



广东天龙科技集团股份有限公司

GUANGDONG TLOONG TECHNOLOGY GROUP CO., LTD.

(广东省肇庆市金渡工业园内)

2021 年度创业板向特定对象发行股票

募集说明书

(申报稿)

保荐机构（主承销商）



东莞证券股份有限公司
DONGGUAN SECURITIES CO., LTD

(注册地址：东莞市莞城区可园南路一号)

二零二一年九月

声 明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本募集说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

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

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

特别提示

本部分所述词语或简称与本募集说明书“释义”所述词语或简称具有相同含义。

一、公司本次发行的相关事项已经公司第五届董事会第二十八次会议、第五届董事会第三十次会议和 2020 年年度股东大会审议通过。根据有关法律、法规、规章及规范性文件的规定，本次向特定对象发行股票尚需通过深交所审核，并获得中国证监会作出同意注册的决定后方可实施。

二、公司本次发行的发行对象不超过 35 名，为符合中国证监会规定条件的法人、自然人或者其他合法投资组织。证券投资基金管理公司以其管理的 2 只以上基金认购的，视为一个发行对象。信托投资公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

本次发行尚未确定发行对象，公司在取得深交所审核通过并经中国证监会同意注册后，将根据申购报价的情况，以价格优先的方式确定发行对象。所有发行对象均以同一价格认购本次发行的股票，且均以现金方式认购。若国家法律、法规对向特定对象发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

三、本次向特定对象发行股票数量按照本次向特定对象发行募集资金总额除以发行价格确定，且发行数量不超过本次向特定对象发行前公司总股本的 30%（含本数），即不超过 225,060,585 股（含本数），并以中国证监会同意注册的批复文件为准。最终发行数量将在本次发行经过深交所审核通过并获得中国证监会同意注册的批复后，由公司董事会根据股东大会的授权及发行时的实际情况，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。单个发行对象及其一致行动人认购本次发行的股票后合计持有的公司股票数量不得超过本次发行完成后公司总股本的 10%。若公司股票在董事会决议日至发行日期间发生派送股票股利、资本公积金转增股本、配股等除权事项，本次向特定对象发行股票数量上限将作相应调整。

四、本次发行的定价基准日为公司本次向特定对象发行股票发行期首日。本次发行的发行价格不低于本次向特定对象发行的定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 80%（定价基准日前 20 个交易日股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日股票交易总量）。最终发行价

格将在本次发行获得深交所审核通过并经中国证监会同意注册后，按照中国证监会等有权部门的规定，根据特定发行对象申购报价的情况，遵照价格优先原则，由公司董事会根据股东大会的授权与保荐机构（主承销商）协商确定。

五、发行对象认购本次发行的股票自发行结束之日起，六个月内不得转让。发行对象基于本次交易所取得公司股票因公司分配股票股利、资本公积转增等情形所衍生取得的股票亦应遵守上述股票锁定安排。

六、公司本次向特定对象发行募集资金总额预计不超过 100,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后将全部用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金金额
1	全链路智能化广告内容生产平台建设项目	61,012.33	50,000.00
2	广告生产制作要素收集与交易系统项目	20,113.62	20,000.00
3	补充流动资金	30,000.00	30,000.00
合计		111,125.95	100,000.00

在本次向特定对象发行股票募集资金到位前，公司可根据项目需要以自有资金、银行贷款等方式自筹资金进行先期投入，并在募集资金到位后根据有关法律法规要求对先期投入予以置换。本次向特定对象发行股票募集资金到位后，若本次发行实际募集资金净额小于上述项目拟投入募集资金总额，在不改变拟投资项目的前提下，董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入金额、优先顺序进行适当调整，资金缺口由公司通过自筹方式解决。

七、根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发〔2013〕110号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告〔2015〕31号）等文件的要求，公司第五届董事会第二十八次会议和2020年年度股东大会审议并通过了《关于向特定对象发行A股股票摊薄即期回报及填补措施和相关主体承诺的议案》，相关责任主体出具了《关于公司填补回报措施能够得到切实履行的承诺函》。相关措施及承诺请参见本募集说明书“第九节 董事会声明与承诺”。同时，公司特别提醒投资者制定填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

八、本次向特定对象发行完成后，公司的新老股东按持股比例共同分享公司本次发行前滚存的未分配利润。

九、本次发行方案的实施不会导致公司股权分布不具备上市条件，也不会导

致本公司的控股股东和实际控制人发生变化。

十、本次发行方案最终能否通过深交所审核，并获得中国证监会作出同意注册的决定，尚存在较大的不确定性，提醒投资者注意相关风险。

目 录

声 明	1
特别提示	2
目 录	5
释 义	7
第一节 与本次发行相关的风险因素	9
一、募集资金投资项目风险	9
二、发行人受到行政处罚风险	9
三、发行人受到监管措施、监管处分风险	9
四、管理层受到监管措施、纪律处分风险	10
五、税收优惠依赖的风险	10
六、行业监管和产业政策风险	11
七、市场竞争风险	12
八、宏观经济波动风险	12
九、信息技术产业发展的风险	12
十、应收账款风险	12
十一、媒体依赖风险	13
十二、化工业务市场价格波动风险	13
十三、诉讼或仲裁风险	13
十四、本次发行摊薄即期回报的风险	13
十五、审批风险	13
十六、股市波动风险	14
十七、新型冠状病毒肺炎疫情影响经营业绩的风险	14
第二节 发行人基本情况	15
一、基本情况	15
二、股权结构、控股股东及实际控制人情况	16
三、所处行业的主要特点及行业竞争情况	17
四、主要业务模式、产品或服务的主要内容	43
五、财务性投资情况	57

六、未决诉讼或仲裁与行政处罚情况	59
七、现有业务发展安排及未来发展战略	76
第三节 本次证券发行概要	78
一、本次发行的背景和目的	78
二、发行对象及与发行人的关系	80
三、本次发行方案概要	80
四、本次发行是否构成关联交易	83
五、本次发行是否将导致公司控制权发生变化	83
六、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序	83
七、本次发行股票方案的实施是否可能导致股权分布不具备上市条件 ...	84
第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析.....	85
一、本次向特定对象发行股票募集资金使用计划	85
二、全链路智能化广告内容生产平台建设项目	85
三、广告生产制作要素收集与交易系统项目	114
四、补充流动资金	129
第五节 本次募集资金收购资产的有关情况	133
第六节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析.....	134
一、本次发行完成后，上市公司的业务及资产的变动或整合计划	134
二、本次发行完成后，上市公司控制权结构的变化	134
三、本次发行完成后，上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人从事的业务存在同业竞争或潜在的同业竞争的情况	134
四、本次发行完成后，上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人可能存在的关联交易的情况	134
第七节 历次募集资金运用	136
第八节 与本次发行相关的声明	137
第九节 董事会声明与承诺	152
一、董事会关于除本次发行外未来十二个月内是否有其他股权融资计划的声明	152
二、关于本次发行摊薄即期回报的风险提示及填补回报措施	152

释 义

本募集说明书中，除非上下文另有规定，下列简称具有如下含义：

上市公司、公司、天龙集团、发行人	指	广东天龙科技集团股份有限公司，曾用名“广东天龙油墨集团股份有限公司”
本次发行、本次向特定对象发行	指	广东天龙科技集团股份有限公司 2021 年度创业板向特定对象发行股票的行为
本募集说明书	指	广东天龙科技集团股份有限公司 2021 年度创业板向特定对象发行股票募集说明书
广东天龙	指	广东天龙油墨有限公司，系天龙集团全资子公司
成都天龙	指	成都天龙油墨有限公司，系天龙集团全资子公司
杭州天龙	指	杭州天龙油墨有限公司，系天龙集团全资子公司
北京天虹	指	北京市天虹油墨有限公司，系天龙集团全资子公司
上海亚联	指	上海亚联油墨化学有限公司，系天龙集团全资子公司
青岛天龙	指	青岛天龙油墨有限公司，系天龙集团全资子公司
天龙精细化工	指	广东天龙精细化工有限公司，系天龙集团控股子公司
云南天龙	指	云南天龙林产化工有限公司，曾用名“云南林缘林产化工有限公司”，系天龙集团控股子公司
美森源林产	指	云南美森源林产科技有限公司，系天龙集团控股子公司
松源林产	指	广西金秀松源林产有限公司，系天龙集团控股子公司
北京智创	指	北京智创无限广告有限公司，系天龙集团全资子公司
优力互动	指	北京优力互动数字技术有限公司，系天龙集团全资子公司
香港天龙	指	香港天龙国际传媒有限公司，系天龙集团全资子公司
广州橙果	指	广州橙果广告有限公司，系天龙集团控股子公司
三影互动	指	北京三影互动科技有限公司，系天龙集团控股子公司，天龙集团持股比例 51%，品众创新持股比例 49%
快道互动	指	北京快道互动网络科技有限公司，系天龙集团控股子公司
品众创新	指	指北京品众创新互动信息技术有限公司，曾用名“北京煜唐联创信息技术有限公司”，系天龙集团全资子公司，“品众互动”为品众创新所属的业务主体主要经营品牌
品众互动	指	北京品众互动网络营销技术有限公司，系天龙集团全资子公司品众创新之全资子公司
北京吉狮	指	北京吉狮互动网络营销技术有限公司，系天龙集团全资子公司品众创新之全资子公司
广东品众	指	广东品众互动网络营销技术有限公司，系天龙集团全资子公司品众创新之全资子公司

上海奇搜	指	上海奇搜网络科技有限公司，系天龙集团全资子公司品众创新之全资子公司
江苏品致	指	江苏品致互娱网络科技有限公司，系天龙集团全资子公司品众创新之全资子公司
杭州品众	指	杭州品众互动商务服务有限公司，系天龙集团全资子公司品众创新之全资子公司
上海品慧	指	上海品慧商务服务有限公司，曾用名“上海梓奇信息科技有限公司”，系天龙集团全资子公司品众创新之全资子公司
上海品众	指	上海品众企业发展有限公司，系天龙集团全资子公司品众创新之全资子公司
海南乾乾	指	海南乾乾网络科技有限公司，系天龙集团全资子公司品众创新之控股子公司
年年有娱	指	指天津年年有娱信息技术有限公司，系天龙集团全资子公司优力互动之控股子公司
海南快道	指	海南快道互动网络科技有限公司，系天龙集团控股子公司快道互动之全资子公司
海南品众	指	海南品众互动网络营销技术有限公司，系天龙集团二级全资子公司品众互动之全资子公司
海南吉狮	指	海南吉狮互动网络营销技术有限公司，系天龙集团二级全资子公司北京吉狮之全资子公司
巨量引擎	指	系字节跳动旗下的官方营销服务品牌，整合了今日头条、抖音、西瓜视频等营销资源的广告投放平台
保荐机构、主承销商、东莞证券	指	东莞证券股份有限公司
发行人会计师、大华	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、华商	指	广东华商律师事务所
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
《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》
《管理办法》	指	《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》
《发行监管问答》	指	《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》
《股票上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则》
报告期	指	2018年度、2019年度、2020年度和2021年1-6月
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

注：本募集说明书除特别说明外所有数值保留2位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入所致

第一节 与本次发行相关的风险因素

一、募集资金投资项目风险

（一）实施风险

本次拟向特定对象发行股票募集资金总额不超过 100,000.00 万元（含本数），在扣除发行费用后将全部用于如下项目：（1）全链路智能化广告内容生产平台建设项目；（2）广告生产制作要素收集与交易系统项目；（3）补充流动资金。

公司已就上述项目进行了充分的市场调研，对行业发展情况、项目市场空间、政策环境和投资收益等方面进行了充分严格的可行性分析，但是上述项目实施过程中仍存在一定的不确定性。若行业发展情况、项目市场空间不及预期，项目政策环境发生不利变化，或项目建成后市场对项目服务内容、新技术运用接受程度不及预期，可能导致公司无法按计划顺利实施募投项目并实现预期效益；同时若项目建设不能按预定计划推进和完工，也会影响到预期投资效益的实现。本次募集资金项目客观上存在项目不能如期完成或不能实现预期收益的风险。

（二）管理风险

本次募集资金投资项目建成后，公司的资产规模和业务规模预计将大幅增加，需要公司在资源整合、市场开拓、产品研发与质量管理、财务管理、内部控制等诸多方面进行调整，对各部门工作的协调性、严密性、连续性也提出了更高的要求，在一定程度上增加了公司的管理风险。

二、发行人受到行政处罚风险

上市公司的子公司报告期内存在受到相关政府部门行政处罚的情形，公司针对相应处罚情况执行了相应的整改，包括规范管理制度、检查内控制度执行情况、要求相关员工反思检讨等。但是若相关管理制度未执行到位，或是相关工作人员在具体工作过程中没有执行相关制度要求，则公司及其子公司未来仍可能受到相关政府部门的行政处罚，对公司及其子公司的声誉和日常经营造成一定影响。

三、发行人受到监管措施、监管处分风险

上市公司近三年存在被采取监管措施、纪律处分的情况，上述监管措施、纪

律处分的事项不属于被中国证监会行政处罚或被证券交易所公开谴责的情形，且上市公司已完成整改，上述事项不构成本次发行障碍。

根据广东证监局《现场检查通知书》（[2020]88号），广东证监局已于2020年11月对上市公司定期报告编制、公司治理、内部控制和信息披露等情况进行现场检查，目前尚未下发检查结果。

截至本募集说明书出具之日，上市公司未因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查，本次发行不存在《管理办法》第十一条第四项规定的情形。

若上市公司未来未严格遵守公司治理和内部控制相关制度，未根据《上市公司信息披露管理办法》切实履行信息披露义务，或上述广东证监局现场检查认定上市公司存在违规情形，公司仍存在被再次监管的风险，可能对公司规范运作造成不利影响。

四、管理层受到监管措施、纪律处分风险

上市公司现任董事、高级管理人员近三年存在被采取监管措施、纪律处分的情况，监管措施、纪律处分不属于被中国证监会行政处罚或被证券交易所公开谴责的情形，相关人员已完成整改，上述事项不构成本次发行障碍。

截至本募集说明书出具之日，上市公司董事、监事和高级管理人员未因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查，本次发行不存在《管理办法》第十一条第四款规定的情形。

若未来发行人管理层未勤勉尽责或未深刻理解《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》及其他法律法规，仍存在被再次监管的风险，可能对公司生产经营造成不利影响。

五、税收优惠依赖的风险

报告期内，公司享受的增值税进项税加计抵减税收优惠金额分别为0万元、3,290.54万元、5,583.19万元和2,440.10万元，占利润总额的比例分别为0%、32.04%、35.94%和26.92%。

根据《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）规定，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额加计 10%，抵减应纳税额。公司互联网营销子公司属于生产性服务行业范围，自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，享受增值税可抵扣进项税额加计抵减的税收优惠。

2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，上述增值税进项税加计抵减税收优惠金额占利润总额的比例较高，对净利润影响较大，公司对上述增值税进项税加计抵减税收优惠存在一定的依赖性。上述税收优惠于 2021 年 12 月 31 日到期，若税务主管部门届时未对上述政策进行延期或实施新的税收优惠政策，或若未来公司通过日常生产经营活动实现的营业收入和净利润低于预期，将对公司的经营业绩产生一定的不利影响。

六、行业监管和产业政策风险

互联网营销行业属于新兴行业，国家相继出台多项政策文件，对该行业的发展给予支持和鼓励，如《中国国民经济和社会发展第十三个五年（2016-2020 年）规划纲要》《广告产业发展“十三五”规划》等。目前互联网营销行业政策监管程度较低，如未来出台新的法律法规、行业监管政策、行业自律规则，加强对互联网营销行业和互联网媒体的监管，可能在一定程度影响互联网营销行业的运营和发展。若互联网营销相关产业政策在未来进行调整或更改，也会给公司的业务发展带来一定影响。

公司互联网营销业务的下游主要为网络服务、金融、游戏、汽车、软件、电商、旅游、教育等行业客户，依托于公司的品牌优势，公司形成了相对合理的客户结构，保持经营稳定。如果下游行业的监管和产业政策发生重大不利变化，亦会对公司互联网营销业务发展造成不利影响。近年来，网络游戏行业受到国家政策和政府相关部门的严格监管，针对游戏研发、出版、运营实行较为严格的资质管理及内容审查等监管措施，游戏行业发展趋缓。2020 年以来，教育培训行业监管环境不断趋严，在证照审批、机构营业许可及业务管理等方面不断加强监管，2021 年 7 月 24 日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》，对教育培训行业造成冲击。游戏、教育培训行业监管和产业政策风险可能向上游传导并对公司业务造成一定影响。

近年来，国家政策倡导绿色发展，环保监管日趋严格。公司所从事的精细化

工业务在生产过程中会产生一定污染物，这要求公司增加经费投入建设相关环保基础设施，加强环保及安全生产管理，同时要求公司进一步增加研发投入研发绿色环保产品。若公司出现管理疏忽或操作失误等导致公司污染物排放不符合国家环保标准或发生环保事故，将对公司的声誉及盈利造成不利影响或导致相关处罚支出。

七、市场竞争风险

互联网营销行业市场化程度高，行业集中度较低，市场竞争较为激烈。数字营销行业市场空间扩大可减小行业竞争的激化程度，但如果市场空间不能按预期扩大、或出现更多的市场进入者，市场竞争将更加激烈。公司如果不能持续获取优质客户、开发流量渠道资源、引进优秀人才、扩大业务规模和增强资本实力，则可能面临竞争优势被削弱、盈利空间被压缩的风险。

八、宏观经济波动风险

互联网营销行业与国家宏观经济运行状况关系密切，消费者的购买能力、企业广告预算投入与国家宏观经济具有较高相关性。当国家经济稳定发展时，消费者的购买力较强，广告主倾向于加大广告预算投入；当国家经济增长停滞或发生衰退，消费者购买力下降，广告主自身经营效益欠佳，通常会减少广告预算投入。如果宏观经济增速持续放缓，相关基础行业的增速可能受到相应影响，将有可能影响整个数字营销行业的发展，进而影响公司的业务和经营。

九、信息技术产业发展的风险

数字营销行业依托于信息技术平台和工具，其发展与信息技术产业的发展密切相关。信息技术产业尤其是互联网产业的波动与发展对公司的业务模式及经营情况影响较大。若公司未来不能把握相关产业的发展趋势，及时进行技术、业务等创新，则可能对公司成长性造成影响。

十、应收账款风险

基于互联网营销业务的业务特征，公司对于大型客户一般会给予一定信用期，由此形成了大额的半年以内的应收账款。报告期各期末，公司应收账款余额分别为 126,172.70 万元、169,721.56 万元、198,975.25 万元和 209,674.13 万元，随着公司销售规模继续扩大，公司应收账款余额可能进一步上升。公司广告

投放量大、应收账款占比余额较高的均为国内外知名客户，这部分客户自身有着良好的内部控制，能够按期付款，发生坏账的可能性较小。若未来公司无法及时回收应收账款，可能造成公司经营现金流紧张或短缺，进而影响公司经营。

十一、媒体依赖风险

公司是巨量引擎、腾讯、百度、vivo、360 和 OPPO 等主流媒体的重要代理商，报告期内，公司对前五大供应商的采购比例分别为 68.12%、79.55%、84.64% 和 84.21%，对主流媒体的采购持续保持较高比例。若上述主流媒体的行业政策、经营政策和服务商政策（包括返点政策等）变更，或者媒体的经营状况发生较大变动，将直接对公司经营业绩产生影响。

十二、化工业务市场价格波动风险

公司精细化工产品原材料占成本比例较高，其中油墨化工主要原材料为树脂、颜料和助剂，皆为石化下游产品，其价格走势与石油大宗商品价格高度相关。同时，精细化工产品受市场供需匹配程度、周期性因素等影响，产品价格弹性较大。若公司精细化工主要原材料和产品价格发生不利波动，将直接影响公司的效益水平。

十三、诉讼或仲裁风险

截至本募集说明书出具之日，公司存在 5 起 500 万元以上的重大诉讼、仲裁案件，系公司业务经营过程中发生的合同纠纷，均为公司为催收客户欠款而作为原告主动提起的诉讼，若公司在上述诉讼或其他日常经营过程涉及的诉讼中败诉，将会对公司的经营业绩造成一定的不利影响。

十四、本次发行摊薄即期回报的风险

本次发行完成后，公司的总股本和净资产将会增加，但募集资金投资项目产生经济效益需要一定的时间，短期内公司的每股收益、净资产收益率等指标存在摊薄的风险，特此提醒投资者关注本次发行摊薄即期回报的风险。

十五、审批风险

本次发行能否取得深交所审核通过并经中国证监会同意注册，以及最终取得深交所审核通过并经中国证监会同意注册的时间均存在不确定性。

十六、股市波动风险

本次发行将对公司的生产经营和财务状况产生一定影响，公司基本面情况的变化将会影响股票价格。同时，国家宏观经济形势、重大政策、国内外政治形势、股票市场的供求变化以及投资者的心理预期都会影响股票的价格，给投资者带来风险，提醒投资者注意相关风险。

十七、新型冠状病毒肺炎疫情影响经营业绩的风险

2020 年春节前后，全国多地相继发生新型冠状病毒肺炎疫情，全国各省、市相继启动了重大突发公共卫生事件一级响应，采用较为严格的管控措施进行疫情防控，国内疫情整体已经得到有效控制。

目前，公司油墨化工和林产化工业务已全部复工复产，生产经营状况较为稳定；公司互联网营销业务中旅游、出行等客户广告投放受到一定程度影响。公司已执行“常态化”抗疫政策，将疫情防控落实到日常生产经营活动中，切实避免感染事件。目前疫情的持续时间及对公司业务影响的具体数据暂无法准确预计，如突发感染病例，将对公司业务开展造成影响，进而影响公司经营业务，敬请投资者注意投资风险。

第二节 发行人基本情况

一、基本情况

中文名称：广东天龙科技集团股份有限公司

英文名称：GUANGDONG TLOONG TECHNOLOGY GROUP CO., LTD.

股票上市地：深圳证券交易所

成立日期：2001年1月2日

上市日期：2010年3月26日

统一社会信用代码：91441200726484120B

证券简称：天龙集团

证券代码：300063

法定代表人：冯毅

董事会秘书：王晶

注册地址：广东省肇庆市金渡工业园内

办公地址：广东省肇庆市金渡工业园内

互联网网址：www.tloongroup.com

联系电话：0758-8507810

传真号码：0758-8507823

经营范围：研发、生产、销售：油墨、化工原料（以上产品除塑料油墨外，不含其他化学危险品）；网络技术开发、技术服务；数据处理和存储服务；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；以自有资金从事实业投资、产业投资、项目投资、创业投资、股权投资；企业总部管理；广告设计、制作、代理、发布；信息咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）。（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）

二、股权结构、控股股东及实际控制人情况

（一）股权结构情况

1、发行人股本结构

截至 2021 年 6 月 30 日，公司的股本结构如下：

类别	股份数量（股）	股份比例
限售流通股份	145,676,200	19.42%
无限售流通股份	604,525,750	80.58%
股本总额	750,201,950	100.00%

2、发行人前十大股东持股情况

截至 2021 年 6 月 30 日，公司前十大股东持股情况如下：

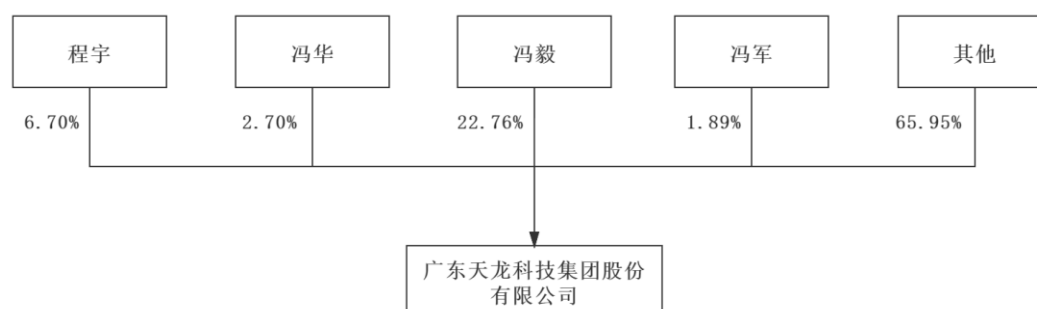
序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	冯毅	170,724,933	22.76%
2	程宇	50,231,133	6.70%
3	冯华	20,225,000	2.70%
4	上海进承投资管理中心（有限合伙）	17,150,000	2.29%
5	北京通冠资本管理有限公司	17,088,800	2.28%
6	张霞	14,291,997	1.91%
7	冯军	14,150,000	1.89%
8	常州长平企业管理咨询有限公司	8,250,040	1.10%
9	王娜	5,750,000	0.77%
10	金克馨	2,951,500	0.39%
	合计	320,813,403	42.76%

注：上述股东中，冯毅、冯华和冯军为胞兄弟关系，为一致行动人；北京通冠资本管理有限公司与常州长平企业管理咨询有限公司，存在关联关系，均为江阴植乾企业管理咨询有限公司全资子公司。

（二）控股股东及实际控制人情况

1、公司股权结构

截至 2021 年 6 月 30 日，公司股权结构情况如下：



2、实际控制人基本情况

截至 2021 年 6 月 30 日，公司股份总数为 750,201,950 股，冯毅持有公司股份 170,724,933 股，占公司总股本的 22.76%，为公司的控股股东和实际控制人。冯华持有公司股份 20,225,000 股，占公司总股本的 2.70%；冯军持有公司股份 14,150,000 股，占公司总股本的 1.89%。冯毅、冯华和冯军为胞兄弟关系，为一致行动人，合计持有公司 27.34% 的股份。

冯毅先生，1965 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，EMBA 学历，中国油墨协会副理事长，十三届全国人大代表。2007 年至今任天龙集团董事长，现兼任公司总经理、二级全资子公司品众互动执行董事等 14 项职务。

三、所处行业的主要特点及行业竞争情况

（一）行业监管体制及相关政策

1、互联网营销板块

（1）行业分类

根据证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司互联网营销板块业务属于“L72 商务服务业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司互联网营销板块业务属于“L72 商务服务业”中“L7251 互联网广告服务”。

（2）主管部门

互联网营销服务是以互联网（含移动互联网）为基础，利用网络媒体来实现营销目标的新型市场营销方式。由于互联网营销服务的跨行业特征，受到互联网行业和广告行业的双重监管。

互联网的主管部门主要包括工信部及各省、自治区、直辖市通信管理局（电信管理机构），工信部主要负责拟定并组织实施行业规划、产业政策和标准，通信管理局指导推进信息化建设。

（3）产业政策

互联网营销服务涉及的主要法律法规和政策如下：

序号	时间	发布单位	法律法规和政策	重要内容或影响
1	2021.4	全国人民代表大会	《中华人民共和国广告法（2021）》	主要目的在于规范广告市场，促进广告业的健康发展，保护消费者的合法权益，维护社

		常务委员会	修正》	会经济秩序，发挥广告在社会主义市场经济中的积极作用。广告主、广告经营者、广告发布者在中华人民共和国境内从事广告活动，应当遵守本法。
2	2016.9	国家工商行政管理总局	《互联网广告管理暂行办法》	明确互联网广告概念，并划分为五类互联网广告，明确付费搜索广告等五类必须标明“广告”；广告媒介平台也有制止发布违法广告的义务；明确广告活动参与各方义务和责任；确定以广告发布者所在地管辖为主，以广告主所在地、广告经营者所在地管辖为辅等规定。
3	2016.7	国家工商总局	《广告产业发展“十三五”规划》	支持广告业与互联网产业融合发展，规范数字广告程序化交易管理，建立新的数字广告生态。鼓励广告业以“互联网+广告”为核心，实现跨媒介、跨平台、跨终端整合服务。
4	2016.2	国务院	《中华人民共和国电信条例（2016）修订》	规范电信市场秩序，维护电信用户和电信业务经营者的合法权益，保障电信网络和信息的安全，促进电信业的健康发展。电信业务经营者应当依法经营，遵守商业道德，接受依法实施的监督检查。电信业务经营者应当为电信用户提供迅速、准确、安全、方便和价格合理的电信服务。电信网络和信息的安全受法律保护。
5	2011.1	国务院	《互联网信息服务管理办法（2011）修改》	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。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。
6	2010.3	国家工商行政管理总局	《关于深入贯彻落实科学发展观积极促进经济发展方式加快转变的若干意见》	大力促进广告业转变发展方式。支持广告企业跨行业、跨地区、跨媒体和跨所有制进行资产重组；支持符合条件的优质广告公司上市融资，优先推动科技型、创新型广告公司上市；支持和引导互联网、移动网、楼宇视频等新兴媒体发挥自身优势，开发新的广告发布形式，提升广告策划、创意、制作水平，拓展广告产业新的增长点。
7	2006.3	国务院	《2006-2020年国家信息化发展战略》	我国信息化发展的具体目标包括促进经济增长方式的根本转变。广泛应用信息技术，改造和提升传统产业，发展信息服务业，推动经济结构战略性调整。制定政策措施，引导和鼓励网络媒体信息资源建设，开发优秀的信息产品，全面营造健康的网络信息环境。

2、林产化工板块

（1）行业分类

根据证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司林产化工板块业务属于“C26 化学原料和化学制品制造业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司林产化工板块业务属于“C26 化学原料和化学制

品制造业”中“C2663 林产化学产品制造”。

(2) 主管部门

林产化工产品制造行业的监管部门主要包括发改委、安全生产监督管理局、生态环境部以及各地林业局。发改委对行业方向进行宏观调控，安全生产监督管理局负责产品制造的规范与安全，生态环境部负责规范行业的环境防治，林业局主要负责拟订林业产业国家及行业标准并监督实施，组织指导林化产品质量监督，保护松林资源的合理有序开发等。

(3) 产业政策

林产化工业务涉及的主要法律法规和政策如下：

序号	时间	发行单位	法律法规与政策	重要内容或影响
1	2016.3	国务院	《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》	加快突破新一代信息通信、新能源、新材料、航空航天、生物医药、智能制造等领域核心技术。
2	2014.11	国家林业局	《国家林业局关于加快特色经济林产业发展的意见》	鼓励各类工商资本、民间资本和其他社会资本投资兴办经济林企业。积极引导龙头企业向优势产区集中，创建经济林产业化示范基地，培育壮大区域优势主导产业。积极推广“公司+基地+农户”、“公司+合作经济组织+农户”等发展模式，提高生产组织化程度。
3	2012.7	国家林业局	《林业科学和技术“十二五”发展规划》	加快发展松脂精深加工、天然香料、生物农药和生物新材料开发等。重点发展粤桂琼闽赣等地区基地与产品系列加工一体化的林产化工骨干企业；强化川渝黔滇赣等地区松香、松节油、紫胶和香精香料等传统产品开发，提高产品的档次和质量。
4	2011.8	国家林业局	《林业发展“十二五”规划》	按照产业布局区域化、资源供给基地化、利用方向高值化、生产工艺清洁化、生产装备节能化、产品加工精深化的要求，加快发展松脂精深加工、天然香料、生物农药和生物新材料开发等。重点发展粤桂琼闽赣等地区基地与产品系列加工一体化的林产化工骨干企业；强化川渝黔滇赣等地区松香、松节油、紫胶和香精香料等传统产品开发，提高产品的档次和质量。

3、油墨化工板块

(1) 行业分类

根据证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司油墨化工板块业务属于“C26 化学原料和化学制品制造业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司油墨化工板块业务属于“C26 化学原料和化学制品制造业”中“C2642 油墨及类似产品制造”。

(2) 主管部门

油墨化工行业主要由政府部门负责监管、行业协会进行自律管理。

油墨行业的主管部门主要包括工信部、发改委、生态环境部，其中工信部负责产业政策和行业标准的制定，发改委对行业方向进行宏观调控，生态环境部负责规范行业的环境防治。

行业协会自律主要通过中国日用化工协会油墨分会进行管理，其前身是中国油墨工业协会，是经国家经济贸易委员会和中央人民政府轻工业部批准并已在国家民政部注册登记的全国性油墨协会。

(3) 产业政策

油墨化工业务涉及的主要法律法规和政策如下：

序号	时间	发文部门	法律法规和政策	重要内容或影响
1	2020.1	生态环境部	《印刷工业污染防治可行技术指南》（HJ1089-2020）	在污染防治技术部分重点提到了植物油基胶印油墨替代技术、辐射固化油墨替代技术、水性油墨替代技术、UV光油替代技术等。
2	2019.11	发改委	《产业结构调整指导目录》	“水性油墨、紫外光固化油墨、植物油油墨等节能环保型油墨生产”为鼓励类，“300吨/年以下的油墨生产总装置（利用高新技术、无污染的除外）”、“含苯类溶剂型油墨生产”、“用于凹版印刷的苯胺油墨”为淘汰类。
3	2018.11	国家统计局	《战略性新兴产业分类（2018）》	重点鼓励和推广使用节能环保油墨所在的“新材料产业”节能环保型油墨属于战略性新兴产业，受到行业政策支持。
4	2017.1	工信部	《中华人民共和国轻工业行业标准》	批准多项油墨行业标准，如QB/T5193-2017、QB/T2826-2017、QB/T2825-2017、QB/T2824-2017等。制定油墨行业相关标准，使行业朝着适应市场需求的方向发展。
5	2016.11	国务院	《关于印发“十三五”国家战略性新兴产业发展规划的通知》	要求扩大绿色印刷材料等规模化应用范围，鼓励新材料产业提质增效，提高产品附加值，打造新材料品牌，增强市场竞争力。
6	2016.8	工信部	《轻工业发展规划（2016-2020年）》	提出要推动日化工业向质量安全、绿色环保方向发展，重点发展低挥发性有机物（VOCs）植物油基的胶印油墨，低气味、低迁移、低能的紫外光固化油墨，水性装潢类油墨的市场比重。
7	2016.7	工信部、财政部	发布《关于印发重点行业挥发性有机物削减行动计划的通知》	明确油墨行业应重点研发推广使用低（无）VOCs的非吸收性基材的水性墨、单一溶剂型凹印油墨、辐射固化油墨；包装印刷行业应推广应用低（无）VOCs含量的绿色油墨、上光油等原辅材料。

8	2016.2	科技部、财政部、国家税务总局	《国家重点支持的高新技术领域》	将“数字印刷用油墨、墨水，环保型油墨，特殊印刷材料等制备技术”列入国家重点支持的高新技术领域重点扶持环保型油墨，环保型油墨行业迎来产业升级和新的发展机遇。
---	--------	----------------	-----------------	---

（二）行业发展概况

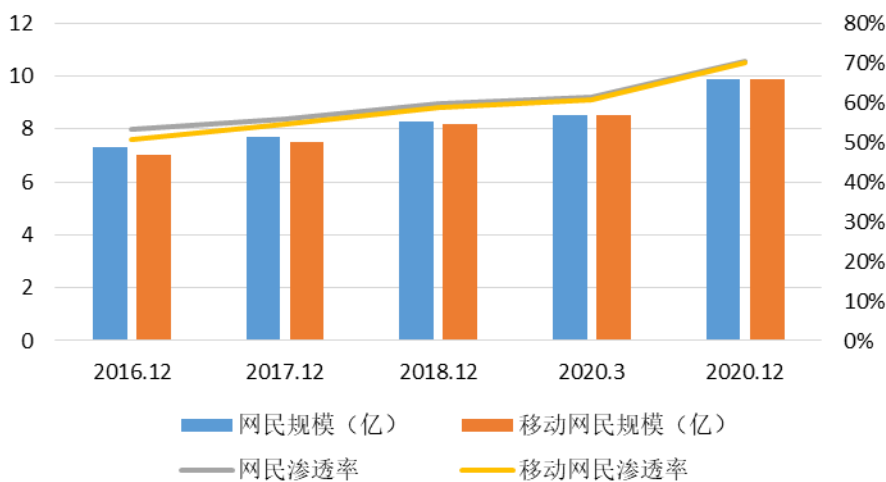
1、互联网营销市场状况

（1）互联网营销市场现状

①国内互联网整体环境

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）数据，2016至2020年中国网民规模以及移动网民规模呈逐年增长态势。截至2020年12月，中国互联网用户达到9.89亿，网民渗透率达70.4%；移动网民规模为9.86亿，移动网民渗透率达70.2%。高渗透率为互联网服务行业的发展提供了良好的基础，用户端的消费需求呈现出多样化，促进网络服务行业供给端的生态不断丰富。

2016-2020年中国网民及移动网民规模与渗透率



数据来源：CNNIC

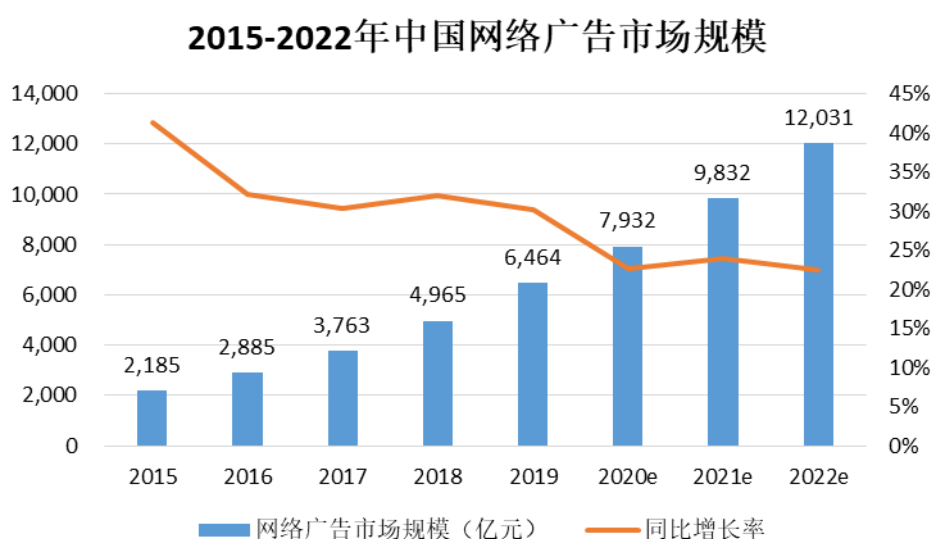
②市场规模现状

互联网用户是网络广告的直接受众，是我国社会经济中最活跃、消费意愿和消费能力较强的群体，与我国的主流消费人群高度吻合，营销价值非常高。因此，庞大的用户基数催生了我国网络广告业的快速崛起，并不断地冲击传统的广告方式，市场份额持续上升。

网络广告从2015年起经历了一段高速发展的时期，根据艾瑞咨询数据，中国网络广告市场规模从2015年的2,184.5亿元增长到2019年的6,464.3亿元，

年均复合增长率 31.16%，预计 2022 年市场规模将达到 12,031.4 亿元。

2015-2022 年中国网络广告市场规模情况如下：



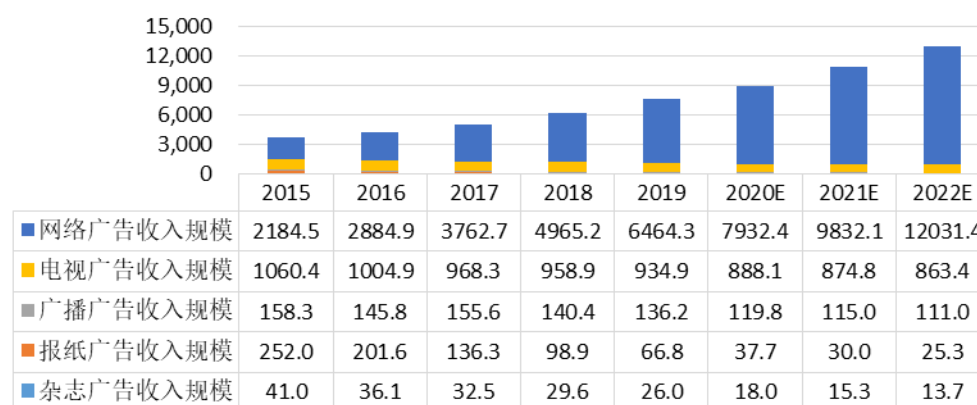
注：1、数据来源于艾瑞咨询；2、网络广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；3、此统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成。

(2) 互联网营销市场展望

①未来网络广告将成为主流

根据艾瑞咨询《2020 年中国网络广告市场年度洞察报告》，2019 年中国五大媒体广告收入规模达 7,628.1 亿元，其中网络广告收入规模达 6,464.3 亿元，占比 84.7%。受人们的触媒习惯、线上消费习惯以及网络媒体的使用频率增加等因素的共同作用，媒体广告收入规模将进一步向网络广告倾斜。

2015-2022年中国五大媒体广告收入规模及预测（亿元）



■ 网络广告收入规模 ■ 电视广告收入规模 ■ 广播广告收入规模
■ 报纸广告收入规模 ■ 杂志广告收入规模

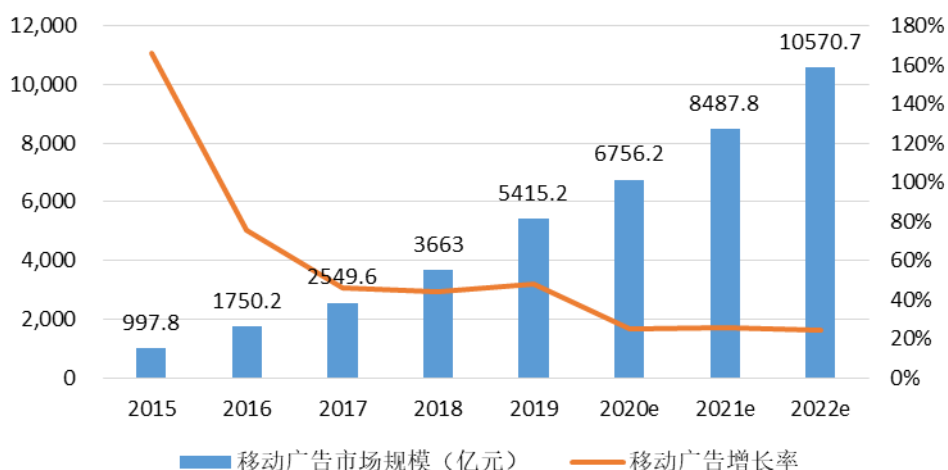
数据来源：艾瑞咨询

②网络广告市场结构调整

随着移动互联网技术不断发展、移动互联网基础设施以及智能手机等互联网移动终端的不断普及，我国移动互联网行业在近几年飞速发展，大量互联网用户从PC端向移动端转移。其中，以信息流广告为代表的移动互联网媒体凭借流量资源巨大、用户捕捉准确等特性深得广告主青睐。作为行业的新兴增长点，移动互联网营销行业的发展加快网络广告市场结构调整。

根据艾瑞咨询《2020年中国网络广告市场年度洞察报告》，2019年移动广告市场规模达到5,415.2亿元，占到互联网广告市场的83.8%，预计至2022年，中国移动广告市场规模将超万亿元。

2015-2022年中国移动广告市场规模



③互联网媒体营销形式不断更新，信息流广告和短视频是近年来市场的新兴增长点

基于大数据算法推荐的信息流广告，突破了传统广告位的空间限制，其原生的展现形式、精准的用户触达提升了广告转化效率，更有助于广告主的品牌传播。根据艾瑞咨询 2019 年 4 月发布的《中国信息流潜力市场展望报告》，预计 2020 年信息流广告市场仍将保持 45.00% 以上的增长率，规模将超过 2,500.00 亿元。

巨量引擎、腾讯等头部媒体作为流量领先的广告资源平台，汇集了大量的流量资源，产品形式更加多样化、场景化、生活化，进一步推动了信息流广告市场的发展。在信息流广告的市场份额中，以抖音为代表的短视频平台发展迅猛，强势锁定新生代消费主力，支持人群、兴趣、场景等多种方式，能够更好地让客户对品牌进行感知，完成推广目标。同时，配合直播内容营销，广告在短视频信息流和播放流中得以充分展现，有效触达目标用户。

根据中国网络视听节目服务协会 2020 年 10 月发布的《2020 中国网络视听发展研究报告》，截至 2020 年 6 月底，短视频用户规模 8.18 亿，网民使用率为 87.0%，短视频为仅次于即时通信的第二大网络应用，逐渐成为互联网底层应用。短视频新兴媒体的出现进一步丰富了营销模式，为互联网营销市场带来新的活力，预计以巨量引擎为主的短视频信息流平台将成为广告主更加青睐的广告投放平台。

④业态融合已成为互联网营销行业的发展趋势

近年来，短视频与新闻产业、电商产业、旅游产业等进行融合已成为互联网

广告行业的主要发展趋势之一，短视频的营销价值逐步被市场认知。短视频作为一种信息传播方式，正逐渐成为其他网络应用的基础功能。在产品展示或“种草”的过程中，短视频产生了极大的营销价值，备受广告主的青睐。

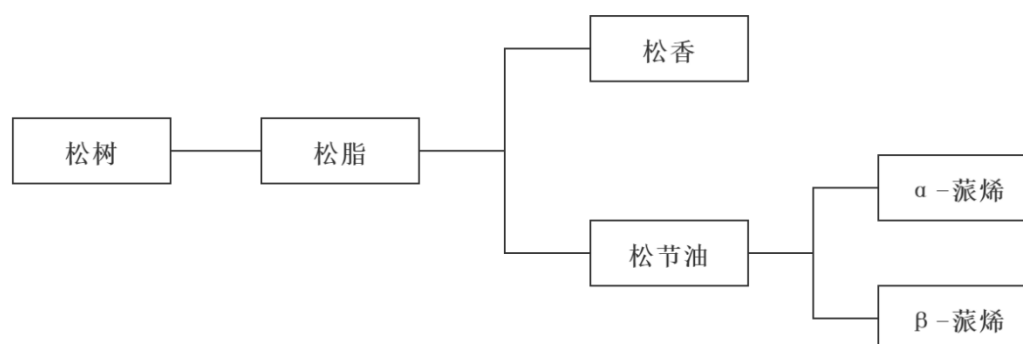
在新闻产业领域，短视频成为新闻报道的新选择。在受众注意力稀缺的当下，新鲜、有趣的新闻内容及报道形式更受欢迎。短视频新闻凭借“短、平、快”的特点，受众得以利用碎片化时间随时随地获取新闻资讯，从而增强了新闻报道的真实感和现场感。随着媒体融合的不断深入，短视频新闻报道异军突起，主流媒体纷纷布局短视频产业。

在电商产业领域，短视频已成为主流电商平台的标准配置。各大电商持续布局短视频业务，利用短视频生动形象地展示商品，促进消费者形成产品认知，激发用户需求，提升转化效率。

在旅游产业领域，短视频已成为旅游市场的新动力。近两年，短视频带火了一大批旅游景点，引领“打卡”时尚，短视频成为旅游业的重要营销手段。各大在线旅游平台纷纷打造短视频内容社区，引导用户创作短视频游记，增加平台流量，最终实现流量变现。

2、林产化工市场状况

林产化工是我国十大林业产业之一，产业规模近万亿元，是极具发展潜力的基础产业、绿色产业、富民产业和战略性新兴产业。其中，松脂——松香、松节油产业链是我国林产化工板块的重要支柱行业。



(1) 国内林产化工市场现状

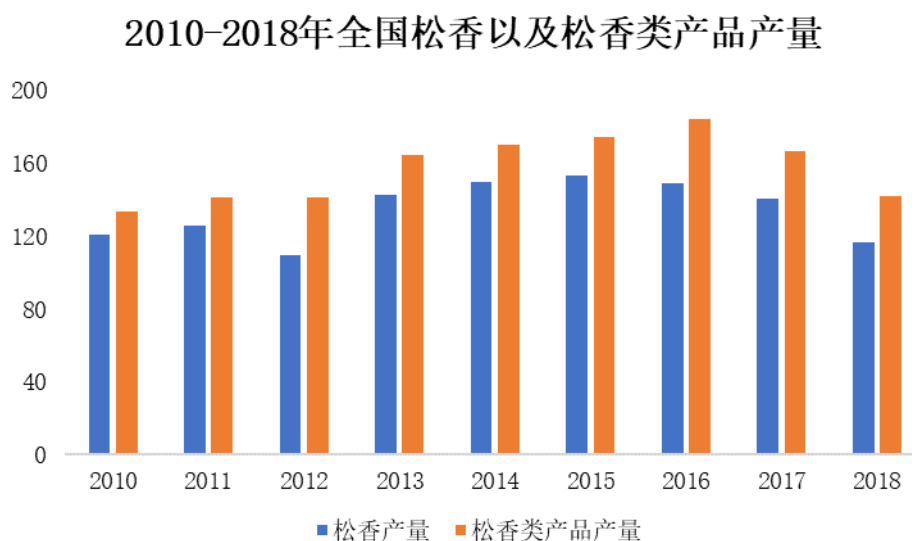
①国内松香及松香类产品产量情况

松香是多种树脂酸和少量脂肪酸、中性物质组成的复杂混合物，其中酸性物

质约占 90%，中性物质约占 5%~10%，其成分比例还随着松脂原料的产地和加工方法不同而略有差异，因而又细分为脂松香、木松香和浮油松香。其中脂松香是一种透明而硬脆的固体，有玻璃光泽，颜色由原料的品质和加工工艺而定，一般为浅黄色至红棕色，是具有热塑性的透明玻璃体物质。

松香是国民经济各生产部门一种重要物资，是林产工业的主导产品之一，主要可用于胶粘剂工业、油漆涂料、油墨工业、橡胶工业、电气工业等。

截至 2018 年，我国国内松香以及松香类产品产量如下：



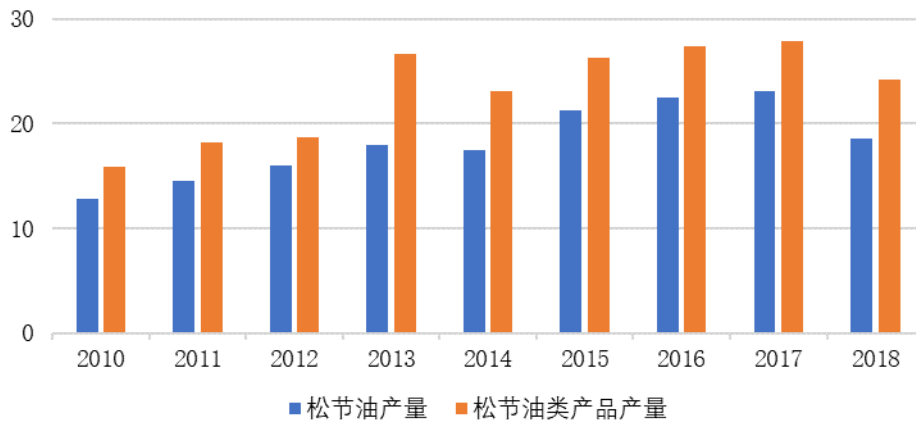
数据来源：中国林业网

②国内松节油及松节油类产品产量情况

松节油是松科松属植物分泌的松脂经过蒸馏得到的挥发油，是由萜烯类化合物组成的液体混合物，主要成分是 α -蒎烯和 β -蒎烯。松节油组分分子可以提供 C10 或 C15 分子骨架，并同时提供多元环及桥环、环外或环内双键等，具有活泼的化学反应性能和独特的芳香气味，因此成为重要的天然化工原料，特别是在合成樟脑、冰片等化学中间体和合成香料原料的生产过程中发挥着不可替代的作用。松节油主要运用于医用行业、农用行业、增塑剂行业等。

截至 2018 年全国松节油以及松节油产品产量如图：

2010-2018年全国松节油以及松节油类产品产量（单位：万吨）



数据来源：中国林业网

（2）林产化工市场展望

在经济增长、国家产业政策支持、下游行业稳定发展以及外资引进等多因素作用下，林产化工市场具有巨大的增长潜能。

①经济增长与产业政策共同驱动

目前，林产化工行业被国家纳入为鼓励的行业，且国家明确林产化工行业向着更加精细化方向进行发展，促进国内林产化工行业由低科技含量向高科技含量转变，结构趋同向突出特色转变，由传统的单纯利用木材向资源综合开发转变，由单一、传统型企业向联动、现代型企业转变。因此，行业内更多细分领域的市场容量将被开拓释放，整体市场将会扩容。

②下游行业需求稳定增长

公司所处的松香树脂行业经过长期发展，目前产品种类繁多，已被广泛应用于胶粘剂工业、油墨工业、油漆涂料工业、橡胶工业、造纸工业、医药工业及食品工业等领域。随着我国经济发展和松香树脂产品下游行业稳定发展，预计未来我国松香树脂产品市场需求将继续保持较快增长，市场空间广阔。

③外资引进

鉴于我国有丰富的松树松脂资源，大量外资集团将公司以及工厂直接设置在我国境内，加剧了国内市场的竞争，这将有利于淘汰资源利用效率较差的企业以及促进产业聚集，提高整体行业效率。同时，国外企业在林产化工行业起步早，

有丰富的行业经验和技術，有利于盘活业内生产要素，进一步扩大产能。

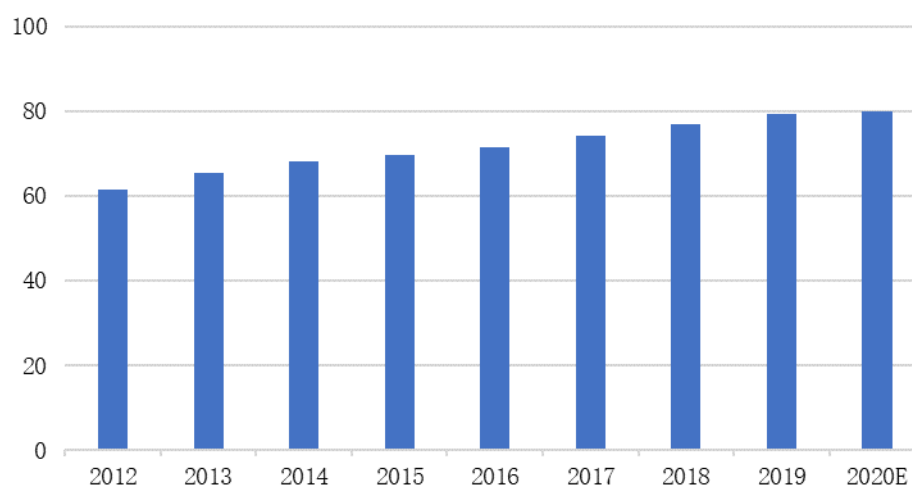
3、油墨化工市场状况

(1) 油墨市场现状

伴随着全球经济发展及科学技术进步，全球油墨制造业产量不断上升，行业集中度显著提高。根据中国产业信息网的分析，全球前 10 大油墨企业已占全世界 70% 以上的市场份额，美国、中国、日本和德国成为世界主要的油墨生产国和消费国。根据普华有策《2021-2026 年油墨行业细分市场分析与前景预测报告》，近年来，全球油墨年产量约为 420 至 450 万吨，其中我国油墨产量约占全球油墨总产量的 17%，已成为全球第二大油墨生产制造国。

根据中国油墨协会的数据，近年来我国油墨行业年产量整体呈现稳中有升的趋势，油墨年产量从 2012 年的 61.5 万吨增长至 2019 年的 79.4 万吨，预计 2020 年将达到 80 万吨。

2012-2020年中国油墨行业产量（单位：万吨）

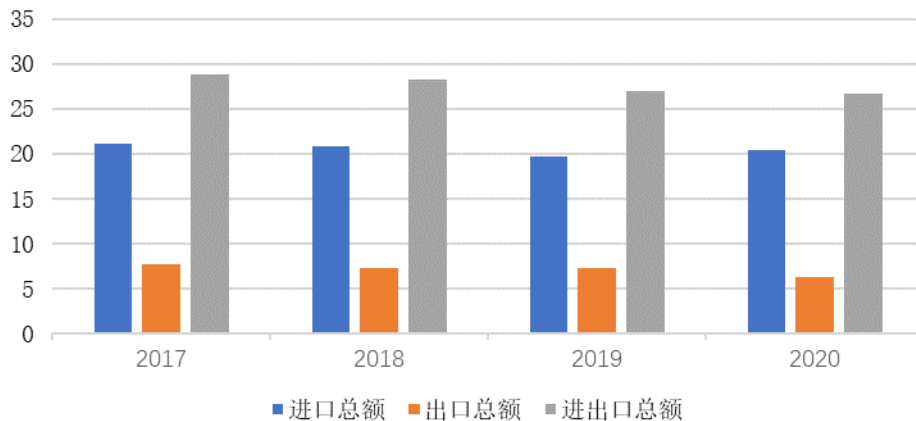


数据来源：中国油墨协会

近年来，我国油墨行业进出口总额持续减少。2020 年油墨行业进出口总额为 26.73 亿元，同比下降 0.98%，其中进口金额为 20.40 亿元，同比增长 3.6%；出口总额为 6.33 亿元，同比下降 13.4%。

值得注意的是，我国油墨行业长期处于贸易逆差状态，2019 年我国油墨行业贸易逆差为 12.37 亿元，较 2018 年贸易逆差有所缩小。2020 年，受新冠疫情的影响，海外油墨市场需求下滑，我国油墨出口金额大幅下降，贸易逆差进一步扩大，2020 年我国油墨行业贸易逆差为 14.07 亿元，同比增长 13.72%。

2017-2020年中国油墨行业进出口金额（单位：亿元）



资料来源：中国海关总署

（2）油墨市场展望

①未来国内油墨市场容量扩大

印刷行业以及包装行业是油墨行业的下游产业。包装印刷广泛服务于国民经济和社会生活的各个行业，如食品饮料、日化、电子通讯、烟草、医药、服装等领域。近年来，随着我国国民经济的快速增长，我国包装印刷行业得到了迅速发展，尤其是食品、饮料、日化、医药、电子等消费品包装印刷市场的发展较为迅猛。“十三五”期间，伴随着我国食品工业、医药产业、电子信息业等行业的快速发展，我国消费品包装印刷市场的发展前景将会更加广阔。

②未来国内油墨市场结构调整

随着我国经济发展、油墨行业技术创新以及国家政策的扶持，我国油墨行业中的优质产品将实现进口替代，这将导致我国油墨市场结构发生改变，国内企业将占有更多市场份额。

（三）行业主要特点

1、互联网营销板块

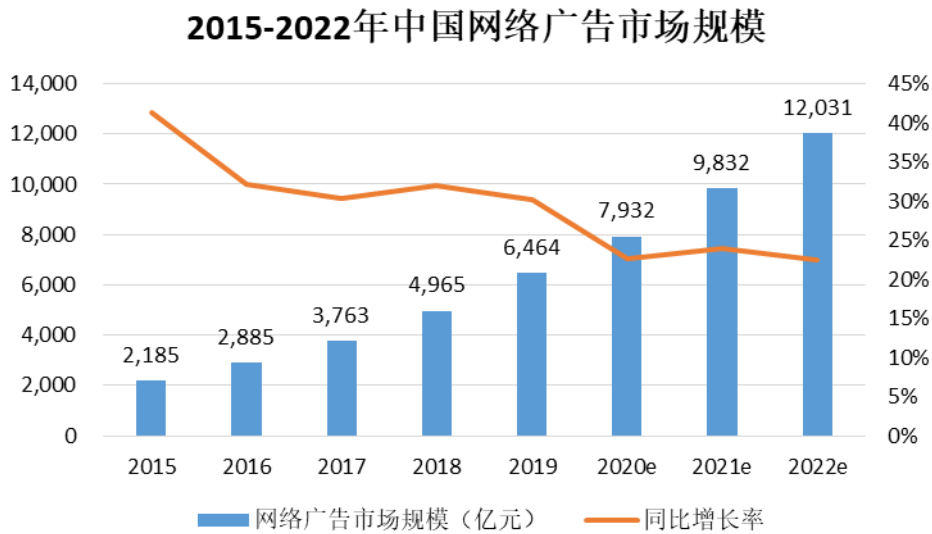
（1）互联网营销市场前景广阔

根据 CNNIC 数据，截至 2020 年 12 月，我国网民规模达到 9.89 亿，互联网普及率为 70.4%；移动网民规模为 9.86 亿，移动网民渗透率达 70.2%。互联网用户是互联网广告的直接受众，是我国社会经济中最活跃、消费意愿和消费能力较

强的群体，与我国的主流消费人群高度吻合，营销价值非常高。因此，庞大的用户基数催生了我国互联网广告业的快速崛起，并不断地冲击传统的广告方式，市场份额持续上升。

网络广告从 2015 年起经历了一段高速发展的时期，根据艾瑞咨询数据，中国网络广告市场规模从 2015 年的 2,184.5 亿元增长到 2019 年的 6,464.3 亿元，年均复合增长率 31.16%，预计 2022 年市场规模将达到 12,031.4 亿元。

2015-2022 年中国网络广告市场规模情况如下：



注：1、数据来源于艾瑞咨询；2、网络广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；3、此统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成。

(2) 互联网营销行业竞争加剧，对代理商营销服务能力要求与日俱增

互联网营销行业竞争的市场化程度较高，竞争日趋激烈。近年来，互联网营销市场朝向两极分化的格局转变。不同产品类型寡头媒体的崛起导致各营销服务商均把资源向头部媒体倾斜，各大营销服务商迅速瓜分头部媒体资源导致行业剩余发展空间下降；另外，针对某一个领域的垂直媒体新兴创意服务创业公司大量增多，更加造成了服务商之间行业竞争加剧。

互联网媒体资源的多样性和互联网用户需求的差异性导致广告主对各类互联网媒体投放价值的判断难度进一步增加，从而更加依赖互联网营销服务商。随着互联网营销市场逐渐步入存量时代，竞争的升级使得代理商需要在商业模式和用户需求满足上做出更为精细化、人性化的创新，对代理商的营销服务能力要求

与日俱增。在这一背景下，互联网营销企业既要准确把握行业和技术发展趋势、深刻理解互联网媒体的特性、熟悉互联网用户的行为习惯，又要拥有为客户提供综合营销解决方案的能力，互联网精准营销服务商是行业内领先企业发展的方向。互联网营销服务商需要持续进行资源整合，顺应行业发展趋势，充分发挥各自拥有的包括策略和创意的内容优势、数字平台技术优势、独特的媒体资源优势，形成核心竞争力，在稳固自身优势的前提下不断打造新的增长点，以获得更好的发展空间。

(3) 互联网媒体营销形式不断更新，信息流广告和短视频是近年来市场的新兴增长点

基于大数据算法推荐的信息流广告，突破了传统广告位的空间限制，其原生的展现形式、精准的用户触达提升了广告转化效率，更有助于广告主的品牌传播。根据艾瑞咨询 2019 年 4 月发布的《中国信息流潜力市场展望报告》，预计 2020 年信息流广告市场仍将保持 45.00% 以上的增长率，规模将超过 2,500.00 亿元。

巨量引擎、腾讯等头部媒体作为流量领先的广告资源平台，汇集了大量的流量资源，产品形式更加多样化、场景化、生活化，进一步推动了信息流广告市场的发展。在信息流广告的市场份额中，以抖音为代表的短视频平台发展迅猛，强势锁定新生代消费主力，支持人群、兴趣、场景等多种方式，能够更好地让客户对品牌进行感知，完成推广目标。同时，配合直播内容营销，广告在短视频信息流和播放流中得以充分展现，有效触达目标用户。

根据极数 2020 年 2 月发布的《2019 年中国短视频行业发展趋势报告》，2019 年 12 月，短视频行业总体月活跃用户数为 8.07 亿，用户日均启动短视频 APP 达 26.1 亿次。短视频新兴媒体的出现进一步丰富了营销模式，为互联网营销市场带来新的活力，预计以巨量引擎为主的短视频信息流平台将成为广告主更加青睐的广告投放平台。

(4) 业态融合已成为互联网营销行业的发展趋势

近年来，短视频与新闻产业、电商产业、旅游产业等进行融合已成为互联网广告行业的主要发展趋势之一，短视频的营销价值逐步被市场认知。短视频作为一种信息传播方式，正逐渐成为其他网络应用的基础功能。在产品展示或“种草”的过程中，短视频产生了极大的营销价值，备受广告主的青睐。

在新闻产业领域,短视频成为新闻报道的新选择。在受众注意力稀缺的当下,新鲜、有趣的新闻内容及报道形式更受欢迎。短视频新闻凭借“短、平、快”的特点,受众得以利用碎片化时间随时随地获取新闻资讯,从而增强了新闻报道的真实感和现场感。随着媒体融合的不断深入,短视频新闻报道异军突起,主流媒体纷纷布局短视频产业。

在电商领域,短视频已成为主流电商平台的标准配置。各大电商持续布局短视频业务,利用短视频生动形象地展示商品,促进消费者形成产品认知,激发用户需求,提升转化效率。

在旅游产业领域,短视频已成为旅游市场的新动力。近两年,短视频带火了一大批旅游景点,引领“打卡”时尚,短视频成为旅游业的重要营销手段。各大在线旅游平台纷纷打造短视频内容社区,引导用户创作短视频游记,增加平台流量,最终实现流量变现。

2、林产化工板块

目前,林产化工行业高度市场化,产业集中度日益提高。在初级产品方面,林产化工企业数量多、规模小,竞争激烈,而在深加工领域,具备核心技术的大规模企业较少。行业内公司向着高附加值、产品深加工的方向进行发展。

3、油墨化工板块

目前,油墨行业具有高度竞争、产业集中度日益提高等特点。随着行业“十四五”规划中明确指出,安全、环保、绿色是行业发展的方向。行业内知名公司能够凭借自身在行业内地位以及综合实力来应对产品转型、产品更新迭代的压力;行业内中小型公司可能因成本提高、利润压缩、产品迭代困难等因素而被市场淘汰,油墨行业竞争格局将会呈现出“强者恒强”的局面。

(四) 行业竞争情况

1、互联网营销板块

(1) 行业市场竞争格局

互联网营销行业是一个充分竞争的行业,主要公司包括蓝色光标、省广集团、利欧股份、分众传媒、智度股份、天龙集团、华扬联众、佳云科技、思美传媒、腾信股份、华谊嘉信等。

随着互联网营销行业市场规模增速变缓，行业内公司将会由增量竞争转变为存量竞争，提高了行业竞争的激烈程度，主要表现为资源上的竞争和技术水平的竞争。

①资源竞争

A、客户资源竞争

随着互联网营销市场逐步由增量市场转变为存量市场，开发新客户难度逐渐增加，对于现有市场客户资源的争夺则变得极具战略性。行业企业一方面通过提高效率、降低成本的“一站式”互联网营销服务来吸引大客户，另一方面通过提高媒介购买量，增强投放渠道丰富性及媒介购买价格优势来吸引中小型客户。

B、网络媒介资源竞争

互联网媒介是传播互联网营销信息的重要渠道，是公司开展互联网营销服务的关键要素，随着互联网营销行业市场化程度提高，国内市场媒介资源的争夺将愈来愈激烈。

②网络营销技术竞争

技术竞争最终体现为向客户提供的服务质量和服务能力的竞争。目前，互联网广告的投放需要涉及海量信息数据的采集、记录、分析、应用和优化等，因此互联网营销行业对公司技术水平有较高的要求，各公司都重视网络营销技术的开发和应用。

(2) 行业内主要企业情况

除天龙集团外，互联网营销行业主要企业有蓝色光标、省广集团、利欧股份、分众传媒、智度股份、华扬联众、佳云科技、思美传媒、腾信股份、华谊嘉信等，上述企业具体情况如下：

序号	企业名称	简要情况
1	蓝色光标	公司于2002年在北京成立，注册资本为249,103.78万元。主营业务为营销服务、数字广告和国际业务，客户涵盖信息技术、汽车、消费品、房地产、互联网、金融、游戏七大行业的知名品牌。公司2020年互联网营销营业收入达405.27亿元。
2	省广集团	公司于1981年在广东省成立，注册资本为174,433.71万元。公司致力于打造全新的智慧营销生态平台，通过“IP+MCN+AI”的产业赋能新范式为客户提供“智慧营销一站式服务”，是我国最早一批成立的广告公司，也是目前我国本土最大的综合性广告公司之一。公司2020年互联网营销营业收入达126.65亿元。
3	利欧股份	公司于2001年在浙江省成立，注册资本为675,480.42万元。主营业务为

		水泵制造与互联网数字营销。公司 2020 年互联网营销营业收入达 129.10 亿元。
4	分众传媒	公司于 1997 年在广东省成立，注册资本为 1,467,788.03 万元。公司主营业务为生活圈媒体的开发和运营，主要产品为楼宇媒体、影院荧幕广告媒体和终端卖场媒体等。公司 2020 年互联网营销营业收入达 120.97 亿元。
5	智度股份	公司于 1996 年在广东省成立，注册资本为 132,570.05 万元。公司致力于移动互联网领域，是一家同时拥有移动互联网流量入口、流量经营平台以及商业变现渠道的三位一体的移动互联网公司。公司 2020 年互联网营销营业收入达 106.20 亿元。
6	华扬联众	公司于 1994 年在北京市成立，注册资本为 22,861.56 万元。公司自 2002 年以来一直专注于提供品牌营销和品牌运营服务，目前已经发展成为国内互联网营销内最具竞争力的领先企业之一；公司积极布局海外业务，全球影响力稳步提升。公司 2020 年品牌营销收入达 84.96 亿元。
7	佳云科技	公司于 2002 年在广东省成立，注册资本为 63,455.52 万元。公司旗下拥有金源互动、云时空、微盈互动三家全资子公司，专注移动互联网广告创意、代理及交易平台领域。公司 2020 年互联网营销营业收入达 69.90 亿元。
8	思美传媒	公司于 2000 年在浙江省成立，注册资本为 58,120.25 万元。公司以“全景、精准、传播”为定位，为客户提供从品牌管理与广告创意、娱乐内容营销、数字营销、全媒体策划及代理、公关推广到效果监测的全方位整合营销服务。公司 2020 年互联网营销营业收入达 36.65 亿元。
9	腾信股份	公司于 2001 年在北京市成立，注册资本为 38,400 万元。公司致力于为客户提供策略制定、创意实施、媒介策划与执行及自动化投放等一整套解决方案，在上海、广州、青岛等地设有分支机构，是国内最早涉足互联网营销领域的公司之一。公司 2020 年互联网营销营业收入达 8.87 亿元。
10	华谊嘉信	公司于 2003 年在北京市成立，注册资本为 67,138.64 万元。公司致力于体验营销、公关广告、数字营销、内容营销和大数据营销五大业务，公司 2020 年互联网营销营业收入达 9.70 亿元。

(3) 发行人的行业竞争地位分析

公司目前与巨量引擎、腾讯、百度、vivo、360、OPPO、快手、阿里等顶级流量平台建立了稳定的合作关系，拥有上百家 KA 客户，约五千家中小长尾客户，公司凭借综合实力在互联网营销行业占据重要地位。

截至 2021 年 6 月 11 日，Wind 互联网营销指数（884207.WI）成分股共包含 43 家上市公司，剔除未单独披露互联网营销板块业务收入 7 家公司，2020 年度上市公司互联网营销板块收入排名情况如下：

单位：万元

序号	证券代码	企业名称	2020 年 互联网营销收入	2019 年 互联网营销收入	2018 年 互联网营销收入
1	300058.SZ	蓝色光标	4,052,689.09	2,810,571.77	2,310,396.85
2	002131.SZ	利欧股份	1,290,958.24	1,147,674.93	993,154.93
3	002400.SZ	省广集团	1,266,538.00	1,061,129.27	1,122,194.87
4	002027.SZ	分众传媒	1,209,710.61	1,213,594.81	1,455,128.51
5	000676.SZ	智度股份	1,062,049.71	1,051,179.34	730,385.09
6	300063.SZ	天龙集团	977,228.32	771,887.23	678,702.14
7	600986.SH	浙文互联	903,752.75	1,880,038.90	1,384,241.26
8	603825.SH	华扬联众	849,605.80	1,015,650.34	1,010,855.41

9	002115.SZ	三维通信	774,950.40	423,784.84	235,245.26
10	300242.SZ	佳云科技	698,976.26	550,625.91	560,600.17
11	603598.SH	引力传媒	559,596.21	299,979.62	314,712.70
12	300038.SZ	*ST 数知	420,219.52	501,663.84	462,942.97
13	002712.SZ	思美传媒	366,523.83	198,352.53	417,138.08
14	600556.SH	天下秀	306,040.04	170,758.11	6,686.26
15	002654.SZ	万润科技	293,403.15	302,736.31	316,608.90
16	002803.SZ	吉宏股份	286,883.35	165,496.43	120,935.16
17	002528.SZ	英飞拓	231,611.91	202,782.47	214,845.08
18	002279.SZ	久其软件	205,202.60	208,923.77	169,156.45
19	600070.SH	浙江富润	204,761.87	151,642.24	114,614.67
20	300280.SZ	紫天科技	129,860.22	64,139.68	34,903.07
21	600242.SH	ST 中昌	99,916.49	227,104.81	301,842.00
22	300071.SZ	*ST 嘉信	97,021.14	225,037.19	341,557.77
23	300792.SZ	壹网壹创	94,147.73	114,963.01	85,379.08
24	300785.SZ	值得买	90,809.45	66,136.93	50,759.39
25	300392.SZ	腾信股份	88,707.59	136,181.56	133,206.65
26	300292.SZ	吴通控股	70,012.78	77,127.15	46,195.62
27	300343.SZ	联创股份	66,877.28	225,511.97	359,946.60
28	300612.SZ	宣亚国际	61,376.53	35,148.17	23,134.48
29	603729.SH	ST 龙韵	59,873.33	63,325.02	119,490.84
30	002878.SZ	元隆雅图	53,904.69	30,898.09	6,067.04
31	300494.SZ	盛天网络	40,554.44	11,913.72	22,943.99
32	300295.SZ	三六五网	33,406.06	45,835.68	42,731.64
33	603608.SH	天创时尚	20,619.17	37,859.20	30,384.26
34	002137.SZ	实益达	14,590.29	23,289.08	43,329.75
35	002591.SZ	恒大高新	10,100.05	16,033.47	15,348.87
36	000038.SZ	深大通	4,375.49	29,334.08	111,414.63

数据来源：Wind

2020 年度，公司在 36 家 A 股互联网营销上市公司中排名第 6，处于行业前列。

2、林产化工板块

(1) 行业市场竞争格局

目前，林产化工行业高度市场化，产业集中度日益提高。在初级产品方面，林产化工企业数量多、规模小，竞争激烈，而在深加工领域，具备核心技术的大规模企业较少。行业内公司向着高附加值、产品深加工的方向进行发展。

(2) 行业内主要企业情况

林产化工行业主要境内企业情况如下：

序号	企业名称	简要情况
1	青松股份	公司于2001年在福建建阳市成立，注册资本51,660.00万元，公司一直专注于松节油深加工领域，主营业务为芳香化学品、中药饮片、药用辅料、医药中间体以及功能化学品的生产、研发和销售。公司2020年营业收入达38.65亿元。
2	*ST 景谷	公司于1999年在云南昆明市成立，注册资本12,980.00万元，主营业务为脂松香、脂松节油、 α 蒎烯、 β 蒎烯等林产化工系统产品的生产及销售。公司2020年营业收入达5,068万元。
3	广东科茂林产化工股份有限公司	公司于2004年在广东肇庆市成立，注册资本12,150.00万元，主营业务为天然树脂及其他林产化工产品的生产、销售、研发。
4	广西梧州日成林产化工股份有限公司	公司于1997年在广西梧州市成立，注册资本为7,000.00万元，主营业务有脂松香、氢化松香、松节油的生产及销售。
5	广东华林化工有限公司	公司于2002年在广东肇庆市成立，注册资本6,237.36万元。公司主要业务有松香、松节油、萜烯树脂、浅色系列萜烯树脂、工业级系列松香树脂、食品级系列松香树脂、水性系列树脂、油墨树脂、松节油精分离系列产品的生产和销售。
6	广西梧州松脂股份有限公司	公司于2000年在广西梧州市成立，注册资本6,076.66万元，主营业务为脂松香及其深加工系列产品及脂松节油及其深加工系列产品的生产及销售，为造纸、油墨、涂料、合成橡胶、ABS工程塑料、食品、香精香料、口香糖、泡泡糖、医药等行业提供了优质的原料。
7	广西梧州荒川化学工业有限公司	公司于2008年在广西梧州市成立，注册资本1,500.00万美元。公司主要生产从松香、松香衍生物到造纸用化学品、工业及食品级松香树脂等系列林产化学品。

林产化工行业主要境外企业情况如下：

序号	企业名称	简要情况
1	Sapthagiri Camphor Ltd.	公司是目前印度最大的松节油深加工企业之一，总部位于安得拉邦，主要产品包括合成樟脑、双戊烯、水合醋酸钠、乙酸异龙脑酯等，其产品主要在印度国内市场销售，松节油原料主要依赖进口。
2	Camphor&Allied Products Ltd.	Camphor&Allied Products Ltd. 是印度孟买证券交易所（The Bombay Stock Exchange Limited）的上市公司，总部位于孟买。主要产品包括合成樟脑、萜烯、松脂、树脂等。其产品主要在印度国内市场销售，同时部分出口至北美。
3	美国亚利桑那化学公司	亚利桑那化学是全球最大的松树化学品供应商之一。公司成立于1930年，是美国国际纸业公司（International Paper 纽交所代码：IP）与美国氰胺公司（American Cyanamid）的合资公司，总部位于佛罗里达州的 Jacksonville，主要生产非烃类化合物、特种化学品和可再生原料产品。
4	日本荒川化学工业株式会社	公司于1931年成立，注册资本33.43亿日元。公司是一家以天然树脂松香（松脂）为主要原料的中间体生产厂商，提供造纸用化学品、印刷油墨用树脂、黏着剂/接着剂用树脂、电子材料中间体等产品。

欧美日等国家松香树脂企业在技术研发及市场细分方面具有优势，其产品线较长，附加值较高，其发展依托于技术优势，但在松香原料来源方面较为被动，同时面临中国松香树脂企业在技术进步以及价格上的有力竞争。

(3) 发行人的行业竞争地位分析

公司子公司天龙精细化工在松节油深加工技术和产业规模方面具有显著优势，天龙精细化工荣获 2020 年度“广东省林业龙头企业”称号。公司子公司松源林产荣获 2016 年度“广西现代林业产业龙头企业”、2018 年度“广西壮族自治区农业产业化重点龙头企业”、“广西名牌产品”、2020 年度“自治区级林业重点龙头企业”等称号。

3、油墨化工板块

(1) 行业市场竞争格局

目前，油墨行业具有高度竞争、产业集中度日益提高等特点。油墨行业中的竞争者包括境外企业和境内企业，境外企业包括迪爱生集团（DIC）、东洋油墨等，境内企业包括洋紫荆、杭华股份、东方材料、*ST 乐通等。

随着行业“十四五”规划中明确指出，安全、环保、绿色是行业发展的方向。行业内知名公司能够凭借自身在行业内地位以及综合实力来应对产品转型、产品更新迭代的压力；行业内中小型公司可能因成本提高、利润压缩、产品迭代困难等因素而被市场淘汰，油墨行业竞争格局将会呈现出“强者恒强”的局面。

(2) 行业内主要企业情况

目前油墨化工行业主要企业包括迪爱生集团（DIC）、东洋油墨、洋紫荆、杭华股份、东方材料、*ST 乐通等。

序号	企业名称	简要情况
1	迪爱生集团（DIC）	DIC 集团在全球市场上拥有印刷油墨、有机颜料、PPS 复合物的最大份额，1908 年凭借印刷油墨的制造与销售起家，之后一面拓展有机颜料、合成树脂等基础材料业务，一面将相关核心技术发展到了世界顶级水平。
2	东洋油墨	东洋油墨创立于 1896 年，由“色材、功能材料关联事业”、“聚合物、涂布加工关联事业”、“包装关联事业”、“印刷、信息关联事业”等四个部门构成，目前集团在全球范围内设立了 70 多家分支机构，年销售额达 2,577 亿日元。
3	洋紫荆	公司于 2016 年在杭州市成立，注册资本 29,990.00 万元，主要从事油墨相关产品的研发、生产和销售，产品包括凹版油墨、平版油墨、环保型加工材料等。公司 2020 年营业收入达 10.94 亿元。
4	杭华股份	公司于 1988 年在杭州市成立，注册资本 24,000.00 万元，公司主营业务为 UV 油墨、胶印油墨、液体油墨的生产及销售。公司 2020 年营业收入达 9.87 亿元。
5	东方材料	公司于 1994 年在台州市成立，注册资本 14,373.34 万元。公司主营业务包括凹印油墨、复合聚氨酯胶粘剂的生产及销售。公司 2020 年营业收入达 4.15 亿元。
6	*ST 乐通	公司于 1996 年在珠海市成立，注册资本 20,000.00 万元。公司主营业务为凹印油墨、特种油墨、柔印油墨、网印油墨、胶印油墨的生产及销售以及

互联网营销业务。公司 2020 年营业收入达 3.14 亿元。

(3) 发行人的行业竞争地位分析

公司自成立以来,致力于为包装印刷企业提供高质量油墨,经过多年的经营,目前已经成为了油墨行业的知名企业,与上下游产业保持稳定的合作关系。根据中国油墨协会统计,公司油墨产量位居国内油墨行业前五,“天龙牌”水性油墨市场份额连续多年居于国内水性油墨市场前列,“天龙牌”环保型溶剂油墨产品也占有重要的市场地位。

根据中国油墨协会统计的行业内三十多家重点企业数据,公司 2017 年至 2019 年油墨产品销售额位居行业前列,具体市场占有率和排名情况如下:

名称	2019 年		名称	2018 年		名称	2017 年	
	市场占有率	排名		市场占有率	排名		市场占有率	排名
洋紫荆	14.94%	1	洋紫荆	15.32%	1	洋紫荆	13.83%	1
迪爱生	11.52%	2	迪爱生	10.35%	2	迪爱生	8.40%	2
杭华股份	7.95%	3	杭华股份	6.88%	3	杭华股份	6.70%	3
天津东洋油墨有限公司	7.11%	4	天津东洋油墨有限公司	6.12%	4	天龙集团	6.49%	4
天龙集团	6.40%	5	天龙集团	5.85%	5	天津东洋油墨有限公司	6.48%	5

注 1: 中国油墨协会统计数据涵盖行业内重点企业,不包含小微企业数据,市场占有率和排名均为发行人各油墨品种产量占重点企业合计产量的比例。

注 2: 2017 年度、2018 年度已扣除洋紫荆油墨(河北)有限公司数据。

(五) 公司竞争优势和劣势

1、发行人的竞争优势

(1) 互联网营销板块

①全媒体覆盖优势

报告期内,公司与巨量引擎、腾讯、百度、vivo、360、OPPO、快手、阿里等顶级流量媒体平台建立了稳定的合作关系,能够为广告主提供信息流、搜索引擎、手机厂商等多类型媒体广告一站式投放服务。

②客户资源优势

公司致力于为客户提供精准的互联网营销服务。目前,公司拥有上百家 KA 客户,约 5,000 家中小长尾客户,覆盖互联网服务、教育、游戏等细分行业。合

理的客户结构与庞大的客户基础保证了公司业绩稳定增长。

③人才优势

互联网营销行业属于人力资源密集型行业。公司通过内部孵化和外部投资设立控股子公司的形式吸引业内专业人才，组建梯队完整且富有专业经验的互联网营销团队。截至 2021 年 6 月 30 日，公司已有数百人通过巨量引擎、百度、阿里、快手、vivo、OPPO 各媒体专业认证，是公司核心竞争力的重要支撑。

④团队管理优势

公司的管理团队在互联网营销行业拥有丰富的行业经验和业务资源。团队充分了解广告主的营销目标以及媒体渠道的流量变现诉求，擅长客户开拓、营销方案设计、媒体渠道选择与营销投放管理等。同时，管理团队对互联网营销行业的发展趋势有较深入的洞察，能够积极跟踪互联网行业变化趋势，及时布局互联网行业的主流量入口，不断优化公司业务结构。

(2) 林产化工板块

①规模优势

经过多年发展，公司产品种类丰富且产销规模较大，具备规模经济效益。公司通过集中采购方式增强上游供应商的议价能力，降低采购成本。

②技术以及研发优势

经过多年发展，公司在林产化工领域积累了深厚的技术储备，截至 2021 年 6 月 30 日，公司在林产化工领域已取得专利证书 13 项，其中发明专利 6 项。

公司在林产化工产品深加工领域已具备歧化松香、蒎烯、月桂烯和二氢月桂烯等产品的生产技术，相较于同行业其他中小型公司，公司能同时提供初加工产品与深加工产品，有效满足客户差异性需求。

③资源优势

松脂和松香的稳定供应对林产化工业务具有重大的意义。云南、江西、广西、湖南、广东是我国主要的松林资源省份，公司已在云南、广西、广东设立子公司，充分靠近原料产地，有利于充分降低原材料供应风险。

④管理优势

公司林产化工事业部有着丰富的松香树脂行业的研发、生产、管理和营销经

验，对行业发展方向有深刻的认识，能够基于公司实际情况、行业发展趋势和市场需求，及时高效地制定符合公司实际的发展战略和经营管理目标。

（3）油墨化工板块

①品牌优势

根据中国油墨协会数据，公司油墨产量连续多年位居国内油墨行业前五，“天龙牌”水性油墨市场份额连续多年处于国内水性油墨市场的前列，“天龙牌”环保型溶剂油墨产品也占有重要的市场地位。经过长期发展，公司已经在行业内树立起高技术、高品质、优质服务的市场形象和品牌形象。

公司子公司广东天龙获得油墨行业“十二五十五强油墨企业”、“新中国成立70周年优秀油墨企业”等荣誉称号。

②管理优势

鉴于油墨行业专业性强的特点，公司组建了一支具有丰富管理经验、责任心和进取心的管理团队，在公司运营、研发、生产、销售中担任关键职位的高级管理人员均具有丰富的行业经验。管理团队多年的行业生产经营和管理经验，以及对油墨及上下游行业深刻的理解，有助于公司在高度竞争的油墨行业保持领先地位。

公司建立了完善、高效的内部管理制度，并严格地运用在战略规划、技术研发、销售管理、人才激励等方面，以保证生产经营活动程序化、规范化、标准化。同时，公司在日常管理中通过对采购、生产、包装、仓储、物流等环节的精细化管理和对资源的充分利用，达到了有效控制成本以及为客户提供优质的产品和服务体验的效果。

③销售及驻厂调墨服务优势

公司建立了完善的营销网络和客户服务体系，依靠产品技术优势、个性化的服务增强客户粘性，进而提升公司的品牌知名度和市场影响力。在营销网络的建设上，天龙油墨事业部目前下属六家生产基地，分别位于肇庆、成都、杭州、北京、上海和青岛，实现覆盖全国的市场服务布局。

同时，基于国内印刷企业使用水性油墨过程中存在着更多个性化服务需求，公司率先在业内推行“零距离”、“零损耗”、“零库存”的驻厂调墨销售服务

模式。公司为每家核心客户派驻一至三名调墨员，全程跟踪客户的印刷生产过程，为客户提供专业化的油墨印刷技术解决方案。经过长期积累，公司“驻厂调墨”销售服务模式日趋成熟和完善。

④技术优势

公司自成立以来始终注重油墨行业核心技术的自主研发。公司具有完备的油墨创新研发机制，建立了省级科技专家工作站，并在水性油墨和树脂方向的研究上取得多项研究成果。2021年6月30日，公司在油墨化工领域已取得专利证书21项，其中发明专利8项。

2、发行人的竞争劣势

(1) 互联网营销业务全球网络布局不足

互联网营销行业是一个高度竞争的行业，目前国内互联网营销行业中参与竞争的除国内服务商外还包括许多外资控制的服务商。公司业务主要布局于国内市场，在国外未建设互联网营销服务网络，公司无法为现有国内客户的海外业务扩展提供相应的互联网营销服务。

(2) 人才增速对公司发展构成一定制约

互联网营销行业是人力资源密集型行业，精细化工行业是综合性较强的技术密集型工业，公司主营业务发展依赖于人才团队建设，人才团队亦为公司核心竞争力的重要体现。目前行业人才团队相对紧缺，公司已通过内部孵化和外部招揽等多种方式吸引人才，并通过推行股权激励等方式给予人才团队较好的薪酬待遇及未来向好的预期，但公司人才团队尤其是互联网营销业务人才团队扩张速度与业务规模增速比相对滞后，对公司的业务发展构成了一定制约。

(3) 促进企业发展融资渠道较为单一

2018年度至2020年度，公司互联网营销业务营业收入分别为678,702.14万元、771,887.23万元、977,228.32万元，2019年度和2020年度互联网营销业务营业收入增长率分别为13.73%和26.60%。公司已明确了发展战略，制定了第三个“五年规划”，按照“稳油墨化工与林产化工，重互联网营销”的发展方针，在保持林产化工板块与油墨化工板块销售业务收入稳定增长的同时，持续加码互联网营销业务的发展。

目前，公司融资渠道较为单一，主要依赖于银行借款间接融资，自身经营积累及大股东财务资助等。公司已多年未通过资本市场直接融资，有限的融资能力制约了公司的扩张速度，融资渠道不足已成为公司当前的竞争劣势。

（六）发行人所处行业与上下游行业之间的关系

1、互联网营销板块

互联网营销行业产业链主要包括广告主、互联网营销服务商、媒体渠道以及广告受众等。

互联网营销行业的上游是媒体渠道行业。媒体渠道是互联网广告的载体，主要分为PC端与移动端。PC端主要包括综合门户网站、垂直门户网站、客户端软件、搜索引擎、垂直搜索网站、视频网站等各类网站；移动端主要包括各大移动网站和手机APP。

互联网营销行业的下游主要是各行业的广告主。广告主是互联网营销行业的需求方。广告主的结构日趋多元化，不仅有知名品牌企业，同时还包括许多中小企业。随着经济发展，各行业广告主对于广告需求增加。同时，相较传统媒体，互联网媒体具有覆盖面广、效果可监测、精准性高、交叉性强等明显优势，因此，越来越多的广告主逐步提高互联网营销预算的占比。

2、林产化工板块

林产化工行业的上游为松香树脂行业。本行业主要的原材料为松香树脂，占产品生产成本比重较大，因此，松香树脂的稳定供应对公司的日常经营活动具有重要意义。我国为松香生产大国之一，鉴于本行业需求增长较快，预计长期内将维持原材料供应偏紧的状况。

林产化工行业的下游有胶粘剂行业、油墨行业、油漆涂料行业、橡胶行业、造纸行业、医药行业及食品行业等，是国民经济的重要组成部分，创造了本行业巨大市场需求。松香树脂的应用领域广阔，风险较为分散，单一下游行业的需求变化对发行人的影响较小。

3、油墨化工板块

油墨行业的上游是石油化工行业与林产化工行业，上游行业供给充足且竞争充分，所以发行人对单一供应商不存在重大依赖的情形。油墨行业的主要原材料

包括树脂、溶剂、颜料等，其中树脂绝大部分是以石油为原料的丙烯酸树脂，也有少数以松香为原料的树脂。

油墨行业下游行业为印刷业，包括出版物印刷及包装印刷等。油墨约占印刷环节总成本的 5%以上，是印刷业重要的原材料。随着我国经济和文化事业迅速发展，国内印刷行业保持发展，下游市场对本行业发展具有重大拉动作用。

四、主要业务模式、产品或服务的主要内容

（一）发行人主营业务

1、主营业务

公司是专注于互联网营销服务、精细化工产品制造和销售的现代企业集团，主营业务包括互联网营销板块、林产化工板块和油墨化工板块。

公司互联网营销板块主要从事信息流、搜索引擎、手机厂商等媒体的互联网广告代理业务，为广告主提供互联网各大平台广告的媒介采买、效果优化、全案策划、短视频制作、咨询投放、创意制作、效果监测、技术支持等服务，同时也为广大客户提供全方位定制化的移动营销解决方案以及社会化全案营销服务。

林产化工板块主要从事松香、松节油以及二氢月桂烯、月桂烯、蒎烯、茨烯、歧化松香、松油醇等林化深加工产品的生产及销售，产品广泛应用于清洗剂、消毒剂、香精香料、汽车轮胎、医药中间体等精细化工领域。

油墨化工板块主要从事环保油墨的生产和销售，产品包括水性油墨、环保型溶剂油墨、水性树脂和水性光油等，主要服务于外包装印刷企业，产品主要用于瓦楞纸箱、食品、日用品、医药外包装等的印刷。

2、主要产品或服务

（1）互联网营销板块

公司互联网营销业务主要提供信息流、搜索引擎、应用市场、品牌广告等营销服务，为客户提供品效合一的数字营销服务。公司合作媒体包括巨量引擎、腾讯、百度、vivo、360、OPPO、快手、阿里等顶级流量媒体平台，根据广告主营业务需求和营销目标，为广告主提供媒介采买、广告优化、创意策划、技术支持等全方位整合营销服务，通过专业的智能大数据平台，为客户提供高质量的营销解决方案。

(2) 林产化工板块

公司林产化工业务主要产品包括松香、松节油、歧化松香、二氢月桂烯等。

产品类别	主要用途和应用领域
松香	松香具有防腐、绝缘、粘合、软化等优良性能。广泛用于肥皂、油漆、颜料、橡胶等工业。
松节油	松节油是一种天然精油，是以蒎烯为主的多种萜烯类的混合物，有特有的化学活性，为涂料、合成樟脑、松油醇、合成香料、医药、合成树脂、有机化工等方面化工原料。
歧化松香	歧化松香可作为丁苯橡胶、氯丁橡胶、丁腈胶及其乳胶、ABS 等高分子聚合的乳化剂；是制造口香糖、高级造纸胶料、印刷油墨等的重要原材料。
二氢月桂烯	二氢月桂烯是一种香料中间体，可用于生产二氢月桂烯醇、香茅醇等多种产品。

(3) 油墨化工板块

公司油墨化工业务的主要产品包括水性油墨、溶剂油墨等。

产品类别	主要用途和应用领域
水性油墨	主要应用于柔性版印刷与凹版印刷，由于其优质的印刷适性，主要适用于瓦楞纸箱、高档纸张、纸巾、卷筒纸及装饰纸等精美包装的印刷。
溶剂油墨	主要应用于标签、食品和药品的外包装、购物袋、背心袋、编织袋等。

(二) 发行人主要经营模式

1、互联网营销板块

(1) 采购模式

公司互联网营销业务主要采购互联网媒体平台如巨量引擎、腾讯、百度、vivo、360、OPPO、快手、阿里等主流媒体的广告资源，包括信息流、搜索引擎广告等竞价资源与部分非竞价资源。

公司设立了专门的媒介部门，负责对各广告资源采购提供专项媒介商务服务和支持，对外承接媒体和客户各项需求，对内负责上述需求流转与信息分发工作。公司每年度与媒体平台确认授权代理资格，大部分采用协商形式确定，其中部分平台如 vivo、OPPO、360 等需通过招投标机制确认年度合作行业，并授权成为行业代理商。

双方确认合作后，公司与媒体签署合作协议，约定媒体资源、合作时间、数据推广方式、数据统计方式、结算方式、返利政策等事项。公司根据上年度业绩完成情况、主要客户合作及需求情况、当年度媒体任务及代理政策等因素进行业绩预估并合理确定目标量级，与媒体平台确定当年任务量，并根据客户的投放需求选择对应媒体执行。

媒体资源采购定价模式分竞价模式与非竞价模式。竞价模式主要是指公司在

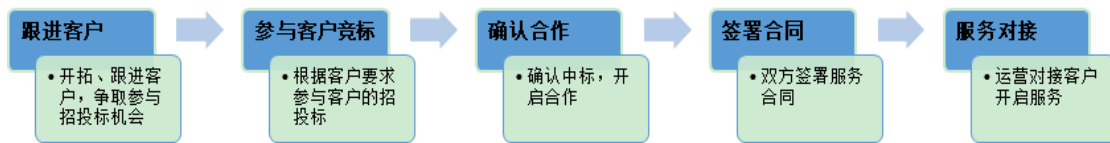
媒体代理商平台上通过竞价获得不同位置媒体资源，竞价价格通常因广告位置及稀缺状态处于浮动状态；非竞价模式主要是指公司依据与媒体的协商固定价格进行交易。目前公司大多数媒体资源采购采用竞价模式。

媒体通常按照一定标准对代理商投放广告的实际消耗金额进行一定程度上现金或非现金形式的返还。

(2) 销售模式

公司专业从事互联网媒体精准营销业务，代理客户进行媒体投放，并为客户投放的效果负责。子公司品众创新设立了搜索销售事业部、移动销售事业部、华东销售事业部、华南销售事业部，其中搜索销售事业部主要负责百度、腾讯、快手和 360 四个媒体资源推广，移动销售事业部主要负责巨量引擎、阿里、OPPO、vivo 四个媒体资源推广，华东及华南事业部以服务本土区域客户为主。

公司主要通过招投标或接受客户委托等方式承接业务，具体流程如下：



公司着力打造全案整合营销服务商，根据广告主实际需求提供媒介采买、效果优化、全案策划、短视频制作、咨询投放、创意制作、效果监测、技术支持等服务，同时也为广大客户提供全方位定制化的移动营销解决方案以及社会化全案营销服务。

公司结合上游媒体的采购政策以及媒体公司对客户提供服务的综合评估，形成对客户的最终返货以及返点政策。

2、林产化工板块

(1) 采购模式

公司林产化工主要原料分为两类，其中第一类为松脂和松香原料，用于生产松节油、松香深加工产品（歧化松香、松香树脂等）；第二类为松节油，用于进一步深加工生产蒎烯、蒎烯、月桂烯、二氢月桂烯、松油醇等精细化工产品。

第一类原料位于松脂资源丰富的云南和广西山区，公司直接与周边脂农进行采购交易，不存在中间环节。公司生产基地与原料供应商不存在地理位置上距离

阻碍，可方便进行现场评价，充分保证原料的品质。

第二类原料主要来自第一类原料加工所得，该环节采购主要向林产化工事业部内其他子公司进行，可充分保证原料品质及生产供应节奏。林产化工事业部内其他子公司不足的部分，由企业在供应商事前评价合格的基础上，由近及远进行采购入库，充分降低运输成本，并方便就近监督管理，确保原料供应安全。

(2) 生产模式

公司林产化工事业部以市场为导向，每年分析预测产品的市场需求，并结合上年度子公司实际情况，制定并下达年度生产计划。林产化工事业部各子公司根据下达的年度生产任务，对原料采购、产品销售、资金需求、人力资源等各生产要素进行预算，确保各生产要素能满足生产需求，此后安排组织生产。林产化工事业部实时监控各企业计划执行情况，根据生产计划实际执行情况，做出适度调整，滚动落实年度生产计划。

(3) 销售模式

公司林化产品的销售以直销为主、经销为辅。公司凭借严格的出厂标准和稳定的产品质量，获得了下游终端客户的认可，主要采取直接方式与终端客户进行交易，小规模交易则通过经销商进行销售。公司林化产品兼顾境内、外市场，境外市场主要为欧美、日本、中东、东南亚等。

3、油墨化工板块

(1) 采购模式

公司油墨事业部采用“统购+分采”的模式，设立了油墨事业部集中采购中心，并在各生产基地配置了采购员。对于大宗物料，公司实行集中采购管理，由集中采购中心收集和审核各子公司的需求计划，确定和选择合格供应商，签订采购框架协议，执行价格、质量管理等；大宗物料范围之外的采购由各子公司根据生产月度需求，通过询比价形式就近选取最优供应商；对于设备、生产线采购，由各子公司提出设备购买预算，事业部进行集中招标，以充分发挥数量采买优势。

(2) 生产模式

公司油墨事业部主要基于订单生产，并考虑合理库存。公司油墨客户分布于全国范围内，为就近快速满足客户需求，公司在肇庆、成都、杭州、北京、上海

和青岛设立了生产基地。

(3) 销售模式

公司水性油墨产品主要面向瓦楞纸箱、礼品纸、餐巾纸、卫生材料等印刷企业，采用直接销售与“驻厂服务”相结合的销售模式。溶剂油墨产品主要面向医药包装、食品包装、卫材包装等印刷企业，采用直销模式，公司提供相关使用手册，同时按需提供上门售后支持服务。

公司销售活动采用总部统筹规划，公司及各子公司分区管理的模式。依据我国经济发展水平的区域差异和油墨需求量的不同，公司分别在肇庆、成都、杭州、北京、上海和青岛建立了6个生产基地，通过各生产基地向周边省市进行辐射，形成了全国性的营销网络。

(三) 主要业务经营资质

截至本募集说明书出具之日，公司及子公司取得的重要资质证书情况如下：

序号	持证主体	证书名称	证书编号	核发/备案单位	有效期
1	品众互动	高新技术企业证书	GR201811007225	北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局	至 2021. 11. 29
2	北京吉狮	高新技术企业证书	GR201911008882	北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局	至 2022. 12. 1
3	优力互动	高新技术企业证书	GR201911004777	北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局	至 2022. 12. 1
4	上海奇搜	高新技术企业证书	GR201931000225	上海市科学技术委员会、上海市财政局、国家税务总局上海市税务局	至 2022. 10. 7
5	广东天龙	高新技术企业证书	GR202044010526	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局	至 2023. 12. 8
6	天龙精细化工	高新技术企业证书	GR201844007528	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局	至 2021. 11. 27
7	广东天龙	安全生产许可证	(粤肇)WH安许证字(2019)0029	肇庆市应急管理局	至 2022. 10. 10
8	天龙精细化工	安全生产许可证	(粤肇)WH安许证字(2021)0013	肇庆市应急管理局	至 2024. 7. 29
9	成都天龙	安全生产许可证	(川蓉)WH安许证字[2020]0380号	成都市应急管理局	至 2023. 4. 13
10	松源林产	安全生产许可证	(桂G)WH安许证字[2019]Y0004号	广西壮族自治区应急管理厅	至 2022. 9. 18
11	美森源林产	安全生产许可证	(云)WH安许证字(2013)0761	云南省应急管理厅	至 2023. 2. 17
12	云南天龙	安全生产许可证	(云)WH安许证字(2012)0724	云南省应急管理厅	至 2024. 7. 3

13	广东天龙	安全生产标准化证书	肇 AQBWH202100002	肇庆市应急管理协会	至 2024.4
14	天龙精细化工	安全生产标准化证书	肇 AQBWHIII202000025	肇庆市安全生产协会	至 2023.9
15	成都天龙	安全生产标准化证书	AQBIIIWH(川)2020833039	成都市应急管理局	至 2023.8.25
16	杭州天龙	安全生产标准化证书	杭 AQBQTIII202000968	杭州市应急管理局	至 2023.8
17	松源林产	安全生产标准化证书	桂 AQB4513WHIII202000001	来宾市应急管理局	至 2023.7
18	美森源林产	安全生产标准化证书	云 AQB5323WHIII202000016	楚雄彝族自治州应急管理局	至 2023.11
19	云南天龙	安全生产标准化证书	云 AQB5308WHIII201900027	普洱市应急管理局	至 2022.4
20	北京天虹	安全生产标准化证书	京 AQBHQIII202002476	北京市通州区应急管理局	至 2023.6
21	广东天龙	危险化学品登记证	441212070	广东省危险化学品登记注册办公室、国家安全生产监督管理总局化学品登记中心	至 2022.1.2
22	天龙精细化工	危险化学品登记证	441210106	广东省危险化学品登记注册办公室、应急管理部化学品登记中心	至 2023.12.13
23	成都天龙	危险化学品登记证	510110298	四川省危险化学品登记注册中心、应急管理部化学品登记中心	至 2023.7.5
24	松源林产	危险化学品登记证	450212032	广西壮族自治区化学品登记注册办公室、应急管理部化学品登记中心	至 2022.3.10
25	美森源林产	危险化学品登记证	532310038	云南省危险化学品登记中心、应急管理部化学品登记中心	至 2022.10.22
26	云南天龙	危险化学品登记证	532712052	云南省危险化学品登记中心、国家安全生产监督管理局化学品登记中心	至 2024.5.14
27	天龙精细化工	全国工业产品生产许可证	(粤)XK13-014-00072	广东省市场监督管理局	至 2026.9.5
28	松源林产	全国工业产品生产许可证	(桂)XK13-014-13004	广西壮族自治区质量技术监督局	至 2024.1.1
29	美森源林产	全国工业产品生产许可证	(滇)XK13-014-00069	云南省市场监督管理局	至 2024.10.5
30	云南天龙	全国工业产品生产许可证	(滇)XK13-014-00055	云南省市场监督管理局	至 2023.12.5
31	北京天虹	道路运输经营许可证	京交运管许可货字110112003433	北京市通州区交通局	至 2022.12.11
32	成都天龙	道路运输经营许可证	川交运管许可成字510131003483号	成都市浦江县交通运输局	至 2021.9.21
33	广东天龙	排污许可证	91441283MA4ULQ5682001P	肇庆市生态环境局	至 2023.9.12
34	天龙精细化工	排污许可证	91441226058541299T001V	肇庆市生态环境局	至 2023.9.6
35	成都天龙	排污许可证	91510131MA61T4UK2F001V	成都市生态环境局	至 2023.7.27
36	杭州天龙	排污许可证	91330122721017662P001Q	杭州市生态环境局	至 2023.6.3
37	松源林产	排污许可证	9145132475975461	来宾市生态环境局	至 2022.11.13

			7P001U		
38	美森源林产	排污许可证	91532322579849678B001U	楚雄彝族自治州生态环境局	至 2023. 8. 18
39	云南天龙	排污许可证	91530821693051432F001U	普洱市环境保护局	至 2022. 9. 25
40	北京天虹	排污许可证	91110112102393423W001U	北京市通州区生态环境局	至 2023. 8. 9
41	广东天龙	对外贸易经营者备案登记表	02009422	-	-
42	广东天龙	报关单位注册登记证书	4412960050	中华人民共和国肇庆海关	长期
43	广东天龙	出入境检验检疫报检企业备案表	4412601654	中华人民共和国广东出入境检验检疫局	-
44	天龙精细化工	对外贸易经营者备案登记表	02009400	-	-
45	天龙精细化工	报关单位注册登记证书	4412960799	中华人民共和国肇庆海关	长期
46	天龙精细化工	出入境检验检疫报检企业备案表	4412601493	中华人民共和国广东出入境检验检疫局	-
47	松源林产	对外贸易经营者备案登记表	01653125	-	-
48	松源林产	海关进出口货物收发货人备案回执	海关注册编码： 4515961286 检验检疫备案号： 4509600241	中华人民共和国柳州海关	长期
49	美森源林产	对外贸易经营者备案登记表	01199570	-	-
50	美森源林产	报关单位注册登记证书	海关注册编码： 5305965162 检验检疫备案号： 5353400014	中华人民共和国昆明海关	长期
51	云南天龙	对外贸易经营者备案登记表	02074623	-	-
52	云南天龙	海关进出口货物收发货人备案回执	海关注册编码： 5309962178 检验检疫备案号： 5307600183	中华人民共和国思茅海关	长期
53	美森源林产	食品生产许可证	SC20153232251986	云南省市场监督管理局	至 2023. 9. 10
54	广东天龙	食品经营许可证	JY34412040090549	肇庆市高要区市场监督管理局	至 2024. 10. 29
55	成都天龙	食品经营许可证	JY35101310044250	浦江县行政审批局	至 2026. 7. 22

注：品众互动和天龙精细化工已提交高新技术企业证书全部续证资料，相关部门正在审核中。

(四) 核心技术及来源

1、互联网营销板块

序号	技术名称	技术来源	核心技术介绍
1	品易-小工	自主研发	小工具矩阵，解决素材制作、广告投放、数据处理等日常

	具矩阵		工作中的一些人工效率难以满足要求的重点问题。
2	品智-广告投放系统	自主研发	通过媒体 API 对接, 实现跨媒体的广告素材账号搭建、效果监测预警, 提高广告投放效率, 提高广告投放效果。
3	品创-智能生产运营管理平台	自主研发	实现从需求发布、审核、派单, 素材制作、上传、审核, 培训的业务流程闭环管理。
4	品智-报表系统	自主研发	定时执行客户日常报表的统计、发送等工作, 提高工作效率。
5	品观-运营洞察	自主研发	通过大数据分析, 计算素材的投放周期及产生消耗, 来衡量创作者的产出效益, 同时通过素材的标记、行业等因素, 研究素材的表现方式和拍摄手法, 获得创意灵感, 提高用户关注度。
6	数据挖掘与清洗	自主研发	通过大数据分析平台, 建立数据清洗规则模型, 提炼分析基于人群、广告文案、创意预算等维度挖掘核心元素, 便于信息的归集和使用; 为广告投放提供更为精准的数据服务, 提高广告效果和收益。
7	文本分析系统	自主研发+采购	中文自然语言处理技术, 提出核心关键词, 提炼内容标签, 聚合相似内容
8	视频标记	自主研发+采购	通过 ffmpeg 视频处理技术, 提取帧图, 提取语音, 语音转文本技术, 结合文本分析系统, 完成视频标记
9	图片识别	自主研发+采购	通过 OpenCV, 实现 OCR 图片识别扫描, 对比, 提取文本信息, 实现图片标记识别
10	人脸识别跟踪	自主研发+采购	利用人脸采集设备存储人脸信息, 通过信息采集、人脸识别技术、地域、时间等信息, 记录人员行为轨迹, 完成人员跟踪。
11	视频制作工具	自主研发	通过视频元素的拆分, 如音乐、片段、文案等, 再结合视频剪辑、特效、蒙版、文字、语音合成等视频处理技术, 提高短视频制作效率。
12	数据建模	自主研发	通过 Resnext 深度神经网络学习, 优化数据模型, 建立视频元素特征模板, 通过模板快速搭建配套视频元素, 减少视频原材时间, 提高制作效率。

2、林产化工版块

序号	技术名称	技术来源	核心技术介绍
1	歧化松香制备方法	自主研发	将松香投入铝或铜锅内加热熔融后继续加热至特定高温, 通过钨-碳催化剂进行歧化反应, 通过此制备方法有效提高生产歧化松香的生产效率, 增加歧化松香的稳定性。
2	二氢月桂烯制备方法	自主研发	通过此制备方法有效优化二氢月桂烯的生产流程, 提高了二氢月桂烯的生产效率。

3、油墨化工板块

序号	技术名称	技术来源	核心技术介绍
1	自产树脂制备预印油墨技术	自主研发	利用低成本自产树脂调配新的预印调墨油代替较高成本预印调墨油, 有效降低预印调墨油的综合成本。
2	溶液聚合法制备工艺技术	自主研发	通过改变树脂分子结构、分子量大小、分子链中软段与硬段的比例, 从而改变树脂的性能, 制备聚氨酯树脂。
3	无苯复合油墨配方	自主研发	通过无苯复合油墨配方技术, 油墨产品将不含甲苯、丁酮等有害物质, 油墨产品更符合环保安全标准。
4	不含哑光粉的光乳液和合理的哑光油工艺配方	自主研发	配方为哑光度可控的核壳型乳液、成膜乳液、蜡乳液、消泡剂和表面活性剂, 有效提高了产品的耐热性、耐磨性和耐老化性。
5	预印光油的苯丙乳液制备	自主研发	通过该技术制备的苯丙乳液, 能够有效提升油墨的耐磨度、印刷适应性、稳定性, 使产品在较高温度下仍能保持油墨的光泽。

6	水性丙烯酸树脂的制备方法	自主研发	以水为溶剂制备的水性丙烯酸树脂具有无毒、环保、生产成本低等特性，水性丙烯酸树脂能够使油墨的光泽度、耐磨性、耐化学品性有较大提升。
7	低固高粘丙烯酸乳液制备技术	自主研发	研发的低固高粘丙烯酸乳液制作成本低，经济效益高，制作出的丙烯酸乳液无毒、无刺激，对人体无害，符合环保要求，具有优异的光泽与透明性，抗粘连性能好，具备低温固化以及抗污的特性。
8	聚酰胺丙烯酸酯杂化体合成技术	自主研发	包括水性聚酰胺树脂的合成、聚酰胺与丙烯酸酯杂化体树脂的合成、水性凹版塑料油墨配方工艺研究等技术，有效提高油墨的综合性能。
9	水性改性丙烯酸树脂型超分散剂的制备方法	自主研发	用自研配方制备乳液型树脂液，按一定比例将树脂液与表面活性剂在加热条件下混合均匀得到透明树脂液分散剂，冷却过滤得到水性改性丙烯酸树脂型超分散剂，有利于提升油墨产品综合性能。
10	水性油墨自动配色技术	自主研发	通过公司的软件，公司能与每个客户的数据端口对接，实现网络数据交换，定制客户所需墨色，有效降低对人工的依赖，缩短配色和上机调整时间，提高油墨配色准确度。

(五) 主要产品的产能、产量及销量

1、林产化工板块

报告期内，公司主要林化产品产量及销量情况如下：

序号	产品类别	项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
1	松香深加工	产量(吨)	11,929.08	16,958.20	17,591.23	15,230.47
		销售(吨)	12,747.43	17,983.40	16,712.95	15,386.30
		产能(吨)	30,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
		产销率	106.86%	106.05%	95.01%	101.02%
		产能利用率	39.76%	28.26%	29.32%	25.38%
2	松节油深加工	产量(吨)	6,132.56	14,205.57	10,711.31	17,518.48
		销售(吨)	7,163.68	13,492.93	10,777.62	16,109.64
		产能(吨)	17,000.00	34,000.00	34,000.00	34,000.00
		产销率	116.81%	94.98%	100.62%	91.96%
		产能利用率	36.07%	41.78%	31.50%	51.52%

注：松香深加工产品包括歧化松香、松香树脂等；松节油深加工产品包括蒎烯、莰烯、月桂烯、二氢月桂烯、松油醇等精细化工产品。

2、油墨化工板块

报告期内，公司主要油墨产品产量及销量情况如下：

序号	产品类别	项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
1	水性油墨	产量(吨)	8,160.28	15,179.44	15,870.93	16,517.32
		销售(吨)	8,085.92	15,360.38	16,161.50	16,572.05
		产能(吨)	19,265.75	36,900.00	39,400.00	38,400.00
		产销率	99.09%	101.19%	101.83%	100.33%
		产能利用率	42.36%	41.14%	40.28%	43.01%

2	溶剂油墨	产量（吨）	4,281.55	7,499.91	7,109.91	6,988.20
		销售（吨）	4,061.97	7,551.41	7,395.27	6,671.98
		产能（吨）	5,700.00	11,400.00	11,400.00	11,400.00
		产销率	94.87%	100.69%	104.01%	95.47%
		产能利用率	75.11%	65.79%	62.37%	61.30%

（六）原材料及能源采购情况

1、主要原材料采购情况

（1）互联网营销板块

公司互联网营销业务主要采购媒介资源，主要采购金额如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占采购总额的比例	金额	占采购总额的比例	金额	占采购总额的比例	金额	占采购总额的比例
媒介资源	468,094.79	96.92%	971,684.24	97.93%	758,936.58	97.16%	651,721.13	95.84%

（2）林产化工板块

报告期内，公司林产化工板块主要采购情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占采购总额的比例	金额	占采购总额的比例	金额	占采购总额的比例	金额	占采购总额的比例
松香	12,723.27	41.78%	13,050.46	24.80%	12,034.81	25.26%	10,144.59	13.62%
松脂	7,286.57	23.93%	8,557.31	16.26%	9,539.15	20.02%	15,138.33	20.33%
松节油	7,017.13	23.04%	26,834.01	50.98%	24,151.31	50.69%	43,117.19	57.91%
合计	27,026.97	88.75%	48,441.78	92.04%	45,725.28	95.98%	68,400.11	91.86%

（3）油墨化工板块

报告期内，公司油墨化工板块主要采购情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占采购总额的比例	金额	占采购总额的比例	金额	占采购总额的比例	金额	占采购总额的比例
树脂	6,814.76	47.77%	10,358.66	44.17%	10,696.22	41.43%	11,734.19	43.16%
颜料	4,434.82	31.09%	7,683.31	32.76%	8,580.26	33.23%	7,821.57	28.77%
助剂	1,676.53	11.75%	2,661.93	11.35%	3,096.24	11.99%	4,585.01	16.87%
合计	12,926.10	90.62%	20,703.90	88.29%	22,372.71	86.66%	24,140.78	88.80%

2、主要能源采购情况

公司生产、经营所需的主要能源为工业用电和天然气，由当地公用事业部门

供应，采购金额相对较小。

(七) 主要固定资产情况

截至 2021 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面净值	成新率
房屋及建筑物	19,177.47	8,242.87	165.65	10,768.96	56.15%
机械设备	18,626.02	12,654.06	1,385.44	4,586.52	24.62%
运输设备	1,784.74	1,210.48	64.32	509.95	28.57%
电子及其他设备	3,409.35	2,173.82	55.51	1,180.02	34.61%
合计	42,997.58	24,281.22	1,670.92	17,045.45	-

1、房屋所有权

截至 2021 年 6 月 30 日，公司及子公司共取得 58 项不动产权证书，具体情况如下：

序号	房屋所有权人	权证编号	建筑面积 (m ²)	房屋坐落位置	他项权利
1	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066098 号	6,150.00	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (车间)	抵押
2	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066105 号	1,726.14	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (食堂)	抵押
3	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066141 号	87.54	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (门卫室)	抵押
4	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066145 号	66.69	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (卫生间)	抵押
5	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066146 号	1,917.64	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (宿舍楼)	抵押
6	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066149 号	1,589.49	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (厂房 1)	抵押
7	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066150 号	1,589.49	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (厂房 2)	抵押
8	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066156 号	1,589.49	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (厂房 3)	抵押
9	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066158 号	1,259.19	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (厂房 4)	抵押
10	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066163 号	1,259.19	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (厂房 5)	抵押
11	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066164 号	1,060.29	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (厂房 6)	抵押
12	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066166 号	3,071.48	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (办公楼)	抵押
13	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066170 号	1,259.19	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (厂房 7)	抵押
14	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066172 号	54.18	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (配电房)	抵押
15	广东天龙	粤房地权证肇字第 0500066234 号	769.59	肇庆市高要区白土镇高速公路出入口处 (厂房 8)	抵押
16	成都天龙	蒲房权证监证字第 0124275 号	23.04	蒲江县寿安镇博世路东段 14 号 6 栋 1 层	抵押

17	成都天龙	蒲房权证监证字第0124270号	3,017.06	蒲江县寿安镇博世路东段14号1栋1-3层	抵押
18	成都天龙	蒲房权证监证字第0124274号	919.59	蒲江县寿安镇博世路东段14号5栋1层	抵押
19	成都天龙	蒲房权证监证字第0124273号	919.59	蒲江县寿安镇博世路东段14号4栋1层	抵押
20	成都天龙	蒲房权证监证字第0124272号	2,025.45	蒲江县寿安镇博世路东段14号3栋1-2层	抵押
21	成都天龙	蒲房权证监证字第0124271号	1,773.45	蒲江县寿安镇博世路东段14号2栋1层	抵押
22	杭州天龙	桐房权证初字第12034477号	1,303.10	杭州市桐庐县桐庐经济开发区舒川路9号	-
23	杭州天龙	桐房权证初字第12034480号	1,530.29	杭州市桐庐县桐庐经济开发区舒川路9号	-
24	杭州天龙	桐房权证初字第12034478号	1,498.40	杭州市桐庐县桐庐经济开发区舒川路9号	-
25	杭州天龙	桐房权证初字第12034479号	2,375.11	杭州市桐庐县桐庐经济开发区舒川路9号	-
26	上海亚联	沪房地嘉字(2005)第006442号	3,270.31	嘉定区嘉唐公路1099号	-
27	北京天虹	京(2017)通不动权证0033349号	3,864.23	通州区永乐店开发区B区4号1幢,2幢,3幢,4幢	抵押
28	天龙精细化工	粤房地权证德房字第6520141924号	80.00	德庆县德城镇工业集约基地(门卫值班室)	抵押
29	天龙精细化工	粤房地权证德房字第6520141925号	1,222.07	德庆县德城镇工业集约基地(锅炉车间)	抵押
30	天龙精细化工	粤房地权证德房字第6520141927号	490.71	德庆县德城镇工业集约基地(维修室、仓库)	抵押
31	天龙精细化工	粤房地权证德房字第6520141929号	2,032.75	德庆县德城镇工业集约基地(裂解加氢车间)	抵押
32	天龙精细化工	粤房地权证德房字第6520141931号	32.00	德庆县德城镇工业集约基地(值班室)	抵押
33	天龙精细化工	粤房地权证德房字第6520141934号	114.62	德庆县德城镇工业集约基地(消防泵房)	抵押
34	天龙精细化工	粤房地权证德房字第6520141937号	3,101.09	德庆县德城镇工业集约基地(分馏车间)	抵押
35	天龙精细化工	粤房地权证德房字第6520141942号	1,658.39	德庆县德城镇工业集约基地(包装车间)	抵押
36	天龙精细化工	粤房地权证德房字第6520141943号	1,643.74	德庆县德城镇工业集约基地(办公室)	抵押
37	天龙精细化工	粤房地权证德房字第6520141944号	898.00	德庆县德城镇工业集约基地(控制室、实验室)	抵押
38	天龙精细化工	粤房地权证德房字第6520150641号	137.73	德庆县德城镇香山大道东路1号德庆碧桂园云山秀色一街23座1101房	-
39	天龙精细化工	粤房地权证德房字第6520150642号	137.39	德庆县德城镇香山大道东路1号德庆碧桂园云山秀色一街23座1102房	-
40	天龙精细化工	德府国用(2014)第1416号	13.39	广东省肇庆市德庆县香山大道东路1号德庆碧桂园云山秀色一街23座	-
41	天龙精细化工	德府国用(2014)第1417号	13.43	广东省肇庆市德庆县香山大道东路1号德庆碧桂园云山秀色一街23座	-
42	美森源林产	云(2018)双柏县不动产权第0000039号	14,059.52	双柏县妥甸镇西城社区楚双公路边(松香车间)等17处	抵押

43	云南天龙	房产证宁洱镇字第(2014)11025号	1,189.66、41.93、258.36	宁洱县新塘村整掌组	-
44	云南天龙	房产证宁洱镇字第(2014)11026号	312.00、433.94、880.27	宁洱县新塘村整掌组	-
45	云南天龙	房产证宁洱镇字第(2014)11027号	1,303.53、524.85、938.15	宁洱县新塘村整掌组	-
46	云南天龙	房产证宁洱镇字第(2014)11028号	1,016.00	宁洱县新塘村整掌组	-
47	松源林产	桂房产证金房证字第00005768号	1,099.20	金秀县桐木镇象桐路	抵押
48	松源林产	桂房产证金房证字第00005769号	1,519.02	金秀县桐木镇象桐路	抵押
49	松源林产	桂房产证金房证字第00006178号	1,152.00	金秀县桐木镇象桐路(工业集中区)	抵押
50	松源林产	桂房产证金房证字第00006179号	648.00	金秀县桐木镇象桐路(工业集中区)	抵押
51	松源林产	桂房产证金房证字第00006180号	1,160.00	金秀县桐木镇象桐路(工业集中区)	抵押
52	松源林产	桂房产证金房证字第00006181号	1,152.00	金秀县桐木镇象桐路(工业集中区)	抵押
53	松源林产	桂房产证金房证字第00006182号	1,152.00	金秀县桐木镇象桐路(工业集中区)	抵押
54	松源林产	桂房产证金房证字第00006183号	1,152.00	金秀县桐木镇象桐路(工业集中区)	抵押
55	松源林产	桂房产证金房证字第00006184号	1,152.00	金秀县桐木镇象桐路(工业集中区)	抵押
56	青岛天龙	青房地权市字第2008403号	2,645.75	夏庄街道云头崮社区青岛天龙油墨有限公司	抵押
57	天龙集团	闽(2021)泉港区不动产权第0000986	8,968.70	泉港区南埔镇通港路天湖工业区	-
58	天龙集团	闽(2021)泉港区不动产权第0000985	6,185.50	泉港区南埔镇通港路天湖工业区	-

注:发行人及其子公司合法拥有上述房产,前述房产所做抵押皆为向银行申请贷款所致,其余房产不存在抵押、查封等权利限制情况。

2、房屋租赁情况

截至目前,公司及子公司共租赁14处不动产,具体情况如下:

序号	承租方	出租方	租赁标的	位置	面积(m ²)	租赁期限
1	品众互动、北京吉狮	北京京东方松彩创新有限公司	房屋	北京市朝阳区酒仙桥北路9号院内C7A座011室	3,618.54	2020.7.15-2023.9.14
2	杭州品众	钟惠国	房屋	杭州市江干区瑞晶国际商务中心603室	241.13	2020.3.23-2022.4.28
3	上海奇搜	上海巧宥服饰有限公司	房屋	上海市嘉定区金沙江西路568号2幢7层702室	790.59	2020.8.1-2022.7.31
4	上海奇搜	上海巧宥服饰有限公司	房屋	上海市嘉定区金沙江西路568号2幢7层701室	790.59	2020.8.1-2022.7.31
5	上海奇搜	上海巧宥服饰有限公司	房屋	上海市嘉定区金沙江西路568号2幢8层	1,581.18	2020.8.1-2022.7.31

6	海南乾乾	卢建宅	房屋	保定市竞秀区汇博·上谷大观 A 座 2506、2507、2508、2509 室	306.62	2020.10.1-2023.9.31
7	海南乾乾	马征宇	房屋	保定市竞秀区汇博·上谷大观 A 座 2510 室	80.05	2020.10.1-2023.9.31
8	优力互动	上海八佰秀企业管理有限公司	房屋	上海市静安区常德路 800 号（八佰创意产业园）B9-602 室	600.00	2020.7.1-2023.6.30
9	快道互动	北京兆维电子（集团）有限责任公司	房屋	北京市朝阳区酒仙桥路 14 号兆维工业园 A1-1 门	308.00	2020.4.1-2024.3.31
10	快道互动	北京兆维电子（集团）有限责任公司	房屋	北京市朝阳区酒仙桥路 14 号 50 号楼 A1-1 门一层 101 号	650.00	2020.4.1-2024.3.31
11	三影互动	北京广信鸿业物业管理有限公司	房屋	北京市朝阳区 813 创意园 1 号楼 101、102、103 复式	606.00	2020.1.1-2022.12.31
12	成都天龙	重庆曙光宇特建设发展有限公司	房屋	重庆市巴南区界石镇石美大道 66 号曙光·江南楼宇产业园 B7 栋 1-3	119.83	2021.8.10-2022.8.9
13	天龙集团	北京野力房地产开发有限公司	房屋	北京市朝阳区光华路 9 号楼 010 层 1009 至 1012 室	1,405.63	2020.11.28-2023.3.27
14	江苏品致	苏州天桂房地产开发有限公司	房屋	苏悦商贸广场南楼 7 层（名义楼层）706 单元	323.79	2021.5.1-2022.4.30

上述租赁合同中，除第 2 项已办理租赁备案外，其余租赁合同未办理房屋租赁备案手续。根据《中华人民共和国民法典》的规定，当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力。因此，未办理租赁备案手续不会影响公司及子公司在有关租赁合同中享有的合同权益。上述租赁房屋中第 6、7 项因未提供相应的权属证书从而未能确认其法定用途，除第 2、13、14 项外，其余租赁房屋的法定用途与实际用途不一致。此外，第 11 项租赁合同系房屋所有权人的受托人转委托北京广信鸿业物业管理有限公司签订，未提供房屋所有权人同意或追认文件。

除上述租赁房屋除第 12 项用于仓储外，其余租赁房屋均用于办公，具有较强的可替代性，若该等房屋不能正常使用，公司可较快地租赁其他房屋，对其经营不会构成重大不利影响。此外，公司实际控制人冯毅针对上述租赁瑕疵承诺如下：若因公司及其子公司承租的房屋无权属证书、租赁房屋的法定用途与实际用途不一致、未办理房屋租赁备案手续、出租方不具备签署租赁合同的权利等原因，导致公司及其子公司被有权机关处以行政处罚、被责令限期改正、租赁合同被认定无效或产生纠纷或租赁房屋被有权机关强制拆除而无法继续使用等情形，本人将对公司及其子公司因此遭受的经济损失（包括但不限于公司被有权机关处以罚款、被第三方追索而支付赔偿、因搬迁或停工发生的损失等）给予全额补偿，确

保公司及其子公司不会因此遭受任何经济损失。

综上，上述房屋租赁瑕疵不会影响公司的持续经营，不会对公司造成重大不利影响。

3、主要设备

截至 2021 年 6 月 30 日，公司主要机器设备情况如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量	账面原值	账面净值	成新率	权属人	是否租赁	是否抵押
1	二氢月桂烯生产线（二期）	1	1,481.19	562.85	38.00%	天龙精细化工	否	否
2	储罐	1	1,018.79	417.51	40.98%	天龙精细化工	否	否
3	苈烯白酯生产线	1	799.32	350.84	43.89%	天龙精细化工	否	否
4	二步法松油醇生产线	1	615.14	307.29	49.95%	天龙精细化工	否	否
5	蒎稀生产线	1	562.33	211.37	37.59%	天龙精细化工	否	否
6	一步法松油醇生产线	1	478.77	238.48	49.81%	天龙精细化工	否	否
7	蒎稀生产线（二期）	1	281.16	107.91	38.38%	天龙精细化工	否	否
8	胶粘剂车间	1	220.00	220.00	100.00%	松源林产	否	否
9	天燃气锅炉	1	170.12	157.71	92.71%	天龙精细化工	否	否
10	废气处理系统	1	138.05	131.50	95.25%	成都天龙	否	否
11	钾皂反应釜	1	103.83	24.95	24.03%	松源林产	否	否

五、财务性投资情况

（一）财务性投资及类金融业务的认定依据

根据《创业板上市公司证券发行上市审核问答》之“问题 10”的规定，“（一）财务性投资的类型包括不限于：类金融；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资；购买收益波动大且风险较高的金融产品；非金融企业投资金融业务等。（二）围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，以收购或整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。”

根据《创业板上市公司证券发行上市审核问答》之“问题 30”的规定，“除

人民银行、银保监会、证监会批准从事金融业务的持牌机构为金融机构外，其他从事金融活动的机构均为类金融机构。类金融业务包括但不限于：融资租赁、商业保理和小贷业务等。”

（二）公司最近一期末是否持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）情形

截至 2021 年 6 月 30 日，公司可能涉及财务性投资（包括类金融业务）的相关科目具体情况如下：

单位：万元

项目	金额	核算内容	是否属于财务性投资
衍生金融资产	928.96	系开展油墨化工主要原材料商品套期保值业务，期末核算期货合约公允价值形成	主要为规避原材料价格波动风险，不属于“购买收益波动大且风险较高的金融产品”，不属于财务性投资
其他权益工具投资	300.00	兔子轻云（北京）科技有限公司投资款	不属于财务性投资
合计	1,228.96	-	-

公司投资兔子轻云（北京）科技有限公司的基本情况如下：

成立时间	2020-10-16	注册资本（万元）	111.11	法定代表人	金峰
股权比例	金峰持股 81.00%、天龙集团持股 10.00%、武翠平持股 9.00%	住所	北京市朝阳区工体东路 18 号 2 号楼二层 B2125		
经营范围	经营电信业务；技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；电脑动画设计；销售计算机、软件及辅助设备；企业管理咨询；市场调查；计算机系统服务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；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；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）				
主营业务	兔子轻云（北京）科技有限公司是一家 Martech（营销技术）服务商，通过提升信息流广告的智能化和自动化能力，帮助企业实现数字化转型，提高运营效率，主要客户包括轻松筹、探探、品众互动等。				

兔子轻云（北京）科技有限公司为品众互动的营销技术服务商，公司对兔子轻云（北京）科技有限公司投资，主要系为了加强双方技术、服务合作，属于围绕产业链上游以获取技术的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，因此不界定为财务性投资。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司不存在出资或拟出资设立各类产业基金、并购基金的情形；不存在拆借资金、委托贷款的情形；公司未设立集团财务公司；未购买收益波动大且风险较高的金融产品；不存在从事非金融企业投资金融业务等

财务性投资（包括类金融业务）的情形。

综上所述，根据关于财务性投资及类金融业务的认定标准，参照公司的实际资产和经营情况，公司最近一期末不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）情形。

（三）本次发行董事会决议日前六个月至今公司实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况

2021年4月15日，公司召开第五届董事会第二十八次会议，审议并通过了与本次向特定对象发行股票的相关议案。自本次发行相关董事会决议日前六个月（2020年10月15日起）起至本募集说明书出具之日，公司不存在实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的情形。

综上所述，公司符合《创业板上市公司证券发行上市审核问答》有关财务性投资和类金融业务的要求。

六、未决诉讼或仲裁与行政处罚情况

（一）未决诉讼或仲裁情况

截至本募集说明书出具之日，公司及其子公司存在的尚未了结的或可预见的金额在500万元以上的重大诉讼、仲裁案件如下：

（1）品众互动诉北京齐欣互动科技有限公司（以下简称“北京齐欣”）、霍尔果斯齐欣互动科技有限公司（以下简称“霍尔果斯齐欣”）及上海开域信息科技有限公司（以下简称“上海开域”）网络服务合同纠纷

因北京齐欣、霍尔果斯齐欣未按约定支付服务费，品众互动向肇庆市高要区人民法院提起诉讼，诉请：①北京齐欣、霍尔果斯齐欣共同向品众互动支付服务费10,809,201.96元及逾期付款利息；②北京齐欣、霍尔果斯齐欣共同承担品众互动为实现权利支出的担保费；③上海开域为前述债务向品众互动承担连带清偿责任；④本案的受理费、保全费等全部诉讼费用由北京齐欣、霍尔果斯齐欣、及上海开域负担。

2021年3月16日，肇庆市高要区人民法院已决定立案审理，案号：（2021）粤1204民初865号。北京齐欣、霍尔果斯齐欣及上海开域在提交答辩状期间对管辖权提出异议，肇庆市高要区人民法院于2021年5月6日驳回对管辖权提出

的异议。目前该案尚在审理过程中。

(2) 北京吉狮诉北京齐欣互动科技有限公司（以下简称“北京齐欣”）、霍尔果斯齐欣互动科技有限公司（以下简称“霍尔果斯齐欣”）、霍尔果斯奇奕互动科技有限公司（以下简称“霍尔果斯奇奕”）及上海开域信息科技有限公司（以下简称“上海开域”）网络服务合同纠纷

因北京齐欣、霍尔果斯齐欣、霍尔果斯奇奕未按约定支付服务费，北京吉狮向肇庆市高要区人民法院提起诉讼，诉请：①北京齐欣、霍尔果斯齐欣、霍尔果斯奇奕共同向北京吉狮支付服务费 9,017,709.79 元及逾期付款利息；②北京齐欣、霍尔果斯齐欣、霍尔果斯奇奕共同承担北京吉狮为实现权利支出的担保费；③上海开域为前述债务向北京吉狮承担连带清偿责任；④本案的受理费、保全费等全部诉讼费用由北京齐欣、霍尔果斯齐欣、霍尔果斯奇奕及上海开域负担。

2021 年 3 月 16 日，肇庆市高要区人民法院已决定立案审理，案号：（2021）粤 1204 民初 867 号。北京齐欣、霍尔果斯齐欣、霍尔果斯奇奕及上海开域在提交答辩状期间对管辖权提出异议，肇庆市高要区人民法院于 2021 年 5 月 6 日驳回对管辖权提出的异议。目前该案尚在审理过程中。

(3) 北京吉狮诉北京凌众时代广告有限公司（以下简称“北京凌众”）、北京麦道伯仲网络技术有限公司（以下简称“北京麦道”）、宁波麦道伯仲网络技术有限公司（以下简称“宁波麦道”）及第三人北京百度网讯科技有限公司服务合同纠纷

因北京凌众、北京麦道及宁波麦道违反《2019 年度信息服务采购框架协议》《媒体框架订单的》等的约定，北京吉狮向北京市顺义区人民法院提起诉讼，诉请：①北京凌众、北京麦道及宁波麦道向北京吉狮支付差额保证金 7,000,000 元；②北京凌众、北京麦道及宁波麦道向北京吉狮返还多享受优惠差额共计 19,180,891.42 元；③北京凌众、北京麦道及宁波麦道向北京吉狮支付逾期付款违约金；④与本案相关的诉讼费、律师费、保全费、保函费及其他费用由北京凌众、北京麦道及宁波麦道承担。

北京市顺义区人民法院已于 2021 年 3 月 4 日接收材料，案号：（2021）京 0113 民初 6286 号，目前该案尚在审理过程中。

(4) 北京吉狮诉深圳鲲学教育咨询有限公司（以下简称“深圳鲲学”）、

上海掌小门教育科技有限公司（以下简称“上海掌小门”）、上海掌学教育科技有限公司（以下简称“上海掌学”）、深圳掌门人教育咨询有限公司（以下简称“深圳掌门人”）服务合同纠纷

因深圳鲲学、上海掌小门违反《2021 年度信息服务采购框架》及补充协议等的约定拖欠信息服务费，北京吉狮认为深圳鲲学、上海掌小门系一人有限责任公司，其股东上海掌学、深圳掌门人应当承担连带清偿责任。故北京吉狮向肇庆市高要区人民法院提起诉讼，诉请：①深圳鲲学、上海掌小门共同向北京吉狮支付信息服务费 12,152,073.32 元；②深圳鲲学、上海掌小门向北京吉狮支付违约金；③上海掌学、深圳掌门人对第一项、第二项请求的债务向北京吉狮承担连带清偿责任；④本案诉讼费、保全费、担保费及其他费用由四被告承担。

2021 年 9 月 9 日，肇庆市高要区人民法院决定立案审理，案号：（2021）粤 1204 民初 3492 号，目前该案尚在审理过程中。

（5）品众互动诉国征互联网科技（广东）有限公司（以下简称“广东国征”）服务合同纠纷

因广东国征违反《年度信息服务采购框架合同》及补充协议等的约定，品众互动向肇庆市高要区人民法院提起诉讼，诉请：①广东国征向品众互动支付信息服务费 5,112,481.11 元；②本案诉讼费、保全费、担保费、律师费及产生的其他费用由广东国征承担。

2021 年 9 月 16 日，肇庆市高要区人民法院决定立案审理，案号：（2021）粤 1204 民初 3575 号，目前该案尚在审理过程中。

上述诉讼案件系公司业务经营过程中发生的合同纠纷，均为公司为催收客户欠款而作为原告主动提起的诉讼，不涉及计提预计负债。若公司在上述诉讼中败诉，预计将会对公司的短期经营业绩造成一定的不利影响，上述案件涉诉金额占发行人应收账款、净资产的比例较小，不会对发行人的持续经营能力、长期盈利能力造成重大不利影响。

（二）行政处罚情况

2018年1月1日至今，公司及其子公司受到的行政处罚及相应整改情况如下：

1、北京天虹

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	北京市通州区安全生产监督管理局	(通)安监(监督)罚字(2018)第(006)号	<p>处罚原因：有一处配电箱存在一闸多控现象，安全设备使用不符合国家标准或行业标准。</p> <p>处罚依据：《中华人民共和国安全生产法》第九十六条第二项，并参照《北京市安全生产行政处罚自由裁量基准》。</p> <p>具体处罚：罚款1万元，已缴纳。</p> <p>整改情况：对上述配电箱电闸开关线进行整改，消除一闸多控现象。</p>	<p>①《中华人民共和国安全生产法》第九十六条第二项“生产经营单位有下列行为之一的，责令限期改正，可以处五万元以下的罚款；逾期未改正的，处五万元以上二十万元以下的罚款，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上二万元以下的罚款；情节严重的，责令停产停业整顿；构成犯罪的，依照刑法有关规定追究刑事责任：……(二)安全设备的安装、使用、检测、改造和报废不符合国家标准或者行业标准的；……”。北京天虹被处罚款1万元，该罚款金额较低，且不属于处罚依据中情节严重，被责令停产停业整顿情形。</p> <p>②报告期内，北京天虹营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过5%，对发行人合并报表不具有重大影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。</p> <p>③该违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。</p> <p>综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
2	北京市通州区安全生产监督管理局	(通)安监(危化)罚字(2018)第(032)号	<p>处罚原因：未在有较大危险因素的生产经营场所和有关设施、设备上设置明显的安全警示标志。</p> <p>处罚依据：《中华人民共和国安全生产法》第九十六条第一项，并参照《北京市安全生产行政处罚自由裁量基准》。</p> <p>具体处罚：罚款2.9万元，已缴纳。</p> <p>整改情况：粘贴安全警示标志。</p>	<p>①《中华人民共和国安全生产法》第九十六条第一项“生产经营单位有下列行为之一的，责令限期改正，可以处五万元以下的罚款；逾期未改正的，处五万元以上二十万元以下的罚款，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上二万元以下的罚款；情节严重的，责令停产停业整顿；构成犯罪的，依照刑法有关规定追究刑事责任：(一)未在有较大危险因素的生产经营场所和有关设施、设备上设置明显的安全警示标志的；……”。北京天虹被处罚款2.9万元，该罚款金额较低，且不属于处罚依据中情节严重，被责令停产停业整顿情形。</p> <p>②报告期内，北京天虹营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过5%，对发行人合并报表不具有重大影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。</p> <p>③该违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。</p> <p>综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
3	北京市通州区生态环境局	通环监罚字(2019)第080号	<p>处罚原因：未按照规定建设危险废物贮存场所安全分类存放，也未采取无害化处置措施。</p> <p>处罚依据：《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》第六十八条第一</p>	<p>①《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》第六十八条第一款第(二)项“违反本法规定，有下列行为之一的，由县级以上人民政府环境保护行政主管部门责令停止违法行为，限期改正，处以罚款：……(二)对暂时不利用或者不能利用的工业固体废物未建设贮存的设施、场所安全分类存放，或者未采取无害化处置措施的；……”。本条第二款“有前款第一项、第八项行为之一的，处五千元以上五万元以下的罚款；有前款第二项、第三项、</p>

			<p>款第（二）项、第二款。 具体处罚：罚款 3 万元，已缴纳。 整改情况：按照要求整改危废房，分类存放危废物；完善危废管理制度，对危废物的收集、存储、管理和处理进行制度化规定。</p>	<p>第四项、第五项、第六项、第七项行为之一的，处一万元以上十万元以下的罚款。”北京天虹被处罚款 3 万元，该罚款金额较低，且处罚依据未规定该行为属于情节严重的情形。 ②报告期内，北京天虹营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过 5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
4	北京市通州区生态环境局	通环监罚字（2019）第 082 号	<p>处罚原因：食堂使用期间油烟净化设施损坏，未正常使用油烟净化设施，依据北京市《餐饮业大气污染物排放标准》（DB11/1488-2018）4.2.3 规定未经任何净化设备净化排放油烟的餐饮服务单位视同超标排放。 处罚依据：《北京市大气污染防治条例》第一百零八条第一款。 具体处罚：罚款 1 万元，已缴纳。 整改情况：停止使用食堂，改做仓库。</p>	<p>①《北京市大气污染防治条例》第一百零八条第一款“违反本条例第五十九条第一款规定，未安装油烟净化设施、不正常使用油烟净化设施或者未采取其他油烟净化措施，超过排放标准排放油烟的，由环境保护行政主管部门责令限期改正，处五千元以上五万元以下罚款；拒不改正的，责令停业整治。”北京天虹被处罚款 1 万元，该罚款金额较低，且处罚依据未规定该行为属于情节严重的情形。 ②报告期内，北京天虹营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过 5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
5	北京市通州区应急管理局	（京通）应急（危化）罚（2019）第（010）号	<p>处罚原因：使用危险物品未建立专门安全管理制度、未采取可靠的安全措施。 处罚依据：《中华人民共和国安全生产法》第九十八条第（一）项，并参照《北京市安全生产行政处罚自由裁量基准》。 具体处罚：罚款 7.9 万元，已缴纳。 整改情况：已完善安全管理制度；执行相关安全举措包括不限于：①要求供应商在水性树脂大桶包装粘贴安全标签；②购买、完善消防设施，如沙袋、消防铲、消防架；③定期开展安全生产培训、检查与考核。</p>	<p>①《中华人民共和国安全生产法》第九十八条第（一）项“生产经营单位有下列行为之一的，责令限期改正，可以处十万元以下的罚款；逾期未改正的，责令停产停业整顿，并处十万元以上二十万元以下的罚款，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处二万元以上五万元以下的罚款；构成犯罪的，依照刑法有关规定追究刑事责任：（一）生产、经营、运输、储存、使用危险物品或者处置废弃危险物品，未建立专门安全管理制度、未采取可靠的安全措施的；……”。北京天虹被处罚款 7.9 万元，处罚依据未规定该行为属于情节严重的情形。 ②报告期内，北京天虹营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过 5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
6	北京市通州区消防救援支队	通（消）行罚决字（2020）300060 号	<p>处罚原因：厂房内一处室内消火栓栓口动压小于 0.35MPa、消防水带损坏。 处罚依据：《中华人民共和国消防法》第六十条第一款第一项。</p>	<p>①《中华人民共和国消防法》第六十条第一款第一项“单位违反本法规定，有下列行为之一的，责令改正，处五千元以上五万元以下罚款：（一）消防设施、器材或者消防安全标志的配置、设置不符合国家标准、行业标准，或者未保持完好有效的；……”。北京天虹被处罚款 5,000 元，该罚款金额较低，且处罚依据未规定该行为属于情节严重的情形。</p>

			具体处罚：罚款 5,000 元，已缴纳。 整改情况：已建设消防泵房，消防水压能达到 0.35MPa 水平，已更换新的消防水带。	②报告期内，北京天虹营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过 5%，对发行人合并报表不具有重大影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。
7	北京市通州区卫生健康委员会	20200609 1131291	处罚原因：未对劳动者个人职业病防护采取指导、督促措施。 处罚依据：《中华人民共和国职业病防治法》第七十条第（四）项。 具体处罚：警告。 整改情况：对员工进行职业病防护培训、宣导、检查与考核，切实落实整改要求。	①《中华人民共和国职业病防治法》第七十条第（四）项“违反本法规定，有下列行为之一的，由卫生行政部门给予警告，责令限期改正；逾期不改正的，处十万元以下的罚款：……（四）未按照规定组织劳动者进行职业卫生培训，或者未对劳动者个人职业病防护采取指导、督促措施的；……”。北京天虹被处警告，并未被处以罚款，属于处罚依据中最低的处罚标准。 ②报告期内，北京天虹营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过 5%，对发行人合并报表不具有重大影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。
8	国家税务总局北京市通州区税务局第一税务所	京通一税简罚（2020）4235 号	处罚原因：未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料，环境保护税所属期 2018-01-01 至 2018-03-31 逾期未申报。 处罚依据：《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条。 具体处罚：罚款 1,000 元（滞纳金 15.25 元），已缴纳。 整改情况：进一步加强税务相关规定的学习，并按时申报缴纳环境保护税。	①《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条“纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料的，或者扣缴义务人未按照规定的期限向税务机关报送代扣代缴、代收代缴税款报告表和有关资料的，由税务机关责令限期改正，可以处二千元以下的罚款；情节严重的，可以处二千元以上一万元以下的罚款。”北京天虹被处罚款 1,000 元，该处罚金额较低，且不属于处罚依据中情节严重的情形。 ②报告期内，北京天虹营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过 5%，对发行人合并报表不具有重大影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。

2、天龙精细化工

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	肇庆市生态环境局德庆分局	德环罚决字（2019）10 号	处罚原因：SFHS10-1.25-J 蒸汽锅炉废气排放口中颗粒物基准氧含量排放浓度为 56.9 mg/m ³ ，超标 0.9 倍。 处罚依据：《中华人民共和国大气污染防治法》第九十九条，并参照《肇	①《中华人民共和国大气污染防治法》第九十九条“违反本法规定，有下列行为之一的，由县级以上人民政府环境保护主管部门责令改正或者限制生产、停产整治，并处十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，报经有批准权的人民政府批准，责令停业、关闭：……（二）超过大气污染物排放标准或者超过重点大气污染物排放总量控制指标排放大气污染物的”和《肇庆市环境行政处罚自由裁量权适用规则（2018 修订版）》“5.2 排放大气污

			<p>庆市环境行政处罚自由裁量权适用规则（2018 修订版）》。</p> <p>具体处罚：罚款 10.5 万元，已缴纳。</p> <p>整改情况：已将水煤浆煤炉报废处理，改为天然气锅炉。</p>	<p>染物超标 3 倍以下的或者超总量 20%以下的；处 10 万元以上 12 万元以下罚款”的规定。天龙精细化工被处罚款 10.5 万元，属于处罚依据中较低的处罚标准，且不属于处罚依据中情节严重的情形。</p> <p>②肇庆市生态环境局德庆分局已于 2020 年 3 月 25 日出具《关于广东天龙精细化工有限公司环境保护工作情况说明》，认定该行为不属于重大环境违法违规行为。</p> <p>综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
2	肇庆市应急管理局	(肇)应急罚(2019)5 号	<p>处罚原因：2019 年 3 月 6 日、19 日和 20 日的 3 次 I 级动火作业的《动火安全作业证》有效期超过 8 小时，违反了《化学品生产单位特殊作业安全规范》(GB: 30871-2014)的强制性规定和公司《动火作业安全管理规定》。</p> <p>处罚依据：《安全生产违法行为行政处罚办法》第四十五条第（一）项，并参考《安全生产行政处罚自由裁量标准》（安监总政法[2010]137 号）中《安全生产违法行为行政处罚办法》。</p> <p>具体处罚：警告并处以 2.5 万元罚款，已缴纳。</p> <p>整改情况：按《危险化学品企业安全风险隐患排查治理导则》规范印制相关作业票据并按规范管理相关作业。</p>	<p>①《安全生产违法行为行政处罚办法》第四十五条第（一）项“生产经营单位及其主要负责人或者其他人员有下列行为之一的，给予警告，并可以对生产经营单位处 1 万元以上 3 万元以下罚款，对其主要负责人、其他有关人员处 1000 元以上 1 万元以下的罚款：（一）违反操作规程或者安全管理规定作业的；”，同时参考《安全生产行政处罚自由裁量标准》（安监总政法[2010]137 号）中《安全生产违法行为行政处罚办法》中“……（二）生产经营单位及其主要负责人或者其他人员违反操作规程或者安全管理规定作业的。……2. 主要责任人、安全管理人员、特种作业人员违反操作规程或者安全管理规定作业的，对生产经营单位处 2 万元以上 3 万元以下的罚款，对主要负责人或者其他人员处 5000 元以上 1 万元以下的罚款的处罚。”天龙精细化工被处罚款 2.5 万元，且执法机关在案件调查中未发现存在从重情节。</p> <p>②肇庆市应急管理局已于 2020 年 3 月 26 日出具《证明》，认定该行为不构成重大违法违规行为。</p> <p>综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>

3、成都天龙

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	成都市应急管理局	(成)应急罚(2019)5043 号	<p>处罚原因：未对安全设备进行定期检测，可燃气体报警仪未按期检测（2018 年 1 月安装，共 16 个探头，分别安装于 1 号甲类库房、2 号甲类车间）。</p>	<p>①《中华人民共和国安全生产法》第九十六条第一款第三项“生产经营单位有下列行为之一的，责令限期改正，可以处五万元以下的罚款；逾期未改正的，处五万元以上二十万元以下的罚款，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上二万元以下的罚款；情节严重的，责令停产停业整顿；构成犯罪的，依照刑法有关规定追究刑事责任：……（三）未对安全设备进行经常性维护、保养和定期检测的；……。”成都天龙被处罚款 2.1</p>

			<p>处罚依据：《中华人民共和国安全生产法》第九十六条第一款第三项，并参照《四川省安全生产行政处罚权利裁量标准》。</p> <p>具体处罚：罚款 2.1 万元，已缴纳。</p> <p>整改情况：每年定期检查可燃气体报警仪探头。</p>	<p>万元，属于处罚依据中较低的处罚标准，且不属于情节严重的情形。</p> <p>②成都市应急管理局已于 2020 年 3 月 25 日出具《证明》，认为该处罚不属于重大行政处罚。</p> <p>③报告期内，成都天龙营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过 5%，对发行人合并报表不具有重大影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。</p> <p>④该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。</p> <p>综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
2	崇州市综合行政执法局	崇执（交通）罚字[2019]第 0010 号	<p>处罚原因：运载印刷油墨的车辆未取得危险货物运输资质。</p> <p>处罚依据：《道路危险货物运输管理规定》第五十七条第一项。</p> <p>具体处罚：责令停止运输经营，罚款 3 万元，已缴纳。</p> <p>整改情况：委托有资质的第三方公司进行运输。</p>	<p>①《道路危险货物运输管理规定》第五十七条第一项“违反本规定，有下列情形之一的，由县级以上道路运输管理机构责令停止运输经营，有违法所得的，没收违法所得，处违法所得 2 倍以上 10 倍以下的罚款；没有违法所得或者违法所得不足 2 万元的，处 3 万元以上 10 万元以下的罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任：（一）未取得道路危险货物运输许可，擅自从事道路危险货物运输的；……”。成都天龙被处罚款 3 万元，属于处罚依据最低的处罚标准。</p> <p>②崇州市综合行政执法局已于 2020 年 4 月 24 日出具《证明》，认为该违法行为不属于重大违法行为，该处罚不属于重大行政处罚。</p> <p>③报告期内，成都天龙营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过 5%，对发行人合并报表不具有重大影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。</p> <p>④该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。</p> <p>综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
3	蒲江县应急管理局	（蒲）应急罚〔2020〕B0927001 号	<p>处罚原因：未如实记录安全生产教育和培训情况（2020 年 6 月培训记录有部分员工未签字，无 8 月培训教育记录）。</p> <p>处罚依据：《中华人民共和国安全生产法》第九十四条第一款第四项。</p> <p>具体处罚：罚款 2 万元，已缴纳。</p> <p>整改情况：每年初制定年度培训计划，根据计划执行培训，并如实记录培训情况。</p>	<p>①《中华人民共和国安全生产法》第九十四条第一款第四项：“生产经营单位有下列行为之一的，责令限期改正，可以处五万元以下的罚款；逾期未改正的，责令停产停业整顿，并处五万元以上十万元以下的罚款，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上二万元以下的罚款：……（四）未如实记录安全生产教育和培训情况的；……”。成都天龙被处罚款 2 万元，属于处罚依据中较低的处罚标准。</p> <p>②蒲江县应急管理局已于 2021 年 7 月 8 日出具《证明》，认为该违法行为不属于重大行政处罚行为。</p> <p>③报告期内，成都天龙营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过 5%，对发行人合并报表不具有重大影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。</p> <p>④该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。</p> <p>综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
4	成都市应急管理局	（成）应急罚〔2021〕5018 号	<p>处罚原因：安全生产警示标志类违法、安全生产建设工程项目类违法。</p> <p>处罚依据：《中华人民共和国安全生产法》第九十六条第（一）项、《建</p>	<p>①《中华人民共和国安全生产法》第九十六条第（一）项：“生产经营单位有下列行为之一的，责令限期改正，可以处五万元以下的罚款；逾期未改正的，处五万元以上二十万元以下的罚款，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上二万元以下的罚款；情节严重的，责令停产停业整顿；构成犯罪的，依照刑法有关规定追究刑事责任：（一）</p>

		<p>设项目安全设施“三同时”监督管理办法》第二十九条，并参照《四川省安全生产行政处罚权力裁量标准》第18项实施标准1.（1）、第290项实施标准1。 具体处罚：罚款1.9万元，已缴纳。 整改情况：已经将储存的危废进行合规处理，恢复原仓库功能；事故应急池增设有有限空间安全警示标识。</p>	<p>未在有较大危险因素的生产经营场所和有关设施、设备上设置明显的安全警示标志的；……”。《建设项目安全设施“三同时”监督管理办法》第二十九条：“已经批准的建设项目安全设施设计发生重大变更，生产经营单位未报原批准部门审查同意擅自开工建设的，责令限期改正，可以并处1万元以上3万元以下的罚款。”成都天龙被处罚款1.9万元，属于处罚依据中较低的处罚标准，不属于《中华人民共和国安全生产法》处罚依据中情节严重的情况，且《建设项目安全设施“三同时”监督管理办法》处罚依据未规定该行为属于情节严重的情形。 ②成都市应急管理局已于2021年7月23日出具《证明》，认为该处罚属于一般行政处罚。 ③报告期内，成都天龙营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ④该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。</p>
--	--	---	--

4、上海奇搜

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	上海市奉贤区市场监督管理局	奉市监案处字(2018)第262017003831号	<p>处罚原因：上海奇搜与上海投鼎资产管理有限公司签订了《360推广服务合同》，利用点睛软件为上海投鼎资产管理有限公司在360搜索中进行推广。上海投鼎资产管理有限公司在360搜索推广发布的广告中含有“第一股权网国内最权威的股权认购平台”内容，违反了《中华人民共和国广告法》第九条第（三）项规定：“广告中不得有下列情形：（三）使用‘国家级’、‘最高级’、‘最佳’等用语：”，构成发布含有最高级用语广告的行为。 处罚依据：《中华人民共和国广告法》第五十七条第（一）项，《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条第一款第（一）项。 具体处罚：没收广告费用26,501.6元，罚款30,000元，已缴纳。 整改情况：①内部开展相关培训，增强业务端对《广告法》的认知，从而更好保证业务合规性；②全员开展排查所有客户广告是否使用极限词，如发现第一时间暂停账户推广，并与客户沟通修改后才可上线；③除对极限词加强巡查外，加大对《广告法》其他相关规定的问题排查，发现问题第一时间沟通解决。</p>	<p>①《中华人民共和国广告法》第五十七条第（一）项的规定：“有下列行为之一的，由工商行政管理部门责令停止发布广告，对广告主处二十万元以上一百万元以下的罚款，情节严重的，并可以吊销营业执照，由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请；对广告经营者、广告发布者，由工商行政管理部门没收广告费用，处二十万元以上一百万元以下的罚款，情节严重的，并可以吊销营业执照、吊销广告发布登记证件：（一）发布有本法第九条第十条规定的禁止情形的广告的；”及《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条第一款第（一）项规定：“当事人有下列情形之一的，应当依法从轻或者减轻行政处罚：（一）主动消除或者减轻违法行为危害后果的；”。上海奇搜被处没收广告费用26,501.6元，罚款30,000元，不属于情节严重的情形，且行政机关依法给予从轻或者减轻的行政处罚； ②上海市奉贤区市场监督管理局已于2020年4月10日出具《证明》，认为该行为不属于重大违法、违规行为。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>

<p>2</p>	<p>上海市嘉定区市场监督管理局</p>	<p>沪市监嘉处(2021)第142021000274号</p>	<p>(1) 事项 1 处罚原因：上海奇搜对 12 个客户在提供 360 点睛软件服务前未审查域名 ICP 备案信息，对 47 个客户的域名 ICP 备案信息过期未能及时发现。违反《中华人民共和国广告法》第三十四条第一款“广告经营者、广告发布者应当按照国家有关规定，建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。” 处罚依据：《中华人民共和国广告法》第六十条第一款。 具体处罚：罚款 50,000 元，已缴纳。</p> <p>(2) 事项 2 处罚原因：上海奇搜代理发布“神奇粉末”虚假广告。 处罚依据：《中华人民共和国广告法》第五十五条第三款。 具体处罚：没收广告费 1810.66 元，处 8 倍罚款 14,485.28 元，已缴纳。</p> <p>(3) 事项 3 处罚原因：上海奇搜代理发布介绍“花韵私人高端会所”服务项目广告属于违背社会良好风尚的行为。 处罚依据：《中华人民共和国广告法》第五十七条第一项。 具体处罚：罚款 80 万元，已缴纳。</p> <p>上述 (1) - (3) 事项整改情况： ①积极配合主管部门的调查。认真落实广告经营者的主体责任，成立专项工作小组，组织公司业务、财务、法务等相关部门，及时有效提供调查材料，对于有问题的广告立即进行处理。 ②建立健全广告业务管理。即日要求加强对客户资质的审核和后期监督管理，对于发现问题的广告客户下线处理，同时与客户沟通修改整改；建立严格广告审核标准。加强广告内容审核力度，升级广告审核标准和规则，全面清查库存广告内容，如一旦发现客户违法违规广告立即处理。 ③严把业务合法性审查关。坚决抵制违规业务，加大内部审查力度，确保推广业务合法性。 ④完善风控巡查制度流程。针对前中后端制定标准化 SOP 流程，加大各端口的人工巡查力度，在多环节把控客户广告风险，强化风控管理。同时向 360 媒体反应，通过技术手段屏蔽违规广告的技术应用，建立更严格的风控体系。 ⑤加强法律法规学习培训。加强对《广告法》等相关的法律法规的学</p>	<p>①上海市市场监督管理局已于 2021 年 9 月 1 日出具《情况说明》，认为根据《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》（国家市场监督管理总局令 44 号）的有关规定，上海奇搜的该等违法行为不属于市场监督管理严重违法失信名单列入情形。 ②《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》（国家市场监督管理总局令 44 号）第二条第一款规定：“当事人违反法律、行政法规，性质恶劣、情节严重、社会危害较大，受到市场监督管理部门较重行政处罚的，由市场监督管理部门依照本办法规定列入严重违法失信名单，通过国家企业信用信息公示系统公示，并实施相应管理措施。”。因此，上海奇搜的该等违法行为不构成“性质恶劣、情节严重、社会危害较大，受到市场监督管理部门较重行政处罚”的情形。 ③该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该等行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
----------	----------------------	----------------------------------	--	--

习，增强员工的法律意识，规避不合规的客户广告，帮助企业在法律许可的范围内更好地开展工作，促进企业良性发展。

5、品众互动

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	国家税务总局北京市税务局稽查局	京税稽罚(2018)2号	<p>处罚原因：未按规定缴纳印花税。</p> <p>处罚依据：《中华人民共和国税收征收管理法》第六十四条第二款。</p> <p>具体处罚：罚款 322,531.72 元，已缴纳。</p> <p>整改情况：已经按纳税申报要求完成纳税申报，同时内部加强纳税申报时效性监管。</p>	<p>①《中华人民共和国税收征收管理法》第六十四条第二款“纳税人不进行纳税申报，不缴或者少缴应纳税款的，由税务机关追缴其不缴或者少缴的税款、滞纳金，并处不缴或者少缴的税款百分之五十以上五倍以下的罚款”。税务主管部门对品众互动未按规定缴纳印花税的行为处少缴的税款百分之 50%罚款计 322,531.72 元，属于该行为的最低处罚标准；</p> <p>②根据国家税务总局北京市顺义区税务局第一税务所于 2020 年 3 月 10 日出具的《涉税信息查询结果告知书》，2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，品众互动未接受过重大行政处罚。</p> <p>综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>

6、松源林产

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	金秀县公安消防大队	金公(消)行罚决字(2018)0021号	<p>处罚原因：厂房内未安装疏散指示标志及应急照明灯，且未按要求整改。</p> <p>处罚依据：《中华人民共和国消防法（2008 修订）》第六十条第一款第（一）项。</p> <p>具体处罚：罚款 1 万元，已缴纳。</p> <p>整改情况：2018 年 8 月，松源林产完成了仓库、松盛车间及锅炉房后门的疏散指示标志和应急照明灯的安装工作，并将完成整改情况报金秀县消防大队。</p>	<p>①《中华人民共和国消防法（2008 修订）》第六十条第一款第（一）项“单位违反本法规定，有下列行为之一的，责令改正，处五千元以上五万元以下罚款：（一）消防设施、器材或者消防安全标志的配置、设置不符合国家标准、行业标准，或者未保持完好有效的；”松源林产被处罚款 1 万元，该罚款金额较低，且处罚依据未认定该行为属于情节严重的情形。</p> <p>②报告期内，松源林产营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过 5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。</p> <p>③该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。</p> <p>综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>

7、杭州天龙

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	桐庐县环境保护局	桐环罚字(2018)第156号	<p>处罚原因：危废仓库外无标志标识，仓库内颜料粉包装袋无识别小标签，且颜料粉包装袋与废油墨渣混合堆放，地面无导流沟；污水处理站东面收集池内堆放着压滤污泥和废油墨，收集池上方未封闭，无标志标识；污水站北面有少量压滤污泥露天堆放；车间北面堆放着废油器包装塑料桶，未做密封处理，无标志标识。违反了禁止随意倾倒、堆放、抛撒危险废物的规定。</p> <p>处罚依据：《浙江省固体废物污染环境防治条例》第五十六条，并参照《杭州市环境违法行为行政处罚量罚办法（2018年版）》。</p> <p>具体处罚：罚款53,200元，已缴纳。</p> <p>整改情况：①在危废仓库外张贴危废标识标牌，危废仓库按规范整理并贴好相对应的标识标签，并做好导流沟；②对该收集池做好密封处理，并贴好相对应的标识标签；③将该危废污泥暂存在危险废物仓库，贴好标签，做好登记入库；④对堆放的废油墨包装塑料桶做好密封处理，并贴好标识标签。</p>	<p>①《浙江省固体废物污染环境防治条例》第五十六条“违反本条例第三十条规定，随意倾倒、堆放、抛撒危险废物……由环境保护行政主管部门责令停止违法行为，限期改正，处一万元以上十万元以下罚款。”，杭州天龙被处罚款53,200元，处罚依据未规定该行为属于情节严重的情形。</p> <p>②报告期内，杭州天龙营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。</p> <p>③该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。</p> <p>综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
2	桐庐县应急管理局	桐应急罚字[2021]第005号	<p>处罚原因：甲醇、乙醇等危险化学品储存场所存在不防爆的插座。</p> <p>处罚依据：《安全生产法》第九十八条第（一）项，并参照《杭州市安全生</p>	<p>①《安全生产法》第九十八条第（一）项“第九十八条 生产经营单位有下列行为之一的，责令限期改正，可以处十万元以下的罚款；逾期未改正的，责令停产停业整顿，并处十万元以上二十万元以下的罚款，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处二万元以上五万元以下的罚款；构成犯罪的，依照刑法有关规定追究刑事责任：（一）生产、经营、</p>

			<p>产行政处罚裁量基准》。 具体处罚：罚款 1 万元，已缴纳。 整改情况：①已在危化品使用场所墙壁粘贴安全周知卡、操作规程；②已在危险化学品（甲醇、乙醇）包装桶粘贴安全标签；③已在危险化学品存储场所增加报警设施；④甲醇、乙醇危险化学品存储场所不防爆的插座已拆除并封堵。</p>	<p>运输、储存、使用危险物品或者处置废弃危险物品，未建立专门安全管理制度、未采取可靠的安全措施的；”杭州天龙被处罚款 1 万元，属于处罚依据中较低的处罚标准。 ②报告期内，杭州天龙营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过 5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
3	杭州市综合行政执法局	杭综执（钱）〔2021〕罚决字第 02-00044 号	<p>处罚原因：机动车运载液体货物密封不严密造成泄漏。 处罚依据：《杭州市城市市容和环境卫生管理条例》第五十一条第二款。 具体处罚：罚款 1,000 元，已缴纳。 整改情况：立即停止该违法行为，并对现场遗撒的黄色油墨进行清理；事后加强油墨出库管理，确保包装桶密封性符合要求。</p>	<p>①《杭州市城市市容和环境卫生管理条例》第五十一条第二款“……违反规定，密封、包扎、覆盖不严密，导致泄漏、遗撒的，由行政执法机关处以一百元以上一千元以下罚款；违反规定未进行密封、包扎、覆盖的，由行政执法机关处以二千元以上二万元以下罚款。对上述违法行为，行政执法机关还可暂扣违法当事人的车辆，并要求其到指定地点接受处理，处理结束后，发还车辆。”杭州天龙被处罚款 1,000 元，该罚款金额较小，且处罚依据未规定该行为属于情节严重的情形。 ②报告期内，杭州天龙营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过 5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>

8、上海亚联

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	上海市嘉定区交通委员会执法大队	2182440646	<p>处罚原因：未按照规定的周期和频次进行车辆综合性能检测和技术等级评定。 处罚依据：《道路运输车辆技术管理规定》。 具体处罚：警告。 整改情况：涉事车辆淘汰使用。</p>	<p>上海亚联被处以警告处罚，并未被处以罚款，不属于情节严重的情形，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>

注：上海亚联目前处于停产状态。

9、杭州品众

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	国家税务总局杭州市江干区税务局	杭江税简罚(2018)896号	处罚原因：丢失增值税普通发票一份。 处罚依据：《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条。 具体处罚：罚款100元，已缴纳。 整改情况：对于纸质发票的领取进行登记，并在邮寄后跟进客户签收情况，以避免发生发票丢失。	①《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条：“跨规定的使用区域携带、邮寄、运输空白发票，以及携带、邮寄或者运输空白发票出入境的，由税务机关责令改正，可以处1万元以下的罚款；情节严重的，处1万元以上3万元以下的罚款；有违法所得的予以没收。丢失发票或者擅自损毁发票的，依照前款规定处罚”。杭州品众被处罚款100元，该罚款金额较低，且不属于处罚依据中情节严重的情形。 ②报告期内，杭州品众营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。
2	国家税务总局杭州市江干区税务局	杭江税简罚(2019)1880号	处罚原因：丢失增值税普通发票一份。 处罚依据：《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条。 具体处罚：罚款100元，已缴纳。 整改情况：对于纸质发票的领取进行登记，并在邮寄后跟进客户签收情况，以避免发生发票丢失。	①《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条：“跨规定的使用区域携带、邮寄、运输空白发票，以及携带、邮寄或者运输空白发票出入境的，由税务机关责令改正，可以处1万元以下的罚款；情节严重的，处1万元以上3万元以下的罚款；有违法所得的予以没收。丢失发票或者擅自损毁发票的，依照前款规定处罚”。杭州品众被处罚款100元，该罚款金额较低，且不属于处罚依据中情节严重的情形。 ②报告期内，杭州品众营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。
3	杭州市江干区国家税务局	杭国简罚(2018)6392号	处罚原因：其他未按规定开具发票的行为，涉及发票金额5,200元。 处罚依据：《中华人民共和国发票管理办法》第三十五条。 具体处罚：罚款200元，已缴纳。 整改情况：加强离职员工工作交接管理，加强发票管理，及时处理客户开票需求。	①《中华人民共和国发票管理办法》第三十五条：“违反本办法的规定，有下列情形之一的，由税务机关责令改正，可以处1万元以下的罚款；有违法所得的予以没收：（一）应当开具而未开具发票，或者未按照规定的时限、顺序、栏目，全部联次一次性开具发票，或者未加盖发票专用章的；（二）使用税控装置开具发票，未按期向主管税务机关报送开具发票的数据的；（三）使用非税控电子器具开具发票，未将非税控电子器具使用的软件程序说明资料报主管税务机关备案，或者未按照规定保存、报送开具发票的数据的；（四）拆本使用发票的；（五）扩大发票使用范围的；（六）以其他凭证代替发票使用的；（七）跨规定区域开具发票的；（八）未按照规定缴销发票的；（九）未按照规定存放和保管发票的。”杭州品众被处罚款200元，该罚款金额较低。 ②报告期内，杭州品众营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。

③该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。
综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。

10、广东天龙

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	深圳市公安局宝安分局消防监督管理大队	深公宝（消）行罚决字（2018）78006号	<p>处罚原因：广东天龙在客户处设立的调墨房存在经营场所与居住场所设置在同一建筑物内，不符合消防技术标准。</p> <p>处罚依据：《中华人民共和国消防法》第六十一条第二款。</p> <p>具体处罚：责令停产停业，并处罚款5,000元，已缴纳。</p> <p>整改情况：撤销原调墨点，搬迁至客户公司合规管理的车间。</p>	<p>①该罚款的对象为广东天龙在客户处设立的驻厂调墨点，主要系广东天龙应客户要求提供驻厂调墨服务，驻厂调墨点为客户自有场所，临时提供给广东天龙使用，因客户安排原因，驻厂调墨点不符合消防技术标准。该处罚发生后，广东天龙与客户协商更换临时调墨场所，确保符合监管规定，并缴纳5,000元罚款，该罚款金额属于处罚依据中最低的处罚标准。</p> <p>②此处罚款针对广东天龙驻厂调墨点，未涉及公司整体运营，罚款金额属于处罚区间的下限，该行政处罚事项不会对发行人未来的经营产生重大不利影响。</p> <p>③该违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。</p> <p>综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>

11、北京吉狮

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	国家税务总局北京市顺义区税务局第一税务所	京顺一税简罚（2019）6006430号	<p>处罚原因：丢失12份普通发票</p> <p>处罚依据：《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条第二款</p> <p>具体处罚：罚款360元，已缴纳</p> <p>整改情况：①由于快递物流原因造成发票丢失，目前已经与邮政快递合作，加强发票邮寄的安全性管理，避免此类情况发生；②邮寄后跟进客户签收情况。</p>	<p>①北京吉狮被处国家税务总局北京市顺义区税务局罚款360元，该罚款金额较低，该行政处罚事项不会对发行人未来的经营产生重大不利影响。</p> <p>②该违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。</p> <p>综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。</p>
2	国家税务总局北京市顺义区	京顺一税简罚（2019）6006621号	<p>处罚原因：丢失1份专票</p> <p>处罚依据：《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条第二款</p>	<p>①北京吉狮被国家税务总局北京市顺义区税务局处罚款400元，该罚款金额较低，该行政处罚事项不会对发行人未来的经营产生重大不利影响。</p> <p>②该违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。</p>

税务局第一税务所		具体处罚：罚款 400 元 整改情况：①由于快递物流原因造成发票丢失，目前已经与邮政快递合作，加强发票邮寄的安全性管理，避免此类情况发生；②邮寄后跟进客户签收情况。	综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。
----------	--	---	-------------------------

12、云南天龙

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	云南省普洱市国家税务局稽查局	普国税稽罚(2017)5号	处罚原因：2015-2016年，公司收购松脂时，开具6份农产品收购发票，收款方证件号码和所附销售方身份证复印件信息不一致；开具16份普票纳税识别号、地址、姓名和所附销售方身份证复印件信息不一致。 处罚依据：《中华人民共和国发票管理办法》（财政部令第6号）第三十五条第一款。 具体处罚：罚款3,000元（因迟缴纳2天，加收180元），已缴纳 整改情况：作废信息不一致的发票，重新开具信息一致的发票。	①《中华人民共和国发票管理办法》（财政部令第6号）第三十五条第一款“违反本办法的规定，有下列情形之一的，由税务机关责令改正，可以处1万元以下的罚款；有违法所得的予以没收：（一）应当开具而未开具发票，或者未按照规定的时限、顺序、栏目，全部联次一次性开具发票，或者未加盖发票专用章的；……”云南天龙被处罚款3,180元，该罚款金额较低，且处罚依据未规定该行为属于情节严重的情形。 ②报告期内，云南天龙营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过5%，对发行人合并报表不具有重大影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。
2	宁洱哈尼族彝族自治县消防救援大队	宁（消）行罚决字（2021）0008号	处罚原因：消防设施、器材、消防安全标志未保持完好有效。 处罚依据：《云南省消防条例》第四十四条第一款第（一）项。 具体处罚：罚款1.5万元，已缴纳。 整改情况：新建库区围堰外2个消防沙池，新购进10个消防水带用以更换旧水带及备用，统一更换灭火器，购置新的控制柜及消防水泵等，已完成整改	①《云南省消防条例》第四十四条第一款“人员密集场所或者生产、储存、经营易燃易爆危险品场所，有下列情形之一的，责令改正，对单位处5000元以上5万元以下罚款，对个人处3000元以上3万元以下罚款；拒不改正的，可以责令停止使用或者停产停业：（一）消防设施、器材或者消防安全标志的配置、设置不符合国家标准、行业标准，或者未保持完好有效的；……”云南天龙被处罚款1.5万元，该罚款金额较低，且处罚依据未规定该行为属于情节严重的情形。 ②宁洱哈尼族彝族自治县消防救援大队已于2021年7月15日出具《证明》，认为该违法行为不构成重大违法违规行为，该处罚亦不属于重大行政处罚，且云南天龙已缴纳罚款，完成整改。 ③报告期内，云南天龙营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过5%，对发

			行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ④该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。
--	--	--	--

13、武汉天龙

序号	处罚实施机关	处罚决定书文号	具体情形	不构成发行人重大违法违规行为的认定依据
1	国家税务总局武汉东西湖区税务局	武东税长简罚(2018)107号	处罚原因：未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料。 处罚依据：《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条。 具体处罚：罚款1,000元，已缴纳罚款。 整改情况：已于2019年1月注销。	①武汉天龙被处罚款1,000元，该罚款金额较低，且武汉天龙已于2019年1月注销。该行政处罚事项不会对发行人未来的经营产生重大不利影响。 ②报告期内，武汉天龙营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。
2	国家税务总局武汉市东西湖区税务局	武东税长简罚(2018)106号	处罚原因：未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料。 处罚依据：《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条。 具体处罚：罚款1,000元，已缴纳罚款。 整改情况：已于2019年1月注销。	①武汉天龙被处罚款1,000元，该罚款金额较低，且武汉天龙已于2019年1月注销。该行政处罚事项不会对发行人未来的经营产生重大不利影响。 ②报告期内，武汉天龙营业收入和净利润在发行人合并报表范围内占比均不超过5%，对发行人合并报表不具有重要影响，该行政处罚事项可不视为发行人本身存在相关情形。 ③该行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣。 综上所述，该行为不构成发行人重大违法违规行为。

七、现有业务发展安排及未来发展战略

2020 年是公司上市后第二个“五年规划”的收官之年，同时公司制订了第三个“五年规划”。公司未来五年将继续深耕现有互联网营销、油墨化工、林产化工三大产业，依托科技创新、技术革新，打造高附加值产品，提升客户服务能力，建立和完善现代化企业制度，进一步提升经营能力和管理水平，致力于将天龙集团建设成为具有较强核心竞争力和品牌知名度的现代化控股集团。

（一）互联网营销板块

1、大力发展短视频业务

通过短视频基地建设、全链路的短视频智能化生产平台搭建、视频广告生产制作要素收集与交易系统建立等举措，使公司内容制作水平、视频制作效率、视频原创性领先同行业。

2、推进技术革新

公司计划将广告、技术、大数据、5G 和人工智能相结合，大力发展广告技术并积累数据资产，通过可以变现的数据资产，提升自己的核心业务能力，为广告主提供更精准的互联网营销服务。

3、推动业务升级及转化

公司基于现有业务，结合各子公司优势，推动差异化布局，实现多产品整合营销，主要包括但不限于数字与社交媒体内容营销、短视频营销、娱乐营销、电商运营服务等。公司整合事业部各公司品牌优势，以集团背书，创造集团内各业务群的协作模式，持续实现多品牌协作发展的业务布局。

（二）林产化工板块

以产品链完整为导向，稳定现有市场和业务，确保现有业务增值。公司计划通过项目筹划和技术储备打造领先行业水平的明星产品，重点完成松节油深加工产品体系项目、云南药用原料项目等。

（三）油墨化工板块

1、升级服务体系

公司计划通过提升服务人员素质，同时打造数字化、标准化、智能化的调墨点来为客户提供完善的销售服务以及售后服务。

2、提升科技创新能力

公司在油墨化工板块将引进行业中高端技术人才和成熟技术,致力于水性油墨中高端产品、喷墨、UV 油墨方向的研发。

第三节 本次证券发行概要

一、本次发行的背景和目的

（一）本次发行的背景

1、国家政策鼓励互联网广告行业稳定发展

随着互联网广告行业持续快速发展，监管部门陆续出台了相关管理条例规范并引导其健康发展，目前已经形成了从网络媒体平台、网络内容到广告投放所有环节的相对齐全的政策体系。

2016年7月，国家工商行政管理总局印发了《广告产业发展“十三五”规划》，提出了打造具有国际化服务能力的大型广告企业集团，服务国家自主品牌建设，提高对自主品牌传播的综合服务能力，争取产生年广告经营额超千亿元的广告企业集团。2017年1月，国家发改委印发了《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016版）》，将与数字营销相关的“数字文化创意内容制作”与“新型媒体服务”明确为国家战略新兴产业。2019年8月，国家发改委印发了《产业结构调整指导目录（2019年本）》，将“商务服务业”中的“广告创意、策划、设计、制作、代理、发布等广告服务”列为鼓励类产业。

国家监管部门出台一系列政策法规，持续加强鼓励数字经济、“互联网+”与移动互联网经济的发展，将有利于推动我国互联网广告市场长期健康、稳定发展，为公司的数字营销业务开展创造了良好的政策环境。

2、互联网广告行业持续发展，具备广阔的前景

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）数据，截至2020年12月，我国网民规模达9.89亿，互联网普及率达70.4%；截至2020年12月，我国移动网民规模达9.86亿，网民中使用手机上网人群在高基数基础上进一步攀升，占比由2018年的98.60%提升至99.70%。

当前我国正处于经济结构转型、产业升级的过程中，未来我国经济仍将保持持续稳定发展状态，人民收入水平不断提高，将进一步促进居民消费升级。未来，居民消费升级与产业技术进步两大因素，将会带来我国网民的消费支出持续增长，从而使得数字营销更加受到广告主的关注与青睐。

根据艾瑞咨询数据，中国网络广告市场规模从2015年的2,184.5亿元增长

到 2019 年的 6,464.3 亿元，年均复合增长率 31.16%，预计 2022 年市场规模将达到 12,031.4 亿元。我国互联网广告规模持续增长的产业大背景并未发生变化，未来数字营销市场将持续保持增长。

基于我国互联网与移动互联网用户基数的不断扩大，结合产业升级及消费升级两大促进因素，我国数字营销市场规模将继续保持快速发展，公司数字营销板块具有广阔的市场空间。

3、以短视频为代表的信息流广告成为数字营销市场新增长点

根据极数 2020 年 2 月发布的《2019 年中国短视频行业发展趋势报告》，2019 年 12 月，短视频行业总体月活跃用户数为 8.07 亿，用户日均启动短视频 APP 达 26.1 亿次。短视频等信息流媒体的出现深度改变了数字营销的行业格局，在搜索引擎广告等传统数字营销手段已无法完全满足广告主对营销效果要求的背景下，以短视频为代表的信息流广告正逐步成为数字营销的新增长点。

短视频等基于大数据算法推荐的信息流媒体不受广告位数量的限制，可以有效地增加广告主投放空间，提升媒体端的盈利能力。此外大数据推荐算法可以更加精准地接触客户，提升广告主品牌传播效率，节省成本的同时，提高广告投放效果。以抖音、快手等新兴媒体为代表的短视频媒体的出现，进一步丰富了数字营销的业务模式，短视频以其碎片化、高传播、低门槛特性，为我国数字营销市场的发展带来了巨大的增长空间。

（二）本次发行的目的

1、增强公司数字营销领域实力，满足客户多元化短视频广告投放需求

自 2019 年开始，公司开始重点着力布局短视频业务，积极进行短视频等流媒体数字营销业务模式探索，并与多家知名短视频媒体平台开展深度合作。此外，公司通过合资方式设立控股子公司“北京快道互动网络科技有限公司”“北京三影互动科技有限公司”，引入高端专业人才，大力开拓短视频业务。

本次募集资金投资项目的顺利实施有利于公司在数字营销板块继续打造“品效合一”的数字营销体系，增强公司在数字营销领域的实力和竞争力。在 5G 产业大发展的背景下，公司将继续优化信息流、搜索引擎、手机厂商的全媒体资源矩阵布局，在稳定发展厂商媒体和传统搜索引擎业务的同时，重点发展短视频等

信息流媒体业务，最终形成具有市场竞争力的媒体资源结构，满足广告主数字营销精准化、多元化的广告内容制作及投放需求。

2、优化资产负债结构、缓解运营资金压力

报告期内，公司的资产负债率分别为 58.13%、58.58%、58.92%和 56.79%，资产负债率逐年升高，且公司负债主要为短期借款、应付账款和其他应付款等流动负债，公司运营资金压力较大。本次向特定对象发行股票所募集的资金部分用于补充流动资金，可以有效缓解公司未来营运资金压力，满足公司日常经营周转需求，有助于提高公司的资金实力和综合融资能力，有利于公司及时把握市场机遇，通过多元化融资渠道获取资金支持公司业务发展，为公司未来发展奠定坚实基础。

二、发行对象及与发行人的关系

本次向特定对象发行股票的发行对象为不超过 35 名的特定投资者，包括证券投资基金管理公司、证券公司、资产管理公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者及其它符合法律法规规定的其他法人投资者和自然人等。证券投资基金管理公司以其管理的 2 只以上基金认购的，视为一个发行对象。信托投资公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

本次发行尚未确定发行对象。公司在取得深交所审核通过并经中国证监会同意注册后，将根据申购报价的情况，以价格优先的方式确定发行对象。若国家法律、法规对向特定对象发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

三、本次发行方案概要

（一）发行股票种类和面值

本次发行的股票种类为境内上市人民币普通股（A 股），每股面值为人民币 1.00 元。

（二）发行方式和发行时间

本次发行采取向符合中国证监会规定的不超过 35 名特定对象以询价发行的方式进行，在获得深交所审核通过并经中国证监会同意注册后 12 个月内择机发行，发行对象全部以现金方式认购。

（三）发行数量

本次向特定对象发行股票数量按照本次向特定对象发行募集资金总额除以发行价格确定，且发行数量不超过本次向特定对象发行前公司总股本的 30%（含本数），即不超过 225,060,585 股（含本数），并以中国证监会同意注册的批复文件为准。最终发行数量将在本次发行经过深交所审核通过并获得中国证监会同意注册的批复后，由公司董事会根据股东大会的授权及发行时的实际情况，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。单个发行对象及其一致行动人认购本次发行的股票后合计持有的公司股票数量不得超过本次发行完成后公司总股本的 10%。

若公司股票在董事会决议日至发行日期间发生派送股票股利、资本公积金转增股本、配股等除权事项，本次向特定对象发行股票数量上限将作相应调整。

（四）发行对象及认购方式

本次向特定对象发行股票的发行对象为不超过 35 名的特定投资者，包括证券投资基金管理公司、证券公司、资产管理公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者及其它符合法律法规规定的其他法人投资者和自然人等。证券投资基金管理公司以其管理的 2 只以上基金认购的，视为一个发行对象。信托投资公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

本次发行尚未确定发行对象。公司在取得深交所审核通过并经中国证监会同意注册后，将根据申购报价的情况，以价格优先的方式确定发行对象。若国家法律、法规对向特定对象发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。本次发行的发行对象均以现金方式认购公司本次发行的股票。

（五）定价基准日、发行价格及定价原则

本次发行的定价基准日为公司本次向特定对象发行股票发行期首日。本次发行的发行价格不低于本次向特定对象发行的定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 80%（定价基准日前 20 个交易日股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日股票交易总量）。

最终发行价格将在本次发行获得深交所审核通过并经中国证监会同意注册后，按照中国证监会等有权部门的规定，根据特定发行对象申购报价的情况，遵

照价格优先原则，由公司董事会根据股东大会的授权与保荐机构（主承销商）协商确定。

在定价基准日至发行日期间，若公司发生派发股利、送红股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，本次发行价格将作相应调整。调整方式如下：

派发现金股利： $P1=P0-D$

送红股或转增股本： $P1=P0/(1+N)$

派发现金同时送红股或转增股本： $P1=(P0-D)/(1+N)$

其中：P0 为调整前发行底价，D 为每股派发现金股利，N 为每股送红股或转增股本数，P1 为调整后发行底价。

（六）限售期安排

发行对象认购本次发行的股票自发行结束之日起，六个月内不得转让。发行对象基于本次交易所取得公司股票因公司分配股票股利、资本公积转增等情形所衍生取得的股票亦应遵守上述股票锁定安排。

发行对象因本次交易取得的公司股票在锁定期届满后减持还需遵守《公司法》《证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律、法规、行政规章、规范性文件、交易所相关规定以及《公司章程》的相关规定。若国家法律、法规对向特定对象发行股票的限售期有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

（七）募集资金总额及用途

公司本次向特定对象发行募集资金总额预计不超过 100,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后将全部用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金金额
1	全链路智能化广告内容生产平台建设项目	61,012.33	50,000.00
2	广告生产制作要素收集与交易系统项目	20,113.62	20,000.00
3	补充流动资金	30,000.00	30,000.00
合计		111,125.95	100,000.00

在本次向特定对象发行股票募集资金到位前，公司可根据项目需要以自有资金、银行贷款等方式自筹资金进行先期投入，并在募集资金到位后根据有关法律法规要求对先期投入予以置换。本次向特定对象发行股票募集资金到位后，若本次发行实际募集资金净额小于上述项目拟投入募集资金总额，在不改变拟投资项

目的前提下，董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入金额、优先顺序进行适当调整，资金缺口由公司通过自筹方式解决。

（八）本次发行股票前的滚存利润安排

本次向特定对象发行完成后，公司的新老股东按持股比例共同分享公司本次发行前滚存的未分配利润。

（九）上市地点

本次向特定对象发行的股票将在深交所上市交易。

（十）关于本次发行股票决议有效期限

本次向特定对象发行股票决议的有效期为自公司股东大会审议通过本次向特定对象发行股票相关议案之日起 12 个月。

四、本次发行是否构成关联交易

本次发行尚未确定发行对象，公司关联方尚未明确提出参与认购本次向特定对象发行股份的意向。最终本次向特定对象发行股份是否构成关联交易的情形，将在发行结束后公告的发行情况报告书中予以披露。

五、本次发行是否将导致公司控制权发生变化

本次发行前，公司股份总数为 750,201,950 股，冯毅先生为公司的控股股东和实际控制人。

按照本次发行上限 225,060,585 股测算，本次发行完成后，公司总股本变为 975,262,535 股，冯毅先生持有公司 17.51% 股份，程宇先生持有公司 5.15% 股份，单个发行对象及其一致行动人认购本次发行的股票后合计持有的公司股票数量未超过本次发行完成后公司总股本的 10%。此外，冯华先生持有公司 2.07% 股份，冯军先生持有公司 1.45% 股份，冯毅先生与冯华先生、冯军先生为胞兄弟关系，为一致行动人，三人合计持股 21.03%，持股比例较高。因此，本次向特定对象发行股票不会导致公司控制权发生变化。

六、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序

公司本次发行的相关事项已经公司第五届董事会第二十八次会议、第五届董

事会第三十次会议和 2020 年年度股东大会审议通过。根据有关法律、法规、规章及规范性文件的规定，本次发行方案尚需通过深交所审核，并获得中国证监会作出同意注册的决定后方可实施。

在通过深交所审核，并获得中国证监会作出同意注册的决定后，公司将向深交所和中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司申请办理股票发行、登记和上市事宜，完成本次发行股票全部呈报批准程序。

七、本次发行股票方案的实施是否可能导致股权分布不具备上市条件

本次发行方案的实施不会导致公司股权分布不具备上市条件。

第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、本次向特定对象发行股票募集资金使用计划

经公司 2020 年年度股东大会审议通过，本次向特定对象发行股票募集资金总额预计不超过 100,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后将全部用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金金额
1	全链路智能化广告内容生产平台建设项目	61,012.33	50,000.00
2	广告生产制作要素收集与交易系统项目	20,113.62	20,000.00
3	补充流动资金	30,000.00	30,000.00
合计		111,125.95	100,000.00

在本次向特定对象发行股票募集资金到位前，公司可根据项目需要以自有资金、银行贷款等方式自筹资金进行先期投入，并在募集资金到位后根据有关法律法规要求对先期投入予以置换。本次向特定对象发行股票募集资金到位后，若本次发行实际募集资金净额小于上述项目拟投入募集资金总额，在不改变拟投资项目的前提下，董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入金额、优先顺序进行适当调整，资金缺口由公司通过自筹方式解决。

二、全链路智能化广告内容生产平台建设项目

（一）项目基本情况

1、项目名称

全链路智能化广告内容生产平台建设项目。

2、实施主体

该项目由天龙集团子公司广东天龙和广东品众共同实施，其中广东天龙负责项目基建部分，广东品众负责搭建场景、购置设备及软件系统、项目具体运营等。

3、项目建设内容

该项目将在肇庆市建设 35,000 m²的短视频拍摄基地，规划搭建 28,000 m²的内容丰富的通用场景，拟打造成华南地区最大的短视频拍摄基地。

该项目将构建品创（智能生产运营管理平台）、品智（广告智能投放平台）、品易（自助创意智能生产优化平台）、品观（数据中心）四个子平台。该项目通

过技术驱动，对广告需求获取、广告内容制作、广告智能投放以及广告效果分析等业务全流程进行精细化管理，最终搭建起全链路、智能化的广告内容生产平台，推动公司“内容+智能精准+服务”的战略升级。

4、项目投资

该项目总投资为 61,012.33 万元，其中建设投资 52,367.36 万元，占比 85.83%，包括工程费用 50,250.10 万元，工程建设其它费用 592.00 万元，预备费 1,525.26 万元；铺底流动资金 8,644.96 万元，占比 14.17%。

项目投资具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资额	占投资总额的比例	拟投入募集资金	拟使用自筹资金	是否为资本性支出
一	建设投资	52,367.36	85.83%	50,000.00	2,367.36	-
1	工程费用	50,250.10	82.36%	50,000.00	250.10	是
1.1	建筑工程费	22,750.00	37.29%	50,000.00	250.10	是
1.2	设备购置费	26,190.57	42.93%			是
1.3	安装工程费	1,309.53	2.15%			是
2	工程建设其它费用	592.00	0.97%	-	592.00	是
3	预备费	1,525.26	2.50%	-	1,525.26	否
二	铺底流动资金	8,644.96	14.17%	-	8,644.96	否
三	项目总投资	61,012.33	100.00%	50,000.00	11,012.33	-

(1) 建设工程费用

该项目建筑主要为综合楼与场景，其中综合楼包括办公室、会议室、影棚等，面积为 35,000.00 m²；项目拟规划丰富的通用场景（如医院、航班、家居、商超等），场景面积规划为 28,000 m²。

该项目建筑工程费为 22,750.00 万元，其中综合楼的建设装修费用为 15,750.00 万元，场景的建设装修费用为 7,000.00 万元，具体如下：

单位：万元

序号	建筑物或构筑物名称	建筑面积 (m ²)	建筑单价 (万元/m ²)	建筑总价
1	综合楼	35,000.00	0.45	15,750.00
2	场景	28,000.00	0.25	7,000.00
-	合计	-	-	22,750.00

(2) 设备购置及安装

单位：万元

序号	名称	金额	安装费用	合计
----	----	----	------	----

1	硬件设备	14,559.13	727.96	15,287.09
2	软件系统	11,631.44	581.57	12,213.01
合计		26,190.57	1,309.53	27,500.10

硬件设备购置明细如下：

单位：万元

序号	名称	型号规格	单位	数量	单价	总价
网络设备、服务器						
1	防火墙	H3CPathF1000-E-G2	台	2	20.00	40.00
2	路由器	H3CSR8806-X-S	台	2	20.00	40.00
3	核心交换机	H3CS10508X	台	2	40.00	80.00
4	汇聚交换	H3CS10506X	台	12	30.00	360.00
5	AC 控制器	H3CWX3510E	台	3	10.00	30.00
6	POE 交换机	H3CS5130S-28S-PWR-HI	台	60	0.80	48.00
7	无线 AP	H3CWA4320X	台	600	0.80	480.00
8	接入交换机	H3CS5800S5820X	台	100	1.00	100.00
9	机柜	图腾机柜 K38042	套	60	0.60	36.00
10	VPN 服务		套	2	10.00	20.00
11	网络行为管理	深信服 AC-1000-D600	套	2	18.20	36.40
12	硬件负载均衡器	RadwareDefensePro	套	2	106.55	213.10
13	地面空调组	艾亚特 AERTO-TY100KSW	套	5	106.92	534.60
14	RAID 控制卡	豪威 OT-6604	件	20	8.20	164.00
15	KVM 切换器	天拓 TT-D8932	套	2	55.00	110.00
16	网络安全管理	启明星辰天清入侵防御系统 NIPS2060	套	2	56.00	112.00
17	入侵防御系统 (NGIPS)	思科	套	2	30.00	60.00
18	本地测试服务器套组	华为 (HUAWEI) 2488V52U 四路机架式服务器主机四颗金牌 521540C2. 4GHz 双电 128G1. 2T10K*25SP450C2	台	20	12.35	247.00
19	分布式处理服务器	华为 (HUAWEI) 2488V52U 四路机架式服务器主机四颗金牌 521540C2. 4GHz 双电 32G960GSSD*3SP450C2G	台	15	9.32	139.80
20	搜索集群服务	华为 (HUAWEI) 2488V52U 四路机架式服务器主机 4 颗金牌 6258R112C2. 7GHz 双电 64G2. 4T10K*12SP450C2G	台	12	32.89	394.68
21	内存数据库 (Redis 集群)	华为 (HUAWEI) 2488V52U 四路机架式服务器主机 4 颗金牌 6258R112C2. 7GHz 双电 128G480G2. 4T*20SP450	台	12	36.39	436.68
22	图视频数据库	华为 (HUAWEI) 2488V52U 四路机架式服务器主机 4 颗金牌 6258R112C2. 7GHz 双电 64G2. 4T10K*12SP450C2G	台	24	32.89	789.36
23	图形关系数据库	华为 (HUAWEI) 2488V52U 四路机架式服务器主机 4 颗金牌 6258R112C2. 7GHz 双电	台	12	36.39	436.68

		128G480G2.4T*20SP450				
24	MongoDB 数据库	华为 (HUAWEI) 2488V52U 四路机架式服务器主机 4 颗金牌 6258R112C2.7GHz 双电 128G480G2.4T*20SP451	台	18	36.39	655.02
25	Mysql 数据库	华为 (HUAWEI) 2488V52U 四路机架式服务器主机四颗金牌 521540C2.4GHz 双电 64G2.4T10K*12SP450C2G	台	15	11.47	172.05
26	存储服务器	华为 (HUAWEI) OceanStor5110V5 存储服务器 64G 缓存 12T7.2K*18 硬盘框	台	80	24.94	1,995.19
27	GPU 服务器	华为 G5500 服务器 8260*232G 内存 *12960G*21.8T*63108-8iGPUV100s*4	台	40	45.20	1,808.00
小计				-	-	9,538.55
UPS 电源及空调						
1	UPS 电源 400KVA	艾亚特 UPS-100KVA	台	2	40.00	80.00
2	蓄电池	艾佩斯 GEL12-150	节	102	0.20	19.89
3	电池架	-	个	3	0.45	1.35
4	电池控制开关箱	-	个	3	0.55	1.65
5	电池连接线	-	米	40	0.00	0.07
6	主机与电池的连接线	-	米	80	0.01	0.51
7	UPS 主机与输出配电柜的连接线缆	-	米	20	0.05	1.04
8	UPS 输出配电柜与强电列头柜的连接线缆	-	米	200	0.03	5.06
9	辅助材料	-	项	1	0.35	0.35
10	空调	格力 ES 系列 GMV-504W/A 直流变频中央空调	套	4	40.00	160.00
11	环境监控系统	-	套	1	35.00	35.00
12	动力监控系统	-	套	1	60.00	60.00
小计				-	-	364.92
监控设备						
1	录像机	华为 VCN540-64	台	10	0.50	5.00
2	枪式摄像头	华为 C212A-I (3.6mm)	个	600	0.06	36.00
3	球机摄像头	华为 M6721-Z31	个	200	0.60	120.00
4	交换机	H3CS5130S-28P-EI	个	50	0.50	25.00
5	光猫	宇泰 UT-2578SM	个	500	0.03	15.00
6	机柜	图腾机柜 K38042	套	20	0.60	12.00
7	监控屏幕	大华 DHL22-S200	套	20	0.50	10.00
8	配件	-	套	1	5.00	5.00
小计				-	-	228.00
门禁、背景音响设备						
1	管理服务器	华为 FusionServer2288HV5	台	4	2.00	8.00
2	门禁主机、电源	中控智慧 XFace600	套	150	0.20	30.00

3	吸顶音箱	IDZTQ-H8	套	400	0.20	80.00
4	功放	海森 SH-PA2000	台	4	1.00	4.00
5	前置放大器	TIKS 前置放大器 TPP-1060	台	10	0.50	5.00
6	无线麦克风	森海塞尔 EW145G3	套	10	0.50	5.00
7	人脸识别采集 套装设备	百度人脸识别开发套件 V2	套	200	0.40	80.00
8	播放软件	-	套	1	2.00	2.00
小计				-	-	214.00
摄影器材						
1	相机	索尼 A7S3	台	300	2.80	839.97
2	镜头	索尼 24-70f2.4	个	300	1.41	422.97
3	镜头	索尼 70-200f2.8	个	300	1.69	506.97
4	uv 镜	耐司 MCVU77mm	个	300	0.01	3.15
5	uv 镜	耐司 MCVU82mm	个	300	0.02	4.65
6	电池	索尼 np-fz100	个	600	0.05	31.74
7	电池	影宸 99WH 锂电	个	600	0.09	52.80
8	充电器	索尼 BC-QZ1	个	300	0.07	20.97
9	读卡器	金士顿 USB3.0MobileLiteG4	个	600	0.01	4.79
10	储存卡	闪迪 U3128G	个	1,000	0.14	139.90
11	三脚架/云台	印迹 (IFOOTAGE)	个	100	0.21	20.98
12	稳定器	大疆 RS2	个	100	0.60	59.99
13	麦克风	索尼 (SONY) UWP-D21 麦克风	台	100	0.30	30.00
14	云台	智云 (ZHIYUN) 云鹤 3SCrane3S 相机 稳定器	台	100	0.50	50.00
15	无线麦克风	森海塞尔 EW145G3	个	100	0.30	30.00
16	灯光	爱图仕 LSC300dII+Lantern	个	80	0.65	51.68
17	灯光	爱图仕 LSC300dII+LightDomeII	个	80	0.73	58.23
18	灯光	利帅 700RVS	个	100	0.25	24.80
19	灯光	爱图仕 HR672KIT-WWS (3 套装)	个	80	0.30	24.38
20	补光灯	利帅 516AS (棒灯)	个	80	0.08	6.00
21	三脚架	图瑞斯 N6 云台 TS-N6Q	个	80	0.35	27.92
22	滑轨	印迹 s1 滑轨	个	80	0.38	30.24
23	反光板	泡沫板	个	100	0.01	1.25
24	反光板	神牛五合一反光板	个	100	0.00	0.49
25	话筒	罗德 VideoMicProPlus	个	20	0.19	3.79
26	话筒	索尼 UWP-D21	个	20	0.34	6.80
27	相机包	锐玛 EMB-SD06	个	320	0.06	19.20
小计				-	-	2,473.67
网络接入						
1	联通专线	-	年	2	150.00	300.00
2	电信专线	-	年	2	150.00	300.00
小计				-	-	600.00
电脑						
1	笔记本电脑	联想 ThinkPadP15v2020 款 (02CD)	台	140	1.25	175.00
2	设计电脑	联想 ThinkPadP1 隐士 Gen2 代	台	400	1.80	720.00

3	研发台式电脑	联想 ThinkPad 笔记本 T495	台	100	1.20	120.00
4	电视	小米电视 4S75 英寸超大屏	台	50	0.50	25.00
5	配件	-	套	1,000	0.10	100.00
小计			-	-	-	1,140.00
总计			-	-	-	14,559.13

软件系统购置明细如下：

单位：万元

序号	名称	型号规格	单位	数量	单价	总价
百度云服务						
1	云主机 (BCC)	百度云主机 32 核 64G-1000G	年	2	125.74	251.47
2	云主机 (BCC)	百度云主机 16 核 128G-5T	年	2	163.70	327.41
3	云主机 (GPU)	GPU 计算型 GN232 核 256G32T	年	2	73.45	146.90
4	云存储 (BOS)	百度云存储	年	2	9.88	19.76
5	云数据库 (RDS)	百度云服务器	年	2	128.00	256.00
6	云数据库 (RDS)	百度云服务器	年	2	61.90	123.90
7	云数据库 (RDS)	百度云服务器	年	2	101.09	202.19
8	云数据库 (RDS)	百度云服务器	年	2	172.87	345.73
9	云计算服务 (BMR)	百度云服务器	年	2	500.00	1,000.00
10	Elasticsearch 服务	百度云服务器	年	2	177.10	354.20
11	云数据库 SCS (Redis 集群)	百度云服务器	年	2	111.55	223.10
12	简单消息服务 SMS	简单消息服务 SMS	条	2	18.50	37.00
13	DDoS 防护云高防 V3.0	百度云	年	2	193.28	386.56
14	SSL 证书服务	百度云 SSL	年	2	1.49	2.98
15	WAF 防火墙	百度云	年	2	11.95	23.90
16	网络 (EIP)	百度云弹性 ip	年	2	80.00	160.00
17	文字识别服务	百度云文字识别	年	2	140.00	280.00
18	图片处理服务	百度图像识别 API 服务	年	2	500.00	1,000.00
19	短视频视频处理服务	百度媒体内容分析 MCA	年	2	600.00	1,200.00
20	人脸识别服务	百度云人脸识别服务	年	2	80.00	160.00
21	自然语言分析服务	百度云自然语言分析	年	2	450.00	900.00
22	语音技术	百度自然语言处理 API 服务	年	2	450.00	900.00
23	AI 智能服务	百度全功能 AI 开发平台 BML	年	2	350.00	700.00
小计			-	-	-	9,001.11
软件						
1	ADOBE 设计软件	AdobeCreativeCloud	年	1	33.80	33.80
2	数据库软件	SQL_Svr_Enterprise_Edtn_2019	年	1	1,500.00	1,500.00
3	OFFICE 软件	microsoftoffice2020	年	1	153.03	153.03
4	WindowsServer	WindowsServer	年	1	58.80	58.80

5	会议系统	CiscoWebex	年	1	15.00	15.00
6	OA 系统	金蝶 SHR、云之家	年	1	85.00	85.00
7	财务系统	金蝶金星空	年	1	80.00	80.00
8	全链路数据跟踪软件	第三方数据追踪分析	年	1	40.00	40.00
9	DMP 数据管理系统	数据采购	年	1	500.00	500.00
10	Excel 在线处理服务	SpreadJS	年	1	44.70	44.70
11	人脸识别跟踪系统	人脸识别处理软件	年	1	120.00	120.00
小计				-	-	2,630.33
总计				-	-	11,631.44

5、项目实施情况

(1) 项目进展情况、预计进度安排及资金的预计使用进度

本项目规划建设期为 24 个月，具体进度安排如下：

序号	建设内容	建设期（月）											
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
1	项目前期准备	■											
2	项目总体规划	■											
3	建筑建设与装修		■	■	■	■	■	■	■	■			
4	软硬件设备采购及安装								■	■	■		
5	系统调试											■	
6	人员招聘及培训											■	
7	竣工验收、试运营												■

截至目前，本项目尚处于前期准备和总体规划阶段。

根据本项目规划投入金额和实施进度的安排，公司预计未来资金的使用进度情况如下：

单位：万元

序号	项目	T+1 年	T+2 年	T+3 年	合计
一	建设投资	14,364.38	38,002.98	-	52,367.36
1	工程费用	13,650.00	36,600.10	-	50,250.10
1.1	建筑工程费	13,650.00	9,100.00	-	22,750.00
1.2	设备购置费	-	26,190.57	-	26,190.57
1.3	安装工程费	-	1,309.53	-	1,309.53
2	工程建设其它费用	296.00	296.00	-	592.00
3	预备费	418.38	1,106.88	-	1,525.26
二	铺底流动资金	-	-	8,644.96	8,644.96
三	项目总投资	14,364.38	38,002.98	8,644.96	61,012.33

(2) 本次募集资金是否包含本次发行相关董事会决议日前已投入资金

在 2021 年 4 月 15 日召开的第五届董事会第二十八次会议前，公司未对该项目进行投入，本次募集资金未包含本次发行董事会决议日前已投入资金。

对于本次发行董事会决议日后、募集资金到账前公司先期投入的与本次募投项目建设相关的资金，在募集资金到账后，公司将按照相关监管要求，在履行法定程序后进行置换。

6、项目建设地点和建设用地区

全链路智能化广告内容生产平台建设项目实施地点位于广东省肇庆市高要区金渡镇紫云大道旁地段，该项目建设用地为广东天龙名下现有土地，已取得“粤（2021）肇庆高要不动产权第 0004106 号”不动产权证书，土地用途为工业用地。

7、项目备案、环评等手续

本项目取得备案及环评情况如下：

事项	实施主体	备案	是否在有效期内	环评
基建部分	广东天龙	肇庆市高要区发展和改革局核发的《广东省企业投资项目备案证（2106-441204-04-01-323088）》	是	-
场景建设、项目运营	广东品众	肇庆市高要区发展和改革局核发的《广东省企业投资项目备案证（2106-441204-04-04-382462）》	是	

该项目由天龙集团子公司广东天龙和广东品众共同实施，其中广东天龙负责项目基建部分，广东品众负责搭建场景、购置设备及软件系统、项目具体运营等。根据肇庆市生态环境局高要分局出具的《关于广东天龙科技集团股份有限公司募集资金投资项目环评审批手续的复函》，“全链路智能化广告内容生产平台建设项目”可豁免办理环评手续。

8、募投项目是否属于产能过剩行业或限制类、淘汰类行业

根据《关于做好 2020 年重点领域化解过剩产能工作的通知》（发改运行〔2020〕901 号）、《关于做好 2019 年重点领域化解过剩产能工作的通知》（发改运行〔2019〕785 号）、根据《关于做好 2018 年重点领域化解过剩产能工作的通知》（发改运行〔2018〕554 号）、《国务院关于进一步加大淘汰落后产能工作的通知》（国发〔2010〕7 号）、《关于印发淘汰落后产能工作考核实施方案的通知》（工信部联产业〔2011〕46 号）以及《2015 年各地区淘汰落后和过剩产能目标任务完成情况》（工业和信息化部、国家能源局公告 2016 年第 50 号），全国淘汰落后产能和过剩产能行业为：炼铁、炼钢、焦炭、铁合金、电石、

电解铝、铜冶炼、铅冶炼、水泥（熟料及磨机）、平板玻璃、造纸、制革、印染、铅蓄电池（极板及组装）、电力、煤炭。

全链路智能化广告内容生产平台建设项目不属于产能过剩行业或限制类、淘汰类行业。

9、募投项目实施后是否会新增同业竞争

该项目实施后不会新增同业竞争。

10、募投项目实施后是否会新增关联交易

该募投项目实施后，预计不会导致公司与实际控制人及其关联方之间新增关联交易。公司已制定了关联交易决策制度，对关联交易的决策程序、审批权限进行了约定。若未来公司因正常经营需要，与实际控制人及其关联方之间发生关联交易，公司将按照相关规定，及时履行相应的决策程序及披露义务，并确保关联交易的规范性及交易价格的公允性。

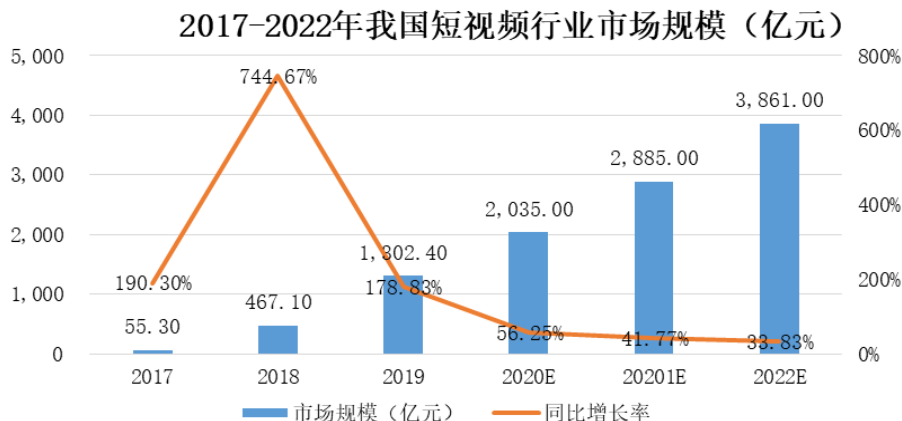
（二）项目必要性和可行性

1、项目建设的必要性

（1）顺应行业发展趋势，公司着力发展短视频信息流广告业务

根据中国网络视听节目服务协会 2020 年 10 月发布的《2020 中国网络视听发展研究报告》，截至 2020 年 6 月底，短视频用户规模 8.18 亿，网民使用率为 87.0%，短视频为仅次于即时通信的第二大网络应用，逐渐成为互联网底层应用。

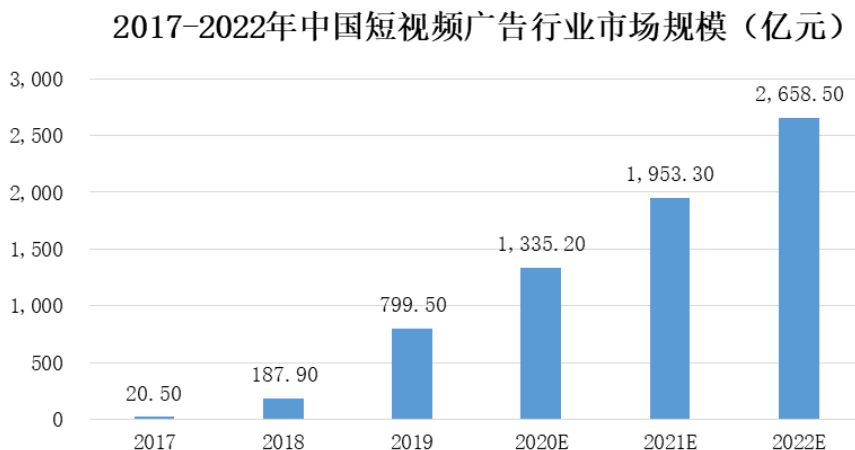
根据《2020 中国网络视听发展研究报告》的数据，2019 年我国短视频行业规模达到 1,302.40 亿元，增长率达 178.80%，未来随着用户对短视频内容的依赖度加深以及短视频平台变现方式的多样化，短视频行业市场空间将持续增长，前瞻产业研究院预计 2022 年行业市场规模有望达到 3,861.00 亿元。



数据来源：前瞻产业研究院

短视频等信息流媒体深度改变了数字营销的行业格局，在搜索引擎广告等传统数字营销手段已无法完全满足广告主对营销效果要求的背景下，以短视频为代表的信息流广告正逐步成为数字营销的新增长点。短视频等基于大数据算法推荐的信息流媒体不受广告位数量的限制，可以有效地增加广告主投放空间，提升媒体端的盈利能力。大数据推荐算法可以更加精准地接触客户，提升广告主品牌传播效率，节省成本的同时，提高广告投放效果。以抖音、快手等新兴媒体为代表的短视频媒体的出现，进一步丰富了数字营销的业务模式，短视频以其碎片化、高传播、低门槛特性，为数字营销市场带来了巨大的增长空间。

据艾瑞咨询数据显示，2019年中国短视频广告市场规模为799.5亿元，增长率达325.5%，随着用户注意力向移动端视频类平台倾斜，广告主将更加重视短视频平台的营销投入及转化，预计未来三年内，短视频广告复合增长率将保持在49.3%，到2022年短视频广告市场规模将达到2,658.5亿元。



数据来源：艾瑞咨询

在短视频广告高速发展的背景下，公司顺应行业发展趋势，通过建设全链路智能化广告内容生产平台建设项目，将促进短视频内容高标准发展，着力发展短视频信息流广告业务。

(2) 有利于公司提高广告内容生产效率、增强数字内容制作能力

①随着短视频信息流广告快速崛起，市场对于短视频的数量及内容质量要求不断提高

短视频等新媒体发展的初期，广告内容制作过程中所需的创意和素材均通过人工思考制作，且拍摄场景主要通过临时租赁、简单搭建实现，造成广告内容制作周期长、成本高、不具备规模效应。

随着互联网相关应用和内容的快速推广，网民对内容创意及其更新速度要求日益增高，广告内容能否快速、高效被受众接纳，将直接影响广告的转化效率。目前短视频媒体广告内容普遍存在同质化的现象，同行业不同广告主投放的广告内容相似度较高，媒体平台用户难以区分广告主品牌，从而降低了用户对广告主的品牌印象，影响短视频信息流广告的转化，降低广告投放效果。

②公司已初步搭建了短视频拍摄场所，尚不能满足发展所需

公司已在北京、山西晋中、河北保定建设了短视频拍摄场所，搭建了相关拍摄场景，并配备了专业的短视频制作、运营团队，2020 年度实现短视频广告制作、投放 5.8 万条，2021 年 1-6 月实现短视频广告制作、投放 5.95 万条，但随着短视频信息流广告规模进一步提升，目前公司短视频制作能力尚不能满足发展所需。

本项目将在广东肇庆建设 35,000 平方米的短视频拍摄基地，搭建大量短视频中常用的场景（如医院、航班、家居、商超等），规划年拍摄短视频 90 万条，打造华南地区最大的短视频拍摄基地。在此基础上使用智能平台对影棚实施技术监控与分析，实现短视频拍摄统筹管理，并可灵活切换各式拍摄布景，将极大提升广告内容产出效率，满足客户短视频等信息流广告内容的创意需求。本项目将充分利用视频处理、自然语言分析、人工智能、大数据等前沿技术，通过前沿技术协助处理海量的视频内容及媒体资源，对线下拍摄场景、视频内容细节进行深度分析，从而批量制作出具有场景化、人物化、剧情创意化的优质短视频广告内容。

(3) 有利于公司增强服务能力，打造核心竞争力

随着短视频信息流广告崛起，行业企业纷纷加快了该项业务的开发力度，如云锐传媒已在郑州建设了约 3,000 平方米的拍摄基地，包括 26 个拍摄场景；优矩互动（UJU HOLDING LIMITED）已于北京、重庆建立在线短视频拍摄基地，其中北京拍摄基地总面积超过 3,000 平方米，设有逾 30 个不同的拍摄场景；利欧股份已在上海、重庆建设了约 3,500 平方米短视频基地，设有超过 100 个拍摄场景。

为进一步增强服务能力、赢取市场份额，本项目将建设肇庆拍摄基地，并将构建广告智能生产运营、智能投放管理、自助创意智能生产优化和数据中心平台，实现对广告需求获取、广告内容制作、广告智能投放以及广告效果分析等业务全流程进行精细化管理，最终搭建起全链路、智能化的广告内容生产和运营平台，推动公司“内容+智能精准+服务”的战略升级。

本项目将促进短视频内容高标准发展，提升公司核心广告内容制作能力和生产效率，并进一步增强服务能力，打造核心竞争力。

(4) 公司具备丰富的客户资源，本次项目有利于公司进一步增强客户粘性，提高公司市场占有率

公司从事精准数字营销多年，客户范围覆盖了网络服务、金融、汽车、软件、电商、旅游、教育等多个行业，形成了庞大的客户基础和良性、健康的客户结构。本项目可以从广告内容质量和生产效率上充分提升公司竞争力，一方面满足已有客户服务质量提升的需求，满足存量客户在广告投放效率和广告投放质量上的要求，为其提供一站式“品效合一”的数字营销服务；另一方面，本项目可以增强公司广告内容生产力，扩大产能满足新增客户需求，同时基于公司过往优质服务案例，吸引新增客户，推动增量客户下单，提升公司整体服务客户规模。由于短视频广告代理服务通常在服务年度签订合同，公司目前未掌握在手订单。

本项目可为公司客户提供优质的数字营销服务，增强客户粘性，提高公司在数字营销市场的市场占有率。

(5) 公司与主要媒体保持稳定合作关系，本次项目有利于增强媒体资源粘性

作为数字营销领域的领先企业，公司与主要互联网媒体保持着良好的合作关系，目前已获得巨量引擎、腾讯、百度、快手、阿里等顶级流量媒体的代理资格，并取得了 vivo、OPPO 等厂商媒体的行业核心代理资格。媒体资源尤其是头部媒体资源的获取及合作连续性是保证公司可持续发展的关键，但随着市场竞争的加剧，行业企业对头部媒体资源的争夺也趋于激烈。

本项目的实施将从质量和数量两方面提升公司广告内容投放水平，利用前沿技术手段产出更多高转化效率的广告内容，高效服务于更多广告主。本项目实施后，一方面可有效解决目前互联网媒体面临的传统广告内容质量低、用户体验差的问题，另一方面可实现在不影响用户体验的情况下，提高互联网媒体平台内容的丰富程度，增加互联网媒体的广告收入。因此，本项目可实现公司与互联网媒体的共赢，有利于公司增强媒体资源粘性，进一步提高媒体资源的获取能力。

2、项目建设的可行性

(1) 公司在数字营销领域具有品牌和客户资源优势

公司深耕精准数字营销领域多年，已形成了具有市场影响力的品牌优势，品牌优势亦为公司带来了良好的客户资源，公司主要客户涵盖网络服务、金融、汽车、软件、电商、旅游、教育等多个行业的众多龙头企业。这些客户对不同链路营销方式的价值认知度较高，并与公司保持持续且稳定的合作关系。公司客户所处行业较为分散，因此单一行业的波动对公司业务规模体量影响较小，公司整体业务规模保持稳定增长，为公司持续发展奠定了良好成长基础。

与此同时，公司客户对互联网广告的投放需求日益增大，尤其是对短视频等信息流广告的投放需求快速提升。充足的客户需求使得公司在扩充广告内容生产能力的同时，有足够的产能消耗安全边际。

(2) 公司拥有丰富的媒体数据资源和大数据运营经验

公司拥有丰富的大数据精准广告运营经验，聚合了丰富的媒体资源，目前已获得巨量引擎、腾讯、百度、快手、阿里等顶级流量媒体的代理资格，并取得了 vivo、OPPO 等厂商媒体的行业核心代理资格。公司业务的广泛布局以及在数字营销领域的领先地位，为公司获取大量的数据资源提供了基础，公司已聚合了海量的数字营销数据信息，为本项目建设后的技术运用提供丰富的数据分析基础。公司丰富的媒体数据资源和大数据运营经验，将为本项目的顺利开展提供了重要

保障。

(3) 公司具备相关的项目经验及核心人才储备

公司已在北京、山西晋中、河北保定建设了短视频拍摄场所，搭建了相关拍摄场景，并配备了专业的短视频制作、运营团队。2020 年度实现短视频广告制作、投放 5.8 万条，2021 年 1-6 月实现短视频广告制作、投放 5.95 万条。公司在相关项目建设及运营上积累了丰富的项目经验。

公司在数字营销领域已深耕多年，已具备通过大数据智能算法对用户进行多维度分析、进行准确用户画像以及精准定向的能力。在积累大数据智能算法技术及行业服务经验的过程中，公司培养并储备了一大批优秀的技术人才。此外，公司已经建成了一支强大的运营团队，拥有近百人的专业内容制作团队，拥有经验丰富的编导、摄像和后期制作人员，同时拥有通过媒体认证的资深优化师团队，可以为客户指定精准投放模型，制定最佳运营方案。

(三) 项目经营模式和盈利模式

1、经营模式

该项目将在肇庆市建设 35,000 m²的短视频拍摄基地，规划搭建 28,000 m²的内容丰富的通用场景，拟打造成华南地区最大的短视频拍摄基地。

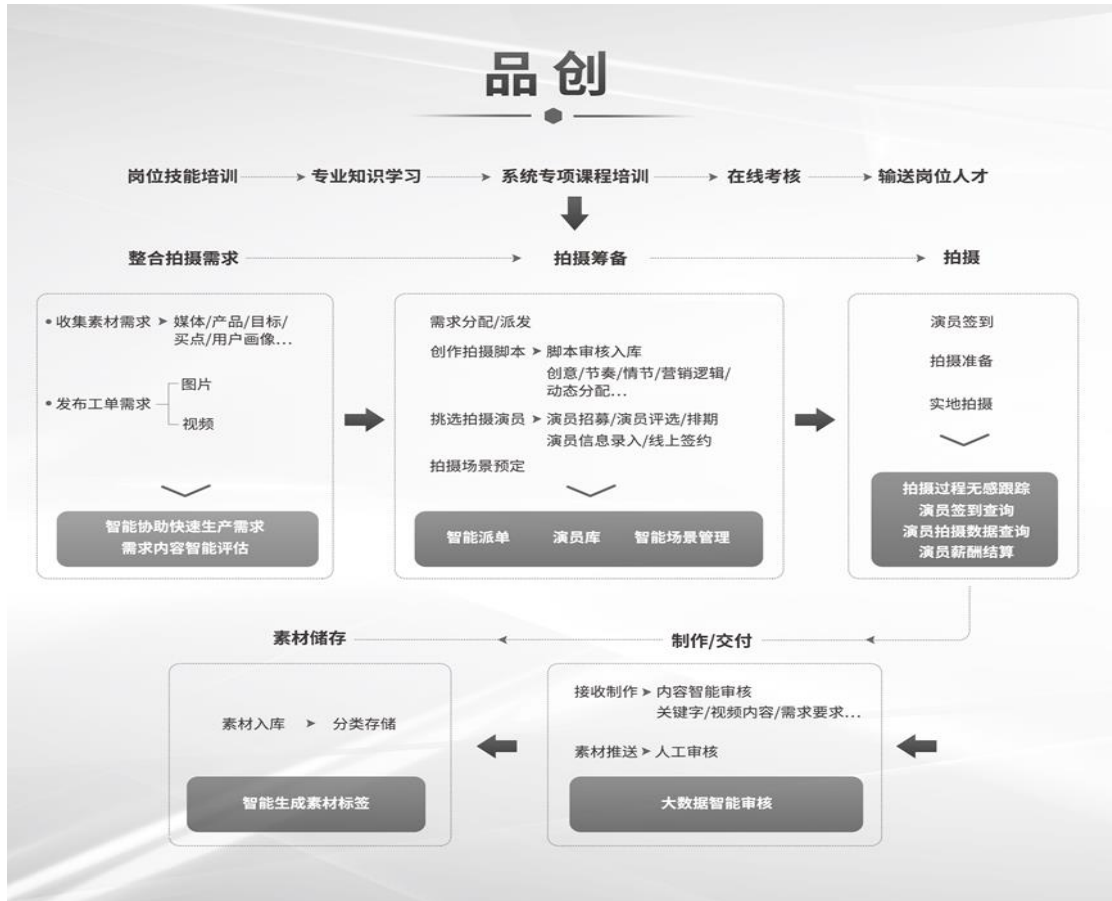
该项目将构建品创（智能生产运营管理平台）、品智（广告智能投放平台）、品易（自助创意智能生产优化平台）、品观（数据中心）四个子平台。该项目通过技术驱动，对广告需求获取、广告内容制作、广告智能投放以及广告效果分析等业务全流程进行精细化管理，最终搭建起全链路、智能化的广告内容生产和运营平台，推动公司“内容+智能精准+服务”的战略升级。

本项目规划系统架构如下：



(1) 品创—智能生产运营管理平台

品创是短视频内容生产运营管理系统，主要通过标准化线上流程和 AI 智能双重方式实现生产链路管理，批量生产短视频内容。品创平台的支持系统板块主要包括素材库管理系统、工单管理系统（智能审核）、演员管理系统、场景管理系统、拍摄管理系统、智能生产制作系统、Elearning 在线学习培训系统等。



线下管理、跟踪是短视频内容生产的基础，本项目拟建设内容素材拍摄基地，搭建百种网红拍摄场景，借助品创平台，可针对场景使用、摄像、演员、脚本和拍摄进度等进行系统化跟踪管理。通过人脸识别技术，该系统记录了演员、摄像、编导完整拍摄过程，并通过管理平台分析实现优质场景、演员、镜头搭配，制作出高质量视频内容。

品创线上生产运营管理平台，智能高效地管理公司短视频信息流广告整体业务流程。在短视频广告智能化生产方面，利用该平台的人工智能分析技术，针对客户产品的属性特点，自动分析商品的多重信息，智能实现定制化生产，将商品的图文内容介绍利用音视频处理工具自动生成短视频。

利用该平台可以增强内容产出的效率和质量，将传统的人工邮件，面对面沟通，转化为系统化、一体化的智能生产运营体系。随着 5G 时代的到来，在广告营销领域，增强现实客户需求与创新技术结合的广泛应用，将更有利于提高广告的精准投放。

(2) 品智—广告智能投放平台

品智是跨媒体智能投放系统，通过运用 spider 采集系统、大数据、知识中

心库、API 平台对接、NPL 自然语言处理和图片视图识别等技术，实现多媒体大数据内容分析与管理，包括数据统计、智能投放平台和管理后台三大板块。



数据统计子平台主要负责跨平台、跨渠道、多维度数据的采集，主要包括线

上和线下两部分，数据来源主要包括：①知识中心库，如公司基础数据工具品智大师平台数据；②广告投放系统，如跳转到客户自身网站浏览数据、CRM 数据、产生用户注册、购买转化数据等，以及过往业务广告投放后台数据、广告主诉求信息、广告点击和转化情况数据等；③流量媒体 API 平台对接，流量媒体提供第三方素材内容，主要包括用户常规属性、人群的浏览媒体内容、用户在媒体交互中产生的行为数据等；④spider 采集系统，针对线下场景采集素材内容的智能分析与管理；⑤其他资源库：公司其他业务线可利用数据，如搜索引擎入口下的搜索内容信息和人群典型信息等，第三方内容制作机构或个体用户产出的内容。

数据统计子平台是数字营销业务数据与前端客户服务衔接关键，是实现数据应用、价值转换的重要承载。数据统计子平台主要承担前期完成的数据分析成果的存储、标签化分类、操作界面可视化分析等功能，并与投放平台进行对接。其广告内容资源采集子平台将根据后台数据的属性及作用对数据进行清晰的分类，划分出受众群体数据服务、客户数据服务、媒体数据服务、行业数据服务、数据搜索服务等不同的功能模块，以更好地匹配广告内容制作所需的素材，更精准地建立数据模型。

智能投放子平台主要分为策略管理、模板管理、智能投放、投放预警、账户免联调、账户管理、评论管理七大模块。通过数据定制策略进行不同客户、不同形式的精准投放，并对投放效果进行跟踪、自动调优、成本监控、投放预警、批量管理等一系列线上智能操作，不仅可以提高投放精准度，并可以有效提高投放效果，满足 5G 时代广告主对短视频广告、互动式广告等形式有效结合的需求，为客户提供全方位广告营销服务。

（3）品易—自助创意智能生产优化平台

品易平台是以广告内容智能化生产为核心，主要分为三大板块：创意生产、创意分析、创意优化，主要包括多广告主、多场景、多产品广告的内容制作，通过标准化人工流程和 AI 智能机器双重方式批量生产短视频内容。



该平台基于平台储存的海量素材数据资源，结合客户产品定位分析，收集素材信息，并将数据模型和区块链产权信息通过 AI 智能计算匹配功能自动匹配定制化脚本、视频画面、图片、音频等元素，产出高质量定制化的短视频内容。随着产品数据模型工作的增加，素材资源采集内容的增多，智能机器“强化学习”能力增强，高品质短视频广告产出率将进一步提高。

（4）品观—数据中心

品观平台作为贯穿整个智能投放流程中的基础，包括需求管理、工单管理、素材库、投放板块、业绩激励子模块。



其中需求管理模块根据客户行业、目标受众、用户画像、需求分析等，智能分析并成客户投放策略报告；工单管理模块根据前一环节生成的策略报告，线上生成工单给对应的创意人员，并匹配适用的演员、脚本类型等内容；素材库模块针对不同素材内容、单次使用效果、对应匹配客户等维度，进行数据统计与分析；投放模块对跨媒体效果跟踪分析，实时监控投放数据，对投放效果产出日分析报告，以便于运营人员及时调整投放策略；业绩激励模块针对公司内部运营人员进行激励式管理，通过人员和系统两大体系来提升人事效率，节约人工成本。

2、盈利模式

全链路智能化广告内容生产平台建设项目的盈利模式与公司现有数字营销业务盈利模式没有本质上的区别，主要盈利来源为短视频广告代理服务获取的收入与支付给媒体的流量成本及相关费用之间的差额。该项目将结合广告主的投放需求、投放预算、目标受众等信息，高效制作出高质量的短视频广告，进而与广告主确定投放媒体、投放形式、投放时段等，并根据实际产生的广告效果向其收取费用；向互联网媒体即流量提供方支付购买流量所需的费用。

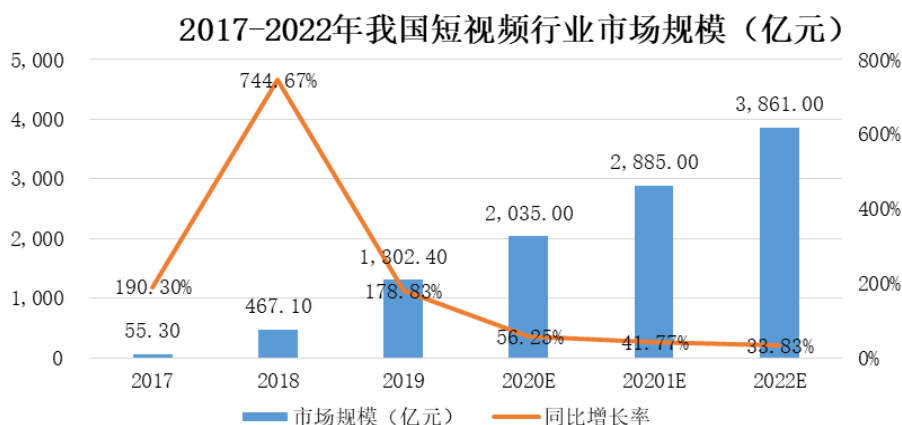
与公司现有数字营销业务相比，该项目通过技术驱动，对广告需求获取、广告内容制作、广告智能投放以及广告效果分析等业务全流程进行精细化管理，可实现更高效的投放流程管理、更佳的精准定向投放效果。

(四) 项目市场空间

根据中国网络视听节目服务协会 2020 年 10 月发布的《2020 中国网络视听

发展研究报告》，截至 2020 年 6 月底，短视频用户规模 8.18 亿，网民使用率为 87.0%，短视频为仅次于即时通信的第二大网络应用，逐渐成为互联网底层应用。

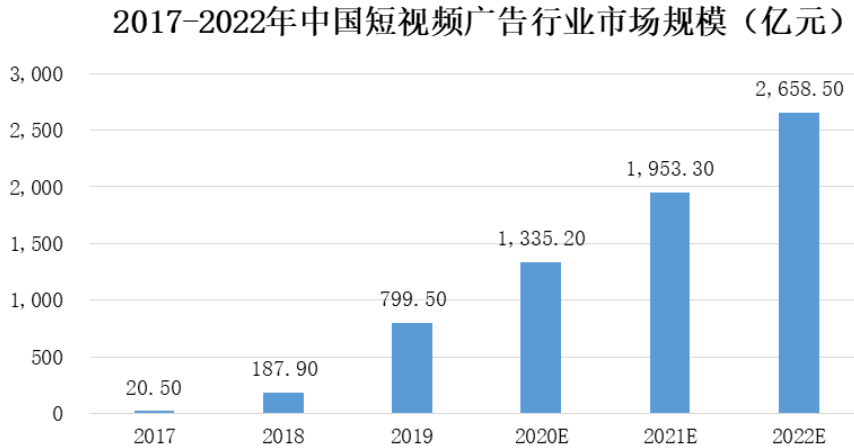
根据《2020 中国网络视听发展研究报告》的数据，2019 年我国短视频行业规模达到 1,302.40 亿元，增长率达 178.80%，未来随着用户对短视频内容的依赖度加深以及短视频平台变现方式的多样化，短视频行业市场空间将持续增长，前瞻产业研究院预计 2022 年行业市场规模有望达到 3,861.00 亿元。



数据来源：前瞻产业研究院

短视频等信息流媒体深度改变了数字营销的行业格局，在搜索引擎广告等传统数字营销手段已无法完全满足广告主对营销效果要求的背景下，以短视频为代表的信息流广告正逐步成为数字营销的新增长点。短视频等基于大数据算法推荐的信息流媒体不受广告位数量的限制，可以有效地增加广告主投放空间，提升媒体端的盈利能力。大数据推荐算法可以更加精准地接触客户，提升广告主品牌传播效率，节省成本的同时，提高广告投放效果。以抖音、快手等新兴媒体为代表的短视频媒体的出现，进一步丰富了数字营销的业务模式，短视频以其碎片化、高传播、低门槛特性，为数字营销市场带来了巨大的增长空间。

据艾瑞咨询数据显示，2019 年中国短视频广告市场规模为 799.5 亿元，增长率达 325.5%，随着用户注意力向移动端视频类平台倾斜，广告主将更加重视短视频平台的营销投入及转化，预计未来三年内，短视频广告复合增长率将保持在 49.3%，到 2022 年短视频广告市场规模将达到 2,658.5 亿元。



数据来源：艾瑞咨询

以巨量引擎、腾讯为代表的头部媒体作为流量领先的广告资源平台，汇集了大量的流量资源，产品形式更加多样化、场景化、生活化。短视频平台发展迅猛，强势锁定新生代消费主力，支持人群、兴趣、场景等多种方式，能够更好地让客户对品牌进行感知，完成推广目标。

（五）与现有业务、前次募投项目的区别和联系

1、本次募投项目与公司既有业务、前次募投项目的区别和联系

（1）本次募投项目与既有业务关系

全链路智能化广告内容生产平台建设项目将通过技术驱动，对广告需求获取、广告内容制作、广告智能投放以及广告效果分析等业务全流程进行精细化管理，最终搭建起全链路、智能化的广告内容生产平台，推动公司“内容+智能精准+服务”的战略升级。该项目是顺应客户“流量+内容+效果”相结合的高品质要求，对数字营销业务进行进一步延伸和拓展，围绕公司主营业务展开。

（2）本次募投项目与前次募投项目的区别和联系

2014年，公司看好国内数字营销行业产业发展的机遇期，并开始积极推动战略转型切入数字营销行业。

2016年，公司发行股份及支付现金购买品众创新100%的股权，并同时募集配套资金用于补充被收购公司业务发展所需的流动资金以及支付重组的中介费用，前次募投项目实现公司战略转型升级，公司收入结构从原有的以传统油墨、林产化工为主、互联网营销行业为辅，转型至传统化工行业与新型互联网营销行业并驾齐驱的立体式布局。

2018年至2020年，公司数字营销板块营收占比不断提升，已形成体系化的精准广告投放业务模式，逐渐形成“品效合一”的数字营销体系。

全链路智能化广告内容生产平台建设项目将进一步加强公司数字营销业务发展，增强公司核心竞争力。本次募投项目系在前次募投项目基础上进一步延伸和拓展。

2、本次募集资金是否用于拓展新业务、新产品

全链路智能化广告内容生产平台建设项目围绕公司既有业务开展，不存在用于拓展新业务、新产品的情况。

（六）项目效益测算

该项目建成并完全达产后，经营期内主要经济效益指标如下：

序号	指标名称	预期值
1	达产营业收入（万元/年）	810,000.00
2	经营期内年均营业收入（万元/年）	690,087.50
3	经营期内年均净利润（万元/年）	11,737.73
4	税后静态投资回收期（税后，年）	5.86
5	税后财务内部收益率	19.86%

1、营业收入测算

（1）营业收入测算情况

“全链路智能化广告内容生产平台建设项目”的营业收入来源于项目建成后为客户提供短视频广告代理服务，营业收入测算如下：

项目	单位	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8
短视频日产出数量	条/天	-	-	1,390	2,480	3,600	3,600	3,600	3,600
天数	天/年	-	-	250	250	250	250	250	250
单条视频实现收入	万元/条	-	-	0.95	0.92	0.90	0.90	0.90	0.90
营业收入	万元	-	-	330,125.00	570,400.00	810,000.00	810,000.00	810,000.00	810,000.00

注：由于短视频广告代理服务通常在服务年度签订合同，公司目前未掌握在手订单。

2020年度和2021年1-6月，公司短视频广告代理服务经营情况如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	平均值
短视频广告代理服务收入（万元）	59,869.88	57,847.62	-
短视频产出数量（条）	59,471	55,637	-
单条视频实现收入（万元/条）	1.01	1.04	1.02

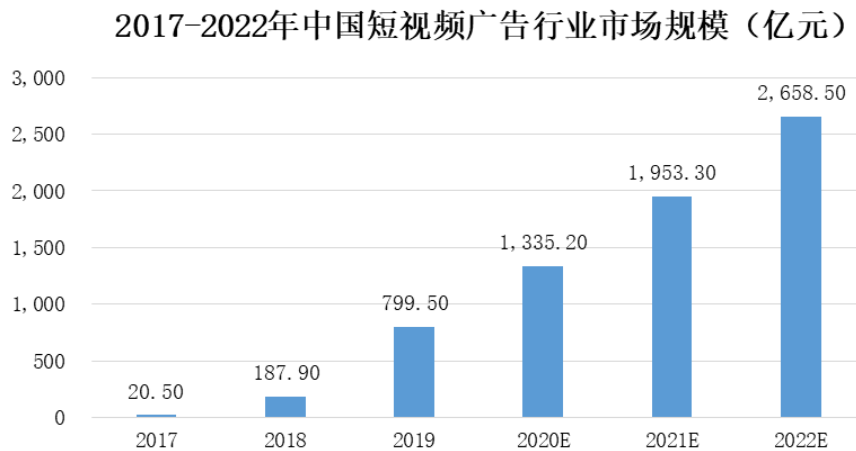
该项目单条短视频实现的广告收入根据公司现有短视频广告代理服务情况

及行业经验进行预测，假设运营期第 1 年为 0.95 万元/条，第 2 年为 0.92 万元/条，稳定期为 0.90 万元/条。

(2) 营业收入增长率假设的合理性

①中国短视频广告行业市场呈现出快速发展趋势

据艾瑞咨询数据显示，2019 年中国短视频广告市场规模为 799.5 亿元，增长率达 325.5%，随着用户注意力向移动端视频类平台倾斜，广告主将更加重视短视频平台的营销投入及转化，预计未来三年内，短视频广告复合增长率将保持在 49.3%，到 2022 年短视频广告市场规模将达到 2,658.5 亿元。



②公司短视频广告代理服务收入快速增长

在中国短视频广告市场快速发展的背景下，公司亦加快了短视频广告代理业务的开拓力度，2021 年 1-6 月，公司短视频广告代理服务收入相较于 2020 年 1-6 月增长 220.20%，具体如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	增长率
短视频广告代理服务收入 (万元)	59,869.88	18,697.57	220.20%

综上所述，在短视频广告行业及公司短视频广告代理服务快速增长的基础上，公司假设 T+4 和 T+5 营业收入增长率分别为 72.78%和 42.01%，营业收入增长率假设具有市场基础和合理性。

2、总成本费用测算

总成本费用系指在运营期内为提供短视频广告代理服务所发生的全部费用，由主营业务成本和期间费用两部分构成，营业成本是提供服务而直接发生的流量费用；期间费用则包括销售费用、管理费用、研发费用、财务费用。

该项目总成本费用主要参考近三年公司数字营销业务平均成本水平以及肇庆市场有关价格水平测算，具体如下：

单位：万元

序号	项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8
1	主营业务成本	-	-	314,443.58	543,305.17	771,523.82	771,523.82	771,523.82	771,523.82
1.1	流量费用	-	-	314,443.58	543,305.17	771,523.82	771,523.82	771,523.82	771,523.82
2	销售费用	-	-	3,392.13	5,012.33	6,814.85	6,994.00	7,182.12	7,379.64
2.1	人员费用	-	-	2,075.00	2,736.56	3,583.13	3,762.28	3,950.40	4,147.92
2.2	其他销售费用	-	-	1,317.13	2,275.77	3,231.72	3,231.72	3,231.72	3,231.72
3	管理费用	-	-	8,088.81	9,496.93	10,913.53	10,932.14	10,951.67	5,625.04
3.1	折旧摊销费用	-	-	6,211.65	6,211.65	6,211.65	6,211.65	6,211.65	864.50
3.2	人员费用	-	-	112.50	236.25	372.09	390.70	410.23	430.75
3.3	其他管理费用	-	-	1,764.66	3,049.03	4,329.79	4,329.79	4,329.79	4,329.79
4	研发费用	-	-	487.50	767.81	806.20	846.51	888.84	933.28
4.1	研发人员费用	-	-	487.50	767.81	806.20	846.51	888.84	933.28
5	财务费用	-	-	325.75	562.85	799.27	799.27	799.27	799.27
6	总成本费用	-	-	326,737.77	559,145.09	790,857.68	791,095.75	791,345.72	786,261.05

(1) 营业成本

①项目营业测算

该项目的营业成本主要是短视频广告投放流量费，参考近三年公司数字营销业务营业成本率水平进行合理预测。

2018年至2020年，公司互联网营销业务营业成本率情况如下：

项目	2020年度	2019年度	2018年度	平均值
营业成本率	95.79%	95.44%	94.52%	95.25%

近三年公司数字营销业务平均营业成本率为95.25%，综合考虑公司经营情况及行业经营情况，审慎假设该项目营业成本率为95.25%，据此测算运营期内，该项目的营业成本情况如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8
营业成本	-	-	314,443.58	543,305.17	771,523.82	771,523.82	771,523.82	771,523.82
其中：流量费	-	-	314,443.58	543,305.17	771,523.82	771,523.82	771,523.82	771,523.82

②项目毛利率与同行业可比公司经营情况对比情况

2018年至2020年，公司现有互联网营销业务、同行业上市公司可比业务毛利率情况如下：

项目	可比业务类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利欧股份	互联网营销	4.87%	6.96%	8.58%
佳云科技	互联网营销	4.16%	4.70%	4.40%
蓝色光标	互联网营销	6.43%	8.92%	11.72%
平均	-	5.15%	6.86%	8.23%
天龙集团	互联网营销	4.21%	4.56%	5.48%

该项目毛利率为 4.75%，与公司现有互联网营销业务、同行业上市公司可比业务毛利率相比，不存在重大异常，具有合理性。

(2) 期间费用

该项目销售费用主要为销售人员费用及其他销售费用，其中销售人员费用=项目人员数量*当地市场工资水平，其他销售费用系参考公司数字营销业务近三年销售费用相关科目平均水平测算。

该项目管理费用主要为折旧摊销费用、管理人员费用和其他管理费用，其中折旧摊销费用主要系房屋及建筑物、固定资产折旧以及软件摊销，其他管理费用系参考公司数字营销业务近三年管理费用相关科目平均水平测算。

该项目研发费用主要为研发人员费用，主要参考研发人员市场工资水平进行预估。

财务费用系参考公司数字营销业务近三年财务费用率平均水平测算。

(3) 人工成本

结合公司的薪酬福利制度及各类员工的市场工资水平，预计本项目人员费用情况如下：

单位：万元

序号	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8
视频生产人员	-	-	1,462.50	1,890.00	2,480.63	2,604.66	2,734.89	2,871.63
运营人员	-	-	450.00	590.63	744.19	781.40	820.47	861.49
研发及技术人员	-	-	487.50	767.81	806.20	846.51	888.84	933.28
销售人员			162.50	255.94	358.31	376.23	395.04	414.79
行政、法务、人事、财务人员等			112.50	236.25	372.09	390.70	410.23	430.75
合计	-	-	2,675.00	3,740.63	4,761.42	4,999.49	5,249.47	5,511.94

3、税费

该项目的税金及附加包括：城市维护建设税（按应纳增值税的 5%估算）、

教育费附加（按应纳增值税的 3%估算）、地方教育费附加（按应纳增值税的 2%估算），本项目的企业所得税率按 25%估算。

综上所述，该项目整体损益情况如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	运营期年均
主营业务收入	-	-	330,125.00	570,400.00	810,000.00	810,000.00	810,000.00	810,000.00	690,087.50
主营业务成本	-	-	314,443.58	543,305.17	771,523.82	771,523.82	771,523.82	771,523.82	657,307.34
毛利	-	-	15,681.42	27,094.83	38,476.18	38,476.18	38,476.18	38,476.18	32,780.16
毛利率	-	-	4.75%	4.75%	4.75%	4.75%	4.75%	4.75%	4.75%
税金及附加	-	-	94.09	162.57	230.86	230.86	230.86	230.86	196.68
销售费用	-	-	3,392.13	5,012.33	6,814.85	6,994.00	7,182.12	7,379.64	6,129.18
管理费用	-	-	8,088.81	9,496.93	10,913.53	10,932.14	10,951.67	5,625.04	9,334.69
研发费用	-	-	487.50	767.81	806.20	846.51	888.84	933.28	788.36
财务费用	-	-	325.75	562.85	799.27	799.27	799.27	799.27	680.95
利润总额	-	-	3,293.14	11,092.34	18,911.47	18,673.40	18,423.42	23,508.10	15,650.31
所得税	-	-	823.29	2,773.09	4,727.87	4,668.35	4,605.86	5,877.02	3,912.58
净利润	-	-	2,469.86	8,319.26	14,183.60	14,005.05	13,817.57	17,631.07	11,737.73

4、项目测算效益与同行业类似项目对比情况

公司“全链路智能化广告内容生产平台建设项目”与同行业上市公司类似项目相比，综合收益指标情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	投资回收期 (税后, 年)	内部收益率 (税后)
浙文互联	短视频智慧营销生态平台项目	5.94	17.20%
引力传媒	基于 AI 的内容生产及视频场景商业平台建设项目	5.24	18.78%
天龙集团	全链路智能化广告内容生产平台建设项目	5.86	19.86%

公司“全链路智能化广告内容生产平台建设项目”的税后回收期 5.86 年，税后内部收益率为 19.86%，与同行业可比公司不存在较大差异，公司综合效益测算具有谨慎合理性。

5、项目实施后预计对公司经营的影响

本次发行募集资金投资项目的实施将有助于夯实公司现有主营业务，提升公司营运能力和经营效率，提高公司客户服务能力，是公司战略调整及业务转型的深化与延续，有利于公司抓住互联网产业发展契机，提升公司的综合竞争实力和

持续盈利能力，为公司进一步发展提供可靠的保障。

（七）项目实施能力

1、公司具备开展本次项目所需的技术基础、核心人员储备

公司深耕精准数字营销领域多年，已具备通过大数据智能算法对用户进行多维度分析、进行准确用户画像以及精准定向的能力，并积累了与该项目相关的一系列核心技术，包括品易-小工具矩阵、品智-广告投放系统、品创-智能生产运营管理平台、品智-报表系统等，具体如下：

序号	技术名称	技术要点	技术来源	技术水平
1	品易-小工具矩阵	小工具矩阵，解决素材制作、广告投放、数据处理等日常工作中的一些人工效率、人工无法处理的痛点问题。	自研	中阶
2	品智-广告投放系统	通过媒体 API 对接，实现跨媒体的广告素材账号搭建，效果监测预警，提高广告投放效率，提高广告投放效果。	自研	高阶
3	品创-智能生产运营管理平台	实现从需求发布-需求审核-派单-素材制作-素材上传-素材审核-素材制作-培训的业务流程闭环管理	自研	高阶
4	品智-报表系统	通过定制化客户报表，定时任务解决客户日常报表的统计、发送等日常工作，提高工作效率	自研	中阶
5	品观-运营洞察	通过集合各媒体投放素材信息，通过大数据分析，计算素材的投放周期、产生消耗，来衡量创作者的产出效益，同时通过素材的标记、行业等分析元素，洞察素材的表现方式和拍摄手法，来获得创意灵感，提高用户关注度	自研	中高 阶
6	数据挖掘与清洗	通过大数据分析平台，建立数据清洗规则模型，提炼分析基于人群、广告文案、创意预算等维度挖掘核心元素，便于信息的归集和使用。为广告投放提供更为精准的数据服务，提高广告效果和收益。	自研	中高 阶
7	文本分析系统	中文自然语言处理技术，提出核心关键词，提炼内容标签，聚合相似内容	自研+采购	高阶
8	视频标记	通过 ffmpeg 视频处理技术，提取帧图，提取语音，语音转文本技术，结合文本分析系统，完成视频标记	自研+采购	高阶
9	图片识别	通过 OpenCV，实现 OCR 图片识别扫描，对比，提取文本信息，实现图片标记识别	自研+采购	高阶
10	人脸识别跟踪	通过人脸采集设备存储人脸信息，通过信息采集，人脸识别技术、地域、时间、项目计划等信息，记录人员行为轨迹，完成人员跟踪。	自研+采购	高阶
11	视频制作工具	通过视频元素的拆分，如音乐、片段、文案等，结合视频剪辑、特效、蒙版、文字、语音合成等视频处理技术的实现，来提高短视频制作效率	自研	高阶
12	数据建模	通过 Resnext 深度神经网络学习，优化数据模型，建立视频元素特征模板，通过模板快速搭建配套视频元素，减少视频原材时间，提高制作效率	自研	高阶

截至 2021 年 6 月 30 日，公司在数字营销领域已经取得软件著作权 232 项，涉及素材智能管理、数据洞察、运营、智能投放、推广效果分析和流程优化等数

字营销领域的核心技术。

在积累数字营销核心技术及行业服务经验的过程中，公司培养了一支兼具行业经验和研发实力的约 50 人的技术团队，技术团队持续关注大数据前瞻性技术，在数据整合、数据建模分析、数据挖掘优化、数据管理应用、数据安全防护等方面，可为本项目的实施提供强有力的支撑。同时，公司已经建成了一支强大的运营团队，拥有近百人的专业内容制作团队，拥有经验丰富的编导、摄像和后期制作人员，同时拥有通过媒体认证的资深优化师团队，可以为客户指定精准投放模型，制定最佳运营方案。公司专业性强、知识结构丰富的技术人才及经验丰富的运营管理人才可以保障本项目顺利实施。

2、公司在数字营销领域具有品牌和客户资源优势

公司深耕精准数字营销领域多年，已形成了具有市场影响力的品牌优势，积累了良好的客户资源，公司主要客户涵盖网络服务、金融、汽车、软件、电商、旅游、教育等多个行业的众多龙头企业。这些客户对不同链路营销方式的价值认知度较高，并与公司保持持续且稳定的合作关系。公司客户所处行业较为分散，因此单一行业的波动对公司业务规模体量影响较小，公司整体业务规模保持稳定增长，为公司持续发展奠定了良好成长基础。

与此同时，公司客户对互联网广告的投放需求日益增大，尤其是对短视频等信息流广告的投放需求快速提升。充足的客户需求使得公司在扩充广告内容生产能力的同时，有足够的产能消耗安全边际。

3、公司拥有丰富的媒体数据资源和大数据运营经验

公司拥有丰富的大数据精准广告运营经验，聚合了丰富的媒体资源，目前已获得巨量引擎、腾讯、百度、快手、阿里等顶级流量媒体的代理资格，并取得了 vivo、OPPO 等厂商媒体的行业核心代理资格。公司业务的广泛布局以及在数字营销领域的领先地位，为公司获取大量的数据资源提供了基础，公司已聚合了海量的数字营销数据信息，为本项目建设后的技术运用提供丰富的数据分析基础。公司丰富的媒体数据资源和大数据运营经验，将为本项目的顺利开展提供了重要保障。

三、广告生产制作要素收集与交易系统项目

（一）项目基本情况

1、项目名称

广告生产制作要素收集与交易系统项目。

2、实施主体

该项目由子公司广东品众实施。

3、项目建设内容

该项目拟搭建广告生产制作要素收集与交易系统，项目建设内容分为两大模块，分别是素材智能管理系统和版权交易系统。

其中，素材智能管理系统用于素材需求方与素材创作者之间的素材管理与智能匹配，而版权交易系统则主要提供版权交易服务。本项目将打造智能交易系统，一方面吸引原创作者在该平台上传制作广告内容所需的脚本、图片、音乐等基本要素，为原创作者提供以投放结果为导向的动态提成以及相应素材报酬，激励原创作者在平台上发布原创作品素材；另一方面，本项目将解决公司广告内容制作原创素材不足以及素材版权不清晰的问题，满足公司生产需求的同时，规避版权法律风险。

4、项目投资

该项目投资包括采购并安装硬件设备（云服务器）及相关软件系统，该项目总投资为 20,113.62 万元，其中硬件设备投资 13,472.67 万元，占比 66.98%；软件系统投资 6,640.94 万元，占比 33.02%。

项目投资具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资额	占投资总额的比例	拟投入募集资金	拟使用自筹资金	是否为资本性支出
1	硬件设备（云服务器）	13,472.67	66.98%	20,000.00	113.62	是
2	软件系统	6,640.94	33.02%			是
项目总投资		20,113.62	100.00%	20,000.00	113.62	-

具体构成如下：

单位：万元

序号	名称	金额	安装费用	合计
1	硬件设备(云服务器)	12,831.11	641.56	13,472.67
2	软件系统	6,324.71	316.24	6,640.94
	合计	19,155.82	957.79	20,113.62

硬件设备购置明细如下：

单位：万元

序号	名称	型号规格	单位	数量	单价	总价
	云服务器、云构建服务、云安全服务	采用阿里云、腾讯云、华为云、百度云均可				
1	区块链	4节点/6TB/2年	组	42	100.00	4,200.00
2	视频DNA	6TB 视频处理；0.05元/分钟	套	42	5.00	210.00
3	视频转码	6TB 视频处理；0.7元/分钟	套	42	70.00	2,940.00
4	视频智能审核	6TB 视频处理；0.07元/分钟	套	42	7.00	294.00
5	视频智能标签	6TB 视频处理；0.3元/分钟	套	42	30.00	1,260.00
6	视频内容分析	6TB 视频处理	套	42	1.00	42.00
7	视频静态封面分析	6TB 视频处理	套	42	0.50	21.00
8	视频动态封面分析	6TB 视频处理	套	42	0.50	21.00
9	视频处理接口请求	元信息/水印/截图，0.10元/千次	套	42	10.00	420.00
10	超级计算集群（AI素材拆分识别）	Intel Xeon(Skylake)Platinum 8163 密集计算 /64vCPU/64GiB/2.5GHz/主频 2.7GHz/带宽 20Gbps/300万 PPS/系统 400GB+3TB云盘/2年	台	4	92.04	368.16
11	弹性高性能计算E-HPC（测评数据平台）	计算节点：ecs.c5.16xlarge，64核，128GB，16台。 管控节点：ecs.c5.16xlarge，64核，128GB，4台 登录节点：ecs.c5.16xlarge，64核，128GB，1台 系统盘：400GB 时长：2年	集群	1	295.75	295.75
12	API网关托管服务	最大每秒请求数：60000 SLA：99.99% 最大连接数：1000000 最大公网入访带宽：5120M 最大公网出访带宽：600M 按照出访流量0.8元/GB后付费	年	2	300.00	600.00
13	对象存储OSS资源包 共享存储（中	标准(LRS)标准包/中国大陆通用/500TB/2年	套	4	132.71	530.84

	间文件储存)					
14	堡垒机	高可用/250Mbps/5000 资产/2000 并发上限/2 年	套	1	141.36	141.36
15	云数据库集群 MyBase	96 核 384GB ESSD 云盘/2 年	套	12	40.95	491.36
16	负载均衡/共享带宽	大陆内地/1000Mbps	年	2	113.88	227.76
17	SSL 证书	CFCA 国产政府金融证书, 5 套	年	2	3.83	7.65
18	CDN 加速	估算值, 均价 2 元/Mbps/天	年	2	219.00	438.00
19	DDoS 防护	400Gbps/100Mbps/3000QPS	年	2	96.80	193.60
20	云防火墙	500IP/1250Mbps/2VPC/2.5TB/2 年	套	1	128.64	128.64
总计			-	-	-	12,831.11

软件系统购置明细如下:

单位: 万元

序号	名称	型号规格	单位	数量	单价	总价
1	数据湖分析 CU 版大数据商业智能分析平台	Spark/长期 16 核 64GB/峰值 64 核 256GB/2 年	套	4	5.38	21.50
2	物联网设备管理平台	100 万设备/10 万 TPS/3 万数据/1TB	年	2	258.16	516.32
3	灰度管理系统	应用管理/程序灰度发布	年	2	300.00	600.00
4	人体活体身份证识别 SDK	金融级实人认证, 150 万次/年	年	2	105.00	210.00
5	企业认证识别 SDK	印刷文字识别, 2000 万次/年	年	2	160.00	320.00
6	短信系统	国内通用短信 300 万条/24 个月	套	42	11.70	491.40
7	邮件系统	邮件推送 500 万封/半年	套	42	0.78	32.55
8	营销推送系统	移动开发平台 mPaaS 资源包, 5,000 万条/年	套	42	3.17	132.93
9	字体版权采购	-	年	2	30.00	60.00
10	图片版权采购	-	年	2	200.00	400.00
11	音乐版权采购	-	年	2	200.00	400.00
12	视频版权采购	-	年	2	1,500.00	3,000.00
13	编剧脚本采购	-	年	2	70.00	140.00
小计		-	-	-	-	6,324.71

5、项目实施情况

(1) 项目进展情况、预计进度安排及资金的预计使用进度

本项目规划建设期为 18 个月, 具体进度安排如下:

序号	建设内容	建设期(月)									
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	
1	项目前期规划及准备										
2	硬件软件平台搭建										

3	人员引进及培训									
4	系统研发搭建									
5	系统试运营									

根据本项目规划投入金额和实施进度的安排,公司预计未来资金的使用进度情况如下:

单位:万元

项目	第一年	第二年	总金额
视频广告生产制作要素收集与交易系统项目	8,181.89	11,931.73	20,113.62

(2) 本次募集资金是否包含本次发行相关董事会决议日前已投入资金

在2021年4月15日召开的第五届董事会第二十八次会议前,公司未对该项目进行投入,本次募集资金未包含本次发行董事会决议日前已投入资金。

对于本次发行董事会决议日后、募集资金到账前公司先期投入的与本次募投项目建设相关的资金,在募集资金到账后,公司将按照相关监管要求,在履行法定程序后进行置换。

6、项目建设地点和建设用地区

广告生产制作要素收集与交易系统项目实施地点位于广东省肇庆市高要区金渡镇紫云大道旁地段,该项目拟利用天龙集团新媒体(总部)大楼,无须新增建设用地。

7、项目备案、环评等手续

广东品众已取得肇庆市高要区发展和改革局核发的《广东省企业投资项目备案证》(项目代码:2106-441204-04-04-467152),备案证尚在有效期内。

该项目不涉及项目用地、生产线建设等,根据肇庆市生态环境局高要分局出具的《关于广东天龙科技集团股份有限公司募集资金投资项目环评审批手续的复函》,“广告生产制作要素收集与交易系统项目”可豁免办理环评手续。

8、募投项目是否属于产能过剩行业或限制类、淘汰类行业

根据《关于做好2020年重点领域化解过剩产能工作的通知》(发改运行〔2020〕901号)、《关于做好2019年重点领域化解过剩产能工作的通知》(发改运行〔2019〕785号)、根据《关于做好2018年重点领域化解过剩产能工作的通知》(发改运行〔2018〕554号)、《国务院关于进一步

工作的通知》（国发〔2010〕7号）、《关于印发淘汰落后产能工作考核实施方案的通知》（工信部联产业〔2011〕46号）以及《2015年各地区淘汰落后和过剩产能目标任务完成情况》（工业和信息化部、国家能源局公告2016年第50号），全国淘汰落后产能和过剩产能行业为：炼铁、炼钢、焦炭、铁合金、电石、电解铝、铜冶炼、铅冶炼、水泥（熟料及磨机）、平板玻璃、造纸、制革、印染、铅蓄电池（极板及组装）、电力、煤炭。

广告生产制作要素收集与交易系统项目不属于产能过剩行业或限制类、淘汰类行业。

9、募投项目实施后是否会新增同业竞争

该项目实施后不会新增同业竞争。

10、募投项目实施后是否会新增关联交易

该募投项目实施后，预计不会导致公司与实际控制人及其关联方之间新增关联交易。公司已制定了关联交易决策制度，对关联交易的决策程序、审批权限进行了约定。若未来公司因正常经营需要，与实际控制人及其关联方之间发生关联交易，公司将按照相关规定，及时履行相应的决策程序及披露义务，并确保关联交易的规范性及交易价格的公允性。

（二）项目必要性和可行性

1、项目建设的必要性

（1）有利于公司解决业务发展面临原创视频素材供不应求的问题

在5G的推动下，未来短视频将成为内容传播的重要渠道，其覆盖的海量用户和能够承载的内容数量，促使其成为互联网广告的风口形式。然而，单一重复的短视频广告内容很容易让用户产生审美疲劳，导致用户对信息流广告产生排斥心理。为满足媒体平台对用户粘度的要求以及广告主获取大量高转化率客户的需求，公司需要丰富短视频信息流广告内容并持续输出新创意，以减轻用户审美疲劳，并加强广告主投放精确度，优化广告投放效果。

随着公司业务规模持续扩张，公司面临着客户的日益提高的素材内容品质和效率要求，且无法依靠扩张人力生产完全满足。因此，公司需通过本项目建立广告生产制作要素收集与交易系统，并为该平台中引入大量原创作者。原创作者自

行创作的素材可以上传该平台，对符合公司内容制作要求的原创素材，公司可以通过该平台与原创作者进行素材采购交易，将素材用于公司广告内容制作，并基于投放效果支付原创作者一定报酬。因此，该平台可以为公司提供大量的原创内容素材，解决公司目前原创素材供不应求的现状。

(2) 有利于公司解决素材交易过程中产生的版权归属问题

在广告素材交易的过程中，版权归属问题是核心问题，如何确定素材需求方使用的素材版权归属将直接决定广告内容是否构成侵权。本项目将引入区块链技术解决版权确权、原创追溯、版权交易过户等问题，从而确保素材创作者与素材购买者之间的版权交易、版权归属不存在侵权情况。本项目从技术层面上规避公司广告内容制作产生的法律风险，有利于公司解决素材交易过程中产生的版权归属问题，助力公司稳健经营。

2、项目建设的可行性

(1) 公司具备实施项目必备的技术、团队条件和行业经验

自 2014 年转型切入数字营销行业以来，经过多年稳定发展，公司积累了大量的营销数据资源及行业经验，通过多年持续技术投入，公司形成了体系化的精准广告投放业务模式，逐渐形成“品效合一”的数字营销体系。

公司在数字营销领域已经具备一定的先发优势和竞争优势，积累了丰富的实践经验。公司在大数据、人工智能、区块链等前沿技术在数字营销领域的应用展开了前期探索和研究，培养了一支兼具行业经验和研发实力的技术团队。公司的技术团队持续关注行业最新动态及技术应用情况，在平台搭建、数据整合、数据建模分析、数据挖掘优化、数据管理应用、数据安全防护等方面为本项目的实施提供强有力的技术支撑。此外，公司的短视频创意制作团队拥有丰富经验的编导、摄像和后期人员，可对平台上交易得来的原创素材进行有效的加工，高效产出优质视频广告内容，实现公司搭建本平台的初衷，提高公司整体经营效率，为客户提供高质量营销服务。

(2) 区块链技术在所有权追溯领域的应用已经成熟

区块链作为一种去中心化的技术，通过分布记账和集体维护搭建全新的信任体系，促成生态化的自觉协同。而版权区块链技术作为区块链技术的细分应用，

通过高法核验、CA 核验、授时核验、区块链核验四重手段来保障数字内容的归属，可以确保数字内容在存储和交割时的所有权明晰，保证内容创作和内容交易的安全。同时，本项目通过原创素材的溯源及其交易活动的印迹管理，可为品牌商提供可追溯的要素效果评估，强化品牌商对营销平台的信任。公司借助版权区块链技术可以从广告产业链上的创作、运营、媒介、交易、效果、用户、行业等多个维度对素材创作者、使用者提供全方位的服务。截至目前，版权区块链技术已经成熟，并逐步在数字营销领域进行推广应用，该技术的成熟为本项目建设提供了良好的底层技术支持。

(3) 互联网法院的成立为版权保护提供便利

互联网法院是指案件的受理、送达、调解、证据交换、庭前准备、庭审、宣判等诉讼环节一般应当在互联网上完成，以全程在线为基本原则的法院。其主要管辖范围包括签订、履行行为均在互联网上完成的网络服务合同纠纷，在互联网上首次发表作品的著作权或者邻接权权属纠纷以及在互联网上侵害在线发表或者传播作品的著作权或者邻接权而产生的纠纷等。互联网法院的管辖范围涵盖了本项目所涉及的原创素材著作权问题，为本平台建设提供了良好的法律服务基础。未来平台正式投入运营后，如果原创作者或者素材使用方发现任何侵权行为，可以通过版权区块链技术进行取证并直接通过互联网法院进行申诉处理。互联网法院的正式成立为本项目提供了良好的法律基础设施，可以促进本项目更好地保障版权所有者权益，从而实现规避风险、稳健经营的目的。

(三) 项目经营模式

该系统平台主要分为两大模块，素材智能管理系统和素材交易系统两大模块，其中，素材智能管理系统用于素材需求方与素材创作者之间的素材管理与智能匹配，而素材交易系统则主要提供供需交易服务。

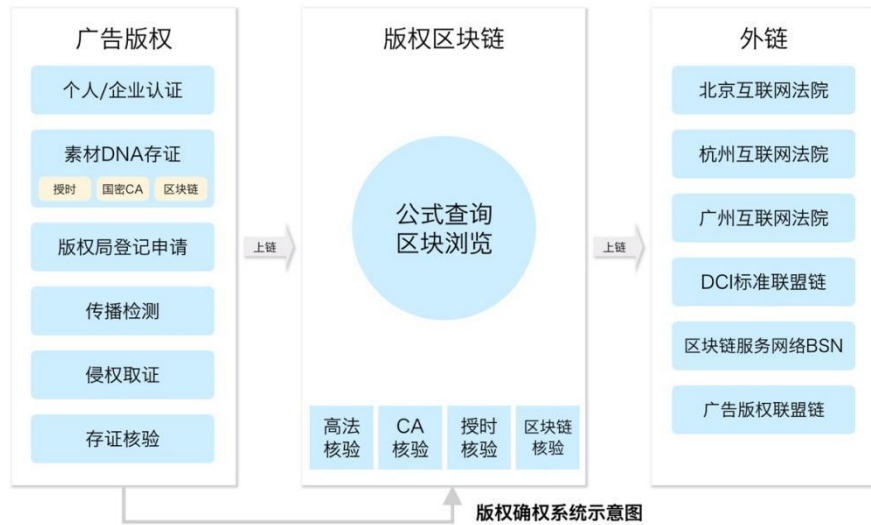


该系统平台的建立，凭借系统自动化的版权申请体系给原创者提供有效的版权保护，同时可以为原创者带来更大的利润。该系统将吸引大量的公司外部独立创作者、工作室以及公司内部员工等原创者入驻，原创者上传素材内容，系统即可对素材内容进行审核并按标签进行分类管理，并产生版权保护。素材需求方通过平台系统 API 介入，对素材使用效果监控，给原创者按照效果分成，既提高了素材需求方版权购买效果，也有利于鼓励更多原创者入驻，提高原创者上传素材质量。

1、素材智能管理系统

素材智能管理系统通过平台在线吸引内容创作者，包括演员、编导、后期、音乐人、VLOG 创作者、字体创作者、工作室、内容平台方等创作者，创作者通过该平台上传-登记作品信息。需求方（客户）通过该平台自建私有云端素材库，运用系统平台基于素材的智能搜索、大数据分析存储、区块链鉴权机制、知识中心库的建立、API 平台对接、NPL 自然语言处理和图片视图识别等技术，实现多媒体大数据内容搭建。该系统作为海量广告内容素材数据库，可通过大数据智能算法进行行业、场景、特征等标签分类，用于更好的匹配广告内容制作所需的素材内容。

(1) 区块链版权确权



区块链作为一种去中心化的技术，通过分布记账和集体维护搭建全新的信任体系，促成生态化的自觉协同。版权区块链，通过高法核验、CA 核验、授时核验、区块链核验四重手段来保障数字内容所有权证明、数字内容存储和交割时的所有权证明，保证内容创作和内容交易的安全，从而释放生产力。同时，通过内容版的数字化及其交易活动的印迹管理，可为广告主提供可追溯的效果评估，强化广告主对营销平台的信任。公司借助营销素材创作区块链版权平台，从广告产业链上的创作、运作、媒介、交易、效果、用户、行业等多个维度对内容创作者、使用者提供全方位的服务。

(2) 侵权检测和云端取证

传统侵权取证需申请公证处公正，申请通过后，由公证员在公证处直接打开网页录屏取证，取证过程需记录下完整操作过程和网页内容，最后由公证处出具公证书证明该数据未被篡改，具备司法有效性。此种取证模式无法高效取证、快速出证，往往在取证时发现证据已被删除，操作可行性较低。

随着云手机、云电脑的出现，在特定的司法认证的云取证平台可代替公证取证。在发现侵权证据时，立即通过手机 APP、电脑终端快速将证据固定下来并提交到司法区块链作为具备法律效力的证据。



2、广告要素交易系统

UGC 创作者上传产生内容资源，经过鉴权、授权之后，可以自行选择固定定价模式或共享分成模式进行发布；也可以通过需求方发布的需求任务，认领创作素材内容。供需双方经过平台确认达成使用共识，即可产生撮合交易，最终由系统平台根据结算规则，进行交易结算。

目前传统的线下内容版权交易为“一手交钱一手交货”的过程；以版权交易中心为代表的交易平台版权资源少且交易相对封闭，且通常无需考虑信息展示之外的事情。而随着交易需求的激增、互联网技术发展、版权侵权事件频发，对当前的视频版权交易平台而言，“交易”不再是供需双方一个简单的购买行为，而是涉及交易前、中、后对版权的管理及保护。

对于视频版权交易而言，确权是版权交易的前提，版权保护及维权是版权交易后链路的关键。随着互联网区块链技术的发展，基于区块链的视频版权交易平台已逐渐具备了包括确权、授权、维权、交易等全链路的版权交易服务。

例如，MF+即视通过音视图文指纹特征提取等核心技术提供全网全时段侵权监测服务，监测 PC 网站、移动 App、OTT 等超过 10,000 个。微博云剪则携手微博、优酷共同构建版权保护及侵权盗版短视频下架处理机制，与阿里巴巴旗下的“千里眼”版权保护系统打通，实现全网侵权视频抓取、追诉功能。

区块链的版权交易系统，其特征就在于按如下步骤进行版权交易：

1、注册：通过系统平台注册为平台用户，系统平台为平台用户颁发唯一的公私钥对和唯一的用户 ID；

2、作品上传：著作权人上传作品到系统平台，并为作品加上著作权人公钥和私钥的签名；

3、平台验证：系统平台通过私钥验证著作权人的签名信息，并为作品生成与之唯一对应的数字指纹信息；

4、判断数字指纹信息是否重复，如果重复，返回步骤 2，如果不重复，进入步骤 5；

5、写入底层区块链：系统平台创建区块链作品登记交易，并将作品的数字指纹信息、著作权人公钥加密数据、著作权人的用户 ID、交易类型、可信时间戳、系统平台私钥签名作为交易数据一同上链到底层区块链，此时交易数据固化，生成此次作品登记交易的 TxId；

6、内容展示：著作权人选择转让著作权或者许可使用著作权交易模式，将作品展示在商城平台上。



（四）项目市场空间

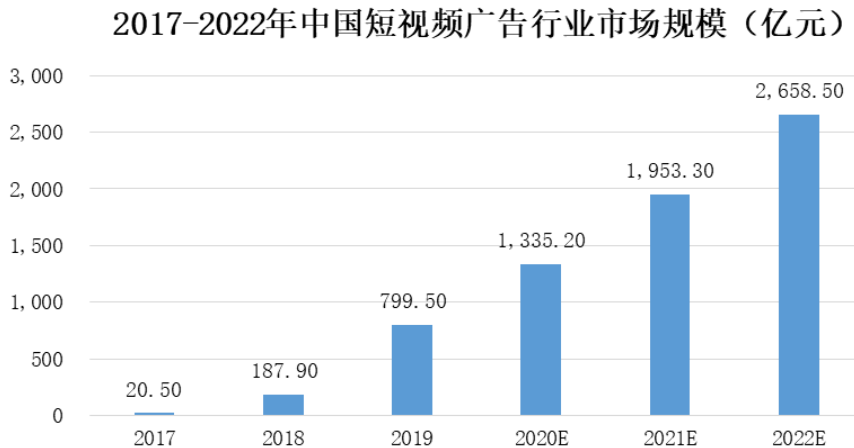
1、以短视频为代表的信息流广告前景广阔

基于大数据算法推荐的信息流广告，突破了传统广告位的空间限制，其原生的展现形式、精准的用户触达提升了广告转化效率，更有助于广告主的品牌传播。根据艾瑞咨询 2019 年 4 月发布的《中国信息流潜力市场展望报告》，预计 2020 年信息流广告市场仍将保持 45.00% 以上的增长率，规模将超过 2,500.00 亿元。

根据中国网络视听节目服务协会 2020 年 10 月发布的《2020 中国网络视听发展研究报告》，截至 2020 年 6 月底，短视频用户规模 8.18 亿，网民使用率为 87.0%，短视频为仅次于即时通信的第二大网络应用，逐渐成为互联网底层应用。短视频新兴媒体的出现进一步丰富了数字营销模式，为互联网营销市场带来新的

活力。

据艾瑞咨询数据显示，2019年中国短视频广告市场规模为799.5亿元，增长率达325.5%，随着用户注意力向移动端视频类平台倾斜，广告主将更加重视短视频平台的营销投入及转化，预计未来三年内，短视频广告复合增长率将保持在49.3%，到2022年短视频广告市场规模将达到2,658.5亿元。



数据来源：艾瑞咨询

以巨量引擎、腾讯为代表的头部媒体作为流量领先的广告资源平台，汇集了大量的流量资源，产品形式更加多样化、场景化、生活化，进一步推动了信息流广告市场的发展。短视频平台发展迅猛，强势锁定新生代消费主力，支持人群、兴趣、场景等多种方式，能够更好地让客户对品牌进行感知，完成推广目标。

2、该项目可有效解决目前原创视频素材供不应求的问题

随着公司业务规模持续扩张，公司面临着客户的日益提高的素材内容品质和效率要求，且无法依靠扩张人力生产完全满足。因此，公司需通过本项目建立广告生产制作要素收集与交易系统，并为该平台中引入大量原创作者。原创作者自行创作的素材可以上传该平台，对符合公司内容制作要求的原创素材，公司可以通过该平台与原创作者进行素材采购交易，将素材用于公司广告内容制作，并基于投放效果支付原创作者一定报酬。

在短视频信息流广告快速发展的背景下，该平台可以为公司提供大量的原创内容素材，解决公司目前原创素材供不应求的现状，本次项目预计具有良好的市场空间。

（五）与现有业务、前次募投项目的区别和联系

1、本次募投项目与公司既有业务、前次募投项目的区别和联系

（1）本次募投项目与既有业务关系

广告生产制作要素收集与交易系统项目拟利用公司在数字营销领域已经具备的一定先发优势和竞争优势，为公司提供大量的原创内容素材，解决公司目前原创素材供不应求的现状以及解决素材交易过程中产生的版权归属问题，提升公司核心竞争力和综合实力，符合公司未来在数字营销领域的战略发展规划。

（2）本次募投项目与前次募投项目的区别和联系

2014年，公司看好国内数字营销行业产业发展的机遇期，并开始积极推动战略转型切入数字营销行业。

2016年，公司发行股份及支付现金购买品众创新100%的股权，并同时募集配套资金用于补充被收购公司业务发展所需的流动资金以及支付重组的中介费用，前次募投项目实现公司战略转型升级，公司收入结构从原有的以传统油墨、林产化工为主、互联网营销行业为辅，转型至传统化工行业与新型互联网营销行业并驾齐驱的立体式布局。

2018年至2020年，公司数字营销板块营收占比不断提升，已形成体系化的精准广告投放业务模式，逐渐形成“品效合一”的数字营销体系。

广告生产制作要素收集与交易系统项目将进一步加强公司数字营销业务发展，增强公司核心竞争力。本次募投项目系在前次募投项目基础上进一步延伸和拓展。

2、本次募集资金是否用于拓展新业务、新产品

广告生产制作要素收集与交易系统项目围绕公司既有业务开展，不存在用于拓展新业务、新产品的情况。

（六）项目效益测算

本项目建成后不直接产生经济效益，且短期内由于新增固定资产和无形资产投入带来折旧费的增加，可能对公司短期盈利能力有一定的负面影响。但从中长期来看，通过广告生产制作要素收集与交易系统的建设，可以提升公司广告内容制作能力，节省公司人力成本，提升公司营运能力，提高公司整体竞争力。

（七）项目实施能力

1、公司具备实施项目的技术基础及核心人才储备

公司通过多年来数字营销业务的数据沉淀、已有业务内容产出，与合作媒体数据对接，已建立品智大师平台，平台以大数据为基础，精准运营技术支撑，公司已经在大数据、人工智能、区块链等前沿技术领域积累了一定的核心技术。

公司前期已积累的相关核心技术如下：

技术名称	技术要点	技术来源	技术水平
素材智能管理	基于行业、场景、特征等标签分类，利用云端存储功能，实现素材快速搜索，智能推荐等高端特性功能	自研	中高阶
合同管理	在线授权版权使用信息，通过法大大等第三方在线电子合同平台合作，可在线签订管理合同	自研+采购	中阶
人员管理	供需双方的基本信息，针对创作者、需求方身份，区分角色、类别、擅长行业、场景、特征等管理。	自研	低阶
激励系统	针对系统的推广诉求，通过一种分享激励的方法进行裂变分享的推广营销系统	自研	中阶
区块链版权登记	基于提交内容 DNA 信息，通过国家版权中心进行登记确权。	自研	高阶
区块链鉴权	根据上传内容 DNA 信息，通过国家版权中心获取鉴权结果	自研	中阶
区块链交易	整合区块链技术及多媒体 DNA 指纹技术，打造音、视、图、文可信数字内容全链路的版权保护解决方案。基于媒体 DNA 进行在线电子交易平台的搭建，可交易，可溯源。	自研+采购	高阶
结算中心	基于供需双方的合作内容产生的价值交易，通过平台的结算规则，给予订单查询、费用结算等功能	自研	中阶
数据挖掘与清洗	通过大数据分析平台，建立数据清洗规则模型，提炼分析基于人群、广告文案、创意预算等维度挖掘核心元素，便于信息的归集和使用；为广告投放提供更为精准的数据服务，提高广告效果和收益。	自研	中高阶
文本分析系统	中文自然语言处理技术，提出核心关键词，提炼内容标签，聚合相似内容	自研+采购	高阶
视频标记	通过 ffmpeg 视频处理技术，提取帧图，提取语音，语音转文本技术，结合文本分析系统，完成视频标记	自研+采购	高阶
图片识别	通过 OpenCV，实现 OCR 图片识别扫描，对比，提取文本信息，实现图片标记识别	自研+采购	高阶
数据建模	通过 Resnext 深度学习神经网络学习，优化数据模型，建立视频元素特征模板，通过模板快速搭建配套视频元素，减少视频原材时间，提高制作效率	自研	高阶

同时，公司培养了一支兼具行业经验和研发实力的约 50 人的技术团队，技术团队持续关注大数据前瞻性技术，在数据整合、数据建模分析、数据挖掘优化、数据管理应用、数据安全防护等方面，可为本项目的实施提供强有力的支撑。

2、公司在数字营销领域具备品牌影响力

公司深耕精准数字营销领域多年，已形成了具有市场影响力的品牌优势。公

司目前与巨量引擎、腾讯、百度、快手、vivo、OPPO 等顶级流量平台建立了稳定的合作关系，拥有上百家 KA 客户，约五千家中小长尾客户，客户范围涵盖了网络服务、金融、汽车、软件、电商、旅游、教育等多个行业的众多龙头企业。

截至 2021 年 6 月 11 日，Wind 互联网营销指数（884207.WI）成分股共包含 43 家上市公司，剔除未单独披露互联网营销板块业务收入 7 家公司，公司的业务规模在 36 家上市公司中排名第六，公司凭借综合实力在互联网营销行业占据重要地位。

公司优秀的品牌影响力、市场号召力有利于在行业内顺利推广该项目，通过口碑传播、圈子裂变等方式吸引创作者、需求方入驻，并凭借便捷有效的版权登记、保护机制和良好的交易规则设计充分实现项目初衷。

3、公司制定了切实可行的推广计划

公司深耕数字营销业务多年，积累了大量的行业资源、经验，为顺利推广该项目，公司制定了切实可行的推广计划：

①口碑传播：公司从事数字营销业务多年，已形成演员圈、直播圈、创意圈、编剧圈、后期制作圈，并积累了丰富的客户资源、行业资源，本项目可首先通过上述圈子进行线上、线下分享、传播。

以公司内部员工为例，内部员工多年从事数字营销相关工作，具备丰富的行业经验及创意，形成了创意分享的生活方式，但是除公司创意、视频部门员工外，其他员工并无良好的变现渠道。通过该系统，内部员工可在获取效果分成的同时，源源不断为公司贡献创意和素材。因此，该项目可首先在内部员工圈子进行推广。

②圈子激励、裂变：基于资源互惠、共享成果的激励模式，实现在线裂变传播。

③资源互换：基于公司在数字营销领域奠定的品牌影响力，公司拟与其他资源方（网红、工作室等）进行资源（视频短片、音乐等）互换，如公司通过与网红合作，一方面借助网红进行引流，另一方面亦通过公司的品牌效应为网红汇聚更多人气，进行资源互换。

④版权合作：基于版权的合作模式，通过与资源丰富的第三方平台、机构、个人，针对视频、图片、音乐、字体等要素，直接进行授权合作。

⑤广告推广：公司专业从事数字营销业务，可利用丰富的推广经验对此平台进行付费广告推广模式。

四、补充流动资金

（一）补充流动资金的必要性和可行性

1、补充流动资金的必要性

在既有业务经营方面，公司流动资金需求与日俱增。为满足流动资金需求，公司主要通过间接融资方式筹集资金，报告期各期末公司资产负债率相对较高。公司继续通过债务融资的方式补充流动资金的空间较为有限，拟通过向特定对象发行股票等股权融资方式补充未来业务经营所需资金。

本次向特定对象发行股票所募集的资金部分用于补充流动资金，可以有效缓解公司未来营运资金压力，满足公司日常经营周转需求，有助于提高公司的资金实力和综合融资能力，有利于公司及时把握市场机遇，通过多元化融资渠道获取资金支持公司业务发展，为公司未来发展奠定坚实基础，具有必要性。

2、补充流动资金的可行性

公司本次向特定对象发行募集资金总额不超过 100,000.00 万元（含本数），公司拟将其中 30,000.00 万元用于补充流动资金。

本次向特定对象发行股票募集资金用于补充流动资金符合《管理办法》等法规关于募集资金运用的相关规定，具备可行性。

（二）本次补充流动资金的原因及规模合理性

1、货币资金

报告期末，公司货币资金情况如下：

单位：万元

类别	2021-6-30
库存现金	3.29
银行存款	19,105.48
其他货币资金	2,543.96
合计	21,652.72

2、资产负债率

报告期末，公司资产负债率情况如下：

财务指标	2021-6-30
资产负债率（母公司）	41.58%
资产负债率（合并报表）	56.79%

报告期末，公司合并报表资产负债率超过 50%，整体处于相对较高水平。

3、现金流状况

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
经营活动产生的现金流量净额	-19,338.60	8,296.96	-2,629.23	-7,749.49
其中：现金流入小计	557,817.55	1,093,227.63	864,602.86	859,222.47
现金流出小计	577,156.15	1,084,930.67	867,232.09	866,971.96
投资活动产生的现金流量净额	-967.73	-2,468.67	-3,929.47	-3,123.67
其中：现金流入小计	45.29	61.63	113.96	150.56
现金流出小计	1,013.02	2,530.31	4,043.43	3,274.23
筹资活动产生的现金流量净额	12,425.19	4,536.78	1,610.08	3,299.45
其中：现金流入小计	43,298.62	53,196.93	56,681.27	39,901.53
现金流出小计	30,873.43	48,660.15	55,071.18	36,602.08
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-42.62	-170.51	8.81	33.60
现金及现金等价物净增加额	-7,923.76	10,194.56	-4,939.81	-7,540.11

4、经营规模及变动趋势、未来流动资金需求

（1）测算流动资金需求方法

流动资金测算以估算企业的营业收入为基础，按照收入百分比法测算未来收入增长导致的经营性资产和经营性负债的变化，进而预测企业未来期间生产经营对流动资金的需求。具体过程如下：

A、计算经营性流动资产和经营性流动负债占销售收入的百分比；

B、确定需要营运资金总量：

预计经营性流动资产=预计销售收入额×经营性流动资产占销售百分比

预计经营性流动负债=预计销售收入额×经营性流动负债占销售百分比；

C、预测期流动资金需求：

预计资金占用额=预计经营性流动资产-预计经营性流动负债

预计流动资金需求=预测期流动资金占用额-前一期流动资金占用额。

(2) 测算流动资金需求过程

2018-2020 年度，公司营业收入及增速情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入（万元）	1,067,494.76	867,365.58	796,770.98
增长率	23.07%	8.86%	15.88%
平均增长率			15.94%
最终选取的增长率			10.00%

2018-2020 年度，公司营业收入平均增长率为 15.94%。审慎假设公司 2021-2023 年度营业收入保持年均 10.00% 的增长率，并以此为依据预测未来 3 年公司的营运资金需求。

以 2020 年度为基期，公司未来三年营运资金需求情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度 /2020-12-31	比例	2021 年至 2023 年预计经营资产及 经营负债数额			2023 年期 末预计数 -2020 年末 实际数
			2021 年 (预计)	2022 年 (预计)	2023 年 (预计)	
营业收入	1,067,494.76	100.00%	1,174,244.23	1,291,668.66	1,420,835.52	-
应收账款	184,018.45	17.24%	202,420.29	222,662.32	244,928.55	60,910.11
应收票据	5,091.64	0.48%	5,600.81	6,160.89	6,776.97	1,685.33
应收款项 融资	1,801.39	0.17%	1,981.53	2,179.68	2,397.65	596.26
预付账款	21,548.11	2.02%	23,702.92	26,073.22	28,680.54	7,132.43
存货	26,823.07	2.51%	29,505.38	32,455.92	35,701.51	8,878.44
经营性流 动资产合 计	239,282.66	22.42%	263,210.93	289,532.02	318,485.22	79,202.56
应付账款	56,527.12	5.30%	62,179.83	68,397.81	75,237.59	18,710.48
合同负债	21,540.98	2.02%	23,695.07	26,064.58	28,671.04	7,130.06
应付职工 薪酬	6,136.19	0.57%	6,749.81	7,424.80	8,167.27	2,031.08
应交税费	4,294.24	0.40%	4,723.67	5,196.03	5,715.64	1,421.39
经营性流 动负债合 计	88,498.53	8.29%	97,348.38	107,083.22	117,791.54	29,293.01
流动资金 占用额 (经营资 产-经营 负债)	150,784.13	14.13%	165,862.55	182,448.80	200,693.68	49,909.55

根据上述测算，公司因营业收入规模增长所导致的补充流动资金需求规模为 49,909.55 万元。本次使用 30,000 万元募集资金用于补充流动资金符合公司实际经营的需要，有利于缓解公司业务规模扩张带来的资金压力，保证公司未来稳定可持续发展，具有必要性与可行性。

5、本次募集资金拟用于补充流动资金符合中国证监会《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》

根据“全链路智能化广告内容生产平台建设项目”及“广告生产制作要素收集与交易系统项目”具体投资数额安排明细，本次募集资金投资项目中资本性投入情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	其中：资本性投入	拟投入募集资金金额
1	全链路智能化广告内容生产平台建设项目	61,012.33	50,842.11	50,000.00
2	广告生产制作要素收集与交易系统项目	20,113.62	20,113.62	20,000.00
3	补充流动资金	30,000.00	-	30,000.00
合计		111,125.95	70,955.73	100,000.00

本次募投项目中“全链路智能化广告内容生产平台建设项目”和“广告生产制作要素收集与交易系统项目”两个项目的拟投入募集资金金额合计 70,000 万元，全部用于资本性支出。本次拟补充流动资金 30,000.00 万元，占本次募集资金投资总额的比例为 30%，未超过 30%。

因此，本次募集资金拟用于补充流动资金符合中国证监会《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》的相关规定。

第五节 本次募集资金收购资产的有关情况

公司本次向特定对象发行股票募集资金净额将全部用于全链路智能化广告内容生产平台建设项目、广告生产制作要素收集与交易系统项目和补充流动资金，不涉及收购资产的情况。

第六节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行完成后，上市公司的业务及资产的变动或整合计划

本次募集资金运用将有助于夯实公司现有主营业务，提升公司营运能力和经营效率，提高公司客户服务能力，是公司战略调整及业务转型的深化与延续，有利于公司抓住互联网产业发展契机，为公司进一步发展提供可靠的保障，符合公司及公司全体股东的利益。本次募集资金投资项目建成后，公司主营业务范围不会发生变更，公司目前没有业务及资产的重大整合计划。若公司未来对主营业务及资产进行整合，将根据相关法律、法规、规章及规范性文件的规定，另行履行审批程序和信息披露义务。

本次募集资金到位后，公司业务结构在短期内不会发生重大变动。随着募集资金投资项目的逐步投产，公司数字营销业务在公司主营业务中的比例将进一步提升，将进一步优化公司财务结构，提升公司的综合竞争实力和持续盈利能力。

二、本次发行完成后，上市公司控制权结构的变化

本次发行完成后，公司股东结构将根据发行情况相应发生变化，将增加不超过发行前总股本 30% 的普通股股票。以本次发行股票数量上限测算，本次发行不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化，也不会导致公司不符合上市条件。

三、本次发行完成后，上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人从事的业务存在同业竞争或潜在的同业竞争的情况

公司本次发行尚未确定发行对象，因而无法确定上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人从事的业务是否存在同业竞争或潜在的同业竞争的情况。公司将在发行结束后公告的发行情况报告书中披露上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人从事的业务是否存在同业竞争或潜在的同业竞争的情况。

四、本次发行完成后，上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人可能存在的关联交易的情况

公司本次发行尚未确定发行对象，因而无法确定上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人是否可能存在关联交易的情况。公司将在发行结束

后公告的发行情况报告中披露上市公司与发行对象及发行对象的控股股东和实际控制人是否可能存在关联交易的情况。

第七节 历次募集资金运用

根据中国证监会核发的《关于核准广东天龙油墨集团股份有限公司向程宇等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可〔2015〕2141号），公司向程宇等发行股份购买资产并募集配套资金。前次募集资金到位情况已经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审验，并出具“天职业字[2015]14255号”《验资报告》，验证：截至2015年10月27日止，上市公司发行股份购买资产并募集配套资金出资总额1,359,999,989.34元。

本次发行首次董事会决议日为2021年4月15日，前次募集资金到位距本次发行首次董事会决议日已满五个会计年度，同时，最近五个会计年度内（2016年-2020年）上市公司不存在通过配股、增发、可转换公司债券等方式募集资金的情况。

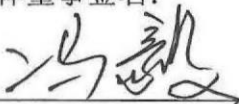
根据《关于前次募集资金使用情况报告的规定》（证监发行字[2007]500号）的相关规定，本次发行无需编制前次募集资金使用情况的报告，也无需聘请会计师事务所对前次募集资金使用情况出具鉴证意见。

第八节 与本次发行相关的声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：



冯毅



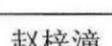
梅琴



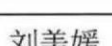
陈东阳




廖星



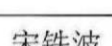
赵梓潼



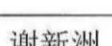
刘美媛




夏明会



宋铁波



谢新洲

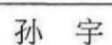


张仕华

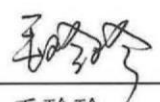
全体监事签名：



陈佳

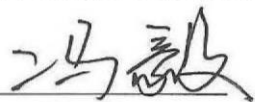


孙宇




毛珍珍

全体高级管理人员签名：



冯毅



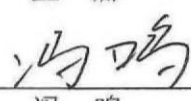
王娜



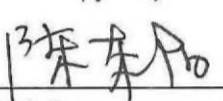
梅琴



王晶



冯鸣



陈东阳(代理财务总监)

广东天龙科技股份有限公司

2024年9月18日



发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

_____ 冯毅	_____ 梅琴 	_____ 陈东阳
_____ 廖星	_____ 赵梓潼	_____ 刘美媛
_____ 夏明会	_____ 宋铁波	_____ 谢新洲
_____ 张仕华		

全体监事签名：

_____ 陈佳	_____ 孙宇	_____ 毛珍珠
-------------	-------------	--------------

全体高级管理人员签名：

_____ 冯毅	_____ 王娜	_____ 梅琴
_____ 王晶	_____ 冯鸣	_____ 陈东阳(代理财务总监)

广东天龙科技集团股份有限公司

2021年9月18日



发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

冯毅	梅琴	陈东阳
廖星	赵梓潼	刘美媛
夏明会	宋铁波	谢新洲
张仕华		

全体监事签名：

陈佳	孙宇	毛珍珍
----	----	-----

全体高级管理人员签名：

冯毅	王娜	梅琴
王晶	冯鸣	陈东阳(代理财务总监)

广东天龙科技股份有限公司

2024年9月18日

发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

_____ 冯毅	_____ 梅琴	_____ 陈东阳
_____ 廖星  夏明会	_____ 赵梓潼	_____ 刘美媛
_____ 张仕华	_____ 宋铁波	_____ 谢新洲

全体监事签名：

_____ 陈佳	_____ 孙宇	_____ 毛珍珍
-------------	-------------	--------------

全体高级管理人员签名：

_____ 冯毅	_____ 王娜	_____ 梅琴
_____ 王晶	_____ 冯鸣	_____ 陈东阳(代理财务总监)

广东天龙科技集团股份有限公司

2024年9月18日



发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

_____ 冯毅	_____ 梅琴	_____ 陈东阳
_____ 廖星	_____ 赵梓潼 	_____ 刘美媛
_____ 夏明会	_____ 宋铁波	_____ 谢新洲
_____ 张仕华		

全体监事签名：

_____ 陈佳	_____ 孙宇	_____ 毛珍珍
-------------	-------------	--------------

全体高级管理人员签名：

_____ 冯毅	_____ 王娜	_____ 梅琴
_____ 王晶	_____ 冯鸣	_____ 陈东阳(代理财务总监)

广东天龙科技集团股份有限公司

2021年9月18日



发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

_____ 冯 毅	_____ 梅 琴	_____ 陈东阳
_____ 廖 星	_____ 赵梓潼	_____ 刘美媛 
_____ 夏明会	_____ 宋铁波	_____ 谢新洲
_____ 张仕华		

全体监事签名：

_____ 陈 佳	_____ 孙 宇	_____ 毛珍珍
--------------	--------------	--------------

全体高级管理人员签名：

_____ 冯 毅	_____ 王 娜	_____ 梅 琴
_____ 王 晶	_____ 冯 鸣	_____ 陈东阳(代理财务总监)

广东天龙科技集团股份有限公司
2024年 9 月 18 日



发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

_____ 冯毅	_____ 梅琴	_____ 陈东阳
_____ 廖星	_____ 赵梓潼	_____ 刘美媛
_____ 夏明会	_____ 宋铁波	_____ 谢新洲
_____ 张仕华		

全体监事签名：

_____ 陈佳	_____ 孙宇	_____ 毛珍珍
-------------	-------------	--------------

全体高级管理人员签名：

_____ 冯毅	_____ 王娜	_____ 梅琴
_____ 王晶	_____ 冯鸣	_____ 陈东阳(代理财务总监)

广东天龙科技集团股份有限公司
2024年9月18日



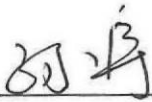
发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

冯毅	梅琴	陈东阳
廖星	赵梓潼	刘美媛
夏明会	宋铁波	谢新洲
张仕华		

全体监事签名：

陈佳	 孙宇	毛珍珍
----	---	-----

全体高级管理人员签名：

冯毅	王娜	梅琴
王晶	冯鸣	陈东阳(代理财务总监)

广东天龙科技股份有限公司

2022年9月18日



控股股东、实际控制人声明

本人承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人签名：



冯毅

广东天龙科技集团股份有限公司

2024年9月18日



保荐机构（主承销商）声明

本公司已对募集说明书进行了核查，确认本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人签名： 雷婷婷

雷婷婷

保荐代表人签名： 钟人富

钟人富

龚启明

龚启明

保荐机构法定代表人签名： 陈照星

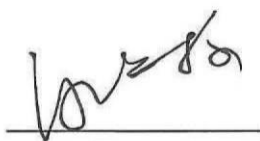
陈照星



保荐机构（主承销商）董事长及总经理声明

本人已认真阅读广东天龙科技集团股份有限公司募集说明书的全部内容，确认募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

保荐机构总经理签名：



潘海标

保荐机构董事长签名：



陈照星

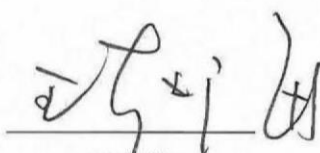


东莞证券股份有限公司
2021年9月18日

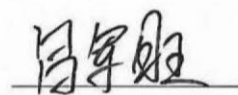
发行人律师声明

本所及经办律师已阅读募集说明书，确认募集说明书内容与本所出具的法律意见书不存在矛盾。本所及经办律师对发行人在募集说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

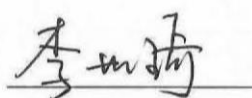
经办律师签名：



王在海

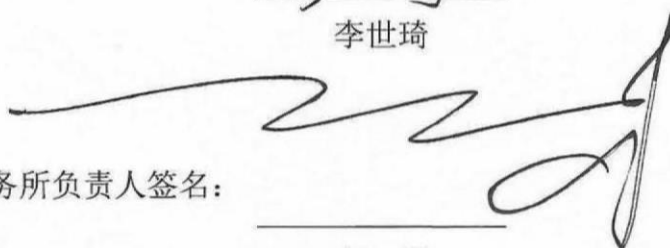


吕军旺



李世琦

律师事务所负责人签名：



高 树



会计师事务所声明

大华特字[2021]005442号

深圳证券交易所：

本所及签字注册会计师已阅读广东天龙科技集团股份有限公司 2021 年度创业板向特定对象发行股票募集说明书（以下简称“募集说明书”），确认募集说明书内容与本所出具大华审字[2019]005222 号、大华审字[2020]002287 号报告不存在矛盾。本所及签字注册会计师对发行人在募集说明书中引用的审计报告内容无异议，确认募集说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人签名：



梁 春

签字注册会计师签名：



陈长春



胡绪峰

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

2021年9月18日



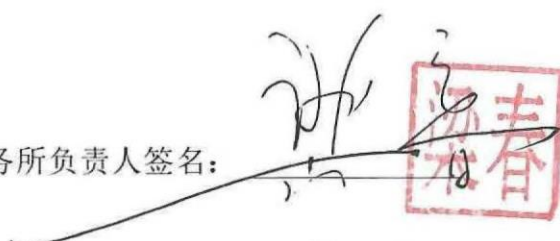
会计师事务所声明

大华特字[2021]005443 号

深圳证券交易所：

本所及签字注册会计师已阅读广东天龙科技集团股份有限公司 2021 年度创业板向特定对象发行股票募集说明书（以下简称“募集说明书”），确认募集说明书内容与本所出具大华审字[2021]000661 号报告不存在矛盾。本所及签字注册会计师对发行人在募集说明书中引用的审计报告内容无异议，确认募集说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人签名：



梁 春

签字注册会计师签名：



黄海波



胡绪峰

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

2021年9月18日



第九节 董事会声明与承诺

一、董事会关于除本次发行外未来十二个月内是否有其他股权融资计划的声明

根据公司未来发展规划、行业发展趋势，并结合公司的资本结构、融资需求以及资本市场发展情况，除本次发行外，公司董事会将根据业务情况确定未来十二个月内是否安排其他股权融资计划。若未来公司根据业务发展需要及资产负债状况需安排股权融资时，将按照相关法律、法规、规章及规范性文件履行相关审议程序和信息披露义务。

二、关于本次发行摊薄即期回报的风险提示及填补回报措施

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发〔2013〕110号）、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发〔2014〕17号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告〔2015〕31号）等文件的要求，公司就本次发行对即期回报摊薄的影响进行了分析并提出了具体的填补回报措施，相关主体对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了承诺，具体内容如下：

（一）本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响

1、主要假设和说明

（1）假设本次向特定对象发行于2021年10月底实施完毕，该完成时间仅为估计，最终以本次发行实际完成时间为准。

（2）假设本次向特定对象发行股票数量为发行上限，即225,060,585股，该发行股票数量仅为估计，最终以经深交所审核通过并经中国证监会同意注册后实际发行股票数量为准。

（3）假设宏观经济环境、产业政策、行业发展状况等方面没有发生重大变化。

（4）未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、募集资金投资项目产生效益）等的影响。

(5) 未考虑除本次向特定对象发行股数之外的其他因素对股本的影响。

(6) 根据公司 2020 年年度报告，公司 2020 年度归属于母公司所有者的净利润为 12,251.70 万元。对于公司 2021 年净利润，假设按以下三种情况进行测算（以下假设不代表公司对 2021 年的经营情况及趋势的判断，不构成公司的盈利预测）：

- ①假设公司 2021 年度归属上市公司股东的净利润较 2020 年度保持不变；
- ②假设公司 2021 年度归属上市公司股东的净利润较 2020 年度同比上升 10%；
- ③假设公司 2021 年度归属上市公司股东的净利润较 2020 年度同比下降 10%；

(7) 假设公司 2021 年度不进行利润分配，亦不进行资本公积转增股本或派发红股。

2、对主要财务指标的影响

基于上述假设的前提下，本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响对比如下：

项目	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	
		本次发行前	本次发行后
期末总股本（股）	750,201,950	750,201,950	975,262,535
情景一：公司 2021 年度归属于母公司所有者的利润较 2020 年度情况保持不变			
归属于母公司所有者的净利润（万元）	12,251.70	12,251.70	12,251.70
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润（万元）	5,697.87	5,697.87	5,697.87
归属于母公司所有者的权益（万元）	123,177.76	135,429.45	235,429.45
基本每股收益（元/股）	0.17	0.17	0.16
稀释每股收益（元/股）	0.17	0.17	0.16
扣除非经常性损益的基本每股收益（元/股）	0.08	0.08	0.07
扣除非经常性损益的稀释每股收益（元/股）	0.08	0.08	0.07
加权平均净资产收益率	10.67%	9.48%	8.39%
扣除非经常性损益的加权平均净资产收益率	4.96%	4.41%	3.90%
情景二：公司 2021 年度归属于母公司所有者的利润较 2020 年度情况同比增加 10%			
归属于母公司所有者的净利润（万元）	12,251.70	13,476.87	13,476.87
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润（万元）	5,697.87	6,267.66	6,267.66
归属于母公司所有者的权益	123,177.76	136,654.62	236,654.62

项目	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	
		本次发行前	本次发行后
(万元)			
基本每股收益 (元/股)	0.17	0.18	0.17
稀释每股收益 (元/股)	0.17	0.18	0.17
扣除非经常性损益的基本每股收益 (元/股)	0.08	0.09	0.08
扣除非经常性损益的稀释每股收益 (元/股)	0.08	0.08	0.08
加权平均净资产收益率	10.67%	10.37%	9.19%
扣除非经常性损益的加权平均净资产收益率	4.96%	4.82%	4.28%
情景三：公司 2021 年度归属于母公司所有者的利润较 2020 年度情况同比下降 10%			
归属于母公司所有者的净利润 (万元)	12,251.70	11,026.53	11,026.53
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润 (万元)	5,697.87	5,128.08	5,128.08
归属于母公司所有者的权益 (万元)	123,177.76	134,204.29	234,204.29
基本每股收益 (元/股)	0.17	0.15	0.14
稀释每股收益 (元/股)	0.17	0.15	0.14
扣除非经常性损益的基本每股收益 (元/股)	0.08	0.07	0.07
扣除非经常性损益的稀释每股收益 (元/股)	0.08	0.07	0.07
加权平均净资产收益率	10.67%	8.57%	7.59%
扣除非经常性损益的加权平均净资产收益率	4.96%	3.98%	3.53%

注：每股收益、净资产收益率指标根据《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》的有关规定进行计算。

通过上述测算，不考虑本次发行募集资金到账后对公司生产经营、财务状况的影响，本次向特定对象发行完成后，公司的每股收益可能下降，公司面临即期回报被摊薄的风险。

(二) 公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

为降低本次发行摊薄即期回报的影响，公司拟通过多种措施防范即期回报被摊薄的风险，实现公司业务的可持续发展，以增厚未来收益、填补股东回报并充分保护中小股东的利益。公司拟采取填补即期回报的措施如下：

1、加强募集资金管理，防范募集资金使用风险

为保障公司规范、有效使用募集资金，本次向特定对象发行股票募集资金到位后，公司将严格按照《创业板上市公司证券发行注册管理办法(试行)》《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》等法规的要求，对募集资金进行专项存储、保证募集资金合理规范使用、积极配合保荐机构和监管银行对募集资金使用的检查和监督、合理防范募集资金使用风险。

2、加快募集资金投资项目开发和建设进度，提高资金使用效率

本次募集资金投资项目符合国家产业政策和公司的发展战略，具有良好的市场前景和经济效益。项目逐步进入回收期后，公司盈利能力和经营业绩将会显著提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。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实施进度，争取早日实现预期效益。

3、全面提升公司管理水平，为公司发展提供制度保障

公司将加强资产运营效率，提高营运资金周转效率，完善薪酬和激励机制，建立有市场竞争力的薪酬体系，引进市场优秀人才，并最大限度地激发员工积极性，挖掘公司员工的创造力和潜在动力。通过以上措施，公司将全面提升运营效率，降低成本，提升经营业绩。

公司将严格遵循《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东权利能够得以充分行使；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，科学、高效的进行决策；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。

4、保持和优化利润分配制度，强化投资回报机制

为完善公司利润分配政策，有效维护投资者的合法权益，公司已根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》等法律法规的有关规定，结合公司实际情况，在《公司章程》中对利润分配政策进行了明确的规定，并制定了《公司未来三年（2021-2023年）股东回报规划》，建立了股东回报规划的决策、监督和调整机制。

未来，公司将继续保持和完善利润分配制度特别是现金分红政策，进一步强化投资者回报机制，使广大投资者共同分享公司快速发展的成果。上市公司提请

投资者注意，制定上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

（三）公司董事、高级管理人员关于公司本次发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺

为维护公司和全体股东的合法权益，保障公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，公司全体董事、高级管理人员作出以下承诺：

“1、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、对公司董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、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、由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、若公司后续推出股权激励方案，则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；

6、本承诺出具日后至本次向特定对象发行股票实施完毕前，若中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所等证券监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且本承诺相关内容不能满足中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所等证券监管机构的该等规定时，本人承诺届时将按照中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所等证券监管机构的最新规定出具补充承诺；

7、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或投资者的补偿责任。

若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证券监督管理委员会或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，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。”

（四）公司控股股东、实际控制人关于公司本次发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺

为维护公司和全体股东的合法权益，保障公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，公司控股股东和实际控制人冯毅先生及其一致行动人冯华先生、

冯军先生作出以下承诺：

“1、依照相关法律、法规及《公司章程》的有关规定行使股东权利，不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

2、本承诺出具日后至本次向特定对象发行股票实施完毕前，若中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所等证券监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且本承诺相关内容不能满足中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所等证券监管机构的该等规定时，本人承诺届时将按照中国证券监督管理委员会等证券监管机构的最新规定出具补充承诺。

若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证券监督管理委员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，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。”

广东天龙科技集团股份有限公司

