## իկլըի 华扬联众数字技术股份有限公司 2020 年度非公开发行 A 股股票预案 二〇二〇年四月

发行人声明 公司及董事会全体成员保证本预案内容真实、准确、完整,并确认不存在虚假记载、误导性

公司及董事会全体成员保证本预案内容真实、准确、完整、并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。
本次非公开发行股票完成后、公司经营与收益的变化由公司自行负责;因本次非公开发行股票引致的投资风险由投资者自行负责。
公司本次非公开发行股票预案是公司董事会对本次非公开发行股票的说明,任何与之相反的声明均属不实陈述。
本预乘所述事项并不代表审批机关对于本次非公开发行股票相关事项的实质性判断、确认、批准或核准。本预案所述本次非公开发行股票相关事项的生效和完成尚需公司股东大会的审议通过以及取得有关审批机关的批准或核准。
投资者如有任何疑问,应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。
特别提示
本部分所述词语或简称与本预案"释义"所述词语或简称具有相同含义。
1、本次非公开发行 A 股股票相关事项已经获得公司第三届董事会第二十四次(临时)会议审议通过、尚需获得上市公司股东大会审议通过以及中国证监会的核准后方可实施。本次非公开发行股票完成后,尚需向上海证券交易所及登记结算公司办理上市申请事宜。
2、本次非公开发行的对象为不超过35名符定投资者、包括符合中国证监会被定的证券投资社会管理公司、证券公司、证券公司、信任公司、则参与公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者可、证还多过,连接公司、证券公司、信任公司、自任公司、则参公司、保险机构投资者。各格境外机构投资者可、证证券公司、证券公司、信任公司、信任公司、则参公司、保险机构投资者、各格境外机构投资者可、信任公司、信任公司、则等公司、就是公司、证券投资基金管理公司、证券公司、证券投资报告、信托公司作为发行对象的、只能以自有资金认购。
最终具体发行对象将在本次非公开发行取得中国证监会核准批复后、由董事会在上市公司发行对象有新的规定,上市公司将按新的规定进行调整。
3、本本非公开发行股票募集资金总额不超过90,926.65万元(含本数),募集资金和除相关发行费用后将用于投资以下项目:

			単位:力:
序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金金额
1	品牌新零售网络运营建设项目	43,598.96	35,558.36
2	智慧营销云平台建设项目	22,160.15	18,607.98
3	创新技术研究中心项目	10,760.17	9,760.31
4	补充流动资金	27,000.00	27,000.00
	合计	103,519.28	90,926.65

在不改变本次募集资金拟投资项目的前提下,经上市公司股东大会授权,上市公司董事会可以对上述单个或多个投资项目的募集资金投入金额进行调整。若本次非公开发行扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金投投人总额,上市公司将根据实际募集资金净额,按照项目的轻重缓急等情况,调整募集资金投入的优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排,募集资金不足部分由上市公司自筹解决。本次非公开发行募集资金到位之前,上市公司特根据募投项目实际进度情况以自有资金或自筹资金先行投入,待募集资金到位后按照相关规定程定者已累绝。

享。 8、根据中国证监会(关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知)(证监发[2012]37 8、根据中国证监会(关于进一步落实上市公司现金分红)(证监会公告[2013]43 号)的相关规定、上市公司制定了利润分配政策及未来三年股东回报规划,详见本预案"第四节公司利润分配政策及执行情况",请投资者予以关注。 9、根据(国务院办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]10 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)和中国证监会(关于首发及再融资重上大资产重组推薄即期回报有关事项的指导意见)(证监会公告[2015]31 号)的要求,为保障中小投资者利益、上市公司分析了本次发行对即期回报摊薄的影响,并提出了具体的填补回根措施、相关主体对上市公司填补回根措施能够得到切实履行做出了高详。据过去传说详记不证案令等第二不要。

除非另有说明,本预案	的下	<b>释 义</b> 外词语具有加下含义·
一、一般名词释义	מין עם:	列内后共有如下百义:
华扬联众、发行人、公司、上 市公司	指	华扬联众数字技术股份有限公司,在上海证券交易所上市,股男代码,603825
本次非公开发行、本次发行	指	华扬联众数字技术股份有限公司本次非公开发行 A 股股票,募集资金不超过90,926.65万元(含本数)的行为
预案、本预案	指	《华扬联众数字技术股份有限公司 2020 年度非公开发行 A 股股票预案》
定价基准日	指	发行期首日
发行底价	指	本次非公开发行定价基准日前二十个交易日上市公司股票交易均价的80%
《公司章程》	指	《华扬联众数字技术股份有限公司章程》
《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(2019年修订)》
《发行管理办法》	指	《上市公司证券发行管理办法(2020年修订)》
《实施细则》	指	《上市公司非公开发行股票实施细则(2020年修订)》
《股票上市规则》	指	《上海证券交易所股票上市规则》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
登记结算公司	指	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司
保荐机构、主承销商	指	中信证券股份有限公司
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
二、专业名词或术语释义	111	7 44 113 10 44 113 3 10 7 44 11 11 23 1
新零售	指	个人、企业以互联网为依托、通过运用大数据、人工智能等先进技术手段、对商品的生产。流通与销售过程进行升级改造。进而重整业态结构与生态圈,并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式
新媒体	指	新媒体涵盖了所有数字化的媒体形式。包括所有数字化的传统婚体、网络媒体、移动端媒体、数字电视、数字报刊杂志等
新媒体营销	指	利用新媒体平台进行营销的模式
互联网营销	指	基于互联网平台,利用信息技术与工具满足公司与客户之间交换概念。产品及服务的过程,通过在线活动创造,宣传,传递客户价值,并对客户关系进行管理,以达到一定营销目的的新型营销活动。其实质是将产品信息广告化与信息化,并以数字的形式呈现在网上
数字营销	指	以互联网,移动互联网为实施载体并采用数字技术手段开展的营销活动,涵盖了包括营销策略制定,创意内容制作,媒体投放,营销效果监测和优化提升,流量整合与导入等内容的完整营销服务链条
SaaS	指	软件即服务(Software—as—a—Service. 简称 SaaS),是指通过网络摄 使软件服务,SaaS 平合供应商将应用软件统一部署于自身服务 器、用户可根据实际需求,通过互联网向 SaaS 供应商定购所需的 应用软件服务
KOL	指	关键意见领袖(Key Opinion Leader, 简称 KOL)是营销学上的概念,通常被定义为:拥有更多、更准确的产品信息,且为相关群体所接受或信任,并对该群体的购买行为有较大影响力的人
кос	指	关键意见消费者(Key Opinion Consumer, 简称 KOC), 指能影响自己的朋友、粉丝, 产生消费行为的消费者, 与 KOL 相对应, 相比于 KOL, KOC 的粉丝更少, 影响力更小, 优势是更垂直、更便宜
MCN	指	Multi-Channel Network 的简称,MCN 模式源于国外成熟的网络达人经济运作,其本质是一个多频道网络的产品形态,将 PGC(电址内容生产)内容联合起来,在资本的有力支持下,保障内容的扩续输出,从而最终实现商业的稳定变现
广告投放 ROI	指	广告投入的投入产出比,即每获得一个有效转化所花费的成本
		客户关系管理(Customer Relationship Management, 简称 CRM)
CRM	指	通常是指用计算机自动化分析销售、市场营销、客户服务以及成用等流程的软件系统。它的目标是通过提高客户的价值、满意度和忠实度来缩减销售周期和销售成本、增加收入、寻找扩展业务所需的新的市场和渠道
SEM 优化	指	搜索引擎营销(Search Engine Marketing, 简称 SEM 优化、SEM 优化分为广义的 SEM 优化、主要是指搜索引擎竞价优化和搜索引擎快照优化而读义的 SEM 优化、主要是指搜索引擎竞价账户仍化 这也是通常意义上的 SEM 优化。SEM 优化主要包括百度竞价SEM 优化。360 竞价 SEM 优化、搜狗推广 SEM 优化、腾讯广点设SEM 优化等
RCS	指	融合通信(Rich Communication Suite, 简称 RCS), 也称富煤核油 信,是指通信技术和信息技术的融合, RCS 融合了语音,消息, 功 态栏,位置服务等通信服务, 用以丰富通话, 短信 联系人等手材 系统原生应用的客户体垫。通过手机上的 RCS, 用户不仅可以发 送文字,图片或视频, 还可以进行互动

该类财务数据计算的财务指标 本预案中合计数与各明细数直接相加之和在尾数上如有差异,这些差异是由于四会五人造 成的。

## 第一节 木次非公开发行股票方案概要 、发行人基本情况 华扬联众数字技术股份有限公司 英文名称: Hylink Digital Solutions Co., Ltd 戊立日期. 1994年6月28日 统一社会信用代码 91110101101343096 230,060,110 元人民 股票上市地: 上海证券交易所 设票代码 603825 投票简称: 与扬联众 法定代表人: 北京市海淀区上地东路 5 号院 3 号楼 4 层 419 室 通讯地址: 比京市东城区建国门内大街贡院西街 6 号 E 座 15 层 100005 联系传真 86-010-6564 8123 技术开发、技术转让、技术服务;计算机技术培训;网络技术服务;经济贸 咨询;设计、制作、代理、发布广告;组织文化艺术交流活动(不含演出); 业形象策划;公共关系服务;会议服务;承办展览展示活动;出版物印刷 空营范围: 企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;出版物印刷以及依法须经推 作的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市 产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)

产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)
二、本次非公开发行的背景和目的
(一)本次非公开发行的背景和目的
(一)本次非公开发行的背景和目的
(一)本次非公开发行的背景
1、万物互联的新时代,推动互联网营销行业快速发展
随着互联网技术的持续发展、网络带宽不断提升以及智能手机等移动终端的快速普及,我国互联网行业、特别是移动互联网行业星现了爆发式增长,已成为全球最大的互联网市场之一,以阿里巴巴、腾讯、百度、字节跳动、新浪等为代表的互联网公司在用户数、收入,净利润,技术能力等方面实现飞速成长,成为世界互联网领域的重要力量。2019年,全国两个级所工作报告,中提出,要全面推进"互联网 +"、运用新技术新模式设造传统产业、打造工业互联网平台、拓展"智能+"、为制造业转型升级赋能,加快在各行业各领域推进"互联网+",持续推动网络提速降费。互联网的快速发展、国家政策的大力支持为互联网营销行业提供了良好的环境、我国互联网营销行业发展迅速,根据支瑞含询(2019年中国网络广告市场中度监测报告》统计及预测,中国互联网一告行业的市场规模已从 2016年的 2,884.90 亿元增长至 2018 年的 4,844.00 亿元,预计在 2021 年将达到近万亿规模。



资料来源: 艾瑞咨询(2019 年中国网络广告市场年度监测报告) 此外,由于移动设备的渗透率进一步提高,移动广告市场增速高于网络广告市场增速,2018 年中国移动广告市场规模已达到 3,663 亿元,移动广告占网络广告的比例约为 75.6%, 预计 2021 年该占比将超过 85%。



等和广告申報報(亿元) 等如估比(%) 资料来源,艾瑞咨询(2019 年中国网络广告市场年度监测报告) 同时,随着各个移动端内容察道的渠道巨头格局动步定型,互联网营销行业市场竞争日益激烈,为巩固原有的竞争优势和占据更多的市场份额,互联网营销企业需要在深化与原有媒体客户资源合作的基础上,持续深化行业布局,丰富服务内容、不断积极开拓新的资源渠道。2020 年 2020年 3月 4日,中共中央政治局常务委员会召开会公,购物、医疗、教育、政务等领域等无数细分领域和应用场景得以大范围、长时间应用,有助于头路企业实现破局和加速市场战路布局。2020年 3月 4日,中共中央政治局常务委员会召开会以,指出要加快56 网络、数据中心等新型基础设施建设进度、无分体现出国家对新基建的期望和重视,新基建迅速升温。作为连接万物的基础,5G 商用化的大发展将进一步促进现代社会智能化、网络化的发展进程、更将为创新数字营销渠道的快速发展奠定坚实的基础。2.信息流广告高速增长、短视频产品为互联网营销市场带来新的占互联网企业形态和格局的变形。10 是国际网产业企业报及资格企业报及资格企业,在股份营销方对的发展,2018年中国网络广告的细分领域市场份额在持续变化中,传统搜索广告整体发展、于行业水平、份额持续降低;电商广告占比 33.6%,与2017年同期相比,份额持续上升;信息流广告表现实出,2018年信息流广告口径除包含社交。新闻、视频等之外,计入了以搜索等工具类平台及短视频平台为主要载体的信息流广告,其市场份额达到 22.5%,份额增加明显,并跃居第二位。2014—2021年中国不同形式网络广告市场份额及预测



数据来源: 艾端咨询(2019 年中国信息流潜力市场展望报告) 基于大数据算法推荐的信息流广告,不受广告位的限制,增加了媒体广告库存,给媒体带来 了息产的盈利空间,其原生的展现形式,精准的用户触达,更有利于广告主的品牌传播,因此信 息流广告已经成为媒体的必争之地。目前信息流广告市场格局初现,以腾讯,百度、字节跳动为 首的头部媒体加紧整合业务资源,进一步拓展市场,流量呈现寡头化趋势;短视频、长尾流量幅 起,垂直媒体内容的信息流化,进一步加速了信息流广告市场的特保持,艾瑞咨询在《中国信息流 潜力市场展望报告》中预计 2020 年信息流广告市场的特保持,45%以上的增长率、规模将超过 2,500 亿元。 2014-2021 年中国网络广告市场信息流广告规模及增长率



密合作,也能及时与快速涌现成长的新媒体开展业务合作,进一步巩固和提升公司的口碑和声

營。 公司拟通过本次非公开发行募集资金投入品牌新零售网络运营建设项目,围绕客户业绩增长需求,为上游客户群体提供更广服务范围,更深服务内容及更高附加值的增长服务,结合直播电商等营销热点不断优化升级商业模式,促进电商平台旅舰店访问活跃度和交易量的提升,实现合作共震。同时,通过升级开发智慧营销云平台,有效满足品牌主在营销资源管理、大数据分析,订单交易跟踪以及 CRM 管理报告等方面的差异技术需求,提高与品牌的长期合作粘性,增限公司水延滞镀据公然建设的金条丸,

析、订单交易跟踪以及 CRM 管理报告等方面的差异技术需求,提高与品牌的长期合作粘性,增强公司在部营销服务领域的竞争力。

2、改善资本结构,促进上市公司的可持续发展
本次非公开发行将缓解上市公司的资金压力,优化资产负债结构,降低上市公司的资产负债率水平,提升盈利能办。公司属于现代服务型轮资产公司,银行债务融资能力较为有限。随着上市公司业务规模的不断扩张,仅依靠自有资金已经较难满足上市公司执进发展的资金需求,本次非公开发行的募款金络有效缓解上市公司的资金缺口。上市公司刘利用水次非公开发行的契机,改善财务结构,降低资产负债比率,拓展后续融资空间,为上市公司业务的可持续发展提供有效支持。
三、本次发行对象及其与公司的关系
本次非公开发行的对象为不超过 35 名特定投资者,包括符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司,证券公司,证并公司,证并公司人等公司,保险机构投资者。证券投资基金管理公司,证券公司、信托公司,财务公司、保险机构投资者。证券投资基金管理公司,证券公司、信托公司,对多公司、保险机构投资者。证券投资基金管理公司,证券公司、各格境外机构投资省人民币合格境外机构投资省。证券投资基金管理公司,证券公司、各格境外机构投资省人民币合格境外机构投资省。证券投资基金管理公司,证券人个发行对象;信托公司作为发行对象的、只能以自有资金认购。
最终具体发行对象将在本次非公开发行取得中国证监会核准批复后,由董事会在上市公司股东大会投权范围沟,根据发行资价结果,与本次发行的保养机构(主系销商)协商确定。若国家法律、法规对非公开发行股票的发行对象有法。

(六)限售期 本次发行对象认购的本次非公开发行 A 股股票,自本次发行结束之日起 6 个月内不得转

1. 上述股份領定期届市运转还需要产化公司法》(证券法)和《股票上市规则》等法律、法规、规章、规范性文件以及《公司章程》的相关规定。 在上述股份領定期限内,发行对象所认购的本次发行股份因上市公司送股、资本公积金转增股本等事项而衍生取得的股份、亦应遵守上述股份限售安排。

(七)上市地点 本次非公开发行的 A 股股票将在上海证券交易所上市交易。

本次非公开及日的A KK取示时住上每班分~2001年50~30 (八)本次非公开发行前的滚存利或安排 本次非公开发行前的滚存未分配利润,将由上市公司新老股东按照发行后的股份比例共 (九)本次非公开发行决议的有效期

开发行股票的决议有效期为自上市公司股东大会审议通过之目起 12 个月。

(十)募集资金用途 本次非公开发行股票募集资金总额不超过90,926.65万元(含本数),募集资金扣除相关发

行费用后	将用于投资以下项目:		单位:万元
序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金金额
1	品牌新零售网络运营建设项目	43,598.96	35,558.36
2	智慧营销云平台建设项目	22,160.15	18,607.98
3	创新技术研究中心项目	10,760.17	9,760.31
4	补充流动资金	27,000.00	27,000.00
	合计	103.519.28	90,926,65

合时 103,519.28 20,525.03 2 设项目实际进度情况以自有资金或自筹资金先行投入,待募集资金到位后按照相关规定程 

五、本次发行是合构成天联交易 截至本预案公告日、上市公司本次发行尚无确定的发行对象。最终是否存在因关联方认购 f公司本次非公开发行股份构成关联交易的情形。将在本次非公开发行结束后公告的发行情

it是否导致公司控制权发生变化

六、本次发行是否导致公司控制权发生变化 截至本预案公告日,上市公司总股本为 231,021,796 股,其中,苏同先生持有公司股票 66,389,131 股,占公司总股本的 28,74%。苏同先生及其一致行动人姜香蕊女士、上海华扬联众企 业管理有限公司合计持有公司股票 132,196,439 股,占公司总股本的 57,22%。苏同先生为上市公

司的实际控制人。 本次非公开发行完成后,按照发行上限 69,306,538 股测算,公司实际控制人苏同先生及其一 致行动人奏音落女士,上海华扬联众企业管理有限公司共计持股比例为 44.02%,苏同先生仍为 实际控制人,公司实际控制人未发生变化。因此,本次非公开发行不会导致公司的控制权发生变

化。
 七、本次发行方案尚需呈报批准的程序
上市公司本次非公开发行A股股票相关事项已经上市公司第三届董事会第二十四次(临时会议审议通过,上市公司独立董事发表了独立意见。根据《公司法》(证券法)、发行管理办法)及《实施细则》等相关法律、法规规定,本次非公开发行股票尚需提交上市公司股东大会审议通过,并经中国证监会核准后方可实施。在取得中国证监会核准后,上市公司将依法向上海证券交易所和登记结算公司申请办理股票发行,登记与上市等事宜。
 第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析
 一、本次非公开发行股票募集资金使用计划
公司本次非公开发行股票募集资金使用计划
公司本次非公开发行股票募集资金总额不超过90,926.65万元(含本数),扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于以下项目:
 单位;万元

71434383	***************************************		单位:万元
序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金金额
1	品牌新零售网络运营建设项目	43,598.96	35,558.36
2	智慧营销云平台建设项目	22,160.15	18,607.98
3	创新技术研究中心项目	10,760.17	9,760.31
4	补充流动资金	27,000.00	27,000.00
	合计	103,519.28	90,926.65

在不改变本次募集资金拟投资项目的前提下,经上市公司股东大会授权,上市公司董事会可以对上述单个或多个投资项目的募集资金投入金额进行调整。若本次非公开发行扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投入总额,上市公司特根据实际募集资金净额,按照项目的较重缓急等情况、调繁募集资金投入的优先顺序及写项目的具体投资额等使用安排,募集资金公配分由上市公司自筹解决。本次非公开发行募集资金到位之前,上市公司特根 募投项目实际进度情况以自有资金或自筹资金先行投入,待募集资金到位后按照相关规定看

据象投通上的出土几点自动等标。本价平均及11条等集资金到位后按照相关规定程序予以直换。
二、本次募集资金投资项目的可行性分析
(一)品牌新零售网络运营建设项目
1.项目基本情况
公司拟投入资金开展品牌代运营业务、构建新营销时代下的新渠道和新零售生态体系、为客户提供更加高效的营销解长力紊,以数据技术、内容和渠道资源驱动、实现品牌传播和产品销售双增长、进一步巩固和提升公司的服务优势和行业地位。
2.项目建设的必要性
(1)为品牌客户创造更高价值
多年来,公司致力于为品牌客户提供全案数字营销服务,助力品牌客户实现品牌宣传、塑造名牌来,公司数力于为品牌客户提供全案数字营销服务,助力品牌客户实现品牌宣传、塑造品牌路条,积淀品牌价值。
2020年,公司调整战略定位,以解决品牌客户增长需求为核心服务宗旨,由优势的品牌营销主业逐步深化/拓展数字渠道代运营、内容运营、技术平台服务、数字媒体平台业务和品牌咨询营全条品牌服务。公司品牌客户覆盖条等类核、食品饮料、消费中子、时尚服装、汽车、珠宝、互联网等多个细分行业、拥有全行业的营销服务经验。同时公司本身具备电商服务能力,先后服务于飞利油小家电、韩国 OOZOO 面膜,日本 recolte 小家电导,显者提升了品牌客户的销售转化率及ROI

6年小一。 随着5G技术逐步从概念走向落地,更加宽广、高速的智能通讯技术连接把人、物、场景、消

利润率水平。 随着56 技术逐步从概念走向落地,更加宽广、高速的智能通讯技术连接把人、物、场景、消费习惯用大数据显化。交互分析,使得"让广告不像广告、让营销趋于无形"成为可能。公司为品牌客户提供更多的增值服务,更为细致的线上销售分析、更精准的广告投放,更有效节约客户的成本,满足客户个性化管销需求。
(3) 契合公司战略升级发展方向
在新营销时代书号下,帮助品牌主做好电商代运营服务,是检验营销解决方案的测试手段。新零售对公司意味着要把营销服务下沉到代品牌做好产品销售运营、依靠品牌服务经验对各种营销手段的灵活运用,让市场热点和销售卖点有效结合;依靠数据分析技术对行业发展和消费 若的洞察和理解,打通各种零售渠道,提升内部管理和外部运营效率,增强客户的销售增长能力,应对日益激烈的市场竞争。通过发展品牌代运营业务能力、构建基于大数据的技术驱动型商业模式、公司可为品牌生提供新营销时代下的综合管销解决方案,从而增加客户合作粘性,助力公司营销服务规模继续扩张,为公司带来新的盈利增长点。
(4)公司具备品牌代运营的资源和经验公司宣销服务规模积累。同时公司近几年先后服务于长来从市增加客户合作粘性,助力200里年起就致力于为品牌客户的销售较化率及 ROI、具备等产户由商服务能力。2000年、公司调整战略定位、以解决品牌客户增长需求为核心服务宗旨、由优势的品牌营销产金条品牌服务。公司人对团队有效服务了多个细分行业客户,拥有全行业的营销服务经验。综上所述,出牌代运营项目符合国家产业发展方向,行业发展方向、公司战略和业务发展需要、公司具备实施本项目相关的客户推入,是用产品的产品牌方面,从市局社会工程,是有可行性。

1、项目投资计划 (1)投资金额

本项目总投资金额为 43,598.96 万元,拟使用募集资金金额 35,558.36 万元。(2)建设周期

x项目计划建设周期为2年。 .项目备宏事项

3、坝口育采事坝 截至本预案公告日,本项目相关立项、环评(如需)等事项尚未办理完毕,公司将根据相关要 (大)履行完毕审批或备案程序。 (二)智慧营销云平台建设项目 1.项目基本情况

1.项日举年间6.4 並项目建设系满足不同企业客户的定制化新营销需求,对整合公司现有大数据分析平台: 全网实时数据图谱分析平台。GRAPHy,集洞察(DCD),预算(HYMIS),决策(DOI),执行 ),分析(ADA),监控(SOM),进行迭代升级并和薪系统整合成一体的综合智能营销平台。 第一次平台可以直接服务客户,同时为公司业务提供技术和大数据支持,提高服务质量,减 宣告。

SaaS 数字宫铜云。 本项目的实施可以让公司做到以 AI 技术管理大数据资产,为不同规模的品牌客户营销需求 提供定制化服务,帮助客户营销过程积累的数据和品牌私有数据内外协同。提升营销 ROI 水 平;开展数字化咨询业务,提供各类媒体手段使用、应用场景一体化的综合解决方案,帮助客户 在金产业链上开展数字转型,获取更多生意机会。

年至产业能上升展数字转型。获取更多生意机会。 (3)具备广阔的市场空机升级的通讯技术向社交网络,购物,娱乐、教育,出行等领域快速 移动互联网随着快速迭代升级的通讯技术向社交网络,购物,娱乐、教育,出行等领域快速 悠透,内客生产者和传播者群体数量呈现爆发式大幅增长,大批"传统"媒体的"触网"使得全媒 本全域营销成为常态,同时品牌的营销需求也向精细化耕耘挖掘用户价值和深度经营转化。营 有效据和私、提升营销体影等优秀的能、对企业吸引力越来越大、公司需要加快相关布局,放 较短孤孤、提升营销体影等优秀的能、对企业吸引力越来越大、公司需要加快相关布局,放 分份创造长期合作价值。因此,从行业层面分析,本项目商业化市场空间广阔,具备良好的发展前 跨

景。
(4)公司竞争优势明显,具备项目实施的综合能力
公司多年来一直为大量国内外中大型品牌主提供优质的数字营销服务,与中国互联网发展
各时期主流媒体都保持了良好合作关系,积累了大量的营销数据资源,切实打通优质旗体的渠 遺数据,破媒体数据流岛化的难题,通过多年持续不断的技术投入和行业经验积累,以切实有 效的技术手段做到营销投放优化管理,有效找到核心入群,提高营销精准度。公司目前已经在该 领域具备一定的先发优势和竞争优势,并积累了大量实践经验。 1)行业经验与分析方法优势 公司是领先的品牌营销服务提供商,积累了丰富的营销服务经验,通过持续投入技术研发, 地口货充汽业间实程度。该万胜网的技术,放实和营销工的进行有效整合。全面非导和协助安户

独立发布行业洞察报告,将互联网的技术、内容和营销手段进行有效整合,全面指导和协助客户 無立及中行型两換板店,将互联网的效本,以各种區前于於此代有效整合,至固值等科砂切為作 品牌路象传播和产品销售宣传的全域营销战略与实施,以优质的专业服务和营销效果增加之份 枯性,与主要大客户保持长期合作关系。公司未来将基石业务品牌营销作为拓展新业务模式的 人口能力,围绕品牌客户全方位需求痛点,提供各类增长需求服务,包括品牌运营服务,品牌内 客服务,品牌传播服务,品牌技术服务和品牌咨询服务等,稳步由领先的数字营销集团升级为具 备全球影响力的,以品牌增长需求为核心目的的品牌全案服务集团。

公司长期注重对行业专业知识的研究和积累,不断投入人力、物力进行技术研发和产品开发,通过互动创意实验室和数字营销研究院两大机构对热门前沿数字技术和行业发展趋势开展深入研究,开发相应的技术产品,紧密跟路全域营销热点和发展的趋势,有力保证了公司持续具备为客户提供创新营销服务,以及基于产业前沿技术和大数据才能实现的特定营销手段。

备为各户提供即制管相服务,以及基于产业即省技术和大数据不能实现的特定宫闱手段。
3.)技术优势
公司拥有庞大的技术团队,在各地设立技术研发实验室,包括硅谷实验室、西安研发中心等,每年持续孵化并选代技术产品与应用平台、持续获得专利、著作权等知识产权证书、始终保持明显的技术竞争优势。公司数据/技术产品兼具内部应用及商业化变现双重考量、目前以内部优化为主、并同期开发可商业化变现的应用产品。公司自研内部应用的业务制助系统好好和帮助公司实现了业务数据管理系统化、自动化、能够高效地辅助业务人员完成数据统计分析和日常运营管理工作、对降低公司运营成本、保证优质服务水平有重要帮助。公司自研的商业化变现应用已进代多个版本。包括以区块链技术为底层应用的麦哲伦平台、以物联网技术应用的华扬视线物联网信息管理系统等都将在2020年陆续开始商业化运营。
4.)人才优势

扬视线物联网信息管理系统等都将在 2020 年陆续升始商业化运营。
4)人才优势
作为国内领先的新媒体营销服务公司,公司已拥有一支高素质、稳定的人才队伍。公司技术
团队经验丰富,持续关注大数据前瞻性技术的跟踪,在数据整合、数据建模分析。数据控据优化、
数据管理由用、数据安全防护等方面都可为本项目的实施提供握有力的技术支撑。公司 延村人员的培养与储备、通过建立有竞争力的薪酬福利体系,保持核心人员的持续稳定。公司 还与国内多所著名顶级高等院校、行业协会合作建立了"人才实习基地"。在完成企业社会责任的同时,也保证了外部优秀人才的不断发现和补充。
公司多年来一直是各种行业评选中的常青树,拥有各种优秀获奖案例。公司内部通过"华扬大学"实施模级拾训学习,通过对优秀家例和前为技术的总结和洞察分享,有力地提升公司整体的业务水平,也为进一步的业务创新开辟了最佳途径。
5)客户资源优势
公司目前拥有百家左右中大型客户,主要大客户均是各自行业的领军企业,对不同链路营

5)客户资源优势
公司目前拥有百家左右中大型客户,主要大客户均是各自行业的领军企业,对不同链路营销方式的侦租影响力认知水平高,每年与公司合作金额保持稳定增长,为公司持续快速发展奠定了良好基础。同时优质的客户资源大多拥有国际化视野,其复杂多样化的营销理念和服务要求,不仅帮助公司括展限界,更求公司要不断综合学习各行各业先进的数字营销传播理念与应用的成功经验,使得公司始终保持,并进一步提升服务的水平与质量,拓展服务范围从品牌宣传到电商代运营,共同形成良性合作循环。6)媒体合作优势
目前公司合作的互联网媒体包括了所有国内知名的互联网公司。公司与这些互联网公司合作的时间相对较长、合作较为稳定。合作金额巨大。多年稳定的合作关系与强大的创新和技术研发优势支撑,促使这些互联阅媒体思意与公司共同探讨,尝试全新的全链路营销技术应用,更多创新的营销表现形式,不断探索互联网行业发展的方向,从而可以形成行业内独有的媒体合作优势。

7。 综上,本项目的实施符合国家产业发展方向,行业发展前景广阔,市场需求增长迅速,公司 具备核心技术储备和可持续的研发实力,行业竞争力强。整体而言,本项目的实施具有可行性。 4. 项目投资计划

(2)建设周期 本项目计划建设周期为2年。 5、项目各条事项 截至本预案公告日,本项目相关立项、环评(如需)等事项尚未办理完毕、公司将根据相关要求尽快履行完毕审批或备案程序。

(三)创新技术研究中心项目 1、项目基本情况

至照 (在) 2.5 (中) 4.1 (人) 4.1 (人

《四日音系學坝 截至本预案公告日、本项目相关立项、环评(如需)等事项尚未办理完毕、公司将根据相关要求尽快履行完毕审批或备案程序。 (四)补充流动资金 1.项目基本核22 为满足公司业务发展对流动资金的需求,公司拟使用本次非公开发行股票募集资金补充流 动资金 27,000.00 万元。 2、项目实施的必要性

4.00日天施的必要性 当前公司资金实力相对不足。尽管公司已经在品牌营销服务行业取得较为明显的竞争优

勞,处于行业领先地位,但公司在上市时间,规模、利润水平等方面还处于上升阶段。随着公司服务规模的扩张,技术研发投入的增加,人才团队的扩充,公司在竞资金实力方面的制约愈发明显,资金的不足限制了公司的进一步发展。 营销服务行业一直属于资金相对密集型的行业,公司经营过程中对营运资金的恶求较为明显,东足的营运资金可以满足公司对产品采购期模。品牌宣传使用的媒体平合付款媒旗,人才牌队建设的资金需求,有助于公司扩大业务规模,并可通过集中付款等方式从头都媒体,从CN等合作机构获得更为优惠的营销资源采购价格,陈低采购成本、获得更多的利润空间。随着公司代 合作机构获得更为优惠的营销资源采购价格、降低采购成本、获得更多的利润空间。随着公司代 应营业多收入的快速增长,产品采购规模不断增加,同时主流电商平台结算也有一定的信用期。 随着公司整体业务继续保持快速发展态势,公司应收账款和存货占用资金较多,公司需要储备 一定量的现金用于营运资金周转,以缓解公司营运资金聚张局面,保证公司业多经营的稳定性。 未来、公司为持续提升营销服务水平和核心竞争力,会进一步增加在品牌代运营、优质 IP 内容 信作,技术研发等领域的人力物力支出,以推动业务模式不断创新和经营效益的提升,促进公司 业务和盈利水平的可持续发展、公司将根据战略发展和业务经营需要,投入更多营运资金。 本次募集资金补充流动资金项目的实施,既有利于增强公司的运营能力和市场竞争力,提 高公司营业收入与利润水平、维持公司快速发展的良好状态,巩固公司现有市场地位;又将改善 公司营业收入与利润水平、维持公司快速发展的良好状态,巩固公司现有市场地位;又将改善 公司流动性指标,降低公司财务风险与经营风险,使公司财务结构更加合理,业务经营更加稳 健

健。 三、本次非公开发行对公司经营管理和财务状况的影响 (一)本次发行对公司经营管理和财务状况的影响 (一)本次发行对公司经营管理和财务状况的影响 本次募集资金投资项目围绕公司主营业务展开,符合国家相关的产业政策以及未来公司整 依战略发展方向,有利于提升公司的综合实力,对公司的发展战略具有积极作用。本次募集资金 投资项目有助于优化公司业务结构,提升公司经营管理能力,提高公司盈利水平,并进一步增强 公司的核心竞争力和抵御风险的能力,实现公司的长期可持续发展、维护股东的长远利益。 (二)本次发行对公司财务状况的影响 本次发行完成后,公司资产总额与净资产额将同时增加,资金实力将大幅增强、资产负债率 水平有所降低,财务结构更趋合理,偿债能力得到加强,有利于进一步优化资产结构,降低财务 风险、增强未来的持续经营能力。同时,由于本次发行后总股本将有所增加,募集资金投资项目 产生的经营效益在短期内无法迅速体现,因此公司的每股收益在短期内存在被推薄的可能性。 信息、本次塞集资会投资而目客为公司后经发展提供有力支持、未来将会评司的可

但是、各个券来页面区外公园 75.2 公司 75.2 公司

第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析 一、本次发行后公司业务及资产、公司章程、股东结构、高管人员结构、业务收入结构的变动

(五)本次非公开发行对业务收入结构的影响
公司本次非公开发行对业务收入结构的影响
公司本次非公开发行募集资金投资项目围绕公司主营业务展开,相关项目的实施有利于强
化公司品牌服务优势,增强自身研发实力,并进一步提升公司的核心竞争力,扩大收入规模,提
高公司的持续盈利能力和抗风险能力。本次非公开发行完成后,公司主营业务保持不变,业务结构亦不会发生重大变化。
二、本次发行后公司财务状况。盈利能力及现金流量的变动情况。
本次非公开发行家集资金到位后,公司的总资产及净资产规模将相应增加,财务状况将得到较大改善资产的储结构更结合理。盈利能力进一步提高,核心竞争力得到增强。本次非公开发行对公司财务状况。盈利能力及现金流量的具体影响如下:
(一)本次非公开发行对公司财务状况的影响
本次发行完成后、公司的资产总额,净资产规模均将相应增加,资金实力得到有效增强,资产债率署以进一步按低、资本结构将得到有效优化,有利于提高公司偿债能力和抗风险能力,为公司进一步发展业务奠定坚实的基础。
(二)本次非公开发行对公司盈利能力的影响
本次募集资金均对公司盈利能力的影响
本次募集资金均对公司盈利能力。由于募集资金投资项目的经营效益一般需在项目建成后的一段时期内方能完全春放、短期内公司的每股收益的实现、公司的自身效益和实现,公司的和报分,由于募集资金投资项目的经营效益一般需在项目建成后的一段时期内,常完全条徵、短期内公司的每股收益可能会被推广,将企业率有所下降。但从长远来看 随着募集资金投资项目效益的实现、公司的可持续发展能力和盈利能力将会进一步增强。
(三)本次非公开发行对公司现金流量的影响。

。 三、本次发行后公司与控股股东及其关联人之间业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争 元 同65 本次发行完成后,公司控股股东、实际控制人仍为苏同先生;本次非公开发行募集资金投资

◆ (以及11元以后,公司经股权东,关时定则入以为外间为土土,中心非公力及13 寿来为业以及项目围绕公司主营业务展开。因此,本次非公开发行完成后,公司与实际控制人及其关联人之间的业务关系和管理关系不会因本次发行而发生重大变化,公司与实际控制人及其关联人之间不会因本次发行所发生重大变化,公司与实际控制人及其关联人之间不会因本次发行 产生回业竞争。 四、本次发行完成后,公司是否存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形,或上市公司为控股股东及其关联人提供担保的情形。 截至本预案公告日,公司不存在资金、资产被实际控制人及其关联人违规占用的情形,也不存在为实际控制人及其关联人提供违规担保的情形。

公司不会因本次发行产生资金、资产被实际控制人及其关联人占用的情形,也不会产生为 实际控制人及其关联人提供违规担保的情形

五、本次发行完公司债债水平的变化情况 本次发行完成后,公司的净资产规模将上升,资产负债率得以下降,资产负债结构将更加稳 健、抗风险能力将进一步增强。公司不存在通过本次非公开发行而大量增加负债(包括或有负 债)的情况,不存在负债比例过低、财务成本不合理的情形。

(下转C70版)