本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

中昌大数据股份有限公司（以下简称“公司”、“上市公司”或“中昌数据”）于2018年5月11日收到上海证券交易所《关于对中昌大数据股份有限公司2017年年度报告的事后审核问询函》（上证公函[2018]0493号）（以下简称“《问询函》”）。公司组织相关部门对《问询函》中提到的问题逐一进行了认真讨论和分析，并按照相关要求进行回复。现就回复内容公告如下：

（如无特别说明，本回复中所用释义与年度报告一致）

一、关于行业和经营信息

1.近年来，公司通过收购博雅科技和云克科技，以及资产出售，完成了由海运企业向互联网大数据服务企业的转型，由重资产公司转变为轻资产公司。因收购博雅科技和云克科技，报告期末商誉余额16.31亿元，占资产总额的52.83%。请公司：（1）补充披露在业务、资产、财务、人员、机构等方面已采取的整合措施及整合效果，并充分提示风险；（2）结合整合情况，补充说明公司能否对博雅科技和云克科技形成有效控制，请提供相关证据；（3）补充说明在商誉减值测试过程中是否发现减值迹象，并充分提示商誉减值风险。请财务顾问核查并发表意见。

回复：

（1）补充披露在业务、资产、财务、人员、机构等方面已采取的整合措施及整合效果，并充分提示风险

①整合措施

上市公司完成对博雅科技和云克科技的收购后，在保证其业务、资产、财务、人员、机构等方面相对独立的条件下，积极采取了一系列的整合措施，具体包括：

业务方面，上市公司成立经营管理部专门负责统筹协调博雅科技和云克科技的业务运营，优化资源配置。经营管理部会定期召开业务发展分析会，要求博雅科技和云克科技的业务负责人对行业及公司运营情况进行分析和经验分享。经营管理部还会要求博雅科技每季度召开经营分析会对其经营成果进行总结并对后期工作进行规划和安排。

资产方面，上市公司在保持博雅科技和云克科技资产独立的条件下对其资金实行统一监管。博雅科技和云克科技每日以邮件的形式向上市公司提交资金日报，记录开户行的资金余额以及流水明细。此外，博雅科技还为募集资金设立募集资金监管专户，对专户内资金的使用按照上市公司《募集资金使用管理办法》的规定履行内部决策程序。

财务方面，上市公司制定《下属子公司日常财务管理办法》、《下属子公司重大财务事项报告和审议办法》、《子公司会计主管人员的考核管理办法》等专门的财务管理制度对博雅科技和云克科技进行管理。且上市公司向博雅科技和云克科技委派财务总监，博雅科技和云克科技每月向上市公司报送财务报表或财务报告。

人员方面，上市公司在收购完成后积极组建大数据产业的管理团队。根据公司战略发展需要，积极拓宽招聘渠道，先后引进联通、电信、华为、英特尔、微软等国内外知名企业高端人才，为公司发展助力。

机构方面，首先上市公司专门成立了经营管理部，负责对博雅科技和云克科技的业务融合，以寻求两家公司新的利润增长点。其次上市公司成立了技术管理部，负责收集、跟踪分析行业现状与趋势，寻找合适的投资标的，并对博雅科技和云克科技的现有业务进行指导，以做大做强上市公司大数据产业链。

②整合效果

经过2017年的整合，博雅科技在客户资源上新增我爱我家、东风日产、红星美凯龙等优质客户，扩展了客户所覆盖的行业领域；收入规模上，博雅科技2017年实现营业总收入167,324.79万元，较2016年增长16.92%，收入规模增长明显；融资活动上，中昌数据发挥上市公司融资优势，帮助博雅科技成功发行创新创业公司债券（债券简称：17博雅01）；品牌宣传上，博雅科技成功举办了“数据与价值高峰论坛”等一系列市场活动，提升大数据营销领导者的市场形象。云克科技在客户资源上新增新华社、腾讯、汽车之家、ZAKER新闻、哔哩哔哩等优质客户，同时由于带来的效果较好，老客户认可团队的实力并加大了投放预算；收入规模上，云克科技2017年实现主营业务收入64,913.28万元，较2016年增长224.32%，收入规模增长明显；在业务扩展上，云克科技在效果广告中增加了信息流广告业务，丰富了服务内容；品牌宣传上，云克科技成功举办了“掘金俄罗斯”等一系列市场活动，增强了其全球化数字营销的品牌宣传。

根据中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《关于中昌大数据股份有限公司重大资产重组标的资产业绩承诺实现情况的专项审核报告》（众环专字[2017]010670号）和《关于中昌大数据股份有限公司重大资产重组标的资产业绩承诺实现情况的专项审核报告》（众环专字[2018]010758号），博雅科技2016年度和2017年度业绩承诺完成情况以及云克科技2017年度业绩完成情况如下：

公司名称	期间	实际净利润(万元)	承诺净利润(万元)	完成率(%)
博雅科技	2016年度	6,559.17	6,000	109.32
	2017年度	8,484.43	8,100	104.75
云克科技	2017年度	11,745.28	7,200	163.13

博雅科技和云克科技在重组完成后的各年度均超额完成业绩承诺。

③风险提示

虽然上市公司通过收购博雅科技和云克科技以及出售航运资产，完成了由航运向大数据营销的转型，盈利能力得到了大幅提升，但是上市公司完成对云克科技收购时间较短，博雅科技和云克科技在客户资源、渠道资源、人力资源管理等方面的优化整合工作尚需深入推进。未来上市公司统筹博雅科技和云克科技之间的整合能否达到预期具有不确定性，若上市公司在整合过程中所采取的整合措施未达到预期，可能会对上市公司的经营产生不利影响。

（2）结合整合情况，补充说明公司能否对博雅科技和云克科技形成有效控制

①公司治理方面

博雅科技和云克科技的董事会均由5名成员组成，其中3名成员均由上市公司推荐，且董事长均由上市公司推荐代表担任。博雅科技和云克科技的《董事会议事规则》规定：“董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事会决议的表决，实行一人一票。对外担保提交董事会审议时，应当取得出席董事会会议的三分之二以上董事同意”。因此，上市公司已对博雅科技和云克科技董事会形成有效控制，能够通过董事会对博雅科技和云克科技的重大经营活动进行管理和决策。

②财务管理方面

博雅科技和云克科技的财务运作由上市公司财务管理部管理，需接受上市公司财务管理部的业务指导和监督。博雅科技和云克科技的财务负责人应每日向公司财务管理部报告资金变动情况，每月报告资金使用计划。此外，博雅科技和云克科技的财务总监均由上市公司委派。

③业务管理方面

博雅科技和云克科技需定期向上市公司报送生产经营报告，重大经营事项需按照上市公司内控管理制度对于业务、资金、重大事项等审批流程的规定，上报上市公司决策后方可实施。

综上，上市公司能够对博雅科技和云克科技形成较为有效的控制。

（3）补充说明在商誉减值测试过程中是否发现减值迹象，并充分提示商誉减值风险。

①商誉形成的原因

截至2017年12月31日，上市公司合并财务报表中商誉期末余额为163,070.90万元，商誉减值准备为0.00万元。上市公司商誉构成为收购博雅科技和云克科技分别形成商誉78,190.18万元和84,880.73万元。

②投资标的的业绩承诺及承诺业绩完成情况

A.博雅科技

根据中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《关于中昌海运股份有限公司2015年度重大资产重组业绩承诺实现情况的专项审核报告》（众环专字（2016）011190号）、《关于中昌大数据股份有限公司重大资产重组标的资产业绩承诺实现情况的专项审核报告》（众环专字（2017）010670号）、《关于中昌大数据股份有限公司重大资产重组标的资产业绩承诺实现情况的专项审核报告》（众环专字（2018）010758号），博雅科技业绩承诺完成情况如下表：

单位：万元

年度	实际净利润	承诺净利润	差额	完成率
2017年度	8,484.43	8,100.00	384.43	104.75%
2016年度	6,559.17	6,000.00	559.17	109.32%
2015年度	3,502.87	3,000.00	502.87	116.76%

由上表可知，在历史利润补偿期内，博雅科技均超额完成了业绩承诺。

B.云克科技

根据中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《关于中昌大数据股份有限公司重大资产重组标的资产业绩承诺实现情况的专项审核报告》（众环专字（2018）010758号），云克科技业绩承诺完成情况如下表：

单位：万元

年度	实际净利润	承诺净利润	差额	完成率
2017年度	11,745.28	7,200.00	4,545.28	163.13%

由上表可知，在历史利润补偿期内，云克科技超额完成了业绩承诺。

③商誉减值测试的过程及结果

根据《企业会计准则第8号—资产减值》对商誉减值测试的要求，企业合并所形成的商誉，至少应当在每年年度终了进行减值测试。由于商誉难以独立产生现金流量，应当结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

为评估商誉的可收回金额，上市公司管理层委聘众联资产评估有限公司出具了《中昌大数据股份有限公司商誉减值测试所涉及的北京博雅立方科技有限公司股东全部权益价值项目估值报告》（众联估值字［2018］第1011号）及《中昌大数据股份有限公司商誉减值测试所涉及的上海云克网络科技有限公司股东全部权益价值项目估值报告》（众联估值字［2018］第1019号）采用收益法预计未来现金流量折现的模型计算各相关资产及资产组在评估基准日（2017年12月31日）的预计未来现金流量现值。

根据评估报告（众联估值字[2018]第1011号），截至2017年12月31日，经测算的博雅科技资产组组合公允价值（106,030.72万元）大于上市公司合并报表中博雅科技可辨认净资产及收购博雅科技产生的商誉的合计数（105,068.75万元），上市公司收购博雅科技产生的商誉未出现减值迹象。

根据评估报告（众联估值字[2018]第1019号），截至2017年12月31日，经测算的云克科技资产组组合公允价值（107,967.17万元）大于上市公司合并报表中云克科技可辨认净资产及收购云克科技产生的商誉的合计数（102,601.26万元），上市公司收购云克科技产生的商誉未出现减值迹象。

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）对上市公司2017年度财务报告进行了年度审计。根据中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）对上市公司2017年度报告出具的（众环审字（2018）011425号）《审计报告》，经商誉减值测试，2017年末上市公司商誉未发生减值情况。

同时，博雅科技及云克科技在报告期实际实现的利润情况均高于业绩承诺；博雅科技及云克科技经营情况良好，所处行业发展稳健，报告期期末未出现减值迹象。

综上所述，上市公司商誉由上市公司股权投资形成，商誉确认符合《企业会计准则第20号—企业合并》的相关规定。上市公司年末结合与商誉相关的资产组或资产组组合对商誉进行了减值测试，商誉减值测试符合企业会计准则的相关规定，减值测试有效；经测试，2017年末未发现上市公司商誉存在减值，故未对商誉计提减值准备。

④商誉减值风险提示

上市公司2015年至今进行了两次涉及收购的重大资产重组，收购之后公司形成了较大金额的商誉，截至2017年末，上市公司投资博雅科技形成商誉78,190.18万元，投资云克科技形成商誉84,880.73万元，合计商誉账面价值163,070.90万元，占总资产比例较高，为52.83%。根据《企业会计准则》规定，重大资产重组形成的商誉不作摊销处理，但需在未来每年年度终了做减值测试。如果未来经营状况恶化，将有可能出现商誉减值，从而造成公司合并报表利润不确定风险。

（4）财务顾问核查意见：

经核查，财务顾问认为：

上市公司已补充披露并购完成后采取的整合措施及整合效果，并提示风险；上市公司已对博雅科技和云克科技形成较为有效的控制；上市公司期末结合与商誉相关的资产组或资产组组合对商誉进行了减值测试，商誉减值测试符合企业会计准则的相关规定，减值测试有效。经测试，未发现上市公司商誉存在减值。此外，上市公司补充披露了未来商誉存在减值的风险。

2.报告期内，公司主要从事大数据营销业务，由全资子公司博雅科技及云克科技经营。根据年报，公司并未披露分产品成本构成项目。请公司按照《格式准则第2号》的要求，补充披露：（1）博雅科技及云克科技的采购、生产、销售等经营模式；（2）大数据营销行业的主要政策、发展现状、产业链、竞争格局、竞争要素、竞争对手以及公司所处的行业地位等行业信息；（3）分产品成本构成项目；（4）各细分产品主要业绩驱动因素、技术贡献水平，以及相关产品定位。

回复：

（1）博雅科技及云克科技的采购、生产、销售等经营模式

①博雅科技采购、生产、销售等经营模式

A.采购模式

博雅科技采购模式主要分为两种方式：

一种方式为“以销定采”形式。一旦和客户确定了合作，博雅科技根据合作的协议向对应媒体下单。媒体形式、广告时间段、推广地域等和广告主签订的协议基本一致。

另一种方式为“媒体包断”的形式，博雅科技和数字媒体洽谈，以一定的价格买断广告资源。

B.生产模式

博雅科技主营业务属于数字营销行业，其生产模式区别与传统生产型企业，其业务主要系给广告主提供广告服务，包括利用大数据优化搜索引擎广告竞价排名、关键词优化等等服务。

C.销售模式

博雅科技的销售模式主要为建立专门开拓新客户的顾问式销售团队，通过电话、互联网推广等方式与有数字媒体广告需求的广告主进行意向洽谈，或者在已有的营销托管业务客户中，发掘新的服务机会。

证券代码：600242　证券简称：中昌数据　编号：临2018-044

中昌大数据股份有限公司
关于对上海证券交易所2017年年度报告事后审核问询函回复的公告

②云克科技采购、生产、销售等经营模式

A.采购模式

云克科技主要采购模式为以销定采和以采定销两种模式。以销定采模式下云克科技根据销售合同采购一定期间内的特定媒体资源。以采定销模式下，针对部分优质或者有潜力的媒体，云克科技处于抢占流量入口，保证广告主投放需求得到满足的战略考虑，会采取包断的形式。

B.生产模式

云克科技主营业务属于数字营销行业，其生产模式区别与传统生产型企业，其业务主要系给广告主提供广告服务，凭借多年累积的数字营销策划、运营经验及媒体的挖掘和整合能力，提供涵盖投放策略制定、媒介采购与执行、效果监测与优化的综合解决方案。

C.销售模式

云克科技主要客户来源于潜在客户自主挖掘、老客户续约和老客户转介绍。

（2）大数据营销行业的主要政策、发展现状、产业链、竞争格局、竞争要素、竞争对手以及公司所处的行业地位等行业信息

①行业主要政策

序号	文件名称	发布时间	主要内容
1	《关于深入开展“大数据+网上督察”工作的意见》	2017年9月	认真落实信息安全等级保护、风险评估等网络安全制度，建立健全“大数据+网上督察”安全保障体系。明确“大数据+网上督察”相关数据的采集、传输、存储、使用、开放等具体要求，切实加强对涉密信息的保护。采善处理加强监督与保障安全，焦护隐私的关系，探索完善安全保密管理规范措施，切实保障数据安全。
2	《云计算发展三年行动计划（2017-2019年）》	2017年3月	完善云计算网络安全保障制度。贯彻落实《网络安全法》相关规定，推动建立健全云计算相关法律法规和管理制度。加强云计算网络安全防护管理，落实公有云服务安全防护和信息安全管理系统建设要求，完善云计算服务网络安全防护标准。加大公有云服务定级备案、安全评估等工作力度，开展公有云服务网络安全防护检查工作，督促指导云服务企业切实落实网络与信息安全责任，促进安全防护手段落实和能力提升。逐步建立云安全评估认证体系
3	《“十三五”国家信息化规划》	2016年12月	建立统一开放的大数据体系。全面推进重点领域大数据高效采集、有效整合、安全利用，深化政府数据和社会数据关联分析，融合利用，提高宏观调控、市场监管、社会治理和公共服务精准性和有效性。支持各类市场主体，主流媒体利用数据资源创新媒体制作方式，深化大数据在生产制造、经营管理、售后服务等各环节创新应用，支撑技术、产品和商业模式创新，推动大数据与传统产业协同发展。
4	《大数据产业发展规划[2016-2020]》	2017年1月	加强大数据在重点行业领域的深入应用，促进跨行业大数据融合创新，在政府治理和民生服务中提升大数据运用能力，推动大数据与各行业领域的融合发展。推动重点行业大数据应用，推动电信、能源、金融、商贸、农业、食品、文化创意、公共安全等行业领域大数据应用，推进行业数据资源的采集、整合、共享和利用，充分释放大数据在产业发展中的变革作用，加速传统行业经营管理方式变革、服务模式和商业模式创新及产业价值链体系重构。
5	《广告业发展“十三五”规划》	2016年7月	鼓励和支持广告企业与产业链条上下游企业和机构优势互补，广告企业与外围产业资源有机对接，实现广告企业内涵变革与外延扩大结合。专业化分工与规模效益结合，延伸和拓宽广告产业链。支持鼓励广告业发展优质项目建设。支持“互联网+广告”行动，有关产业支持政策予以重点倾斜
6	《促进大数据发展行动纲要》	2015年8月	坚持创新驱动发展，加快大数据部署，深化大数据应用，已成为稳增长、促改革、调结构、惠民生和推动政府治理能力现代化的内在需要和必然选择。大数据成为推动经济转型发展的新动力、重塑国家竞争优势的新机遇、提升政府治理能力的新途径。

②发展现状

2017年网络广告市场规模3800亿元，比2016年上升超30%；在中国广告市场中占比超过50%；增长的原因主要是两点：

第一，2018年广告主的预算继续向数字营销倾斜；相比传统广告，数字营销投放更精准、效果更易于监控。根据2017年12月AdMaster的调查问卷的结果得知，70%的广告主表示将在2018年继续增加数字营销领域的预算，平均预算的增长量为18%，其中预算增长量预计达到10%以上的品牌近六成，发展态势积极。

第二，在原有广告市场保持稳定的基础上，新的媒体如抖音、快手等短视频产品，今日头条等新闻资讯类媒体、以及微信朋友圈、新浪微博等社交类媒体的快速发展，为数字营销行业注入了新的活力，带来了巨大的用户流量，同时创新了广告的展现形式；高吸引力，低干扰度的信息流广告得到了快速的发展，创造了更多优质的广告资源，使得广告主获得更多更好的资源来投放广告。

③产业链

数字营销行业产业链的主要参与者包括广告主、营销服务商、互联网媒体渠道及广告受众。广告主提出产品或品牌营销需求，互联网媒体渠道是广告资源的供给者，是营销活动的载体广告受众的接触点，而广告受众是营销互动的主要对象，是广告主潜在的消费者。博雅科技立方、云克科技作为数字营销服务商通过整合媒体渠道资源、构建营销服务平台，连接营销互动的需求和供给，为广告主提供数字营销服务。

④竞争格局

2017年，各类型广告的市场份额为：搜索广告24.5%，电商29.8%，信息流14.5%，品牌图形广告12.3%，视频贴片7.7%，其余占12%。其中：第一，信息流保持高速增长，是未来主要增长点；第二，由于新广告形式的出现和发展，搜索广告占比持续下降，但是搜索广告企业着力于发展信息流等其他广告形式的发展，整体收入呈上升的趋势。

⑤竞争要素

大数据营销行业的竞争要素主要系客户资源、媒体资源、技术能力及运营能力。

⑥竞争对手以及公司所处行业地位等行业信息

博雅科技主要竞争对手如下：

序号	公司名称	简要情况
1	Netconcepts 纽特康赛网络技术(北京)有限公司	一家结合搜索引擎优化、搜索引擎营销、品牌名誉管理、社会化媒体营销、移动营销、大数据营销及网站建设等为一体的综合性互联网营销解决方案提供商。
2	北京艾德思奇科技有限公司(艾德思/adSage)	致力于为客户提供数字媒体营销领域的产品效合一一站式整合营销服务。包括：搜索引擎营销、搜索引擎优化、社交媒体营销、展示推广告、移动互联网广告、软件定制开发等。
3	北京国双科技有限公司	构建并行数据仓库、进行实时数据分析及处理非结构化数据，搭建集成式的数据管理和营销平台，探索和认知数据的价值。云计算企业级大数据和人工智能解决方案提供商。
4	天津亿玛科技有限公司	通过大数据技术与应用产生的智慧能量，去创造和提升中国商业之未来前景。亿玛是中国大数据营销平台创新者与领导者，创立在线销售、在线营销和大数据管理三位一体的平台模式。
5	品众互动广告(北京)有限公司	独创的搜索引擎管理策略，提供给客户完善整合的沟通策略；搜索引擎营销数据分析，在此基础上构建品牌、产品与用户之间有效通路，让用户和品牌及产品之间形成高效互动。

博雅科技行业地位：

博雅科技服务团队100%获得百度搜索引擎营销优化师官方认证，也保持着业内领先的的搜索营销优化效果，长期赢得良好的业界口碑，一直保持连续6年的百度五星级认证代理商资格，系国内搜索引擎媒体最高认证资格。此外，博雅科技在教育行业，牢牢占据龙头地位，拥有国内教育行业百度搜索营销70%以上的市场份额。

云克科技竞争对手如下：

序号	公司名称	简要情况
1	北京微赢互动科技有限公司	专注于移动互联网全球广告投放、运营及发行的技术型公司。主要从事移动广告平台及广告网络联盟整合移动互联网媒体资源各种类型的流量资源，为互联网公司、手游公司等广告主快速、精准推广产品提供一站式服务。
2	北京博睿赛思信息系统集成有限公司	业界优秀的移动数字营销解决方案供应商，主要从事移动数字营销服务及移动娱乐产品增值服务。
3	北京万象新动移动科技有限公司	移动互联网广告公司，具有数字营销策略规划、程序化购买及数据分析等专业优势，专注于为广告主提供移动互联网端的精准营销服务。
4	日月同行信息技术(北京)有限公司	专注于互联网营销服务行业，构建专业化的互联网营销平台，整合各类互联网应用下载平台资源及流量资源，提供软件营销服务，流量增值服务以及其他传统互联网广告服务。
5	冉十科技(北京)有限公司	致力于开拓移动互联网广告市场，发展移动互联网广告营销服务。主营业务包括移动互联网网页广告和移动互联网应用广告。
6	广州北量网络科技股份有限公司	专注于海外市场的移动数字营销和移动网游海外发行业务。

云克科技行业地位：

云克科技公司成立以来，以“为企业出海提供最好的数字营销助力”为使命不断的努力，获得了全球众多媒体和客户的广泛好评。

目前，云克科技已经是全球媒体Google和Linkedin的代理商，拥有他们的认可与资质。同时，云克科技也是Yandex、Bing、Facebook、VK、Twitter等全球主流媒体的优秀服务商。

在客户方面，云克科技已经成为了新浪微博的核心渠道供应商，同时每年还帮助包括国航、中国国际广播电台、新华社、阿里巴巴、京东、小米、今日头条、联想等企业在内的近数百家客户进行海外推广。2017年，云克科技在北京第九届金远奖（由《广告主》杂志、品微会主办、中国传媒大学商学院学术支持）评选上获得了“年度最佳数字营销公司”，2017在上海举办的“全球移动营销峰会暨2017金梧奖-移动广告创意节”（AICO奥璞国际主办）上荣获“2016年度最佳移动营销公司”、“年度最佳移动营销公司”等奖项。

（3）分产品成本构成项目

单位：元

项目类别	总成本	人工成本	燃料动力	船舶及码头成本	其他	流量采购成本	外包服务成本
航运运输业务	95,580,014.73	26,461,634.72	32,777,752.57	33,730,792.88	2,609,834.56	-	-
营销托管	1,501,150,069.58	-	-	-	-	1,501,150,069.58	-
营销服务	14,742,532.53	-	-	-	-	-	14,742,532.53
营销软件	-	-	-	-	-	-	-
效果营销	196,661,982.68	-	-	-	-	196,661,982.68	-
品牌广告	1,264,902.22	-	-	-	-	1,264,902.22	-
精准营销	56,028,627.02	-	-	-	-	56,028,627.02	-
其他业务	-	-	-	-	-	-	-
合计	1,865,428,128.76	26,461,634.72	32,777,752.57	33,730,792.88	2,609,834.56	1,755,105,581.50	14,742,532.53

（4）各细分产品主要业绩驱动因素、技术贡献水平，以及相关产品定位

博雅科技：

项目类别	业绩驱动因素	技术贡献水平	产品定位
营销托管	公司在行业内树立的品牌优势、多年的媒体合作关系及代理资质；公司在教育等细分领域的占有率；公司的营销能力和综合竞争能力等确保公司拥有稳定的护城河，带来公司规模的扩张，业务持续增长	依托于公司研发的软件，对公司十多年积累的数据进行大数据挖掘和数据商业化，技术贡献水平高	为客户提供搜索引擎营销优化，提高ROI
营销服务	优秀的团队、大量优质的资源合作媒体、良好的交付能力和服务能力、良好的后续服务确保公司毛利率相对较高；	对技术的依赖低-	通过数字营销、数据服务、搜索媒体优化、网络公关、社会化媒体营销、整合营销等服务为客户提供多样化全案营销服务
营销软件	公司的品牌形象、客户认可度、软件服务的效果确保公司业务稳定持续	技术贡献水平高，博雅系列营销软件已取得国家发明专利22个、软件著作权35个	通过博雅科技自主知识产权的大数据营销软件——CubeSolution为客户提供全业周期管理，利用其在语义分析、数据预测、移动位置等三个方面的优势，把大数据技术、人工智能等交叉学科引入数字营销领域，为客户制定投放策略及执行优化。

云克科技：

项目类别	业绩驱动因素	技术贡献水平	产品定位
效果营销	多年网络营销解决方案经验以及大客户的服务经验树立的公司品牌形象，多年稳定的头部客户合作，以及中小客户的不断拓展，带来业绩的持续增长。	依托于公司研发的软件，技术贡献水平高	为客户提供包括投放策略制定、媒介采购与执行、效果监测与优化等数字营销投放全案服务
品牌广告	优秀的服务团队及优质资源合作资源。	对技术的依赖低	根据客户需求提供定向投放
精准营销	覆盖全球的一流媒体资源以及全球知名媒体的核心代理资源，优秀的产品研发团队与资深的优化经人才，多年服务阿里、搜狐、国航、中国国际广播电台等知名企业，打造了海外市场推广的品牌影响力。	依托于公司研发的软件，技术贡献水平高	通过大数据运算交叉匹配用户信息，根据不同广告特征，选择特定的广告人群进行投放；最后，通过自动化转化预测流程，分析广告受众价值和创建定制化竞价策略，对广告投放进行智能优化，为客户提升投放效果。

3.年报披露，前五名供应商采购额15.64亿元，占年度采购总额83.77%，供应商集中度较高。请公司：（1）分别补充披露博雅科技及云克科技前五名供应商名称、与公司关联关系、业务背景、金额及占比；（2）分析说明公司是否存在对供应商重大依赖的风险，若存在重大依赖，请说明具体应对措施。

回复：

（1）分别补充披露博雅科技及云克科技前五名供应商名称、与公司关联关系、业务背景、金额及占比

下表中，博雅科技系2017年全年采购金额，云克科技系并表期间2017年9月至12月采购金额。

①博雅科技

公司名称	与公司关联关系	业务背景	金额(不含税)	占年度采购总额(%)
百度时代网络技术(北京)有限公司	无关联关系	营销托管，运营百度平台	1,226,673,897.63	65.72
北京奇元科技有限公司	无关联关系	营销托管，运营奇虎360平台。	165,544,040.96	8.87
北京齐欣互动科技有限公司	无关联关系	营销托管，全媒体代理，百度、神马、360等。	73,524,846.23	3.94
广州聚耀信息科技有限公司	无关联关系	营销托管，运营神马平台。	63,537,679.83	3.40
北京品众互动网络营销技术有限公司	无关联关系	营销托管，全媒体代理，百度、神马、360等。	19,511,525.75	1.05

②云克科技

公司名称	与公司关联关系	业务背景	金额(不含税)	占年度采购总额(%)
深圳市云之维科技有限公司	无关联关系	效果营销，媒体代理商，投放平台：OPPO、VIVO、华为等。	34,462,379.42	1.85
深圳市销帮科技有限公司	无关联关系	效果营销，媒体代理商，投放平台：WIFE万能钥匙。	29,211,344.01	1.56
北京品众互动网络营销技术有限公司	无关联关系	效果营销，媒体代理商，投放平台：小米、OPPO、VIVO、今日头条、应用宝等。	20,135,660.62	1.08
杭州锐行电子技术有限公司	无关联关系	效果营销，媒体代理商，投放平台：UUAD、爱奇广告平台、飞扬移动广告平台。	17,806,101.32	0.95
北京仙果广告股份有限公司	无关联关系	效果营销，自有媒体，投放平台：仙果广告平台。	17,599,472.44	0.94

（2）分析说明公司是否存在对供应商重大依赖的风险，若存在重大依赖，请说明具体应对措施

报告期内云克科技并表期间系2017年9月至12月，占年度采购总额比例较小；博雅科技向第一大供应商百度采购12.27亿元，占年度采购总额65.72%。

博雅科技向百度采购比例较大的主要原因在于搜索引擎市场供应商结构高度集中，主要媒体之间已经形成寡头竞争格局，互联网巨头占据了主要流量资源。同时，百度作为中国主流的搜索引擎供应商，其数字营销投放平台广告转化效果较好，能够较好的实现客户自身投放收益等 KPI 要求。因此由于数字营销市场结构及广告主投放意愿等因素，博雅科技的客户更多的选择向百度进行媒体投放，使得博雅科技向百度采购比例较高。

为减低对百度媒体集中采购的风险，博雅科技进一步拓宽、加深与其他优质媒体的合作关系，增加自身媒体投放策略的灵活性。博雅科技每年会根据互联网发展趋势及变化状态，择优选择投放平台转化效果较好的媒体进行深度合作。博雅科技目前与奇虎 360、搜狗等其他主流搜索引擎媒体也建立了较为稳固的合作，成为几大搜索平台的重要合作伙伴。同时，博雅科技深化开展营销服务业务，对客户数字广告投放进行优化、管理、质量度优化等服务，实现广告精准展示、转化率、订单量、品牌曝光度等多方面提升。

上市公司对前五大供应商即媒体采购金额相对较大，存在一定程度的依赖性，但是上市公司会继续优化供应商结构，以客户服务为导向来规避依赖风险，在保持经营业绩持续发展的同时，与媒体及客户最终实现互惠互利，多方共赢。

二、关于财务和其他信息

4.年报披露，应收账款期末余额4.99亿元，同比增长150.31%，占资产总额的16.15%，本期计提坏账准备197万元；应收账款期末余额前五名欠款方中，部分存在成立时间较短、注册资本较小的情形。请公司：（1）分别补充披露博雅科技及云克科技应收账款期末余额前五名欠款方名称、与公司关联关系、欠款方经营能力与财务状况、业务背景、结算方式、平均账龄以及回款的具体安排；（2）结合行业特征、业务模式、收入确认政策、信用政策等，补充说明应收账款大幅增长以及占资产总额比重较大的原因；（3）结合业务模式、客户类型，补充说明本期计提坏账准备的充分性。请会计师核实并发表意见。

回复：

（1）分别补充披露博雅科技及云克科技应收账款期末余额前五名欠款方名称、与公司关联关系、欠款方经营能力与财务状况、业务背景、结算方式、平均账龄以及回款的具体安排

①博雅科技

A. 前五位应收账款说明

单位：万元

公司名称	2017年12月31日账面余额	与公司关联关系	欠款方经营能力与财务状况	业务背景	客户背景	结算方式	平均账龄	回款的具体安排
百度时代网络技术(北京)有限公司	5,105.29	无关联关系	良好	充值销售返点	全球最大的中文搜索引擎，最大的中文网站之一，相交所上市公司，自2012年博雅科技取得百度五星级代理资格以来，已建立多年的良好合作关系。	季度结算	6个月内	按照约定信用期内回款
瑞庭网络技术(上海)有限公司	2,956.22	无关联关系	良好	营销托管	安居客房产网，隶属于安居客集团，是一家网上找房信息服务平台，为五八同城旗下知名品牌。	按充值金额及账期结算	6个月内	按照约定信用期内回款
北京仁和天泽网络科技有限公司	2,402.75	无关联关系	良好	营销托管	代理公司，与博雅科技业务具有互补性，能够为博雅科技开拓并维护客户，帮助博雅科技带来业绩提升。	按充值金额及账期结算	6个月内	按照约定信用期内回款
五八同城信息技术有限公司	1,516.84	无关联关系	良好	营销托管	担交所上市公司，中国最大的服务本地商家和用户的在线平台，为客户提供房产、招聘、黄页、团购、交友、二手、宠物、车辆、周边游等海量分类信息，集团成员包括安居客、驾校一点通、中华英才网、赶集网等知名网站。	按充值金额及账期结算	6个月内	按照约定信用期内回款
上海互加文化传播有限公司(已更名为：沪江教育科技（上海）股份有限公司)	1,299.72	无关联关系	良好	营销托管	排名领先的、专业的互联网学习平台，致力于为用户提供便捷、优质的学习资讯、学习社区、学习工具和教学平台等网络学习产品和服务，涵盖中小幼、语言、留学、职场、兴趣等内容。	按充值金额及账期结算	6个月内	按照约定信用期内回款
合计	13,280.82	-	-		-	-	-	-

B.前五位客户公开查询信息

公司名称	注册时间	注册资本	股东	注册地址	经营范围
百度时代网络技术(北京)有限公司	2006年04月19日	80.00万美元	百度(香港)有限公司	北京市海淀区东北旺西路8号中关村软件园17号楼二层A2	开发、生产计算机软件；系统集成；提供技术咨询、技术服务；销售自产产品；设计、制作、发布、代理国内外各类广告。
瑞庭网络技术(上海)有限公司	2007年12月25日	1650.00万美元	ANJUKE HONGKONG LIMITED	中国(上海)自由贸易试验区东方路1217号13层、15层	计算机软件及相关网络技术的开发和设计、制作，销售自产产品；提供相关的计算机系统的安装、维护、调试及技术咨询、商务信息咨询；劳地产经纪；广告设计、制作、代理、发布。
北京仁和天泽网络科技有限公司	2004年04月09日	2000.00万人民币	史佩林、杨文华、袁冬至	北京市丰台区东铁匠营顺一条8号6栋213室	技术开发、技术服务；技术咨询、技术转让；经济信息咨询；销售电子计算机及辅助设备、机械设备、电子产品；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动；企业管理服务；企业策划；礼仪服务。
五八同城信息技术有限公司	2012年03月15日	10668.00万美元	中国分类信息集团有限公司（CHINA CLASSIFIED INFORMATION CORPORATION LIMITED）	天津经济技术开发区南港工业区综合服务区办公楼C座二层210-02室	研发和开发互联网分类信息技术及软件系统；转让自有技术；信息技术咨询及技术服务；市场营销推广服务；企业管理服务；商业咨询服务；员工管理服务
上海互加文化传播有限公司	2009年03月12日	20000.00万人民币	上海互捷投资管理中心（有限合伙）等。	中国(上海)自由贸易试验区博云路2号703室	教育科技领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让，文化艺术交流活动策划，会展服务，企业管理咨询(除经纪)，广告设计、制作、代理、利用自有媒体发布，企业形象设计，电子产品、办公用品的销售，网页设计、制作，计算机软件的开发、设计、制作，销售，计算机硬件的开发、销售(涉计算机信息系统安全专用产品)，系统集成，并提供相关领域内的技术咨询、技术服务、技术转让，动漫设计、制