济效益；推进研发中心及客户服务中心建设并搭建关键业务支持平台以实现技术、产品开发规范化、标准化和流程化的目标以及提升客户售后运维服务质量水平；对现有的大数据营销研究中心进行升级优化，形成统一、完善的大数据营销研究产品及解决方案，为公司各类新产品在重点和精准推广中提供有力支撑，促进产品的市场占有率的提高，带动公司向精准化高服务质量方向发展。

2、技术创新计划

发行人在完成对主营业务升级扩容、移动端产品开发、研发及客户服务平台建设、大数据营销研究中心等重点项目建设的进程中，需要有与之配套的技术创新计划作为支撑。以上项目的实施主要涉及的技术包括证券研究技术、电子商务技术、多媒体和网络技术、系统程序分布式技术、系统自监控技术、流媒体分布式广播技术、大数据技术等。因此发行人将采取一系列的技术创新措施作为支持，购置先进的软硬件设备，引进先进人才与技术，提供所需的研发及测试平台，保障技术创新计划的顺利进行。

3、市场开拓计划

面对日益激烈的市场竞争，发行人计划进一步完善营销服务网络建设，加强

市场营销力度，积极开拓市场。发行人现已全面实行直销模式，实现了营业收入的快速增长，未来三年将加大直营部门建设，扩充公司的营销服务团队，增加营销服务的覆盖率；完善客户服务机制，针对客户需求全面优化讲师文章和视频的内容，加强对业务团队的技术培训和营销指导工作，提升服务质量以增加客户粘性；加大品牌推广力度，增加在线广告投放，利用传统媒体和社交媒体等多种途径提高品牌知名度；进一步维护和深化现有客户的合作关系，通过产品创新与升级满足客户更高的应用要求。

4、人力资源管理计划

无论是产品创新、技术创新还是市场开拓都需要优秀的专业人才作为支撑，因而人力资源系统的建设将是公司未来发展的重要保障。在发行当年及未来三年，发行人将不断完善用人制度，一方面公司将加强内部培养体系建设，提升公司员工的技术水平与专业素养；另一方面公司将增加人才的外部引进，依托公司的影响力与发展前景吸引更多的优秀人才加入进来。此外，发行人还将进一步完善员工的激励机制，为优秀员工提供更为广阔的发展空间，形成稳定的人才团队，为公司的快速发展提供保障。

（四）制定发展目标及规划所依据的假设

发行人拟定的发展目标及规划主要依据如下假设：

- 1、在国家宏观经济、政治、法律、产业政策和社会环境等方面，没有对公司发展产生重大影响的不可抗力现象发生；
- 2、公司所处行业保持正常发展状态，没有出现危及本行业发展的重大市场变化出现，公司主要产品的市场容量、行业技术水平、行业竞争情况没有发生不利于本公司经营活动的重大变化；
- 3、公司股票发行顺利，资金募集及时到位，募集资金计划投资的项目能够按照预定计划顺利实施；
- 4、公司管理层等内部环境保持稳定；
- 5、公司所预期到的风险得到有效控制，且不发生其他足以对公司生产经营产生根本性影响的风险。

（五）实施发展计划的主要困难

1、人才储备不足的挑战

发行人实施上述计划需要大批专业的技术人员、销售人员、管理人员和资本运作人员作为支持，就公司的业务发展速度来看，目前的人才储备仍显不足。

2、技术更新的挑战

金融信息服务行业是一个高速发展、不断变革的行业，新的产品与技术不断涌现和更新。如果公司不能紧跟新技术、新产品的发展趋势或者在技术水平上不能保持领先的地位，就很有可能在未来日趋激烈的市场中处于不利地位。

3、管理与风控能力的挑战

未来公司的业务规模预计仍将保持快速增长，随着公司一系列的项目投资的实施，这对公司管理层在资金运用、战略规划、组织结构设计、运营管理、内部控制等方面的能力提出了更高的要求。同时，公司未来在发展过程中可能会遇到市场、经营、财务等方面不曾预计到的风险，这也将对公司的风险规避与控制能力提出更高的要求。

4、资本投入的挑战

公司发展目标的实现需要产品、技术、营销等领域的大量资金投入，然而受制于公司的现有规模与相对有限的融资渠道，目前很难通过自身的资本积累或外部融资来获得充足的资本投入到各项目的建设当中。

（六）上市后持续公告规划实施和目标实现的情况

公司上市后，将在定期报告中持续公告规划实施和目标实现的情况，及时披露募集资金投资项目进展情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人独立性情况

发行人自成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东分开，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整性

发行人拥有独立的生产经营场所，合法拥有与公司经营有关的采购、研发和销售系统及房产、设备、著作权、商标、非专利技术的所有权或使用权。公司具有独立的采购及产品研发、销售系统，能够独立支配和使用人、财、物等生产要素，顺利组织和实施经营。发行人资产权属清晰、完整，不存在对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的依赖情况，不存在资金或其他资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用而损害发行人利益的情况。

（二）人员独立性

发行人董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规和《公司章程》的有关规定选举和聘任产生，不存在控股股东、实际控制人越权作出人事任免决定的情况。发行人的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬。发行人的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职。发行人员工独立于各股东及其他关联方，发行人已建立并独立执行劳动、人事及薪酬管理制度。

（三）财务独立性

发行人设置了独立的财务部门，建立了独立、完整的财务核算体系，能够独立做出财务决策，具有规范的财务会计制度。发行人设立了单独的银行账户，发行人不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。发行人独立办理了税务登记证并依法独立进行纳税申报和税收缴纳。发行人及其

控股子公司均独立建账，并按发行人制定的内部会计管理制度对其发生的各类经济业务进行独立核算。发行人财务独立，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供任何形式的担保，或被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用资金的情况。

（四）机构独立性

发行人根据经营发展的需要，建立了符合发行人实际情况的独立、健全的内部管理机构，独立行使管理职权。发行人的生产经营和办公场所与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业严格分开，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混合经营、合署办公的情形。

（五）业务独立性

发行人的主营业务为以证券工具型软件终端为载体，以互联网为工具，向投资者提供及时、专业的金融数据分析和证券投资咨询服务。公司具备独立的业务资质和独立开展业务的能力，拥有独立的经营决策权和实施权，并完全独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。公司的采购、研发、销售等重要职能完全由自身承担，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业通过保留上述机构损害公司利益的情形。

发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争，不存在显失公平的关联交易，且控股股东、实际控制人、持股5%以上的主要股东已承诺不经营与发行人可能发生同业竞争的业务。

综上所述，发行人资产完整，业务及人员、财务、机构独立，已达到发行监管对公司独立性的基本要求，发行人披露的公司独立性内容真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同、相似业务的情况

发行人的主营业务为以证券工具型软件终端为载体，以互联网为工具，向投资者提供及时、专业的金融数据分析和证券投资咨询服务。截至本招股意向书签

署日，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业主要从事投资、技术开发、文化传播等业务，与公司不存在同业竞争的情形，具体情况请见本招股意向书“第五节 发行人基本情况/七、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况/（三）公司控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况”部分内容。

因此，控股股东、实际控制人及其控制的其他企业目前没有从事与公司相同或相似的业务，与公司之间不存在同业竞争。

（二）避免潜在同业竞争的承诺

公司实际控制人、持股5%以上股东、控股股东及其下属其他企业目前均不存在与发行人从事相同或相近业务的情形，并已就避免潜在同业竞争问题作出承诺，具体详见本招股意向书“第五节 发行人基本情况/十二、发行人、发行人实际控制人、持有5%以上股份主要股东、发行人董事、监事及高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构的重要承诺/（七）避免同业竞争的承诺”。

三、关联交易

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第28号—创业板公司招股说明书》、《公司法》和《企业会计准则》等相关法律法规的规定，本公司的关联方和关联关系如下：

（一）关联方

1、公司控股股东、实际控制人及持有公司5%以上股份的股东

序号	名称	与指南针关系	备注
1	广州展新	控股股东	直接持有指南针47.58%股权
2	黄少雄、徐兵	实际控制人	合计持有广州展新60.50%股权，通过广州展新控制指南针
3	陈锋	持股5%以上股东	持有广州展新15%股权，通过广州展新间接持有指南针7.14%股权

广州展新、黄少雄、徐兵、陈锋的具体情况请见本招股意向书“第五节 发行人基本情况/七、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”部分内容。

2、公司的子公司和参股公司

截至本招股意向书签署日，公司控股子公司、孙公司的基本情况如下：

序号	单位名称	与指南针关系	备注
1	上海指南针	全资子公司	-
2	天一星辰	全资子公司	-
3	上海及时雨	全资子公司	-
4	指南针保险	全资子公司	-
5	指南针技术	全资子公司	-
6	康帕思商务	全资子公司	-
7	指南针信息	全资子公司	-
8	指北针商务	全资孙公司	指南针信息持有其100%股权
9	博赢实业	全资孙公司	指南针信息持有其100%股权
10	畅联天地	全资孙公司	康帕思商务持有其100%股权
11	创风互娱	全资孙公司	指南针信息持有其100%股权

注：1、2018年6月27日，发行人完成了对原全资子公司广州指南针的注销工作。

2、2018年12月10日，天一星辰已将所持驼峰科技全部股权对外转让。

3、创风互娱系指南针信息于2019年7月收购，未纳入本报告期的合并报表范围。

除上述子公司外，截至本招股意向书签署日，公司其他参股公司基本情况如下：

公司名称	成立日期	注册地	注册资本 (万元)	公司持 股比例	主营业务	备注
太力信息产业股份有限公司	1999.8.4	北京市	3,520	5.51%	电子计算机软硬件及网络系统、通讯网络系统、自动化控制系统的技术开发技术咨询技术服务、技术转让技术培训	已于2014年和2015年全额计提减值
上海六鑫建合软件科技有限公司	2009.7.21	上海市	100	40%	计算机、网络信息、系统集成技术专业领域内的“四技”服务等	发行人已于2010年对该资产计提全额减值准备，并于2015年进行了核销，目前该公司正在办理注销事宜

发行人子公司及参股公司的具体情况请见本招股意向书“第五节 发行人基本情况/六、发行人控股子公司、参股公司情况”部分。

3、控股股东、实际控制人控制的其他企业

序号	关联公司名称	关联关系
1	北京创之君咨询有限公司	广州展新的全资子公司
2	广州正辰投资有限公司	黄少雄、徐兵控股的公司
3	Favour Reach Investments Limited (润达投资有限公司)	黄少雄设立的独资公司

4	A Grade Corporation Limited (优等有限公司)	徐兵及其配偶各持股50%
5	Zenstar Investment Co., Ltd. (正辰投资有限公司)	广州正辰投资有限公司全资子公司
6	Nubian (HK) Company Limited (圣悦(香港)有限公司)	润达投资有限公司全资子公司
7	Dynamic Empire Investments Limited (鼎茂投资有限公司)	润达投资有限公司全资子公司
8	Hui Shun Limited (汇顺有限公司)	优等有限公司全资子公司

4、主要关联自然人

除实际控制人、持股5%以上的自然人股东及其关系密切的家庭成员外，公司其他主要关联自然人为公司的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员。关系密切的家庭成员包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满18周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

公司董事、监事、高级管理人员的基本情况请见本招股意向书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理/一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”。

5、公司主要关联自然人及其关系密切家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

序号	关联公司名称	关联关系	备注
1	Zensatar (US), Inc.	实际控制人黄少雄、徐兵担任董事	
2	Dhara, LLC	实际控制人黄少雄担任董事	-
3	New Phase, LLC	实际控制人黄少雄担任董事	-
4	中铁二十二局集团北京置业有限公司	实际控制人黄少雄担任董事	-
5	绿景控股股份有限公司	董事李文婷担任其独立董事	A股上市公司，股票代码000502
6	上海大水投资管理咨询中心	董事樊泰投资的独资企业	已注销
7	上海奕尚网络信息有限公司	董事樊泰持股18.5%，并担任其董事	-
8	宁夏万商大集投资管理中心（有限合伙）	董事樊泰持股15%的企业	-

9	空中网有限公司 (Kong Zhong Corporation)	董事樊泰过去12个月内曾担任其执行董事及首席投资官	纳斯达克上市公司, 代码KZ
10	上海大承网络技术有限公司	董事樊泰担任其董事	-
11	Ourgame international Holdings Limited.	董事樊泰过去12个月内曾担任其非执行董事	-
12	Noumena Production Ltd.	董事樊泰担任其董事	-
13	Noumena Production (BVI) Ltd.	董事樊泰担任其董事	-
14	Dacheng Investment (Hong Kong) Ltd.	董事樊泰担任其董事	-
15	Dacheng Holdings Ltd.	董事樊泰担任其董事	-
16	北京百亚科技有限公司	监事税翎的近亲属持股70%	-
17	北京掌上网科技有限公司	主要股东陈锋持股100%, 并担任其董事长	-
18	北京华夏雅库网络科技股份有限公司	主要股东陈锋担任其董事	-
19	北京伯乐弘信股权投资基金管理中心 (有限合伙)	主要股东陈锋出资34.21%	-
20	北京爱微藏科技有限公司	主要股东陈锋持股14%	-
21	北京时间投资管理股份公司	原独立董事刘业伟持股43.66%	-
22	北京时间投资合伙企业 (有限合伙)	北京时间投资管理股份公司为该合伙企业执行事务合伙人	-
23	北京海豚邦互联网信息服务有限公司	原独立董事刘业伟担任其董事	目前原独立董事刘业伟已不再担任其董事
24	广东新绿洲生物技术研究 所	实际控制人黄少雄持股15%	-
25	广州卓雅投资合伙企业 (有限合伙)	实际控制人黄少雄为普通合伙人	-
26	广州天悦泉投资有限公司	广州卓雅投资合伙企业 (有限合伙) 持股99.00%, 实际控制人黄少雄持股1%	-
27	蓝淼科技 (广州) 有限公司	实际控制人黄少雄持股16.25%	-
28	广州嘉洲投资有限公司	实际控制人黄少雄持股10%	-
29	广州冠建工程质量检测有限公司	实际控制人徐兵的亲属所控制企业	-
30	问道投资 (香港) 有限公司	独立董事孙文洁担任其执行董事	-

31	杭州趣禅科技有限公司	独立董事孙文洁持股70%并担任其执行董事	
----	------------	----------------------	--

6、报告期内曾存在关联关系的关联方

除上述关联法人外，报告期内曾与发行人存在关联关系的自然人、法人如下表所示：

序号	名称/姓名	关联关系	备注
1	邵吕威	公司前任董事	已离任
2	彭宇	公司前任董事	已离任
3	范霖	公司前任董事	已离任
4	张春林	公司前任监事	已离任
5	刘业伟	公司前任董事	已离任
6	深圳前海超微新材料科技有限公司	前董事范霖近亲属担任执行董事、总经理的公司；前董事范霖近亲属持股34%的公司	范霖已离任
7	国投电力控股股份有限公司	前董事邵吕威担任董事的公司	邵吕威已离任
8	江苏扬农化工股份有限公司	前董事邵吕威担任董事的公司	邵吕威已离任
9	上海天一投资咨询发展有限公司	前监事李伟琴担任副总经理的公司	李伟琴已离任
10	北京天一若水投资顾问有限公司	董事孙鸣持股80%的公司	该公司已于2016年7月完成工商注销登记
11	上海霸才经信数据科技有限公司	报告期内参股子公司	该公司已于2016年4月对外转让
12	上海财融世通信息技术有限公司	报告期内参股子公司	该公司已于2016年4月对外转让
13	广州指南针通信科技有限公司	报告期内全资子公司	该公司已于2018年6月27日注销
14	北京驼峰科技有限公司	报告期内控股孙公司	该公司已于2018年11月对外转让

(二) 关联交易

1、关联交易汇总

报告期内，发行人与关联方之间不存在偶发性关联交易，不存在关联销售或关联采购类交易，关联交易全部为向关联管理人员支付的薪酬，具体金额如下表

所示：

单位：万元

交易类型	交易内容	发生期间及金额			
		2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
经常性关联交易	关键管理人员薪酬	398.07	754.57	685.85	635.28

2、发行人报告期内不涉及股份支付事项

(1) 发行人报告期内不涉及以权益结算的股份支付

报告期内公司未发行股票，不涉及以权益结算的股份支付事项。

(2) 发行人报告期内不涉及以现金结算的股份支付

报告期内，公司已经按照《企业会计准则第9号——职工薪酬》的相关规定，将应付职工薪酬按照员工岗位分别进入成本费用；结合发行人的薪酬政策，应付职工薪酬、成本费用审计，发行人报告期内未发生为获取服务承担以股份或其他权益工具为基础计算确定的交付现金或其他资产义务的交易，包括模拟股票和现金股票增值权等。因此，报告期内发行人不涉及以现金结算的股份支付事项。

3、审议情况

2019年6月6日，公司召开第十一届董事会第二十五次会议，审议了《关于公司近三年关联交易予以确认的议案》，确认2016年至2018年间公司未发生关联交易，并提交公司股东大会审议。2019年6月26日，公司召开2018年年度股东大会，审议了《关于公司近三年关联交易予以确认的议案》，确认2016年至2018年间公司未发生关联交易。

4、独立董事意见

公司独立董事就发行人报告期内的关联交易进行核查后，确认公司报告期内的关联交易依据合理、公平的定价政策，符合公司实际生产经营需要，没有违反客观公正的原则，符合公司和全体股东的利益，没有损害中小股东的利益。

5、关于规范关联交易的承诺

公司尽量避免或减少与关联方之间的关联交易，对于必要的关联交易事项，本公司将遵循公平、公正、公开以及等价有偿的基本商业原则，切实履行信息披露的有关规定，不损害全体股东特别是中小股东的合法权益。

发行人控股股东、实际控制人以及持股5%以上股东均出具了规范关联交易的承诺，具体详见本招股意向书“第五节 发行人基本情况/十二、发行人、发行人实际控制人、持有5%以上股份主要股东、发行人董事、监事及高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构的重要承诺/（八）关于规范关联交易的承诺”。

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介

2019年6月26日，公司2018年年度股东大会审议通过了《关于公司董事会进行换届选举并提名第十二届董事会候选人的议案》，选举顿衡、陈宽余、孙鸣、郑勇为第十二届董事会董事，选举李文婷、樊泰、孙文洁为第十二届董事会独立董事；本次股东大会同时审议通过了《关于公司监事会进行换届选举并提名第十三届监事会候选人的议案》，选举税翎、屈在宏为第十三届监事会监事，并与公司2019年第一次职工代表大会选举的职工代表监事王浩共同组成第十三届监事会。

2019年6月26日，公司第十二届董事会第一次会议通过了高级管理人员换届相关议案，聘任陈宽余为总经理，聘任孙鸣为董事会秘书、副总经理，聘任郑勇为财务总监，聘任陈岗、冷晓翔、张黎红为副总经理。

（一）董事会成员简介

截至本招股意向书签署日，公司董事会由7名董事组成，其中独立董事3名。公司董事会成员的基本情况如下：

姓名	职务	性别	年龄（岁）	任期
顿衡	董事长	男	45	2019.6-2022.6
陈宽余	副董事长	男	56	2019.6-2022.6
孙鸣	董事	男	42	2019.6-2022.6
郑勇	董事	男	41	2019.6-2022.6
李文婷	独立董事	女	41	2019.6-2022.6
樊泰	独立董事	男	47	2019.6-2022.6
孙文洁	独立董事	男	39	2019.6-2022.6

公司现任董事均由公司第十一届董事会第二十五次会议提名，经公司2018年年度股东大会审议通过。公司现任董事简历如下：

顿衡先生，1973年出生，美籍华人，硕士学历；2005年1月毕业于美国佐治亚州州立大学，取得会计和金融专业学士学位；于2007年5月取得MBA金融学位；

曾就职于北京市五金矿产进出口公司；2008年至今在北京掌上网科技有限公司工作，先后任财务总监助理、财务总监、副总裁、监事等职务，2018年8月已辞去全部北京掌上网科技有限公司职务；2011年4月至2013年5月曾担任公司董事会秘书，现任公司董事长。

陈宽余先生，1963年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于河南科技大学；曾先后在湖南仪器仪表总厂、长沙市宁乡缝纫机零件厂、长沙市宁乡县政府驻京办事处任职；2003年至今先后担任公司技术总监、总经理助理等职务，现任公司董事、总经理。

孙鸣先生，1976年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历；1999年毕业于清华大学计算机科学与技术系，获工学学士学位。孙鸣先生为北京指南针科技发展股份有限公司发起人之一，指南针软件程序主创人员，参与了软件系统的实施、编写、管理工作；2001年4月至2011年8月担任公司信息总监、副总经理等职务；2011年9月至2013年5月在君之创担任经理职务；2013年5月至今在公司先后担任董事、副总经理，现任公司董事、董事会秘书、副总经理。

郑勇先生，1977年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历；1999年毕业于广东外语外贸大学，获得会计专业学士学位；2003年毕业于英国伯明翰城市大学，获得审计管理及咨询专业硕士学位；曾任普华永道会计师事务所并购交易部高级顾问，德勤会计师事务所审计部、并购交易部经理，华奥物种集团内审总监、投资部高级经理、甘肃公司财务总监；2011年至今担任公司董事、财务总监。

李文婷女士，1978年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，律师；1999年毕业于大连海事大学法学专业，获法学学士学位；2009年毕业于北京大学经济法专业，获法学硕士学位；2000年获得中华人民共和国律师执业证书；2000年至今为中国律师协会会员；1999年至2002年任北京市北方律师事务所律师；2002年至2007年任北京市浩天律师事务所律师；2007年加盟北京市浩天信和律师事务所，现为合伙人；2015年8月起至今任绿景控股股份有限公司独立董事；2016年1月至今，担任公司独立董事。

樊泰先生，1971年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，注册会

计师；1994年毕业于北京大学经济学院会计专业，获得学士学位；2003年毕业于新泽西州立罗格斯大学，取得高级工商管理硕士学位；曾任北京讯能网络公司财务副总裁、德信电信财务总监，毕马威会计师事务所审计师，TOM在线执行董事及执行副总裁，联众公司非执行董事职务；2009年3月至2018年12月，担任空中网执行董事及首席投资官；2019年至今担任北京千牛资产管理有限公司首席风险官；2016年至今担任公司独立董事。

孙文洁先生，1980年出生，中国国籍，研究生学历，2012年毕业于香港理工大学，获工商管理硕士学位。2003年4月至2013年9月任深圳证券信息有限公司信息服务部副总监；2013年9月至今担任问道投资（香港）有限公司执行董事；2019年6月至今，担任公司独立董事。

（二）监事会成员简介

截至本招股意向书签署日，公司监事会由3名监事组成，其中职工监事1名。监事会成员基本情况如下：

姓名	职务	性别	年龄（岁）	任期
税翎	监事会主席	女	41	2019.6-2022.6
屈在宏	监事	男	36	2019.6-2022.6
王浩	职工监事	男	40	2019.6-2022.6

公司现任监事中，税翎、屈在宏由公司第十二届监事会第十一次会议提名，经公司2018年年度股东大会审议通过；职工监事王浩由公司2019年第一次职工代表大会选举产生。公司现任监事简历如下：

税翎女士，1977年出生，中国国籍，无境外永久居留权，法律专业大专学历；1996年毕业于四川邮电职业技术学院，2002年毕业于四川省宜宾学院；1996年6月至1999年8月任职于四川省邮电局，1999年8月至2002年8月任职于四川省联合通信有限公司，2002年9月至2008年5月任职于TOM集团有限公司，2008年6月至2009年1月任职于结信网络技术服务（上海）有限公司，2009年2月至2015年12月任北京掌上网科技有限公司市场部总监、经理职务；2013年5月至今，担任公司监事会主席。

屈在宏先生，1982年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历；2004

年毕业于清华大学计算机科学与技术系，获工学学士学位，2007年毕业于清华大学计算机科学与技术系，获工学硕士学位；曾就职于北京搜狐有限公司，任开发工程师；2008年1月加入指南针，先后在网站部、运维部工作，现任公司运维部总监、总经理助理及监事。

王浩先生，1978年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历；2001年毕业于北京联合大学机械工程学院；2001年进入指南针工作，曾担任客户经理、产品设计经理等职，2008年任指南针山东分公司副总经理，2009年起担任指南针市场部、合规部总监；现任公司销售部门副总监及职工监事。

（三）高级管理人员简介

本公司高级管理人员包括公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书，截至本招股意向书签署日，公司高级管理人员基本情况如下：

姓名	职务	性别	年龄（岁）	任期
陈宽余	总经理	男	56	2019.6-2022.6
孙鸣	副总经理、董事会秘书	男	42	2019.6-2022.6
郑勇	财务总监	男	41	2019.6-2022.6
陈岗	副总经理	男	42	2019.6-2022.6
冷晓翔	副总经理	男	37	2019.6-2022.6
张黎红	副总经理	女	42	2019.6-2022.6

公司现任高级管理人员均由第十二届董事会第一次会议决议聘任，简历如下：

陈宽余、孙鸣，郑勇的简历，请见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介/（一）董事会成员简介”。

陈岗先生，1976年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，1998年毕业于东南大学仪器科学与工程系智能控制系统专业；1999至2001年，任职于北京指南针证券研究有限公司；2001年入职指南针，先后担任公司市场部、资讯部、策划部经理及总经理助理等职务，现任公司副总经理。

冷晓翔先生，1982年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，2004年毕业于清华大学计算机科学与技术系，获工学学士学位，2007年毕业于清华大学计算机科学与技术系，获工学硕士学位；2006年7月至2007年12月，任搜

狐公司研发中心研发工程师、项目经理职务；2007年12月入职指南针，先后担任项目经理、经理、总监职务，现任公司副总经理。

张黎红女士，1976年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，1999年毕业于北京工商大学货币银行专业，现拥有证券投资咨询执业资格；1999年7月至2001年2月，任北京鑫牛财经资讯有限公司编辑；2001年2月加入指南针，先后在资讯部、市场部、产品部工作，现任公司副总经理、产品部总监。

（四）公司现任董事、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

发行人的保荐机构及其他中介机构为公司首次公开发行提供辅导工作。在辅导期间，通过座谈交流、一对一访谈、自学指导、集中授课等多种方式对公司的董事、监事、高级管理人员进行了股票发行上市的有关法律、法规和规范性文件的辅导培训，并已通过中国证监会北京监管局的辅导验收。公司董事、监事、高级管理人员已出具承诺，确认其已了解股票发行上市相关法律法规，知悉上市公司及其董事、监事、高级管理人员的法定义务和责任。

（五）公司现任董事、监事及高级管理人员兼职情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事及高级管理人员在公司及控股子公司外部担任董事、监事及高级管理人员的情况如下：

姓名	兼职单位	兼任职务	与指南针是否存在其他关联关系
李文婷	绿景控股股份有限公司	独立董事	否
樊泰	Ourgame international Holdings limited	非执行董事	否
	上海奕尚网络信息有限公司	董事	否
	上海大承网络技术有限公司	董事	否
	Noumena Productions Ltd.	董事	否
	Noumena Innovations (BVI) Ltd.	董事	否
	Dacheng Investment (HongKong) Ltd.	董事	否
	Dacheng Holdings Ltd.	董事	否
孙文洁	问道投资（香港）有限公司	执行董事	否
	杭州趣禅科技有限公司	执行董事、总经理	否

（六）公司现任董事、监事、高级管理人员相互之间存在的亲属情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事及高级管理人员相互之间不存在配偶关系、三代以内直系和旁系亲属关系。

二、董事、监事、高级管理人员、其他核心员工及其近亲属持有公司股份情况，及对外投资情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接持有公司股份的情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接持有公司股份的情况如下：

姓名	任职情况或亲属关系	持股数量（股）	持股比例（%）
陈宽余	副董事长、总经理	13,723,963	3.94
廖四军	陈宽余配偶	757,917	0.22
陈萌	陈宽余女儿	557,292	0.16
孙鸣	董事、董事会秘书、副总经理	3,395,348	0.98
陈岗	副总经理	1,270,915	0.37
张黎红	副总经理	744,542	0.21
冷晓翔	副总经理	646,458	0.19
屈在宏	监事	624,167	0.18
郑勇	董事、财务总监	456,979	0.13
王浩	监事	189,479	0.05

（二）董事、监事、高级管理人员及其近亲属间接持有公司股份的情况

截至本招股意向书签署日，除上述情形外，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在其他直接或间接持有公司股份的情形。

（三）董事、监事、高级管理人员及其近亲属对外投资情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属对外投资情况如下：

姓名	企业名称	注册资本 (万元)	持股比例	主营业务	在该企业 任职情况
樊泰	上海奕尚网络信息有限公司	864.86	18.5%	服装鞋帽网上零售	股东、董事
	宁夏万商大集投资管理中心(有限合伙)	-	15%	投资管理	无
孙文洁	杭州趣禅科技有限公司	1,000.00	70%	数据服务	总经理、执行董事
孙力挺	iRich Asia Company Limited	10.00	100%	贸易业务	经理
税峻	北京百亚科技有限公司	1,000.00	70%	信息服务业务	经理

注：孙力挺与公司独立董事孙文洁系兄弟关系，税峻与公司监事税翎系兄妹关系。

三、董事、监事及高级管理人员的薪酬情况

经公司董事会及股东大会审议通过，公司制定了董事、监事津贴标准，高级管理人员的薪酬根据行业水平和公司年度经营业绩确定。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员的薪酬占公司当期利润总额的比重情况如下：

单位：万元

年度	薪酬总额	利润总额	占比
2019年1-6月	398.08	12,334.35	3.23%
2018年度	754.57	15,617.97	4.83%
2017年度	685.85	17,620.56	3.89%
2016年度	635.28	16,803.63	3.78%

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员的薪酬金额呈稳定增长趋势，2018年度公司董事、监事、高级管理人员的薪酬占同期利润总额的比例较2017年增幅较大，主要系2018年度公司利润总额受国内证券市场持续低迷影响有所下降，而董事、监事、高级管理人员薪酬并未同步下降所致。

2018年和2019年1-6月，公司董事、监事、高级管理人员在公司领取薪酬的情况如下：

单位：万元

序号	姓名	职位	2019年1-6月	2018年
----	----	----	-----------	-------

1	顿衡	董事长	38.23	76.41
2	陈宽余	副董事长、总经理	48.55	91.87
3	孙鸣	董事、副总经理、董事会秘书	40.75	77.27
4	郑勇	董事、财务总监	32.55	58.37
5	李文婷	独立董事	3.60	7.20
6	樊泰	独立董事	3.60	7.20
7	刘业伟	独立董事	3.60	7.20
8	孙文洁	独立董事	-	-
9	税翎	监事会主席	27.10	54.57
10	屈在宏	监事	34.48	62.73
11	王浩	职工监事	36.88	75.05
12	钟漫求	副总经理	24.17	52.87
13	陈岗	副总经理	36.26	59.48
14	冷晓翔	副总经理	34.75	63.27
15	张黎红	副总经理	33.56	61.08
合计			398.08	754.57

注：1、刘业伟为公司第十一届董事会独立董事，2019年6月任期届满，在董事会换届选举后不再担任独立董事职务。孙文洁于2019年6月在公司董事会换届选举后成为第十二届董事会独立董事，报告期内未在公司领取薪酬。

2、钟漫求为公司原副总经理，2019年6月任期届满后不再担任公司副总经理，目前担任公司高级工程师。

除上述薪酬外，公司董事、监事、高级管理人员未在公司享受其他待遇和退休金计划等，最近一年及一期不存在从公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬的情形。

四、董事、监事、高级管理人员同公司签订的协议及协议履行情况

公司同在本公司任职的董事、监事及高级管理人员分别签署了劳动合同和保密协议，同未在本公司任职的董事签订了聘任协议。上述董事、监事及高级管理人员均依照协议履行其相应职责，截至本招股意向书签署日，上述合同及协议履行正常，不存在违约情形。

五、董事、监事、高级管理人员报告期内变动情况

（一）董事会成员变动情况

2015年12月23日，公司第十届董事会第十八次会议审议通过了《关于公司董事会提前进行换届选举并提名公司第十一届董事会候选人的议案》，提名顿衡、陈宽余、孙鸣、郑勇为公司第十一届董事会非独立董事，提名范霖、李文婷、樊泰为公司第十一届董事会独立董事。2016年1月12日，公司召开2016年第一次临时股东大会审议通过了上述事项。

2016年3月15日，公司独立董事范霖因个人原因，向公司董事会递交了辞职申请，辞去公司独立董事职务。2016年3月29日，公司召开第十一届董事会第二次会议，审议通过了《关于提名刘业伟为独立董事候选人的议案》，提名刘业伟为公司独立董事。2016年4月20日，公司召开2015年年度股东大会审议并通过了上述事项。

2019年6月6日，公司第十一届董事会第二十五次会议审议通过了《关于公司董事会进行换届选举并提名第十二届董事会候选人的议案》，提名顿衡、陈宽余、孙鸣、郑勇为公司第十二届董事会非独立董事，提名李文婷、樊泰、孙文洁为公司第十二届董事会独立董事。原独立董事刘业伟因期满换届不再担任公司独立董事，改由孙文洁担任。2019年6月26日，公司召开2018年年度股东大会审议通过了上述事项。

除上述情形外，报告期内公司董事未发生其他变动，上述变动不构成重大变化，未对公司的生产经营产生不利影响。截至本招股意向书签署日，发行人第十二届董事会共有董事7人，分别为顿衡、陈宽余、孙鸣、郑勇、李文婷、樊泰、孙文洁，董事会人数及任职资格符合现行《公司章程》的规定。

（二）监事会成员变动情况

2015年12月23日，公司第十一届监事会第八次会议审议通过了《关于公司监事会提前换届选举并提名公司第十二届监事会候选人的议案》，提名税翎女士、屈在宏先生为公司第十二届监事会非职工监事候选人。2016年1月12日，公司召开2016年第一次临时股东大会审议通过了上述事项，与同日公司2016年第一次职工代表大会选举的职工代表监事王浩共同组成第十二届监事会。

2019年6月6日，公司第十二届监事会第十一次会议审议通过了《关于公司监事会进行换届选举并提名第十三届监事会候选人的议案》，提名税翎、屈在宏为公司第三届监事会非职工监事候选人。2019年6月26日，公司召开2018年年度股东大会审议通过了上述事项，与同日公司2019年第一次职工代表大会选举的职工代表监事王浩共同组成第十三届监事会。

除上述情形外，报告期内公司监事未发生重大变动。截至本招股意向书签署日，发行人第十三届监事会共有监事3人，分别为税翎、屈在宏、王浩，监事会人数及任职资格符合现行《公司章程》的规定。

（三）高级管理人员变动情况

2016年1月12日，公司第十一届董事会第一次会议审议通过了继续聘任陈宽余担任公司总经理，聘任孙鸣担任公司董事会秘书、副总经理，郑勇担任公司财务总监，钟漫求、陈岗、冷晓翔、张黎红担任公司副总经理的相关议案。

2019年6月26日，公司第十二届董事会第一次会议通过了继续聘任陈宽余担任公司总经理，聘任孙鸣担任公司董事会秘书、副总经理，郑勇担任公司财务总监，陈岗、冷晓翔、张黎红担任公司副总经理的相关议案。本次换届后，公司原副总经理钟漫求因个人原因不再担任公司副总经理，现任公司高级工程师。

除上述情形外，报告期内公司高级管理人员未发生重大变动，保证了公司经营管理的连贯性和稳定性。截至招股意向书出具之日，发行人共有高级管理人员6人，分别为总经理陈宽余，董事会秘书、副总经理孙鸣，财务总监郑勇，以及副总经理陈岗、冷晓翔及张黎红。

公司上述董事、监事及高级管理人员的变更，均严格遵守《公司章程》等文件规定的任免程序和内部人事聘用制度，不存在控股股东或实际控制人干预发行人董事会和股东大会已经做出的人事任免决定的情况。

综上，发行人董事、监事、高级管理人员在最近三年所发生的变化情况符合有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的规定，并履行了必要的法律程序；公司董事和高级管理人员保持基本稳定，没有发生重大变化。

六、公司治理结构的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》、《上市公司治理准则》、《上市公司章程指引》、《上市公司股东大会规则》及其他相关法律、法规，确立了由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的公司治理结构，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等相关制度，并在公司董事会下设立了审计、提名与薪酬、战略、风险管理等专门委员会。

（一）股东大会制度及其运行情况

2001年4月18日，公司召开创立大会暨第一届股东大会，审议通过了《公司章程》，选举产生了公司第一届董事会和第一届监事会，审议通过了《股东大会规则》，建立了规范的股东大会制度。

报告期内，公司共召开股东大会12次。公司股东大会严格按照《公司章程》、《股东大会议事规则》等文件的要求，对公司的相关事项做出了决策，具体情况如下：

序号	召开时间	会议届次
1	2016年1月12日	2016年第一次临时股东大会
2	2016年4月20日	2015年年度股东大会
3	2016年5月12日	2016年第二次临时股东大会
4	2016年12月23日	2016年第三次临时股东大会
5	2017年2月3日	2017年第一次临时股东大会
6	2017年3月8日	2016年年度股东大会
7	2017年4月21日	2017年第二次临时股东大会
8	2017年4月27日	2017年第三次临时股东大会
9	2017年7月6日	2017年第四次临时股东大会
10	2017年12月13日	2017年第五次临时股东大会
11	2018年6月28日	2017年年度股东大会
12	2019年6月26日	2018年年度股东大会

（二）董事会制度及其运行情况

报告期内，公司召开董事会共计26次。公司董事会严格依照有关法律、法规和《公司章程》、《董事会议事规则》等制度的规定，规范、有效地运行董事会，对公司的相关事项做出了决策，具体情况如下：

序号	召开时间	会议届次
1	2016年1月12日	第十一届董事会第一次会议
2	2016年3月29日	第十一届董事会第二次会议
3	2016年4月25日	第十一届董事会第三次会议
4	2016年5月24日	第十一届董事会第四次会议
5	2016年8月23日	第十一届董事会第五次会议
6	2016年9月12日	第十一届董事会第六次会议
7	2016年11月4日	第十一届董事会第七次会议
8	2016年12月6日	第十一届董事会第八次会议
9	2017年1月16日	第十一届董事会第九次会议
10	2017年1月18日	第十一届董事会第十次会议
11	2017年1月23日	第十一届董事会第十一次会议
12	2017年2月14日	第十一届董事会第十二次会议
13	2017年4月5日	第十一届董事会第十三次会议
14	2017年4月12日	第十一届董事会第十四次会议
15	2017年4月14日	第十一届董事会第十五次会议
16	2017年5月3日	第十一届董事会第十六次会议
17	2017年8月23日	第十一届董事会第十七次会议
18	2017年9月30日	第十一届董事会第十八次会议
19	2017年10月13日	第十一届董事会第十九次会议
20	2017年11月27日	第十一届董事会第二十次会议
21	2018年2月8日	第十一届董事会第二十一次会议
22	2018年6月6日	第十一届董事会第二十二次会议
23	2018年8月3日	第十一届董事会第二十三次会议
24	2019年2月27日	第十一届董事会第二十四次会议
25	2019年6月6日	第十一届董事会第二十五次会议
26	2019年6月26日	第十二届董事会第一次会议

（三）监事会制度及其运行情况

报告期内，公司召开监事会共计12次。公司监事会严格依照有关法律、法规和《公司章程》、《监事会议事规则》等制度的规定，规范、有效地运行监事会，对公司的相关事项做出了决策，具体情况如下：

序号	召开时间	会议届次
----	------	------

1	2016年1月12日	第十二届监事会第一次会议
2	2016年3月29日	第十二届监事会第二次会议
3	2016年8月23日	第十二届监事会第三次会议
4	2017年2月14日	第十二届监事会第四次会议
5	2017年8月23日	第十二届监事会第五次会议
6	2017年10月13日	第十二届监事会第六次会议
7	2018年2月8日	第十二届监事会第七次会议
8	2018年6月6日	第十二届监事会第八次会议
9	2018年8月3日	第十二届监事会第九次会议
10	2019年2月27日	第十二届监事会第十次会议
11	2019年6月6日	第十二届监事会第十一次会议
12	2019年6月26日	第十三届监事会第一次会议

（四）独立董事制度及其运行情况

公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》以及《公司章程》的规定设立独立董事，规定独立董事人数不少于董事会成员人数的三分之一，其中至少包括一名会计专业人士。

2016年1月12日，公司召开2016年第一次临时股东大会聘任范霖、李文婷、樊泰为公司第十一届董事会独立董事。2016年3月15日，公司收到独立董事范霖递交的辞职报告，因个人原因辞去公司独立董事职务。2016年4月20日，公司2015年年度股东大会任命刘业伟为公司独立董事，任期三年。2019年6月26日，公司召开2018年年度股东大会聘任孙文洁、李文婷、樊泰为公司第十二届董事会独立董事。

上述独立董事当选至今，遵循法律、法规和《公司章程》的规定积极出席董事会会议和股东大会，行使独立董事职权，对公司重大事项发表独立意见，积极参与董事会专门委员会建设并在各专门委员会中发挥重要作用，为公司重大决策提供战略、企业管理、财务等方面的专业意见，认真监督管理工作，维护公司和公司股东的合法利益。

（五）董事会秘书制度

公司按照《公司章程》的规定设董事会秘书，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理,办理信息披露事务等事宜。

自公司设立董事会秘书以来，公司董事会秘书确保了公司董事会会议和股东大会依法召开、依法行使职权，及时向公司股东、董事通报公司有关信息，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会的正常运行发挥了重要作用。

（六）董事会专门委员会制度及其运行情况

2008年1月14日，公司召开第八届董事会第六次会议审议通过了《董事会设立专门委员会的议案》，在董事会下设四个专门委员会，分别为审计委员会、提名与薪酬委员、风险管理委员会和战略委员会。

1、审计委员会

公司董事会下设审计委员会，根据公司《董事会审计委员会议事规则》，审计委员会主要职责权限为：提议聘请或更换外部审计机构，监督公司的内部审计制度及实施，负责内部审计和外部审计之间的沟通，审核公司的财务信息及披露，审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计，公司董事会授予的其他事宜。

2016年1月12日，公司进行董事会换届，公司第十一届董事会第一次会议审议通过了《关于选举董事会审计委员会委员的议案》，选举范霖、李文婷、樊泰为董事会审计委员会委员。2016年3月15日，公司独立董事范霖因个人原因，向公司董事会递交了辞职申请，辞去公司独立董事职务。2016年5月24日，公司召开第十一届董事会第四次会议选举刘业伟为董事会审计委员会委员。

2019年6月26日，公司进行董事会换届，公司第十二届董事会第一次会议审议通过了《关于选举董事会审计委员会委员的议案》，选举李文婷、樊泰和孙文洁为公司审计委员会委员。

截至本招股意向书签署日，公司董事会审计委员会委员共3名，分别为李文婷、樊泰和孙文洁。

2、提名与薪酬委员会

公司董事会下设提名与薪酬委员会，根据公司《董事会提名与薪酬委员会议

事规则》，提名与薪酬委员会主要职责权限为：根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、经理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选；对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议；对须提请董事会聘任的其它高级管理人员进行审查并提出建议；根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其它相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其它事宜。

2016年1月12日，公司进行董事会换届，公司第十一届董事会第一次会议审议通过了《关于选举董事会提名与薪酬委员会委员的议案》，选举顿衡、陈宽余、樊泰为董事会提名与薪酬委员会委员。

2019年6月26日，公司进行董事会换届，公司召开第十二届董事会第一次会议审议通过了《关于选举董事会提名与薪酬委员会委员的议案》，选举顿衡、陈宽余、樊泰为董事会提名与薪酬委员会委员。

截至本招股意向书签署日，公司董事会提名与薪酬委员会委员共3名，分别为顿衡、陈宽余、樊泰。

3、战略委员会

公司董事会下设战略委员，根据公司《董事会战略委员会议事规则》，战略委员会主要职责权限为：对本公司经营目标和中长期发展规划进行研究并提出审议意见；定期对本公司资本管理情况进行分析评估，对资本规划和资本补充计划进行研究并提出建议；对本公司重大股本权益性投资方案进行研究并提出建议；定期对本公司经营发展规划的实施情况和重大投资方案的执行情况进行检查、监督和评估；董事会授权的其他事宜。

2016年1月12日，公司进行董事会换届，公司第十一届董事会第一次会议审议通过了《关于选举董事会战略委员会委员的议案》，选举顿衡、陈宽余、范霖为董事会战略委员会委员。

2016年3月15日，公司独立董事范霖因个人原因，向公司董事会递交了辞职申请，辞去公司独立董事职务。2016年5月24日，公司召开第十一届董事会第四次会议选举刘业伟为董事会战略委员会委员。

2019年6月26日，公司进行董事会换届，公司第十二届董事会第一次会议审议通过了《关于选举董事会战略委员会委员的议案》，选举顿衡、陈宽余、孙文洁为董事会战略委员会委员。

截至本招股意向书签署日，公司董事会战略委员会委员共3名，分别为顿衡、陈宽余、孙文洁。

4、风险管理委员会

公司下设风险管理委员会，根据公司《董事会风险管理委员会议事规则》，风险管理委员会主要职责为：研究并提出公司的风险管理制度建议；对公司在资金支付安全、结算、信贷、担保、重大资本运作等方面风险控制情况进行检查并提出建议；对公司风险状况、风险管理效率进行分析和评估；对经董事会审议决策的有关事项的实施进行监督；经董事会交办的其他事宜。

2016年1月12日，公司进行董事会换届，公司第十一届董事会第一次会议审议通过了《关于选举董事会风险委员会委员的议案》，选举郑勇、孙鸣、李文婷为董事会风险管理委员会委员。

2019年6月26日，公司进行董事会换届，公司第十二届董事会第一次会议审议通过了《关于选举董事会风险委员会委员的议案》，选举郑勇、孙鸣、李文婷为董事会风险管理委员会委员。

截至本招股意向书签署日，公司董事会风险管理委员会委员共3名，分别为郑勇、孙鸣、李文婷。

自公司聘任各专门委员会以来，各专门委员会依照有关法律、法规和《公司章程》的规定，勤勉尽职地履行职权，依法对需要其发表意见的事项发表了意见，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极作用。

七、公司内部控制制度评价

（一）发行人运营数据完整性情况

保荐机构、申报会计师从发行人系统中查看了关键数据日志，对运营数据的完整性进行核查，结果如下：

发行人当前业务系统数据库日志，除MAC地址等硬件信息存在部分缺失外，其余测试中未发现数据伪造、变造、删除系统数据或系统日志的情况。发行人系统记录了2016年12月以后的客户硬件信息，对于之前的硬件信息未作记录。对于发行人而言，客户MAC地址等硬件信息并非直接影响财务数据的关键信息，行业内对硬件信息指标运营数据分析的目的主要在于防止盗版、客户设备唯一识别等。发行人的产品客户使用ID+密码方式登录，允许客户在不同的使用环境下登录使用产品（但不允许同时登录使用），因此对客户硬件信息唯一性敏感度较低。因此发行人自2016年12月起开始主动记录客户登录的MAC地址等硬件信息。尽管如此，由于发行人付费客户相对活跃度较高，上述信息仍可覆盖发行人报告期内较大比例的付费客户。

保荐机构、申报会计师认为该情况仍可保证财务报表可靠性，不构成原始凭证遗失，该情况不表明发行人内部控制制度存在重大缺陷。

（二）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评价

公司已经根据基本规范、评价指引及其他相关法律法规的要求，对公司截至2019年6月30日的内部控制设计与运行的有效性进行了自我评价，结论如下：

报告期内，公司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。

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。

内部控制应当与公司经营规模、业务范围、竞争状况和风险水平等相适应，并随着情况的变化及时加以调整。2019年公司将实施内部控制持续改进，进一步优化内部控制流程，健全风险管理与内部控制体系，继续完善内部控制制度，规范内部控制制度执行，强化内部控制监督检查，促进公司健康、可持续发展。

（三）注册会计师对公司内部控制制度的鉴证意见

致同所已于2019年8月5日出具“致同专字（2019）第110ZA6131”《内部控制

鉴证报告》，确认发行人公司于2019年6月30日在所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》建立的与财务报表相关的内部控制。

八、公司最近三年违法违规情况

公司严格遵守国家有关法律法规，报告期内不存在重大违法违规行为，不存在被工商、税务、质检、环保等国家行政及行业主管部门重大处罚的情况。

九、公司最近三年资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用情况，及为其担保的情况

截至本招股意向书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，不存在为公司控股股东、实际控制人及其所控制的其他企业提供担保的情况。

十、公司资金管理、对外投资、对外担保事项制度及最近三年的执行情况

（一）资金管理制度及执行情况

根据公司《资金管理制度》，公司对于现金管理、银行账户管理、其他货币资金管理、银行贷款管理、备用金借款管理、现金盘点与银行对账管理、往来款项管理、银行票据管理、网上银行管理、财务印章管理以及费用报销管理等事项的决策权限和程序作了明确规定，建立了完善的资金管理制度。

报告期内，公司的各项资金活动均履行了相应的决策程序，公司不存在违反相关法律、法规及《公司章程》、《资金管理制度》相关规定的情形，公司的资金管理制度执行情况良好。

（二）对外投资管理制度及执行情况

根据公司《对外投资管理制度》，公司对外投资交易事项达到以下标准之一的：（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主管业务收入占公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的50%以上，且绝对金额超过3,000万元；（3）交易标的（如

股权)在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的50%以上,且绝对金额超过3,000万元;(4)交易的成交金额(含承担债务和费用)占公司最近一期经审计净资产的50%以上,且绝对金额超过3,000万元;(5)交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计的净利润的50%以上,且绝对金额超过3,000万元;公司在提交董事会审议通过后,还应当提交股东大会审议批准后,方可实施。未达到上述标准的对外投资交易事项由公司总经理向董事会提出议案,由董事会进行审议批准。

报告期内,公司的各项对外投资活动均履行了相应的决策程序,公司不存在违反相关法律、法规及《公司章程》、《对外投资管理制度》相关规定的情形,公司的《对外投资管理制度》执行情况良好。

(三) 对外担保管理制度及执行情况

根据公司《对外担保管理制度》,公司可以为具有独立法人资格和较强偿债能力且满足下列条件之一的单位提供担保:(1)因公司业务需要的互保单位;(2)与公司有现实或潜在重要业务关系的单位,除上述条件外公司认为需要发展与其业务往来和合作关系的申请担保人(包括单位和个人),担保风险较小的,经公司董事会或股东大会同意,公司可以为其提供担保。

公司下列对外担保行为,必须经董事会审议通过后提交股东大会审议通过后实施:(1)单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产10%的担保;(2)公司及其控股子公司的对外担保总额,达到或超过公司最近一期经审计净资产50%以后提供的任何担保;(3)为资产负债率超过70%的担保对象提供的担保;(4)连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的30%;(5)连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的50%且绝对金额超过5,000万元;(6)对股东、实际控制人及其关联人提供的担保。上述情形以外的其他对外担保,由公司董事会审议批准后实施。

报告期内,公司严格履行了上述关于对外担保的各项规定,公司不存在违反相关法律、法规及《公司章程》、《对外担保管理制度》相关规定的情形,公司《对外担保管理制度》执行情况良好。

十一、投资者权益保护情况

为切实保护投资者特别是中小投资者的合法权益、完善公司治理结构，公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所上市公司投资者关系工作指引》等法律法规的规定，建立了完善的投资者权益保护制度并严格执行，真实、准确、完整、及时地报送和披露信息，积极合理地实施利润分配政策，保证投资者依法获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等方面的权利。

（一）保障投资者依法获取公司信息的措施

为有效保障投资者获取公司信息的权利，公司按照相关法律、法规的规定，在《公司章程》及《信息披露管理制度》中对信息披露事项作出规定。

《公司章程》对股东查阅章程、股东名称、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、财务会计报告等公司信息的权利作出明确规定。公司《公司章程》、《股东大会议事规则》、《投资者关系管理制度》以及《信息披露管理制度》，对公司股东的权利，股东大会的召集、召开、表决程序以及提案等议事规则，投资者关系管理，促进交流与沟通的方式，信息披露标准、程序等进行了详细的规定。

（二）保障投资者依法享有资产收益的措施

根据《公司法》及上市后适用的《公司章程（草案）》，公司股东享有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的权利。

公司利润分配具体情况请见本招股意向书“第九节 财务会计信息与管理层分析/十六、报告期内实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策”部分。

（三）保障投资者依法参与重大决策和依法选择管理者的措施

根据《公司法》及上市后适用的《公司章程（草案）》，投资者享有参与公司重大决策和选择管理者的权利，包括依法请求、召集、主持、参与或委派股东代理人参与股东大会，并行使相应的表决权。此外，《公司章程（草案）》中还规定了采用网络投票表决等方式对相关事项采取召开股东大会进行审议表决的相关事项，充分保障了投资者特别是中小投资者参与公司重大决策的权利。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告。投资者欲对公司进行更详细的了解，应当认真阅读财务报告及审计报告全文。

一、合并财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动资产：				
货币资金	929,562,747	698,707,515	510,667,718	528,075,798
交易性金融资产	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	168,500
应收票据	-	-	-	-
应收账款	4,787,154	3,083,772	2,919,293	3,394,220
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	10,777,835	4,827,127	4,808,008	6,227,198
其他应收款	20,930,464	1,034,497	5,040,341	10,449,345
其中：应收利息	-	-	7,792	499
应收股利	-	-	-	-
存货	463,850	514,662	499,463	-
持有待售的资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	33,042,999	31,014,449	33,470,583	21,717,227
流动资产合计	999,565,049	739,182,022	557,405,406	570,032,288
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
其他权益工具投资	-	-	-	-

其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	345,209,629	352,537,537	363,523,870	13,765,252
在建工程	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	3,065,167	4,207,597	6,692,369	9,090,837
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	4,652,398	5,353,867	6,014,770	3,356,074
递延所得税资产	11,712,786	19,875,568	29,637,735	26,232,215
其他非流动资产	616,853	2,084,905	13,742,977	165,222,690
非流动资产合计	365,256,833	384,059,474	419,611,721	217,667,068
资产总计	1,364,821,882	1,123,241,496	977,017,127	787,699,356
流动负债：				
短期借款	30,000,000	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	27,969,425	54,613,590	39,398,883	58,426,635
预收款项	415,480,758	332,486,687	337,237,646	296,909,514
应付职工薪酬	69,274,864	48,325,998	38,809,007	29,190,066
应交税费	43,935,734	9,682,741	15,116,429	12,004,373
其他应付款	8,493,259	5,879,676	5,650,796	4,510,617
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	9,787	9,787	9,787	9,787
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	595,154,040	450,988,692	436,212,761	401,041,205
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-

预计负债		-	-	-
递延收益	2,818,471	2,868,355	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	2,818,471	2,868,355	-	-
负债合计	597,972,511	453,857,047	436,212,761	401,041,205
股本	348,099,999	348,099,999	348,099,999	218,619,800
资本公积	12,169,318	12,169,318	12,169,318	12,169,318
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	47,601,978	47,595,153	33,847,765	19,563,703
未分配利润	358,978,076	261,519,979	147,402,195	136,793,490
归属于母公司股东权益合计	766,849,371	669,384,449	541,519,277	387,146,311
少数股东权益	-	-	-714,911	-488,160
股东权益合计	766,849,371	669,384,449	540,804,366	386,658,151
负债和股东权益总计	1,364,821,882	1,123,241,496	977,017,127	787,699,356

（二）合并利润表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
一、营业收入	363,969,130	577,695,680	669,098,740	571,265,331
减：营业成本	42,377,625	84,074,276	77,920,972	64,060,962
税金及附加	6,513,548	8,156,754	7,322,276	6,862,649
销售费用	162,833,460	263,471,317	352,008,423	276,175,974
管理费用	23,846,848	45,780,357	49,307,484	38,954,537
研发费用	34,040,187	43,442,678	32,208,322	47,302,132
财务费用	-1,334,329	-367,856	873,508	322,665
其中：利息费用		-	-	-
利息收入	3,843,878	2,462,583	708,570	1,057,658
加：其他收益	20,770,277	3,898,151	9,799,152	58,481
投资收益(损失以“-”号填列)	7,245,672	20,966,369	17,891,869	18,503,738
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-

净敞口套期收益(损失以“-”号填列)	-	-	-	-
公允价值变动收益(损失以“-”号填列)	-	-	15,000	-6,104
信用减值损失(损失以“-”号填列)	-313,325	-	-	-
资产减值损失(损失以“-”号填列)	-	-30,083	-776,242	-44,614
资产处置收益(损失以“-”号填列)	-	-60,056	-264,171	4,349,027
二、营业利润(损失以“-”号填列)	123,394,415	157,912,535	176,123,363	160,446,940
加：营业外收入	10,170	2,222	88,653	7,613,786
减：营业外支出	61,045	1,735,100	6,441	24,444
三、利润总额(损失以“-”号填列)	123,343,540	156,179,657	176,205,575	168,036,282
减：所得税费用	25,991,904	29,220,297	22,759,359	24,459,830
四、净利润(损失以“-”号填列)	97,351,636	126,959,360	153,446,216	143,576,452
(一) 按经营持续性分类				
其中：持续经营净利润（净亏损“-”号填列）	97,351,636	126,959,360	153,446,216	143,576,452
终止经营净利润（净亏损“-”号填列）	-	-	-	-
(二) 按所有权归属分类				
其中：少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-905,812	-1,374,860	-1,090,929
归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	97,351,636	127,865,172	154,821,076	144,667,381
归属于母公司非经常性损益	6,625,399	17,759,626	18,312,264	19,860,026
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	90,726,237	110,105,546	136,508,812	124,807,355
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
(一) 归属于母公司股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
1、以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-

2、以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
(二) 归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	97,351,636	126,959,360	153,446,216	143,576,452
归属于母公司股东的综合收益总额	97,351,636	127,865,172	154,821,076	144,667,381
归属于少数股东的综合收益总额	-	-905,812	-1,374,860	-1,090,929
七、每股收益				
(一) 基本每股收益	0.28	0.37	0.44	0.42
(二) 稀释每股收益	0.28	0.37	0.44	0.42

(三) 合并现金流量表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016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	475,372,505	599,146,386	710,293,787	654,051,882
收到的税费返还	301,428	6,474,851	7,259,408	3,160,168
收到其他与经营活动有关的现金	4,756,206	11,192,366	6,043,261	1,429,894
经营活动现金流入小计	480,430,139	616,813,603	723,596,456	658,641,944
购买商品、接受劳务支付的现金	22,299,596	42,914,677	38,456,685	31,424,159
支付给职工以及为职工支付的现金	104,986,170	214,986,915	231,093,602	195,214,328
支付的各项税费	17,645,398	43,531,700	66,468,900	78,484,502
支付其他与经营活动有关的现金	139,485,575	146,165,390	217,033,071	174,964,902
经营活动现金流出小计	284,416,739	447,598,682	553,052,258	480,087,891
经营活动产生的现金流量净额	196,013,400	169,214,921	170,544,198	178,554,053
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	1,503,795,672	2,953,192,385	3,976,673,765	2,558,478,641
取得投资收益收到的现金	-	-	148,500	27,535
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	43,999	20,600	16,746,020
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-

收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	1,503,795,672	2,953,236,384	3,976,842,865	2,575,252,196
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	807,676	10,934,116	209,737,156	9,577,661
投资支付的现金	1,496,550,000	2,923,250,000	3,957,997,086	2,538,284,004
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	116,928	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	480,000	245,286	1,903,350	166,547,856
投资活动现金流出小计	1,497,954,604	2,934,429,402	4,169,637,592	2,714,409,521
投资活动产生的现金流量净额	5,841,068	18,806,982	-192,794,727	-139,157,325
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	28,999,600	-	700,000	-
筹资活动现金流入小计	28,999,600	-	700,000	-
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	-	-
其中：子公司支付少数股东的现金股利	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	30,000,000	-	868,025	-
其中：子公司减资支付给少数股东的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	30,000,000	-	868,025	-
筹资活动产生的现金流量净额	-1,000,400	-	-168,025	-
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	200,854,068	188,021,903	-22,418,554	39,396,728
加：期初现金及现金等价物余额	692,676,588	504,654,685	527,073,239	487,676,511

六、期末现金及现金等价物余额	893,530,656	692,676,588	504,654,685	527,073,239
----------------	-------------	-------------	-------------	-------------

二、注册会计师审计意见

致同所已审计了公司 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 6 月 30 日的财务状况以及 2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月的利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注，并出具了“致同审字（2019）第 110ZA9130 号”标准无保留意见的《审计报告》。

三、财务报表编制基础、合并报表范围及其变动情况

（一）财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的企业会计准则及其应用指南、解释及其他有关规定（统称“企业会计准则”）进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

（二）合并报表范围及其变动情况

公司合并财务报表的合并范围以控制为基础加以确定。

1、报告期合并财务报表子公司情况

子公司名称	注册资本	持股比例		取得方式
		直接	间接	
天一星辰	1,000 万元	100%	-	同一控制下企业合并
上海及时雨	1,000 万元	100%	-	设立
上海指南针	6,000 万元	100%	-	设立
广州指南针	1,000 万元	99%	1%	设立
指南针保险	5,000 万元	100%	-	设立
驼峰科技	333 万元	-	50.15%	设立
指南针技术	1,000 万元	100%	-	设立
康帕思商务	3,000 万元	100%	-	设立
指南针信息	10,000 万元	100%	-	设立
指北针商务	1,000 万元	-	100%	设立
博赢实业	1,500 万元	-	100%	收购
畅联天地	1,000 万元	-	100%	收购

注：1、广州指南针已于 2018 年 6 月 27 日完成注销。

2、驼峰科技已于 2018 年 12 月 10 日完成对外转让。

3、创风互娱系指南针信息于 2019 年 7 月完成收购，报告期内未纳入合并报表范围。

2、报告期内合并财务报表范围变化情况

发生变更公司名称	增加或减少至合并报表	变更原因
康帕思商务	增加	新设
指南针技术	增加	新设
指南针信息	增加	新设
驼峰科技	减少	对外转让
指北针商务	增加	新设
广州指南针	减少	注销
博赢实业	增加	收购
畅联天地	增加	收购

四、影响损益的主要因素及对业绩变动有预示作用的财务或非财务指标分析

公司经营业绩的主要影响因素包括终端用户的产品购买需求、产品销售价格和公司金融信息服务产品的开发和完善等情况，其中前两者直接影响公司营业收入金额。终端用户的购买需求主要与我国证券市场投资者的人口基数、增长情况以及证券市场的交易活跃程度等指标紧密相关。报告期内公司主要产品的销售价格是产品独创性和优质服务的综合体现，与公司多年来一直专注于证券资讯产品开发、深刻洞悉客户需求密切相关。公司产品的开发和完善则与公司现有产品的优化升级和新产品开拓有直接联系，对于公司巩固和扩大竞争优势具有重要意义，是公司未来经营业绩的重要保障和支撑。

公司的核心财务指标主要包括毛利率、期间费用率及销售净利率等。毛利率和期间费用率直接决定了公司的利润水平，对公司的最终经营成果销售净利率具有决定性影响。

五、审计截止日后主要经营状况

本次财务报告的审计基准日为 2019 年 6 月 30 日。审计基准日后，公司经营模式、主要客户群体及供应商等保持稳定，主要产品销售价格、主要核心业务人员及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化。

公司预计 2019 年 1-9 月营业收入区间为 45,100 万元至 55,100 万元，相比上

年同期增长 2.06%至 24.69%，归属于母公司股东的净利润区间为 10,600 万元至 13,000 万元，相比上年同期增 5.06%至 28.85%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润区间为 9,750 万元至 12,150 万元，相比上年同期增长 11.23%至 38.61%。

六、主要会计政策和会计估计

（一）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下的企业合并

对于同一控制下的企业合并，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，除因会计政策不同而进行的调整以外，按合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。发行股份面值总额与合并中取得的净资产账面价值的差额调整资本公积（股本溢价），资本公积（股本溢价）不足冲减的，调整留存收益。

通过多次交易分步实现同一控制下的企业合并，在个别财务报表中，以合并日持股比例计算的合并日应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为该项投资的初始投资成本；初始投资成本与合并前持有投资的账面价值加上合并日新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积（股本溢价）不足冲减的，调整留存收益。

通过多次交易分步实现同一控制下的企业合并，在合并财务报表中，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，除因会计政策不同而进行的调整以外，按合并日在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量；合并前持有投资的账面价值加上合并日新支付对价的账面价值之和，与合并中取得的净资产账面价值的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积（股本溢价）不足冲减的，调整留存收益。合并方在取得被合并方控制权之前持有的长期股权投资，在取得原股权之日与合并方与被合并方同处于同一方最终控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益和其他所有者权益变动，应分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

2、非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为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。在购买日，取得的被购买方的资产、负债及或有负债按公允价值确认。

对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉，按成本扣除累计减值准备进行后续计量；对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后计入当期损益。

通过多次交易分步实现非同一控制下的企业合并，在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本。购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，购买日对这部分其他综合收益不作处理，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在处置该项投资时转入处置期间的当期损益。购买日之前持有的股权投资采用公允价值计量的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

通过多次交易分步实现非同一控制下的企业合并，在合并财务报表中，合并成本为购买日支付的对价与购买日之前已经持有的被购买方的股权在购买日的公允价值之和。对于购买日之前已经持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值之间的差额计入当期收益；购买日之前已经持有的被购买方的股权涉及其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日当期收益，由于被投资方重新计量设定收益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

3、企业合并中有关交易费用的处理

为进行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。作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

(二) 收入确认原则及具体方法

1、一般原则

(1) 销售商品

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，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，确认商品销售收入的实现。

(2) 提供劳务

对在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，本公司于资产负债表日按完工百分比法确认收入。劳务交易的完工进度按已经发生的劳务成本占估计总成本的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：

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

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

(3) 让渡资产使用权

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时，公司确认收入。

2、收入确认的具体方法

(1) 金融信息服务业务

发行人金融信息服务包括金融资讯及数据 PC 终端服务。发行人在提供金融资讯和数据服务前向客户收取全部款项，向客户收取的款项包括软件产品费用和后续运行服务费。发行人收取的软件产品费用，在客户获得软件授权时确认收入，收取的后续运行服务费，在提供服务的期间内分期确认收入。

报告期内，发行人金融信息服务业务的付费产品主要包括私享家版、先锋版、博弈版等全赢系列产品，发行人与客户在销售合同中明确约定了软件产品提供的

服务内容以及软件产品收入金额，并约定产品使用费用的构成比例为：软件产品费用比例占 60%，后续运行服务费比例占 40%。

2019 年 5 月发行人推出了财富掌门系列新产品，该系列产品独立于发行人已有的全赢系列产品，其在功能上偏重于风险控制，产品设计目标是为自身客户提供有效的风险控制工具，系发行人推出的同类型全新产品，其各版本的定价方式如下：

版本名称	销售价格
财富掌门标准版	20,000 元（含一年服务费 1,200 元）
财富掌门高级版	50,000 元（含一年服务费 1,800 元）

发行人与客户签订的有关财富掌门产品《证券分析软件用户服务协议》中明确约定，财富掌门系列产品包含独立的各版本软件和发行人提供的持续服务，软件和服务分别定价，其中软件价款在确认收入后不予退还。

（2）广告服务业务

① 广告服务收入的具体确认方法

发行人通过官方网站为客户提供网络广告服务，对客户的服务和业务进行宣传推广。发行人在广告服务已经提供，服务金额经双方确认、并按照约定的结算方式分月收取服务款或取得收取服务款权利时，确认广告服务费收入的实现。

为促进与证券公司的合作成果，发行人在开展广告费服务过程中向用户推出“开户换积分”等促销活动，客户使用积分的方式包括冲抵购买的金融信息服务产品价款等，其实质属于对证券公司广告业务的促销行为，是发行人提供广告服务过程中发生的促销费用，因此发行人应将其计入销售费用。

② 发行人广告服务收入确认方法符合企业会计准则关于客户忠诚度计划的相关要求

企业会计准则提到的积分奖励指的是企业在销售产品或提供劳务的同时授予客户的奖励积分，而发行人广告服务业务中的积分计划与企业会计准则提到的积分奖励模式不同。发行人广告服务业务中积分的产生与发行人金融信息服务产品的销售和服务没有必然的联系，彼此发生的时点和条件完全不同。发行人积分计划中的积分，只授予发行人金融信息服务产品的收费客户，即对任一特定客户而言，发行人金融信息服务产品的销售和服务先于其积分的产生，而发行人积分

的授予与该客户是否响应发行人积分计划的对应行为有关，与金融信息产品本身的销售和服务无关。因此，发行人不应将授予客户的积分奖励费用作为其收入的抵减项，而应该作为发行人提供服务过程中发生的促销费用，将其全额计入销售费用。

综上，发行人积分计划（包括“开户换积分”）等促销活动，与企业会计准则关于客户忠诚度计划的积分奖励模式并不一致，不适用该等准则规定。

（3）保险经纪服务收入确认的具体方法

①保险经纪服务收入的具体确认方法

发行人为投保人与客户订立保险合同提供中介服务，协助投保人投保客户保险产品，并按照合同约定收取经纪费用。发行人在中介服务已经提供，服务金额经双方确认、并按照约定的结算方式收取中介服务费或取得收取服务款权利时，确认保险经纪收入的实现。具体确认方法为：发行人为泰康人寿、华夏人寿提供的保险经纪业务，在双方按照每月保险经纪客户投保产品的类型、约定的佣金比率和奖励条款等进行确认的基础上，分月确认保险经纪收入。

②保险经纪服务收入的确认方法符合企业会计准则要求

经核查，发行人保险经纪业务收入的确认方法符合企业会计准则关于提供劳务收入确认的规定。

③发行人与开展保险经纪业务的结算方式与结算标准

A、结算方式：

投保人的保费直接交于保险公司，发行人与合作的保险公司进行佣金结算，具体结算方式如下：

泰康人寿：每月结束后 3 个工作日内向发行人提供上月的“佣金结算表”，如发行人对佣金明细和金额有异议，双方在 2 日内协商解决，如果没有异议，发行人根据双方确认的佣金明细及金额开立保险中介服务统一发票给泰康人寿，泰康人寿应于每月结束后 10 个工作日内将上月佣金支付给发行人，遇有发行人业务量大，双方无法在上述时间完成结算的，泰康人寿可以先行支付发行人佣金，以多退少补方式在下月佣金中对上月佣金予以结算。

华夏人寿：每月初 10 个工作日内华夏人寿将上月经纪费结算表发放发行人确认，如发行人就经纪费用的明细和金额有异议，双方应协商在 2 日内解决，如发行人无异议，双方应在 5 个工作日内就表内数据达成一致并向华夏人寿提供有

效的服务费发票，华夏人寿收到发票后 15 个工作日之内向发行人付清相应款项。

B、结算标准：

泰康人寿：佣金由 4 部分组成，包括首年佣金（分险种、缴费年期确定不同的首年佣金率）、标准业务平台及激励奖励（按月度保费业绩以及奖励率确定计算奖励佣金）、续保佣金（5 年以上产品按照确定的续保佣金率计算续保佣金）以及续保考核奖励（按照细则计算续保考核奖励）。

报告期内，发行人与泰康人寿合作的保险产品：康顺 B；缴费期限 10 年；首年佣金比率为 60%。

华夏人寿：发行人客户购买合作产品的首个保单年度，华夏人寿每月按照客户在上个月生效保单的首年年化净承保保费的 80% 向发行人支付经纪费。设置第 13 个月续保率为调整指标，指标值为 77%，若第 13 个月续保率连续 3 个月低于指标值，华夏人寿有权重新调整项目合作条件。

报告期内，发行人与华夏人寿合作的保险产品①华夏常青树重大疾病保险（2015）：交费期限为 10 年、15 年、20 年；缴费方式为年交；首年佣金比率为 80%，②华夏贴心宝综合意外保障计划（一年期消费型意外险，同时赠送华夏自由行公共交通意外伤害保险、华夏自由行自驾车意外伤害保险）：首年佣金比率为 40%。

3、发行人金融信息服务内容明确区分为两部分的合理性及其必要性

（1）根据销售合同约定，发行人软件产品和后续服务可明确区分，与“终端工具软件+数据信息传输”业务实质相一致

①销售合同明确约定了软件产品和后续服务的具体内容、价款及权利义务，具有完全法律效力

根据发行人与客户签署的现行销售合同，全赢系列产品销售合同中关于软件产品和后续服务的相关约定如下：

项 目	具体内容	价格	权利义务
软件产品	软件终端的下载、安装，历史数据、专有模型的授予和本地化下载。	总价款 60%，软件产品价款	除公司承诺的 5 个工作日内（协议生效之日起计算）无理由退货外，任何情况下不予退货退款。

后续服务	数据提供、技术支持、 客服支持等，核心为数 据提供。	总价款 40%， 预收的一定期 限服务费	根据剩余服务期限折算未使用完 毕服务款项，据此进行退货结算或 折抵重新购买产品价款。
------	----------------------------------	----------------------------	--

发行人在过往销售合同中共同对软件产品销售和后续服务两个履约义务进行了约定，与同行业部分公司对软件销售和后续服务单独进行合同约定并分别计价收费有所不同。发行人采取了软件销售时一次性预收三年或四年服务费，且不鼓励到期后续费使用的销售模式，基于操作方便因而在产品销售时签署一份合同并一次性预收全部款项。

发行人将软件产品销售和后续服务集中于一个协议中，但分别对两项履约义务的具体内容、价款、权利义务、履约义务的起始和终止时点等作出了明确约定，合同条款完备，约定清晰，与分别签署两个协议完全具有同样法律效力。为使协议签署和收款方式与收入确认对应关系更加清晰、直接，发行人已逐步对全部版本产品销售合同进行以下两项调整：

A、经法律顾问协助，发行人拆分和制定了单独的软件销售协议和后续服务协议，各版本软件产品及后续服务价格分别根据报告期一贯执行价格统一折算为确定金额而非收款比例来标识价格和收费，同时进行相关业务制度和流程匹配调整（包括人员培训以及升级业务操作系统），针对新付费客户全面实施单独协议和独立计价收费（上述调整已于 2018 年底全部完成）；

B、在新的单独服务协议中，发行人支持付费用户在所购版本产品到期后通过续费方式继续正常使用原版本产品，同时维持历史版本产品不免费升级为迭代新版本的销售政策（即客户如想获得迭代后新版本的功能仍需购买新版本产品），从而使得交易双方的权利义务更加完整。在新续费使用模式下，客户到期后既可以选择重新购买新版本产品也可以选择续费继续使用老版本产品（发行人 2019 年“财富掌门”系列新产品的合同约定即是上述调整的体现。发行人“全赢”系列产品将陆续逐步调整实施）。

发行人支持客户续费使用的调整赋予客户一个新的选择权，主要是为了进一步完善销售模式与收入确认的对应关系，同时与同行业主要公司商业条款进一步可比和一致，对发行人现有业务开展无重大影响和改变。

②销售合同约定的软件产品和后续服务履约义务划分,符合“终端工具软件+数据信息传输”的业务实质,与发行人实际业务开展的两阶段过程相吻合

发行人实际业务人员的工作投入集中于售前的客户体验阶段以及售后产品初次安装使用这一阶段;在客户后续的持续使用期间,除必要数据更新外,发行人并不向客户提供除软件本身信息之外的其它咨询服务,相关客服服务和技术支持等工作量占比也极少,主要为保持良好使用体验针对客户提出的问题和需求进行解答、支持。因此从业务实施角度看,发行人软件产品销售阶段与后续数据服务阶段可明显区分。

③发行人销售合同约定的后续数据服务均系公开市场可获得数据,发行人业务的核心价值在于软件工具多层次分析功能及支持自定制策略指标和评测

发行人软件工具基于公开数据服务向客户提供分析功能,公开数据具备公开性和客观性,发行人自身并不生产数据,只是转发相关数据给客户。发行人软件能对对新数据进行分析处理,同时也能够满足对历史数据的深度分析和加工,尤其是支持客户自定策略指标并完成策略多维度评测的核心功能。除必要反盗版措施外,发行人近乎全部数据完全实现用户本地化存储和使用的功能。发行人业务核心为销售软件,软件产品具有典型的商品属性和使用价值,客户可以从发行人软件工具中单独获益。

(2) 发行人软件产品与数据服务对应的收入和成本能够明确划分和计量

①发行人软件产品与数据服务对应的收入根据协议约定可明确划分

根据发行人金融信息服务业务实质以及与销售合同的约定,发行人向客户销售的特定期限软件版本的价款由软件产品销售和后续维护运行费构成,具体如下:

A、软件产品销售涵盖的内容包括软件产品下载安装,功能开通,专业数据、专有模型等的一次性授权,除公司承诺的5个工作日内(自协议生效之日起计算)无理由退货的情形外,软件产品销售在任何情况下不予退还;

B、后续维护运行费涵盖的服务内容包括证券行情数据提供服务、客服支持服务、技术开发和支持服务等;

C、全赢系列产品的软件产品费用占用户支付价款的60%,后续运行服务费

占用户支付价款的 40%。

②软件产品销售和后续服务交易价格分摊的公允性

现行收入准则未明确如何就合同金额进行交易价格分摊，但实务中企业仍然应当按照交易实质考虑收入确认金额是否公允。根据新收入准则第二十条、第二十一条的相关规定，发行人根据合同约定比例确定的软件产品销售价格稳定、报告期具有一致性，软件产品售价低于同行业公司同类产品水平，与竞争对手同类商品市场售价具有可比性，整体略低于同行业可比水平。根据合同约定比例划分软件产品售价，报告期内具有一贯性，软件产品销售和后续服务交易价格分摊公允。

③发行人软件产品销售与后续服务对应的营业成本可明确区分和计量

发行人的软件商品销售和后续维护运行服务成本按照直接成本和间接成本归集。直接成本，即能够直接对应软件商品销售和后续维护运行服务的成本项目，按项目归属划分；间接成本，即无法直接对应软件商品销售和后续维护运行服务的成本项目，发行人统一归集后，结合公司业务部门记录和财务核算分配至软件商品销售和后续维护运行服务。

发行人金融信息服务业务营业成本在软件产品销售与后续服务之间的划分标准列示如下：

序号	成本类别	主要内容	划分标准
1	人工成本	发行人根据业务需要，设置了合规部、回访部、售后部、技术保障部、软件功能讲解部等不同后台部门的职工薪酬。	由于该类部门开展工作主要形式是与客户的电话沟通，因而可以通过相关部门人员与客户的通话时长计量其软件产品销售和后续服务的工作量。发行人根据相关部门人员与客户通话时长占比确定该客户的人工成本，依据客户下单前后各 30 天相关部门人员的工作量占比确定软件产品销售人工成本，其余部分工作量对应的人工成本为后续服务成本。
2	数据信息费	发行人向上游供应商采购数据的成本，主要集中于沪深交易所信息公司。	发行人将数据信息费分为两大部分，和 Level-2 相关的成本和 Level-2 不相关的成本，其中和 Level-2 相关的成本按照归属客户划分，和 Level-2 不相关的成本根据每个月付费客户数量平均分配该部分成本。
3	服务器托管费	发行人为客户提供持续互联网	与后续服务相关，直接计入后续服务成本。

		数据传输所必须的数据专线费用, 机房建设、维护和托管费用, 以及互联网带宽使用费用	依据客户使用软件的时间长度分配该部分成本。
4	邮电通讯费	发行人客服人员的电话通讯费	依据客户下单前后各 30 天客服人员的通话时长占比确定软件产品销售邮电通讯成本, 其余部分通话时长对应的邮电通讯费为后续服务成本。
5	加密 UKey 费	用于软件产品授权开通和使用	直接归集为软件产品销售成本。
6	租赁及物业费	在购置自有房产之前租赁办公场所使用时, 归属于合规部、回访部、售后部、技术保障部、软件功能讲解部等不同后台部门的费用支出	按照人工成本划分比例归集软件产品销售和后续服务之间的成本。
7	折旧及摊销费	在购置自有房产之后, 归属于合规部、回访部、售后部、技术保障部、软件功能讲解部等不同后台部门的费用支出	按照人工成本划分比例归集软件产品销售和后续服务之间的成本。
8	其他费用	其他	与后续服务密切相关的小金额费用支出, 直接归集为后续服务成本。

发行人的软件产品销售成本和后续运行服务成本按照直接成本和间接成本归集, 其中人工成本、租赁及物业费、折旧及摊销费属于间接成本, 需要按照一定的标准在软件产品和服务之间进行划分。计入营业成本中的人工成本是合规部、回访部、售后部、技术保障部、软件功能讲解部等不同后台部门的人工成本, 其提供的服务全部与客户相关, 客户的通话时长代表其提供的价值, 故以其与客户的通话时长作为软件产品销售和后续维护运行服务成本划分的基础。除低端版本产品采取全年销售模式外, 发行人金融信息服务收入主要来自中高端产品, 而中高端产品的销售均采用集中销售的模式进行。发行人中高端产品单次集中销售的时间跨度通常在 40-50 天左右, 前期宣传和后期开通产品授权及用户使用培训的时间跨度通常在 10-20 天左右, 中高端产品单次集中销售的总时间跨度约为 60 天, 因此发行人选择以客户下单前后各 30 天通话时间占比来作为相关成本划分依据, 与实际销售周期相匹配。

发行人的信息系统能够记录所有与客户的通话信息, 并能够准确统计每一客户下单前后各 30 天的通话时长和非产品集中销售时的通话时长, 汇总形成软件产品销售成本和后续维护运行服务成本所对应的通话时长, 故发行人具备统计出

软件产品销售成本和后续维护运行服务成本所对应的通话时长的技术手段和工具。上述软件产品销售成本和后续维护运行服务成本的划分依据具备规范性，能够确保相关成本核算的准确性。

④ 发行人软件产品销售与后续服务营业成本的构成及变动情况

依据前述原则，报告期内发行人软件商品和后续运行服务营业成本的构成及变化如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年		2016年	
	软件成本	服务成本	软件成本	服务成本	软件成本	服务成本	软件成本	服务成本
人工成本	1,247.85	436.49	2,644.26	978.45	2,435.68	926.34	1,999.60	684.44
数据信息费	-	1,476.53	-	2,641.78	-	2,076.50	-	1,264.57
服务器托管费	-	416.64	-	785.66	-	701.68	-	572.53
邮电通讯费	79.35	145.93	202.18	343.54	275.31	408.87	463.65	636.41
加密 UKey 费	5.08	-	49.98	-	78.43	-	-	-
租赁及物业费	72.55	25.38	138.26	51.16	364.12	138.48	315.31	107.93
折旧及摊销费	99.67	34.87	194.70	72.05	-	-	-	-
其他费用	-	20.83	-	44.62	-	4.33	-	-
合计	1,504.51	2,556.66	3,229.38	4,917.26	3,153.54	4,256.20	2,778.56	3,265.88

2017 年发行人软件产品和后续服务分摊的人工成本、租赁及物业费、折旧及摊销费比例为 2.63:1，低于 2016 年和 2018 年，主要原因为：2017 年发行人私享家版产品销售活动中对老用户给予一定优惠政策，因此存量用户再次购买的人数较多，当期私享家版本销售收入中存量客户收入占比达到 55.16%，而 2016 年、2018 年这一比例分别为 14.30%、17.90%。由于该等客户对于私享家版本产品的使用已经较为熟悉，同时对该产品较为认可，发行人销售客服人员在产品宣传、功能介绍及后期开同授权、使用培训方面所需时间会相对较少，进而导致 2017 年该比例低于 2016 年和 2018 年。

2016 年和 2018 年发行人私享家版产品销售收入中存量客户再次购买的收入占比较为接近，但 2016 年软件产品和后续服务分摊的人工成本、租赁及物业费、折旧及摊销费比例为 2.92:1，高于 2018 年的 2.70:1，主要原因为 2016 年发行人进行了四次先锋版集中销售活动，当期先锋版与私享家版产品销量之比达 3.41，大幅高于 2017 年和 2018 年的 1.02 和 1.22。由于先锋版产品的目标客户为博弈

版用户，而私享家版产品的目标客户为先锋版用户，先锋版的目标客户基数大幅高于私享家版，因此发行人销售客服人员在先锋版产品前期推广时所需花费的时间会相对更高，进而导致软件产品和后续服务分摊的人工成本、租赁及物业费、折旧及摊销费比例较大。

2016年至2018年间，发行人后续服务成本占比呈现逐年提高的趋势，主要系数据信息费增长所致，具备合理性。发行人服务成本中数据信息费的成本占比最高。数据信息费是发行人向上游供应商采购数据信息的成本，主要包括基础数据和Level-2行情信息两类，其中Level-2行情信息使费用是数据信息费的主要构成。由于数据信息费仅与用户的后续数据服务相关，因此全部归集到了后续服务成本中。根据发行人与上证信息公司、深证信息公司签订的Level-2行情信息采购合同，Level-2数据费用系需根据发行人客户月度实际使用终端的数量来测算并缴纳费用，因此发行人Level-2行情信息使用费会随用户人数增加而增长，进而导致发行人后续服务成本占比呈现增长趋势。

此外，发行人客户的软件免费体验阶段虽然也需要数据支持和使用服务器，但一方面免费产品不提供Level-2行情数据，另一方面免费产品用户生命周期较短，因此将数据信息费、服务器托管费全部计入后续服务成本对收入成本配比的影响较小。

⑤发行人报告期各期与业务经营相关的费用率水平较高，期间成本费用占销售回款比重接近60%比例，与软件产品对应收入划分比例接近

报告期内发行人各项期间费用的投入以持续的客户开发实现产品销售为业务核心。发行人通过广告投放以不断获取免费客户资源，并辅助以销售客服人员的主动营销引导免费客户转化为付费用户并持续进行产品升级，同时以产品功能的高速迭代吸引存量客户再次购买。

在上述业务模式特征下，发行人报告期的管理费用、销售费用和研发费用投入相对较高且均与客户开发紧密相关，而发行人后续运维服务则以营业成本中与后续服务相关的IDC费用、人工成本、邮电通讯费、数据信息费为主，后续运费服务相关的期间费用占比极小。

经计算，报告期内发行人软件产品销售所对应的成本和期间销售费用、管理

费用、研发费用之和占各期销售回款金额的比例分别为 59.66%、65.47%、64.26% 和 64.85%，累计回款比例在 60% 以上。由于销售费用、管理费用及研发费用近乎全部与软件产品销售相关，因此发行人将向客户收取款项的 60% 作为软件商品销售确认收入，与销售软件商品相关的成本及费用占销售收款的比例大致相当。

(3) 发行人金融信息服务收入确认政策符合会计准则要求

① 销售收款拆分为软件销售和提供后续服务两项履约义务符合现行会计准则规定，也符合新准则收入确认精神

根据现行收入准则第十五条相关规定：企业与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，应当将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理；销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，应当将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。发行人依据合同约定进行收入划分，销售商品部分和提供劳务部分能够区分和单独计量。

新收入准则第十条规定，企业向客户承诺的商品同时满足下列条件的，应当作为可明确区分商品：a) 客户能够从该商品本身或从该商品与其他易于获得资源一起使用中受益；b) 企业向客户转让该商品的承诺与合同中其他承诺可单独区分。下列情形通常表明企业向客户转让该商品的承诺与合同中其他承诺不可单独区分：a) 企业需提供重大的服务以将该商品与合同中承诺的其他商品整合成合同约定的组合产出转让给客户。b) 该商品将对合同中承诺的其他商品予以重大修改或定制。c) 该商品与合同中承诺的其他商品具有高度关联性。

对发行人产品销售拆分为软件销售和提供后续服务两项履约义务，主要基于以下因素：a) 销售合同对于软件销售和提供后续服务内容及金额划分的明确约定；b) 客户能够自软件单独受益，发行人软件工具具有各种成熟的专业分析模型和展示功能、历史数据库，其不仅能对新数据进行分析处理，也能够满足对历史数据的深度分析和加工，而且客户可以向第三方转让软件终端的使用权；c) 软件和服务之间不存在重大整合、重大的修改或定制、高度关联性，发行人软件包括专业算法模型，分析理论，数据归集、挖掘、整理、汇总、勾稽、聚合以及展示的功能，软件不仅能对新数据进行分析处理，也能够满足对历史数据的深度

分析和加工，客户基于该等历史数据进行的自制定策略指标及多维度评测具有极高使用价值，因此软件功能和后续提供的相关数据和服务之间不存在重大整合。虽然发行人客户在使用软件的过程中，不断更新补充必要的交易数据和市场数据等，但是，由于该等数据具备公开性和客观性，软件功能不会因为数据的更新而发生变化和修改，软件和数据之间不存在高度的关联。

因此，发行人该业务模式为销售商品（软件部分）和提供服务两项交易，应分别进行相应的收入确认，符合现行会计准则规定，也符合新准则收入确认精神。

②软件产品及后续服务销售符合现行收入准则规定

根据现行收入准则第四条规定，销售商品收入同时满足下列条件的，才能予以确认，结合发行人与客户签订的协议，逐条说明如下：

序号	内容	发行人说明
1	企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方	<p>风险转移：包括①软件产品不自动升级从而具有新版本新增功能，新产品升级功能使得原产品存在使用价值降低的风险；②发行人停业、解散、撤销、破产，或者被中国证监会撤销相关业务许可、责令停业整顿等原因导致不能履行职责的风险（证券分析软件用户服务协议第一部分风险揭示书第七节）；③发行人的投资顾问人员因离职、离岗等原因导致更换投资顾问服务人员并影响服务连续性的风险（证券分析软件用户服务协议第一部分风险揭示书第七节）；④发行人及其人员的道德风险（证券分析软件用户服务协议第一部分风险揭示书第七节）；⑤投资者自身原因导致软件工具、终端设备等使用不当或受到病毒入侵、黑客攻击等不良影响的风险（证券分析软件用户服务协议第一部分风险揭示书第九节）</p> <p>报酬转移：客户能够自软件持续使用或向第三方转让终端使用权而受益。</p>
2	企业既没有保留通常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	<p>发行人客户可以向第三方转让终端的使用权，客户凭用户名和密码登录软件是发行人客户适当性管理的一部分，并非与所有权相联系的继续管理权；用户产品到期后可以继续使用软件产品的历史数据及功能。</p>
3	收入的金额能够可靠地计量	<p>协议金额的 60%为软件产品价款</p>
4	相关的经济利益很可能流入企业	<p>预收款结算，在客户取得软件产品前一次性收取全部价款。</p>
5	相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量	<p>见前续“2、发行人软件产品与数据服务对应的收入和成本能够明确划分和计量，符合会计准则的规定”说明</p>

根据现行收入准则第十条规定，企业在资产负债表日提供劳务交易的结果能

够可靠估计的，应当采用完工百分比法确认提供劳务收入；第十一条规定提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件，结合发行人与客户签订的协议，逐条说明如下：

序号	内容	发行人说明
1	收入的金额能够可靠地计量	协议金额的 40% 为预收的特定使用期限服务款项
2	相关的经济利益很可能流入企业	预收款结算，在客户取得软件产品前一次性收取全部价款
3	交易的完工进度能够可靠地确定	依据服务期限线性确认
4	交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量	见前续“2、发行人软件产品与数据服务对应的收入和成本能够明确划分和计量，符合会计准则的规定”说明

③销售收款拆分为让渡资产使用权和提供后续服务两项履约义务符合会计准则规定

根据《企业会计准则第 14 号—收入》应用指南：“属于提供设备和其他有形资产的特许权费，在交付资产或转移资产所有权时确认收入；属于提供初始及后续服务的特许权费，在提供服务时确认收入。”

《证监会-2013 年上市公司年报会计监管报告》：对于销售自行研制开发的软件产品，并按合同约定提供免费维护或免费升级的服务，属于销售商品（实际上是让渡软件的终身使用权）同时提供劳务的销售模式，应尽量将维护与升级产品的服务收入进行区分，以单独确认提供服务收入。

发行人为客户开通授权后，完成了客户软件产品的许可使用，并提供了软件终端的下载、安装，历史数据、专有模型的授予和本地化下载服务，同时满足《企业会计准则第 14 号—收入》第十七条“让渡资产使用权收入确认条件：（一）相关的经济利益很可能流入企业（预收款结算）；（二）收入的金额能够可靠地计量（协议金额的 60%）”，故发行人在客户开通授权时按照让渡资产使用权一次性确认收入符合现行准则规定。

（4）发行人软件产品和后续服务履约义务的划分符合金融信息服务行业及软件行业类似业务上市公司通常做法，报告期内根据 60% 比例确定的软件产品价格具有一致性且低于同行业公司同类产品水平

①金融信息服务行业公司的商品和服务履约义务划分情况

截至目前，包括发行人在内从事金融数据信息业务的同行业可比公司其业务本质均为“终端工具软件+数据信息服务”模式，核心差别在于获客方式、产品功能及收费方式及数据存储方式等的不同。

同行业可比公司收入确认方面的差异主要与业务模式紧密相关，部分同行业公司通过云服务模式加工和存储数据信息，软件终端仅提供数据展示功能，其业务模式核心在于结构化数据的提供并体现为服务业务收入，因此未区分软件产品和服务两项收入；而发行人等同行其他企业则依托软件终端对公开数据进行加工、整理和展示，核心在于软件的使用功能，因此区分为软件产品和服务两项收入，具体说明如下：

发行人金融信息服务业务产品和服务的实质为通过软件产品的指标、模型和策略等功能模块，为用户投资决策提供辅助支持。发行人软件产品中集成了相关核心功能，除极少数反盗版措施外，数据均实现本地化下载、存储、整理和展示，软件核心功能均可以实现离线使用，客户在不享有后续服务情况下仍可单独使用软件产品相关技术指标和功能模块，并利用本地化存储的历史数据和信息继续运行。客户基于历史数据的使用可以对投资分析方法进行强化，从而为自身投资决策提供辅助支持并明显受益。因此，客户在仅获取软件产品但缺乏后续服务时仍能明显获益，能够支持发行人将软件产品和服务作为两个独立的履约义务。

②软件行业类似业务性质公司的软件产品升级再购买情况

发行人采用的新版本产品重新购买策略与部分软件行业公司类似，即不支持产品的跨版本升级，用户拟使用新版本产品只能通过重新购买的方式获得。

③发行人根据合同约定 60%比例确定的全赢系列软件产品销售价格稳定，报告期具有一致性，且低于同行业公司同类产品水平

发行人根据合同约定 60%比例确定的全赢系列软件产品销售价格稳定，报告期具有一致性。目前市场上存在区分软件产品和服务单独报价的同类产品，对比同行业可比公司核心产品的价格信息，发行人软件产品与后续服务价格 6:4 的划分比例整体低于市场同类产品，且软件产品售价整体低于市场同类产品价格水平，发行人不存在过高确认软件产品收入的情形。此外，发行人产品相对较低的定价水平是发行人出于市场竞争考虑，主动采取高性价比竞争策略的结果，定

价公允且具有可比性。

4、客户退款及发行人的会计处理情况

(1) 销售合同关于客户退款权利的约定及实际执行情况

发行人在对客户销售合同中明确约定了客户退款权利，具体内容如下：

项 目	退款相关的权利
软件产品	除公司承诺的5个工作日内（协议生效之日起计算）无理由退货外，任何情况下不予退货退款。
后续服务	根据剩余服务期限折算未使用完毕服务款项，据此进行退货结算或折抵重新购买产品价款。

发行人在合同条款明确了客户退款的权利，发行人按照合同约定保障客户退款权利，客户申请退款具有可行性，报告期内发行人未因退款与客户发生过诉讼纠纷，且历史数据显示退款占比极小。报告期内，发行人5个工作日内退货金额、比例情况列示如下：

单位：万元

项 目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
5个工作日内无忧退货金额	1,101.25	1,483.26	1,363.65	1,033.99
退货总额	1,580.37	2,657.71	2,542.43	1,656.87
金融信息服务业务销售回款	34,806.70	55,832.01	69,062.96	57,505.85
5个工作日内无忧退货金额占金融信息服务业务销售回款比例%	3.16	2.66	1.97	1.80
5个工作日内无忧退货金额占退货总额比例%	69.68	55.81	53.64	62.41

注：1、客户在下单后5个工作日内第一次提出退货申请，即视为一笔5个工作日内无忧退货，对应订单金额即计入“5个工作日内无忧退货金额”。由于退货需要发行人履行约定的内部控制流程和发行人客服挽留等因素，实际完成退货一般在一个月内完成；

2、部分客户在下单后5个工作日外提出退货申请，如发行人沟通挽留无效并决定退款的，该部分退款金额与5个工作日内无忧退货金额合计加总即为“退款总额”；

3、上表金融信息服务业务销售回款系“业务订单口径”数据。

报告期内，发行人5个工作日内无忧退货金额占金融信息服务业务销售回款比例分别为1.80%、1.97%、2.66%和3.16%；5个工作日内无忧退货金额占退货总额比例分别为62.41%、53.64%、55.81%和69.68%。

(2) 发行人对客户退款的会计处理

客户退款属于合同约定的5个工作日无理由退货情形的，发行人会向客户全

额退还款项，并全额冲减相应的预收账款和营业收入。客户在超过 5 个工作日后退款的，由于公司与客户在协议约定只能退后续运行服务费的结存部分，而该部分公司在预收账款核算，因此公司会对该等客户后续运行服务费的结存部分进行退还，并冲减相应金额的预收账款，对各报告期的收入和利润无影响。

5、当续购发行人产品无需进行初始化时，发行人的收入确认方法及其合理性

(1) 发行人出于“扬长避短”商业策略考虑，对于全赢系列产品不鼓励客户续费使用迭代更新的新产品模式，而采取所有客户到期（或未到期）重新购买新产品的业务模式，以充分发挥自身的产品开发比较优势

(2) 发行人全赢系列产品客户到期后重新购买的软件产品均为全新产品，发行人通过无差别的老新客户“体验式”使用销售模式实现销售，老客户亦具有相近的销售成本支出

(3) 全赢系列产品到期重新购买模式下对新老客户执行无差别销售政策和收入确认政策具备合理性。发行人核心产品为三年或四年的特定版本软件使用权，对新老客户购买均采用统一的体验式升级使用流程，客户开发流程和获客成本一致。重新购买模式下，老客户再次购买相比新客户初次购买，主要影响在于提高了高端客户的转化率（再次购买率），即老客户对公司产品有较高的认可度，销售成单率要高于新客户。因此，对于新老客户在不同年度购买的不同版本产品，产品均为包含部分全新内核和功能的版本，发行人均无差别对外进行销售，在收入确认上亦按照同样方式进行确认处理，符合业务实质。

(4) 发行人调整后的新服务协议合同支持客户所购版本产品到期后续费使用，续费金额均为服务费并按使用期限确认收入，不存在初始化确认软件产品销售收入的情形。在新的单独服务协议中，发行人支持付费用户在所购版本产品到期后通过续费方式继续正常使用原版本产品，同时维持历史版本产品不免费升级为迭代新版本的¹销售政策不变。客户产品到期后既可以选择重新购买更高级别版本产品或功能迭代升级后新版本产品，也可以继续缴纳服务费使用老版本产品，续费使用下不存在初始化和确认软件产品收入情形，全部收款金额均为服务费并按使用期限确认收入。

(5) 发行人 2019 年推出的“财富掌门”系列新产品采用新的收入确认方式，直接支持客户所购版本产品到期后可续交服务费继续使用，服务费按服务期限分期确认收入

6、发行人针对不同产品和不同的信息服务内容均按照 60:40 的固定划分比例的依据充分，能够与相关成本匹配，不同年限的产品采取同样的划分比例是谨慎的，不存在通过收入确认政策调节利润的情形

(1) 发行人针对全赢系列不同产品和不同的信息服务内容均按照 60%:40% 固定划分比例的依据

发行人全赢系列的核心产品统一按照 60%:40% 的固定比例划分，主要基于销售合同约定。基于管理上的一致性，发行人针对长周期的私享家及先锋版产品销售合同约定推广至全部产品类别。从划分比例结构来看，发行人私享家及先锋版产品的软件商品销售价格整体低于同行业公司类似产品的价格水平，不存在激进确认的情形。对于财富掌门系列新产品，由于发行人采用了新的收入确认方式，因此不存在按照 60%:40% 进行收入确认划分的问题。

通过分析公开市场信息，部分同行业公司亦存在付费用户升级至更高版本的“迁移”情形，其软件产品价款并不能抵扣或退回，因此从实际结果而言发行人按固定比例划分计价和确认收入与同行业公司根据软件和服务单独定价具有趋同的趋势，收入确认实质及结果具有一致性。

(2) 发行人全赢系列不同版本产品成本能够可靠计量，毛利率水平相对稳定，与收入确认较为匹配

发行人软件产品各年的毛利率整体稳定在 91%-94% 左右，后续服务业务的毛利率维持在 66% 至 75% 之间。除博弈版外，发行人全赢系列其他版本产品的毛利率同比相对稳定，并不因根据收款金额比例确定软件产品价格而呈现大幅波动的情形。

因此，发行人对全赢系列产品统一按照 60% 固定比例划分软件产品价格及其收入，与不同版本产品成本匹配，具有合理性。

(3) 对全赢系列产品采用统一收入确认比例系发行人为避免收入确认产生随意性，基于谨慎性原则所采取并一贯执行的政策

基于收入确认的谨慎性原则，发行人为了避免不同产品或不同期限同一产品分摊比例单独估计形成的不一致对收入确认带来的随意性影响，发行人将全赢系列不同版本、不同期限的产品按照统一的比例进行区分，在报告期内始终一贯执行。

(4) 发行人对全赢系列不同年限的产品采取同样的划分比例，不存在调节利润的动机，通过相关敏感性测试亦可证实具备审慎性

发行人在制定销售策略时，以尽可能增加长周期（三年期或四年期）的中高端产品销量为主要出发点，同时发行人也推出相应的短周期（一年期或两年期）版本产品，主要为匹配同行业公司产品期限结构以完善产品体系结构，但发行人通常会在短周期版本中简化或去除一些核心功能组件，同时确定一个相对较高的年均价以促使客户购买发行人主推的年均价较低的长周期版本产品。

在上述商业销售策略下，发行人的收入和利润主要来源于低年均使用价的中高端版本长周期产品，而短周期版本产品对应的收入和利润相对较小，其是否采用与占收入主体的长周期产品一致的收入确认划分比例，对发行人报表的影响很小。

假设发行人全赢系列长周期产品收入确认政策保持 60%：40% 不变，而对所有非长周期产品均按照服务期内分期确认收入，经模拟测算，发行人报告期各年模拟下的营业收入和净利润甚至均略高于现行确认方式下的报表数，整体差异极小。因此发行人不区分不同年限的产品，而采取同样的划分比例，是审慎的，并不存在调节利润的情形。

(5) 通过不同收入确认方式或划分比例下的敏感性分析，证明了发行人全赢系列现行的 60%：40% 收入确认比例客观反映了公司的经营结果

假定按照提供服务在服务期内分期确认收入的测算分析，发行人会出现全部年度的实际经营情况与财务数据产生严重背离的结果。假定发行人自 2018 年 7 月起仅维持既有客户的持续服务，不再研发新产品、不再开展新增销售，则后续两年反而会出现净利润持续巨幅增长的背离情形。通过不同收入确认方式或划分比例下的敏感性分析，证明了发行人现行的 60%：40% 收入确认比例客观反映了公司的经营结果。

7、发行人金融信息服务现行收入会计政策的启用时间

发行人金融信息服务业务现行收入会计政策系在报告期外即开始执行，截至2019年已经连续执行六年，报告期内的收入确认政策具有一贯性，不存在临时变更收入会计政策来调节报告期内收入和利润的情形。发行人的金融信息服务业务的业务实质为“终端工具软件+数据信息传输”，相比于平均分期确认收入，将金融信息服务收入区分为软件产品和后续服务更符合发行人的业务实质和会计准则要求，与销售合同的约定相匹配，并且与多数同行业可比公司的收入确认政策一致，能够更加准确的反映发行人各期的业务经营情况。

（三）应收款项

应收款项包括应收票据、应收账款、其他应收款等。

1、2019年1月1日以前

（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：期末余额达到15万元（含15万元）以上的应收款项为单项金额重大的应收款项。

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，有客观证据表明发生了减值，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

单项金额重大经单独测试未发生减值的应收款项，再按组合计提坏账准备。

（2）单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的理由：涉诉款项、客户信用状况恶化的应收款项。

单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的计提方法：根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（3）按组合计提坏账准备的应收款项

经单独测试后未减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项）以及未单独测试的单项金额不重大的应收款项，按以下信用风险特征组合计提坏账准备：

组合类型	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
------	---------	----------------

账龄组合	账龄状态	账龄分析法
合并范围内应收款项	资产类型	依据历史经验个别认定

A、对账龄组合，采用账龄分析法计提坏账准备的比例如下：

账龄	应收账款计提比例%	其他应收款计提比例%
1年以内	5	5
1至2年	30	30
2至3年	50	50
3年以上	100	100

2017年8月23日，发行人召开第十一届董事会第十七次会议，对上述坏账准备计提比例进行了调整，将原账龄组合和经营发生的备用金、押金、保证金、合并范围内应收款项组合变更为账龄组合和合并范围内应收款项组合。合并范围内应收款项组合不计提坏账准备，原账龄组合1年以内0%、1至2年10%、2至3年20%、3至4年30%、4至5年40%、5年以上100%变更为1年以内5%、1至2年30%、2至3年50%、3年以上100%。

B、合并范围内应收款项

组合类型	按组合计提坏账准备的计提方法
合并范围内应收款项	依据历史经验个别认定

2、2019年1月1日以后

公司以预期信用损失为基础，对下列项目进行减值会计处理并确认损失准备：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收款项和债权投资、租赁应收款、财务担保合同（以公允价值计量且其变动计入当期损益、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的除外）。

（1）预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有

依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。

本公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，本公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

在计量预期信用损失时，本公司需考虑的最长期限为企业面临信用风险的最长合同期限（包括考虑续约选择权）。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于应收票据和应收账款，无论是否存在重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征对应收票据和应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

A、应收票据

应收票据组合 1：银行承兑汇票

应收票据组合 2：商业承兑汇票

B、应收账款

应收账款组合 1：广告客户

应收账款组合 2：保险经纪客户

对于划分为组合的应收票据，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

C、其他应收款

当单项其他应收款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：押金保证金备用金

其他应收款组合 2：即征即退增值税

其他应收款组合 3：往来款及其他

对划分为组合的其他应收款，本公司通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

D、债权投资、其他债权投资

对于债权投资和其他债权投资，本公司按照投资的性质，根据交易对手和风险敞口的各种类型，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

（2）信用风险显著增加的评估

本公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。本公司考虑的信息包括：债务人未能按合同到期日支付本金和利息的情况；已发生的或预期的金融工具的外部或内部信用评级（如有）的严重恶化；已发生的或预期的债务人经营成果的严重恶化；现存的或预期的技术、市场、经济或法律环境变化，

并将对债务人对本公司的还款能力产生重大不利影响。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，本公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

如果逾期超过 30 日，本公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。

本公司认为金融资产在下列情况发生违约：借款人不大会全额支付其对本公司的欠款，该评估不考虑本公司采取例如变现抵押品（如果持有）等追索行动；或 金融资产逾期超过 90 天。

（3）已发生信用减值的金融资产

本公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：发行方或债务人发生重大财务困难；债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；公司出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；债务人很可能破产或进行其他财务重组；发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失。

（4）预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

（5）核销

如果本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在本公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。但是，按照本公司收回到期款项的程序，被减记的金融资产仍可能受到执行活动的影响。已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失

的转回计入收回当期的损益。

（四）固定资产

1、固定资产确认条件

公司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，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

2、各类固定资产的折旧方法

公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值，公司确定各类固定资产的年折旧率如下：

类别	使用年限（年）	残值率%	年折旧率%
房屋及建筑物	30	5	3.17
运输设备	5	5	19
办公设备及其他	5	5	19

其中，已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

当公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

- ①租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给公司；
- ②公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定公司将会行使这种选择权；
- ③即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分；
- ④公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值；

⑤租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

融资租入的固定资产采用与自有固定资产一致的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，在租赁资产尚可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尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

4、每年末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；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

5、大修理费用

公司对固定资产进行定期检查发生的大修理费用，有确凿证据表明符合固定资产确认条件的部分，计入固定资产成本，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。固定资产在定期大修理间隔期间，照提折旧。

（五）无形资产

公司无形资产包括商标权、计算机软件著作权、专利和非专利技术、软件使用权。

无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类别	使用寿命（年）	摊销方法
商标权	5	直线法
计算机软件著作权	5	直线法
专利和非专利技术	5	直线法

软件使用权	1、3、5	直线法
-------	-------	-----

公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

资产负债表日预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

2017年8月23日，发行人召开第十一届董事会第十七次会议，对发行人原无形资产摊销期限进行了调整，原使用寿命有限的无形资产中合同未约定受益期限的摊销期限从10年变更为5年。

（六）资产减值

对子公司、固定资产、无形资产、商誉等（存货、按公允价值模式计量的投资性房地产、递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于公司确定的报告分部。

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，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，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其

账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（七）政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

对于货币性资产的政府补助，按照收到或应收的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额1元计量。

与资产相关的政府补助，是指本集团取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；除此之外，作为与收益相关的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值，或者确认为递延收益在相关资产使用期限内按照合理、系统的方法分期计入损益。与收益相关的政府补助，用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，则计入递延收益，于相关成本费用或损失确认期间计入当期损益或冲减相关成本。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。本集团对相同或类似的政府补助业务，采用一致的方法处理。

与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；属于其他情况的，直接计入当期损益。

（八）递延所得税资产及递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外，均作为所得税费用计入当期损益。

公司根据资产、负债于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确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债，除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：

1、商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

2、对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非该可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：

1、该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

2、对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

于资产负债表日，公司对递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日，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。

（九）经营租赁与融资租赁

公司将实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁确认为融资租赁，除融资租赁之外的其他租赁确认为经营租赁。

1、公司作为出租人

融资租赁中，在租赁期开始日公司按最低租赁收款额与初始直接费用之和作

为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。未实现融资收益在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

经营租赁中的租金，公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的初始直接费用，计入当期损益。

2、公司作为承租人

融资租赁中，在租赁期开始日公司将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。初始直接费用计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资费用。公司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。

经营租赁中的租金，公司在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益；发生的初始直接费用，计入当期损益。

（十）重要会计政策、会计估计变更

1、重要会计政策变更

（1）2016 年度

根据《增值税会计处理规定》（财会〔2016〕22号）的规定，2016年5月1日之后发生的与增值税相关交易，影响资产、负债等金额的，按该规定调整。利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目，房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等原计入管理费用的相关税费，自2016年5月1日起调整计入“税金及附加”，将2016年度印花税等各项税费1,176,847元从利润表“管理费用”项目调整为利润表“税金及附加”项目列报。上述会计政策变更已经本公司第十一届董事会第十二次会议审议通过。

（2）2017 年度

①根据财政部关于印发修订《企业会计准则第16号—政府补助》的通知（财会[2017]15号）的要求，2017年度与日常活动有关且与收益有关的政府补助974.57万元，从利润表“营业外收入”项目调整为利润表“其他收益”项目列报，该准则自2017年6月12日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行，并要求

企业对 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助采用未来适用法处理，对 2017 年 1 月 1 日至该准则施行日之间新增的政府补助根据该准则进行调整。该变更对财务状况、经营成果和现金流量无重大影响。上述会计政策变更已经本公司第十一届董事会第十七次会议审议通过。

②根据财政部关于印发修订《财政部企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》的通知（财会[2017]13 号）的要求，对于 2017 年 5 月 28 日之后持有待售的非流动资产或处置组的分类、计量和列报，以及终止经营的列报等进行了规定，并采用未来适用法进行处理。本公司修改了财务报表的列报，在合并利润表和个别利润表中分别列示持续经营损益和终止经营损益，并对比较报表的列报进行了相应调整。该变更对财务状况、经营成果和现金流量无重大影响。上述会计政策变更已经本公司第十一届董事会第十七次会议审议通过。

③根据《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会[2017]30 号），在利润表中新增“资产处置收益”行项目，反映企业出售划分为持有待售的非流动资产（金融工具、长期股权投资和投资性房地产除外）或处置组时确认的处置利得或损失，处置未划分为持有待售的固定资产、在建工程、生产性生物资产及无形资产而产生的处置利得或损失，以及债务重组中因处置非流动资产产生的利得或损失和非货币性资产交换产生的利得或损失。相应的删除“营业外收入”和“营业外支出”项下的“其中：非流动资产处置利得”和“其中：非流动资产处置损失”项目，修订后的营业外收支反映企业发生的营业利润以外的收益，主要包括债务重组利得或损失、与企业日常活动无关的政府补助、公益性捐赠支出、非常损失、盘盈利得或损失、捐赠利得、流动资产毁损报废损失等。2017 年度将资产处置损失 264,171 元从利润表“营业外支出”项目调整为利润表“资产处置收益”项目列报，对比较报表的列报进行了相应调整。该变更对财务状况、经营成果和现金流量无重大影响。上述会计政策变更已经本公司第十一届董事会第二十一次会议审议通过。

(3) 2018 年度

①财务报表格式变更

根据财政部《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号），公司对财务报表格式进行了以下修订：

A、资产负债表

将原“应收票据”及“应收账款”行项目整合为“应收票据及应收账款”；

将原“应收利息”及“应收股利”行项目归并至“其他应收款”；

将原“固定资产清理”行项目归并至“固定资产”；

将原“工程物资”行项目归并至“在建工程”；

将原“应付票据”及“应付账款”行项目整合为“应付票据及应付账款”项目；

将原“应付利息”及“应付股利”行项目归并至“其他应付款”；

将原“专项应付款”行项目归并至“长期应付款”。

B、利润表

从原“管理费用”中分拆出“研发费用”；

在“财务费用”行项目下分别列示“利息费用”和“利息收入”明细项目；

将原“重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动”改为“重新计量设定受益计划变动额”；将原“权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额”改为“权益法下不能转损益的其他综合收益”；将原“权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额”改为“权益法下可转损益的其他综合收益”；

C、股东权益变动表

在“股东权益内部结转”行项目下，将原“结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动”改为“设定受益计划变动额结转留存收益”。

公司对可比期间的比较数据按照财会[2018]15 号文进行了调整。财务报表格式的修订对公司的资产总额、负债总额、净利润、其他综合收益等无影响。上述会计政策变更经公司第十一届董事会第二十三次会议审议通过。

②其他变更

根据财政部《关于 2018 年度一般企业财务报表格式有关问题的解读》，公司作为个人所得税的扣缴义务人，将根据《中华人民共和国个人所得税法》收到的扣缴税款手续费在“其他收益”中填列，对可比期间的比较数据进行调整，调增 2016 年、2017 年其他收益 58,481 元、53,444 元，调减 2016 年、2017 年其

他应付款 58,481 元、111,925 元。上述调整对公司 2016 年、2017 年财务报表的具体影响如下：

单位：元

受影响的项目	2017 年度	2016 年度
期初净资产	58,481	-
其中：留存收益	58,481	-
净利润	53,444	58,481
期末净资产	111,925	58,481
其中：留存收益	111,925	58,481

(4) 2019 年 1-6 月

①2019 年度财务报表格式变更

根据财政部于 2019 年 4 月 30 日发布的《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），2018 年 6 月 15 日发布的《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号）同时废止。根据该通知，公司对财务报表的资产负债表格式进行了以下修订：将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”；将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”及“应付账款”。公司对可比期间的比较数据按照财会[2019]6 号文进行调整，财务报表格式的修订对本公司财务状况和经营成果无重大影响。该会计政策变更由公司于 2019 年 8 月 5 日召开的第十二届董事会第二次会议批准。

②新金融工具准则

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（修订）》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（修订）》、《企业会计准则第 24 号——套期会计（修订）》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》（统称“新金融工具准则”），该会计政策变更由公司于 2019 年 8 月 5 日召开的第十二届董事会第二次会议批准。

按照新金融工具准则的规定，除某些特定情形外，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）的新账面价值之间的差额计入 2019 年年初留存收益或其他综合收益。同时，公司未对比较财务报表数据进行调整。

于 2019 年 1 月 1 日，金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结果对比如下：

单位：元

原金融工具准则			新金融工具准则		
项目	类别	账面价值	项目	类别	账面价值
可供出售金融资产	以成本计量 (权益工具)	--	其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	--
应收账款	摊余成本	3,083,772	应收账款	摊余成本	3,083,772
其他应收款	摊余成本	1,034,497	其他应收款	摊余成本	1,163,710

于 2019 年 1 月 1 日，执行新金融工具准则时金融工具分类和账面价值调节表如下：

单位：元

项目	调整前账面金额 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	调整后账面金额 (2019年1月1日)
资产：				
应收账款	3,083,772			3,083,772
其他应收款	1,034,497		129,213	1,163,710
可供出售金融资产				
其他权益工具投资				
递延所得税资产	19,875,568		-15,927	19,859,641
股东权益：				
盈余公积	47,595,153		6,825	47,601,978
未分配利润	261,519,979		106,461	261,626,440

注：可供出售金融资产的账面余额为 9,014,572 元，计提减值准备 9,014,572 元，账面价值为 0 元；其他权益工具投资的账面余额为 9,014,572 元，公允价值及账面价值为 0 元。

公司将根据原金融工具准则计量的 2018 年年末损失准备与根据新金融工具准则确定的 2019 年年初损失准备之间的调节表列示如下：

单位：元

计量类别	调整前账面金额 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	调整后账面金额 (2019年1月1日)
应收账款减值准备	162,304	-	-	162,304
其他应收款减值准备	335,461	-	-129,213	206,248

2、重要会计估计变更

(1) 坏账准备计提比例变更

为了更加真实、客观地反映公司的财务状况以及经营成果，使公司的应收债权更接近于公司回收情况和风险状况，经第十一届董事会第十七次会议审议，公司对应收款项的坏账准备计提政策进行如下变更，均采用未来适用法，自 2017 年 9 月 1 日执行：

①账龄组合

账 龄	变更前计提比例	变更后计提比例%
1 年以内	0%	5%
1 至 2 年	10%	30%
2 至 3 年	20%	50%
3 至 4 年	30%	100%
4 至 5 年	40%	100%
5 年以上	100%	100%

②备用金、押金、保证金组合：

变更前备用金、押金、保证金组合不计提坏账准备，变更后采用账龄组合按照上述变更后比例计提坏账准备。

(2) 无形资产摊销期限变更

为了更加真实、客观反映公司的财务状况以及经营成果，结合公司实际情况，并参考同行业可比上市公司，本着谨慎性原则，经第十一届董事会第十七次会议审议，公司对使用寿命有限且合同未约定受益期限的无形资产摊销期限进行如下变更，采用未来适用法，自 2017 年 9 月 1 日执行：

类 别	变更前摊销期限（年）	变更后摊销期限（年）
商标权	10	5
计算机软件著作权	10	5

专利和非专利技术	10	5
软件使用权	1、3、10	1、3、5

(3) 首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

公司自 2019 年 1 月 1 日起开始执行新金融工具准则，公司因首次执行新金融工具准则调整首次执行 2019 年年初财务报表相关项目的情况如下：

单位：元

项目	2018.12.31	2019.01.01	调整数
货币资金	698,707,515	698,707,515	-
应收账款	3,083,772	3,083,772	-
预付款项	4,827,127	4,827,127	-
其他应收款	1,034,497	1,163,710	129,213
存货	514,662	514,662	-
其他流动资产	31,014,449	31,014,449	-
流动资产合计	739,182,022	739,311,235	129,213
固定资产	352,537,537	352,537,537	-
无形资产	4,207,597	4,207,597	-
长期待摊费用	5,353,867	5,353,867	-
递延所得税资产	19,875,568	19,859,641	-15,927
其他非流动资产	2,084,905	2,084,905	-
非流动资产合计	384,059,474	384,043,547	-15,927
资产总计	1,123,241,496	1,123,354,782	113,286
应付账款	54,613,590	54,613,590	-
预收款项	332,486,687	332,486,687	-
应付职工薪酬	48,325,998	48,325,998	-
应交税费	9,682,741	9,682,741	-
其他应付款	5,879,676	5,879,676	-
应付股利	9,787	9,787	-
流动负债合计	450,988,692	450,988,692	-
递延收益	2,868,355	2,868,355	-
非流动负债合计	2,868,355	2,868,355	-
负债合计	453,857,047	453,857,047	-
股本	348,099,999	348,099,999	-
资本公积	12,169,318	12,169,318	-
盈余公积	47,595,153	47,601,978	6,825
未分配利润	261,519,979	261,626,440	106,461
归属于母公司所有者权益合计	669,384,449	669,497,735	113,286
股东权益合计	669,384,449	669,497,735	113,286
负债和股东权益总计	1,123,241,496	1,123,354,782	113,286

注：部分调整前后金额均为零的科目在上表未予列示。

七、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率

(一) 主要税种及税率

税种	计税依据	法定税率 (%)
增值税	应税收入	3、6、13、16、17
城市维护建设税	应纳流转税额	5、7
企业所得税	应纳税所得额	25

1、增值税税率适用情况

纳税主体名称	业务内容	税率 (%)
发行人	金融信息服务收入	6、13
	广告收入	6
天一星辰	金融信息产品收入	17
	技术服务收入	16、17
	服务收入	6
	广告代理收入	6
	基金托管收入	6
	增值电信收入	6
	指南针保险	保险经纪收入
指南针技术	服务收入	6
康帕思商务	服务收入	6
	金融信息服务收入	6
	广告代理收入	6
指南针信息	服务收入	6
	广告代理收入	6
指北针商务	服务收入	6
	广告代理收入	6
博赢实业	服务收入	0
驼峰科技	技术服务收入	3
	纪家保险软件收入	0

注：1、根据国家税务总局 2016 年第 23 号公告，驼峰科技自 2016 年 5 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日可享受暂免征收增值税优惠，在实行该优惠之前，驼峰科技增值税税率为 3%。

2、发行人子公司上海指南针、原子公司广州指南针、孙公司畅联天地在报告期内无增值税应税收入，未产生增值税进项税额。

2、企业所得税税率适用情况

纳税主体名称	所得税税率 (%)
发行人	15
天一星辰	12.5、25

上海及时雨	25
上海指南针	25
指南针保险	25
指南针技术	25
康帕思商务	25
指南针信息	25
指北针商务	25
广州指南针	25
驼峰科技	15、25
博赢实业	20
畅联天地	20

注：广州指南针已于 2018 年 6 月 27 日完成注销，驼峰科技已于 2018 年 12 月 10 日完成对外转让。

（二）报告期内公司执行的主要税收优惠

1、增值税

（1）根据《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》（财税〔2011〕100 号），并经北京市东城区国家税务局核准，发行人之子公司天一星辰报告期内软件产品享受增值税实际税负超过 3% 即征即退政策，同时北京市海淀区国家税务局核准发行人备案的软件产品自 2019 年 6 月 1 日起享受增值税实际税负超过 3% 部分即征即退政策。

（2）根据国家税务总局《关于全面推开营业税改征增值税试点有关税收征收管理事项的公告》（国家税务总局公告 2016 年第 23 号），增值税小规模纳税人销售货物、提供加工及修理修配劳务月销售不超过 3 万元（按季纳税不超过 9 万元），销售服务、无形资产月销售额不超过 3 万元（按季纳税不超过 9 万元），自 2016 年 5 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日暂免征收增值税。根据《国家税务总局关于小微企业免征增值税有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 52 号），符合上述条件的企业可在 2018 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日期间继续享受小微企业暂免征收增值税优惠政策，公司原孙公司驼峰科技享受该项增值税优惠政策。根据《国家税务总局关于小规模纳税人免征增值税有关征管问题的公告》（国家税务总局公告 2019 年第 4 号），小规模纳税人发生增值税应税销售行为，合计月销售额未超过 10 万元（以 1 个季度为 1 个纳税期，季度销售额未超过 30

万元)，免征增值税，公司孙公司博赢实业享受该项增值税优惠政策。

(3) 根据《财政部 税务总局 海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》(财政部 税务总局 海关总署公告 2019 年第 39 号)，自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日允许生产、生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税加计 10% 抵减应纳税额，发行人及子公司天一星辰、康帕思商务、指南针保险、指南针信息和指北针商务共六家公司经主管税务机关备案，享受上述增值税税收优惠。

2、企业所得税

(1) 根据《高新技术企业认定管理办法》、《国家重点支持的高新技术领域》(国科发火〔2008〕172) 号和《高新技术企业认定管理工作指引》(国科发火〔2008〕362 号) 有关规定，北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局共同认定发行人为高新技术企业，证书编号为 GR201411003014，有效期为三年，2014 年至 2016 年执行 15% 的企业所得税税率。2016 年末公司拥有的高新技术企业资质有效期届满后，公司已在规定日期前提交高新技术企业认定申报材料重新申请认定，并于 2017 年 10 月 25 日重新通过认定，证书编号 GR201711001765，有效期为三年，自 2017 年至 2019 年享受 15% 的企业所得税税率的优惠政策。

(2) 根据《高新技术企业认定管理办法》、《国家重点支持的高新技术领域》(国科发火〔2008〕172 号和《高新技术企业认定管理工作指引》(国科发火〔2008〕362 号) 有关规定，经北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局联合认定本公司原控股孙公司驼峰科技为高新技术企业，证书编号：GR201711002258，有效期为三年，自 2017 年度至 2019 年度执行 15% 的企业所得税优惠税率。

(3) 根据《财政部、国家税务总局、科学技术部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》(财税〔2015〕119 号) 第一条：“企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，按照本年度实际发生额的 50%，从本年度应纳税所得额中扣除；形成无形资产的，按照无形资产成本的 150% 在税前摊销”。2016 年、2017 年发行人享受上述研发费用加计扣除税收优惠。

(4) 2012 年 3 月 16 日，发行人之子公司天一星辰取得北京市经济和信息化

委员会颁发的京 R2012-0060 号《软件企业认定证书》(2013 年 5 月 17 日, 证书编号变更为 R2013-0122 号), 根据《鼓励软件产业和集成电路产业若干政策》(国发[2000]18 号) 规定和北京市东城区国税局《企业所得税税收优惠备案回执》, 自 2012 年起, 天一星辰可享受自获利年度起两年 (2012 至 2013 年) 免税、三年 (2014 年至 2016 年) 减半征收企业所得税的优惠政策。

(5) 根据财政部 税务总局“关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知” (财税[2019]13 号), 对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分, 减按 25% 计入应纳税所得额, 按 20% 的税率缴纳企业所得税, 发行人孙公司博赢实业和畅联天地享受上述税收优惠。

八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

根据致同所出具的“致同专字 (2019) 第 110ZA6132 号”《关于北京指南针科技发展股份有限公司非经常性损益的审核报告》, 报告期内公司的非经常性损益具体情况如下:

单位: 万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
非流动性资产处置损益	-2.75	-130.95	-26.42	434.90
计入当期损益的政府补助 (与公司正常经营业务密切相关, 符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外)	5.49	240.94	300.00	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外, 持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动损益	-	-	1.50	-0.61
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益	-	-	5.04	-103.92
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-29.54
股息收入	-	-	14.85	2.75
委托他人投资或管理资产的损益	724.57	2,221.58	1,769.30	1,981.08
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-2.34	-173.29	8.22	-2.15
非经常性损益总额	724.97	2,158.29	2,072.49	2,282.51
减: 非经常性损益的所得税影响数	62.43	382.04	234.53	288.90
非经常性损益净额	662.54	1,776.25	18,37.96	1,993.61

减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数	-	0.28	6.74	7.61
非经常性损益（归属于母公司）	662.54	1,775.96	1,831.23	1,986.00

报告期内，公司实现归属于母公司的非经常性损益净额分别为1,986.00万元、1,831.23万元、1,775.96万元和662.54万元，占归属于母公司普通股股东的净利润的比例分别为13.73%、11.83%、13.89%和6.81%。公司非经常性损益主要由委托他人投资或管理资产的损益构成，主要系公司为提高现金管理收益，在不影响日常资金使用前提下，将暂未使用的自有资金用于滚动购买短期银行理财产品所形成。

九、主要财务指标

（一）主要财务指标

项目	2019年1-6月 /2019.6.30	2018年度 /2018.12.31	2017年年度 /2017.12.31	2016年度/ 2016.12.31
流动比率（倍）	1.68	1.64	1.28	1.42
速动比率（倍）	1.61	1.56	1.19	1.35
资产负债率（合并）	43.81%	40.41%	44.65%	50.91%
资产负债率（母公司）	46.89%	42.23%	45.71%	53.06%
应收账款周转率（次/年）	92.48	192.47	211.96	128.46
存货周转率（次/年）	86.62	165.79	312.02	-
息税折旧摊销前利润（万元）	13,339.33	17,657.15	18,879.10	17,626.19
归属于发行人股东的净利润（万元）	9,735.16	12,786.52	15,482.11	14,466.74
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	9,072.62	11,010.55	13,650.88	12,480.74
每股经营活动产生的净现金流量（元）	0.56	0.49	0.49	0.82
每股净现金流量（元）	0.58	0.54	-0.06	0.18
归属于发行人普通股股东的每股净资产（元）	2.20	1.92	1.56	1.77
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产比率	0.40%	0.63%	1.24%	2.35%

注：报告期内发行人未发生银行借款，未有利息支出，故利息保障倍数指标不适用。除此之外，其他财务指标计算公式如下：

- 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；

- 3、资产负债率=总负债/总资产；
- 4、应收账款周转率=营业收入/平均应收账款；
- 5、存货周转率=营业成本/存货平均余额；
- 6、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；
- 7、利息保障倍数=(利润总额+利息支出)/利息支出；
- 8、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本；
- 9、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本；
- 10、归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于发行人股东的净资产/期末股本；
- 11、无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后)占净资产的比例=无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后)/净资产。

(二) 净资产收益率和每股收益

根据《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》(2010年修订)计算的报告期内公司净资产收益率及每股收益如下表:

年度	财务指标	加权平均 净资产收益率	每股收益(元/股)	
			基本	稀释
2019年 1-6月	归属于公司普通股股东的净利润	13.56%	0.28	0.28
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	12.63%	0.26	0.26
2018年	归属于公司普通股股东的净利润	21.12%	0.37	0.37
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	18.19%	0.32	0.32
2017年	归属于公司普通股股东的净利润	33.34%	0.44	0.44
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	29.39%	0.39	0.39
2016年	归属于公司普通股股东的净利润	45.95%	0.42	0.42
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	39.64%	0.36	0.36

注: 1、加权平均净资产收益率计算公式

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 + E_k \times M_k \div M_0)$$

其中: P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润; NP 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 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数; M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数; E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动; M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

2、基本每股收益

基本每股收益= $P0 \div S$, $S=S0+S1+Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk$

其中： $P0$ 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； $S0$ 为期初股份总数； $S1$ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； Sj 为报告期因回购等减少股份数； Sk 为报告期缩股数； $M0$ 报告期月份数； Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、报告期内公司不存在稀释性的潜在普通股，稀释每股收益的计算过程与基本每股收益的计算过程相同。

4、基本每股收益及稀释每股收益的计算已综合公司报告期内转增股本事项按调整后的股数重新计算保持可比性。

十、发行人盈利预测报告披露情况

公司未编制盈利预测报告。

十一、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项及其他重要事项

（一）或有事项

截至 2019 年 6 月 30 日，公司未决诉讼仲裁形成的或有事项及其影响如下：

1、中华卫星电视（集团）有限公司股权转让案件

公司子公司上海指南针分别于 2008 年 3 月 1 日、2008 年 3 月 10 日合计受让北京阿原世纪传媒科技股份有限公司（以下简称“阿原世纪”）持有的中华卫视 1,000 万股（澳门币）股份，受让价格为人民币 1,500 万元，并在澳门商业及动产登记局办理了变更手续。

2008 年 6 月 4 日，上海指南针将其持有的中华卫视 600 万股（澳门币）股份转让给大中华国际实业（深圳）有限公司（以下简称“大中华”），转让价格为人民币 1,500 万元，并在澳门商业及动产登记局办理了变更手续。

亚太影视媒体服务有限公司（以下简称“亚太影视”）、华通泰丰卫星网络资讯有限公司（以下简称“华通泰丰”）、Asia Broadband Network Pte Ltd.（以下简称

“Asia Broadband Network”)等原告方于 2009 年 3 月 4 日针对中华卫视、黄益腾、李杰、阿原世纪、上海指南针及大中华向澳门初级法院提起诉讼,诉讼请求:(1)宣告所有关于由黄益腾、李杰、阿原世纪、上海指南针和大中华在中华卫视取得股份的法律行为和之后相关行为无效;或(2)请求黄益腾、李杰、阿原世纪、上海指南针和大中华连带赔偿亚太影视、华通泰丰和 Asia Broadband Network 财产损失不低于澳门币 760 万元(合计),同时赔偿亚太影视、华通泰丰和 Asia Broadband Network 非财产利益损失澳门币 240 万元(合计)。该案于 2013 年 12 月 6 日收到了澳门特别行政区初级法院出具的《判决书》,宣告上述阿原世纪转让中华卫视 1,000 万股给上海指南针,以及上海指南针转让中华卫视 600 万股给大中华的股权转让行为无效。上海指南针于 2014 年 1 月 8 日委托澳门方盛律师事务所提起上诉,澳门特别行政区中级法院于 2015 年 4 月 23 日作出裁定,撤销一审判决,发回重审。截至本招股意向书签署日,该案尚在审理过程中。

上海指南针已经就对中华卫视股份的长期股权投资于 2010 年全额计提了 600 万元减值准备。虽然发行人聘请并委托澳门地区律师事务所采取法律诉讼方式维护自身合法权益且案件发回澳门初级法院重审的有利结果,但由于上述未决诉讼的所在地属于澳门地区,法律诉讼程序复杂且时间跨度较长,当地法院对发行人诉讼请求的支持与否及支持程度存在一定的不确定性,未来发行人可能因涉诉事项导致经济利益的流出,从而影响发行人当期的经营业绩。

2、太力信息产业股份有限公司股权纠纷案

2011 年 11 月,经双方协商,上海指南针将其所持 300 万股太力信息产业股份有限公司股份以 450 万元的价格转让给天罗地网(北京)商品防伪技术有限公司(即本案被告方,以下简称“天罗地网公司”),双方已签署了《股权转让协议》及补充协议。截至 2012 年 12 月,天罗地网公司拖欠上述股权转让款 211 万元。对此上海指南针于 2013 年 1 月向北京市朝阳区人民法院提起诉讼,要求被告方支付剩余的股权转让款及相应的滞纳金等款项,并向法院申请了财产保全。根据法院要求,发行人同意以上海及时雨持有的位于上海市王桥路 1027 号 103 室的房屋为上述财产保全提供担保。

根据北京市朝阳区人民法院于 2014 年 4 月 30 日出具的“(2013)朝民初字第 8839 号”《民事调解书》,上述案件的涉案双方已达成和解意见,由被告方向

上海指南针支付剩余的 211 万元股权转让款。截至本招股意向书签署日，上述诉讼案件已完结。发行人已于 2015 年 9 月向法院申请解除上海及时雨提供的房产担保。截至 2019 年 6 月 30 日，相关房产解除抵押手续已经办理完毕，天罗地网公司已经累计向上海指南针支付 207.19 万元，本公司预计上述投资的剩余未回款部分 291 万元公允价值为 0。

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人不存在其他应披露的或有事项。

（二）资产负债表日后事项

2019 年 7 月 10 日，公司子公司指南针信息与创风互娱原股东陈晓燕、许晓如签订股权转让协议，约定以 1.00 万元受让该公司 100% 股份。创风互娱成立于 2017 年 11 月，截至收购日创风互娱的注册资本为 1,000 万元，实收资本为 0 万元，持有工信部颁发的编号为“B2-20181071”的增值电信业务经营许可证。上述股权收购于 2019 年 7 月 17 日经深圳市市场监督管理局备案登记。

截至本招股意向书签署日，公司不存在其他应披露的资产负债表日后事项。

（三）其他重要事项

发行人报告期内发生的其他重要事项如下：

1、资本公积转增股本

根据 2015 年度股东大会及修改后章程的规定，公司以截至 2015 年 12 月 31 日总股本 15,615.70 万股为基数，以资本公积向全体股东按每 10 股转增 4 股，共计转增 6,246.28 万股，转增后注册资本增加至 21,861.98 万股。上述出资于 2016 年 6 月 17 日经致同所出具的致同验字（2016）第 110ZA0389 号验资报告予以验证，并于同日在北京市工商行政管理局完成注册资本变更的备案登记。

2、未分配利润转增股本

根据 2016 年度股东大会及修改后章程的规定，公司以截至 2016 年 12 月 31 日总股本 21,861.98 万股为基数，以截止 2016 年 12 月 31 日累计未分配利润向全体股东按每 10 股转增 5.92262 股，共计转增 12,948.0199 万股，每股面值 1 元，计增加股本 12,948.0199 万元，转增后注册资本增加至 34,809.9999 万元，上述出资于 2017 年 3 月 24 日经致同所出具的致同验字（2017）第 110ZC0116 号验资

报告予以验证,并于 2017 年 3 月 28 日在北京市工商行政管理局完成注册资本变更的备案登记。

3、重要资产出售

2016 年本公司子公司上海及时雨将位于上海市浦东区王桥路 999 弄 1027 号 101-104 室四套房产(房产证编号分别为浦 2008064225、浦 2008064238、浦 2008064226、浦 2008064239),共 1,892.54 平方米通过居间人上海志远房地产经纪有限公司第二十三分公司出售给蔡重远、曹凤珍夫妇,转让单价 9,600 元/平方米,转让价款 1,816.84 万元,该房产的账面成本 1,938.65 万元,累计折旧 766.99 万元,转让产生的税费 141.05 万元,本次房产出售产生收益 504.13 万元。

4、重大资产购买

2016 年 11 月 28 日,发行人与北京宁科置业有限责任公司签署《TBD 云集中心项目定制开发协议 3 号楼三单元 301-309、401-409、501-509、601-609》,购置由宁科置业开发的位于北京市昌平区北七家镇云集园项目 3 号楼 3 单元第 3 层至第 6 层共 36 套房产。

2017 年 1 月 9 日,发行人之全资子公司康帕思商务与宁科置业签署《TBD 云集中心项目定制开发协议》,购置由宁科置业开发的位于北京市昌平区北七家镇云集园项目 2 号楼 1 单元第 2 层至第 5 层共 4 套房产。

2017 年 1 月 24 日,发行人与佛山市南海区丽雅苑房地产发展有限公司签署商品房买卖合同及补充协议,购置由佛山丽雅苑开发的位于佛山市南海区桂城街道-桂城地块智富大厦项目副楼 205-206、305-306、407-408、507-508、607-608、707-708 共 12 套房产。

上述房产购买事项均已获得公司董事会及股东大会审议批准,公司已经按照合同约定支付上述交易的全部价款,并已取得相关房产的不动产权证书,关于上述资产购买的具体情况请参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人自设立以来重大资产重组情况”之“(二) 2016 年和 2017 年发行人购置房产情况”中相关内容。

5、注销及处置子公司

2018 年 6 月 27 日,发行人原全资子公司广州指南针完成注销手续。

2018年11月30日，发行人全资子公司天一星辰将所持驼峰科技股份167万元出资对外转让，并于2018年12月10日完成工商变更登记。

6、收购不构成业务的子公司

2019年3月，公司子公司广东指南针与博赢实业原股东林峰和陈靖签订股权转让协议，约定以1元加承担该公司债务10.67万元受让该公司100%股份，2019年3月经深圳市市场监督管理局予以登记确认。博赢实业拥有工信部颁发的编号为“B2-20171107”的增值电信业务经营许可证。由于博赢实业未实际开展经营活动，本次收购不构成业务，公司支付的收购对价10.67万元与该公司账面净资产0元之间的差额10.67万元计入管理费用。

2019年5月，公司子公司康帕思商务与畅联天地原股东周元通和刘俊签订股权转让协议，约定以1.3万元受让该公司100%股份，2019年6月办理工商变更登记手续。畅联天地拥有工信部颁发的编号为“B2-20184127”的增值电信业务经营许可证。由于畅联天地未实际开展经营活动，本次收购不构成业务，公司支付的收购对价1.30万元与该公司账面净资产0.28万元之间的差额1.02万元计入管理费用。

7、政府补助

（1）软件企业实际税负超过3%即征即退增值税

根据《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》（财税〔2011〕100号），并经北京市东城区国家税务局核准，发行人之子公司天一星辰报告期内软件产品享受增值税实际税负超过3%即征即退政策；同时北京市海淀区国家税务局核准发行人备案的软件产品自2019年6月1日起享受增值税实际税负超过3%部分即征即退政策。

（2）佛山市南海区政府补助

根据发行人与佛山市南海区投资促进局签订的“指南针公司项目投资协议书”，发行人在2017年和2018年获得的佛山市南海区政府补助具体情况如下：

①发行人在佛山市南海区成立项目公司，2017年12月31日前，项目公司从业人员达到500人以上或办公面积在8,000平方米（含）以上的，或一次性固定资产投资规模达0.5亿元以上的，一次性给予500万元奖励。2017年度，发行

人在佛山市南海区成立项目公司指南针信息，指南针信息的办公面积和投资规模均达到协议之规定。2017年度和2018年度，指南针信息分别获得佛山市南海区财政国库支付中心拨付的奖励款300万元和200万元。

②发行人或发行人之子公司在佛山市金融区购买属于公用资产开发销售的办公用房的，给予每平米1,000元补贴，补贴面积不超过10,000平方米，相关补贴在购置房产取得不动产权证后3年内分期支付。指南针信息购买的办公用房智富大厦面积为8,854平方米，按照约定于2018年收到购房补贴款295.15万元。根据智富大厦的剩余使用年限进行结转，2018年度和2019年1-6月分别摊销8.31万元、4.99万元，截至2019年6月30日，累计摊销13.30万元，摊余金额281.85万元。

(3) 中关村园区上市资金补贴

根据“中关村国家自主创新示范区企业改制上市和并购支持资金管理暂行办法”之规定，对申请境内上市的公司给予50万元资金资助，截至2019年6月30日，公司实际收到32.63万元。

十二、盈利能力分析

(一) 经营成果及变动情况

报告期内，公司营业收入及利润的变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度
	金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长	金额
营业收入	36,396.91	-	57,769.57	-13.66%	66,909.87	17.13%	57,126.53
营业成本	4,237.76	-	8,407.43	7.90%	7,792.10	21.64%	6,406.10
税金及附加	651.35	-	815.68	11.40%	732.23	6.70%	686.26
销售费用	16,283.35	-	26,347.13	-25.15%	35,200.84	27.46%	27,617.60
管理费用	2,384.68	-	4,578.04	-7.15%	4,930.75	26.58%	3,895.45
研发费用	3,404.02	-	4,344.27	34.88%	3,220.83	-31.91%	4,730.21
财务费用	-133.43	-	-36.79	-142.12%	87.35	170.68%	32.27
其中：利息费用	-	-	-	0.00%	-	0.00%	-
利息收入	384.39	-	246.26	247.53%	70.86	-33.01%	105.77
加：其他收益	2,077.03	-	389.82	-60.22%	979.92	16650.77%	5.85
投资收益	724.57	-	2,096.64	17.18%	1,789.19	-3.31%	1,850.37

净敞口套期收益(损失以“-”号填列)	-	-	-	-	-	-	-
公允价值变动收益(损失以“-”号填列)	-	-	-	-	1.50	-345.90%	-0.61
信用减值损失(损失以“-”号填列)	-31.33	-	-	-	-	-	-
资产减值损失(损失以“-”号填列)	-	-	-3.01	-96.12%	-77.62	1640.36%	-4.46
资产处置收益(损失以“-”号填列)	-	-	-6.01	-77.25%	-26.42	-106.07%	434.90
营业利润	12,339.44	-	15,791.25	-10.34%	17,612.34	9.77%	16,044.69
营业外收入	1.02	-	0.22	-97.52%	8.87	-98.84%	761.38
营业外支出	6.10	-	173.51	27010.94%	0.64	-73.77%	2.44
利润总额	12,334.35	-	15,617.97	-11.37%	17,620.56	4.86%	16,803.63
所得税费用	2,599.19	-	2,922.03	27.93%	2,275.94	-6.95%	2,445.98
净利润	9,735.16	-	12,695.94	-17.26%	15,344.62	6.87%	14,357.65
归属于母公司所有者净利润	9,735.16	-	12,786.52	-17.41%	15,482.11	7.02%	14,466.74

2017年和2018年公司营业收入同比增速分别为17.13%和-13.66%，净利润同比增速分别为6.87%和-17.26%，2018年公司营业收入和净利润同比下滑主要系A股市场受贸易摩擦影响总体呈下跌趋势，国内证券市场和投资者情绪处于相对低迷状态所致。

(二) 营业收入构成及变动分析

公司主营业务突出，报告期内营业收入全部由主营业务收入构成。

1、主营业务收入构成及变动分析

报告期内，公司的主营业务收入按业务类别划分具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
金融信息服务	33,849.92	93.00%	53,014.45	91.77%	60,755.02	90.80%	48,604.21	85.08%
广告服务	2,519.54	6.92%	4,056.85	7.02%	4,608.56	6.89%	5,721.66	10.02%
保险经纪	27.45	0.08%	697.17	1.21%	1,527.20	2.28%	2,799.65	4.90%
其他	-	-	1.10	0.00%	19.09	0.03%	1.01	0.00%
合计	36,396.91	100.00%	57,769.57	100.00%	66,909.87	100.00%	57,126.53	100.00%

报告期内，金融信息服务业务收入占公司主营业务收入的比重保持在85%

以上，是公司最主要的收入来源。报告期内公司依托现有高净值客户群体优势资源，充分发掘和满足客户的投资和资产配置等综合需求，通过与第一创业证券、长江证券等开展广告服务业务合作为客户提供优质、便捷的证券经纪业务通道，同时为客户提供保险产品购买服务等保险经纪业务，上述业务的开展进一步提升了公司的盈利能力，丰富了公司的收入结构。公司其他主营业务收入主要为原控股孙公司驼峰科技所形成的少量收入和天一星辰为客户开发无线数据通讯平台系统所产生的收入，报告期内收入金额及占比均极低。

报告期内，公司与同行业可比公司主营业务收入及其增长率对比情况如下：

单位：万元

公司简称	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度
	金额	同比增速	金额	同比增速	金额	同比增速	金额
同花顺	70,241.77	-	138,688.70	-1.62%	140,969.83	-18.69%	173,365.64
东方财富	67,550.90	-	130,409.09	17.92%	110,594.79	-7.56%	119,634.58
大智慧	28,995.50	-	58,613.15	-6.75%	62,858.80	-44.09%	112,427.46
麟龙股份	12,877.95	-	20,827.23	-5.72%	22,090.00	-2.30%	22,610.94
益盟股份	15,914.32	-	35,047.76	-40.69%	59,089.66	3.27%	57,218.57
平均值	39,116.09	-	76,717.19	-7.37%	79,120.62	-13.87%	97,051.44
指南针	36,396.91	-	57,769.57	-13.66%	66,909.87	17.13%	57,126.53

注：1、根据东方财富年度报告，其证券业务相关收入未计入主营业务收入。

2、同行业可比公司相关数据来自于各可比公司年度/半年度报告，下同。

2017年公司主营业务收入同比增长17.13%，而多数同行业可比公司主营业务收入受国内证券市场表现低迷影响出现不同幅度下滑，同行业可比公司主营业务收入增速均值为-13.87%，主要原因为：公司2017年度增加了广告宣传投入力度，并对私享家版高端产品实行了多项功能升级及优化，在2017年上半年进行的私享家版本产品集中销售活动中实现销量大幅增长，当期金融信息服务业务收入同比增长25.00%，进而带动主营业务收入同比增长17.13%。

2018年国内证券市场受国际贸易摩擦影响整体处于较为低迷状态，受此影响公司各项主营业务收入均有所下滑，主营业务收入同比下降13.66%。多数可比公司主营业务收入变动趋势与公司一致。受2017年公司主营业务收入增幅较大影响，2018年公司主营业务收入降幅相对较大。

报告期内，公司各项主营业务收入变动的具体情况如下：

(1) 金融信息服务业务

①金融信息服务业务收入具体情况

A、金融信息服务业务收入与同行公司比较情况

报告期内，发行人金融信息服务业务收入与同行业可比公司比较如下：

单位：万元

公司简称	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度
	金额	同比增速	金额	同比增速	金额	同比增速	金额
同花顺	43,924.01	-	82,321.95	-4.31%	86,025.80	-13.79%	99,781.73
东方财富	7,847.36	-	15,968.25	-5.60%	16,915.59	-23.03%	21,977.50
大智慧	-	-	25,770.18	18.48%	21,750.12	21.58%	17,889.57
麟龙股份	10,842.87	-	15,611.25	-2.37%	15,989.69	-3.65%	16,595.41
益盟股份	16,052.55	-	34,567.20	-40.37%	57,969.40	5.46%	54,966.21
平均值	19,666.70	-	34,847.77	-6.83%	39,954.17	-2.69%	42,242.08
指南针	33,849.92	-	53,014.45	-12.74%	60,755.02	25.00%	48,604.21
含指南针 的平均值	22,503.34	-	37,875.55	-7.82%	43,234.27	1.93%	43,302.44

注：1、益盟股份 2019 半年报未披露营业收入构成明细，由于其报告期内业务相对集中，因此上表暂以其 2019 年上半年营业收入金额近似代替其金融信息服务业务收入，下同；

2、大智慧 2019 半年报未披露营业收入构成明细，由于其报告期内业务相对多元，因此暂无近似替代指标，上表未列示其金融信息服务业务数据，下同。

2017 年，公司金融信息服务业务收入同比增长 25.00%，主要原因为：一方面，公司在 2017 年上半年对私享家版高端产品实行了多项功能升级及优化，在对私享家版高端产品的集中销售活动中，新增客户人数、原客户续费人数均有大幅增长，导致 2017 年发行人金融信息服务业务收入增速较快；另一方面，公司在 2017 年适当扩充了销售团队并大幅增加了广告宣传及网络推广力度，2017 年广告宣传及网络推广费用同比增幅达 63.02%，因此同期新增客户人数增速较快，继而使得金融信息服务业务收入在证券市场行情相对低迷的环境下实现增长。

2018 年，我国 A 股市场受贸易摩擦影响总体呈下跌趋势，国内证券市场和投资者情绪处于相对低迷的状态，公司业务推广难度有所提升，并适当缩减了当期广告投放规模，受此影响公司金融信息服务业务实现收入 53,014.45 万元，同比有所下降。

2019 年 1-6 月，我国证券市场行情整体回暖，市场交易量同比显著回升，但

受贸易摩擦的持续影响，A 股行情呈先扬后抑的态势，在此背景下公司金融信息服务业务实现收入 33,849.92 万元，与去年同期基本持平。2019 年上半年公司新推出的财富掌门系列高端产品市场反应良好，当期取得销售收入为 20,595.09 万元，系公司 2019 年上半年金融信息服务业务收入的主要构成。

B、2017 年私享家版本销售收入大幅增长的原因分析

报告期内，发行人私享家版本产品销售收入的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
当期新增用户收入	350.87	0.96%	29,599.29	51.24%	18,808.13	28.11%	19,392.71	33.95%
存量用户当期收入	4,816.37	13.23%	6,452.25	11.17%	23,141.37	34.59%	3,236.64	5.67%
私享家版本收入合计	5,167.24	14.20%	36,051.54	62.41%	41,949.50	62.70%	22,629.35	39.61%
营业收入	36,396.91	100.00%	57,769.57	100.00%	66,909.87	100.00%	57,126.53	100.00%

注：占比是指占当期营业收入的比重。

报告期内，发行人私享家版本产品销售收入主要由两部分构成：（1）一是新增私享家客户当期所形成收入，主要由中端版本先锋版产品用户的升级购买形成。发行人各会计年度一般会集中进行一次高端版本私享家产品的销售，各期私享家版本新增用户实现的销售收入主要受各销售时点先锋版客户规模累计情况、证券市场行情、当期私享家版本产品新增功能受欢迎程度等因素综合影响。（2）二是私享家版本存量用户于当期形成收入，主要为产品授权使用时间已到期或未到用户的再次付费购买。发行人私享家版本产品主要包括一年期版本（2016 年、2017 年销售单价为 18,000 元，2018 年调整为 19,800 元）和四年期版本（2016 年销售单价为 28,800 元，2017 年调整为 31,200 元），其中购买四年期版本的客户居多。

2017 年发行人私享家版本存量用户于当期形成的销售收入大幅增长至 23,141.37 万元，主要原因如下：

a) 报告期内发行人逐步积累了较大规模的存量私享家版产品用户

截至报告期各期末，发行人主要付费产品用户数量及占比情况如下：

单位：人

产品分类	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例	人数	比例
博弈版	101,024	53.87%	89,053	51.13%	136,769	61.57%	87,388	53.42%
先锋版	30,231	16.12%	28,290	16.24%	43,252	19.47%	43,104	26.35%
私享家版	52,757	28.13%	52,981	30.42%	37,996	17.11%	28,985	17.72%
其他版本	3,543	1.88%	3,855	2.21%	4,102	1.85%	4,117	2.52%
合计	187,456	100.00%	174,179	100.00%	222,119	100.00%	163,594	100.00%

报告期内所积累的较高忠诚度私享家版本用户构成了发行人业绩增长的坚实基础：一方面各期新增用户会形成私享家产品消费需求，形成新增的销售收入；同时存量用户也会存在到期续费或升级新版本产品的再次购买需求，同样也会带来新增销售收入，随着私享家版本用户数的不断增加，其可再次购买的规模和潜力亦同步增加。2016年末发行人私享家版本用户数为28,985人，为2017年私享家版存量用户收入增长奠定了客户基础。

b) 发行人私享家版本产品进行了核心功能模块的升级以及专门的用户UKey加密硬件保护

2017年发行人对私享家版本产品进行了核心功能的实质性升级，并对用户高度关注的“三花聚顶”工具进行了针对性优化，同时新增“股东搜索”回溯分析模块，以充分满足客户的使用需求，具体升级说明如下：

序号	升级类型	升级内容
1	已有聚类数据升级	“三花聚顶”数据及决策辅助工具升级： “三花聚顶”是发行人私享家版产品核心功能之一。在此次产品升级中，发行人以机构仓位数据为基础对已有的“三花聚顶”选股模型进行了进一步优化，并增加了满足短线决策需求的辅助操作选股策略。
2	新增分析工具模块	“股东搜索”模块新增： 发行人在以往私享家版产品中新增了“股东搜索”模块，该版本产品客户借助该功能模块能够对所关注上市公司的任意股东进行该股东过往持股信息的全方位历史回测与分析。

同时，发行人还针对上述升级后的私享家新版产品推出以“机构仓位”为核心的UKey加密系列数据，该系列数据重点反映了机构仓位的动态变化和控盘程度，每个新购买的私享家用户均附送专门的UKey硬件作为使用该数据的专门身份验证工具，客户在使用相关功能时必须在电脑上插入UKey进行专项身份验证，一方面能够满足客户对该等辅助投资工具的私密性要求，同时也可以有效防止盗版使用等损害发行人利益的情形出现。

综上所述，发行人 2017 年针对私享家版本产品用户高度关注的核心模块进行相关升级，该等新版本产品配合 UKey 硬件验证使用，上述功能极大程度地吸引了大量新增客户购买，同时高忠诚度存量客户可以通过二次购买新版本产品以获得新增数据使用功能，因此 2017 年私享家版产品存量客户购买比例较高。

c) 发行人针对存量客户的产品“20周年庆”促销措施及证券市场行情向好的综合影响

2017 年是发行人首款产品上市 20 周年，发行人于 2017 年 2 月 20 日至 4 月 1 日以产品“20 周年庆”为策划主题开展了私享家版本产品的集中销售活动，期间推出了包括折扣销售、附赠 Level-2 数据以及四年期产品到期后更低的续费价格等促销措施，从而一定程度上吸引大量存量客户的再次购买。

报告期内发行人于 2016 年 3-4 月开展私享家产品集中销售，2016 年 3-4 月恰处于 A 股市场“熔断”机制下指数大跌后的初期，这两个阶段的证券市场行情均极度低迷，受此影响私享家版本用户对于新版本产品的再次购买意愿较弱。2017 年以来，A 股市场指数和行情均不断恢复，存量用户积蓄的购买潜力得到释放。与此同时，发行人 2017 年 2-4 月的集中销售活动对存量用户进行的上述促销措施进一步促进了该等存量用户的再次购买。

C、2018 年发行人私享家版本销售收入结构变化的原因分析

2018 年发行人私享家产品营业收入结构有所变化，新增私享家客户收入远超存量客户，并且新增私享家客户收入较 2017 年度产生了一定幅度增长，主要原因如下：

a) 发行人在 2018 年开展了 2 次私享家产品集中销售

2016 年至 2017 年，发行人私享家产品集中销售均在当期上半年开展，私享家产品新增用户实现收入均保持在 1.8 亿元左右规模水平，年度间波动幅度较小。2018 年，发行人基于市场环境在上、下半年对私享家产品实施两次集中销售，上半年新增用户实现收入为 1.75 亿元，基本保持在 1.8 亿元左右规模水平；2018 年 11-12 月，发行人实施私享家产品的集中销售，新增用户实现收入为 0.83 亿元。

2018 年实现的新增用户实现收入系发行人正常经营成果的体现。发行人一直遵循每开展 2 至 3 次先锋版产品集中销售之后，集中进行 1 次私享家版本产品集中销售的整体策略，2014 年以来发行人先锋版、私享家版产品的集中销售时间表如

下：

期间	先锋版销售日期	私享家版销售日期
2014年	-	1月1日-1月29日
	4月1日-5月5日	-
	7月1日-8月10日	-
	-	8月18日-9月30日
2015年	12月15日（2014年）-1月30日	-
	5月4日-6月8日	-
	-	6月18日-8月10日
	10月8日-11月16日	-
2016年	12月19日（2015年）-1月29日	-
	-	3月1日-4月8日
	5月30日-7月8日	-
	8月22日-9月30日	-
	11月18日-12月30日	-
2017年	-	2月20日-4月1日
	6月16日-7月21日	-
	10月8日-11月24日	-
2018年	1月2日-2月9日	-
	-	4月13日-6月1日
	6月4日-7月13日	-
	8月18日-9月29日	-
	-	11月12日-12月28日
2019年1-6月	3月16日-4月26日	-

综合上表的销售时间，发行人每年先锋版、私享家版的产品集中销售合计次数基本保持在 3-5 次之间，具体为每隔 2-3 次先锋版产品销售即安排一次私享家版产品集中销售，上述销售节奏规律符合发行人正常的经营需求。另一方面，发行人的销售节奏主要取决于公司内在经营的需求与策略，包括客户成熟度以及发行人销售时间安排等因素，同时也受市场行情的影响，例如 2014 年、2015 年以及 2017 年证券市场市场行情较为活跃的期间发行人产品集中销售次数较为稳定；而在 2016 年、2018 年市场行情相对偏弱的情况下，发行人会增加集中销售次数。

b) 发行人在 2017 年通过加大广告投放开支而获取了较多免费客户资源，发行人对相关用户开发的滞后性在 2018 年有所体现

发行人主要通过线上广告推广投放获取免费注册用户资源，并通过自身“体

验式”营销逐渐将其发展为自身付费客户，整个开发过程具备一定时间周期。2017年发行人线上广告推广费用规模为1.23亿元，同比增长66.11%，相关广告投入的效果部分递延至2018年开始见效，该因素也对2018年新增私享家用户收入产生了一定积极影响。

D、2019年1-6月私享家版本销售收入大幅下降的原因

2019年1-6月，发行人私享家版产品新增用户收入、存量用户当期收入均出现大幅下降，主要原因为发行人在2018年12月进行了上一轮私享家版本产品的集中销售活动，考虑到产品推广周期以及客户成熟度等商业因素，发行人在2019年上半年主要以推广财富掌门系列新产品为核心，未开展私享家版本的集中销售活动。由于财富掌门系列新产品与私享家版本产品在功能上各有侧重，二者不属于替代关系，发行人不会因推出财富掌门系列新产品而停止私享家版本产品的销售活动。2019年1-6月发行人金融信息服务业务收入为33,849.92万元，其中新推出的财富掌门系列高端产品市场反应良好，当期取得销售收入为20,595.09万元，系公司2019年上半年金融信息服务业务收入的主要构成。

②金融信息服务业务的主要特点

A、高速迭代的金融信息服务产品

公司凭借在金融信息服务领域的深厚积累，专注于金融信息服务目标客户群体，积极建立和维护与数据供应机构的良好合作关系，开发出了一系列深受用户欢迎的产品。目前公司除免费终端软件“全赢博弈智能操盘系统”外，还拥有“全赢”系列付费产品，并涵盖了“财报掘金”、“消息龙虎榜”、“先锋策略平台2.0”、“鹰眼股期联动监控系统”、“重组监控系统”、“中国K线”等细分功能。成熟的产品线不仅能给予用户更多的选择，更能有针对性满足用户的多样化、多层次需求。

在金融信息服务产品的研发模式上，公司依托自行研究、逐步成型的数据深度挖掘技术，在采集、整理并深度挖掘证券交易所的行情数据和金融资讯的基础上，根据投资者的实际需要开发出数据分析和函数运算等衍生功能，设计出直观、实用而又符合投资者使用习惯的软件界面和信息工具，并最终将上述内容整合到相应的信息终端软件中提供给用户使用。以上产品研发模式有两个特点，第一是基于数据深度挖掘技术开发的函数和功能能有效地满足公司目标客户群体-专业

投资者的投资需求，为其提供深度技术分析工具；第二是公司高度成熟的研发团队能够以极高的频率进行产品功能的更新，实现高速迭代。凭借产品的快速更新，公司能够更好的帮助投资者适应瞬息万变的市场环境，及时提供更加适合的分析工具。通过以上产品和研发的高速迭代，公司的核心业务有了较好的基础保证，市场认可度保持持续上升趋势，公司业绩增长具备强劲的源动力。

B、高效精准的“体验式”销售模式

公司的主要管理层和核心技术人员有十多年从业经验，在总结归纳公司发展历程中各类营销模式的基础上，报告期内公司初步形成了高效精准的“体验式”营销模式。在该模式下，公司的营销活动目标准确、用户体验良好并且实际营销效率较传统旧模式有着较大提高。

该模式以直销模式为基础，依托大数据技术，采用线上加线下手段，为用户提供准确、全面的营销服务体验。具体而言，公司首先会制定针对性的营销计划，然后依据计划配置销售人员通过电话等途径进行销售。进入客户接触阶段，公司将资讯及数据终端免费提供给用户使用，通过整理和深度分析用户行为数据来挖掘用户的个性化需求，并依据该需求实施精准营销策略，提供投资顾问分析及投资者软件培训视频服务等以增强客户产品及服务的体验，最终实现客户对于金融信息服务软件工具产品的需求升级。

③金融信息服务业务收入与证券市场行情波动趋势、同行业可比公司的比较分析

A、发行人金融信息服务业务收入与证券市场行情波动趋势的比较情况

报告期内，上证指数、深证成指增幅、成交金额以及金融信息服务行业可比公司业绩波动情况如下表所示：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
上证综指期间增幅	20.83%	-24.59%	6.56%	-12.31%
深证成指期间增幅	28.38%	-34.42%	8.48%	-19.64%
A股期间日均成交金额（亿元）	5,873.61	3,689.31	4,582.04	5,184.99
A股日均成交金额同比增幅情况	33.92%	-19.48%	-11.63%	-50.18%
可比公司金融信息服务收入同比增幅	-	-12.29%	0.27%	-4.58%

注：可比公司为上市公司同花顺、东方财富、大智慧及三板挂牌公司麟龙股份、益盟股份以及指南针6家公司。

结合公开信息数据以及对比分析,可比公司金融信息服务整体业绩波动与证券市场行情波动趋势方向相同,与证券市场指数变动方向一致,但波动幅度并不存在完全相同的关系。具体而言,2016年、2017年可比公司的业绩波动幅度略小于指数幅度。可比公司产品销售既受证券市场行情影响,同时也受付费产品客户覆盖率提升、企业的销售策略和促销力度、客户需求的快速变化等多种因素共同影响。

B、发行人金融信息服务业务收入与同行业可比公司的比较情况

发行人报告期内金融信息服务业务收入与同行业可比公司情况如下表:

单位:万元

公司简称	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年
	金额	同比增速	金额	同比增速	金额	同比增速	金额
同花顺	43,924.01	-	82,321.95	-4.31%	86,025.80	-13.79%	99,781.73
东方财富	7,847.36	-	15,968.25	-5.60%	16,915.59	-23.03%	21,977.50
大智慧	-	-	25,770.18	18.48%	21,750.12	21.58%	17,889.57
麟龙股份	10,842.87	-	15,611.25	-2.37%	15,989.69	-3.65%	16,595.41
益盟股份	16,052.55	-	34,567.20	-40.37%	57,969.40	5.46%	54,966.21
平均值	19,666.70	-	34,847.77	-6.83%	39,954.17	-2.69%	42,242.08
指南针	33,849.92	-	53,014.45	-12.74%	60,755.02	25.00%	48,604.21
含指南针的平均值	22,503.34	-	37,875.55	-7.82%	43,234.27	1.93%	43,302.44

2017年发行人金融信息服务业务收入同比增幅高出同行业可比公司收入增速平均值27.69个百分点;2018年受国内证券市场行情持续低迷的影响,多数同行业可比公司金融信息服务业务收入均出现不同程度下降,发行人2018年金融信息服务业务收入同比降幅高于同行业可比公司降幅平均值6.01个百分点,亦主要系2017年公司金融信息服务业务收入较高所致。

发行人2017年金融信息服务业务收入同比增幅大幅高于同行业可比公司的具体原因说明如下:

a) 当期广告投放力度加大,有效抵消了市场环境的不利影响

2017年发行人广告宣传及网络推广金额增幅较大,当期投放规模为12,795.82万元,同比增长63.02%,从而使得发行人得以有效抵消市场不利因素影响,当期新增免费用户和新增付费用户数量分别为181.93万人和13.79万人,

为当期付费产品销售提供了客户资源支持；另一方面，为有效提升免费客户的付费升级转化水平，发行人 2017 年末销售和客服人员规模达到 1,391 人，人员数量同比增长 10.22%，有效提升当期客户产品升级使用体验，并将免费客户付费转化率由 2016 年的 5.19% 提升至 7.58%。

b) 2017 年发行人产品“20 周年庆”促销措施带来大量老客户再次购买

2017 年发行人在私享家产品集中销售时开展了“20 周年庆”主题促销活动并取得良好效果，吸引了大量私享家版存量用户再次购买，具体情况参见本节“十二、盈利能力分析/（二）、营业收入构成及变动分析/1、主营业务收入构成及变动分析/（1）金融信息服务业务/B、2017 年私享家版本销售收入大幅增长的原因分析”的相关内容。

（2）广告业务

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司广告业务收入分别为 5,721.66 万元、4,608.56 万元、4,056.85 万元和 2,519.54 万元，占主营业务收入比例分别为 10.02%、6.89%、7.02% 和 6.92%。

2017 年公司广告服务业务收入占比较 2016 年有所下降，主要原因为：一方面 2017 年以来国内证券市场表现持续低迷，A 股市场成交量较 2016 年均有所下降，导致公司广告业务的引流效率有所下降；另一方面公司金融信息服务业务收入增速较快，导致广告服务业务收入占比有所下降。

2018 年我国 A 股市场受国际贸易摩擦等因素影响仍处于持续低迷状态，公司广告业务收入金额同比有所下降，占比与 2017 年度基本持平。2019 年 1-6 月我国 A 股市场整体表现有所回升，公司广告业务收入有所提升，占比则与 2017 年、2018 年基本持平。

（3）保险经纪业务

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司保险经纪业务收入为 2,799.65 万元、1,527.20 万元、697.17 万元和 27.45 万元，占主营业务收入比例为 4.90%、2.28%、1.21% 和 0.08%。

2017 年，公司保险经纪业务收入金额及占比较 2016 年均有所减少，主要原因为：第一，保险经纪业务的开展目标是对高消费能力用户需求进行深度挖掘，

该业务的目标客户为私享家版产品用户，业务收入与各期末尚未开发存量目标客户数呈正相关关系。2016年，发行人尚未开发的存量目标客户为当年存量与新增私享家用户约 2.90 万人，当期保险经纪业务收入达到 2,799.65 万元。2017 年上半年公司将主要人力和资源投入到私享家版本产品的集中销售活动中，未开展保险经纪业务的集中推广活动，而 2017 年下半年发行人尚未开发的存量目标客户为 2017 年上半年新增私享家版本用户，共计 0.91 万人，较 2016 年减少约 2 万人，因此实现的业务收入较 2016 年有所下降。第二，公司 2017 年金融信息服务业务收入同比大幅增长，导致其他业务收入占比有所下降。

2018 年，公司保险经纪业务收入为 697.17 万元，较 2017 年同期有所下降，主要原因为受当期证券市场下行及市场情绪低迷的影响，相关目标客户资产水平下降，对保险产品的购买意欲不强；同时发行人结合市场环境对保险经纪业务规模进行适当的调整。

2019 年 1-6 月，公司保险经纪业务收入仅为 27.45 万元，主要原因为发行人依据类似 2017 年、2018 年的业务安排，在 2019 年度的上半年主要进行金融信息服务中高端版本的集中销售，未安排人力及资源集中展开保险经纪业务所致。

(4) 其他

报告期内，公司其他主营业务收入主要为发行人原控股孙公司驼峰科技所带来少量收入以及发行人全资子公司天一星辰为客户开发无线数据通讯平台系统所产生的收入，金额及占主营业务收入的比例极低。该等收入属于公司历史业务的延续或少量偶发业务形成，不属于公司重点发展的业务方向，公司已于 2018 年起停止了驼峰科技相关业务，并于 2018 年 12 月 10 日将天一星辰所持驼峰科技全部股权对外转让，故 2018 年度公司其他业务收入仅为 1.10 万元，2019 年 1-6 月未产生其他业务收入。

2、主要产品销售价格和销售量变化情况分析

2016 年至 2018 年，公司核心业务金融信息服务主要包括初级产品博弈版、中端产品先锋版、高端产品私享家版三个级别的产品，2019 年上半年公司新增财富掌门系列高端产品，进一步丰富了产品结构。用户可根据自身需求选取不同版本的产品，获得相应的功能和服务并承担不同的价格。

报告期内，公司销售政策稳定，不存在频繁大幅降低产品销售价格进行促销的情形，各版本实际销售价格情况如下：

产品或服务类别		产品名称	官方指导价	实际销售价格
金融信息服务	PC 端金融服务平台	财富掌门高级版	50,000 元	50,000 元，含一年服务费 1,800 元
		财富掌门标准版	20,000 元	20,000 元，含一年服务费 1,200 元
		私享家版	18,000 元	①2016 年，私享家版销售价格为 18,000 元一年期、28,800 元四年期； ②2017 年公司对该产品进行了实质性升级，售价也相应调整为一年期价格不变、四年期价格为 31,200 元； ③2018 年公司将私享家版本一年期价格调整为 19,800 元，四年期价格仍为 31,200 元。
		先锋版	7,600 元	①2016 年至 2017 年，先锋版销售价格为一年期 3,600 元、两年期 7,200 元、三年期 10,800 元； ②2018 年公司将先锋版一年期价格调整为 3,900 元、两年期 7,800 元、三年期 11,600 元。
		博弈版	1,580 元	博弈版一年期产品包括 180 元、260 元和 360 元三个价格，主要系促销政策差异所产生。

注：1、在实际业务中，金融信息服务的 PC 端金融服务平台会因用户购买年数不同（如一次性购买两年、三年）或套餐不同等会给予一定的价格优惠。

2、在实际业务中，发行人对先锋版、博弈版产品通常会采取较为固定的折扣销售策略，因此在无其他优惠情况下，先锋版、博弈版产品实际销售价格会低于官方指导价。

3、发行人产品种类较多，此处仅列举其目前的主要产品。

报告期内，公司主要产品销量和按营业收入口径计算的销售单价情况如下：

期间	产品类别	销量(套)	销量当期占比	营业收入(万元)	收入当期占比	单套营业收入(元)
2019 年 1-6 月	博弈版	75,722	76.91%	1,333.58	3.95%	176.12
	先锋版	11,102	11.28%	6,592.30	19.51%	5,937.94
	私享家版	268	0.27%	5,167.24	15.29%	192,807.31
	财富掌门标准版	6,987	7.10%	11,678.11	34.56%	16,714.06
	财富掌门高级版	2,083	2.12%	8,916.98	26.39%	42,808.34
	其他	2,287	2.32%	102.69	0.30%	449.00
	合计	98,449	100.00%	33,790.90	100.00%	-
2018 年	博弈版	124,808	73.47%	2,149.81	4.06%	172.25
	先锋版	22,471	13.23%	14,540.28	27.44%	6,470.69
	私享家版	18,363	10.81%	36,051.54	68.03%	19,632.71

	其他	4,239	2.50%	252.66	0.48%	596.04
	合计	169,881	100.00%	52,994.29	100.00%	-
2017年	博弈版	156,393	72.05%	2,614.59	4.30%	167.18
	先锋版	26,488	12.20%	15,796.00	26.00%	5,963.46
	私享家版	25,853	11.91%	41,949.50	69.05%	16,226.16
	其他	8,317	3.83%	394.91	0.65%	474.83
	合计	217,051	100.00%	60,755.01	100.00%	-
2016年	博弈版	127,228	66.05%	2,256.68	4.64%	177.37
	先锋版	46,097	23.93%	23,499.29	48.36%	5,097.79
	私享家版	13,535	7.03%	22,629.35	46.57%	16,719.14
	其他	5,759	2.99%	210.34	0.43%	365.24
	合计	192,619	100.00%	48,595.66	100.00%	-

注：上表所示金融信息服务业务营业收入系经“业务订单口径”统计得出，其与财务报表口径存在一定差异，为保持可比性上表营业收入未统计发行人为企业客户零星提供金融信息服务相关数据、技术服务所产生收入。

由上表可见，报告期内公司主要产品根据营业收入计算的销售单价与实际销售价格存在一定差异，主要是受金融信息服务业务收入确认政策影响，各期确认的营业收入和实际销售回款之间存在差异所致，例如：2019年1-6月公司私享家版产品在营业收入口径下的销售均价高达192,807.31元，主要系公司在2019年上半年未进行私享家版产品集中销售活动，当期实际销量较低，以前年度销售的私享家版产品在2019年上半年确认的营业收入相对凸显，导致当期在营业收入口径下计算的私享家版产品销售单价异常。公司主要产品的实际销售价格与营业收入口径下销售单价存在差异的具体原因分析如下：

(1) 金融信息服务业务确认的收入与当期销售回款金额差异存在影响

公司在提供金融资讯和数据服务前向客户收取全部款项，向客户收取的服务费包括软件产品费用和后续运行服务费。公司收取的软件产品费用，在客户获得软件授权时确认收入，收取的后续运行服务费，在提供服务的期间内分期确认收入。因此，公司金融信息服务业务的各期会计收入和实际销售收款存在差异，具体如下表所示：

单位：万元

时间	营业收入	销售回款	差额
2019年1-6月	33,790.90	34,806.70	1,015.80
2018年	52,994.29	55,832.01	2,837.72
2017年	60,755.01	69,062.96	8,307.95
2016年	48,595.66	57,505.85	8,910.19

注：1、上表所示金融信息服务业务营业收入系经“业务订单口径”统计得出，其与财务报表口径存在一定差异，为保持可比性上表营业收入未统计发行人为企业客户零星提供金融信息服务相关数据、技术服务所产生收入。

2、上表金融信息服务业务销售回款系“业务订单口径”数据，与报表数据存在统计口径差异，主要差别如下：

(1) “业务订单口径”下的销售回款，客户获得的奖励积分在用于抵减产品购买价款时作为销售回款统计，从而更为完整地反映业务实质；

(2) 受业务流程影响，报告期各期末均存在少量客户已缴纳产品价款但未形成业务系统订单或已生成订单但未开通产品授权的情形，为保持各期数据的可比性，“业务订单口径”以订单生效时间为准；

(3) 为保持销售单价统计和计算的可比性，“业务订单口径”下剔除了跨期退货退款的订单及其销售回款；

(4) “业务订单口径”不包含零星非订单来源的销售回款，主要为发行人为企业客户提供的金融信息服务相关的数据、技术服务形成的收款。

总体来看，报告期内各期金融信息服务销售收款金额大于当期营业收入确认金额，因此根据营业收入口径计算的产品销售单价会低于实际销售价格。

(2) 各版本产品在各期不同时间点集中销售所形成影响

公司向客户收取的软件产品费用在客户获得软件授权时确认收入，收取的后续运行服务费在提供服务的期间内分期确认收入。因此，在一个会计年度不同时点销售的产品，其于当期合计确认的后续运行服务费金额会存在差异，一般来说，越接近年初销售的产品，其当期确认收入比例越高，据此计算的销售单价则相应较高。反之，越接近年末销售的产品，其当期确认收入比例越低，据此计算的销售单价则相应较低。

2017 年公司私享家版本产品的销售时点和 2016 年基本一致，营业收入口径下该版本的产品单价与 2016 年相比变化幅度较小。2017 年公司先锋版产品销售单价较 2016 年上涨 16.98%，主要原因为发行人 2017 年仅对先锋版产品进行了两次集中销售，销量同比下降 42.53%，但由于 2016 年下半年销量较大和收入分期确认的影响，2017 年先锋版产品营业收入同比仅下降 32.78%，因此销售单价同比仍有所增长。

2018 年公司营业收入口径下私享家版本产品销售单价较 2017 年增加 3,406.55 元，主要原因为：一方面公司在 2017 年、2018 年先后对 4 年期和 1 年期私享家版产品的销售价格进行了上调，其中 4 年期价格由 28,800 元上调至 31,200 元，1 年期价格由 18,000 元上调至 19,800 元，由此导致 2018 年的销售单价有所增长；另一方面由于存量私享家用户在二次购买或低版本客户升级购买

时，公司会根据该等客户原有版本产品的剩余价值给予一定价格折扣的优惠，2017年公司私享家版产品销量中的存量用户续购比例较高，价格折扣的影响较2018年更为明显。2018年公司先锋版产品在营业收入口径下的销售单价同比增加10.64%，主要原因为：公司2017年先锋版的集中销售日期主要集中在下半年，而2018年上半年公司已经进行了2次先锋版集中销售，因此2018年1-6月先锋版的营业收入中包含较多2017年所售产品在2018年1-6月分期确认的收入，受此因素影响，2018年先锋版产品营业收入口径下销售单价上升。

2019年1-6月公司私享家版本产品的均价计算值为192,807.31元，与报告期其他年度相比差异较大，主要原因为2019年上半年发行人未进行私享家版本产品的集中销售活动，私享家版本产品销量较低，往期分期确认收入在2019上半年的影响相对凸显，导致当期私享家版本产品以收入为口径计算的均价升高。

(3) 根据各期销售回款计算的各版本产品量价情况比较

报告期内，公司主要产品按各期销售回款口径计算的单价情况如下：

期间	产品类别	销量 (套)	营业收入 (万元)	单套营业 收入(元)	销售回款 (万元)	单套销售 价格(元)
2019年 1-6月	博弈版	75,722	1,333.58	176.12	1,665.31	219.92
	先锋版	11,102	6,592.30	5,937.94	8,268.35	7,447.62
	私享家版	268	5,167.24	192,807.31	450.36	16,804.48
	财富掌门标准版	6,987	11,678.11	16,714.06	13,930.84	19,938.23
	财富掌门高级版	2,083	8,916.98	42,808.34	10,409.06	49,971.48
	其他	2,287	102.69	449.00	82.78	361.96
	合计	98,449	33,790.90	-	34,806.70	-
2018年	博弈版	124,808	2,149.81	172.25	2,165.16	173.48
	先锋版	22,471	14,540.28	6,470.69	15,663.63	6,957.25
	私享家版	18,363	36,051.54	19,632.71	37,805.78	20,588.02
	其他	4,239	252.66	596.04	227.44	536.54
	合计	169,881	52,994.29	-	55,832.01	-
2017年	博弈版	156,393	2,614.59	167.18	2,992.55	191.35
	先锋版	26,488	15,796.00	5,963.46	18,905.23	7,137.28
	私享家版	25,853	41,949.50	16,226.16	46,661.55	18,048.80
	其他	8,317	394.91	474.83	503.63	605.54
	合计	217,051	60,755.01	-	69,062.96	-
2016年	博弈版	127,228	2,256.68	177.37	2,327.76	182.96
	先锋版	46,097	23,499.29	5,097.79	30,400.08	6,594.81

	私享家版	13,535	22,629.35	16,719.14	24,529.35	18,122.90
	其他	5,759	210.34	365.24	248.66	431.78
	合计	192,619	48,595.66	-	57,505.85	-

注：1、上表所示金融信息服务业务营业收入和销售回款均系业务订单口径统计得出，其与财务报表口径存在一定差异。

2、单套销售价格=销售回款/销量。

3、由于存量私享家用户在二次购买或低版本客户升级购买过程中发行人会给予一定折扣或抵价活动，因此会产生私享家版本单价低于 18,000 元的情况。

① 博弈版

报告期内，按照各期销售回款计算的博弈版单套销售价格分别为 182.96 元、191.35 元、173.48 元和 219.92 元，销售收入占各期营业收入的比例分别为 4.64%、4.30%、4.06% 和 3.95%。博弈版系列产品可以有效满足用户基本的金融资讯和信息需求，同时产品价格相对较低，因此博弈版系列产品成为公司产品销量的主要支柱。博弈版系列产品的收入金额占各期比重相对较低，其主要原因为该系列产品定位较为基础，公司主要依靠该系列产品扩大付费用户基数并以该类产品用户为基础，通过深度的体验式使用引导客户升级为更高级别版本用户。

② 先锋版

报告期内，按照各期销售回款计算的先锋版系列产品的单套销售价格分别为 6,594.81 元、7,137.28 元、6,957.25 元和 7,447.62 元，报告期内呈波动趋势，主要原因为发行人客户在购买先锋版产品时可自主选择一次性开通的产品期限，不同期限对应不同价格，如一年期产品 3,600 元、二年期产品 7,200 元、三年期产品 10,800 元；同时在实际销售过程中发行人还会依据原先购买产品的剩余期限给予有再次购买意愿的存量客户以价格抵扣。在此销售策略下，发行人报告期内各年度经统计所得先锋版产品单套销售价格会因选择一次开通不同期限客户的比例变化而产生上述波动。

先锋版系列产品在报告期内销量占当期所有产品销量比例分别为 23.93%、12.20%、13.23% 和 11.28%，与之对应的销售收入占营业收入比例分别为 48.36%、26.00%、27.44% 和 19.51%。该系列产品虽销量占比不高，但对公司营业收入贡献较大。2017 年、2018 年，先锋版系列产品的销售收入占比与 2016 年相比有所下降，主要系公司当期私享家版产品销售收入实现大幅增长，产品收入结构变化所致。2019 年 1-6 月先锋版系列产品的销售占比进一步下降，主要系公司当期以

销售财富掌门系列高端产品为主，并且公司经营尚不满一个完整会计年度，产品结构进一步变化所致。

③私享家版

报告期内，私享家版单套销售价格分别为 18,122.90 元、18,048.80 元、20,588.02 元和 16,804.48 元。2018 年私享家版产品按照销售回款口径计算的销售单价较报告期其他年度有较大幅度增长，主要原因为：一方面公司在 2017 年、2018 年先后对 4 年期和 1 年期私享家版产品的销售价格进行了上调，其中 4 年期价格由 28,800 元上调至 31,200 元，1 年期价格由 18,000 元上调至 19,800 元，由此导致 2018 年私享家版本按销售回款口径计算的销售单价较报告期其他年度有所增长；另一方面，由于存量私享家用户在二次购买或低版本客户升级购买时，公司会根据该等客户原有版本产品的剩余价值给予一定价格抵扣的优惠，2017 年公司私享家版产品销量中的存量用户续购比例较高，而 2018 年私享家版产品销量中以中低版本客户升级购买为主，因此 2018 年私享家版产品的销售价格较 2017 年度有所增长。2019 年 1-6 月，发行人未开展私享家产品集中销售活动，当期私享家产品购买者主要为产品尚未到期即提前购买的存量客户，该类客户可以享受剩余产品期限抵价政策，因此当期测算单套平均价格相对较低。

私享家版产品在 2016 年的销量占比不足 8%，公司在 2017 年及 2018 年上半年均对该系列产品进行了功能升级并进行重点推广，同时在 2018 年底还进行了当年第二次私享家产品集中销售，因此 2017 年和 2018 年私享家版产品的销量占比分别上升至 11.91% 和 10.81%，销售收入占各期营业收入比例分别为 69.05% 和 68.03%。2019 年 1-6 月，发行人以销售财富掌门系列高端产品为主，未进行私享家产品集中销售活动，因此当期私享家产品的销量占比仅为 0.27%，营业收入占比也下降至 15.29%，而财富掌门系列新产品在 2019 年 1-6 月的销量占比为 9.21%，营业收入占比也上升至 60.95%。

报告期内，私享家版系列产品与先锋版系列产品一并成为公司收入的主要构成部分，自 2019 年起财富掌门系列产品也逐步成为公司收入的主体构成之一。

（三）营业成本构成及变动分析

报告期内，发行人营业成本全部由主营业务成本构成。

1、营业成本情况

报告期内，公司营业成本占营业收入比重情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度
	金额	增速	金额	增速	金额	增速	金额
营业成本	4,237.76	-	8,407.43	7.90%	7,792.10	21.64%	6,406.10
营业收入	36,396.91	-	57,769.57	-13.66%	66,909.87	17.13%	57,126.53
占比	11.64%	-	14.55%	-	11.65%	-	11.21%

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司营业成本占同期营业收入的比例分别为11.21%、11.65%、14.55%和11.64%。2018年公司营业成本占营业收入的比例增至14.55%，主要原因为：公司营业成本的主要用于自身业务开展所必须的支出，如IDC费用、信息使用费、邮电通讯费、后台支持及合规等部门的职工薪酬等，该类支出相对固定并且随着公司业务发展存在逐年升高的趋势；与此同时，2018年受市场环境持续低迷因素影响，公司当期营业收入同比有所下滑，在上述因素综合作用下，发行人2018年营业成本占营业收入比例有所上升。

2、主营业务成本构成及变动分析

报告期内，公司主营业务成本按照业务划分明细如下：

单位：万元

产品类别	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
金融信息服务	4,061.17	95.83%	8,146.65	96.90%	7,409.74	95.09%	6,044.44	94.35%
广告服务	169.82	4.01%	184.75	2.20%	227.10	2.91%	268.47	4.19%
保险经纪	6.77	0.16%	76.03	0.90%	154.03	1.98%	91.11	1.42%
其他主营业务	-	0.00%	-	-	1.22	0.02%	2.08	0.03%
合计	4,237.76	100.00%	8,407.43	100.00%	7,792.10	100.00%	6,406.10	100.00%

公司主营业务成本由金融信息服务成本、广告服务成本、保险经纪成本和其他主营业务成本共四部分构成，其中金融信息服务成本占比最高，报告期内占主营业务成本平均比例超过94%。2017年公司金融信息服务的营业收入增速25.00%，金融信息服务的营业成本增速为22.59%，收入成本变动趋势基本一致。2018年A股受国际贸易摩擦等因素影响持续低迷，公司金融信息服务的营业收

入同比增长-12.74%，营业成本则同比增长 9.95%，主要系用户数量持续增长导致信息使用费增加所致。

公司广告服务及保险经纪业务主要依托现有金融信息服务业务客户开展，系对客户投资渠道和资产配置等需求的进一步开发，且没有网络行情信息采购和网络服务器托管等固定支出，因此相关业务成本主要为相关销售客服人员薪酬支出及办公费用分摊等，因此该等“二次开发”的业务成本包括营业成本均相对较低。

报告期内，公司营业成本按类别划分明细如下：

单位：万元

成本类别	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
IDC费用	416.64	9.83%	785.66	9.34%	701.68	9.01%	572.53	8.94%
信息使用费	1,476.53	34.84%	2,641.78	31.42%	2,076.50	26.65%	1,264.57	19.74%
人工成本	1,860.93	43.91%	3,883.49	46.19%	3,743.15	48.04%	3,043.61	47.51%
租赁及物业管理费	97.93	2.31%	189.42	2.25%	502.60	6.45%	423.24	6.61%
邮电通讯费	225.28	5.32%	545.72	6.49%	684.18	8.78%	1,100.06	17.17%
折旧摊销费	134.54	3.17%	266.75	3.17%	-	-	-	-
加密UKey费	5.08	0.12%	49.98	0.59%	78.43	1.01%	-	-
其他	20.83	0.49%	44.62	0.53%	5.55	0.07%	2.08	0.03%
合计	4,237.76	100.00%	8,407.43	100.00%	7,792.09	100.00%	6,406.09	100.00%

公司主营业务成本由主要由 IDC 费用、信息使用费、人工成本和邮电通讯费构成，上述四项成本合计占各期主营业务成本比例均在 90%以上，具体情况如下：

(1) IDC 费用

报告期内，公司 IDC 费用与带宽等业务数据汇总情况如下：

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度
	指标值	同比增长	指标值	同比增长	指标值	同比增长	指标值
IDC费用(万元)	416.64	-	785.66	11.97%	701.68	22.56%	572.53
其中： 带宽费(万元)	133.33	-	278.17	13.60%	244.87	-9.64%	271.00
其他(万元)	283.31	-	507.49	11.09%	456.81	51.50%	301.53
带宽值(M)	9,070	-	9,070	12.39%	8,070	88.99%	4,270

其中： 高价带宽（M）	3,040	-	3,040	-	2,040	-	2,040
平均单价 （万元/年/M）	0.066	-	0.07	-	0.087	-	0.087
低价带宽（M）	6,030	-	6,030	-	6,030	-	2,230
平均单价 （万元/年/M）	0.011	-	0.011	-	0.011	-	0.042
用户数量（万人）	95.09	-	118.79	-15.15%	140.00	7.72%	129.97
其中： 免费用户（万人）	70.50	-	84.99	-22.26%	109.32	10.01%	99.37
付费用户（万人）	24.59	-	33.80	10.17%	30.68	0.26%	30.60
访问量（万人次）	1,438.41	-	3,009.18	-8.30%	3,281.72	13.43%	2,893.20

注：1、带宽值主要为服务于发行人主营业务的关键带宽值总和。

2、用户数量包括免费用户数和收费用户数，其中免费用户数采用年活跃用户数。

3、报告期内发行人年度带宽购买计划主要依据发行人对付费用户的数量及访问量预测来制定，因此上表用户访问量主要为付费用户访问量。

4、上表各带宽均价为按照月度单价折算的年度价格，但在实际经营过程中各带宽开通日期在各年度内呈不规律分布，而发行人与带宽提供商结算时以日为单位，因此上述带宽值与单价乘积与明细带宽费存在极小差额。

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，发行人的IDC费用分别为572.53万元、701.68万元、785.66万元和416.64万元；带宽值分别为4,270M、8,070M、9,070M和9,070M；用户数量分别为129.97万人、140.00万人、118.79万人和95.09万人；用户访问量分别为2,893.20万人次、3,281.72万人次、3,009.18万人次和1,438.41万人次。2016年和2017年，发行人带宽值、用户访问量与IDC费用呈现增长态势，三者保持一致；2018年发行人虽然继续加大IDC投入，进一步增强了自身带宽值，但是用户访问量较2017年有所下降，此系当期市场环境持续低迷影响所致。上述指标数值与公司实际经营情况相符。

报告期内，发行人IDC费用、带宽值、访问量间的相互关系，发行人客户构成及其与带宽值之间的相互关系如下：

1) 发行人IDC费用、带宽值、访问量间的相互关系

2017年和2018年，发行人IDC费用和带宽值之间呈现同步增长趋势，但增长速率不同，其主要原因如下：

A、发行人IDC费用不仅包括购买带宽的支出，还包括购买服务器机柜、专线等其他与服务器托管相关的支出；

B、发行人由于会从不同购买渠道购买带宽，因此所购带宽分为高价带宽和低价带宽，而这两类带宽的单价不同，同时发行人带宽值为高价带宽和低价带宽的算术相加，因此发行人报告期内的带宽费与带宽值不呈现同幅度增长；

C、报告期内发行人购买带宽高速增长，与此同时发行人与带宽提供商的议价能力也有所上升，无论是高价带宽单价还是低价带宽的单价都呈现下降趋势，该因素也对发行人的带宽费增长幅度有所影响。

2017年发行人IDC费用中的带宽费较2016年有所下降但当期带宽值大幅上升，其主要原因为发行人于2017年更换了低价带宽服务商并通过谈判获得了较2016年更低的带宽单价，因此2017年发行人在低价带宽大幅提升的基础上带宽支出反而降低。同时，2017年度发行人IDC费用中的其他费用同比增长51.50%，此系发行人于该年度更换办公场所导致产生带宽初装费用所致。

2018年发行人IDC费用中的带宽费较2017年同比增长13.60%，其全部用于增购高价带宽，因此当期IDC费用中的带宽费与带宽值同比增长幅度较为接近，发行人当期整体IDC费用增幅与带宽值增幅差异也相对较小。

2017年和2018年，发行人带宽值和访问量之间呈现同步增长趋势，但同比增长速率有所不同，此系发行人出于自身经营需要，于每年年初制定带宽购买计划时会在对当年访问量所需带宽值预测基础上购买一定比例冗余带宽所致。

2) 发行人用户构成及其与带宽值、访问量之间的相互关系

报告期内，发行人用户主要分为免费用户和付费用户。发行人用户构成、带宽值和访问量的明细情况如下：

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度
	指标值	同比增长	指标值	同比增长	指标值	同比增长	指标值
用户数量（万人）	95.09	-	118.79	-15.15%	140.00	7.72%	129.97
其中：免费用户（万人）	70.50	-	84.99	-22.26%	109.32	10.01%	99.37
付费用户（万人）	24.59	-	33.80	10.17%	30.68	0.26%	30.60
带宽值（M）	9,070	-	9,070	12.39%	8,070	88.99%	4,270
访问量（万人次）	1,438.41	-	3,009.18	-8.30%	3,281.72	13.43%	2,893.20

2016年、2017年和2018年，发行人用户数量、访问量等指标均呈现先增后减趋势，而带宽值则持续保持增长，产生该现象的主要原因如下：

A、发行人用户可分为免费用户和付费用户，其中付费用户对发行人产品的

使用活跃度要明显高于免费用户，发行人在年度带宽购买计划中也会根据该实际情况以付费用户的带宽需求为主要考虑因素。2017 年发行人带宽增长幅度远高于付费用户数、免费用户数增长幅度，此系发行人当期主动购进大量低价带宽所致，发行人于 2017 年更换了低价带宽服务商，通过在新服务商处购入大量低价带宽取得了较 2016 年更低的带宽单价。通过该等调整，发行人 2017 年带宽费支出较 2016 年有所下降，但低价带宽值较 2016 年大幅上升。2018 年发行人仅增购了 1,000M 高价带宽，当期带宽值增幅稍高于发行人付费用户数量增幅，有效地满足了付费用户的使用需求。

B、发行人客户访问量特征与用户数量一致，付费用户访问量也明显高于免费用户。2018 年发行人付费用户数量为 33.80 万人，较 2017 年度同比增长 10.17%，由于该指标统计口径为区间内仍处于有效服务期内的付费用户数，而 2017 年发行人成功开展了四年期产品销售活动，2018 年内发行人产品到期未再次购买而衰减的付费用户数与发行人当期新增付费用户数相比相对较少，因此发行人 2018 年付费用户数较 2017 年有所增长。

(2) 信息使用费

报告期内，发行人信息使用费支出总体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信息使用费合计	1,476.53	34.84%	2,641.78	31.42%	2,076.50	26.65%	1,264.57	19.74%
主营业务成本	4,237.76	100.00%	8,407.43	100.00%	7,792.10	100.00%	6,406.10	100.00%

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司信息使用费分别为 1,264.57 万元、2,076.50 万元、2,641.78 万元和 1,476.53 万元，报告期内随公司用户数量增长而整体呈现增长趋势。发行人的信息使用费支出主要为沪、深交易所等专有信息经营许可费用支出，信息使用费中包括固定费用和变动费用两部分，其中变动费用部分主要与使用 Level-2 等按用户人数收费的行情信息的客户人数相关，固定费用部分则相对保持不变。

(3) 人工成本

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司营业成本中的人工成本分

别为 3,043.61 万元、3,743.15 万元、3,883.49 万元和 1,860.93 万元，该科目内容主要为公司合规部门、后台支持部门等人员的工资、奖金和社保公积金缴费等人力成本。由于该类人员对公司经营的贡献主要体现在后台或合规支持，并不直接影响公司当期业绩，因此根据公司薪酬政策，相关人员薪酬根据包括较长周期的现金回款等多种经营指标综合确定，同时不同时期的市场环境、公司在行业中的相对经营成果也会对相关人员综合薪酬的评定产生一定影响。

2017 年公司销售回款、营业收入和净利润等经营指标较好，因此 2017 年人工成本较 2016 年同比增长 22.98%。2018 年公司所处市场环境持续低迷，但公司所取得的经营成果仍属行业较好水平，公司在综合考虑相关因素后未降低相关人员薪酬，当期人工成本较 2017 年小幅增长 3.74%。

（4）邮电通讯费

邮电通讯费主要包括办公通讯费用和设备维护费用。报告期内，公司的办公通讯费用随业务规模扩大和员工人数增加而相应增加，设备维护费用则根据各年实际维修需求有所变化。

报告期内，发行人邮电通讯费按照供应商及业务内容分类的明细情况如下：

单位：万元

序号	交易主体	交易对手	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1	指南针	中国联合网络通信有限公司北京市分公司	89.03	497.85	608.23	498.40
2	指南针	中国电信股份有限公司北京分公司	2.26	3.64	3.86	4.14
3	指南针	中国电信股份有限公司广州分公司	-	33.53	38.55	-
4	指南针	北京中移通信工程技术有限公司	-	-	-	283.02
5	指南针	中国联合网络通信有限公司惠州市分公司	-	-	-	154.85
6	指南针	中国联合网络通信有限公司广州市分公司	-	-	3.86	-
7	指南针	北京思空科技有限公司	-	5.89	-	-
8	天一星辰	中国电信股份有限公司广州分公司	-	-	29.08	159.65
9	指北针商务	中国电信股份有限公司佛山分公司	1.20	4.81	0.60	-

10	指南针	中国移动通信集团北京有限公司房山良乡长虹西路营业厅	127.31	-	-	-
11	指南针	中国联合网络通信有限公司广东分公司	5.48	-	-	-
合计			225.28	545.72	684.18	1,100.06

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司邮电通讯费支出分别为1,100.06万元、684.18万元、545.72万元和225.28万元。2017年公司邮电通讯费支出较2016年减少415.88万元，主要系发行人2017年未发生对办公通讯设备的维护开支所致。2018年邮电通讯费支出较2017年有所下降，此系发行人当期未产生项目费用，同时用户活跃度有所下降所致。2019年1-6月，发行人邮电通讯费的通讯费用为225.28万元，仅占2018年全年费用的40.25%，主要原因为发行人客户中使用手机号码客户的数量占比相对较高，发行人自2019年起逐步将自身大部分通讯业务供应商从中国联通转为中国移动并享受到一定幅度的通讯费价格优惠所致。

（5）租赁及物业管理费

租赁及物业管理费主要包括用作合规和运营支撑部门办公用房所产生的租赁、物业等相关费用，其中房屋租赁费用为租赁费的主体构成。2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司营业成本中租赁及物业管理费分别为423.24万元、502.60万元、189.42万元和97.93万元，2018年开始大幅下降主要系公司在2017年下半年开始逐步将主要经营场所搬迁至自有房产所致。

（6）加密 UKey 费

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司加密 UKey 费分别为0.00万元、78.43万元、49.98万元和5.08万元，占各期营业成本的比例较低。2017年公司新增加密 UKey 费开支，主要系公司当期进行私享家版本推广与升级，相关产品中新增机构仓位系列指标数据配套使用全新 UKey 加密技术所产生的费用。发行人本次为相关产品提供的加密 UKey 通过 USB 直接与计算机相连，具有密码验证、可靠高速等功能，能够为客户提供身份认证、安全访问等服务。

（7）折旧摊销费

2016年和2017年，公司合规和运营支撑等部门使用的办公用房均来源于外部租赁，因此公司营业成本中对应确认“租赁费”而不含折旧摊销费。2018年公司将合规、运营支持等部门的办公场所转移至新购的自有办公房产，因此2018年、2019年1-6月营业成本中分别包含266.75万元、134.54万元折旧摊销费用。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	16,283.35	74.22%	26,347.13	74.78%	35,200.84	81.03%	27,617.60	76.13%
管理费用	2,384.68	10.87%	4,578.04	12.99%	4,930.75	11.35%	3,895.45	10.74%
研发费用	3,404.02	15.52%	4,344.27	12.33%	3,220.83	7.41%	4,730.21	13.04%
财务费用	-133.43	-0.61%	-36.79	-0.10%	87.35	0.20%	32.27	0.09%
合计	21,938.62	100.00%	35,232.65	100.00%	43,439.77	100.00%	36,275.53	100.00%
期间费用占营业收入的比例	60.28%		61.00%		64.92%		63.50%	

注：根据财政部《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15号），公司对财务报表格式进行了修订，将研发费用从原管理费用中拆分并单独列示。

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司期间费用金额分别为36,275.53万元、43,439.77万元、35,232.65万元和21,938.62万元，占当期营业收入的比例分别为63.50%、64.92%、61.00%和60.28%，占比相对稳定。

报告期内，公司期间费用的具体构成及变动情况如下：

1、销售费用构成及变动分析

报告期内，公司销售费用明细表如下所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	7,969.34	48.94%	13,327.23	50.58%	16,263.12	46.20%	12,654.46	45.82%
广告宣传及网络推广费	5,809.25	35.68%	7,995.65	30.35%	12,795.82	36.35%	7,849.17	28.42%
积分奖励	1,362.39	8.37%	2,856.96	10.84%	3,748.69	10.65%	5,311.09	19.23%
房租及物业费	228.50	1.40%	440.92	1.67%	715.29	2.03%	607.48	2.20%
差旅费	359.43	2.21%	601.49	2.28%	689.56	1.96%	415.85	1.51%

服务费	80.48	0.49%	214.02	0.81%	251.34	0.71%	286.20	1.04%
折旧及摊销	373.45	2.29%	766.87	2.91%	563.72	1.60%	307.43	1.11%
办公费	100.17	0.62%	142.58	0.54%	169.17	0.48%	180.15	0.65%
其他费用	0.34	0.00%	1.41	0.01%	4.14	0.01%	5.78	0.02%
合计	16,283.35	100.00%	26,347.13	100.00%	35,200.84	100.00%	27,617.60	100.00%

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司销售费用分别为27,617.60万元、35,200.84万元、26,347.13万元和16,283.35万元，占各期营业收入的比例分别为48.34%、52.61%、45.61%和44.74%。2017年公司销售费用金额及销售费用率同比有所提升，主要系公司在2017年大幅提升了广告投放规模导致广告宣传及网络推广费增长，同时销售人员薪酬因当期业绩增长较2016年出现大幅提升所致。2018年公司结合当期较为低迷的证券市场环境，在保证新增注册客户品质的同时以控制单位新增注册客户成本为目标，适当控制线上广告费用的投放规模，当期广告宣传及网络推广费有所下降，同时销售人员薪酬亦有所减少，进而导致2018年度销售费用规模及占营业收入的比例同比下降。

报告期内，公司与同行业可比公司的销售费用率的对比情况如下所示：

可比公司简称	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
同花顺	12.46%	10.68%	8.77%	5.59%
东方财富	8.22%	8.32%	12.40%	11.31%
大智慧	15.19%	15.06%	19.47%	43.86%
麟龙股份	38.41%	36.99%	35.41%	31.51%
益盟股份	79.84%	81.88%	39.22%	43.98%
平均值	30.82%	30.59%	23.05%	27.25%
指南针	44.74%	45.61%	52.61%	48.34%

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，同行业可比公司销售费用率均值分别为27.25%、23.05%、30.59%和30.82%，发行人同期销售费用率分别为48.34%、52.61%、45.61%和44.74%，整体高于同行业可比公司平均水平。

发行人与同行业可比上市公司销售费用率水平存在差异主要系采用的不同业务模式差异所致。同行业可比上市公司中，益盟股份、麟龙股份与发行人业务内容和销售模式较为相似，均采用人工直销模式，因此销售费用率相对较高。其他可比上市公司如同花顺、东方财富、大智慧与发行人在报告期内的业务内容存在较大差异，其销售模式会不同程度地采用被动销售方式，人工成本支出相对较

低，因此其销售费用率亦相应较低。具体说明如下：

可比公司简称	业务模式
发行人	金融信息服务业务采用直接销售模式，通过体验式营销实现产品的最终销售，人工成本等支出相对较高，与证券公司合作通过流量入口吸引开户人群，“开户换积分”等促销活动支出增加销售费用。
大智慧	针对个人用户采用直接销售模式，在向客户提供服务前预收包括后续维护运行费在内的全部款项；针对证券公司客户由企业与其营业部签订协议，直接销售软件产品，一般在提供证券公司综合服务前向客户收取服务期的全部费用。
麟龙股份、益盟股份	建立营销团队，客户在企业网站上了解到产品信息后，会通过网站或电话等方式进一步了解企业产品相关信息，企业销售人员会进一步向客户进行营销。
同花顺	主要采用“平台免费、增值服务收费”的营销策略，依靠网络在线直销的方式销售金融资讯、数据服务及手机金融信息服务等产品。
东方财富	上市初期主要业务包括互联网广告和金融数据服务，其中金融数据服务主要面向“东方财富网”网站用户进行网络在线销售，通过被动接受潜在用户的产品咨询来进行营销。

从销售费用构成角度来看，报告期内公司销售费用主要由职工薪酬、广告宣传及网络推广费、积分奖励三项构成，报告期内上述三项费用占销售费用总额的比例均在 91% 以上。

报告期内，公司销售费用主要科目的具体构成及变动分析情况如下：

（1）职工薪酬

报告期内，发行人销售费用中职工薪酬金额分别为 12,654.46 万元、16,263.12 万元、13,327.23 万元和 7,969.34 万元，占销售费用的比例分别为 45.82%、46.20%、50.58% 和 48.94%，是销售费用中占比最高的部分，主要由公司销售和客服人员的薪酬构成。报告期内公司的主营业务主要由金融信息服务业务、广告服务业务和保险经纪业务构成，其中广告服务业务、保险经纪业务均为公司基于金融信息服务业务所进行的二次开发业务，二者的业务开展与销售行为关联度较低。因此，根据公司的薪酬政策，公司销售和客服人员的薪酬主要与当期金融信息服务业务销售产品收到的客户款项挂钩，即与收到的金融信息服务业务客户现金回款而非会计收入相关。

报告期内，发行人销售费用“职工薪酬”项和归集为金融信息服务业务的“销售商品、提供劳务收到的现金”具体情况如下。

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年
	金额	增速	金额	增速	金额	增速	金额

销售费用-职工薪酬	7,969.34	-	13,327.23	-18.05%	16,263.12	28.52%	12,654.46
销售商品、提供劳务收到的现金-金融信息服务业务	45,016.75	-	54,891.56	-14.86%	64,473.66	14.80%	56,160.97

报告期内，发行人职工薪酬变化趋势与金融信息服务业务下公司收到客户现金回款变化趋势一致。同时，由于发行人对超额完成销售回款目标的业务人员会提供完成目标的目标激励和超额完成部分的额外激励，因此在当期销售回款下滑的情况下，公司计提的目标激励薪酬和额外激励薪酬会同时下降，公司销售费用的“职工薪酬”同比下降幅度会大于销售回款的同比下降幅度；在当期销售回款上升的情况下，公司计提的目标激励薪酬和额外激励薪酬会同时上升，公司销售费用的“职工薪酬”同比上升幅度会因额外激励的原因而大于销售回款的同比上升幅度。

2017年，公司归集为金融信息服务业务的“销售商品、提供劳务收到的现金”同比增长14.80%，而销售费用下“职工薪酬”同比增长28.52%。2018年度，公司归集为金融信息服务业务的“销售商品、提供劳务收到的现金”同比降幅为14.86%，而销售费用下“职工薪酬”下降幅度为18.05%。2019年1-6月，发行人金融信息服务销售回款中包含11,183.63万元尚未开通生成订单但客户已向发行人预先支付的款项，该部分回款既未进行确认收入处理也不作为客服人员当期薪酬计提依据，在排除该等因素影响后，报告期内发行人职工薪酬变化趋势与金融信息服务业务销售回款变化趋势保持一致。

（2）广告宣传及网络推广费

报告期内，发行人销售费用中广告宣传及网络推广费金额分别为7,849.17万元、12,795.82万元、7,995.65万元和5,809.25万元，占销售费用的比例分别为28.42%、36.35%、30.35%和35.68%，为销售费用的另一主要构成部分。

2017年公司广告宣传及网络推广费同比增长63.02%，增幅较大的主要原因为：2017年度我国证券市场仍处于持续相对低迷的状态，投资交易活跃程度的下降导致发行人的获客难度有所提升，而公司基于扩大经营的目标和对我国资本市场长期发展的信心，较大幅度地提高了当期广告投放规模，同时配合适度的销售客服队伍扩大以积极获取潜在客户。

2018年受国际贸易摩擦的影响，国内A股市场总体呈现下跌的态势（区间

跌幅近 26%)，我国证券市场和投资者投资情绪依旧处于较为低迷的状态，发行人结合市场环境在保证新增注册客户品质的同时以控制单位新增注册客户成本为目标，适当控制当期线上广告费用的投放规模以符合业务发展的实际需求，导致当期广告宣传及网络推广费在销售费用及营业收入中的占比较 2017 年有所下降。

2019 年 1-6 月我国证券市场行情整体回暖，国内 A 股市场区间涨幅为 20% 左右，交易量同比显著回升。公司在市场回暖、交投活跃度提升的背景下，一定程度提升线上广告费用的投放规模，当期广告宣传及网络推广费规模及占销售费用的比例较 2018 年均有所增长。

报告期内，发行人广告宣传及网络推广费用构成情况如下：

单位：万元

推广途径	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线上推广	5,592.97	96.28%	7,583.09	94.84%	12,300.41	96.13%	7,405.03	94.34%
其中：互联网	2,122.64	36.54%	4,173.34	51.53%	6,206.89	48.51%	3,188.01	40.62%
移动互联网	3,470.33	59.74%	3,409.75	43.31%	6,093.53	47.62%	4,217.03	53.73%
线下推广	-	-	-	-	-	-	-	-
策划宣传	83.71	1.44%	32.64	0.41%	75.22	0.59%	72.61	0.93%
增值电信业务	132.56	2.28%	357.28	4.47%	401.79	3.14%	371.44	4.73%
其他业务	-	-	22.64	0.28%	18.40	0.14%	0.08	0.00%
合计	5,809.25	100.00%	7,995.65	100.00%	12,795.82	100.00%	7,849.17	100.00%

① 策划宣传和其他广告宣传的具体方式

策划宣传主要为主题营销活动设计，一般根据客户数量分布和时间要求设计营销策划的主题活动，例如“轮动擒龙”大型营销策划，与之配合的几个相关小策划主题，其他方式还包括“一带一路”、“供给侧改革”、“名人讲堂”等活动。按照策划时间安排，公司将策划进程分为若干个阶段，如“激活期”、“服务期”等，根据每个阶段的特点制定具体营销方案及相应的考核关键点，包括用户沟通率、用户活跃度用户锁定优惠数量等。对于上述策划宣传，公司会辅以广告素材制作，包括策划主题相关的广告图、网页等相关素材具体制作，如“一带一路”信心页、“名人讲堂”索票模块等。

发行人其他广告宣传的主要内容系增值电信业务平台广告，即通过给客户群发短信或者自动语音，利用客户的反馈行为（到达、点击、回复、按键等）等判

断客户的消费意向。发行人及发行人子公司天一星辰持有增值电信业务经营许可证，同时发行人还持有短消息类服务接入码使用证书（证书编号：号[2013]00216-A012）。

发行人短信发放的对象均为公司的注册用户（免费客户和付费客户），发行人直接通过三大运营商（移动、联通、电信）落地和结算，或在考虑经济效益的因素下委托代理公司与三大运营商落地和结算，但无论何种落地和结算方式，短信发送对象的控制和短信内容的运营都由发行人掌握，均无代理公司参与。

②报告期内广告宣传及网络推广不同方式占比波动的原因

报告期内发行人根据潜在客户的来源、广告投放的效果、销售客服人员的承载能力综合分析并实时调整广告投放量、广告投放的渠道和方式。报告期，依托智能手机终端的移动互联网越来越成为用户的重要信息获取渠道。2016年以来，为顺应当前用户的互联网使用习惯和发展趋势，发行人主动提升在移动互联网端的直接广告投放力度，逐步降低传统PC端互联网的投入资源，因此该年度移动互联网费用占比大幅提升。

（3）积分奖励

为提高客户忠诚度，发行人为客户安排了“积分计划”。客户可以通过完成发行人不定期的促销、调研等规定行为（如：在指定的时间登陆使用软件、参与线上观看视频和阅读文章达到一定频率或时长、协助公司完成某项市场需求调研等）便可积累发行人积分计划中的积分。对于上述积分，用户可在未来用于冲抵购买的金融信息服务产品价款等。

发行人与证券公司开展广告服务合作后，为积极推动广告业务的发展，发行人积分计划新增一类积分——合作伙伴积分，并向客户推出“开户换积分”的促销活动，即发行人的客户如果选择在指定证券公司开户并进行证券交易，客户在证券公司的交易活跃情况，便能以一定的规则转换为发行人积分计划中的积分，该积分可与发行人积分计划中的其它类型积分无差别使用。公司专注于金融信息服务行业，产品用户主要为个人专业投资者，在此等用户基础上公司与证券公司所开展的合作广告服务业务具有较强的针对性，“开户换积分”活动成为客户积分的主要来源。

2017 年公司积分奖励费用较 2016 年减少 1,562.40 万元，主要原因为受 2017 年国内证券市场表现低迷的影响，发行人广告服务引流人数同比下滑，导致当期产生的客户积分同比有所减少，进而导致 2017 年积分奖励费用较 2016 年有所下降。2018 年国内证券市场表现持续低迷，受此影响公司积分奖励费用较 2017 年继续减少 891.73 万元。2019 年 1-6 月公司积分奖励费用为 1,362.38 万元，与 2018 年同期基本持平。

(4) 服务费

2016 年公司销售费用下“服务费”明细项目主要为支付给上海鼎朋技术有限公司（以下简称“上海鼎朋”）的管理咨询服务费。上海鼎朋曾为发行人子公司天一星辰提供销售管理咨询，根据双方签订的管理咨询服务合同，上海鼎朋实际收取的咨询服务费为根据其提供销售管理咨询服务对应产生的销售收款金额按一定比例计提，发行人对该等服务费则基于对应的收入和成本分期确认。2014 年发行人收购天一星辰后，按照指南针相应业务架构和要求对天一星辰相应体系进行整合，并取消了天一星辰与上海鼎朋的销售管理合作，2015 年及之后所产生的服务费用系前期费用分期确认所致。2017 年以来，公司销售费用下“服务费”科目主要为支付给劳务派遣公司的人力资源相关服务费。

2、管理费用构成及变动分析

报告期内，公司管理费用明细表如下所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,016.02	42.61%	1,616.61	35.31%	1,497.28	30.37%	1,239.18	31.81%
服务费	35.75	1.50%	872.16	19.05%	797.84	16.18%	653.78	16.78%
办公费	373.59	15.67%	502.06	10.97%	736.67	14.94%	697.53	17.91%
中介机构费	275.91	11.57%	311.92	6.81%	509.50	10.33%	405.12	10.40%
折旧费与摊销	377.26	15.82%	765.80	16.73%	582.16	11.81%	354.39	9.10%
租赁及物业管理费	128.08	5.37%	231.75	5.06%	420.13	8.52%	385.59	9.90%
差旅费	121.39	5.09%	202.46	4.42%	264.83	5.37%	123.67	3.17%
税费	-	-	-	-	-	-	3.36	0.09%
邮电通讯费	26.65	1.12%	46.04	1.01%	88.62	1.80%	20.06	0.51%

其他费用	30.03	1.26%	29.24	0.64%	33.72	0.68%	12.77	0.33%
合计	2,384.68	100.00%	4,578.04	100.00%	4,930.75	100.00%	3,895.45	100.00%

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司管理费用分别为3,895.45万元、4,930.75万元、4,578.04万元和2,384.78万元，占各期营业收入的比例分别为6.82%、7.37%、7.92%和6.55%。随着公司经营规模的持续扩大，2017年公司各项管理费用均较2016年有所增长。2018年公司管理费用规模有所下降，主要系办公费、中介机构费同比减少所致，同时由于2018年公司收入同比下降13.66%，导致管理费用率较同期有所增长。2019年1-6月公司管理费用率有所回落，与2016年、2017年基本持平。

报告期内，发行人与同行业可比公司的管理费用率（剔除研发费用）的比较情况如下：

公司名称	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
同花顺	7.75%	7.60%	7.90%	6.50%
东方财富	29.18%	38.15%	43.24%	39.76%
大智慧	26.85%	27.92%	33.23%	30.91%
麟龙股份	11.09%	11.53%	10.52%	13.91%
益盟股份	29.72%	25.86%	26.05%	19.26%
平均值	20.92%	22.21%	24.19%	22.07%
发行人	6.55%	7.92%	7.37%	6.82%

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司管理费用率均低于同行业可比公司均值，主要系同行业可比公司在业务构成、营收规模、职工薪酬支出占比等个体特点方面与发行人存在差异所致，此外报告期内同行业可比公司的非经常性事件也会对相关财务指标数值产生影响。

从管理费用构成角度来看，发行人管理费用主要由服务费、职工薪酬、办公费、中介费、折旧与摊销费用构成，报告期内上述五项费用合计占同期管理费用的比例保持在80%以上。

报告期内，公司管理费用主要科目的构成及变动情况如下：

（1）职工薪酬

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司管理费用中的职工薪酬分别为1,239.18万元、1,497.28元、1,616.61万元和1,016.02万元，占各期管理费用的比例分别为31.81%、30.37%、35.31%和42.61%。公司管理费用中的职工薪酬科目主要由管理人员的工资、奖金等构成。公司管理人员的薪酬与销售人员的

薪酬核算和计提方式基本一致，主要与当期销售产品收到的客户现金回款而非确认的会计收入挂钩。

2017 年公司管理人员薪酬较 2016 年增长 360.87 万元，主要原因为：在 2017 年国内证券市场表现相对低迷的环境下公司业绩保持了较快增速，其中合并报表范围“销售商品、提供劳务收到的现金”较 2016 年增长 8.60%，公司为激励员工对管理人员工资进行了普遍上调，因此当年管理人员职工薪酬费用同比有所上升。

2018 年公司合并报表范围内“销售商品、提供劳务收到的现金”较 2016 年增长同比下降 15.65%，但是考虑到当期市场环境仍处于持续低迷状态，与同行业企业相比发行人当期经营成果仍属于相对较好水平，因此公司管理人员薪酬同比有小幅上升。

2019 年 1-6 月公司管理人员薪酬为 1,016.02 万元，占当期管理费的比例增至 42.61%，显著高于报告期其他年度，主要系公司当期管理费用中的服务费大幅下降，导致其他费用占比上升所致。此外，公司在 2019 年上半年进行了财富掌门系列高端产品的集中销售活动，2019 年上半年销售收入及现金回款的全年占比预计较高，进而导致当期计提的管理人员薪酬金额较高。

（2）服务费用

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司管理费用中的服务费分别为 653.78 万元、797.84 元、872.16 万元、35.75 万元，占各期管理费的比例分别为 16.78%、16.18%、19.05%和 1.50%，主要包括为提升业务开展效率而对外采购各类技术服务所产生的开支，以及少量公司安保和保洁开支。公司的核心业务为金融信息服务业务，其多年的技术积累亦集中在与该业务相关的技术开发当中。同时，公司为了提升经营效率及业务推广效果，对用户数据分析及管理、业务推广分析、保险管理系统等辅助性技术服务存在一定需求。相较于依靠公司自身研发团队自主跨界研发，公司向市场专业机构购买成熟化、市场化的技术服务成本更低、时间更短，同时也降低了自主研发可能存在的相关风险。

2017 年公司服务费较 2016 年增加 144.06 万元，同比增长 22.03%，主要原因为 2017 年公司业务规模增速较快，同时加大了当期的广告投放力度，为提高

经营管理效率和业务推广效果，公司当期对外购技术服务的需求较 2016 年有较大提升，导致相关费用支出同比有所增长。

2018 年公司服务费较 2017 年增加 74.32 万元，占管理费用的比例增至 19.05%，主要原因为主要原因为公司为满足业务规模持续增长的需求，提高精准营销效率，在当期加大了对用户行为追踪系统的外部技术服务投入，同时对销售流程进行了进一步优化，引入语音识别技术以提升营销智能化水平，导致当期服务费有所增长。

2019 年 1-6 月公司服务费为 35.75 万元，主要由人力资源服务费、中介代理服务费等费用构成，未发生其他大额技术服务支出，因此的当期服务费规模大幅低于报告期内其他年度。

（3）办公费用

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司管理费用中的办公费分别为 697.53 万元、736.67 万元、502.06 万元和 373.59 万元，占各期管理费用的比例分别为 17.91%、14.94%、10.97%和 15.67%，主要包括办公费、业务招待费、办公用品费、车辆费、会议费等内容。2018 年公司办公费用较报告期其他年度相对较低，主要原因为公司对当年市场环境的判断较为保守，因而适当控制并有效降低了相关费用开支。

（4）中介费用

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司管理费用中的中介费用分别为 405.12 万元、509.5 万元、311.92 万元和 275.91 万元，占各期管理费用的比例分别为 10.40%、10.33%、6.81%和 11.57%。公司的中介费用主要包括公司上市相关的审计费用及律师顾问费用，费用规模主要与各期中介机构工作量相关。

（5）折旧与摊销费用

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司管理费用中的折旧与摊销费用分别为 354.39 万元、582.16 万元、765.80 万元和 377.26 万元，占各期管理费用的比例分别为 9.10%、11.81%、16.73%和 15.82%。2017 年以来该项费用增速较快，主要系公司在 2017 年以前主要通过对外租赁房屋进行经营办公，自 2017 年下半年起将办公场所搬迁至公司新购房屋，导致固定资产折旧费用增幅较大所

致。

3、研发费用构成及变动分析

(1) 研发费用构成及变动情况

公司研发费用主要投入在两个方面：第一是具体的产品，该类投入能为公司带来直接的销售收入；第二是业务开发和管理系统，该类投入能提升公司的内部管理效率。报告期内，公司的具体产品研发投入占比约为 67%，主要内容为产品升级和产品后台优化等；后台管理系统研发投入占比约为 33%，主要项目包括运维管理系统、人事管理考核系统、销售管理系统、用户管理系统等。通过一定比例的研发投入，公司能够持续为用户提供满足其需求的产品，从而保证收入和盈利的可持续性，巩固公司核心竞争力和品牌价值。

报告期内，公司研发费用的构成及变动情况如下所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,721.17	50.56%	3,391.74	78.07%	2,710.66	84.16%	2,136.67	45.17%
委外服务费	1,509.43	44.34%	566.04	13.03%	100.00	3.10%	2,354.16	49.77%
折旧及摊销费用	150.85	4.43%	307.30	7.07%	275.52	8.55%	172.24	3.64%
零星其他费用	22.57	0.66%	79.19	1.82%	134.65	4.18%	67.13	1.42%
合计	3,404.02	100.00%	4,344.26	100.00%	3,220.83	100.00%	4,730.21	100.00%

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司研发费用分别为4,730.21万元、3,220.83万元、4,344.26万元和3,404.02万元，占各期营业收入的比例分别为8.28%、4.81%、7.52%和9.35%。公司研发费用主要由职工薪酬和委外服务费用构成，上述两项费用合计占各期研发费用的比例分别达94.94%、87.26%、91.10%和94.90%。

2017年公司研发费用较2016年减少1,509.38万元，同比下降31.91%，主要系委外费用较2016年减少2,254.16万元，同比下降95.75%所致。公司2017年委外费用大幅减少的原因为：第一，经过多年的持续建设和完善，发行人的业务模式已经趋于稳定成熟，当期对委外研发类项目的需求减少。第二，发行人近年来研发人员数量增长较快，研发实力和研发资源得到大幅提升，公司依靠自主研发力量即可满足多数研发项目的需求，因而对委外研发的需求减少。

2018 年公司研发费用较 2017 年增加 1,123.43 万元，占营业收入的比例升至 7.52%，主要系公司为应对相对困难的经营环境而加大产品研发投入，进而整体推动了研发人员的薪酬待遇所致。公司为进一步提升推广效率、实现对目标客户的精准营销，公司于 2018 年实施了若干委外项目，用于开发与公司核心技术无关的用户体验提升工具或公司自身研发人员使用的辅助工具等，因此 2018 年度委外费用金额同比增幅较大。

2019 年 1-6 月公司研发费用达 3,404.02 万元，研发费用率增至 9.35%，高于报告期内其他年度，主要原因为公司在 2019 年上半年集中研发人员和相关资源用于财富掌门系列新产品的开发工作，将部分非核心研发项目委托外部机构进行，导致委外服务费用大幅增长。2019 年上半年公司的主要委外服务包括“指南针呼叫中心语音识别系统”、“指南针电话招聘和商城系统”、“指南针京东商城订单管理及自动发货系统”等项目。

(2) 研发费用加计扣除情况

根据企业所得税法及其实施条例规定，企业开发新技术、新产品、新工艺发生的研究开发费用，可以在计算应纳税所得额时加计扣除。即企业为开发新技术、新产品、新工艺发生的研究开发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按照规定据实扣除的基础上，按照研究开发费用的 50% 加计扣除；形成无形资产的，按照无形资产成本的 150% 摊销。另外，财政部、国家税务总局、科技部于 2015 年 11 月 2 日联合发布《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税[2015]119 号），对研发费用加计扣除执行过程中的相关问题进行了规范。

发行人及其原控股孙公司驼峰科技在 2016 年、2017 年和 2018 年存在研发费用加计扣除情况，具体如下：

1) 2016 年

根据北京正时丰业税务师事务所有限公司出具的正时丰业鉴字[2017]018 号专项报告，发行人 2016 年度研发费用加计扣除税收优惠的具体情况列示如下：

单位：万元

适用主体	项目	费用金额	加计扣除比例	加计扣除金额
发行人	自行研发项目	1,137.66	50%	568.83
发行人	委外研发项目	1,807.55	40%	723.02

合计	2,945.21	-	1,291.85
----	----------	---	----------

关于发行人研发费用加计扣除税收优惠的上述情况，说明如下：

A、上述研发加计扣除税收优惠，发行人已于 2017 年 3 月 23 日履行了备案程序，并于当日经北京市海淀区地方税务局第四税务所确认；

B、根据财政部、国家税务总局、科技部于 2015 年 11 月 2 日联合发布《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税[2015]119 号），企业委托外部机构或个人进行研发活动所发生的费用，按照费用实际发生额的 80% 计入委托方研发费用并计算加计扣除，受托方不得再进行加计扣除，故委托研发项目加计扣除比例为 40%。

2) 2017 年

发行人及原控股孙公司驼峰科技 2017 年度研发费用及加计扣除情况列示如下：

单位：万元

适用主体	项目	费用金额	加计扣除比例	加计扣除金额
发行人	自行研发项目	1,677.80	50%	838.90
驼峰科技	自行研发项目	215.65	50%	107.83
合计		1,893.45	-	946.73

注：驼峰科技 2017 年度应纳税所得额为负数，研发费用加计扣除增加了可弥补的税务亏损；

3) 2018 年

适用主体	项目	费用金额	加计扣除比例	加计扣除金额
发行人	自行研发项目	2,574.12	75%	1,930.59
发行人	委外研发项目	566.04	60%	339.62
合计		3,140.16	-	2,270.21

关于发行人研发费用加计扣除税收优惠的上述情况，说明如下：

A、根据财政部、税务总局、科技部于 2018 年 9 月 20 日联合发布《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税[2018]99 号文件，企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，在按照实际发生额的 75% 在税前加计扣除；形成无形资产的，在上述期间按照无形资产成本的

175%税前摊销。

B、根据财政部、国家税务总局、科技部于 2015 年 11 月 2 日联合发布《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税[2015]119 号），企业委托外部机构或个人进行研发活动所发生的费用，按照费用实际发生额的 80% 计入委托方研发费用并计算加计扣除，受托方不得再进行加计扣除，故委托研发项目加计扣除比例为 60%。

4、财务费用构成及变动分析

报告期内，公司财务费用明细表如下所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
利息支出	-	-	-	-
减：利息收入	384.39	246.26	70.86	105.77
承兑贴现利息	100.04	-	-	-
手续费及其他	150.91	209.47	158.21	138.03
合计	-133.43	-36.79	87.35	32.27

报告期内，发行人未发生银行贷款或其他形式借款，因此无利息支出，财务费用整体保持在较低水平。手续费主要系公司在银行、支付宝和快钱等第三方支付渠道所产生的手续费，报告期内整体呈增长趋势，主要系在第三方支付快速发展的背景下，公司来自第三方支付方式的回款占比整体呈上升趋势所致。2019 年 1-6 月公司财务费用中包含 100.04 万元承兑贴现利息，系子公司指南针信息为满足短期资金需求，将收到的 3,000 万元银行承兑汇票进行贴现融资所产生。

（五）信用减值损失、资产减值损失、其他收益、投资收益及资产处置收益

1、信用减值损失

自 2019 年 1 月 1 日起，公司执行新金融工具准则，应收款项的坏账损失由原资产减值损失科目计入信用减值损失科目，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款坏账损失	8.97	-	-	-

其他应收款坏账损失	22.37	-	-	-
合计	31.33	-	-	-

2、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
坏账损失	-	3.01	77.62	4.46
合计	-	3.01	77.62	4.46

3、其他收益

报告期内，因政府补助会计政策变更，发行人将 2017 年度计入营业外收入的与日常活动有关且与收益有关的政府补助从利润表“营业外收入”项目调整为利润表“其他收益”项目列报。该准则自 2017 年 6 月 12 日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行，并要求企业对 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助采用未来适用法处理。

报告期内，公司其他收益明细如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度	与资产相关/ 与收益相关
即征即退增值税	2,009.15	110.90	674.57	-	与收益相关
南海项目奖励款之落地补贴	-	200.00	300.00	-	与收益相关
南海项目奖励款之购房补贴	4.99	8.31	-	-	与资产相关
上市资金补贴	-	32.63	-	-	与收益相关
个税返还手续费	-	37.97	5.34	5.85	-
岗位补贴及超比例奖励	0.50	-	-	-	与收益相关
增值税进项税加计扣除	62.39	-	-	-	与收益相关
合计	2,077.03	389.82	979.92	5.85	-

4、投资收益

报告期内，公司投资收益相关明细如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
----	-----------	--------	--------	--------

银行理财产品取得的投资收益	724.57	2,221.58	1,769.30	1,981.08
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益	-	-	5.04	-103.92
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-29.54
股息收入	-	-	14.85	2.75
处置子公司产生的投资收益	-	-124.94		
合计	724.57	2,096.64	1,789.19	1,850.37

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司取得的投资收益分别为1,850.37万元、1,789.19万元、2,096.64万元和724.57万元。报告期内，公司的对外投资主要包括银行理财产品、对外股权投资和基金投资三种类型。其中，银行理财产品主要系公司为提高自有资金利用效率实施的银行理财产品购买；对外股权投资系公司历史上原管理层实施的投资决策并形成的存量对外股权投资，报告期内公司已对该类与主业无关的对外投资逐步进行了规范和清理；基金投资系公司为响应中国证券业协会《关于拓宽证券投资咨询公司业务范围的通知》（中证协发〔2015〕17号）文件关于开展创新业务的指导意见，继而成立并开展私募股权基金业务。鉴于上述业务与发行人主营业务关联度较低，2016年公司已全面压缩并暂停新相关投资业务的开展。2017年，发行人开始对该基金投资进行清理工作，2018年1月16日，“天一精选1期”私募股权基金的管理人天一星辰与托管人、行政管理人中信证券共同出具了《“天一精选1期”清盘报告》，完成了相关清理工作。2018年2月13日，天一星辰收到中国证券投资基金业协会通知，天一星辰完成了私募基金管理人登记注销申请。

报告期内，公司银行理财产品及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益明细构成如下所示：

单位：万元

银行理财产品						
理财产品名称	类型	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年	申购方式
步步生金 8699	T+1	451.01	910.21	918.89	1,197.07	招商银行购入
步步生金 8688	T+1	-	-	3.24	0.58	招商银行购入
增利 75053	定期	-	-	-	72.50	招商银行购入
增利 75054	定期	-	-	-	536.03	招商银行购入
日益月鑫 90007	定期	-	-	-	0.05	招商银行购入

金雪球-优悦	定期	-	67.27	222.99	149.53	兴业银行购入
定活宝	T+1	-	1.66	13.40	25.32	光大银行购入
增利 75260	定期	-	-	131.64	-	招商银行购入
增利 75305	定期	-	-	36.89	-	招商银行购入
增利 75306	定期	-	-	166.36	-	招商银行购入
增利 75307	定期	-	-	89.76	-	招商银行购入
增利 75343	定期	-	-	97.22	-	招商银行购入
FGDA17093P	定期	-	-	45.63	-	民生银行购入
FGDA17139L	定期	-	-	43.27	-	民生银行购入
金雪球-添利	T+1	44.58	60.64	-	-	兴业银行购入
天添金进取型 9290	T+1	-	1.04	-	-	招商银行购入
98045	定期	-	49.09	-	-	招商银行购入
FGDA17379P	定期	-	53.03	-	-	民生银行购入
FGDA18222L	定期	-	65.33	-	-	民生银行购入
FGDA18223L	定期	-	60.57	-	-	民生银行购入
FGDA18599L	定期	-	173.54	-	-	民生银行购入
FGDA18839L	定期	-	166.46	-	-	民生银行购入
结构性存款/浮动 2.3%	定期	-	57.34	-	-	民生银行购入
结构性存款/浮动 2.3%	定期	-	80.28	-	-	招商银行购入
结构性存款/浮动 2.69%	定期	-	77.83	-	-	招商银行购入
结构性存款/浮动 3.25%	定期	-	91.89	-	-	招商银行购入
结构性存款/浮动 2.1%	定期	53.51	-	-	-	民生银行购入
结构性存款/浮动 2.4%	定期	155.84	-	-	-	民生银行购入
聚益生金 98035	定期	-	145.48	-	-	招商银行购入
聚益生金 98091	定期	-	10.72	-	-	招商银行购入
聚益生金 98063	定期	9.21	-	-	-	招商银行购入
日益月鑫 90007	定期	2.9	-	-	-	招商银行购入
日益月鑫 90014	定期	6.05	2.86	-	-	招商银行购入
日益月鑫 90021	定期	-	1.49	-	-	招商银行购入
日益月鑫 90030	定期	-	6.99	-	-	招商银行购入
日益月鑫 92030	定期	1.47	6.36	-	-	招商银行购入
增利 77340	定期	-	131.51	-	-	招商银行购入
合计		724.57	2,221.58	1,769.29	1,981.08	-
股权投资						

项目名称	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年	-
北京绿创环保设备股份有限公司	-	-	-	-21.43	-
北京恒业世纪科技股份有限公司	-	-	-	12.97	-
北京盖特佳信息安全技术股份有限公司	-	-	-	-21.28	-
“天一精选 1 期”私募股权基金	-	-	5.04	-103.92	-
上海财融世通信息技术有限公司	-	-	-	0.20	-
合计	-	-	5.04	-133.46	-

5、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益明细如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
固定资产处置利得	-	-6.01	-26.42	434.90
合计	-	-6.01	-26.42	434.90

2016 年公司资产处置收益金额较大，主要系子公司上海及时雨出售其名下房产产生 434.90 万元净收益所致。

（六）营业外收支项目分析

报告期内，公司营业外收支相关项目明细如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
营业外收入	1.02	0.22	8.87	761.38
营业外支出	6.10	173.51	0.64	2.44

1、营业外收入

报告期内，公司营业外收入明细如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
政府补助	-	-	-	761.09
无法支付的应付款项	-	-	8.23	-
其他	1.02	0.22	0.63	0.29
合计	1.02	0.22	8.87	761.38

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司营业外收入金额分别为761.38万元、8.87万元、0.22万元和1.02万元，2016年营业外收入主要为即征即退增值税的政府补助，2017年、2018年和2019年1-6月营业外收入项下的政府补助明细科目为0，主要系发行人根据新的会计准则要求，将营业外收入项下与收益相关的政府补助调整至利润表“其他收益”科目所致。

报告期内，公司确认为营业外收入的政府补助明细如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度	与资产/收益相关
即征即退增值税	-	-	-	761.09	与收益相关
合计	-	-	-	761.09	-

2、营业外支出

报告期内，公司营业外支出明细如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
固定资产报废损失	2.75	-	-	-
公益性捐赠支出	-	172.39	-	-
其他	3.36	1.12	0.64	2.44
合计	6.10	173.51	0.64	2.44

报告期内公司营业外支出规模较小，主要为公司日常经营过程中偶发性产生的小额其他支出，对公司利润总额的影响极小。2018年公司营业外支出增至173.51万元，主要当期发生了172.39万元的公益性支出所致。

3、营业外收支占比

报告期内，公司营业外收支占利润总额比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
营业外收入	1.02	0.22	8.87	761.38
营业外支出	6.10	173.51	0.64	2.44
营业外收支净额	-5.08	-173.29	8.23	758.94
营业外收支净额占利润总额的比例	-0.04%	-1.11%	0.05%	4.52%

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司营业外收支净额分别为758.94万元、8.23万元、-173.29万元和-5.08万元。2017年公司营业外收支净

额大幅减少，主要系 2017 年发行人依据财政部当期新发布的《企业会计准则第 16 号—政府补助》（财会[2017]15 号），将营业外收入项下与收益相关的政府补助调整至利润表“其他收益”科目所致。2018 年公司营业外收支净额为-173.29 万元，主要系公司当年发生了 172.39 万元的公益性支出所致。报告期内，营业外收支对公司利润不构成重大影响。

（七）纳税情况分析

1、纳税情况

（1）税金及附加情况

报告期内，公司涉及的税金及附加情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
城市维护建设税	203.72	115.29	209.43	254.76
教育费附加	145.51	82.35	149.59	181.97
文化事业附加费	102.47	96.21	91.01	131.85
残保金	38.13	199.38	195.07	83.20
车船使用税	1.14	1.67	1.16	0.56
房产税	149.04	296.91	66.63	15.65
土地使用税	2.16	4.81	0.11	0.38
印花税	9.19	19.05	19.23	17.90
合计	651.36	815.68	732.23	686.26

（2）增值税纳税情况

报告期内，发行人的增值税纳税详情如下：

单位：万元

年度	期初未交	本期销项税	本期进项税	本期减免税	本期已交	进项税转出	销项税抵减待抵扣进项税	待抵扣的进项税重分类	期末未交
2016 年	18.67	5,471.62	1,846.51	0.32	3,271.43	-	-	15.30	387.33
2017 年	387.33	5,946.16	4,315.14	0.58	3,071.78	-	15.30	1,437.30	367.99
2018 年	367.99	4,930.51	2,950.75	0.08	1202.56	-	1,437.30	1,104.38	812.20
2019 年 1-6 月	812.20	4,460.02	1,832.74	63.40	987.73	5.62	1,104.38	1,445.1	2,734.69

报告期内发行人各纳税主体增值税应税收入的税率请见本节“七、主要税收政策、缴纳的主要税种及税/（一）主要税种及税率/1、增值税税率适用情况”。

2、天一星辰享受税收优惠合法合规性分析

天一星辰自 2012 年度开始享受软件企业所得税“两免三减半”的税收优惠，2012 至 2013 年度免费，2014 至 2016 年度减半征收企业所得税。根据财税[2012]27 号《财政部、国家税务总局关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（2011-2014 年度执行）以及财税[2016]49 号《财政部、国家税务总局、发展改革委、工业和信息化部关于软件和集成电路产业企业所得税优惠政策有关问题的通知》（2015 年 1 月 1 日以后执行）的相关规定，天一星辰符合享受增值税“两免三减半”的软件企业相应条件。

3、所得税费用与会计利润的关系

报告期内，公司所得税费用与会计利润关系情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
利润总额	12,334.35	15,617.97	17,620.56	16,803.63
按法定（或适用）税率计算的所得税费用	1,850.15	2,342.69	2,643.08	2,520.54
某些子公司适用不同税率的影响	-239.89	-225.35	64.53	-238.50
无须纳税的收入	-4.65	-16.08	-25.13	-96.02
不可抵扣的成本、费用和损失	853.63	441.49	409.45	356.85
利用以前期间的税务亏损	-15.16	-53.32	-805.00	-98.33
未确认可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异的纳税影响	159.26	734.07	131.01	265.67
税率变动对递延所得税的影响	-	-	-	-70.45
研发加计扣除	-	-340.53	-142.01	-193.78
年初可抵扣时间性差异未确认递延所得税影响	-	-0.07	-	-
其他	-4.15	39.12	-	-
所得税费用	2,599.19	2,922.03	2,275.94	2,445.98

报告期内，发行人利润总额调整为应纳税所得额涉及的主要纳税调整事项，当期所得税费用的计算过程和主要纳税调整项目等明细情况如下：

单位：万元

序号	项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1	利润总额（合并抵销后）	12,334.35	15,617.96	17,620.56	16,803.63
2	抵销	-1,287.75	-2,160.60	-545.05	-999.83
3=1+2	利润总额（合并抵销前）	11,046.61	13,457.36	17,075.51	15,803.80
4	不纳税企业利润总额	-2,286.22	-2,811.68	-540.14	-904.36
5=3-4	纳税企业利润总额	13,332.82	16,269.04	17,615.65	16,708.16
6	纳税调整增加金额	1,870.85	1,321.92	1,587.45	10,848.12

	其中：	-	-	-	-
	即征即退补贴收入对应的费用调整	-	-	-	761.09
	上海鼎朋服务费调整	-	-	-	177.02
	积分奖励计提调整		663.36	-	3,989.29
	长期待摊费用摊销差异调整		-	-	4,321.64
	无形资产摊销差异	60.22	120.43	106.26	-
	业务招待费用调整		41.56	328.52	264.86
	工会经费和职工教育经费调整	145.93	152.56	385.74	494.32
7	纳税调整减少金额	3,619.12	4,862.56	2,437.74	3,365.39
	其中：		-	-	-
	积分冲回	2,991.42	-	949.12	-
	即征即退补贴收入调整	-	-	-	761.09
	金融信息服务收入调整	-	-	435.38	973.38
	研发费用加计扣除调整	-	2,270.21	838.90	1,291.85
	长期待摊费用摊销差异调整	627.70	2,421.02	110.06	-
8=5+6-7	调整后应纳税所得额	11,584.55	12,728.40	16,765.36	24,190.89
9	弥补以前年度亏损	-	213.28	-	-
10=8-9	应纳税所得额	11,584.55	12,515.12	16,765.36	24,190.89
11	应纳所得税额	1,784.50	1,906.69	2,616.49	3,527.37

上表主要调整项目具体情况如下：

(1) 利润总额（合并抵销后）：来源于申报报表的利润总额；

(2) 抵销：纳入发行人合并范围内的母子公司之间的交易抵销对利润总额的影响金额。各类内部抵销金额列示如下：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度	备注
发行人与天一星辰之间技术服务交易金额	-	853.45	4,897.44	6,820.51	见说明①
发行人与天一星辰技术服务交易摊销金额	-1,299.44	-2,468.65	-5,269.57	-7,759.20	见说明①
天一精选1期基金影响金额	-	1.49	12.02	-110.52	见说明②
三板股票对外转让内部转让价格差异调整	-	-	-	49.38	见说明③
天一精选基金处置驼峰科技部分股权（未丧失控制权）投资损失在合并层面转回影响	-	-	-184.94	-	见说明④
原子公司广州指南针处置影响	-	-26.77	-	-	见说明⑤
驼峰科技股权处置影响	-	-520.12	-	-	见说明⑥
收购博赢实业合并价差	10.67	-	-	-	见说明⑦
收购畅联天地合并价差	1.02	-	-	-	见说明⑧

合计	-1,287.75	-2,160.60	-545.05	-999.83	-
----	-----------	-----------	---------	---------	---

说明：①天一星辰作为发行人技术支撑公司之一，为发行人提供技术服务，该技术服务形成天一星辰营业收入，并形成发行人长期待摊费用，并在受益期限内分期摊销，合并报表层面需要对该内部交易形成的收入、长期待摊费用及其摊销予以抵销，该抵销影响合并报表层面利润总额。

②发行人持有的天一精选 1 期基金按公允价值计量，在发行人合并报表层面需要对该基金重复的利润金额进行抵销。

③三板股票绿创环保、恒业世纪和盖特佳初始买入方为子公司上海指南针，后转让给原子公司天津证券再转让给发行人，上述两次合并范围内交易价格与初始购入方上海指南针的购买价格之间存在 49.38 万元差额。2016 年发行人处置上述三板股票，该内部交易损益在 2016 年实现。

④2017 年 8 月，天一星辰与自然人范文静签订股权转让协议，约定天一星辰将其持有的驼峰科技 233 万股中的 66 万股（约占驼峰科技股本总额的 19.82%）以 70 万元转让给范文静，本次股份转让后天一星辰持有 167 万股（约占驼峰科技总股本的 50.15%），继续保持对该公司的控制，本次转让在天一星辰个别报表层面产生 184.94 万元投资损失，该投资损失在合并报表层面转回。

⑤2018 年 6 月，原子公司广州指南针注销，发行人及发行人子公司上海指南针单体层面的投资损益在合并报表层面抵销。

⑥2018 年 11 月，天一星辰与自然人马涛签订股权转让协议，约定将其持有的驼峰科技 167 万元（约占驼峰科技实收资本的 50.15%）以 1 元价格转让，并于 2018 年 12 月 10 日完成工商变更登记，在合并层面的投资损益为转让价款与转让股权对应的驼峰科技净资产之间的差额，本次转让在合并层面转回投资损失 520.12 万元。

⑧2019 年 3 月指南针信息收购博赢实业 100% 股权，由于博赢实业未实际开展经营，本次收购不构成业务，指南针信息支付的收购对价 10.67 万元与博赢实业账面净资产 0.00 万元之间的差额 10.67 万元计入管理费用。

⑧2019 年 6 月康帕思商务收购畅联天地 100% 股权，由于畅联天地未实际开展经营，本次收购不构成业务，康帕思商务支付的收购对价 1.30 万元与畅联天地账面净资产 0.28 万元之间的差额 1.02 万元计入管理费用。

(3) 利润总额（合并抵销前）：合并范围内各组成部分利润总额的合计数。

(4) 不纳税企业利润总额：发行人合并范围内部分纳税主体当期不需要缴纳企业所得税，具体情况列示如下：

单位：万元

公司名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
天一星辰	-98.45	-1,038.72	-	-
上海及时雨	-0.99	-1.43	35.67	391.67
上海指南针	-18.62	-37.40	-11.51	-61.27
广州指南针	-	-0.10	40.30	-21.44
指南针保险	360.67	307.33	593.77	-739.47
指南针技术服务	6.22	-119.20	-	-

驼峰科技	-	-181.71	-360.59	-363.28
康帕思商务	-169.86	-	-372.04	-0.05
指南针信息	-2,365.18	-1,741.95	-396.49	-
指北针商务	-	-	-81.27	-
天一精选 1 期基金	-	1.49	12.02	-110.52
畅联天地	-	-	-	-
合计	-2,286.20	-2,811.69	-540.14	-904.36

注：上海及时雨 2016 年至 2017 年、广州指南针 2017 年和指南针保险经纪 2017 年度和 2018 年度虽然当年利润总额为正数，但弥补以前年度亏损后当期不需要缴纳企业所得税；天一精选 1 期基金免征企业所得税；2018 年 6 月 27 日，广州指南针完成了注销手续；2018 年 12 月发行人转让了驼峰科技的全部股权；天一星辰 2018 年下半年业务转型，首次产生经营亏损。

(5) 纳税企业利润总额：所有当期缴纳企业所得税的企业利润总额合计数。

(6) 纳税调整事项（包括增加和减少）：

①即征即退补贴收入对应的费用调整是天一星辰即征即退补贴收入对应的费用支出，2017 年软件企业税收优惠政策调整，即征即退补贴收入不再免征企业所得税，对应的费用不再做纳税调增；

②上海鼎朋服务费调整是天一星辰支付的上海鼎朋销售管理咨询费共计 1,308 万元，该费用在 2013 年所得税汇算清缴时一次性确认，财务上按照收入费用配比原则（金融信息服务收入后续运行服务费分期摊销），部分费用按照收入递延的金额和比例同比例递延至 2014 至 2016 年，故该部分递延摊销的费用在 2014 至 2016 年做纳税调增；

③积分奖励计提调整/积分冲回是发行人开展的积分奖励计划（客户获取的积分可以兑换新产品或冲抵已购产品价款），财务上在发行人相关义务产生时计提并计入销售费用，税务上在实际发生时作为销售折扣和折让抵销金融信息服务业务销售回款，并按照抵减后的销售回款净额分期确认的收入作为税务的应税收入，从而形成应纳税时间性差异或可抵扣时间性差异。

④长期待摊费用摊销差异调整是发行人长期待摊费用按照受益期限摊销与税法规定的最低摊销期限摊销的差额；

⑤无形资产摊销差异是发行人无形资产按照受益期限摊销与税法规定的最低摊销期限的差额；

⑥即征即退补贴收入调整是天一星辰软件企业实际税负超过 3% 即征即退税

款，2016年该部分收入属于免税收入，2017年软件企业税收优惠政策调整，即征即退补贴收入不再免征企业所得税，对应的费用不再做纳税调增；

⑦金融信息服务收入调整：是天一星辰金融信息服务收入在软件开通授权后一次性作为应税收入计算企业所得税，但按照发行人金融信息服务收入确认政策，后续运行服务费需要分期摊销，该部分摊销收入在企业所得税汇算清缴所属年度需要做纳税调减。

4、税收优惠、政府补助对公司利润的影响

报告期内，发行人各项税收优惠、政府补助情况如下：

单位：万元

项目	适用主体	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
一、税收优惠					
即征即退增值税优惠	发行人	2,009.15	-	-	-
即征即退增值税优惠	天一星辰	-	110.90	674.57	761.09
增值税进项税加计扣除	发行人	45.97	-	-	-
增值税进项税加计扣除	天一星辰	14.36	-	-	-
增值税进项税加计扣除	指南针信息	2.05	-	-	-
高新技术企业税收优惠	发行人	1,105.44	1,222.09	1,574.85	1,862.10
研发加计扣除优惠	发行人	-	567.55	209.73	322.96
双软企业税收优惠	天一星辰	-	-	-	529.08
小微企业税收优惠	驼峰科技	-	0.08	0.11	0.03
小微企业所得税优惠	博赢实业	6.20	-	-	-
小微企业增值税减免	博赢实业	0.87	-	-	-
小计		3,184.04	1,900.62	2,459.26	3,475.26
二、政府补助					
上市资金补贴	发行人	-	32.63	-	-
岗位补贴及超比例奖励	发行人	0.50	-	-	-
南海项目奖励款	指南针信息	4.99	208.31	300.00	-
小计		5.49	240.94	300.00	5.49
税收优惠、政府补助合计		3,189.53	2,141.56	2,759.26	3,475.26
税收优惠、政府补助占净利润比例		32.76%	16.87%	17.98%	24.20%

报告期内，发行人税收优惠金额合计分别为3,475.26万元、2,459.26万元、1,900.62万元和3,184.04万元，占当期利润总额比重分别为20.69%、13.96%、12.17%和25.81%；2019年1-6月，发行人税收优惠金额及占利润总额的比例大幅提升，主要系北京市海淀区国家税务局核准发行人2019年新推出的财富掌门系列产品自2019年6月1日起享受增值税实际税负超过3%部分即征即退政策所

致。

报告期内，发行人各项税收优惠、政府补助金额总额分别为 3,475.26 万元、2,759.26 万元、2,141.56 万元和 3,189.53 万元，占同期净利润的比例分别为 24.20%、17.98%、16.87%和 32.76%。未来，若国家及地方政府主管机关对相关税收优惠政策做出不利于发行人的调整，将对公司经营业绩和盈利能力产生一定影响。

（八）毛利率和净利率分析

1、综合毛利构成及变化分析

报告期内，公司综合毛利构成情况如下：

单位：万元

产品	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	32,159.15	100.00%	49,362.15	100.00%	59,117.78	100.00%	50,720.44	100.00%
其中：金融信息服务	29,788.75	92.63%	44,867.81	90.90%	53,345.28	90.24%	42,559.77	83.91%
广告服务	2,349.71	7.31%	3,872.10	7.84%	4,381.47	7.41%	5,453.19	10.75%
保险经纪	20.69	0.06%	621.14	1.26%	1,373.17	2.32%	2,708.55	5.34%
其他主营业务	-	-	1.10	-	17.86	0.03%	-1.07	0.00%
其他业务毛利	-	-	-	-	-	-	-	-
综合毛利	32,159.15	100.00%	49,362.15	100.00%	59,117.78	100.00%	50,720.44	100.00%
综合毛利率	88.36%		85.45%		88.35%		88.79%	

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司综合毛利分别为50,720.44万元、59,117.78万元、49,362.15万元和32,159.15万元，全部由主营业务贡献，公司主营业务突出。

2、主营业务毛利率分析

报告期内，公司主营业务的相关毛利率情况如下所示：

单位：万元

产品	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
金融信息服务	88.00%	84.63%	87.80%	87.56%
广告服务	93.26%	95.45%	95.07%	95.31%
保险经纪	75.36%	89.09%	89.91%	96.75%
其他主营业务	-	100.00%	93.58%	-106.54%

主营业务毛利率	88.36%	85.45%	88.35%	88.79%
---------	--------	--------	--------	--------

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 88.79%、88.35%、85.45% 和 88.36%，总体较为稳定，各项业务毛利率的具体分析如下：

（1）金融信息服务

报告期内，发行人金融信息服务业务毛利及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
金融信息服务业务收入	33,849.92	53,014.45	60,755.02	48,604.21
金融信息服务业务成本	4,061.17	8,146.65	7,409.74	6,044.44
金融信息服务业务毛利	29,788.75	44,867.81	53,345.28	42,559.77
金融信息服务业务毛利率	88.00%	84.63%	87.80%	87.56%

金融信息服务业务为发行人核心业务，2016 年、2017 年和 2019 年 1-6 月该项业务的毛利率变化幅度较小，2018 年该业务毛利率较报告期其他年份下降了约 3%。

在发行人现行经营模式下，金融信息服务业务的营业成本主要为信息使用费、合规与后台支撑人员人工成本、IDC 费用、租赁费等内容，其中：信息使用费主要受公司当期用户数量影响，报告期内发行人用户人数整体呈上升趋势，因此该项费用总体保持增长趋势，增长幅度主要取决于当期新增中高端付费客户人数；合规与后台支撑人员人工成本主要与公司当期的业绩表现有关，与同期业务收入、销售回款等指标存在一定的正相关关系；对于 IDC 费用、房屋租赁费用而言，由于公司会根据业务发展情况提前安排服务器及带宽、租赁办公场地，因此其变动更多取决于公司对未来市场形势和经营情况的预测和判断，其支出增长可能存在提前或延后情形。

总体而言，发行人的营业成本主要投入在对自身业务的基础支撑方面，属于必要的日常营运支出，发行人在决定年度成本投入时除了考虑当期市场行情外更要综合考虑公司的长期发展和对客户日益增长各类需求的满足，因此具备一定的刚性特征；与此同时，发行人的营业收入波动在一定程度上受市场行情影响。综合来看，发行人的毛利率水平在市场行情变动的背景下会存在小幅波动，属正常的经营成果反映。

2017 年发行人金融信息业务毛利率与 2016 年基本持平，主要原因为发行人

金融信息服务业务收入同比有较大增长,但同期该项业务的营业成本中的信息使用费、人工成本、IDC 费用等成本也随发行人业绩提升和用户人数增加而有较大比例增长,因此该项业务同期毛利率与 2016 年基本保持一致。

2018 年发行人金融信息业务的业务收入受市场环境持续低迷的影响较 2017 年降低 12.74%,但同期营业成本由于属于相对刚性的支出因而较 2018 年上升 9.95%。在两项因素综合影响下,发行人当期金融信息服务业务毛利率较 2017 年小幅下降了约 3%。

2019 年 1-6 月发行人对新推出的财富掌门系列高端产品进行了集中销售并取得较好的市场反馈,当期实现营业收入较高。由于发行人营业成本具备年度内变化平稳的特点,因此当期毛利率回升至 88.00%,与 2016 年、2017 年基本持平。

(2) 广告服务

报告期内,发行人广告服务业务毛利及毛利率情况如下:

单位:万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
广告服务业务收入	2,519.54	4,056.85	4,608.56	5,721.66
广告服务业务成本	169.82	184.75	227.10	268.47
广告服务业务毛利	2,349.71	3,872.10	4,381.47	5,453.19
广告服务业务毛利率	93.26%	95.45%	95.07%	95.31%

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月,发行人广告服务业务毛利率分别为 95.31%、95.07%、95.45%和 93.26%,报告期内发行人广告服务业务毛利率水平保持平稳,未发生重大变化。

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月,发行人广告服务业务毛利率较金融信息服务业务毛利率分别高出 7.75%、7.27%、10.81%和 5.26%,该项业务毛利率较高的主要原因为:发行人的广告服务业务主要是通过向合作的证券公司提供广告推广等服务以收取相应的广告服务费用,该项业务的开展主要依托发行人已有的产品平台和多年从事金融信息服务行业所积累的大量优质个人投资者客户资源,证券公司通过发行人进行广告投放有着较强的针对性,能够产生较好的广告效果,因此发行人具有较强的议价能力。相比金融信息服务,发行人广告服务毛利率更高,这主要系发行人广告业务系对现有终端用户的二次开发,不涉及 IDC 费用和信息使用费等支出所致。

（3）保险经纪业务

报告期内，发行人保险经纪业务毛利及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
保险经纪业务收入	27.45	697.17	1,527.20	2,799.65
保险经纪业务成本	6.77	76.03	154.03	91.11
保险经纪业务毛利	20.69	621.14	1,373.17	2,708.54
保险经纪业务毛利率	75.36%	89.09%	89.91%	96.75%

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，发行人保险经纪业务的毛利率分别为96.75%、89.91%、89.09%和75.36%，2017年该项业务毛利率较2016年下降了6.84%，2018年该项业务毛利率与2017年保持一致水平，2019年1-6月则大幅低于报告期内其他各期。

1) 2017年发行人保险经纪业务毛利率下降的原因

从保险经纪业务收入的变动特征来看，发行人开展保险经纪业务的目标人群主要是私享家版产品高端用户，其收入规模和推广效率与各期末尚未开发的存量私享家版本客户数量呈正相关关系。2016年发行人尚未开发的存量目标客户为当年存量与新增私享家版本用户，而2017年开发的目标客户仅为当年新增的私享家版本用户，人数远少于2016年，因此发行人2017年保险经纪业务收入较2016年有所下降。

从保险经纪业务成本的变动特征来看，保险经纪业务营业成本主要由人工成本构成，其金额占营业收入比例较小，因此该项业务毛利率变动主要受营业收入变动的影 响。2017年发行人保险经纪业务的营业成本较上年增加62.92万元，主要系公司同期人工成本增长所致。

2) 2019年1-6月发行人保险经纪业务毛利率下降的原因

2019年1-6月，发行人保险经纪业务毛利率为75.36%，较其他各期偏低，主要原因为发行人当期未安排人力及资源集中展开保险经纪业务，当期保险经纪业务收入主要是往期客户的少量续费，当期保险经纪业务收入较低所致。

3) 发行人保险经纪业务毛利率偏高的原因

2016年、2017年和2018年，发行人保险经纪业务毛利率较金融信息服务业务毛利率分别高出9.18%、2.11%和4.46%，该项业务毛利率较高的主要原因为：

保险经纪业务系发行人在深度挖掘自身客户需求后所主动拓展的相关业务。发行人依托自身平台及已有客户优势开展保险经纪业务，主要依靠专业的大数据分析为客户提供保险方案和资产配置方案建议，通过尽职履行保险经纪责任为客户提供符合个性化需求的产品服务及保障服务。在上述业务模式下，公司保险经纪业务在业务模式与金融信息服务业务类似的情况下，营业成本则不包含 IDC 费用和信息使用费，因此该业务毛利率相对较高。

(4) 其他主营业务

报告期内，发行人其他主营业务收入、成本及毛利率情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
其他主营业务收入	-	1.10	19.09	1.01
其他主营业务成本	-	0.00	1.22	2.08
其他主营业务毛利	-	1.10	17.86	-1.07
其他主营业务毛利率	-	100.00%	93.58%	-106.54%

报告期内，发行人其他主营业务收入规模极小，均属于偶发性业务，因此上述业务的毛利率容易产生较大波动。2017年发行人其他主营业务毛利率为93.58%，主要系2017年9月30日华保乐群与发行人原控股孙公司驼峰科技签署了技术服务合同并且当日即向驼峰科技支付了15万元首期款项，后因不可抗力原因该项目需终止履行，双方经协商终止了该合同，后续未继续发生相关成本，故2017年其他主营业务毛利率同比增幅较大。2018年，发行人逐步停止了控股孙公司驼峰科技的技术服务业务，并且全部转让了所持有的驼峰科技股份，因此发行人的其他零星收入无对应成本，当期其他主营业务毛利率为100%。2019年1-6月，发行人其他主营业务未产生收入和成本。

3、同行业可比公司毛利率对比

公司综合毛利率与同行业可比公司对比如下：

可比公司简称	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
同花顺	86.45%	89.47%	90.00%	91.80%
东方财富	72.53%	71.64%	64.31%	73.15%
大智慧	57.10%	58.07%	60.37%	-47.02%
麟龙股份	96.29%	94.99%	95.55%	96.29%
益盟股份	84.96%	81.27%	89.78%	87.12%
可比公司平均	79.47%	79.09%	80.00%	60.27%

指南针	88.36%	85.45%	88.35%	88.79%
-----	--------	--------	--------	--------

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，同行业可比上市公司平均综合毛利率分别为60.27%、80.00%、79.09%和79.47%，公司同期综合毛利率水平高于同行业平均水平28.52%、8.35%、6.36%和8.89%。公司的业务模式与同行业可比公司并不完全一致，使得公司毛利率与可比上市公司有一定差异。公司的主要营业支出为销售人员和管理人员薪酬、广告投放等费用支出，该等支出并未体现在营业成本中，因此使得发行人的综合毛利率较高。

报告期内，发行人主要采取体验式直营销售模式，通过线上和线下途径全方位为用户提供服务和支持，主要业务成本体现为销售费用和管理费用。综合考虑销售费用、管理费用后，公司的销售净利率指标与同行业可比公司对比情况如下所示：

可比公司简称	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
同花顺	37.67%	45.71%	51.48%	69.89%
东方财富	43.59%	30.69%	25.01%	30.35%
大智慧	-26.90%	18.25%	59.98%	-155.68%
麟龙股份	36.91%	36.69%	43.40%	30.62%
益盟股份	-2.49%	-24.74%	8.63%	30.69%
可比公司平均值	17.76%	21.32%	37.70%	1.17%
指南针	26.75%	21.98%	22.93%	25.13%

注：东方财富未将其证券业务相关收入计入营业收入，为提高数据可比性，其销售净利率的计算公司调整为“销售净利率=净利润/营业总收入”。

与同行业可比公司相比，公司期间费用率较高，具有毛利率较高、销售净利率较低的特点，与公司业务模式相符，即主要成本支出为销售客服人员的薪酬支出以及网络广告投放支出，而该等支出主要在销售费用及管理费用中体现。报告期内公司销售净利率低于多数可比公司；2018年度，因益盟股份当期处于亏损状态，故同行业平均销售净利率比发行人略低；2019年1-6月，因大智慧、益盟股份当期均处于亏损状态，因此同行业平均销售净利率低于发行人。

4、销售净利率分析

报告期内，公司销售净利率分别为25.13%、22.93%、21.98%和26.75%。2017年公司销售净利率同比下降2.19%，主要系公司当期加大了广告投放和业务推广力度，同时适当扩充了销售团队规模，当期销售费用增幅较大所致，关于期间费

用的具体情况详见前述“（四）期间费用分析”的相应说明。2018 年公司销售净利率较 2017 年下降 2.93%，主要系毛利率同比下降所致，具体说明详见前文“2、主营业务毛利率分析”。2019 年 1-6 月公司销售净利率增至 26.75%，主要系公司在 2019 年上半年进行了售价和盈利水平较高的财富掌门系列高端产品、先锋版中端产品集中销售，导致当期销售净利率较报告期内其他完整会计年度有所增长。

（九）对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素分析及保荐机构相关核查结论意见

1、对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素

报告期内，公司收入规模高速增长，持续盈利能力良好，具备较好的成长性。但公司未来发展中仍然会面临着对公司持续盈利能力产生重大不利影响的多种因素。

可能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：经营业绩大幅波动的风险、行业政策变动风险、法律监管风险、技术及产品创新滞后风险、专业技术人员流失风险、市场竞争加剧的风险、客户开发及管理风险、互联网系统及数据安全风险、规模扩大管理风险、税收优惠政策变动风险、募集资金投资项目风险、经营业绩全年分布不均衡风险、购置房产引致折旧风险、未决诉讼风险、净资产收益率摊薄风险、知识产权风险、成长性风险和股价波动风险等。公司已在本招股意向书“第四节 风险因素”中进行了分析和完整披露。

2、保荐机构核查结论意见

保荐机构对发行人所处行业的市场前景、竞争情况和主要业务进行了核查，对发行人主要客户、供应商进行了访谈，查阅了发行人正在履行的重大合同，综合分析影响发行人持续盈利能力的各项因素，同时对致同所、大成律师事务所等其他证券服务机构所出具的专业报告进行了必要的验证与复核。

经核查，保荐机构认为：发行人主营业务突出，行业发展前景广阔，核心竞争优势明显。发行人经营模式、产品或服务的品种结构未发生重大变化，并未对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；发行人的行业地位及发行人所处行业的

经营环境未发生重大变化，并未对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；发行人在用的商标、专利、软件著作权等重要资产以及技术的权属清晰，不存在纠纷或潜在纠纷；发行人的营业收入或净利润对关联方和重大不确定性的客户不存在重大依赖；发行人最近一年的净利润不来自合并财务报表范围以外的投资收益。发行人日常运营面临的市场、经营、技术、政策等多方面的风险因素，需要企业在日常运营管理中积极、稳健的处理。目前，公司运营情况良好，收入稳定增长。如果发行人能够有效应对影响其持续盈利能力的各项不利因素，则其未来具备持续盈利能力。

十三、财务状况分析

（一）资产构成情况及分析

报告期内，公司资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	92,956.27	68.11%	69,870.75	62.20%	51,066.77	52.27%	52,807.58	67.04%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	-	-	16.85	0.02%
应收账款	478.72	0.35%	308.38	0.27%	291.93	0.30%	339.42	0.43%
预付款项	1,077.78	0.79%	482.71	0.43%	480.80	0.49%	622.72	0.79%
其他应收款	2,093.05	1.53%	103.45	0.09%	504.03	0.52%	1,044.93	1.33%
存货	46.39	0.03%	51.47	0.05%	49.95	0.05%	-	-
其他流动资产	3,304.30	2.42%	3,101.44	2.76%	3,347.06	3.43%	2,171.72	2.76%
流动资产	99,956.50	73.24%	73,918.20	65.80%	55,740.54	57.05%	57,003.23	72.37%
固定资产	34,520.96	25.29%	35,253.75	31.38%	36,352.39	37.21%	1,376.53	1.75%
无形资产	306.52	0.22%	420.76	0.37%	669.24	0.68%	909.08	1.15%
长期待摊费用	465.24	0.34%	535.39	0.48%	601.48	0.62%	335.61	0.43%
递延所得税资产	1,171.28	0.86%	1,987.56	1.77%	2,963.77	3.03%	2,623.22	3.33%
其他非流动资产	61.69	0.05%	208.49	0.19%	1,374.30	1.41%	16,522.27	20.98%
非流动资产	36,525.68	26.76%	38,405.95	34.19%	41,961.17	42.95%	21,766.71	27.63%
资产总计	136,482.19	100.00%	112,324.15	100.00%	97,701.71	100.00%	78,769.94	100.00%

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司总资产规模分别为 78,769.94 万元、97,701.71 万元、112,324.15 万元和 136,482.19 万元，报

告期内呈持续增长趋势。

报告期各期末，公司流动资产占总资产比例分别为 72.37%、57.05%、65.80% 和 73.24%。2017 年末公司流动资产占比较 2016 年末下降 15.32%，主要系公司于 2017 年 2 月购买 TBD 云集中心 2 期以及智富大厦所形成新增大额固定资产所致。2018 年末公司流动资产占比较 2017 年末增加 8.76%，主要系当期正常经营产生的现金回款金额较大，公司期末货币资金余额较 2017 年末大幅增长所致。2019 年 6 月末公司流动资产占比较 2018 年末增加 7.44%，主要系公司在 2019 年上半年进行了财富掌门系列高端产品的集中销售，当期销售商品、提供劳务的现金回款金额较大所致。

（二）资产主要项目及变动情况分析

1、流动资产分析

报告期各期末，公司流动资产构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	92,956.27	93.00%	69,870.75	94.52%	51,066.77	91.62%	52,807.58	92.64%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	0.00%	-	-	16.85	0.03%
应收账款	478.72	0.48%	308.38	0.42%	291.93	0.52%	339.42	0.60%
预付款项	1,077.78	1.08%	482.71	0.65%	480.80	0.86%	622.72	1.09%
其他应收款	2,093.05	2.09%	103.45	0.14%	504.03	0.90%	1,044.93	1.83%
存货	46.39	0.05%	51.47	0.07%	49.95	0.09%	-	0.00%
其他流动资产	3,304.30	3.31%	3,101.44	4.20%	3,347.06	6.00%	2,171.72	3.81%
流动资产	99,956.50	100.00%	73,918.20	100.00%	55,740.54	100.00%	57,003.23	100.00%

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	9.99	0.01%	24.42	0.03%	28.59	0.06%	23.01	0.04%
银行存款	88,320.59	95.01%	69,001.34	98.76%	50,318.25	98.53%	52,480.53	99.38%

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他货币资金	4,625.69	4.98%	844.99	1.21%	719.93	1.41%	304.05	0.58%
合计	92,956.27	100.00%	69,870.75	100.00%	51,066.77	100.00%	52,807.58	100.00%

注：1、根据《保险经纪机构监管规定》的要求，本公司子公司指南针保险将从事保险经纪业务的保证金 100.00 万元存入招商银行北京分行朝阳门支行；根据北京保监局关于在京保险专业代理、经纪机构注册资本托管有关问题的通知（京保监发[2016]249 号），本公司子公司指南针保险经纪将从事保险经纪业务的保证金 500.00 万元存入中国民生银行香山支行。截至 2019 年 6 月 30 日，上述保证金及保证金孳息 603.21 万元只能在中国保监会规定的情形下使用，该等款项在受限期内未发生违规使用情形。

2、截至 2019 年 6 月 30 日，本公司将民生银行香山支行 3,000 万元定期存款质押民生银行北京分行取得 3,000 万元应付票据（合并报表重分类至短期借款）。

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司货币资金余额分别为 52,807.58 万元、51,066.77 万元、69,870.75 万元和 92,956.27 万元，占流动资产比例分别为 92.64%、91.62%、94.52%和 93.00%，占总资产比例分别为 67.04%、52.27%、62.20%和 68.11%。

报告期内，公司主营业务主要采取预收款模式销售，在出售产品和服务时一次性收取所有款项，因此主营业务收入会形成较大经营性现金流，并积累形成大量货币资金。2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 65,405.19 万元、71,029.38 万元、59,914.64 万元和 47,537.25 万元，对应的经营活动产生现金流量净额分别为 17,855.41 万元、17,054.42 万元、16,921.49 万元和 19,601.34 万元，经营积累为公司货币资金的主要来源。

（2）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产明细情况

报告期各期末，公司该项资产的明细如下：

单位：万元

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
权益工具投资	-	-	-	-	-	-	16.85	100.00%
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	-	-	-	-	-	-	16.85	100.00%

2016 年末公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产为 16.85

万元，系“天一精选 1 期”基金的权益工具投资余额，占流动资产和总资产的比例分别为 0.03% 和 0.02%，报告期其他各期末公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产余额均为零。

②“天一精选基金 1 期”明细情况

根据中证协发〔2015〕17 号《关于拓宽证券投资咨询公司业务范围的通知》的精神，2015 年 5 月发行人第十届董事会第十二次会议以及 2014 年度股东大会决议审议通过了《关于天一星辰（北京）科技有限公司开展私募基金业务的议案》，由发行人作为基金委托人、子公司天一星辰作为基金管理人、中信证券股份有限公司作为基金托管人，发起设立私募股权基金天一精选 1 期基金。天一精选 1 期基金规模 10,000,291.67 份，其中：发行人持有 9,000,262.50 份，詹从赞持有 1,000,029.17 份；该基金已在中国证券投资基金业协会进行了备案，并取得了私募投资基金管理人登记证明，登记编号为 P1005979，基金编号为 S34684。

基金合同主要内容：基金类别为非公开募集证券投资基金；运作方式为契约型开放式；基金存续期限为自基金成立之日起 5 年；基金成立条件为设立时的初始资产不得低于 1,000 万元，委托人累计不超过 200 人；基金份额的初始面值为 1 元；申购费率为 1.5%；赎回费率为 1%。

2017 年 9 月，天一精选 1 期基金份额持有人詹从赞将其持有的基金份额全部赎回，发行人作为唯一份额持有人将天一精选 1 期基金清盘（清盘基准日为 2018 年 1 月 12 日），基金清盘资金于 2018 年 1 月 17 日汇入公司。2018 年 2 月 13 日，天一星辰收到中国证券投资基金业协会通知，天一星辰完成了私募基金管理人登记注销申请。

报告期内，天一精选 1 期基金投资情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31	备注
资产	-	-	785.81	860.75	-
货币资金	-	-	14.95	3.84	-
——银行存款	-	-	11.33	0.46	-
——结算备付金	-	-	3.62	3.39	-
投资	-	-	770.08	856.86	-

——股票投资	-	-	-	16.85	以公允价值计量且其变动计入当期损益
——交易类基金投资	-	-	-	-	以公允价值计量且其变动计入当期损益
——买入返售金融资产	-	-	770.08	840.01	其他流动资产列报
应收利息	-	-	0.78	0.05	-
负债	-	-	3.71	3.87	-
其他应付款	-	-	3.71	3.87	-
——应付基金管理费	-	-	3.09	3.23	-
——应付行政托管费	-	-	0.31	0.32	-
——应付托管费	-	-	0.31	0.32	-
净资产	-	-	782.10	856.88	-
——基金净值	-	-	782.10	856.88	-

报告期内，天一精选 1 期基金的投资收益情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业收入	-	-	-	-
减：营业成本	-	-	-	-
税金及附加	-	-	-	-
销售费用	-	-	-	-
管理费用	-	0.46	15.31	16.43
财务费用	-	-1.95	-5.95	-8.86
资产减值损失	-	-	-	-
加：公允价值变动收益(损失以“-”号填列)	-	-	1.50	-0.61
投资收益(损失以“-”号填列)	-	-	19.89	-102.33
二、营业利润(损失以“-”号填列)	-	1.49	12.03	-110.52
加：营业外收入	-	-	-	-
减：营业外支出	-	-	-	-
三、利润总额(损失以“-”号填列)	-	1.49	12.03	-110.52
减：所得税费用	-	-	-	-
四、净利润(损失以“-”号填列)	-	1.49	12.03	-110.52

报告期内，天一精选 1 期基金的现金流量列报情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	-	-4.08	-15.12	-22.36
投资活动产生的现金流量净额	-	772.66	113.02	0.65

筹资活动产生的现金流量净额	-	-783.52	-86.79	-
现金及现金等价物净增加额	-	-14.95	11.11	-21.71
加：期初现金及现金等价物余额	-	14.95	3.84	25.55
期末现金及现金等价物余额	-	-	14.95	3.84

报告期内，天一精选 1 期基金投资与报表勾稽情况列示如下：

项目	2019年1-6月 /2019.6.30	2018年度/ 2018.12.31	2017年度/ 2017.12.31	2016年度 /2017.12.31	报表列示
转让收益-买入返售	-	1.84	5.54	8.43	财务费用
转让收益-股票/基金	-	-	5.04	-103.92	投资收益
分红收益	-	-	14.85	1.58	投资收益
公允价值变动损益	-	-	1.50	-0.61	公允价值变动损益
期末公允价值-买入返售	-	-	770.08	840.01	其他流动资产
期末公允价值-股票/基金	-	-	-	16.85	以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

说明：A、买入返售的转让收益计入财务费用，由于存在结算备付金的利息收入，故买入返售的利息收入小于天一精选 1 期基金账面列示的财务费用-利息收入。

B、各期转让收益-买入返售和转让收益-股票/基金之和，与上述各期明细表转让损益合计金额一致。

C、各期分红收益与上述各期明细表分红收益合计金额一致。

D、各期期末公允价值-买入返售/股票/基金之和，与上述各期明细表期末公允价值合计金额一致。

E、各期公允价值变动损益等于上述各期明细表当期期末公允价值-期末账面成本-上年末持股公允价值变动金额。

(3) 应收账款

报告期各期末，公司应收账款的具体情况如下所示：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
账面原值	503.91	324.61	350.89	383.02
坏账准备	25.20	16.23	58.96	43.60
计提比例	5.00%	5.00%	16.80%	11.38%
账面价值	478.71	308.38	291.93	339.42

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司应收账款的账面价值分别为 339.42 万元、291.93 万元、308.38 万元和 478.71 万元，占流动资产比分别为 0.60%、0.52%、0.42%和 0.48%，占总资产比例分别为 0.43%、0.30%、0.27%和 0.35%，占比极低。

公司的应收账款主要是广告服务和保险经纪业务按期滚动结算所产生的应收款项。公司金融信息服务业务主要采取预收款方式进行销售，在出售产品和服务时会一次性收取所有款项，销售过程中基本不会产生大量应收票据及应收账款，因此公司的应收账款规模较小，占比较低。

1) 应收账款余额前五名情况

单位：万元

2019.6.30					
序号	欠款人名称	期末余额	占比	坏账准备	账龄
1	第一创业证券	308.78	61.27%	15.44	一年以内
2	长江证券	190.00	37.71%	9.50	一年以内
3	泰康人寿	4.97	0.99%	0.25	一年以内
4	华夏人寿	0.16	0.03%	0.01	一年以内
5	-	-	-	-	-
合计		503.91	100.00%	25.20%	-
2018.12.31					
序号	欠款人名称	期末余额	占比	坏账准备	账龄
1	第一创业证券	280.00	76.04%	14.00	一年以内
2	华夏人寿	44.61	12.12%	2.23	一年以内
3	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-
合计		324.61	100.00%	16.23	-
2017.12.31					
序号	欠款人名称	期末余额	占比	坏账准备	账龄
1	第一创业证券	280.00	79.79%	14.00	一年以内
2	中航证券有限公司	43.60	12.43%	43.60	三年以上
3	长江证券	20.50	5.84%	1.03	一年以内
4	华夏人寿	6.78	1.93%	0.34	一年以内
5	中国电信股份有限公司	0.02	0.01%	0.00	一年以内
合计		350.90	100%	58.96	-
2016.12.31					
序号	欠款人名称	期末余额	占比	坏账准备	账龄
1	第一创业证券	330.00	86.16%	-	一年以内
2	中航证券有限公司	43.60	11.38%	43.60	二至三年
3	长江证券	5.00	1.31%	-	一年以内
4	泰康人寿	4.42	1.15%	-	一年以内

5	-	-	-	-	-
合计		383.02	100.00%	43.60	-

2) 应收账款账龄分析

报告期各期末，公司应收账款的账龄均以1年以内为主，具体情况如下：

单位：万元

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	503.91	100.00%	324.61	100.00%	307.29	87.57%	339.42	88.62%
2至3年	-	-	-	-	-	-	43.60	11.38%
3年以上	-	-	-	-	43.60	12.43%	-	-
合计	503.91	100.00%	324.61	100.00%	350.89	100.00%	383.02	100.00%

3) 报告期内实际核销的应收账款情况

报告期内，公司实际核销的应收账款情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	坏账准备	计提比例%	核销原因
中航证券有限公司	43.60	43.60	100	无法收回

该笔实际核销的应收账款主要系发行人为欠款单位提供软件服务所产生的应付软件服务费，由于该笔款项账龄较长确认无法收回，并且公司已对其计提了全额坏账准备，2018年8月3日经第十一届董事会第二十三次会议审议通过，公司核销了该笔应收账款。

(4) 预付款项

报告期各期末，公司预付款项账面价值如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
预付款项	1,077.78	482.71	480.80	622.72

截至2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司预付款项分别为622.72万元、480.80万元、482.71万元和1,077.78万元，占流动资产比例分别为1.09%、0.86%、0.65%和1.08%，占总资产比例分别为0.79%、0.49%、0.43%和0.79%，占比极低，主要由预付劳务派遣公司人力资源服务费用、办公场地租金、广告投放支出、管理咨询服务费等构成。2019年6月末公司预付款项金额较2018年末增幅较大，主要系新增预付深圳市聚效互动科技有限公司的

369.81 万元技术开发服务费用所致。

①预付款项前五名情况

报告期各期末，公司预付款项余额前五名如下表所示：

单位：万元

2019.6.30				
序号	欠款人名称	账面余额	占预付款项期末余额比	与公司关系
1	深圳市聚效互动科技有限公司	369.81	34.31%	非关联方
2	北京首邦人力资源管理服务有限公司	338.59	31.42%	非关联方
3	国贸物业酒店管理有限公司	104.02	9.65%	非关联方
4	北京德诚进展企业管理有限公司	77.48	7.19%	非关联方
5	重庆京东海嘉电子商务有限公司	64.62	6.00%	非关联方
合计		954.52	88.57%	-
预付款项期末余额		1,077.78	100.00%	-
2018.12.31				
序号	欠款人名称	账面余额	占预付款项期末余额比	与公司关系
1	北京首邦人力资源管理服务有限公司	301.39	62.44%	非关联方
2	北京德诚进展企业管理有限公司	42.25	8.75%	非关联方
3	重庆京东海嘉电子商务有限公司	38.37	7.95%	非关联方
4	国贸物业酒店管理有限公司	33.53	6.95%	非关联方
5	北京燃气能源发展有限公司	23.47	4.86%	非关联方
合计		439.02	90.95%	-
预付款项期末余额		482.71	100.00%	-
2017.12.31				
序号	欠款人名称	账面余额	占预付款项期末余额比	与公司关系
1	北京首邦人力资源管理服务有限公司	320.59	66.68%	非关联方
2	国贸物业酒店管理有限公司	50.36	10.48%	非关联方
3	北京德诚进展企业管理有限公司	35.34	7.35%	非关联方
4	飞天诚信科技股份有限公司	15.00	3.12%	非关联方
5	北京百度网讯科技有限公司	14.94	3.11%	非关联方
合计		436.24	90.73%	-
预付款项期末余额		480.80	100.00%	-
2016.12.31				
序号	欠款人名称	账面余额	占预付款项期末余额比	与公司关系
1	北京首邦人力资源管理服务有限公司	433.39	69.60%	非关联方

2	北京君天首业贸易公司	69.00	11.08%	非关联方
3	北京华航恒业科技有限公司	52.98	8.51%	非关联方
4	上海期货交易所	12.97	2.08%	非关联方
5	北京金地远航房地产经纪有限责任公司	13.61	2.19%	非关联方
合计		581.95	93.46%	-
预付款项期末余额		622.72	100.00%	-

报告期各期末，公司预付款项期末余额前五名的占比均在 90% 以上，预付款项往来单位均为非关联方。

②预付款项账龄分析

报告期各期末，公司预付款项账龄明细如下：

单位：万元

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	1,062.78	98.61%	482.71	100%	270.39	56.24%	622.72	100.00%
1-2 年	15.00	1.39%	-	-	210.41	43.76%	-	-
2-3 年	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	1,077.78	100%	482.71	100%	480.80	100.00%	622.72	100.00%

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司预付款项账龄以 1 年以内为主，占比均在 50% 以上。

(5) 其他应收款

①其他应收款构成及变动情况

报告期各期末，公司其他应收款的账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应收利息	-	-	0.78	0.05
其他应收款	2,093.05	103.45	503.25	1,044.88
其中：押金、保证金及备用金	103.99	102.20	57.89	511.66
即征即退税款	1,989.06	-	433.56	507.75
往来款及其他	-	1.25	11.81	25.48
合计	2,093.05	103.45	504.03	1,044.93

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司其他应收款账面价值分别为 1,044.93 万元、504.03 万元、103.45 万元和 2,093.05 万元，占流动资产比分别为 1.83%、0.90%、0.14%和 2.09%，占总资产比例分别为 1.33%、

0.52%、0.09%和 1.53%，占比极低。公司其他应收款主要为即征即退税款，经营所需的押金、保证金等。

2016 年末公司其他应收款账面价值为 1,044.93 万元，金额较大主要系公司尚未收到应享受的增值税返还款以及购房保证金增加所致。2017 年末公司其他应收款账面价值为 504.03 万元，较 2016 年末减少 540.90 万元，主要系公司于 2017 年收回购房保证金等押金保证金所致。2018 年末公司其他应收款账面价值为 103.45 万元，较 2017 年末减少 400.58 万元，主要系 2018 年末公司不存在即征即退税款所致。2019 年 6 月末公司其他应收款账面价值大幅增至 2,093.05 万元，主要由尚未收到的 2,009.15 万元增值税返还款构成。

②其他应收款余额前五名情况

报告期各期末，公司按欠款方归集的其他应收款期末余额前五名如下所示：

单位：万元

2019.6.30				
单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占比
北京市海淀区国家税务局	即征即退税款	2,009.15	1 年以内	94.06%
百度时代网络技术（北京）有限公司	押金保证金	44.84	1 年以内，1-2 年	2.10%
北京德诚进展企业管理有限公司	押金保证金	21.78	1 年以内，1-2 年	1.02%
北京驼峰科技有限公司	往来款	12.00	1-2 年	0.56%
快钱支付清算信息有限公司	押金保证金	7.50	3 年以上	0.35%
合计	-	2,095.27	-	98.09%
其他应收款期末余额	-	2,136.04	-	100.00%
2018.12.31				
单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占比
百度时代网络技术（北京）有限公司	押金保证金	45.24	1 年以内	33.02%
北京德诚进展企业管理有限公司	押金保证金	21.78	2 年以内	15.90%
北京驼峰科技有限公司	往来款	12.00	1 年以内	8.76%
快钱支付清算信息有限公司	押金保证金	7.50	3 年以上	5.47%
江苏京东旭科信息技术有限公司	押金保证金	6.00	1 年以内	4.38%
合计	-	92.52	-	67.53%
其他应收款期末余额	-	192.37	-	100.00%
2017.12.31				
单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占比

北京市东城区国家税务局	即征即退税款	456.38	1年以内	77.28%
百度时代网络技术(北京)有限公司	押金保证金	22.20	1年以内	3.76%
广州福到物业管理有限公司	押金保证金	18.33	3年以上	3.10%
江苏京东信息技术有限公司	押金保证金	10.32	1年以内	1.75%
北京市海淀区人民法院	往来款	8.35	3年以上	1.41%
合计	-	515.58	-	87.31%
其他应收款期末余额	-	590.52	-	100.00%
2016.12.31				
单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占比
北京市东城区国家税务局	即征即退税款	507.75	1年以内	47.46%
北京宁科置业有限责任公司	押金保证金	200.00	1年以内	18.69%
北京华航恒业科技有限公司	押金保证金	97.96	1至2年、5年以上	9.16%
北京君天首业商贸有限公司	押金保证金	72.47	1至2年	6.77%
广州鸿璟房地产策划顾问有限公司	押金保证金	31.00	1至1年	2.9%
合计	-	909.18	-	84.98%
其他应收款期末余额	-	1,069.89	-	100.00%

③其他应收款坏账计提情况

A、2019年1月1日后

2019年1月1日后,公司执行新金融工具准则,以预期信用损失为基础,对其他应收款进行减值会计处理并确认损失准备。截至2019年6月30日,公司其他应收款坏账计提情况如下:

单位:万元

处于第一阶段的坏账准备					
项目	账面余额	未来12个月内的预期信用损失率	坏账准备	账面价值	理由
按组合计提坏账准备:					
押金保证金备用机组合	109.46	5%	5.47	103.99	-
即征即退增值税组合	2,009.15	1%	20.09	1,989.06	-
合计	2,118.61	-	25.56	2,093.05	-
处于第二阶段的坏账准备					
-	-	-	-	-	-
处于第三阶段的坏账准备					
项目	账面余额	整个存续期预期信用损失率	坏账准备	账面价值	理由
按单项计提坏账准备:					
驼峰科技	12.00	100%	12.00	-	原控股孙公司驼峰科技

					已经资不抵债，根据转让协议放弃追索权，公司全额计提减值准备
按组合计提坏账准备：					
押金保证金备用机组合	2.93	100%	2.93	-	预计无法收回
其他应收款项组合	2.50	100%	2.50	-	预计无法收回
合计	17.43	100%	17.43	-	-

B、2019年1月1日前

2019年1月1日之前，除单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款以及押金、备用金和保证金组合外，公司其他应收款主要按账龄分析法计提坏账准备，2016年-2018年公司严格按照相关会计政策计提了相应的坏账准备，明细情况如下：

单位：万元

2018.12.31		
项目	其他应收款	坏账准备
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	12.00	12.00
按账龄组合计提坏账准备的其他应收款：	125.00	21.55
1年以内	90.89	4.55
1-2年	20.51	6.15
2-3年	5.50	2.75
3年以上	8.10	8.10
合计	137.00	33.55
2017.12.31		
项目	其他应收款	坏账准备
单项金额重大并单项计提	-	-
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	0.54	0.52
按账龄组合计提坏账准备的其他应收款：		
1年以内	521.01	26.05
1-2年	6.23	1.87
2-3年	7.82	3.91
3年以上	54.91	54.91
合计	590.52	87.26
2016.12.31		
项目	其他应收款	坏账准备
单项金额重大并单项计提	-	-
经营发生的备用金、押金、保证金组合	511.66	-
账龄分析法组合：	-	-
1年以内	526.17	-

1-2年	-	-
2-3年	1.44	0.29
3-4年	6.53	1.96
4-5年	2.23	0.89
5年以上	21.86	21.86
合计	1,069.89	25.00

(6) 存货

报告期各期末，公司存货全部由库存商品构成，具体情况如下：

单位：万元

项目		2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
库存商品	账面余额	46.39	51.47	49.95	-
	跌价准备	-	-	-	-
	账面价值	46.39	51.47	49.95	-

2017年末、2018年末和2019年6月末，公司库存商品账面价值分别为49.95万元、51.47万元和46.39万元，全部为Ukey产品，占流动资产和总资产的比例极低。

(7) 其他流动资产

报告期内，公司其他流动资产明细如下所示：

单位：万元

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
未认证增值税进项税	3,248.99	98.33%	2,808.94	90.57%	2,504.00	74.81%	1,316.56	60.62%
预缴税款	55.31	1.67%	292.50	9.43%	72.99	2.18%	15.15	0.70%
买入返售金融资产	-	-	-	-	770.08	23.01%	840.01	38.68%
合计	3,304.30	100.00%	3,101.44	100.00%	3,347.06	100.00%	2,171.72	100.00%

截至2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司其他流动资产分别为2,171.72万元、3,347.06万元、3,101.44万元和3,304.30万元，占流动资产比例分别为3.81%、6.00%、4.20%和3.31%，占总资产比例分别为2.76%、3.43%、2.76%和2.42%，主要由未认证增值税进项税、买入返售金融资产和预缴税款构成。

2016年末和2017年末，公司其他流动资产中买入返售金融资产明细科目为

“天一精选 1 期”基金所购买的国债逆回购产品，“天一精选 1 期”已于 2018 年 1 月 12 日清盘，故 2018 年末和 2019 年 6 月末该项余额为零。

报告期内，“天一精选 1 期”购买国债逆回购产品的具体情况如下：

单位：万元

2019 年 1-6 月			
产品名称	产品代码	期初金额	期末余额
-	-	-	-
2018 年度			
产品名称	产品代码	期初金额	期末余额
上交所质押式国债回购，期限十四天	GC014	770.07	-
合计		770.07	-
2017 年度			
产品名称	产品代码	期初金额	期末余额
上交所质押式国债回购，期限隔夜	GC001	800.01	-
上交所质押式国债回购，期限七天	GC007	40.00	-
上交所质押式国债回购，期限十四天	GC014	-	770.08
合计		840.01	770.08
2016 年度			
产品名称	产品代码	期初金额	期末余额
上交所质押式国债回购，期限隔夜	GC001	300.00	800.01
上交所质押式国债回购，期限七天	GC007	-	40.00
合计		300.00	840.01

公司持有金融资产以及购买银行理财产品的决策和监管机制如下：

A、公司持有买入返售金融资产的原因和相关依据

公司 2016 年末、2017 年末的买入返售金融资产余额系“天一精选 1 期”基金进行相关投资操作所产生。“天一精选 1 期”基金的相关情况已在本节“十三、财务状况分析”之“（二）资产主要项目及变动情况分析”之“（2）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”中进行了详细阐述。

B、公司购买银行理财产品的决策依据

2015 年 4 月 10 日，公司召开了第十届董事会第十二次会议；2015 年 5 月 5 日，公司召开了 2014 年年度股东大会，两次会议经审议均通过公司《对外投资管理制度》（以下简称“《制度》”）。《制度》所称对外投资包括但不限于委托理财等，《制度》规定公司对外投资实行专业管理和逐级审批制度。具体而言，公司对外投资事项由总经理组织审查并编写可行性研究报告提交董事会审议；董事

会和总经理办公会议认为必要时,应聘请外部机构和专家对投资项目进行咨询和论证;对于“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”的对外投资,公司在提交董事会审议通过后,还应当提交股东大会审议批准后,方可实施。根据以上利用闲置资金投资相关议案和《制度》规定,股东大会以授权方式授权公司利用闲置资金进行银行理财产品投资。在投资执行过程中,由公司财务总监负责组织安排公司财务部人员进行银行理财产品的申购、赎回操作。

综上,公司 2016 年和 2017 年度期间发生的上交所质押式国债回购投资的决策程序符合公司对外投资制度相关规定和董事会、股东大会相关决议的规定。

2、非流动资产分析

报告期各期末,公司非流动资产构成情况如下所示:

单位:万元

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	34,520.96	94.51%	35,253.75	91.79%	36,352.39	86.63%	1,376.53	6.32%
无形资产	306.52	0.84%	420.76	1.10%	669.24	1.59%	909.08	4.18%
长期待摊费用	465.24	1.27%	535.39	1.39%	601.48	1.43%	335.61	1.54%
递延所得税资产	1,171.28	3.21%	1,987.56	5.18%	2,963.77	7.06%	2,623.22	12.05%
其他非流动资产	61.69	0.17%	208.49	0.54%	1,374.30	3.28%	16,522.27	75.91%
非流动资产合计	36,525.68	100.00%	38,405.95	100.00%	41,961.17	100.00%	21,766.71	100.00%

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末,公司非流动资产分别为 21,766.71 万元、41,961.17 万元、38,405.95 万元和 36,525.68 万元,非流动资产占总资产比例分别为 27.63%、42.95%、34.19%和 26.76%。2016 年末公司非流动资产中其他非流动资产金额及占比较大,主要由购买办公房产的预付款构成。2017 年末公司非流动资产同比增长 20,194.46 万元,占期末总资产的比例增至 42.95%,主要系公司于 2017 年 2 月购买办公房产所致。2018 年末、2019 年 6 月末公司非流动资产占总资产的比例有所下降,主要系当期正常经营产生的现金回款金额较大,期末货币资金余额大幅增长所致。

(1) 固定资产

报告期各期末,公司固定资产的具体情况如下:

单位:万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
----	-----------	------------	------------	------------

房屋及建筑物	原值	34,889.77	34,889.77	34,754.68	-
	累计折旧	1,824.54	1,272.12	168.21	-
	净值	33,065.23	33,617.65	34,586.46	-
运输设备	原值	421.43	421.43	278.49	278.49
	累计折旧	228.66	194.12	130.62	76.63
	净值	192.77	227.30	147.88	201.87
办公设备及其他	原值	3,310.42	3,273.40	3,057.92	2,287.79
	累计折旧	2,047.45	1,864.59	1,439.87	1,113.13
	净值	1,262.97	1,408.80	1,618.05	1,174.66
合计	原值	38,621.62	38,584.59	38,091.09	2,566.28
	累计折旧	4,100.66	3,330.84	1,738.70	1,189.75
	净值	34,520.96	35,253.75	36,352.39	1,376.53

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司固定资产净值分别为 1,376.53 万元、36,352.39 万元、35,253.75 万元和 34,520.96 万元，固定资产净值占非流动资产比例分别为 6.32%、86.63%、91.77% 和 25.29%，占总资产比例分别为 1.75%、37.21%、31.38% 和 26.76%。2016 年公司办公场所大部分为租赁使用，2017 年公司购置的办公房产装修完毕并投入使用，因此期末固定资产同比大幅增长。报告期内，公司各类固定资产运行状况良好，不存在需要计提减值准备的情形。

(2) 无形资产

报告期各期末，公司无形资产的具体情况如下：

单位：万元

项目		2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
专利和非专有技术	原值	53.65	53.65	53.65	53.65
	累计摊销	53.65	53.65	53.65	53.65
	净值	-	-	-	-
计算机软件著作权	原值	552.03	552.03	552.03	552.03
	累计摊销	552.03	551.69	542.96	528.15
	净值	-	0.35	9.07	23.89
软件使用权	原值	540.56	540.56	540.56	540.56
	累计摊销	336.78	291.38	200.57	81.20
	净值	203.78	249.18	339.99	459.37
商标权	原值	610.29	610.29	610.29	610.29
	累计摊销	507.55	439.06	290.11	184.46
	净值	102.74	171.23	320.17	425.83
合计	原值	1,756.54	1,756.54	1,756.54	1,756.54

	累计摊销	1,450.02	1,335.78	1,087.30	847.45
	净值	306.52	420.76	669.24	909.08

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司无形资产净值分别为 909.08 万元、669.24 万元、420.76 万元和 306.52 万元，无形资产净值占非流动资产比例分别为 4.18%、1.59%、1.10%和 0.84%，占总资产比例分别为 1.15%、0.68%、0.37%和 0.22%，无形资产净值及资产占比呈下降趋势，主要系报告期内未新增无形资产，原有无形资产正常摊销所致。报告期内，公司无形资产不存在减值情形。

(3) 长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用的具体情况如下：

单位：万元

项目		2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
装修费	期初值	535.04	600.11	281.93	424.20
	本期变动	-71.89	-65.06	318.18	-142.26
	期末值	463.16	535.04	600.11	281.93
软件服务费	期初值	0.34	1.37	0.26	1.28
	本期变动	1.74	-1.03	1.11	-1.03
	期末值	2.08	0.34	1.37	0.26
业务系统建设	期初值	-	-	53.42	160.26
	本期变动	-	-	-53.42	-106.84
	期末值	-	-	-	53.42
合计	期初值	535.39	601.48	335.61	585.73
	本期变动	-70.15	-66.09	265.87	-250.13
	期末值	465.24	535.39	601.48	335.61

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司长期待摊费用分别为 335.61 万元、601.48 万元、535.39 万元和 465.24 万元，占非流动资产比例分别为 1.54%、1.43%、1.39%和 1.27%，占总资产比例分别为 0.43%、0.62%、0.48%和 0.34%。

2017 年公司长期待摊费用期末值较 2016 年末增加 265.87 万元，同比涨幅达 79.22%，主要系公司对购置的办公房产进行装修所产生 593.90 万元装修费所致。2018 年末、2019 年 6 月末公司长期待摊费用较 2017 年末下降系正常摊销所致。

(4) 递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产明细情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
递延所得税资产	1,171.28	1,987.56	2,963.77	2,623.22
其中：坏账准备	8.42	5.53	24.40	8.71
长期待摊费用摊销差异	314.18	408.33	771.49	787.99
无形资产摊销差异	38.73	29.69	18.81	
分期客户预收款	-	-	32.07	140.91
预提费用	579.98	1,028.69	929.19	1,071.56
未实现内部销售损益	121.03	315.95	558.23	614.05
可抵扣税务亏损	108.94	199.36	629.59	-

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司递延所得税资产余额分别为 2,623.22 万元、2,963.77 万元、1,987.56 万元和 1,171.28 万元，其占非流动资产比重分别为 12.05%、7.06%、5.18%和 3.21%，占总资产比例分别为 3.33%、3.03%、1.77%和 0.86%。

2017 年末公司递延所得税资产较 2016 年末有小幅增长，主要系 2017 年公司新增 629.59 万元可抵扣税务亏损所致。2018 年末公司递延所得税资产较 2017 年末大幅减少，主要系长期待摊费用摊销差异和可抵扣税务亏损减少所致。2019 年 6 月末公司递延所得税资产较 2018 年末大幅减少，主要系预提费用金额下降所致。

（5）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
预付购房款	-	-	-	16,454.79
预付固定资产购置费	48.00	24.00	190.34	-
待认证的长期资产进项税	13.69	184.49	1,183.96	67.48
合计	61.69	208.49	1,374.30	16,522.27

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司其他非流动资产分别为 16,522.27 万元、1,374.30 万元、208.49 万元和 61.69 万元，占非流动资产的比例分别为 75.91%、3.28%、0.54%和 0.17%，占总资产的比例分别为

20.98%、1.41%和 0.19%、0.05%。2016 年末公司其他非流动资产金额较大，主要由为购置办公房产所支付的预付购房款构成。

（三）营运能力分析

1、营运能力主要指标

报告期内公司应收账款周转率及存货周转率相关情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月/ 2019.6.30	2018年/ 2018.12.31	2017年/ 2017.12.31	2016年/ 2016.12.31
营业收入	36,396.91	57,769.57	66,909.87	57,126.53
应收账款周转率	92.48	192.47	211.96	128.46
营业成本	4,237.76	8,407.43	7,792.10	6,406.10
存货周转率	86.62	165.79	312.02	-

公司营业收入主要来自金融信息服务业务，而金融信息服务业务采用的是预收款结算方式，因此报告期公司应收账款周转率内保持在较高水平。2017 年公司应收账款周转率较 2016 年大幅增长，主要系营业收入同比增长 9,783.34 万元，而应收账款余额相对稳定所致。2018 年度公司应收账款周转率较 2017 年度略有下降，主要系当期营业收入同比下降所致。

2017 年起，公司为提高金融信息服务用户账户安全性，推出金融信息服务客户加密 UKey，该库存商品账面价值较低，导致存货周转率高。2018 年公司存货周转率为 165.79，较 2017 年降幅较大，主要系 2017 年期初公司存货余额为 0 所致。

2、同行业可比公司营运能力比较

报告期内，公司应收账款周转率指标与同行业可比公司对比情况如下所示：

财务指标	时间	同花顺	东方财富	大智慧	麟龙股份	益盟股份	平均值	指南针
应收账款 周转率	2016 年	152.85	3.98	11.95	-	61.64	57.61	128.46
	2017 年	128.75	3.67	9.22	-	88.28	57.48	211.96
	2018 年	112.75	4.46	8.29	-	115.10	60.15	192.47
	2019 年 1-6 月	51.62	2.48	3.72	-	80.89	34.68	92.48

注：麟龙股份应收账款科目为 0，故不适用应收账款周转率指标。

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司应收账款周转率指标均高

于同行业可比公司均值。全额预收款销售是金融信息服务企业普遍采用的销售结算方式，因此同行业可比公司也均存在应收账款余额较小的情形，金融信息服务行业企业的整体应收账款周转率水平较均高。除销售结算方式相近外，公司与同行业其他企业在资产构成上也较为相似，总资产中的主要部分为货币资金。

公司主营业务为以证券工具型软件终端为载体向投资者金融信息服务，报告期内存货余额极低，因此未进行同行业可比公司存货周转率分析。

（四）负债构成情况分析

1、公司负债构成情况

报告期内，公司负债构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	3,000.00	5.02%	-	-	-	-	-	-
应付账款	2,796.94	4.68%	5,461.36	12.03%	3,939.89	9.03%	5,842.66	14.57%
预收款项	41,548.08	69.48%	33,248.67	73.26%	33,723.76	77.31%	29,690.95	74.03%
应付职工薪酬	6,927.49	11.58%	4,832.60	10.65%	3,880.90	8.90%	2,919.01	7.28%
应交税费	4,393.57	7.35%	968.27	2.13%	1,511.64	3.47%	1,200.44	2.99%
其他应付款	849.33	1.42%	587.97	1.30%	565.08	1.30%	451.06	1.12%
流动负债	59,515.40	99.53%	45,098.87	99.37%	43,621.28	100.00%	40,104.12	100.00%
递延收益	281.85	0.47%	286.84	0.63%	-	-	-	-
非流动负债	281.85	0.47%	286.84	0.63%	-	-	-	-
负债合计	59,797.25	100.00%	45,385.70	100.00%	43,621.28	100.00%	40,104.12	100.00%

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司负债总额分别为 40,104.12 万元、43,621.28 万元、45,385.70 万元和 59,797.25 万元，报告期内随公司业务规模扩大而呈增长趋势。

公司负债以流动负债为主，报告期各期末流动负债占比均在 99% 以上，其中预收款项占总负债的比例分别达 74.03%、77.31%、73.26% 和 69.48%。公司的负债结构主要与公司行业特点和经营模式有关，金融信息服务业的相关企业多数采用在出售产品和服务时预收全部相关款项的销售模式，公司基于行业特征和自身具体经营情况亦采用该模式。公司核心业务金融信息服务业务在销售完成时会一次性收取全部费用，包括软件产品费用和后续运行服务费，其中软件产品费用会

在客户获得授权时确认收入，而后续运行服务费会在提供服务期间分期确认收入，因此公司在账目上会形成一定金额的预收款项。

2、公司债项逾期情况

公司报告期内不存在逾期未偿还款项。

(五) 负债主要项目及变动情况分析

1、短期借款

报告期各期末，公司短期借款的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
质押借款	3,000.00	-	-	-
合计	3,000.00	-	-	-

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司短期借款余额均为零，2019 年 6 月末公司短期借款余额为 3,000 万元，系公司将民生银行香山支行 3,000 万元定期存款质押民生银行北京分行取得的 3,000 万元银行承兑汇票，由于该票据的收款方和付款方同属于公司合并报表范围内，故在合并报表层面将该应付票据重分类至短期借款。

2、应付账款

报告期各期末，公司应付账款的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
积分奖励计划	2,796.94	5,461.36	3,923.85	5,842.66
广告宣传及网络推广费	-	-	16.04	-
合计	2,796.94	5,461.36	3,939.89	5,842.66

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司应付账款科目余额分别为 5,842.66 万元、3,939.89 万元、5,461.36 万元和 2,796.94 万元，主要由积分奖励计划的应付账款构成。2017 年末和 2019 年 6 月末，公司应付账款余额相对较低，主要系在公司 2017 年上半年和 2019 年上半年进行的产品推广活动中，较多用户使用积分冲抵购买的金融信息服务产品价款，导致应付积分奖励计划金额大幅减少所致。

报告期各期末，发行人应付账款余额前五名明细情况如下：

单位：万元

2019.6.30			
序号	债权人名称	期末余额	占比
1	客户积分	2.49	0.09%
2	客户积分	2.25	0.08%
3	客户积分	2.23	0.08%
4	客户积分	2.21	0.08%
5	客户积分	2.20	0.08%
合计		11.38	0.41%
2018.12.31			
序号	债权人名称	期末余额	占比
1	客户积分	3.13	0.06%
2	客户积分	2.95	0.05%
3	客户积分	2.83	0.05%
4	客户积分	2.81	0.05%
5	客户积分	2.70	0.05%
合计		14.42	0.26%
2017.12.31			
序号	债权人名称	期末余额	占比
1	深圳市梦网科技发展有限公司	6.78	0.17%
2	中国移动通信集团上海有限公司	4.87	0.12%
3	上海悠逸信息技术有限公司	4.39	0.11%
4	客户积分	2.57	0.07%
5	客户积分	2.50	0.06%
合计		21.11	0.53%
2016.12.31			
序号	债权人名称	期末余额	占比
1	客户积分	3.13	0.06%
2	客户积分	3.04	0.05%
3	客户积分	3.04	0.05%
4	客户积分	3.02	0.05%
5	客户积分	3.01	0.05%
合计		15.24	0.26%

2、预收款项

(1) 预收账款构成及变动情况

报告期内，公司预收款项构成及变动情况如下所示：

单位：万元

收入类型	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
金融信息服务	41,544.03	99.99%	33,244.62	99.99%	33,719.72	99.99%	29,686.90	99.99%
其他	4.05	0.01%	4.05	0.01%	4.05	0.01%	4.05	0.01%
合计	41,548.08	100.00%	33,248.67	100.00%	33,723.76	100.00%	29,690.95	100.00%

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司预收款项分别为 29,690.95 万元、33,723.76 万元、33,248.67 万元和 41,548.08 万元，其占流动负债比率分别为 74.03%、77.31%、74.03%和 69.81%，占负债总额比例分别为 74.03%、77.31%、74.03%和 69.48%，是公司负债的最主要构成部分。报告期各期末，公司预收款项绝大部分由预收的金融信息服务费构成。

报告期内公司预收款项总体金额较大，且随着营业收入的高速增长而同步增加，与公司的销售模式和收入确认政策有着密切关系。公司主营业务及相关产品在市场上有着较强竞争力和议价能力，因此公司在提供服务前会一次性向客户预收服务期内的所有费用，包括软件产品费用和后续运行服务费用。而公司对后续运行服务费采取在服务期间内分期确认收入的政策，这使得实际收款时点与后续提供服务时点存在一定时间间隔，故公司将已收取的后续服务款项确认为预收款项，待服务提供后再按收入确认条件将相应的预收款项结转为当期收入。

（2）预收账款的账龄情况

①预收账款按账龄分类

单位：万元

账龄	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
1 年以内	25,493.47	18,520.68	24,716.38	17,094.31
1-2 年	11,738.35	10,614.94	5,089.66	10,815.14
2-3 年	1,397.88	2,349.97	3,541.83	1,228.08
3 年以上	2,918.38	1,763.08	375.90	553.43
合计	41,548.08	33,248.67	33,723.76	29,690.95

②预收账款按金融信息服务业务性质和账龄分类

发行人金融信息服务业务采用预收款结算，业务的基本流程是客户先付款，公司审核后下订单，然后再开通授权。发行人在客户开通授权后按照收入确认政策结转收入。

为保持与同行业一致性，发行人将客户预收款和客户已开通授权尚未摊销完

毕的递延收益同时列入预收账款核算，报告期各期末情况列示如下：

单位：万元

项 目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
客户预收款	11,342.90	159.26	144.50	123.99
递延收益	30,205.18	33,089.41	33,579.27	29,566.97
其中：				
1年以内	14,150.58	18,361.41	24,571.88	16,970.32
1-2年	11,738.35	10,614.94	5,089.66	10,815.14
2-3年	1,397.88	2,349.97	3,541.83	1,228.08
3年以上	2,918.38	1,763.08	375.90	553.43
合 计	41,548.08	33,248.67	33,723.76	29,690.95

报告期各期末，发行人递延收益随着金融信息服务业务客户规模和销售回款的持续增加和叠加影响，递延收益余额持续增加。由于存在服务期限超过1年的客户（如四年期私享家版客户28,800元），故出现账龄1年以上甚至3年以上递延收益的情况。

3、应付职工薪酬

报告期各期末，发行人应付职工薪酬明细情况如下：

单位：万元

应付职工薪酬	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期薪酬	6,840.11	98.74%	4,738.67	98.06%	3,767.12	97.07%	2,880.03	96.32%
离职后福利-设定提存计划	87.38	1.26%	93.93	1.94%	113.78	2.93%	38.97	3.68%
合 计	6,927.49	100.00%	4,832.60	100.00%	3,880.90	100.00%	2,919.01	100.00%

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，发行人应付职工薪酬期末余额分别为2,919.01万元、3,880.90万元、4,832.60万元和6,927.49万元。报告期各期末，发行人应付职工薪酬主要由短期薪酬、离职后福利的提存计划构成，其中短期薪酬主要包括职工的工资、奖金、津贴和补贴，以及社会保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费等内容，离职后福利主要包括基本养老保险费、失业保险费。

报告期各期末，发行人应付职工薪酬余额和当期计提的应付职工薪酬金额情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30/	2018.12.31/	2017.12.31/	2016.12.31/

	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
应付职工薪酬	6,927.49	4,832.60	3,880.90	2,919.01
应付职工薪酬计提金额	12,567.46	22,219.07	24,214.22	19,073.92
占比	55.12%	21.75%	16.03%	15.30%

报告期各期末,发行人应付职工薪酬期末余额分别为2,919.01万元、3,880.90万元、4,832.60万元和6,927.49万元。应付职工薪酬期末余额一般等于期末当月已计提未发放工资及已计提未发放的年终奖,报告期内随着发行人经营业务的快速发展,该等期末应付奖金增长幅度会高于期末当月应付工资的增长幅度,因而整体应付职工薪酬占当期计提金额的比例会略有上升。

2017年末发行人应付职工薪酬为3,880.90万元,相比2016年末增加961.89万元,增加幅度32.95%,而2017年应付职工薪酬计提金额相比2016年增加5,140.30万元,增加幅度为26.95%,二者增加幅度较为一致。

2018年末公司应付职工薪酬余额为4,832.60元,相比2017年末增加951.70万元,增加幅度24.52%,而2018年应付职工薪酬计提金额相比2017年减少1,995.15万元,减少幅度为8.24%。2018年发行人整体应付职工薪酬计提有所下降主要系当期销售回款下降影响所致;当期期末应付职工薪酬同比上涨的主要原因为:2018年11-12月发行人开展了私享家集中销售活动,因此计提了一定金额的销售客服人员绩效奖金,但该笔奖金在年末之前尚来不及完全发放,从而形成了期末应付职工薪酬。

2019年6月末公司应付职工薪酬余额为6,927.49万元,占应付职工薪酬计提金额的比例达55.12%,主要原因为2019年1-6月不足一个完整会计年度,当期应付职工薪酬计提金额远低于其他完整会计年度所致。此外,公司在2019年6月进行了财富掌门系列高端产品集中销售活动,导致期末计提的应付职工薪酬金额较大。

4、应交税费

报告期各期末,发行人应交税费明细情况如下所示:

单位:万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应交税费	4,393.57	968.27	1,511.64	1,200.44
其中:企业所得税	1,208.06	44.94	400.69	748.14

增值税	2,734.69	812.20	367.99	388.23
代扣代缴个人所得税	44.36	-	-	4.95
城市维护建设税	190.44	55.87	25.75	26.18
教育费附加	136.19	40.06	18.39	18.86
文化事业附加费	-	15.19	-	14.08
契税	-	-	495.37	-
残疾人保证金	44.58	-	194.78	-
印花税	-	-	8.67	-
房产税	33.35	-	-	-
土地使用税	1.90	-	-	-

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，发行人应交税费分别为 1,200.44 万元、1,511.64 万元、968.27 万元和 4,393.57，占流动负债比例分别为 2.99%、3.47%、2.15%和 7.38%，占负债总额比例分别为 2.99%、3.47%、2.13%和 7.35%。2016 年末和 2018 年末，公司应交税费主要由应交企业所得税、增值税构成，2017 年公司因购买办公房产在期末形成了 495.37 万元应交契税和 8.67 万元印花税。2019 年 6 月末公司应交税费较 2018 年末大幅增加，主要原因为 2016 年至 2018 年公司主要产品为私享家版、先锋版、博弈版等全赢系列产品，该等产品不区分软件产品和服务并统一适用 6%的增值税税率，而 2019 年上半年推出的财富掌门系列产品区分软件产品和服务并分别适用 13%和 6%的增值税。2019 年上半年公司主要进行了财富掌门系列产品集中销售活动，该等产品的收入金额及占比较高，导致期末存在较大金额的应交企业所得税和增值税。

5、其他应付款

报告期各期末，发行人其他应付款明细情况如下所示：

单位：万元

税项	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应付股利	0.98	0.98	0.98	0.98
其他应付款	848.38	586.99	564.10	450.08
其中：代扣个人社保及公积金	54.35	49.29	60.95	22.41
保证金	200.90	203.90	203.90	196.10
装修工程及资产采购应付款	70.84	72.24	81.85	-
其他	522.26	261.51	217.41	231.57
合计	849.33	587.97	565.08	451.06

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，发行人其他应付款分别为 451.06 万元、565.08 万元、587.97 万元和 849.33 万元，占流动负债比例分别为 1.12%、1.30%、1.30%和 1.43%，占负债总额比例分别为 1.12%、1.30%、1.30%和 1.42%。

报告期各期末，发行人应付股利余额均为 0.98 万元，系 2007 年分红时工作人员操作未到位形成的尾差，并不属于现金红利宣告发放而未发放完毕的情形，亦不属于报告期内及审核期间的分红事项形成。报告期内发行人经营性现金流良好，分红计划均及时足额进行了发放。发行人控股股东和实际控制人书面承诺，发行人若因该等应付股利余额事项产生争议或纠纷等影响发行人利益情形，相关损失将由控股股东承担。

发行人其他应付款中的“保证金”项目主要构成为发行人历史上曾采用加盟商代理销售模式时所形成的部分未归还销售保证金。该等销售保证金的形成一方面系部分加盟商不主动办理退还手续所致，另一方面系发行人无法与部分加盟商取得联系故暂未办理退还手续所致。上述未归还销售保证金系历史原因形成，发行人一直将其确认为其他应付款负债类科目中具备谨慎性。发行人未来将积极做好与相关加盟商的沟通联系工作，并根据实际情况妥善处理。

报告期各期末，发行人其他应付款中的“其他”项主要由预提电话费和服务器托管费、用户款（待退历史代理商预付款）、“天一精选 1 期”基金的其他基金持有人份额、维修基金、员工旅游基金等构成，还有部分是与公司商品交易业务无关的偶发或小额的应付款、暂收款。2017 年天一精选 1 期基金其他持有人份额赎回后，其他应付款中的“天一精选 1 期”基金其他持有人份额消除。2019 年 6 月末该项科目余额较大，主要系员工旅游基金余额较高所致，公司通常是在下半年组织员工旅游，因此期中余额会高于年末余额。

（六）偿债能力分析

1、偿债能力指标

报告期内，公司偿债能力相关指标如下所示：

项目	2019.6.30/ 2019 年 1-6 月	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度	2016.12.31/ 2016 年度

项目	2019.6.30/ 2019年1-6月	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度	2016.12.31/ 2016年度
流动比率（倍）	1.68	1.64	1.28	1.42
速动比率（倍）	1.61	1.56	1.19	1.35
资产负债率（合并）	43.81%	40.40%	44.65%	50.91%
利息保障倍数（倍）	-	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	13,339.33	17,657.15	18,879.10	17,626.19

注：报告期内，公司无利息支出，故利息保障倍数指标不适用。

短期偿债能力方面，2017年公司流动比率和速动比率均同比下降，主要原因为公司于2017年2月购买办公场导致货币资金及流动资产同比减少，而流动负债则随公司业绩发展保持较快增速，进而导致流动比率、速动比率下降。报告期各期末，公司流动资产、速动资产主要由货币资金构成，而流动负债主要由金融信息服务业务形成的预收款项构成，公司资产质量良好且无银行贷款，具备较强的短期偿债能力。

长期偿债能力方面，公司业绩持续提升、经营运作良好，资本结构逐年改善。报告期各期末，公司资产负债率分别为50.91%、44.65%、40.40%和43.81%，资产负债率整体呈下降趋势，2019年6月末较2018年末有所增长，主要系2019年上半年进行财富掌门系列高度产品集中销售导致期末预收账款大幅增长所致。

综上，公司资产质量良好且无银行贷款，有着较强的短期和长期偿债能力。

2、同行业可比公司偿债能力比较

报告期内，同行业可比上市公司偿债能力指标对如下所示：

财务指标	时间	同花顺	东方财富	大智慧	麟龙股份	益盟股份	平均值	指南针
流动比率	2016年	3.19	1.56	1.56	5.84	5.00	3.43	1.42
	2017年	3.61	1.67	2.14	4.27	3.67	3.07	1.28
	2018年	4.58	1.78	3.21	3.94	5.24	3.75	1.64
	2019年1-6月	3.87	1.50	4.09	2.91	6.68	3.81	1.68
速动比率	2016年	3.19	1.55	1.55	5.84	5.00	3.43	1.35
	2017年	3.61	1.66	2.14	4.27	3.67	3.07	1.19
	2018年	4.58	1.77	3.21	3.94	5.24	2.75	1.56
	2019年1-6月	3.87	1.50	4.09	2.91	6.68	3.81	1.61
资产负债率	2016年	27.60%	52.45%	42.63%	18.38%	13.03%	30.82%	50.91%
	2017年	24.74%	64.92%	31.92%	23.22%	12.25%	31.41%	44.65%
	2018年	19.15%	60.58%	28.97%	18.25%	11.05%	27.60%	40.40%

	2019年1-6月	22.70%	62.82%	29.10%	20.43%	10.60%	29.13%	43.81%
--	-----------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

包括发行人在内的同行业公司的短期偿债能力指标、长期偿债能力指标均为较高水平，这与金融信息服务业的行业特点有关。首先，同行业公司由于对资产变现能力要求较高，故资产构成多以流动资产为主，普遍具备“轻资产”的特征；其次，行业内企业银行借款规模普遍较小甚至无银行借款，因此负债金额较小。上表选取的同行业可比公司虽同属金融信息服务行业，但在具体业务上各公司间存在一定差异，这也导致了各公司偿债能力指标间存在较大差异。

综上，指南针短期偿债能力指标低于选取可比公司平均水平，资产负债率高于选取可比公司平均水平。

（1）短期偿债能力指标偏低原因

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司流动比率、速动比率皆低于可比公司平均值，这与公司的金融信息服务业务快速增长及其一次性预收服务价款的销售模式有关。报告期内随着公司销售收入的快速增长，各年均相应产生了大量的预收款项。此外，公司股权融资金额较小，主要依靠经营积累，使得总资产规模特别是流动资产规模较小，因此总体导致流动比率、速动比率较低。

（2）资产负债率水平偏高原因

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，发行人资产负债率（合并口径）分别为50.91%、44.65%、40.40%和43.81%，同期同行业可比上市公司的资产负债率平均值分别为30.82%、31.41%、25.39%和29.13%。发行人2016年、2017年、2018年和2019年上半年资产负债率水平均高于同行业平均水平，主要原因为发行人股本规模相对较小，随着业务规模不断快速发展，相应预收账款规模大幅增加，从而使得资产负债率指标数值相对较高。公司通过本次公开发行，将有效改善资本结构，扩大股本规模，提高所有者权益比，降低资产负债率水平。

（七）股东权益项目分析

报告期内，各期末股东权益情况如下所示：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
股本	34,810.00	34,810.00	34,810.00	21,861.98
资本公积	1,216.93	1,216.93	1,216.93	1,216.93
盈余公积	4,760.57	4,760.57	3,384.78	1,956.37
未分配利润	35,897.81	26,161.45	14,740.22	13,679.35
归属于母公司股东权益	76,684.94	66,948.95	54,151.93	38,714.63
少数股东权益	-	-	-71.49	-48.82
股东权益合计	76,684.94	66,948.95	54,080.44	38,665.82

1、股本变动情况

报告期内，公司股本明细如下所示：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
实收资本（或股本）	34,810.00	34,810.00	34,810.00	21,861.98
其中：期初股本	34,810.00	34,810.00	21,861.98	15,615.70
本期发行新股或公积金转股	-	-	-	6,246.28
未分配利润转增股本	-	-	12,948.02	-

2016年5月，公司以当时总股本15,615.70万股为基数，以资本公积金向全体股东每10股转增4股，此次分红实施后公司注册资本变更为21,861.98万元。2017年3月，公司2016年年度权益分派以公司原21,861.98万股为基数，向全体股东每10股送红股5.922620股，此次权益分派方案实施后公司注册资本变更为34,810.00万元。

2、资本公积变动情况

报告期内，公司资本公积明细如下所示：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
资本公积	1,216.93	1,216.93	1,216.93	1,216.93
其中：股本溢价	197.88	197.88	197.88	197.88
其他资本公积	1,019.05	1,019.05	1,019.05	1,019.05

根据2015年度股东大会及修改后章程，2016年6月公司以截至2015年12月31日总股本15,615.70万股为基数，以资本公积向全体股东按每10股转增4

股，共计转增 6,246.28 万股，转增后注册资本增加至 21,861.98 万股，相应减少资本公积（股本溢价）6,246.28 万元，减至 1,216.93 万元。

除上述情形外，报告期内公司资本公积未发生其他变动。

3、盈余公积变动情况

报告期内，公司盈余公积明细如下所示：

单位：万元

项 目	法定盈余公积	任意盈余公积	金 额
2016.01.01	7,872,233	1,217,290	9,089,523
本期增加	10,474,180	--	10,474,180
本期减少	--	--	--
2016.12.31	18,346,413	1,217,290	19,563,703
本期增加	14,284,062	--	14,284,062
本期减少	--	--	--
2017.12.31	32,630,475	1,217,290	33,847,765
本期增加	13,747,388	--	13,747,388
本期减少	--	--	--
2018.12.31	46,377,863	1,217,290	47,595,153
期初调整	6,825	--	6,825
2019.01.01	46,384,688	1,217,290	47,601,978
本期增加	--	--	--
本期减少	--	--	--
2019.06.30	46,384,688	1,217,290	47,601,978

2016 年、2017 年和 2018 年公司法定盈余公积变动系计提增加所致，2019 年年初调整是执行新金融工具准则信用减值损失对盈余公积的影响金额。报告期各期末，公司任意盈余公积未发生变化，该等任意盈余公积项主要系 2001 年至 2004 年北京市中关村科技园对高新技术企业减免的企业所得税形成。

十四、现金流量和资本性支出分析

报告期内公司现金流量情况如下所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
----	--------------	---------	---------	---------

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
经营活动产生的现金流量净额	19,601.34	16,921.49	17,054.42	17,855.41
投资活动产生的现金流量净额	584.11	1,880.70	-19,279.47	-13,915.73
筹资活动产生的现金流量净额	-100.04	-	-16.80	-
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	20,085.41	18,802.19	-2,241.86	3,939.67
加：期初现金及现金等价物余额	69,267.66	50,465.47	52,707.32	48,767.65
期末现金及现金等价物余额	89,353.07	69,267.66	50,465.47	52,707.32

（一）经营活动产生的现金流量分析

1、经营活动现金流量构成及变动趋势分析

报告期内公司经营活动产生的现金流量明细如下所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
销售商品、提供劳务收到的现金	47,537.25	59,914.64	71,029.38	65,405.19
收到的税费返还	30.14	647.49	725.94	316.02
收到其他与经营活动有关的现金	475.62	1,119.24	604.33	142.99
经营活动现金流入小计	48,043.01	61,681.36	72,359.65	65,864.19
购买商品、接受劳务支付的现金	2,229.96	4,291.47	3,845.67	3,142.42
支付给职工以及为职工支付的现金	10,498.62	21,498.69	23,109.36	19,521.43
支付的各项税费	1,764.54	4,353.17	6,646.89	7,848.45
支付其他与经营活动有关的现金	13,948.56	14,616.54	21,703.31	17,496.49
经营活动现金流出小计	28,441.67	44,759.87	55,305.23	48,008.79
经营活动产生的现金流量净额	19,601.34	16,921.49	17,054.42	17,855.41

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为17,855.41万元、17,054.42万元、16,921.49万元和19,601.34万元，报告期内均为正值。

（1）经营活动现金流入情况

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为65,405.19万元、71,029.38万元、59,914.64万元和47,537.25万元，

占公司各期经营活动现金流入金额的比例均在 90% 以上,是公司经营活动现金流入的主要构成。

公司收到的税费返还主要包括增值税即征即退返还款和预缴的企业所得税退税款。2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月,公司收到的税费返还金额分别为 316.02 万元、725.94 万元、647.49 万元和 30.14 万元,2016 年税费返还金额较小主要系天一星辰当期收入减少,所需返还的增值税即征即退款也相应减少所致。

公司收到的其他与经营活动有关的现金主要包括利息收入、往来款收款、与收益相关的政府补助等。2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月,公司收到的其他与经营活动有关的现金分别为 142.99 万元、604.33 万元、1,119.24 万元和 475.62 万元,具体明细如下:

单位:万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
利息收入	384.39	244.31	65.27	97.30
往来款收款	-	251.00	0.94	15.00
押金保证金	63.10	33.02	174.95	--
个人所得税返还	-	40.24	5.34	5.85
生育津贴	27.63	22.88	57.71	24.84
政府补助	0.50	527.78	300.00	--
票据贴现收款	-			
其他利得	-	-	0.10	-
合计	475.62	1,119.24	604.33	142.99

(2) 经营活动现金流出情况

由于金融信息服务属于轻资产行业,因此公司的经营活动现金流出中购买商品、接受劳务支付的现金所占比例较低,而支付给职工以及为职工支付的现金占比较高。2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月,公司购买商品、接受劳务支付的现金占同期经营活动现金流出总额的比例均不足 10%,而支付给职工以及为职工支付的现金占比则分别达到 40.66%、41.79%、48.03%和 36.91%。

公司支付的各项税费主要为增值税、城建税、教育费附加、地方教育费附加、企业所得税等。2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月分别为 7,848.45 万元、

6,646.89 万元、4,353.17 万元和 1,764.54 万元，各年差异较大的原因主要系支付的各项税费金额与当年销售额高低、应纳税所得额等的关系影响。2017 年度公司营业收入和营业利润同比均有所增长，但支付的税费较 2016 年下降 15.31%，主要系公司 2017 年利用以前期间的 805.00 万元税务亏损抵扣了部分所得税所致。2018 年公司支付的各项税费同比有所下降，主要系当期营业收入和营业利润同比下降所致。

公司支付其他与经营活动有关的现金主要为费用支付和往来款支付，2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月分别为 17,496.49 万元、21,703.31 万元、14,616.54 万元和 13,948.56 万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
费用支付	9,528.38	13,518.03	19,185.95	14,264.94
往来款支付	4,350.79	980.11	1,898.63	3,095.69
支付押金保证金	54.30	90.36	50.23	35.60
保险经纪业务保证金及利息	0.12	1.79	501.05	100.26
支付生育津贴	14.97	26.25	67.45	-
合计	13,948.56	14,616.54	21,703.31	17,496.49

注：2016 年公司经营活动现金流出中“支付生育津贴”为 0，系当期按照发生净额予以确认，而 2017 年起改为按现金流入、流出分别确认所致。

上表中，公司的费用支付主要为网络推广服务费、广告宣传费、研发费用等销售和管理费用支出。往来款支付则主要为积分消费、预付人力公司劳务款、预付房租及物业费等款项支付，相关明细情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
积分消费	3,662.17	587.15	1,765.50	1,514.35
预付房租	78.96	57.44	55.14	603.75
预付委外研发费用	360.81			
跨期支付残疾人保证金		194.78		
预付首邦人力劳务款		-	-	433.39
暂付款	13.00	0.41	1.00	-
备用金	0.22	4.13	1.92	14.20
天一精选基金行政服务		0.62	0.65	-

费				
预付物业费	104.02	26.01	26.01	-
预付采暖费		23.47	24.87	-
预付供冷费	43.21	-	-	-
预付广告费	69.71	38.36	13.37	-
代缴社保		-	0.61	-
预付车位管理费		7.53	-	-
支付期初计提费用	18.68	40.21	9.56	530
合计	4,350.79	980.11	1,898.63	3,095.69

2、经营活动现金流量与营业收入、净利润的比较分析

报告期内，公司营业收入、净利润与经营活动现金流量对比情况如下所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
经营活动现金流入小计	48,043.01	61,681.36	72,359.65	65,864.19
经营活动现金流出小计	28,441.67	44,759.87	55,305.23	48,008.79
经营活动产生的现金流量净额	19,601.34	16,921.49	17,054.42	17,855.41
营业收入	36,396.91	57,769.57	66,909.87	57,126.53
净利润	9,735.16	12,695.94	15,344.62	14,357.65
经营活动现金流入/营业收入	1.32	1.07	1.08	1.15
经营活动产生的现金流量净额/净利润	2.01	1.33	1.11	1.24

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司经营活动现金流入分别是营业收入的1.15倍、1.08倍、1.07倍和1.32倍，该倍数既体现了公司销售收入变现能力较强、应收账款回收情况良好的经营状态，也反映了公司提供服务前先行收取软件产品费用和后续运行服务费的销售模式。在该销售模式下，后续运行服务费用是在合同服务期限内分期确认收入。因此在公司的高速成长期，公司总体上的经营活动现金流入要大于相应的营业收入。

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司经营活动产生的现金流量净额分别是净利润的1.24倍、1.11倍、1.33倍和2.01倍，该变化趋势反映了公司报告期内业务快速发展的经营结果。2019年1-6月公司经营活动产生的现金流量净额/净利润指标为2.00倍，主要系公司于2019年上半年进行财富掌门系列高端产品的集中销售活动，使得经营活动现金净额规模显著上升所致。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异分析如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
净利润	9,735.16	12,695.94	15,339.28	14,351.80
加：信用减值损失	31.33	-	-	-
资产减值准备	-	3.01	77.62	4.46
固定资产折旧	818.32	1,660.97	648.47	453.98
无形资产摊销	114.24	248.48	239.85	86.95
长期待摊费用摊销	72.42	129.73	370.22	281.62
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-	6.01	26.42	-434.90
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	2.75	-	-	-
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-1.50	0.61
财务费用（收益以“-”号填列）	100.04	-1.84	-5.54	8.43
投资损失（收益以“-”号填列）	-724.57	-2,096.64	-1,789.19	-1,850.37
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	814.69	976.22	-340.55	-1,059.25
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-	-	-	-22.13
存货的减少（增加以“-”号填列）	5.08	-1.52	-49.95	-
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-2,784.66	848.65	-202.54	-1,284.21
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	11,416.53	2,452.51	2,741.83	7,318.41
经营活动产生的现金流量净额	19,601.34	16,921.49	17,054.42	17,855.41

（二）投资活动产生的现金流量分析

报告期内公司投资活动产生的现金流量明细如下所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
收回投资收到的现金	150,379.57	295,319.24	397,667.38	255,847.86
取得投资收益收到的现金	-	-	14.85	2.75
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	4.40	2.06	1,674.60
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	150,379.57	295,323.64	397,684.29	257,525.22
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	80.77	1,093.41	20,973.72	957.77
投资支付的现金	149,655.00	292,325.00	395,799.71	253,828.40
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	11.69	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	48.00	24.53	190.34	16,654.79
投资活动现金流出小计	149,795.46	293,442.94	416,963.76	271,440.95
投资活动产生的现金流量净额	584.11	1,880.70	-19,279.47	-13,915.73

报告期内，公司投资活动产生的现金流入以收回投资收到的现金为主，包括收回购买的银行理财产品本金及收益款、出售可供出售金融资产收回的投资款。公司投资活动现金流出以投资支付的现金为主，包括购买银行理财产品支付的本金款、购买可供出售金融资产支付的投资款等。此外，公司还会投入部分资金用来购置机房设备、办公设备等资产以满足公司经营和发展的需要，形成一定的投资活动现金流出。

2016年公司投资活动产生的现金流量净额为-13,915.73万元，主要系公司为购买办公房产支付了大额预付购房款及购房保证金所致。2017年度公司投资活动产生的现金流量净额为-19,279.47万元，主要原因为公司当期购买了办公房产，导致购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金增长较多。2018年公司投资活动产生的现金流量净额为1,880.70万元，主要系当期收回购买的银行理财产品本金及收益款金额大于购买银行理财产品支付的本金款，同时未发生大额

投资支出所致。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

报告期内公司筹资活动产生的现金流量明细如下所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	2,899.96	-	70.00	-
筹资活动现金流入小计	2,899.96	-	70.00	-
支付其他与筹资活动有关的现金	3,000.00	-	86.80	-
筹资活动现金流出小计	3,000.00	-	86.80	-
筹资活动产生的现金流量净额	-100.04	-	-16.80	-

2016年和2018年公司没有筹资活动产生的现金流。2017年，公司筹资活动现金流入70.00万元，全部系处置子公司部分股权收到的价款，筹资活动现金流出86.80万元，全部为赎回天一精选基金其他份额持有人所持份额所支付的价款。2019年1-6月，筹资活动现金流量净额为-100.04万元，系公司合并范围内支付的3,000万元票据保证金和收到的2,899.96万元票据贴现款之差，即承兑贴现利息支出。

（四）未来重大资本性支出

发行人属于金融信息服务行业，资产构成方面属于“轻资产”类型，对房屋、土地使用权等的依赖程度较低。截至本招股意向书签署日，公司可预见的重大资本性支出主要为本次发行募集资金计划投资的项目，详见本招股意向书“第十节募集资金运用”。

十五、本次发行对每股收益的影响及相关填补回报措施和承诺

（一）本次发行对即期回报的影响

公司本次拟公开发行股份不超过56,900,000股，发行后总股本不超过

404,999,999 股。本次发行完成后，公司的股本规模较发行前将有较大幅度增长。但公司本次募集资金投资项目需要一定的实施周期，募集资金产生经济效益需要一定的时间，公司利润实现和股东回报仍主要依赖于现有业务。因此，公司存在由于股本规模大幅度增长，而相应收益短期内无法同步增长，导致每股收益等即期回报被摊薄的风险。

1、财务指标计算的主要假设前提

(1) 假设本次发行于 2019 年 12 月 31 日前实施完毕；

(2) 假设本次发行股份数量为 56,900,000 股，发行完成后公司总股本将增至不超过 404,999,999 股；

(3) 以致同所出具的“致同审字（2019）第 110ZA9130 号”《审计报告》中数据为准，假设公司 2019 年全年实现的归属于母公司所有者的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润与 2018 年度相比有以下两种情形：

单位：万元

序号	假设情形	项目	2019 年度（假设）	2018 年度
1	与 2018 年财务数据相比持平	归属于母公司所有者的净利润	12,786.52	12,786.52
		扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	11,021.06	11,021.06
2	与 2018 年财务数据相比增长 10%	归属于母公司所有者的净利润	14,076.72	12,786.52
		扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	12,123.17	11,021.06
3	与 2018 年财务数据相比减少 10%	归属于母公司所有者的净利润	11,517.32	12,786.52
		扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	9,918.95	11,021.06

注：2017 年、2018 年公司归属于母公司所有者的净利润同比增长率分别为 7.02%、-17.41%。

(4) 假设宏观经济环境、行业政策等方面未发生重大不利变化；

(5) 未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营成果的影响；

上述公开发行的股份数量和发行完成时间仅为假设，最终以经中国证监会核准发行的股份数量和实际发行完成时间为准。同时，公司对前述数据的假设分析并非公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任，财务数据最终以会计师事务所审计的金额为准。

2、对公司主要财务指标的影响

根据以上假设，公司测算了本次公开发行股票对股东即期回报的影响，具体如下所示：

项目	2019.12.31/2019 年度		2018.12.31/ 2018 年度
	发行前	发行后	
总股本（万股）	34,810.00	40,500.00	34,810.00
情形 1：公司 2019 年度归属于母公司所有者的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润与 2018 年度财务数据持平。			
归属于母公司所有者的净利润（万元）	12,786.52	12,786.52	12,786.52
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润（万元）	11,021.06	11,021.06	11,021.06
基本每股收益（元）	0.37	0.32	0.37
稀释每股收益（元）	0.37	0.32	0.37
情形 2：公司 2019 年度归属于母公司所有者的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润较 2018 年度财务数据增长 10%。			
归属于母公司所有者的净利润	14,076.72	14,076.72	12,786.52
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	12,123.17	12,123.17	11,021.06
基本每股收益（元）	0.41	0.35	0.37
稀释每股收益（元）	0.41	0.35	0.37
情形 3：公司 2019 年度归属于母公司所有者的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润较 2018 年度财务数据减少 10%。			
归属于母公司所有者的净利润	11,517.32	11,517.32	12,786.52
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	9,918.95	9,918.95	11,021.06
基本每股收益（元）	0.33	0.28	0.37
稀释每股收益（元）	0.33	0.28	0.37

由上表可以看出，本次发行完成后，公司股本将大幅增长，但由于募集资金使用至产生效益需要一定时间，在项目全部建成后才能逐步达到预期的收益水平，公司营业收入和净利润能否实现同步增长存在不确定性。因此当公司业绩与 2018 年持平、较 2018 年增长 10% 或者较 2018 年减少 10% 时，发行当年每股收益存在下降的可能，即期回报存在摊薄的风险。

（二）本次融资的必要性和合理性

本次募集资金投资项目主要围绕公司主营业务进行，用于优化升级现有 PC

端产品线，大力发展移动端产品，并建设各类研发中心和服务性平台以提升公司的技术和服务水平，目的是保持并提升公司在行业中的竞争地位，从而进一步提高公司的盈利能力。具体而言，本次融资的必要性和合理性如下：

1、公司所属行业属国家支持的朝阳行业

信息服务业是国家大力倡导发展的战略性新兴产业，美国等发达国家的发展经验和我国的市场实践表明软件和信息信息技术服务业和金融业在我国有着较大的发展空间，我国政府对这两类行业采取的是大力支持和积极引导的态度。而公司所属的金融信息服务业正是上述两类国家积极支持和引导行业的综合行业，同时公司拟建设的大数据营销及研发中心也与我国政府持续支持的大数据产业有关。

《国务院关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》（国发〔2010〕32号）提出要大力发展信息服务等高技术服务业；工信部印发了《大数据产业发展规划（2016—2020年）》，支持大数据技术产品创新发展、着力提升大数据技术的行业应用能力。

凭借公司十余年的专注经营，截至2019年6月末公司PC端产品拥有约86.48万累计付费用户，在国家产业政策支持下，未来公司将继续紧抓市场机遇，充分利用本次募集资金使用项目进一步提升公司的核心竞争力与盈利水平。

2、本次募投相关项目对公司自身发展具有重要意义

公司所属行业为技术密集型产业，产品、功能的更新迭代速度是以周甚至以日计量，公司需要时时关注用户需求并设计、开发、上线能够满足用户需求的产品和服务。基于这样的认识，公司在十余年的经营历程中十分重视自身产品和服务质量，赢得了广大用户的高度肯定。如今公司所属行业的这种高速迭代特性在互联网和大数据技术的冲击下有着越发强化的趋势。

公司面对这样的行业发展趋势和激烈的行业内竞争，单纯依靠自身积累来逐步提高技术产品开发投入和服务提升投入已略显掣肘。因此，公司需要通过此次发行募集资金并投入相关项目，以达到顺应行业发展趋势、提升公司产品服务质量、增强公司核心竞争力的目的。

在金融信息服务领域，公司将升级自身PC端产品和服务并跟进开发移动端产品，同时拟通过建立研发中心及客户服务中心搭建关键业务支持平台以实现技

术、产品开发规范化、标准化和流程化的目标并有效提升客户售后运维服务质量水平；在大数据领域，公司拟通过大数据营销及研究中心项目进一步推动自身营销模式向精准营销转变，带动自身向精准化高服务质量方向发展，将大数据技术的产业应用落到实处。以上项目的落实将有效夯实公司核心竞争力，进一步提升公司的市场份额和盈利水平。

3、为公司未来快速发展提升经营条件

随着公司的高速发展和相关项目的落实推进，公司无论是人员数目还是开发场地需求都将不断增加，经营面积也需要进一步拓展。为了实现公司的发展目标，公司有必要为未来的快速发展适当提升自身的经营条件。

4、优化资本结构、提升公司形象，进一步完善法人治理结构

通过本次发行，公司将提升资本实力，改善资本结构，扩大业务规模，提高公司的抗风险能力和持续经营能力。鉴于公司客户群体对股市有着较高关注度，因此本次发行对于提高公司知名度大有裨益，同时也能树立本公司良好的社会形象。本次发行完成后，公司将进一步完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律法规和公司章程的规定行使职权，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，为公司发展提供制度保障。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司作为最早一批涉足金融信息服务业的企业之一，自设立以来专注于主营业务经营，并开发出了一系列具有自主知识产权的产品和服务，以筹码分布为代表的诸多公司自主研发技术或功能甚至能够成为行业标杆。公司本次募集资金投资项目分别为PC金融终端系列产品升级优化项目、移动端金融产品项目、华南研发中心及客户服务中心建设项目和大数据营销及研究中心项目。

PC端产品升级优化项目拟在现有产品线基础之上进一步提升产品功能、提高服务水平、加强市场推广和品牌建设，以期提升产品市场份额。移动端产品项

目拟通过在现有移动端产品基础上升级优化,来达到满足用户移动场景应用和与PC端产品形成有机配合的目的,最终目标是提升用户黏性。华南研发中心及客户服务中心项目拟通过建立研发中心及客户服务中心搭建关键业务支持平台以实现技术、产品开发规范化、标准化和流程化的目标以及提升客户售后运维服务质量水平。大数据营销及研究中心项目建设目的是为公司各类新产品在重点和精准推广中提供有力支撑,并且在公司内形成统一、完善的大数据营销产品研究及解决方案,以优化产品结构,应对市场变化,实现更佳的经济效益。

上述募集资金投资项目均围绕公司主营业务开展,与公司的生产经营、技术水平及管理能力相适应。

2、公司人力储备情况

公司拥有一支稳定的研发团队和一套高效、科学的软件开发方法和质量管理体系,公司研发团队具备丰富的研发经验以及较强的产品开发和技术支持能力,并在证券研究技术、电子商务技术和多媒体网络技术等方面拥有多项自主技术。移动端金融产品团队方面,目前团队规模已达20多人,且均为具有3年相关工作经验的专业人员。

公司管理团队成员专注于金融信息服务行业十几年,具有丰富的管理经验和强烈的责任心,能敏锐感知客户和市场的变化并迅速做出反应。

在公司多年的发展过程中,公司的高级管理人员和核心技术人员基本保持稳定。公司通过内部培养和外部引进两个渠道不断扩充和提升管理层队伍,并逐渐形成了一套适应公司具体情况的人才选拔培养机制。

公司募集资金投资项目运行所需的人员主要为内部培养和外部招聘。

3、公司技术储备情况

技术储备方面,公司的核心技术主要表现在证券研究技术、电子商务技术和多媒体网络技术等方面,且均为公司自主技术。这些技术主要运用于互联网意向用户搜索、用户行为大数据分析、终端用户服务体系(用户登录流程)、行情信息传输安全机制、信息存盘后的安全机制、关键代码动态获取机制、客户互联网多媒体信息服务。公司内部建立了过程严密、分工明确的产品设计、开发、测试、运维流程,能够快速、高效地响应用户的新需求,推动公司服务质量的提升。另

外，公司在机型适配差异性方面经验较多，后台技术可以通用。

4、公司市场储备情况

公司在广大投资者当中具有广泛的社会知名度及认可度，并形成了强大的品牌优势，同时通过与网络、媒体合作，公司品牌影响力和知名度得到了进一步提升。截至 2019 年 6 月末，公司产品累计付费用户约 86.48 万人。公司付费用户群体具有较高的粘性，产品每天平均在线用户峰值超过 15 万，软件和网页后台系统每日访问量可达上亿次，为超过 400 万的投资者提供了实时行情数据和资讯服务。

公司于 2013 年全面实行直营销售模式，加大直营部门建设，直营的规模和人数稳步增长。同时公司通过不断完善包括人员引进、员工培训、产品销售、售后服务等方面的制度建设，规范直营部门的发展。在金融数据和资讯来源上，公司与包括上证信息公司、深证信息公司及巨潮资讯网等在内的诸多金融信息提供机构建立了长期、稳定的合作关系。在宣传和渠道上，公司不仅与各大知名互联网媒体有着多年的深入合作经验，同时也在积极寻求外部渠道合作。

（四）公司填补被摊薄即期回报的具体措施

1、公司面临的主要风险及改进措施

金融信息服务业具有广阔的发展前景，然而现阶段市场竞争也较为激烈。公司客户群体具有相对分散的特征，并且其投资情绪受市场整体行情影响。同时公司作为技术密集型企业，自身拥有的大量原创技术和源代码需要进行有效的保护。综合上述情况，公司目前面临的主要风险包括：经营业绩大幅波动的风险、现有业务受行业监管政策变动影响的风险、金融产品创新带来的法律监管风险、技术及产品创新滞后的风险、专业技术人员流失的风险、市场竞争加剧的风险、客户开发及管理风险、互联网系统及数据安全风险、规模扩大引致的管理风险、税收优惠及财政政策变动的风险、经营业绩全年分布不均衡的风险、募集资金投资项目无法达到预期收益的风险、公司购置房产引致折旧大幅增加风险、未决诉讼可能引致的经济利益流出的风险、净资产收益率和每股收益摊薄风险、知识产权风险、成长性风险和股价波动的风险等。

针对上述主要风险，公司在继续提升自身产品和服务，凸显自身客户基数较

大、黏度较高的固有优势同时，将积极完善产品线，着力开发免费用户以进一步提升用户基数、提高公司市场知名度和占有率。同时，公司将进一步加强和完善内部治理规范，采取有效措施保护自身核心技术。最后，通过本次募集资金投资项目，公司将积极高效推进目标项目的落实，努力完成预期投资收益目标。

2、公司提高日常运营效率，降低公司运营成本，提升公司经营业绩的具体措施

(1) 公司将进一步完善内部控制，持续优化业务流程，提升研发、采购、销售、管理各环节的管理水平，提高公司的整体管理运营水平及效率。

(2) 本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募集资金投资项目建设，提高经营效率和管理能力，争取早日实现项目预期效益，推动公司盈利能力持续提升，提高未来年度股东回报，降低本次发行导致的即期回报摊薄的风险。

(3) 加强募集资金管理，提高募集资金使用效率。为规范公司募集资金管理，提高募集资金使用效率，根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司监管指引第 2 号—公司募集资金管理和使用的监管要求》、《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、规范性文件及公司章程的有关规定，公司修订完善了《募集资金管理制度》。该制度对募集资金存储、使用、变更、监督和责任追究等内容进行明确规定。本次发行上市后，公司将根据相关法规和公司《募集资金管理制度》的要求，将募资金存放于专项账户中，严格管理募集资金使用途径，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

(4) 持续完善公司治理，为公司发展提供制度保障。公司已建立、健全了规范的法人治理结构，有完善的股东大会、董事会、监事会和管理层的独立运行机制，设置了与公司生产经营相适应的、能充分独立运行的、高效精干的组织职能机构，并制定了相应的岗位职责，各职能部门之间职责明确，相互制约。公司将不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利；确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、迅速和谨慎的决策；确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益；确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督

权和检查权，为公司发展提供制度保障。

(5) 完善公司利润分配政策，保护投资者权益为进一步规范公司分红行为，推动公司建立科学、持续、稳定的分红机制，保护中小投资者合法权益，公司根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）、《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号）等相关法律法规和规范性文件要求，结合公司实际情况，对《公司章程》中有关利润分配政策的相关条款进行了修订，进一步明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了利润分配的决策程序和机制。同时，公司将制定未来三年股东回报规划（2019-2021年），建立了健全有效的股东回报机制。公司将严格执行《公司章程》等相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

（五）公司控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员就填补被摊薄即期回报做出的相关承诺

1、公司的控股股东、实际控制人承诺

- (1) 不越权干预公司的经营管理活动，不侵占利公司的利益。
- (2) 若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，同意按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本公司/本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

2、公司全体董事和高级管理人员关于切实履行公司填补回报措施的承诺

- (1) 承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。
- (2) 承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。
- (3) 承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。
- (4) 承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。
- (5) 如公司未来实施股权激励方案，承诺未来股权激励方案的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

十六、报告期内实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策

（一）报告期内实际股利分配情况

1、报告期内利润分配政策

根据相关法律及公司现行的《公司章程》，公司利润分配顺序如下：

（1）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 50% 以上的，可不再提取。

公司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。

（2）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。

（3）公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配股利。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司的利润分配政策为：

（1）同股同利的股利政策，股东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；

（2）兼顾公司发展的合理资金需求、实现公司价值提升的同时，实施积极的利润分配方案，保证利润分配政策的连续性和稳定性，给予投资者合理的投资回报；

（3）公司可以采取现金或者股票方式分配股利；

（4）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现

金红利，以偿还其占用的资金

2、报告期内实际利润分配情况

公司于 2016 年 3 月 29 日召开的第十一届董事会第二次会议审议通过了《2015 年利润分配及资本公积转增股本的议案》，拟以经致同所审计的截至 2015 年 12 月 31 日总股本 15,615.70 万股为基数，以资本公积向全体股东每 10 股转增 4 股，共计转增 6,246.28 万股。2016 年 4 月 20 日，公司 2015 年年度股东大会审议通过了该等转增事项。经发行人向中登公司北京分公司申请，本次新增股份于 2016 年 6 月 7 日起在全国股转系统挂牌并公开转让。2016 年 6 月 17 日，公司完成了此次增资的验资及工商变更登记事宜。

公司于 2017 年 2 月 14 日召开的第十一届董事会第十二次会议审议通过了《2016 年利润分配方案》，拟以经致同所审计的截至 2016 年 12 月 31 日总股本 21,861.98 万股为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股送 5.92262 股，共派送红股 12,948.02 万股。2017 年 3 月 8 日，公司 2016 年年度股东大会审议通过了该等送股事项。经发行人向中登公司北京分公司申请，本次新增股份于 2017 年 3 月 24 日起在全国股转系统挂牌并公开转让。2017 年 3 月 28 日，公司完成了此次增资的验资事宜及相关工商变更登记等事项。

除以上利润分配，公司报告期内无其他利润分配事项。

（二）本次发行完成前滚存利润的分配政策

经公司于 2017 年 4 月 27 日召开的 2017 年第三次临时股东大会审议通过，若公司首次公开发行股票并在创业板上市的方案经中国证监会核准并得以实施，则除进行年度利润分配外，首次公开发行股票前滚存的可供股东分配的未分配利润在公司首次公开发行股票并在创业板上市后由公司新老股东按照持股比例共享。

（三）本次发行后的股利分配政策

本次发行后的股利分配政策详见本招股意向书“重大事项提示”之“二、公司发行上市后股利分配政策和股东分红回报规划”内容。

第十节 募集资金运用

一、本次募集资金运用方案

(一) 本次新股发行募集资金计划

2016年5月12日，公司召开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并在创业板上市的议案》。2017年4月27日，公司召开2017年第三次临时股东大会审议通过了《关于公司首次公开发行股票并在创业板上市的议案》并对本次发行方案进行了相关调整，公司本次拟公开发行不超过56,900,000股人民币普通股（A股）股票，募集资金总额将根据发行时的市场状况及询价情况确定。本次发行新股的实际募集资金扣除发行费用后，将全部用于现有产品的升级改造、新产品开发建设以及整体客户服务体系的优化提升等项目。

(二) 募集资金投资项目概况

公司本次发行新股募集资金的投资项目已经公司第十一届董事会第十三次会议、2017年第二次临时股东大会审议批准通过并进行调整确定，由公司董事会负责具体实施。本次新股发行成功后，公司计划使用全部募集资金（扣除发行费用后）投资于以下项目，募集资金投入的轻重缓急，将优先根据下列项目的顺序确定。

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资金额	募集资金投资金额
1	PC金融终端系列产品升级优化项目	30,022.19	13,493.65
2	移动端金融产品建设项目	8,392.86	3,772.21
3	华南研发中心及客户服务中心建设项目	18,081.22	8,126.71
4	大数据营销及研究中心项目	10,112.91	4,545.31
合计		66,609.18	29,937.88

若实际募集资金（扣除发行费用后）不能满足上述全部项目的投资需要，资金缺口将通过自筹资金予以解决。在募集资金到位前，公司将根据实际运营的需要，先行以自筹资金投入并实施上述项目，待募集资金到位后，按募集资金使用

管理的相关规定置换本次发行前已投入使用的自筹资金。

二、项目投资背景

（一）投资者对金融信息服务的需求日益增长

随着国民经济的增长、多层次资本市场建设的日益完善，我国证券市场近年来得到了长足的发展，投资者参与证券市场的意愿正在迅速增强，其投资能力也在不断提高。根据沪、深证券交易所统计，2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，A股累计成交金额分别为127.24万亿元、112.41万亿元、90.14万亿元和69.31万亿元，2016年至2018年间受A股市场持续低迷影响成交金额呈下降趋势，2019年上半年成交金额则同比大幅提升。随着证券市场的快速发展，金融创新产品逐渐增加、投资品种逐渐丰富，涉及上市公司经营数据、相关行业新闻动态等信息量越来越大，投资者对于信息获取的及时性、全面性要求也越来越高。同时，鉴于国内证券市场参与者以个人投资者为主，大多数投资者没有经过系统的学习，缺乏专业投资技术，对于金融数据的深度挖掘服务、付费金融信息服务的认同度和需求越来越高。

投资者对金融信息需求的不断增强，促使金融信息服务行业进入了快速发展阶段，包括发行人在内的金融信息服务提供企业亦逐步形成了较为成熟的多元化盈利模式。

（二）金融信息服务行业市场竞争日益激烈

随着技术创新、金融产品创新的速度不断加快，国内居民的投资理念日趋成熟，投资者对于付费金融信息的需求以及对金融数据深度挖掘的要求也逐渐提高。一些仅能实现简单的信息堆积功能的金融信息服务产品，或一些功能过于复杂的数据终端都逐渐被市场所淘汰。为深入挖掘客户资源，努力改善用户体验、增加用户黏性，从而提升自身的核心竞争力，国内金融信息服务企业均在不断增加资金、技术的投入，加强营销体系建设，提升研发及数据挖掘及存储能力，优化提升分析模型及研究实力。与此同时，越来越多的国际金融信息服务企业，陆续进入国内市场，也增加了该行业的市场竞争程度。

三、募集资金投资项目的具体情况

（一）PC 金融终端系列产品升级优化项目

1、募集资金用途概况

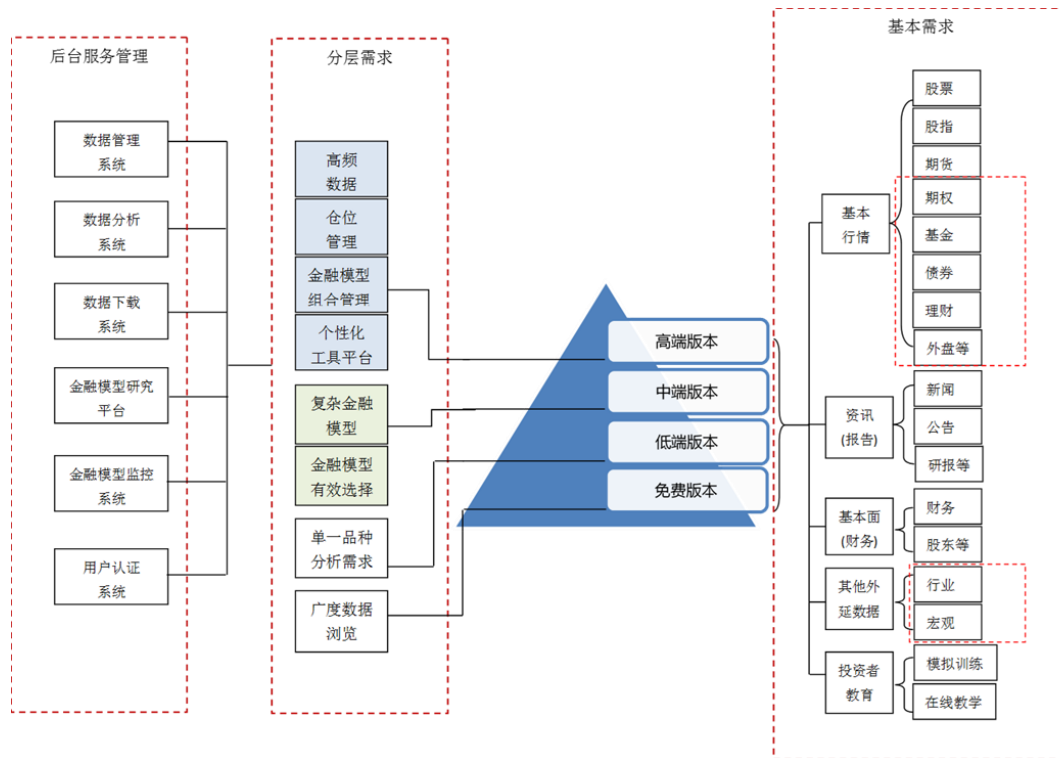
PC 金融终端产品包括“全赢博弈”系列共四个版本，是由实施行情提示、证券分析工具等模块组成的，面向中小投资者提供证券投资辅助决策功能的产品。公司在多年的经营过程中，数据处理能力、证券分析能力不断提升，技术研发、营销推广经验不断积累，具备了准确把握客户需求的能力。为了更好地满足对金融信息深度挖掘的需求，进一步提升用户体验，本次计划实施的 PC 金融终端系列产品升级优化项目，将对原有的 PC 金融终端产品进行系统性升级，包括对数据分析技术、投资分析模型、风险控制模型等产品功能的升级，对讲师团队、研发团队、基础设施等用户服务体系的升级，以及对 PC 端产品品牌建设、市场推广力度的提升。通过本项目的实施，“全赢博弈”系列产品将成为一款涵盖投资分析、投资决策、风险管理及互动交流等功能的产品，将从服务、创新等方面进一步巩固并增强公司的行业地位。

2、项目具体建设内容

本次 PC 金融终端系列产品升级优化项目的具体建设内容包括以下三个方面：

（1）PC 金融终端产品升级优化

公司现有的 PC 金融终端产品分为高中低及免费等版本，为用户提供不同类型的金融信息服务，产品的功能及相应的内容结构如下图所示：



在上述现有产品架构的基础上，公司计划对其中部分模块进行升级优化：

①针对现有数据模块进行升级，目的是打破传统金融终端产品仅能实现实时数据浏览、历史数据查询功能的现状。公司将通过对历史数据的筛选、分层，并通过数据背后的股东行为、高管行为、基金或私募交易等行为事件逻辑，建立起有勾稽关系的数据组合。通过这一模块的升级，帮助用户在浏览数据时可以直接浏览相勾稽的历史数据，并进行直观的投资行为分析。

②针对现有的金融模型，进行研发和拓展。PC 金融终端现有的金融模型模块，主要针对股票等证券产品，但是随着国内金融衍生品投资工具的不断完善，金融衍生品的价格发现功能越来越被投资者所接受，该类产品的数据、信息和交易记录的重要性也越来越高。本次 PC 金融终端产品升级中，公司将针对跨市场、跨品种的金融衍生品进行研究，并开发衍生品定价模型、交易趋势预测模型等多维度的金融模型。

③风险控制及管理模块升级。未来，公司将在 PC 金融终端产品中完善风险控制与管理模块，根据用户等级、用户的风险偏好情况，推出资金管理、品种管理、模型管理、仓位管理等多层面的风控建议，从而有效地辅助用户合理配置资产、合理控制投资风险。

④软件培训视频服务升级。公司将在现有软件培训视频服务模式的基础上，增加一对一服务功能，从而增强服务的互动性，并提升数据传输质量，保证讲师、客服与用户交流的通畅性。

此外，公司还将扩大对期货、期权、基金、债券、理财产品等多市场行情数据的采购，从而保证对数据模块、金融模型模块升级过程的内容支持；增加 UI 人员配备，从而保证在产品内容更加丰富的同时，用户体验质量可以相应提升。

(2) PC 金融终端用户服务体系升级优化

公司 PC 金融终端产品现有的用户服务体系包括四个层面，即数据应用、应用开发平台、存储计算平台及 IAAS（基础设施即服务），体系架构如下图所示：



本项目中，公司将从四个方面改善 PC 金融终端用户服务体系：

①提升服务人员的水平，包括提升产品研发人员能力、调动讲师的积极性、激发业务员团队的主观能动性，从而提高服务的水平。

②加强软件培训视频服务知识体系研究，全面优化讲师文章和视频的内容，加强知识设置研究和金融知识体系研究，提升视频服务的质量。

③优化用户行为分析系统，加强对客户行为轨迹的收集和整理，建立用户行为分析模型，提升大数据分析能力，为讲师和业务员提供全面和精细的用户需求指导。

④PC 金融终端运营基础设施升级扩容。为保证 PC 金融终端产品升级优化工作的顺利进行，公司将相应地投入资金，加强对研发、测试等基础设施的建设，从而满足各模块升级过程中对存储设备、网络设备及安全设备需求增加的要求。

(3) 品牌建设及市场推广

公司品牌建设及市场推广主要依靠广告传播、媒体合作、市场推广等渠道，紧扣“专业、创新、安全”的核心主题，提升“指南针”品牌的知名度和影响力，提升品牌的整体价值和附加值，让更多潜在消费者了解公司的 PC 金融终端产品，从而保证该项目预期收益的可实现性。

3、项目可行性分析

(1) 公司在 PC 端金融信息产品方面拥有丰富的研发经验

自设立以来，公司先后推出了辅助决策系统“季风版”、“无极版”等多款证券分析平台及“主力雷达”系列软件工具，并于 2009 年公司推出了“全赢决策系列”PC 端产品，获得了投资者的广泛认同和好评，逐渐成为公司的旗舰产品。经过多年的经营和发展，公司已在上述产品的基础上，进行了多次升级优化，在互联网意向用户搜索、用户行为大数据分析、终端用户服务体系、行情信息传输安全机制等功能方面积累了大量的设计和研发经验。本项目是对现有 PC 金融终端系列产品进行的升级优化，在上述经验、技术的支持下，通过对现有产品部分功能模块的升级和创建，可以顺利平稳地实现产品升级。

(2) 公司对客户需求把握准确并已拥有庞大的用户规模

公司自 2013 年起全面实行直营销售模式，加强了直营部门建设，通过互联网渠道积极挖掘潜在客户资源，总用户数增长显著。在产品销售过程中，公司积累了大量的营销经验，并通过客户服务及回访等渠道直接取得用户的反馈，了解市场需求，从而保证了用户体验、产品价值的提升。截至 2019 年 6 月末，公司产品累计付费用户约 86.48 万人，2019 年 1-6 公司产品的 ARPU 值已达到 3,494 元/人。本次对 PC 端产品进行升级优化的过程中，公司也会相应地投入资金进行品牌建设并扩大用户服务体系规模，同时针对客户需求全面优化讲师文章和视频的内容，并加强对业务团队的技术培训和营销指导工作。未来，不断增长的客户

资源以及对用户满意度的保障，将成为公司升级产品取得预期收益水平的基础。

4、项目与公司现有业务、核心技术之间的关系

本募集资金投资项目，是公司在对金融信息服务行业需求前景及未来竞争趋势进行分析后，结合现有核心技术与经营模式的具体情况制定的，是对公司现有主要产品技术水平及主营业务规模的提升。通过实施 PC 金融终端系列产品升级优化项目，可以提升现有的数据挖掘及分析效率，丰富证券研究技术，更好的满足用户对软件培训视频服务容量、质量不断增长的需求，并拓展营销推广范围、提高用户服务水平。通过以上各方面的完善，最终提高现有 PC 金融终端产品的竞争实力。

5、项目投资概算及时间周期情况

(1) 项目投资进度计划

本项目计划建设周期为三年，投资总额预计不超过 30,022.19 万元，其中第一年计划投资 13,683.67 万元，第二年计划投资 8,367.80 万元，第三年计划投资 7,970.72 万元，具体投资进度计划如下表所示：

单位：万元

项目名称	第一年	第二年	第三年	合计
1、办公场地租赁及装修费用	326.96	454.04	530.04	1,311.04
1.1 场地租赁费	192.96	347.04	455.04	995.04
1.2 办公场地装修费	134.00	107.00	75.00	316.00
2、设备及软件购置费用	5,398.11	535.64	84.75	6,018.50
2.1 日常运营环境硬件设备购置费用	3,156.00	400.00	-	3,556.00
2.2 日常运营环境软件购置费用	765.36	63.00	36.00	864.36
2.3 研发及测试环境硬件设备购置费用	610.40	-	-	610.40
2.4 研发及测试环境软件购置费用	746.60	-	-	746.60
2.5 办公设备购置费用	119.75	72.64	48.75	241.14
3、品牌建设及推广费用	2,250.00	2,300.00	2,450.00	7,000.00
3.1 广告	2,000.00	2,000.00	2,100.00	6,100.00
3.2 传播	50.00	60.00	70.00	180.00
3.3 推广	60.00	70.00	90.00	220.00
3.4 合作	80.00	90.00	100.00	270.00

项目名称	第一年	第二年	第三年	合计
3.5 事件营销	60.00	80.00	90.00	230.00
4、研发、测试及其他费用	2,728.60	3,200.12	3,520.13	9,448.85
4.1 产品设计费用	285.60	378.84	416.72	1,081.16
4.2 技术开发费用	252.00	369.60	406.56	1,028.16
4.3 产品测试费用	84.00	115.50	127.05	326.55
4.4 数据研究费用	84.00	110.88	121.97	316.85
4.5 数据购买费用	235.00	258.50	284.35	777.85
4.6 服务器托管及网络费用	1,536.00	1,689.60	1,858.56	5,084.16
4.7 软件培训视频研究费用	252.00	277.20	304.92	834.12
5、PC 用户服务体系人员费用	980.00	1,078.00	1,185.80	3,243.80
5.1 服务人员费用	980.00	1,078.00	1,185.80	3,243.80
6、铺底流动资金	2,000.00	800.00	200.00	3,000.00
合计	13,683.67	8,367.80	7,970.72	30,022.19

(2) 项目投资具体内容

①硬件投资

单位：台/套

设备名称	规格型号	数量
项目日常运营环境设备		
数据服务器	IBM X3650M5	80
服务器（正常配置）	IBM X3550M5	300
中心交换机	WS-C3850-48T-S	20
核心交换机	WS-C2960-48TC-L	10
防火墙	SRX 1400	10
F5 LTM	BIG-IP 4000S	20
F5 GTM	BIG-IP 2000	10
路由器	cisco 2911	40
项目研发及测试环境设备		
数据服务器	IBM X3650M5	30
服务器（正常配置）	IBM X3550M5	60
中心交换机	WS-C3850-48T-S	10
核心交换机	WS-C2960-48TC-L	5

设备名称	规格型号	数量
防火墙	SRX 1400	4
路由器	cisco 2911	20

②软件投资

单位：套

软件用途	软件型号	数量
项目日常运营环境软件		
服务器操作系统	Windows Server Datacenter	20
	SQL Server Standard Edition	20
	Windows Server Standard	400
开发工具	Microsoft Team Foundation Server	4
	MSDN 订阅 Professional	4
防火墙	Visual Studio Test Professional	10
PC 操作系统	windows 7	1,062
项目研发及测试环境软件		
服务器操作系统	Windows Server Datacenter	10
	SQL Server Standard Edition	10
	Windows Server Standard	190
开发工具	Visual Studio Professional	40
	FMS	20
	Microsoft Team Foundation Server	2
	MSDN 订阅 Professional	2
测试工具	Visual Studio Test Professional	5

③服务器托管及网络使用

项目	规格型号	数量
机柜	-	180
互联网出口	1G 互联网出口	12
专线	500M 点对点以太网专线	6

④人员投入

类型	研发人员数量		
	第一年	第二年	第三年

类型	研发人员数量		
	第一年	第二年	第三年
数据工程师	4	5	5
金融模型工程师	4	5	5
UE 设计师	3	3	3
UI 设计师	4	5	5
技术开发人员	6	8	8
产品测试人员	4	5	5
数据研究员	5	6	6
讲师（售前）	8	8	8
讲师（售后）	6	6	6
合计	44	51	51

6、项目经济效益测算

公司目前提供的金融信息服务主要通过 PC 金融终端产品开展，根据现有业务的盈利能力，并结合产品升级后客户转化率、用户续费率提升情况，预计本项目将于建设期第一年即开始实现收入，并且项目建设开始后五年内新增收入、成本、费用测算如下表所示：

单位：万元

项目	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年
主营业务收入	6,380.00	16,013.80	26,993.60	32,846.67	35,583.32
主营业务成本	3,878.62	4,493.68	4,879.15	5,259.60	5,678.09
期间费用	5,145.56	8,585.52	12,060.13	13,304.98	14,341.15
净利润	-3,001.46	2,182.37	7,261.28	10,576.28	11,535.70

根据上述测算，本项目税后内部收益率为 26.50%，税后财务净现值为 18,367.77 万元，税后投资回收期为 5.08 年，项目的获利能力较强。

（二）移动端金融产品建设项目

1、募集资金用途概况

随着无线互联网技术、通信网络技术不断革新，以及移动智能终端的广泛普及，手机等移动设备已经成为互联网的第一入口。由于移动互联网不受时间、地点限制的特性，可以满足人们的碎片化时间使用需求，以及对信息时效性的要求，

终端产品的移动化已成为金融信息服务行业发展的趋势之一。在此背景下，本项目立足公司现有的技术基础、数据信息、用户资源和市场地位，计划对移动端产品进行适应性开发以满足多数移动设备的使用需求，并对该产品的功能进行开发和升级，从而在移动端实现证券基础行情查询、信息推送、大容量移动视频服务、金融理财产品交易等功能。该项目实施完成后，公司的移动端产品将与 PC 金融终端产品形成互补，随时随地满足用户关于金融信息及数据的需求，增强用户体验，提升用户黏性。

2、项目具体建设内容

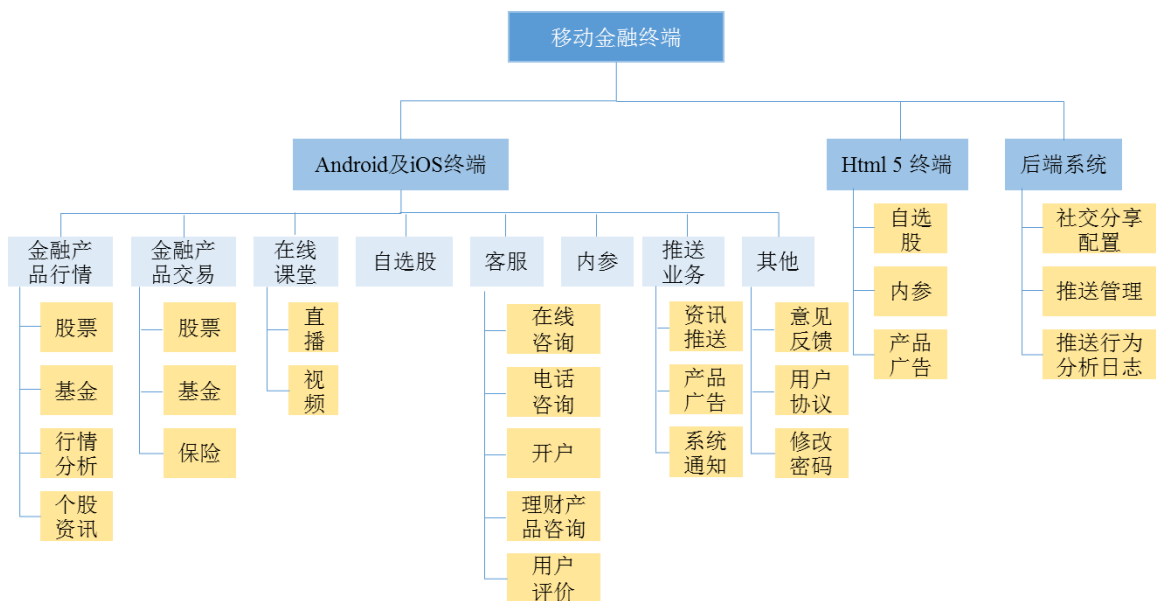
本次移动端金融产品建设项目的建设内容主要为技术开发、用户行为分析及产品推广，具体包括以下三个方面：

(1) 移动端产品适应性开发

通过适应性开发，公司的移动端产品将逐步适配最新 Android、iOS 及 Html 5 的操作系统，并可以支持市场主流的智能手机、平板电脑等移动终端设备。

(2) 移动端产品功能开发

本次项目实施完成后，公司将在移动端产品为用户提供证券基础行情查询、信息推送、大容量移动视频服务、金融理财产品交易等服务，该产品的具体功能架构如下图所示：



(3) 用户行为分析

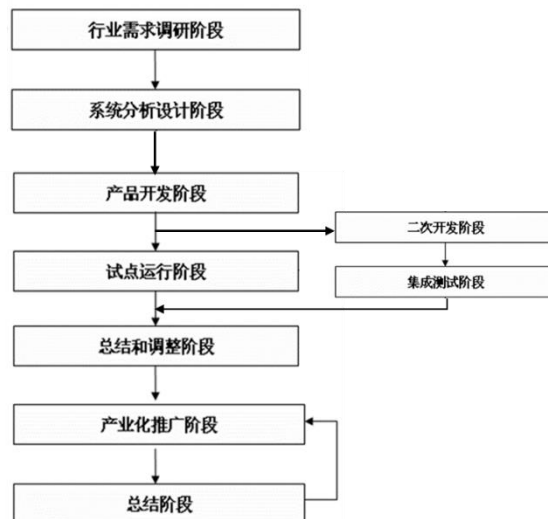
该项内容作为移动端金融产品建设项目的核心，可以帮助公司了解移动端用

户使用习惯及场景，进而为用户提供更加具有针对性的个性化服务，同时可以鼓励用户进行社交化分享，有利于产品的有效宣传与推广。

其中，用户使用习惯及场景分析工作，主要依靠客户端内置模块，对用户日志记录启动时间、退出时间、查看的资讯清单等用户行为习惯进行分析，该类分析过程不会采集用户的隐私数据，仅用于为后续优化软件流程和提升软件体验提供支持。

（4）产品推广

本次移动端产品适应性开发、产品功能开发工作初步完成后，公司将结合市场需求，进行产品推广与用户拓展，从而对产品进行进一步的优化、升级。具体的产品推广路线如下图所示：



3、项目可行性分析

（1）本项目具备广阔的市场发展前景

移动端产品市场的活跃程度受移动通讯技术发展水平、证券交易市场活跃程度的影响明显。

早期因移动通信网络数据服务能力有限、移动设备终端性能较差等因素影响，移动金融信息服务的普及程度较低。近年来，随着 4G 移动通信网络的推广及智能手机的普及，移动互联网正在深刻地影响着人们的生活。根据 CNNIC 于 2019 年 2 月 28 日发布的第 43 次《中国互联网发展状况统计报告》，截至 2018 年 12 月末，我国网民规模达 8.29 亿，较 2017 年底增加 5,653 万人，有 98.6% 的

网民通过手机上网。此外，随着国民经济的增长、多层次资本市场建设的日益完善，我国证券市场近年来得到了长足的发展，投资者参与证券市场的意愿正在迅速增强，其投资能力也在不断提高。

伴随着移动互联网应用的普及、居民参与证券市场意愿的提高，越来越多的投资者选择通过移动终端实时获取金融资讯、随时进行金融交易。根据赛迪顾问的统计数据，2016年、2017年、2018年中国移动端金融信息服务市场规模分别为7.60亿元、11.04亿元和16.01亿元，预计2019年市场规模可达到23.50亿元，近五年年均复合增长率达到80.70%。移动端产品市场需求的持续增长，将为本项目的顺利实施及后续的持续盈利提供有力保障。

(2) 公司具备项目实施所需的技术研发水平及市场开拓能力

公司在多年的发展过程中，在金融信息服务领域相关产品及解决方案的研发、销售和服务方面，积累了大量的研发及市场推广经验。一方面，公司始终重视自身研发能力和综合技术能力的培养，在证券研究技术、电子商务技术和多媒体网络技术等方面坚持自主研发。另一方面，公司通过长期的经营和培育，已拥有一支专业素养高、技术精湛的研发团队。

在本项目实施的过渡期间，公司可以将现有研发及调试设备、后台开发技术、软件培训视频服务应用等技术与移动端产品的研发相融合，从而保证项目的有序稳步开展。

(3) 品牌认知度将为移动终端产品的推广提供基础

公司一贯注重品牌建设，自成立至今不断通过产品的升级与创新、软件培训视频服务的完善和优化，增强客户体验、提升品牌价值，目前“指南针”品牌在金融信息服务行业已具备较高的知名度。就移动端产品而言，自2015年末推出至今，在未进行大规模推广的情况下已有较多累积注册用户，且用户注册规模仍呈不断增长趋势。良好的品牌认可度将为本项目的实施及移动端产品的顺利推广提供坚实的基础。

4、项目与公司现有业务、核心技术之间的关系

公司计划使用本次募集资金建设的移动端产品项目，是在现有PC金融终端产品、内容资源及客户资源的基础上进行的产品结构拓展。在移动互联网使用率、

基于移动互联流量入口的广告价值不断提升的背景下，将业务由 PC 端扩展至移动端，是所有金融信息服务企业完善现有产品体系的重要环节，也是满足客户对信息获取的时效性、便捷性要求的必要步骤。未来，这一项目顺利实施，既可以顺应行业的发展趋势，满足现有客户的需求，同时也是进行客户投资行为采集、分析，并推出金融产品交易等增值服务的基础。

5、项目投资概算及时间周期情况

(1) 项目投资进度计划

本项目计划建设周期为三年，投资总额预计不超过 8,392.86 万元，其中第一年计划投资 3,277.76 万元，第二年计划投资 2,880.18 万元，第三年计划投资 2,234.92 万元，具体投资进度计划如下表所示：

单位：万元

项目名称	第一年	第二年	第三年	合计
1、办公场地租赁及装修费用	73.20	47.52	52.27	172.99
1.1 场地租赁费	43.20	47.52	52.27	142.99
1.2 办公场地装修费	30.00	-	-	30.00
2、设备及软件购置费用	427.06	201.78	151.78	780.62
2.1 硬件设备	376.26	151.88	101.88	630.02
2.2 软件	50.80	49.90	49.90	150.60
3、前期建设和测试费	2,277.50	2,172.44	1,685.71	6,135.65
3.1 建设和测试期人员工资	517.50	832.44	1,075.71	2,425.65
3.2 研发费用	500.00	400.00	0.00	900.00
3.3 其他费用	1,260.00	940.00	610.00	2,810.00
3.3.1 营销推广费用	1,200.00	900.00	600.00	2,700.00
3.3.2 技术购买费用	40.00	20.00	-	60.00
3.3.3 培训费用	20.00	20.00	10.00	50.00
4、预备费	222.22	193.74	151.18	567.14
5、铺底流动资金	277.78	264.70	193.98	736.46
合计	3,277.76	2,880.18	2,234.92	8,392.86

(2) 项目投资具体内容

①硬件投资

单位：台/套

设备名称	规格型号	数量
数据服务器	IBM X3650M5	5
服务器（正常配置）	IBM X3550M5	26
中心交换机	WS-C3850-48T-S	4
核心交换机	WS-C2960-48TC-L	2
F5 LTM	BIG-IP 4000S	2
F5 GTM	BIG-IP 2000	2
路由器	cisco 2911	4

②软件投资

单位：套

软件用途	软件型号	数量
服务器操作系统	Windows Server Datacenter	3
	SQL Server Standard Edition	3
	Windows Server Standard	30
开发工具	Visual Studio Professional	3
	FMS	3
防火墙	Microsoft Team Foundation Server	3
其他	MSDN 订阅 Professional	3
	Visual Studio Test Professional	3
	windows 7	50

③服务器托管及网络使用

项目	规格型号	数量
机柜	-	4
互联网出口	1G 互联网出口	2
专线	500M 点对点以太网专线	3

④人员投入

类型	研发人员数量		
	第一年	第二年	第三年
开发工程师	12	18	21
UI 设计	2	3	4
测试	3	4	5

类型	研发人员数量		
	第一年	第二年	第三年
后端运营人员	3	5	6
推广人员	3	4	5
合计	23	34	41

6、项目经济效益测算

根据公司目前已开展的移动金融终端业务发展情况，以及同行业企业开展的类似经营业务特点，公司预计本项目实施后第一年移动端产品可带来新增付费用户 5 万人，由此带来的金融信息服务收入可达到 1,814.40 万元。项目实施后五年内，具体新增收入、成本、费用测算如下表所示：

单位：万元

项目	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年
主营业务收入	1,814.40	2,449.44	3,061.80	3,521.07	3,978.81
主营业务成本	543.69	859.68	1,097.55	1,179.19	1,417.51
期间费用	1,394.68	1,167.67	934.94	1,026.68	1,160.99
净利润	-225.58	242.19	729.18	950.32	1,000.87

根据上述测算，本项目税后内部收益率为 29.09%，税后财务净现值为 2,309.20 万元，税后投资回收期为 5.27 年，项目的获利能力较强。

（三）华南研发中心及客户服务中心建设项目

1、募集资金用途概述

近年来大数据和云计算等技术不断发展和广泛应用，有效促进了金融信息服务产品的开发，扩大了产品应用的范围，使得用户与金融信息、金融机构之间的互动具备认知和应用基础；新技术的深度创新与应用为金融信息服务产业带来商业模式的变革，同时也加速产品的更新换代；另一方面，在金融创新及投资品种逐渐丰富的背景下，投资者对金融信息服务需求意识也不断提升，服务质量将成为企业发展的重要核心，用户在产品属性认知不断深化的基础上更加注重个性化的服务方案与服务质量。公司本次计划建设华南研发中心及客户服务中心将在现有业务发展的基础上承担新技术应用支撑性研发、新产品专项性研发以及专业性客户服务等关键职能。具体而言：（1）发行人以该中心为平台将研发工作进行专

业性分工，一方面开展支撑性研发任务，主要为包含新技术标准及技术框架等的专项产品实施前期研究准备，另一方面针对公司新产品研发需求进行专项产业研发；（2）发行人建立客户服务中心为客户专门提供相关产品讲解及软件培训视频服务、售后维护与保障等相关服务。

2、项目具体建设内容

本次计划建设的华南研发中心及客户服务中心建设内容包括新建研发体系、开展证券、基金及保险等服务平台研发任务以及客户服务中心体系的打造。具体包括：

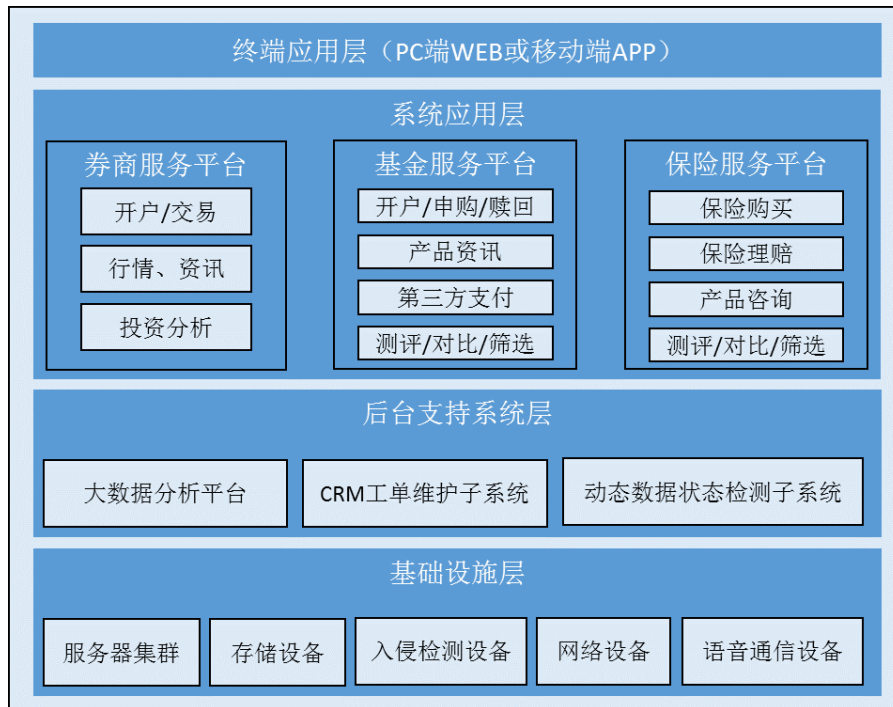
（1）多层次的研发中心体系构建

本项目将新建包括项目管理、新产品研发、产品测试、市场研究，金融模型研发五个部门的研发体系。具体而言：①项目管理部对研发任务进行合理的分配与协调；②新产品开发部负责针对新政策、新标准、新技术、技术框架等基础性研发等准备工作，并承接发行人专项新产品研发工作，保障发行人新产品的研发的持续性；③产品测试部主要对接研发团队的测试需求，为新产品进行各类测试，提升测试效率，并保证新产品发布质量；④市场研究部组建研究团队，对证券、基金及保险等市场现状、驱动因素、发展趋势进行研究，为发行人业务发展提供基础性参考资料；⑤金融模型研发部主要通过金融研究人员和数据科学家进行金融模型的研发工作，提升发行人产品对市场风险的把控能力。

发行人拟对现有的研发模式进行转变升级，将原有的基础性研发和支撑性研发任务进行剥离，并在华南研发中心形成统一性的基础研发支撑平台，从而使发行人产品开发更加规范化、标准化和流程化，以提升产品研发的效率和质量。

（2）研发中心开展服务平台研发任务

根据发行人未来发展需求实际情况，本项目将在建设期第二年向华南研发中心分配券商、基金及保险三大服务平台的研发任务，包括基础设施层建设、后台支持系统层研发任务、三大服务平台系统应用层研发任务及终端应用层研发任务等四个方面，具体如下图所示：



具体而言：

1) 基础设施层建设，主要通过采购服务器集群、存储设备、入侵监测等硬件基础设施，租用机位、带宽，接入数据传输专线,并进行机房安装调试，建立一个稳定可靠的数据存储环境，从而为整个项目的实施奠定的硬件运行基础；

2) 后台支持系统层研发任务，包括：①大数据行为分析子系统建设，用于实现对用户行为数据的采集、分析，从而对营销推广、个性化信息推送提供支持；②CRM 工单维护子系统建设，用于实现用户开户、申购过程中自动生成系统工单，记录用户开户进度、购买记录，提高销售效率及客户满意度；③动态数据状态监测系统建设，用于整理合作方推送的数据，保证推送内容的实时更新；

3) 三大服务平台系统应用层研发任务，主要针对券商、基金、保险三个服务平台进行相应的软件开发、数据及模型整理，从而为合作券商提供客户广告推广、产品销售及增值服务接口，为合作的基金公司、保险公司提供基金、保险产品代理销售及增值服务接口；

4) 终端应用层研发任务，主要面向 PC 端浏览器及 Android、iOS 等操作系统，进行适应性开发，从而在实现上述功能的同时保证较高水平的用户体验。

发行人拟通过三大服务平台的研发任务来协同各部门的研发力量，完成研发体系搭建、梳理工作。在华南研发中心及客户服务中心建成后，每年发行人将承

接 3-6 款专项金融产品研发任务，并力争获得 10 项以上的金融信息服务相关专利技术及非专利技术。

(3) 全方位的客户服务平台建设

本项目将新建包括功能讲解服务、售后保障服务、二次激活服务三个部门的研发服务保障体系。具体而言：①功能讲解服务部为新客户提供讲解服务，包括发行人各类产品功能、分析指标的讲解，并通过电话、短信等服务提醒客户收看软件培训视频，保持客户处于激活状态；②售后保障服务部负责为客户提供各类售后保障工作，如账号密码丢失、操作不便及系统不兼容性等各类问题；③二次激活服务部主要服务于特定段时间内未进行登录的客户，通过主动联系客户帮助客户解决相关问题，并提醒客户收看软件培训视频。

通过建设全方位的客户服务平台，发行人将实现客户售后服务的专门化与专业化目标。发行人拟自建呼叫中心，通过自有办公场所购置相关硬件设备为客户服务工作提供硬件支持，实现客户服务部门与其他业务部门的有效区分；同时发行人按照项目建设进度招聘客户服务人员并进行培训，使客户维护服务更加专业化，有效提升用户美誉度、客户转化率和老客户的留存率。

3、项目可行性分析

华南研发中心及客户服务中心项目在公司现有业务发展的基础上承担新技术应用支撑性研发、新产品专项性研发以及专业性客户服务等关键业务支持职能。公司将凭借多年来在金融信息服务行业经营过程中形成的研发技术、营销服务经验及管理模式，保证该项目的顺利实施。

(1) 较高的研发技术水平及稳定的研发团队

由于金融产品服务系统应用层服务平台开发，需要大量的软件开发人员和金融工程人才，对公司的研发技术水平要求较高。公司在多年的发展过程中，始终重视自身研发能力和综合技术能力的培养，在证券分析、电子商务技术和多媒体网络技术等方面坚持自主研发，培育了一支专业素养较高、技术精湛的研发团队，为本项目的建设提供了坚实的理论研究支持和研发技术储备。

(2) 不断完善的客户服务经验

公司在长期经营过程中始终重视直营管理，坚持通过销售客服人员与客户通

通过电话、短信等媒介进行直接沟通提升服务效率；另一方面，公司非常重视客户后续服务质量。目前公司自身已专门设立合规部对销售客服人员的服务质量进行数据化管理，具体包括销售客服人员与客户关于产品功能讲解、售后产品运行保障维护、软件培训视频服务通知与回访等服务需要进行电话语音及数据留痕；同时发行人也鼓励客户对销售客服人员的服务情况进行综合评判，并通过产品界面对销售客服人员的服务质量进行评价并实现点击留痕，对评价负面的销售客服人员合规部会进行原因落实，并要求相关销售客服人员再次回访并解决客户的相关问题；另一方面，公司也通过内部宣讲、工作会议等其他方式提升销售客服人员的服务意识。经过多年的发展，发行人通过专业化培训引导以及数据化管理等方式持续提升客户服务人员的专业技能及服务水平，并积累了丰富的提高用户服务质量的经验。本项目实施过程中，公司将依托现有营销模式及客户服务经验的基础上，扩大专业化客户服务团队的规模、提升客户运维服务的效率，为业务的顺利开展提供有力的支持性保障。

(3) 成熟的团队管理模式

公司目前已形成基于大数据分析的管理人员绩效评估体系，在此基础上对公司内部培养及外部引进的管理人员进行筛选。通过多年的行业经验和优化调整，公司已逐步形成了一个具备较强责任心、较高专业素质的管理团队，可以保证在该项目未来的实施过程中能够敏锐地感知客户和市场的变化并迅速做出反应。

4、项目与公司现有业务、核心技术之间的关系

从业务关联性来看，华南研发中心及客户服务中心项目是为公司提供新技术应用支撑性研发、新产品专项性研发以及专业性客户服务等关键业务支持。通过对该项目的建设，公司可以实现现有的研发模式的转变升级，使技术、产品开发更加规范化、标准化和流程化，从而提升研发的效率和质量；项目第二年研发中心将承担金融服务平台的研发任务，未来可能形成的研发成果应用将有利于对公司营销网络价值、客户资源价值进行深层次挖掘，对未来业务盈利模式会存在有效补充；同时客户服务中心将客户售后服务的专门化与专业化目标，加强对客户的个性化服务及服务质量，有效提升用户美誉度、客户转化率及留存率，从而保证公司业务未来具备较强的市场竞争力。

5、项目投资概算及时间周期情况

(1) 项目投资进度计划

本项目计划建设周期为三年，投资总额预计不超过 18,081.22 万元，其中第一年计划投资 11,786.39 万元、第二年计划投资 3,148.96 万元，第三年投资 3,145.88 万元。具体投资进度计划如下表所示：

单位：万元

项目名称	第一年	第二年	第三年	合计
1、场地装修投入	1,100.00	-	-	1,100.00
1.1 办公场地装修费	1,100.00	-	-	1,100.00
2、研发、服务设备及软件购置费用	7,864.45	837.02	717.96	9,419.42
2.1 数据中心设备购置费	5,229.28	0.00	0.00	5,229.28
2.2 服务器托管及网络费用	576.00	633.60	696.96	1,906.56
2.3 研发中心软件购置费用	1,396.60	80.00	0.00	1,476.60
2.4 办公设备购置费用	405.76	102.42	0.00	508.18
2.5 客户服务中心购置费用	256.80	21.00	21.00	298.80
3、研发团队投入	2,104.78	2,244.98	2,370.48	6,720.24
3.1 项目研发支出	1,663.00	2,033.00	2,236.30	5,932.30
3.2 研发差旅支出	99.78	121.98	134.18	355.94
3.3 研发培训支出	342.00	90.00	0.00	432.00
4、预备费	717.16	66.96	57.44	841.56
合计	11,786.39	3,148.96	3,145.88	18,081.22

(2) 项目投资具体内容

①主要核心设备及软件投资

单位：台/套

设备/软件名称	规格型号	数量
业务服务器	IBMP730	1
综合前置服务器	IBM P730	1
数据库服务器	IBM P770	1
其他服务器及外围接口前置机	IBM3650	110
存储阵列	IBMDS5020	2
磁带机	IBMTS2250	2

设备/软件名称	规格型号	数量
核心交换机	华三（H3C） H3C S9810	2
接入交换机	华三（H3C） H3C S9810	2
核心路由器	华三（H3C） SR8803-X-S	2
接入路由器	华三(H3C) MSR 36-60	2
路由器	华三(H3C) MSR800-10	2
防火墙	USG5120	2
Web 应用防火墙	NGAF-1120	2
入侵检测系统	天阗入侵检测 NT600-TC-BRP-Y	2
虚拟平台服务器	H3C FlexServer B590(B590-Z-M1)	2
数据库软件	Oracle Golden Gate	1
备份软件	火星舱 3.0	1
数据管理工具	R7-DIP V5.0	1
综合运维软件	CB-ITMS-LC	1
内容寻址存储（CAS）	安腾普 BDA2000	2
电源智能管理柜	EMERSONSPM200P(200KVA)	2

②主要开发设备及软件投资

单位：台/套

设备/软件名称	规格型号	数量
笔记本电脑	ThinkPad T440s (i7-4600U 4G)	
UPS	APC SY100K250DR-PD	2
UPS 电池	SYPX 75KW/250KW	2
输入开关	NSX400A	10
列头柜	-	5
线缆	-	9
密钥管理系统	江南科友密钥管理系统	1
加密机	SHJ0902	1
密钥分发器	SJY1001	1
虚拟平台软件套装	-	1
操作系统	Linux SUSE 11 SP1	1
双机热备份软件	SUSE Linux Enterprise High Availability Extension 11 SP1(SLEHAE 11 SP1)	1

J2EE 中间件	IBM WAS ND 版	1
主机审计系统	天融信 TSM-TopDesk3.0-SE-LIC200	1
防 DOS 攻击系统	天融信 TX-5528-Y	1
IT 系统管理设备	TSM-OM300-Y	1
网络安全隔离与信息交换产品	天融信 TR-8266-Y	1
VPN (商密) 产品	Ruijie (锐捷网络) RG-WALL 1600E-VX	1
非法外联及客户端安全监控系统	天融信 TSM-2104-TopNAC-Y	1
网络测试仪	UNI-T 优利德 196A	1
域名 IP 管理设备	泰策 UniteDNS2600	1
带宽管理系统	Ruijie (锐捷网络) RG-ACE5000	1
负载均衡	BG-ADC-5100	1
流量分析	天融信 TF-36114-Y	1
目录服务	卫士通 目录服务系统	1
数字证书认证系统	信安世纪 NetCert Lite-5KU	1
认证中心系统	Ruijie (锐捷网络) RG-SMP 2.X 标准版	1
网络应用加速	天融信 TopApp-6114-WO-Y	1
保密技术防护专用系统	信安世纪 NetPass5000	1
电磁泄露防护产品	万里红创新电子 WDZ-Y(C 级)	10
磁介质防火安全柜	众御 ZYF0140	1
MS Office	-	1
安全软件	-	1
杀毒软件	-	1
网页防篡改软件	RG-WG 2000	1
服务器操作系统	Windows Server Datacenter	1
	SQL Server Standard Edition	1
	Windows Server Standard	1

③服务器托管及网络费用

项目	规格型号	数量
互联网出口	1G 互联网出口	2
专线	500M 点对点以太网专线	2

④研发中心软件购置费用

软件名称	规格型号	数量
服务器操作系统	Windows Server Datacenter	20

软件名称	规格型号	数量
	SQL Server Standard Edition	20
	Windows Server Standard	394
开发工具	Visual Studio Professional	40
	FMS	40
	Microsoft Team Foundation Server	2
	MSDN 订阅 Professional	2
测试工具	Visual Studio Test Professional	5

④项目研发支出人员投入

类型	研发人员数量		
	第一年	第二年	第三年
项目经理	5	5	5
系统工程师	10	12	12
软件工程师	10	12	12
测试工程师	6	6	6
金融模型工程师	6	8	8
UI 工程师	6	8	8
高级金融研究人员	3	3	3
中级金融研究人员	5	7	7
初级金融研究人员	6	8	8
市场研究员	8	12	12
数据科学家	3	3	3
数据分析师	6	10	10
合计	74	94	94

6、项目经济效益测算

鉴于本项目建成后，主要职能为公司提供新技术应用支撑性研发、新产品专项性研发以及专业化的客户售后运维服务等后台支持，因此不单独进行经济效益测算。

(四) 大数据营销及研究中心项目

1、募集资金用途概况

随着云计算、大数据分析技术商业应用的逐步推广，越来越多的传统行业开

始利用此类技术来分析客户行为,从而深度挖掘客户需求、改善自身的服务质量。对于金融信息服务行业来讲,由于该行业目前尚处于快速发展阶段,市场份额集中度偏低,各企业均在探索高效、精准的营销服务,努力提升客户体验、用户粘性,从而提高品牌影响力和扩大市场份额。而大数据营销技术的应用,可以从提升服务质量、控制成本费用两方面,帮助金融信息服务企业打造上述高效、精准的营销服务体系:一方面,大数据营销技术可以帮助企业迅速捕捉投资者需求的变化,使产品的推广渠道、广告的投放方式更加精准;另一方面,大数据营销技术可以帮助企业在不同区域、不同时段之间更高效地进行业务人员的调配,从而在提升销售人员售前对接服务、售后跟踪服务时效性的同时,合理控制营销费用,提升内部管理水平。

在此背景下,公司计划使用本次募集资金投资建设大数据营销及研究中心,将现有零散的用户行为信息采集通道进行整合,建立多元化的数据流入通道,并健全大数据分析基础设施,从而为公司 PC 金融终端产品、移动端产品提供用户属性、用户需求分析及精准营销支持服务。

2、项目具体建设内容

本次大数据营销及研究中心项目的建设内容包括对现有零散的信息采集通道进行整合及对新的数据分析服务体系的打造,具体建设方案可分为以下三个方面:

(1) 基础服务设施及项目实施团队建设

本项目将首先以建立 Hadoop 分布式系统基础架构为出发点,建设完整的基础服务设施,为数据流入通道管理平台、精准营销分析平台的建设提供支持,具体内容包括:①以 HDFS 和 Mapreduce 结构为核心,建立存储和计算资源层;②以 Storm+Redis 架构为基础,建立数据预处理层;③采用 MySQL+分析评估模块,建立数据分析评估层;④健全 SOAP、WebService、COM/DCOM、J2EE 等接口架构,建立用户可视化分析平台。

(2) 用户行为数据流入通道管理平台建设

公司将建立一个以采用 Node.js+Flume 架构的分布式数据采集层,对来自互联网的外部数据,以及来自 PC 金融终端产品、移动端产品的内部数据进行主动

采集。通过该管理平台，公司可通过多元化的数据流入通道，获取客户在购买和使用“指南针”产品过程中任何有价值的行为数据，以及可用于分析目标客户风险偏好、投资理念的信息。

(3) 精准营销分析平台建设

通过建设精准营销分析平台，公司将实现对客户数据、样本数据、分析结果的统一存储、深入分析和再加工。此外，该平台将在存储数据的基础上，借助智能分析技术进行客户价值分析、销售渠道及产品内容效益分析，构建完整的客户分析评价体系、内部管理评价体系，并创建可视化的分析内容，反馈给公司管理层及各产品线销售部门。通过上述流程的构建，公司将逐渐形成“数据追踪-数据管理-专题分析-商业智能-深入分析-商业洞察-决策执行-产品推广-数据追踪”的环状商业生态。

3、项目可行性分析

(1) 公司具备丰富的数据资源

公司经过多年的发展，现已形成结构完整、合理的金融终端系列产品，并积累了丰富的个人用户资源，具备充足的用户行为分析样本。此外，公司与包括上证信息公司、深证信息公司、巨潮资讯网及郑州商品交易所、大连商品交易所、上海期货交易所等在内的诸多金融信息提供机构建立了长期、稳定的合作关系，拥有跨市场、专业化的信息来源。这些数据资源将极大地降低本次大数据营销及研究中心项目建设过程中的数据产生成本，为提升数据分析模型的准确性提供必要的保障。

(2) 公司具备从事大数据分析的技术基础

公司在长期经营过程中始终重视用户体验，早在 2013 年即开始尝试通过对 PC 金融终端用户的行为信息进行采集、分析，从而进行精准营销、提高用户粘性。经过长期的探索和优化，公司已逐渐积累起了互联网意向用户搜索、用户行为大数据分析、终端用户服务体系优化、客户互联网多媒体信息服务等领域的关键技术。本项目建设过程中，公司将在集成上述技术经验的基础上进行新平台的设计、开发。因此本项目具备较强的可行性。

4、项目与公司现有业务、核心技术之间的关系

大数据营销及研究中心项目的定位，是为公司 PC 金融终端产品、移动端产品提供数据、信息支持。通过对该项目的建设，公司可以实现以用户行为大数据为支撑的精准营销、产品优化，加强对客户的个性化服务，维持和提升用户黏性，从而保证公司现有业务及计划投资的业务未来具备较强的市场竞争力。

5、项目投资概算及时间周期情况

(1) 项目投资进度计划

本项目计划建设周期为三年，投资总额预计不超过 10,112.91 万元，其中第一年计划投资 4,383.47 万元，第二年计划投资 3,706.98 万元，第三年计划投资 2,022.46 万元，具体投资进度计划如下表所示：

单位：万元

项目名称	第一年	第二年	第三年	合计
1、场地投入	122.00	72.00	72.00	266.00
1.1 场地租赁费	72.00	72.00	72.00	216.00
1.2 办公场地装修费	50.00	-	-	50.00
2、设备购置费用	2,537.97	1,691.98	-	4,229.95
2.1 设备购置	1,988.37	1,325.58	-	3,313.95
2.2 软件购置	549.60	366.40	-	916.00
3、技术开发费	1,325.00	1,606.00	1,766.60	4,697.60
3.1 建设和测试人员工资	1,325.00	1,606.00	1,766.60	4,697.60
4、铺底流动资金	398.50	337.00	183.86	919.36
合计	4,383.47	3,706.98	2,022.46	10,112.91

(2) 项目投资具体内容

① 硬件投资

单位：台/套

设备名称	规格型号	数量
数据服务器	IBM X3650M5	50
服务器（正常配置）	IBM X3550M5	150
磁盘柜	IBM Storwize V5000 SFF(双控)+6 个扩展柜	10
磁盘柜光纤交换机	IBM 2498-B24（满配）	10
中心交换机	N5K-C5548P-FA	2

设备名称	规格型号	数量
核心交换机	WS-C3850-48T-S	10
管理交换机	WS-C2960-48TC-L	5
防火墙	SRX 1400	2

②软件投资

单位：套

软件用途	软件型号	数量
云计算虚拟化管理软件	VMware vSphere 5 Enterprise for 1 processor	150
操作系统	Windows Server Datacenter	10
操作系统	Windows Server Standard	190
开发软件	Visual Studio Professional	50
数据库软件	SQL Server Standard Edition	50

③服务器托管及网络使用

项目	规格型号	数量
机柜	-	20
互联网出口	1G 互联网出口	2
专线	500M 点对点以太网专线	2

④人员投入

类型	第一年	第二年	第三年
项目经理	1	1	1
系统工程师	3	5	5
软件工程师	15	18	18
数据科学家	5	5	5
数据分析师	15	15	15
测试工程师	12	12	12
合计	51	56	56

6、项目经济效益测算

鉴于本项目建成后，主要用于为公司 PC 金融终端产品、移动端产品等自有业务提供数据、信息支持，因此不单独进行经济效益测算。

四、募集资金投资项目备案及环境影响评价情况

本次募集资金投资项目 1、项目 2、项目 4 均已取得北京市朝阳区发改委出具的《项目备案通知书》，项目 3 已取得佛山市南海区发改委出具的《广东省企业投资项目备案证》。本次募集资金投资项目均不涉及生产加工及试验，其中项目 1、项目 2、项目 4 已取得北京市朝阳区环保局出具的不予受理的通知书，项目 3 已取得佛山市南海区环保局出具的项目环保申请请示复函。经北京市朝阳区环保局及佛山市南海区环保局确认，本次募集资金投资项目均不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》范围，具体情况如下表所示：

序号	项目名称	项目备案意见号	环评不予受理通知书文号
1	PC 金融终端系列产品升级优化项目	京朝阳发改(备)[2016]119号	编号：2016-022
2	移动端金融产品建设项目	京朝阳发改(备)[2016]120号	编号：2016-023
3	华南研发中心及客户服务中心建设项目	备案项目编号： 2017-440606-64-03-002556	-
4	大数据营销及研究中心项目	京朝阳发改(备)[2016]122号	编号：2016-021

注：《佛山市南海区环境保护局对〈关于北京指南针科技发展股份有限公司华南研发中心建设项目环保审批请示〉的复函》，确认该项目不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》范围，相关环评不予受理。

五、募集资金的专户存储安排

为规范公司募集资金的管理，提高募集资金使用效率，切实保护投资者合法权益，根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司监管指引第 2 号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等有关法律、法规和规范性文件的规定，并结合公司实际情况，公司已于 2016 年 5 月 12 日召开 2016 年第二次临时股东大会，审议并通过了《募集资金管理制度(草案)》，明确规定公司上市后建立并严格执行募集资金专项存储制度，将新股发行募集资金存放于董事会决定的专项账户中，集中管理，做到专款专用。

六、董事会关于募集资金投资项目可行性的分析意见

(一) 本次募集资金全部用于主营业务，资金使用方向明确

本次新股发行成功后，公司计划使用全部募集资金（扣除相关发行费用后）

投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资金额	募集资金投资金额
1	PC 金融终端系列产品升级优化项目	30,022.19	13,493.65
2	移动端金融产品建设项目	8,392.86	3,772.21
3	华南研发中心及客户服务中心建设项目	18,081.22	8,126.71
4	大数据营销及研究中心项目	10,112.91	4,545.31
合计		66,609.18	29,937.88

上述募集资金投资项目的实施将有力提升公司现有核心产品的市场竞争力，完善公司的产品结构。本次募集资金投资项目的实施，有利于本公司进一步完善现有主营业务，打造完整的金融信息服务链条，并有效提升公司主营业务的市场份额。

本公司本次募集资金不存在为持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资的情况，不存在直接或者间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司的情况。

（二）本次募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应

1、本次募集资金投资项目与公司现有生产经营紧密关联

本次计划使用募集资金投资的 PC 金融终端系列产品升级优化项目，是在现有 PC 金融终端产品的基础上，进行的部分模块的优化和升级，通过增加日常运营资金及研发、测试设备投入，扩大研发团队、讲师团队及客户服务团队的规模，提升现有研发能力、客户服务能力，提高运营效率，提升现有产品的用户转化率、用户续费率。

本次计划使用募集资金投资的移动端金融产品建设项目，是在现有 PC 金融终端产品、现有内容资源及客户资源的基础上进行的产品结构拓展，顺应了金融信息服务行业的发展趋势，是满足客户对信息获取的时效性、便捷性要求的必要步骤。

本次计划使用募集资金投资的华南研发中心及客户服务中心，将建立完善的研发体系及客户服务体系，为公司提供新技术应用支撑性研发、新产品专项性研

发以及专业化客户售后运维服务等关键业务后台支持将有效提升研发的效率和质量以及对客户的个性化服务及服务质量。

本次计划使用募集资金投资的大数据营销及研究中心项目，将建立用户行为分析模型及大数据分析平台，可以在现有的金融终端产品业务开展过程中，为讲师和业务员提供全面和精细的用户需求指导。

综上，本次募集资金计划投资项目，与公司现有主营业务紧密配合，项目的计划投资规模充分考虑了现有经营规模及未来客户的潜在需求，募集资金数额与现有生产经营规模相适应。

2、本次募集资金投资项目与公司现有财务状况相适应

截至 2019 年 6 月 30 日，公司总资产为 136,482.22 万元，净资产为 112,324.15 万元，2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月公司营业收入分别为 57,126.53 万元、66,909.87 万元、57,769.57 万元、36,396.91 万元，本次募集资金投资项目的计划在未来 2-3 年内，合计投资 66,609.18 万元，其中计划使用募集资金投入 29,937.88 万元。本次募集资金数额和投资项目与公司现有财务状况相适应。

3、本次募集资金投资项目与公司现有技术水平相适应

本公司作为国内金融信息服务业的领先企业，多年来始终重视企业研发能力和综合技术能力的培养。通过在互联网意向用户搜索、用户行为大数据分析、终端用户服务体系、行情信息传输安全机制、信息存盘后的安全机制、关键代码动态获取机制、客户互联网多媒体信息服务等方面的不断探索，公司现已形成证券研究技术、多媒体网络技术等方面的核心技术，且上述技术均为公司自主技术。本次募集资金数额及投资项目与公司现有的技术水平相适应。

4、本次募集资金投资项目与公司现有管理能力相适应

本公司现有的管理团队专注于金融信息服务行业十余年，具有丰富的管理经验、不断进取的开拓精神和强烈的责任心、使命感，能够敏锐感知客户和市场的变化并迅速做出反应。公司在多年的发展过程中，已逐渐形成了一整套适应公司实际经营需求的人才选拔和培养机制，并不断提升公司整体人才质量。上述管理团队及管理体制将保证本次募集资金投资项目的顺利实施。本次募集资金数额及投资项目与公司现有的管理能力相适应。

综上，本次募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应

（三）本次募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定

本次募集资金投资项目是为提升公司现有金融信息服务产品的竞争实力、完善产品结构、满足不断增长的用户需求进行的产品升级和业务延伸。公司现有业务及计划实施的募集资金投资项目根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，属于“I65软件和信息技术服务业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），属于金融信息服务（J6940）。根据国家发改委2013年3月发布的《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》，上述业务均属于国家重点发展的产业方向

本次募集资金投资项目1、项目2、项目4均已取得北京市朝阳区发改委出具的《项目备案通知书》，项目3已取得佛山市南海区发改委出具的《广东省企业投资项目备案证》。本次募集资金投资项目均不涉及生产加工及试验，其中项目1、项目2、项目4已取得北京市朝阳区环保局出具的不予受理的通知书，项目3已取得佛山市南海区环保局出具的项目环保申请请示复函，不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》范围，相关环评申请不予受理。

综上，本次募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理及其他法律、法规和规章的规定。

（四）本次募集资金投资项目实施后，不会产生同业竞争或者对本公司独立性产生不利影响

本次募集资金投资项目均围绕公司现有主营业务开展。截至本招股意向书签署日，本公司控股股东广州展新、公司实际控制人黄少雄、徐兵先生及其控制或有重大影响的其他公司，均不与本公司构成同业竞争关系。

本公司严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东分开，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营能力。

本次募集资金投资项目实施后,不会出现同业竞争或者对本公司独立性产生不利影响的情况。

(五)公司已建立募集资金专项存储制度,募集资金将存放于董事会决定的专项账户

为规范公司募集资金的管理,提高募集资金使用效率,切实保护投资者合法权益,根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司监管指引第2号-上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等有关法律、法规和规范性文件的规定,并结合公司实际情况,本公司已于2016年5月12日召开2016年第二次临时股东大会,审议并通过了《募集资金管理制度》,明确了募集资金存放、使用、变更、管理与监督等方面的内容。

本次发行股票募集资金到位后,公司将严格执行深圳证券交易所和《募集资金管理制度》的有关规定,将新股发行募集资金存放于董事会决定的专项账户中,集中管理,做到专款专用。

综上,本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策及公司整体发展战略方向,具有良好的市场发展前景和经济效益,有利于优化公司的产品结构,有利于提升公司的市场竞争力和抵御风险能力,具备充分的可行性。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至本招股意向书签署日，公司正在履行的合同金额超过 500 万元或对公司生产经营、未来发展或财务状况具有重大影响的合同如下：

（一）主要证券财经信息授权许可合同

1、深交所网络版增强行情经营许可合同

2019 年 1 月，公司与深证信息公司签订了合同编号为 SZC2019-003 的《深圳证券交易所网络版增强行情经营许可合同》，根据该合同公司获得以软件终端揭示方式经营深圳证券交易所网络版增强行情信息（即深交所 Level-2 行情信息，下同）的许可，同时获得有效期自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日的深圳证券交易所网络版增强行情经营许可证书（SZP2019-003）。公司按年度支付经营许可费 35 万元/年和终端用户费 30 元/终端/月（每月最小用户数为 3,000 个，用户数不足 3,000 个按最小用户数支付）。

2、深交所专有信息经营许可合同

2018 年 12 月，公司与深证信息公司签订了合同编号为 SZCB2019-003 的《深圳证券交易所专有信息经营许可合同》，根据该合同公司获得以软件终端揭示方式使用深圳证券交易所行情信息的许可，同时获得有效期自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日的深圳证券交易所专有信息经营许可证书（深证许 15LPP11-01）。根据《深圳证券交易所网络版增强行情经营许可合同》的约定，在《深圳证券交易所网络版增强行情经营许可合同》签署并生效后，公司在本合同下的付款义务将被免除。

3、上交所证券信息经营许可

2018 年 12 月，公司与上证信息公司签订了合同编号为 L12009002 的《证券信息经营许可合同》，根据该合同公司获得经营上证所 Level-1 行情经营许可，同时获得有效期自 2018 年 12 月 1 日至 2019 年 11 月 30 日的上证所 Level-1 行情经营许可证书。公司按年度支付用户使用费 45 万元。

4、上交所 Level-2 行情经营许可

2019 年 1 月，公司与上证信息公司签订了《上证所 Level-2 行情展示许可合同》，根据该合同公司获得经营上证所 Level-2 行情，同时获得有效期自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日的上证所 Level-2 行情经营许可证。公司支付经营许可费 35 万元和每个终端的用户使用费 30 元 / 月（如超出 7.2 万元 / 月按 7.2 万元算）。合同到期时，如双方无异议则将按照相同内容和时间跨度自动续展，双方不再签订合同。

5、中国金融期货交易所行情信息经营许可

2019 年 3 月，公司与上海金融期货信息技术有限公司签订了《中国金融期货交易所行情信息经营许可协议》，根据该协议上海金融期货信息技术有限公司许可公司经营中国金融期货交易所行情信息，并获得有效期自 2019 年 4 月 16 日至 2020 年 4 月 15 日的中国金融期货交易所行情信息经营许可证。公司支付授权许可费 55 万元和终端使用费每月每个终端 30 元。公司与上海金融期货信息技术有限公司均有权在许可证有效期届满前至少提前 3 个月提出终止本协议的书面申请，若双方均未提出，且双方对许可证的许可有效期展期无任何书面异议，则本协议及许可证的有效期自动展期一年，展期不受次数限制。

6、巨潮财经数据信息采购

2015 年 11 月，公司与深证信息公司签订了合同编号为 SZSJ15LPP11-01 的《数据类信息服务协议》，根据该合同公司获得巨潮财经数据库数据及技术维护服务，公司按年度支付费用共计 33 万元/年。该协议有效期自 2015 年 11 月 1 日至 2016 年 10 月 31 日，如合同期满前一个月，双方均未提出终止或变更合同意向的书面通知，则协议自动按年度顺延。

截至 2018 年 10 月 31 日，合同双方均未对本协议自动顺延事项出具任何书面变更或终止通知，按照约定本协议有效期限展期至 2019 年 10 月 31 日。

（二）IDC 托管协议

1、中国电信 IDC 服务协议

2010 年 12 月，公司与中国电信集团北京市电信有限公司（以下简称：“北京电信”）签署《IDC 服务协议》，北京电信向公司提供主机托管服务。公司按

月支付服务费用，服务费用为人民币 84,000 元/月。

本协议未规定具体的有效期限，按照发行人与北京电信的协议履行实践情况，每月月末北京电信会向发行人提交结算账单，发行人审核无异议即付款，该协议在双方未明确向对方提出更改或终止的书面意见前长期有效。截至本招股意向书签署日，该协议仍在履行当中。

2、中国联通 IDC 主机托管协议

2010 年 5 月，公司与中国联合网络通信有限公司北京市分公司签署了合同编号为 02-2010-21290 的《北京指南针科技发展股份有限公司 IDC 主机托管协议（土城机房）》，公司向中国联合网络通信有限公司北京市分公司租用 IDC 主机托管服务，服务费用为 62,400 元/月，公司按月支付。协议有效期为一年，有效期届满后若双方未提出书面异议，则有效期自动顺延一年直至任意一方书面提出异议。截至 2018 年 5 月，双方未对合同内容提出异议，依照约定协议有效期限自动顺延一年至 2019 年 5 月。

2015 年 12 月，公司与中国联合网络通信有限公司北京市分公司签署了合同编号为 CU12-1101-2015-040626 的《北京指南针科技发展股份有限公司 IDC 主机托管协议（500M）》，公司向中国联合网络通信有限公司北京市分公司租用 2 个独享 500M 网络端口，服务费用为 80,000 元/月，公司按月支付。协议有效期为一年，有效期届满后若双方未提出书面异议，则有效期自动顺延一年直至任意一方书面提出异议。截至 2018 年 12 月，双方未对合同内容提出异议，依照约定协议有效期限自动顺延一年至 2019 年 12 月。

2016 年 5 月，公司与中国联合网络通信有限公司北京市分公司签署了合同编号为 CU12-1101-2016-000579 的《北京指南针科技发展股份有限公司 IDC 主机托管协议（土城 2 架）》，公司向中国联合网络通信有限公司北京市分公司追加租用两个机架的 IDC 主机托管服务，服务费用为 15,680 元/月，公司按月支付。协议有效期为一年，有效期届满后若双方未提出书面异议，则有效期自动顺延一年直至任意一方书面提出异议。截至 2019 年 5 月，双方未对合同内容提出异议，依照约定协议有效期限自动顺延一年至 2020 年 5 月。

2019 年 3 月，公司与中国联合网络通信有限公司北京市分公司签署了合同

编号为 CU12-1101-2019-0005780 的《北京联通 IDC 主机托管协议》，公司向中国联合网络通信有限公司北京市分公司租用 8 个标准机架、2 个 500M 网络端口及 144 个 IP 地址，月租费用合计为 121,280 元，公司按月支付，合同有效期为 2019 年 4 月 1 日至 2020 年 3 月 31 日，除非合同任一方在有效期届满前一个月书面通知另一方，本合同将自动顺延。

3、中国移动 IDC 业务租用合同

2019 年 5 月，公司与中国移动通信集团北京有限公司签署了合同号为 CMBJ-2019-00008483-FS-00000643 的《中国移动通信集团北京有限公司 IDC 业务租用合同》，公司向中国移动通信集团北京有限公司租用 1 个机柜、2 个 500M VIP 端口、48 个 IP 地址，月租费用合计为 32,240 元，公司按月支付，合同有效期为 2019 年 5 月 30 日至 2020 年 5 月 30 日。合同期满前 30 天，任何一方未向对方以书面形式提出终止或变更协议的要求，本协议自动展期 1 年，上述展期不受次数限制。

（三）广告合同

1、合作框架协议（360 搜索）

2019 年 1 月，公司与北京品众互动网络营销技术有限公司签订《2019 年度合作框架协议》，合同约定北京品众互动网络营销技术有限公司在“360 搜索”媒体平台上为发行人提供广告推广服务，服务期限为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。该合同下的广告服务费用金额将根据广告投放效果最终确定。

2、百度推广服务框架协议合同

2018 年 3 月，公司与百度时代网络技术（北京）有限公司签订了《百度推广服务框架协议合同》，合同约定百度时代网络技术（北京）有限公司向发行人提供广告推广服务，服务期限为 2019 年 3 月 7 日至 2020 年 3 月 6 日。该合同约定了双方广告服务的合作细节，公司需支付的广告服务费用金额将根据广告投放效果最终确定。

3、广告推广服务框架协议合同

2019 年 1 月，公司与上海翼诚文化传媒有限公司签订《广告推广服务框架协议合同》，合同约定上海翼诚文化传媒有限公司为发行人代理今日头条广告平台的

广告投放服务，服务期限为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。该合同下的广告服务费用将根据广告投放效果最终确定。

（四）与证券公司广告服务合同

1、与第一创业证券签署的广告服务合同

2015 年 4 月、2015 年 6 月、2017 年 2 月、2017 年 7 月、2017 年 12 月和 2018 年 7 月，公司与第一创业证券分别签订了《合作框架协议》、《<合作框架协议>之补充协议》、《<合作框架协议>之补充协议二》、《<合作框架协议>之补充协议三》、《<合作框架协议>之补充协议四》和《<合作框架协议>之补充协议五》，公司为第一创业证券提供网络广告服务等服务，涉及的广告服务费将根据第一创业证券综合衡量和评价该等广告的效果决定。《<合作框架协议>之补充协议二》有效期为 5 年，有效期满 30 日内如任何一方未提出书面异议，有效期将自动续延 5 年并以此类推，《合作框架协议》及其他补充协议的有效期与《<合作框架协议>之补充协议二》一致。

2、与长江证券签署的广告服务合同

2016 年 5 月、2016 年 12 月和 2018 年 1 月，公司与长江证券分别签订了《合作框架协议》、《<合作框架协议>之补充协议》、《<合作框架协议>之补充协议二》，公司为长江证券提供网络广告服务等服务，涉及的广告费将根据长江证券综合衡量和评价该等广告的效果决定。《<合作框架协议>之补充协议》有效期为 3 年，有效期满前 30 日，有效期满 30 日内如任何一方未提出书面异议，有效期将自动续延 3 年并以此类推，《合作框架协议》及其他补充协议的有效期与《<合作框架协议>之补充协议》一致。

（五）保险经纪合同

1、与泰康人寿签署的《保险经纪合作协议》

2016 年 1 月，公司与泰康人寿签订《保险经纪合作协议》，协议约定公司按约定经纪泰康人寿的保险产品，协议有效期为 1 年，有效期限自 2016 年 1 月 29 日至 2017 年 1 月 28 日。合同期满 30 个自然日前，合同任意一方决定不再续签需书面通知对方；如双方均无书面通知终止合作，则合同自动延期一年。该协议

下泰康人寿需支付公司的经纪费用金额将按照中国保险监督管理委员会的规定及双方约定确定。

2018年4月，公司与泰康人寿根据双方合作进展新签订了《保险经纪合作协议》，该新合作协议下，双方视合作进展对合作内容进行了部分调整。协议约定公司按约定经纪泰康人寿的保险产品，协议有效期为1年，有效期限自2018年4月27日至2019年4月26日。新合作协议约定的自动续约条款与2016年1月双方签订的合作协议相关条款一致。截至2019年4月26日，公司与泰康人寿均未向对方提出书面终止合作通知，上述协议的有限期限自动延期至2020年4月26日。

2、与泰康人寿签署的《保险经纪产品协议》

2016年1月，公司与泰康人寿签订《保险经纪产品协议》，作为双方签署的《保险经纪合作协议》的补充协议，就泰康人寿根据公司提供中介服务、协助其与客户订立保险合同所投保的产品范围、佣金支付细则及标准等内容进一步约定，协议有效期为1年，有效期限自2016年1月29日至2017年1月28日。本协议期满后自动延期规定与主协议《保险经纪合作协议》一致。截至2018年12月29日，公司与泰康人寿均未向对方提出书面终止合作通知，根据约定该《保险经纪产品协议》有限期限自动延期至2020年1月28日。

3、与华夏人寿签署的《保险经纪合作协议》

2016年2月，公司与华夏人寿签订《保险经纪合作协议》，协议约定公司按约定经纪华夏人寿的保险产品，协议有效期限为2016年2月1日至2017年1月31日。合同期满前90个自然日内，合同任意一方决定不再续签需书面通知对方；如双方均无书面通知终止合作，则合同自动延期一年。该合同下华夏人寿需支付公司的经纪费将按照中国保险监督管理委员会的规定及双方约定确定。截至2019年1月31日，公司与华夏人寿均未向对方提出书面终止合作通知，根据约定该《保险经纪合作协议》有限期限自动延期至2020年1月31日。

4、与华夏人寿签署的《保险经纪合作补充协议》

2016年2月、2017年5月、2018年1月，公司分别与华夏人寿签订了《保险经纪合作补充协议》，作为双方签署的《保险经纪合作协议》的补充协议，就

双方合作的保险产品及其对应的经纪费率进行约定和补充，协议有效期限与主协议《保险经纪合作协议》一致。

二、对外担保情况

截至本招股意向书签署日，公司及子公司不存在对外担保的情形。

三、重大诉讼或仲裁事项

公司子公司上海指南针与北京阿原世纪传媒科技股份有限公司（以下简称“阿原世纪”）分别于 2008 年 3 月 1 日、2008 年 3 月 10 日先后签订了《股份转让协议（一）》和《股权转让协议（二）》，上海指南针合计受让了阿原世纪持有的中华卫视 1,000 万股（澳门币）股份，受让价格为人民币 1,500 万元，并在澳门商业及动产登记局办理了变更手续。

2008 年 6 月 4 日，上海指南针与大中华国际实业（深圳）有限公司（以下简称“大中华”）签订了《股份转让协议（三）》，将其持有的中华卫视 600 万股（澳门币）股份转让给大中华，转让价格为人民币 1,500 万元，并在澳门商业及动产登记局办理了变更手续，

2009 年 3 月 4 日，亚太影视媒体服务有限公司（以下简称“亚太影视”）、华通泰丰卫星网络资讯有限公司（以下简称“华通泰丰”）、Asia Broadband Network Pte Ltd.（以下简称“Asia Broadband Network”）在澳门特别行政区初级法院针对中华卫视、黄益腾、李杰、阿原世纪、上海指南针和大中华提起诉讼，要求：

（1）宣告所有关于由黄益腾、李杰、阿原世纪、上海指南针和大中华在中华卫视取得股权的法律行为和之后相关行为无效，并返还所持股权；

或（2）请求黄益腾、李杰、阿原世纪、上海指南针和大中华连带赔偿亚太影视、华通泰丰、Asia Broadband Network 财产损失不低于澳门币 760 万元（合计）；同时赔偿亚太影视、华通泰丰、Asia Broadband Network 非财产利益损失澳门币 240 万元（合计）。

2013 年 12 月 6 日，澳门特别行政区初级法院作出《判决书》（CV3-09-0017-CAO），裁决如下：

（1）宣告黄益腾、阿原世纪于 2008 年 3 月 5 日取得中华卫视股份，黄益腾

于 2008 年 3 月 17 日及 2008 年 4 月 10 日分别将中华卫视票面值澳门币 1,000 万元和 500 万元股份转让予大中华,阿原世纪于 2008 年 3 月 17 日将中华卫视面值澳门币 3000 万元股份转让予大中华,阿原世纪于 2008 年 3 月 18 日将中华卫视面值澳门币 1,000 万元股份转让予上海指南针,以及上海指南针于 2008 年 6 月 6 日将中华卫视面值澳门币 600 万元股份转让予大中华的行为无效。

(2) 命令注销前述股权转让在商业及动产登记局的相关登记。

(3) 裁定三名原告提出的其他请求不成立。

2014 年 1 月 8 日,上海指南针委托澳门方盛律师事务所提起上诉,认为上海指南针已经按照《股份转让协议(一)》及《股权转让协议(二)》向阿原世纪支付了全部股份转让价款并在商业和动产登记局办理了变更登记,上海指南针应为善意第三人,其受让、持有并转让中华卫视股份的行为应为有效,《判决书》在事实认定和法律适用上存在较大瑕疵。2015 年 4 月 23 日,澳门中级法院就上诉作出裁定,撤销一审判决,发回重审。

截至本招股意向书签署日,该案尚在审理过程中。

上海指南针已经就对中华卫视股份的长期股权投资于 2010 年全额计提了 600 万元减值准备,该项诉讼不会对公司发行上市构成实质性影响。

除上述诉讼外,截至本招股意向书签署日,发行人无其他对公司的财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项,无任何可预见的重大诉讼和仲裁事项。

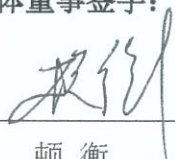
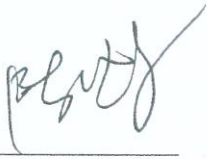

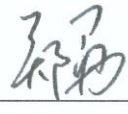
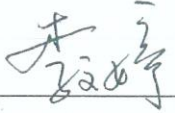
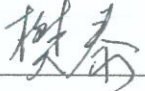
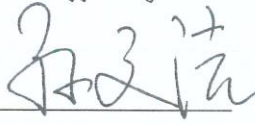
除上述股权转让纠纷诉讼案件外,发行人及其全资子公司、持有发行人 5% 以上股份的股东、发行人的控股股东及发行人实际控制人目前均不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件。

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事与高级管理人员的声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股意向书不存在虚假记载、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。因本公司招股意向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。

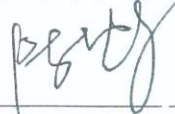
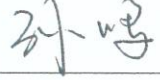
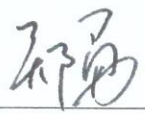

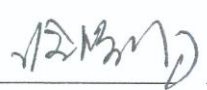
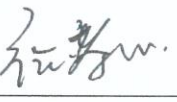
全体董事签字：

			
顿 衡	陈宽余	孙 鸣	郑 勇
			
李文婷	樊 泰	孙文洁	

全体监事签字：

		
税 翎	屈在宏	王 浩

高级管理人员签字：

		
陈宽余	孙 鸣	郑 勇
		
陈 岗	冷晓翔	张黎红

北京指南针科技发展股份有限公司

2019年10月29日



二、保荐人（主承销商）声明

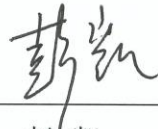
本公司已对招股意向书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。若因本公司为发行人首次公开发行制作、出具文件中有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

法定代表人签字：

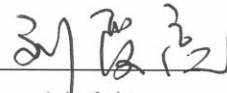


王松（代）

保荐代表人签字：

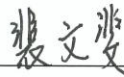


彭凯



刘爱亮

项目协办人签字：



裴文斐



国泰君安证券股份有限公司

2019年10月29日

保荐人（主承销商）董事长、总裁声明

本人已认真阅读北京指南针科技发展股份有限公司招股意向书的全部内容，确认招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股意向书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总裁签字：



王松

董事长签字：



王松（代）



国泰君安证券股份有限公司

2019年10月28日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股意向书，确认招股意向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意向书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股意向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、完整性和及时性承担相应的法律责任。

经办律师签字：

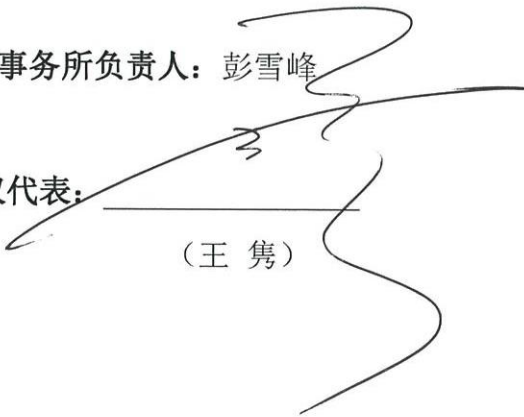

韩光


陈晖


邹晓东

律师事务所负责人：彭雪峰

授权代表：


(王隽)



2019年10月28日

四、会计师事务所声明


本所及签字注册会计师已阅读招股意向书，确认招股意向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意向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，确认招股意向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。

签字注册会计师签字：


韩瑞红


朱小娃

会计师事务所负责人签字：


徐华

致同会计师事务所（特殊普通合伙）


2019年10月29日

五、验资复核机构声明

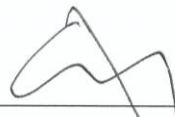
本所及签字注册会计师已阅读招股意向书，确认招股意向书与本所出具的验资复核报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股意向书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师签字：


韩瑞红


朱小娃

会计师事务所负责人签字：


徐华

致同会计师事务所（特殊普通合伙）



六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读《北京指南针科技发展股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股意向书》，确认招股意向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意向书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股意向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。

签字资产评估师：

马颜

马 颜

王新涛

王新涛

资产评估机构法定代表人：

闫金山

闫金山

北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）



2019年10月29日

第十三节 附件

一、备查文件

- 1、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
- 2、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
- 3、发行人控股股东、实际控制人对招股意向书的确认意见
- 4、财务报表及审计报告
- 5、内部控制鉴证报告
- 6、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表
- 7、法律意见书及律师工作报告
- 8、公司章程（草案）
- 9、中国证监会核准本次发行的文件
- 10、其他与本次发行有关的重要文件

二、查阅地点及时间

1、发行人

查阅地点：北京指南针科技发展股份有限公司

办公地点：北京市昌平区七北路 42 号院 TBD 云集中心 2 号楼 A 座

查阅时间：工作日上午 9:00-11:30，下午 2:00-5:00

联系人：孙鸣

电话：010-82559889

2、保荐机构

查阅地点：国泰君安证券股份有限公司

办公地点：北京市西城区金融大街甲 9 号金融街中心南楼 16 层

查阅时间：工作日上午 9:00-11:30，下午 2:00-5:00

联系人：彭凯、刘爱亮

电话：010-83939888