

创业板风险提示：本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。



北京思维造物信息科技股份有限公司

（北京市朝阳区建国路 89 号院 4 号楼 24 层 2802 室）

首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书 （申报稿）

保荐人（主承销商）



（北京市朝阳区建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及 28 层）

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次拟公开发行股票不超过 10,000,000 股（行使超额配售选择权之前），占发行后总股本的比例不低于本次发行后公司总股本的 25%，并授予主承销商不超过前述发行股票股数 15%的超额配售选择权。最终发行股票的数量以中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所等有权监管机构核准并注册的数量为准
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 40,000,000 股
保荐人、主承销商	中国国际金融股份有限公司
本招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

免责声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书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、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

中国证监会、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。

重大事项提示

发行人提醒投资者特别关注本公司本次发行的以下事项及风险，并认真阅读招股说明书“风险因素”一节全部内容：

一、关于本次发行方案的决策程序及内容

2020年9月3日，公司召开2020年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的议案》等与本次发行有关的议案。

公司发行方案如下：公司拟申请在境内首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市。公司本次公开发行股票的数量不超过10,000,000股（行使超额配售选择权之前），占发行后股本比例不低于25%；具体数量由公司董事会和主承销商根据本次发行定价情况以及中国证监会、深圳证券交易所的相关要求在上述发行数量上限内协商确定。本次发行不涉及股东公开发售股份。

二、与投资者保护相关的重要承诺

本公司提示投资者认真阅读本公司、本公司主要股东、董事、监事、高级管理人员等责任主体作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施，承诺详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“四、与投资者保护相关的重要承诺”。

三、关于本次发行后股利分配政策

根据公司于2020年9月3日召开的2020年第一次临时股东大会的决议，公司的利润分配政策和决策程序如下：

（一）利润分配的原则

1、公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，充分听取和考虑中小股东的要求，不损害投资者的合法权益。

2、利润分配政策应保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的

整体利益及公司的可持续发展。

3、优先采用现金分红的利润分配方式。

（二）利润分配的具体政策

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

2、现金分红的具体条件和比例：除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正，且符合相关法律法规和监管规定的前提下，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

特殊情况是指公司重大投资或重大资金支出等事项发生(募集资金项目除外)，重大投资或重大资金支出事项指按相关法规及公司章程规定，需由股东大会审议批准的事项。

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

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

4、发放股票股利的具体条件：若公司经营情况良好，营业收入和净利润持续增长，且董事会认为公司股本规模与净资产规模不匹配时，可以提出股票股利分配方案。公司采用股票股利进行利润分配的，应当综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

5、存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（三）利润分配的审议程序

1、公司利润分配方案由董事会提出，董事会在制定现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件、决策程序要求等事宜。

2、利润分配方案经董事会过半数以上表决通过，方可提交股东大会审议。

3、独立董事应当对公司利润分配方案发表独立意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

4、股东大会对利润分配具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见。公司股东大会审议利润分配方案需经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上通过。

（四）利润分配方案的实施

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

（五）利润分配政策的变更

如遇到战争、自然灾害等不可抗力事件，或者公司外部经营环境变化并已经或即将对公司生产经营造成重大影响，或者公司自身经营状况发生较大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。确有必要对公司章程确定的利润分配政策进行调整或者变更的，应当满足公司章程规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程序，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过，且调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深交所的有关规定。

四、关于滚存利润分配

根据公司于 2020 年 9 月 3 日召开 2020 年第一次临时股东大会的决议，公司本次发行前滚存的可供股东分配的利润，在本次公司股票公开发行后，由新老股东按持股比例享有。

五、请投资者认真阅读本招股说明书“第四节风险因素”的全部内容，充分了解公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定，并特别提醒投资者关注发行人的以下风险

（一）产品创新和业态创新无法获得市场认可的风险

公司从事的终身教育业务，是互联网信息技术行业、文化传播行业和教育行业交叉形成的细分行业。目前互联网信息技术行业及教育行业正处于快速发展阶段，客户所需产品更新换代速度加快。随着互联网信息技术的不断创新迭代及 5G 网络的落地普及，音频、短视频、长视频、直播等媒介传播的内容及表现形式持续升级迭代，市场竞争加剧。如果公司在未来经营发展过程中，对技术、媒介和市场的发展趋势不能正确判断，对行业关键技术、用户需求的发展动态不能及时掌控，无法根据社会和客户的需求及时进行产品或技术更新，将导致公司的市场竞争力下降。

（二）经营业绩波动的风险

报告期内，公司营业收入分别为 55,635.82 万元、73,793.92 万元、62,791.13 万元和 19,225.57 万元，其中 2018 年收入同比增长 32.64%，2019 年收入同比下降 14.91%。2019 年，公司线上知识服务业务及电商业务收入分别同比下降 18.75%和 16.77%，线下知识服务业务收入实现了 56.94%的增长，但由于整体收入占比不高，故 2019 年收入整体有所下降。

随着公司所处行业的发展与变化，公司需要及时调整经营策略来保障行业领先地位与竞争优势，在战略调整过程中，公司短期业绩有可能存在一定程度的波动，公司存在未来收入不达预期以及净利润下滑的风险。

（三）监管政策变化的风险

公司从事的终身教育业务，是互联网信息技术行业、文化传播行业和教育行业交叉形成的细分行业。

公司现持有包括《信息网络传播视听节目许可证》《中华人民共和国网络出版服务许可证》《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》《广播电视节目制作经营许可证》及《中华人民共和国出版物经营许可证》等与公司业务有关的资质证书。前述业务资质由包括国家广播电视总局在内的行业相关监管机构进行审核和颁布。报告期内，公司未

因业务经营违法违规而受到处罚，也未发生相关业务经营资质到期后未能续期的情形。但是，不排除未来可能由于公司自身情况或相关行业监管政策变化等因素，导致公司出现无法持续取得现有业务资质、需要增加有关支出以持续满足资质条件或无法及时获得新增业务的业务资质等情形。

（四）市场竞争加剧的风险

目前，我国终身教育行业市场格局相对分散，尚未出现巨头垄断、寡头竞争等现象。公司业务起步较早，已积累较好的品牌信用及用户口碑。但是，随着市场需求增长，未来社会资本可能会持续进入终身教育领域，行业可能会面临市场竞争加剧的情况。未来如果公司未能准确把握市场方向及行业政策变化，可能存在竞争力下降的风险。

目 录

本次发行概况	1
发行人声明	2
重大事项提示	3
一、关于本次发行方案的决策程序及内容	3
二、与投资者保护相关的重要承诺	3
三、关于本次发行后股利分配政策	3
四、关于滚存利润分配	5
五、请投资者认真阅读本招股说明书“第四节风险因素”的全部内容，充分了解公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定，并特别提醒投资者关注发行人的以下风险	6
目 录	8
第一节 释义	12
一、普通术语	12
二、专业释义	14
第二节 概览	18
一、发行人战略思考	18
二、发行人主营业务经营情况	20
三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标	21
四、发行人及本次发行的中介机构基本情况	22
五、本次发行概况	22
六、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况	24
七、发行人选择的具体上市标准	26
八、发行人公司治理特殊安排等重要事项	26
九、募集资金用途	26
第三节 本次发行概况	28
一、本次发行的基本情况	28
二、本次发行的有关当事人	29

三、发行人与中介机构关系的说明.....	31
四、有关本次发行的重要时间安排.....	31
第四节 风险因素	32
一、创新风险.....	32
二、技术风险.....	33
三、经营风险.....	33
四、管理风险.....	34
五、财务风险.....	34
六、法律风险.....	37
七、发行失败风险.....	38
八、其他风险.....	38
第五节 发行人基本情况	40
一、发行人基本情况.....	40
二、发行人设立情况及报告期内的股本和股东变化情况.....	40
三、发行人搭建境外红筹 VIE 结构及终止过程	49
四、发行人股权结构和组织结构图.....	56
五、发行人控股子公司、参股公司的基本情况.....	57
六、实际控制人、控股股东及持有发行人 5%以上股份的其他主要股东情况	67
七、发行人股本情况.....	75
八、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员.....	78
九、发行人员工情况.....	91
第六节 业务与技术	94
一、公司主营业务及主要产品和服务情况.....	94
二、公司所处行业的基本情况及公司竞争地位.....	125
三、公司销售情况和主要客户.....	151
四、公司采购情况和主要供应商.....	163
五、固定资产和无形资产.....	166
六、公司持有的现行有效的主要经营资质证书.....	173
七、公司的技术研发情况.....	175
八、公司境外经营情况.....	185

第七节 公司治理与独立性	186
一、 发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的运行及履职情况	186
二、 公司内部控制制度情况	189
三、 公司报告期内违法违规行及受到处罚的情况	189
四、 公司报告期内资金占用和对外担保的情况	190
五、 发行人具有直接面向市场独立持续经营的能力	190
六、 同业竞争	192
七、 发行人关联方、关联关系	193
八、 关联交易	202
第八节 财务会计信息与管理层分析	206
一、 分部信息	206
二、 财务报表	207
三、 会计师事务所的审计意见及关键审计事项	217
四、 主要会计政策、会计估计	219
五、 合并报表范围及变化情况	244
六、 经会计师核验的非经常性损益	245
七、 主要税收政策、缴纳的主要税种及税率	247
八、 报告期内主要财务指标	250
九、 盈利能力分析	252
十、 财务状况分析	272
十一、 股利分配	298
十二、 现金流量分析	299
十三、 发行人报告期内重大资产业务重组或股权收购合并必要性与基本情况，对发行人生产经营战略、报告期及未来期间经营成果和财务状况的影响	304
第九节 募集资金运用与未来发展规划	308
一、 募集资金运用概况	308
二、 募集资金投资项目具体情况	311
三、 未来发展与规划	332
第十节 投资者保护	336

一、投资者关系的主要安排.....	336
二、股利分配及发行前滚存利润安排.....	337
三、股东投票机制.....	339
四、与投资者保护相关的重要承诺.....	340
第十一节 其他重要事项	362
一、重大合同.....	362
二、对外担保情况.....	375
三、行政处罚、重大诉讼或仲裁情况.....	375
第十二节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	377
一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明.....	377
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	385
三、保荐人（主承销商）声明.....	386
四、发行人律师声明.....	389
五、会计师事务所声明.....	390
六、资产评估机构声明.....	391
七、验资机构声明.....	392
第十三节 附件	393
一、备查文件目录.....	393
二、查阅地点.....	394
三、查询时间.....	394
附录 A 发行人及其下属企业拥有的主要注册商标.....	395
一、境内主要注册商标.....	395
二、境外注册商标.....	407
附录 B 发行人及其下属企业拥有的专利权.....	410
附录 C 发行人及其下属企业已登记的软件著作权	411
附录 D 发行人及其下属企业已登记的作品著作权	414
附录 E 发行人及其下属企业拥有的域名.....	418

第一节 释义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

一、普通术语

公司、本公司、股份公司、思维造物、发行人	指	北京思维造物信息科技股份有限公司
思维造物有限、有限公司	指	北京思维造物信息科技有限公司，系发行人整体变更为股份有限公司前所用名称
得到天津	指	得到（天津）文化传播有限公司
思维无界	指	思维无界（天津）信息科技有限公司
天津思维造物	指	天津思维造物文化传播有限公司
上海思维造物	指	上海思维造物信息技术有限公司
北京得到	指	北京得到信息科技有限公司
思维投资管理	指	北京思维造物投资管理有限公司
优视米	指	北京优视米网络科技有限公司
优众赢	指	北京优众赢科技发展中心（有限合伙）
银杏未来	指	北京银杏未来科技发展中心（有限合伙）
得到天津北京分公司	指	得到（天津）文化传播有限公司北京分公司
思维造物及其下属企业、集团公司	指	思维造物及其合并报表范围内的所有子公司
酷得少年	指	酷得少年（天津）文化传播有限公司（报告期内思维造物的控股子公司，现已不再是发行人合并报表范围内的子公司）
年少得酷	指	宁波梅山保税港区年少得酷投资管理合伙企业（有限合伙）
紫牛基金	指	天津紫牛基业资产管理合伙企业（有限合伙）
欣榜加塑	指	上海欣榜加塑网络科技有限公司
小赛小可	指	北京小赛小可教育科技有限公司
月恒日升	指	宁波梅山保税港区月恒日升投资合伙企业（有限合伙）
年少得酷（天津）	指	年少得酷（天津）科技合伙企业（有限合伙）
杰黄罡	指	宁波梅山保税港区杰黄罡投资管理合伙企业（有限合伙）（曾用名：北京杰黄罡信息技术合伙企业（有限合伙））
文产基金	指	中国文化产业投资基金（有限合伙）
文产基金管理	指	中国文化产业投资基金管理有限公司
上海乐进	指	上海乐进投资合伙企业（有限合伙）
真格天弘	指	天津真格天弘资产管理合伙企业（有限合伙）
真致成远	指	宁波梅山保税港区真致成远股权投资中心（有限合伙）

乾刚投资	指	上海乾刚投资管理合伙企业（有限合伙）
深圳鼎实	指	深圳市鼎实科技有限公司
造物家	指	宁波梅山保税港区造物家投资管理合伙企业(有限合伙)(曾用名:北京造物家信息技术合伙企业（有限合伙）)
红杉合信	指	北京红杉合信管理咨询中心（有限合伙）
红杉坤德	指	北京红杉坤德投资管理中心（有限合伙）
上海恒远	指	上海恒远投资管理有限公司
杭州陆投	指	杭州陆投河邈投资管理合伙企业（有限合伙）
凡银资产	指	上海凡银资产管理有限公司
峰尚资本	指	宁波保税区峰上揽月股权投资合伙企业（有限合伙）
红华资本	指	珠海红华菁诚股权投资合伙企业（有限合伙）
上海翱立	指	上海翱立投资合伙企业（有限合伙）
BVI	指	英属维尔京群岛
Liberals Holdings	指	罗振宇为实施返程投资，在 BVI 设立的持股公司 LIBERALS HOLDINGS LIMITED
JWGX Holdings	指	李天田为实施返程投资，在 BVI 设立的持股公司 JWGX HOLDINGS LIMITED
Shunwei	指	Shunwei Technology III Limited
TRADE LEAD	指	TRADE LEAD INVESTMENTS LIMITED，与 Shunwei 统称“境外投资人”
拉萨顺盈	指	拉萨经济技术开发区顺盈投资有限公司
北京合一	指	合一信息技术（北京）有限公司
苏州启明	指	苏州启明融合创业投资合伙企业（有限合伙）
思维造物（开曼）	指	New Knowledge Holdings Limited
思维造物（香港）	指	LJSW Technology Limited
红筹/红筹架构	指	境内居民在海外注册离岸控股公司，由离岸公司通过新设、增资或收购的方式控制国内的经营实体形成的股权架构或权益架构
罗辑信息	指	北京罗辑信息科技有限公司
股东大会	指	北京思维造物信息科技股份有限公司股东大会
董事会	指	北京思维造物信息科技股份有限公司董事会
监事会	指	北京思维造物信息科技股份有限公司监事会
《公司章程》	指	《北京思维造物信息科技股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	经发行人 2020 年第一次临时股东大会审议通过，为本次发行上市之目的，根据有关法律、法规和规范性文件的要求制定的《北京思维造物信息科技股份有限公司章程》，自发行人本次发行上市之日起生效
《股东大会议事规则》	指	《北京思维造物信息科技股份有限公司股东大会议事规则》
《董事会议事规则》	指	《北京思维造物信息科技股份有限公司董事会议事规则》

《监事会议事规则》	指	《北京思维造物信息科技股份有限公司监事会议事规则》
《董事会秘书工作细则》	指	《北京思维造物信息科技股份有限公司董事会秘书工作细则》
报告期、最近三年及一期	指	2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-3 月
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐机构、主承销商、保荐人	指	中国国际金融股份有限公司
发行人律师	指	北京植德律师事务所
立信、资产评估机构	指	上海立信资产评估有限公司
审计机构、容诚	指	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
瑞华	指	瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）
《审计报告》	指	容诚出具的《北京思维造物信息科技股份有限公司审计报告》（容诚审字[2020]518Z0761 号）
《内控报告》	指	容诚出具的《北京思维造物信息科技股份有限公司内部控制鉴证报告》（容诚专字[2020]518Z0234 号）
境外法律意见	指	Ogier 于 2020 年 8 月 17 日出具的关于思维造物（开曼）相关事宜的法律意见
《创业板股票上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》
《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》
《会计法》	指	《中华人民共和国会计法》
人民币普通股、A 股	指	经中国证监会批准，向中国境内投资者发行，在境内证券交易所上市，以人民币标明面值，以人民币认购和交易的普通股股票
招股说明书、本招股说明书	指	《北京思维造物信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》
本次发行	指	公司本次向社会公开发行不超过 10,000,000 股人民币普通股（A 股）股票的行为（行使超额配售选择权之前）
本次发行上市	指	发行人在中国境内首次公开发行 A 股股票并在深圳证券交易所创业板上市
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
工商局	指	工商行政管理局或市场监督管理局
基金业协会	指	中国证券投资基金业协会
中国	指	中华人民共和国（为本招股说明书之目的，不包括香港特别行政区、澳门特别行政区及台湾地区）
元、万元	指	如无特别说明，指人民币元、人民币万元

二、专业释义

月度活跃用户数（MAU）	指	MAU 英文全称：Monthly Active Users，每月至少一次使用软件产品的用户数量
终身教育	指	广义终身教育（lifelong education）是指人们在一生各阶段当中所

		受各种教育的总和，是人所受不同类型教育的统一综合。终身教育主要包含通识教育以及技能培训两大板块。
通识类教育	指	通识类教育主要包含人文科学、社会科学、自然科学、文化艺术、创新及认知，能力及经验等细分类目
听书	指	“得到”App 的“每天听本书”模块，为用户提供书籍的解读服务
课程	指	“得到”App 的“课程”模块，是公司提供线上知识服务的主要产品
每天听本书	指	“得到”App 的“每天听本书”模块，为用户提供书籍的解读服务
电子书	指	“得到”App 的“电子书”模块，为用户提供的精选阅读产品
“得到大学”	指	公司为职场人士提供的创新知识服务产品
“时间的朋友”	指	公司“知识跨年”产品跨年演讲的品牌名称
讲师	指	为用户提供知识服务的各领域名家、学者、专家等
微信公众号	指	微信公众平台，个人或机构利用公众账号平台进行自媒体活动
GMV	指	Gross Merchandise Value，即交易总额，公司当期各项业务相关商品销售下单且支付成功的实际付款金额（现金支付方式）和代币金额的加总，不含下单未支付金额，也不考虑后续退款金额
代币	指	用户在线上知识服务平台的账户充值余额，用户可用于直接购买知识服务平台内的虚拟内容。
激活用户	指	用户通过一个移动设备下载安装并点击启动过至少一次“得到”App 的用户数量，识别标准为用户使用的设备号
注册用户	指	在“得到”App 内，完成注册流程后的用户数量，识别标准为用户使用的用户 ID
付费用户	指	在“得到”App 内，完成过至少一次付费且金额大于零的用户数量
累计激活用户数	指	累计数据为自“得到”App 上线以来加总的激活用户数据
累计注册用户数	指	累计数据为自“得到”App 上线以来加总的注册用户数据
累计付费用户数	指	累计数据为自“得到”App 上线以来加总的付费用户数据
付费用户 ARPPU	指	Average Revenue per Paying User，指在统计期内，GMV 除以产生该项 GMV 的付费用户数（去重），所得到的人均 GMV
CDN	指	Content Delivery Network，即内容分发网络
云服务	指	基于互联网的相关服务的增加、使用和交互模式，通常涉及通过互联网来提供动态易扩展且经常是虚拟化的资源
品牌投放	指	公司与广告发布媒介签订广告发布合同，根据协议在广告发布媒介进行品牌展示
Inmobi	指	提供以 AI 驱动的全球化移动广告和企业营销服务
今日头条	指	是一款基于数据挖掘的推荐引擎产品,它为用户推荐有价值的、个性化的信息,提供连接人与信息的新型服务
外部渠道推广	指	公司借助精细化运营，依靠向应用商店及信息流投放来实现用户增长
CPS	指	Cost Per Sales，收入分成模式下通过实际的销售量进行收费
CPD	指	Cost Per Download，计价模式下，以每次有效下载计费，即用户每有效下载一次产品，广告方按照结算单价向公司收取费用

CPC	指	Cost Per Click，计价模式下，以每次点击计费，即用户每点击一次公司的广告，计算一次点击费用
公民的科学素养	指	公民的科学素养是国家文明程度的重要标志之一。对个人科学素养的判定，国际上普遍分为三个组成部分，即了解科学知识、了解科学的研究过程和方法、了解科学技术对社会和个人所产生的影响，上述三个方面同时满足时个人才可被判定为具备基本科学素养的公众
教研室	指	得到业务系统，提供相关教学、教研等服务
知乎	指	北京智者天下科技有限公司
樊登读书	指	上海黄豆网络科技有限公司
巴九灵（吴晓波频道）	指	杭州巴九灵文化创意股份有限公司
混沌大学	指	混沌时代（北京）教育科技有限公司
掌阅科技	指	掌阅科技股份有限公司
中文在线	指	中文在线数字出版集团股份有限公司
中公教育	指	中公教育科技股份有限公司
创业黑马	指	创业黑马科技集团股份有限公司
豆神教育	指	豆神教育科技（北京）股份有限公司
LMS	指	Learning Management System，为教研室系统的教学模块
Query 改写层	指	为了在数据库寻找某一特定文件、网站、记录或一系列记录，由搜索引擎或数据库送出的消息
ES 数据	指	全称 Elasticsearch，是一个基于 Lucene 的搜索服务器。它提供了一个分布式多用户能力的全文搜索引擎，是一种流行的企业级搜索引擎
Reindex	指	重建索引
Token	指	在计算机身份认证中是令牌（临时）的意思，在词法分析中是标记的意思。一般作为邀请、登录系统使用
DRM 系统	指	全称 Digital Rights Management，数字版权管理系统，用于加强保护数字化的音视频节目内容，文档、电子书籍的版权
BERT	指	Bidirectional Encoder Representation from transformers，是一个预训练的语言表征模型
RDF	指	资源描述框架(Resource Description Framework，RDF)是描述网络资源的 W3C 标准，比如网页的标题、作者、修改日期、内容以及版权信息等
Nginx	指	Nginx("enginex")是一款是由俄罗斯的程序设计师 Igor Sysoev 所开发高性能的 Web 和反向代理服务器，也是一个 IMAP/POP3/SMTP 代理服务器
Hadoop	指	是一个开源框架，允许使用简单的编程模型在跨计算机集群的分布式环境中存储和处理大数据。它的设计是从单个服务器扩展到数千个机器，每个都提供本地计算和存储
DAG 图	指	有向无环图，是不同于主流区块链的一种分布式账本技术，把同步记账提升为异步记账，被不少人认为可以解决传统区块链的高并发问题，是区块链从容量到速度的一次革新
Hive	指	基于 Hadoop 的一个数据仓库工具，用来进行数据提取、转化、加载，这是一种可以存储、查询和分析存储在 Hadoop 中的大规模

		模数据的机制
Presto	指	一个 facebook 开源的分布式 SQL 查询引擎,适用于交互式分析查询, 数据量支持 GB 到 PB 字节
Impala	指	一种新型查询系统, 提供 SQL 语义, 能查询存储在 Hadoop 的 HDFS 和 HBase 中的 PB 级大数据
BI 报表	指	Business Intelligence, 又称商业智慧或商务智能, 指用现代数据仓库技术、线上分析处理技术、数据挖掘和数据展现技术进行数据分析以实现商业价值
SDK	指	软件开发工具包, 一般都是一些软件工程师为特定的软件包、软件框架、硬件平台、操作系统等建立应用软件时的开发工具的集合
API	指	Application Programming Interface, 应用程序接口。是一些预先定义的函数, 或指软件系统不同组成部分衔接的约定。用来提供应用程序与开发人员基于某软件或硬件得以访问的一组例程, 而又无需访问原码, 或理解内部工作机制的细节
ReactNative	指	简称 RN, 能够在 Javascript 和 React 的基础上获得完全一致的开发体验,构建世界一流的原生 App
HTML5	指	是构建 Web 内容的一种语言描述方式。是互联网的下一代标准, 是构建以及呈现互联网内容的一种语言方式。被认为是互联网的核心技术之一
SSO	指	在多个应用系统中, 用户只需要登录一次就可以访问所有相互信任的应用系统
ERP	指	Enterprise Resource Planning, 企业资源计划
IAAS	指	Infrastructure as a Service, 即基础设施即服务。指把 IT 基础设施作为一种服务通过网络对外提供, 并根据用户对资源的实际使用量或占用量进行计费的一种服务模式
MapReduce	指	一种编程模型, 是一种方法, 抽象理论。用于大规模数据集 (大于 1TB) 的并行运算
Flink	指	一个框架和分布式处理引擎,用于对无界和有界数据流进行有状态计算
Redis	指	是一个开源 (BSD 许可) 的, 内存中的数据结构存储系统, 它可以用作数据库、缓存和消息中间件。
NLP	指	Natural Language Processing, 自然语言处理, 是人工智能 (AI) 的一个子领域
MongoDB	指	是一个基于分布式文件存储的数据库
Kubernetes	指	是一个开源的, 用于管理云平台中多个主机上的容器化的应用, Kubernetes 的目标是让部署容器化的应用简单并且高效 (powerful), Kubernetes 提供了应用部署, 规划, 更新, 维护的一种机制
Prometheus	指	是一个开源的服务监控系统和时间序列数据库
Consul	指	一个分布式、高可用的系统, 是一个为了解决在生产环境中服务注册, 服务发现, 服务配置的组件

注: 本招股说明书中若出现表格内合计数与实际所列数值总和不符的情况, 均为四舍五入所致。

第二节 概览

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

一、发行人战略思考

公司是一家从事“终身教育”服务的企业。公司的业务发展战略及方向主要基于管理层如下思考。

未来社会进步将主要体现在两个领域：

- 1、物的再生产。如智能制造、清洁能源等。
- 2、人的再发展。如教育、医疗等。

其中，与“人的再发展”相关的教育产业对中国社会尤其重要。中国要保持全球竞争力，就需要把庞大的“人口红利”进一步发展为“人才红利”。

如何发展“人才红利”？过去几年，我们问了自己几个问题：

1、在小学至大学 16 年的学制教育结束后，一个人还要面对至少 50 年的社会化挑战。这个阶段的教育需求怎么满足？

2、在履行本职工作的过程中，一个人不仅要有专业技能，还要面对知识多元化、前沿化的挑战。如，一个营销人怎么和客户谈论最新的技术趋势？一个老师怎么理解未来人工智能社会对教育的影响？这种通识性的教育需求怎么满足？

3、在人生发展的过程中，一个人还要不断地面对转换身份的挑战。如，一个年轻人怎么成为合格的家长？一个职场新人怎么胜任领导者的岗位？一个医生怎么成为诊所的创始人？一个退休老人怎么成为理性的投资者？这种“解决具体问题”的教育需求怎么满足？

所以，我们发现，在学制教育和职业教育之外，其实还有一片广袤的机会有待拓荒——终身教育。如下图：

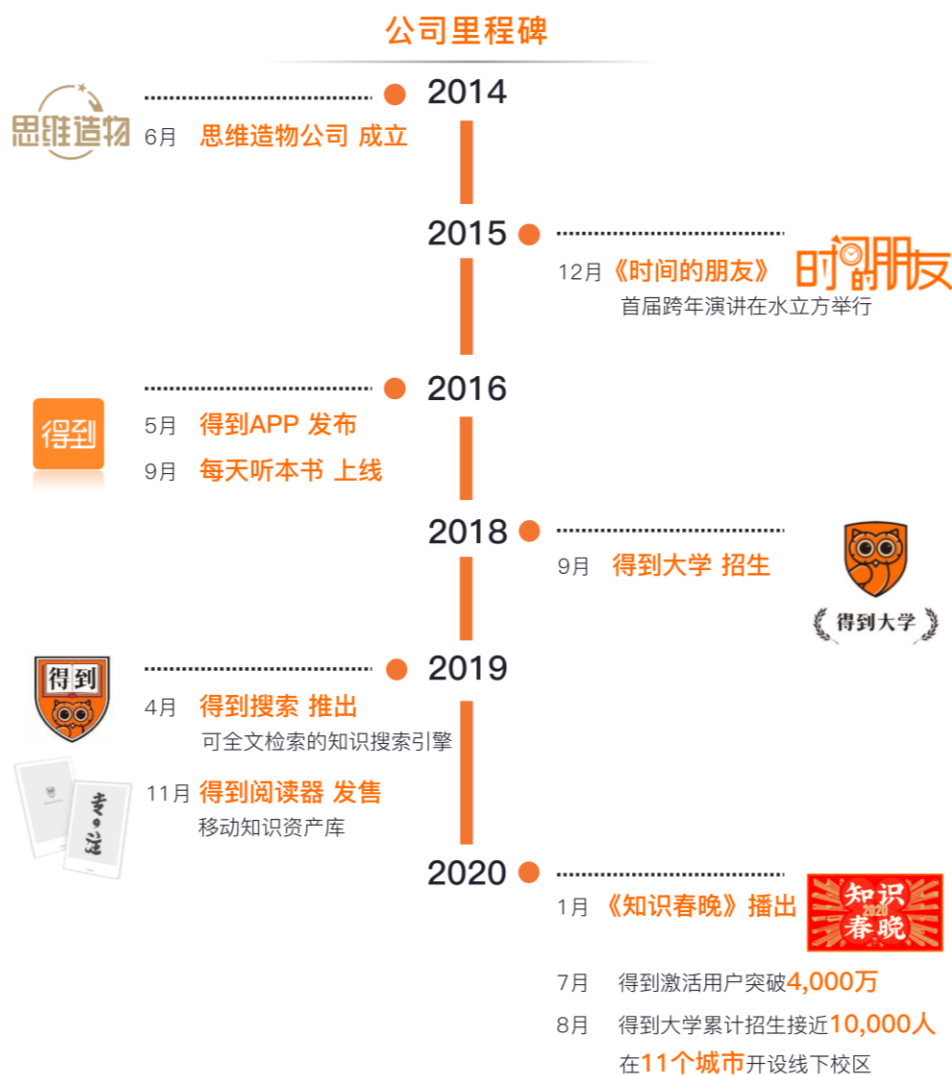


注：2019年中国人平均寿命为77.3岁，数据来源为《2019年我国卫生健康事业发展统计公报》。

在终身教育这个领域，目前之所以发展不足，是因为以下三个困难有待突破：

- 1、优质的教育资源从哪里来？
- 2、持续的学习动力怎么激发？
- 3、知识转化的效果怎么保证？

公司成立以来，始终在探索以上三个问题的答案，践行着我国“建设‘人人皆学、处处能学、时时可学’的学习型社会”的目标。



为了建设学习型社会：

我们的愿景是“建设一所全球领先的终身大学”。真实世界不是由领域构成的，而是由挑战构成的。我们将伴随每位学习者人生中的各个重要阶段，帮助他们应对形形色色的挑战。

我们的使命是“让每个人都能从知识中获得力量”。借助人工智能、移动互联网等新技术，将稀缺的优质教育资源实现普惠，让学习者能够以较低的学习成本、便利的学习方式获得良好的教育服务。

我们的“北极星”指针是“做时间的朋友”，用长期主义的精神来校准每一项行动。

二、发行人主营业务经营情况

思维造物是一家从事“终身教育”服务的企业。

公司在线上，通过“得到”App、“罗辑思维”微信公众号等平台向终身学习者提供课程、听书及电子书等产品，在线下，通过“得到大学”、“时间的朋友”跨年演讲等形式，为终身学习者提供通识教育及技能培训服务，处于终身教育行业第一梯队。报告期内，公司营业收入分别为 55,635.82 万元、73,793.92 万元、62,791.13 万元及 19,225.57 万元，净利润分别为 6,131.96 万元、4,764.41 万元、11,505.40 万元以及 1,327.82 万元。

随着终身教育行业不断发展，公司于 2015 年推出“时间的朋友”跨年演讲，首创“知识跨年”新形态。截至 2020 年 3 月 31 日，公司已举办 5 届跨年演讲，现场参与人数累计超过 4 万人，并且在线上受到持续关注和广泛传播；2016 年，公司推出“得到”App，通过优质的师资、完备的课程体系、丰富的产品类型，为终身学习用户提供线上知识服务，在产品形态、教育供给、商业模式等方面不断创新，成为我国终身教育行业的先行者。

截至 2020 年 3 月 31 日，“得到”App 月度活跃用户数（MAU）超过 350 万，累计激活用户数超过 3,746 万，累计注册用户达到 2,135 万，在中国苹果 App Store、主要安卓应用市场的图书、教育类软件下载排名中持续保持领先。公司于 2018 年推出“得到大学”，为职场人士提供线上课程学习、线下实践转化和社交的创新学习方式。截至 2020 年 3 月 31 日，“得到大学”线下校区已覆盖国内 11 个城市，开设 85 个班次，录取学员超过 7,000 人。经过多年探索和积累，公司凭借着自身的品牌信用、高质量的课程品质、丰富的师资优势以及提供服务的完备性，在终身教育行业形成了较为突出的竞争优势。

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

项目	2020 年 1-3 月/ 2020 年 3 月 31 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日	2017 年度/ 2017 年 12 月 31 日
资产总额（万元）	124,873.52	123,777.36	106,554.83	102,853.08
归属于母公司所有者权益（万元）	84,386.73	83,002.98	70,380.26	65,120.89
资产负债率（母公司）	17.26%	14.82%	28.08%	38.32%
营业收入（万元）	19,225.57	62,791.13	73,793.92	55,635.82
净利润（万元）	1,327.82	11,505.40	4,764.41	6,131.96
归属于母公司所有者的净利润（万元）	1,327.82	11,714.09	5,329.76	6,187.79

项目	2020 年 1-3 月/ 2020 年 3 月 31 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日	2017 年度/ 2017 年 12 月 31 日
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	1,309.65	3,067.57	3,280.95	4,990.31
基本每股收益（元/股）	0.44	3.90	不适用	不适用
稀释每股收益（元/股）	0.44	3.90	不适用	不适用
加权平均净资产收益率	1.59%	15.51%	7.87%	18.48%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-2,528.69	8,693.44	2,667.83	13,692.17
现金分红（万元）	-	-	-	1,450.00
研发投入占营业收入的比例	14.76%	17.94%	12.75%	9.68%

四、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	北京思维造物信息科技股份有限公司	成立日期	2014 年 6 月 17 日
注册资本	3,000 万元人民币	法定代表人	罗振宇
注册地址	北京市朝阳区建国路 89 号院 4 号楼 24 层 2802 室	主要生产经营地址	北京市朝阳区建国路 89 号院 4 号楼 24 层 2802 室和北京市朝阳区建国路 89 号华贸 20 号商务楼 3 层
控股股东	罗振宇	实际控制人	罗振宇
行业分类	I65 软件和信息技术服务业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	中国国际金融股份有限公司	主承销商	中国国际金融股份有限公司
发行人律师	北京植德律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）	资产评估机构	上海立信资产评估有限公司

五、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数、股东公开发售股数（如有），占发行后总股	本次拟公开发行股票不超过 10,000,000 股（行使超额配售选择权	占发行后总股本比例	不低于 25%

本比例	之前），不低于本次发行后公司总股本的 25%，并授予主承销商不超过前述发行股票股数 15%的超额配售选择权。最终发行股票的数量以中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所等有权监管机构核准并注册的数量为准		
其中：发行新股数量	不超过 10,000,000 股（行使超额配售选择权之前）	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 40,000,000 股（行使超额配售选择权之前）		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（按询价后确定的每股发行价格除以发行后每股收益确定）		
发行前每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前总股本计算）		
发行前每股收益	【】元（以【】年经审计的扣除非经常性损益前后归属于母公司股东的净利润的较低者除以本次发行前总股本计算）		
发行后每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东权益加上本次募集资金净额除以本次发行后总股本计算）		
发行后每股收益	【】元（以【】年经审计的扣除非经常性损益前后归属于母公司股东的净利润的较低者除以本次发行后总股本计算）		
发行市净率	【】倍（按发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	本次发行全部采取发行新股的方式。本次发行拟采用网下向询价对象配售与网上向符合资格的社会公众投资者定价发行相结合的方式或监管机构认可的其他发行方式（包括但不限于向战略投资者、公司高级管理人员与核心员工设立的专项资产管理计划等法律法规允许的投资者配售股票）		
发行对象	符合资格的询价对象和符合法律法规规定的自然人、法人及其他投资者（法律法规或监管机构禁止的购买者除外）		
承销方式	采取由主承销商或主承销商牵头组成的承销团以余额包销方式承销本次发行的股票		
拟公开发售股份股东名称	无		
发行费用的分摊原则	不适用		
募集资金总额	募集资金总额预计【】万元		
募集资金净额	扣除新股发行费用后，募集资金净额【】万元		
募集资金投资项目	知识服务平台优化升级项目 人工智能基础研发中心建设项目 技术平台建设项目 得到学习中心系列拓展项目		
发行费用概算	本次新股发行费用总额为【】万元，其中： （1）承销费及保荐费【】万元 （2）审计及验资费【】万元 （3）评估费【】万元 （4）律师费【】万元 （5）发行手续费【】万元 （6）其他【】万元		

（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	本次股票发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所挂牌上市

六、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）公司自身的创新、创造、创意特征

公司业务及产品因应了我国建设学习型社会的潮流和趋势，一直践行我国“建设‘人人皆学、处处能学、时时可学’的学习型社会”的目标。因此公司业务的创新、创造、创意特征主要体现在：

1、为“人人皆学”服务

我国以往面向职场人士的教育服务往往以高度专业的技能学习、职业资格考试培训为目的，缺乏跨学科、跨专业的通识教育。“得到”App 打造的课程产品追求知识普惠、以所有的终身学习者服务为对象。以“得到大学”为例，其学员的特征分布呈现年龄跨度大、职业覆盖广的特点。随着公司线上线下业务的不断扩大，更多人群可以享受创新性终身学习的便捷与高效，从而实现“人人皆学”的目标。

2、为“处处能学”服务

优质的教育资源从来都是稀缺的，成本高、门槛高、机会少是常态。“得到”App 利用全新的互联网技术和传播手段，组织优秀的师资资源，将课程打造为适应互联网传播特性的知识产品，大幅降低了学习者的学费成本。真正推动了“处处能学”的社会愿景。

3、为“时时能学”服务

固定学制、固定地点、固定时长的传统学习模式已经不能适应终身学习者的学习需求。“得到”App 将提升时间效率、增强信息密度作为打造知识产品的重要目标。学习者可以将通勤路上、健身房中、工作间隙等零散时间利用起来，完成系统化学习。

（二）科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司的科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况主要体现在如下内容：

1、传统高等教育资源与互联网技术融合的创新

以往的专业学科课程，只在高等院校的课堂上讲授。“得到”App 与专家学者打造的人文、社科类通识课程，面向各行各业和各个年龄阶段的终身学习者。以《薛兆丰的经济学课》为例，截至 2020 年 3 月 31 日，在线学员人数已超过 48.6 万人。公司不仅将传统学科课程打造成适用于移动互联网场景的学习产品，还以公司积累的自有版权课程出版实体图书，与出版行业融合革新。还是以《薛兆丰的经济学课》为例，根据线上课程出版的《薛兆丰经济学讲义》面世一年后销量已超过 100 万册。

2、线上课程的学习行为接入高等院校评价体系

公司与华东师范大学达成学分认可合作，华东师范大学位列“世界一流大学建设高校 A 类”、“985 工程”、“211 工程”。被录取为华东师范大学成人学历教育的学习者，在“得到”App 学习指定课程，可以免修学分、减免学费。

此外，公司与国内一流商学院长江商学院合作，对学习者在报名长江商学院的中文/金融 MBA 项目时，给予报名条件 and 奖学金优惠。长江商学院中文/金融 MBA 项目，为硕士学历学位教育，学习者通过全国联考后可获工商管理硕士学位。学习者在符合报考条件的前提下，如得到学分在 650 分以上，可直接进入面试环节；录取后学习者可获得 8 万元奖学金，在入学时扣减相应学费。

3、公司制作的线上课程成为高等院校辅助教材

得到课程走进学校，成为学科指定教材。例如，《王立铭·生命科学 50 讲》成为浙江大学生命科学学院、中国科学技术大学生命科学院本科生线上教材，中国人民大学附属中学亦据此开设生物研修课。再如，中国人民大学社会与人口学院、理学院，为全体 2020 应届生每人订制了一组“得到”App 出品的就业课程，让同学们获得专业的就业辅导。

4、公司线上产品支撑高等院校在线学习的新模式

公司在“新冠”疫情期间响应教育部“停课不停学”号召，联合复旦大学、浙江大学、武汉大学、华中科技大学等 15 所名校发起“云学习”。7 所知名大学在“得到”App

开通官方账号，为同学们荐书、讲书。公司亦为名校师生提供“每天听本书”双月卡、电子书等学习资源，鼓励、带动同学们学习。复旦大学本科生院和学生处把五大书院搬到“得到”App，由复旦导师带领2020级新生共读好书。

5、开拓企业线上综合培训新场景

公司开通企业服务网（<https://qy.igetget.com/>），针对企业培训的学习场景，提供批量采购、员工管理、学习数据查看、培训方案定制等功能及服务，与企业共同提升人力资源管理水平，为学习者进入职场后的终身教育提供学习场景。公司于2020年推出企业服务，目前已经与招商银行、广汽丰田、中国人保、泰康人寿达成了线上培训的合作，得到了企业界的认可。

七、发行人选择的具体上市标准

发行人本次上市选择的上市标准为《创业板股票上市规则》第2.1.2条第二款，即“预计市值不低于10亿元，最近一年净利润为正且营业收入不低于人民币1亿元”。

公司2019年度实现营业收入62,791.13万元，实现净利润11,505.40万元，扣除非经常性损益后的归母净利润为3,067.57万元。结合历史融资及估值情况，公司预计市值不低于10亿元，符合“预计市值不低于10亿元，最近一年净利润为正且营业收入不低于人民币1亿元”的上市标准。

八、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署之日，发行人无公司治理方面的特殊安排。

九、募集资金用途

公司本次拟公开发行不超过10,000,000股股票（行使超额配售选择权之前），占发行后总股本的25%。募集资金总额将根据发行时市场状况和询价的情况予以确定，本次发行不涉及老股东公开发售其所持有的公司股份。募集资金将全部用于公司主营业务相关的项目建设，以提高公司线上线下知识服务的生产、研发和服务能力，并实现新一代

智能化、系统化知识搜索引擎和服务软件的构建，为用户提供线上线下联动的知识服务业务，不断增强公司的核心竞争力。

本次募集资金投资项目情况及资金使用计划如下：

序号	方向/项目名称	总投资额 (万元)	拟用募集资金 投入金额 (万元)	项目备案代码	项目环评备案
1	知识服务平台优化升级项目	46,980.39	46,980.39	京朝阳发改（备） [2020]186 号	不涉及
2	人工智能基础研发中心建设项目	19,813.03	19,813.03	京朝阳发改（备） [2020]187 号	不涉及
3	技术平台建设项目	10,353.89	10,353.89	京朝阳发改（备） [2020]188 号	不涉及
4	得到学习中心系列拓展项目	26,529.21	26,529.21	不涉及	不涉及
合计		103,676.52	103,676.52	-	-

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00 元
发行股数、股东公开发售股数（如有），占发行后总股本比例	本次拟公开发行股票不超过 10,000,000 股（行使超额配售选择权之前），不低于本次发行后公司总股本的 25%，并授予主承销商不超过前述发行股票股数 15%的超额配售选择权。最终发行股票的数量以中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所等有权监管机构核准并注册的数量为准
每股发行价格	【】 元
发行人高管、员工拟参与战略配售情况	【】
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	【】
发行市盈率	【】 倍（按询价后确定的每股发行价格除以发行后每股收益确定）
发行后每股收益	【】 元（以【】年经审计的扣除非经常性损益前后归属于母公司股东的净利润的较低者除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【】 元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】 元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东权益加上本次募集资金净额除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】 倍（按发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	本次发行全部采取发行新股的方式。本次发行拟采用网下向询价对象配售与网上向符合资格的社会公众投资者定价发行相结合的方式或监管机构认可的其他发行方式（包括但不限于向战略投资者、保荐机构依法设立的相关子公司或者实际控制保荐机构的证券公司依法设立的其他相关子公司、公司高级管理人员与核心员工设立的专项资产管理计划等法律法规允许的投资者配售股票）
发行对象	符合资格的询价对象和符合法律法规规定的自然人、法人及其他投资者（法律法规或监管机构禁止的购买者除外）
预计募集资金总额和净额	募集资金总额预计【】万元；扣除新股发行费用后，募集资金净额【】元
承销方式	采取由主承销商或主承销商牵头组成的承销团以余额包销方式承销本次发行的股票
发行费用概算	本次新股发行费用总额为【】万元，其中： （1）承销费及保荐费【】万元 （2）审计及验资费【】万元 （3）评估费【】万元 （4）律师费【】万元 （5）发行手续费【】万元 （6）其他【】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：北京思维造物信息科技股份有限公司

法定代表人：罗振宇

住所：北京市朝阳区建国路 89 号院 4 号楼 24 层 2802 室

联系人：池书进

联系电话：010-65003082

传真：010-65003082

（二）保荐人（主承销商）：中国国际金融股份有限公司

法定代表人：沈如军

住所：北京市朝阳区建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及 28 层

联系电话：010-65051166

传真：010-65051156

保荐代表人：徐石晏、江涛

项目协办人：马强

其他项目成员：金钟、徐柳、毛新宇、肖澍、马力、王思齐、周阳、袁梦、何雅静

（三）发行人律师事务所：北京植德律师事务所

负责人：龙海涛

地址：北京市东城区东直门南大街 1 号北京来福士中心办公楼 5 层 01、02、03 以及 05 单元

联系电话：010-56500900

传真：010-56500999

经办律师：舒知堂、金有元、谷雨、解冰

（四）会计师事务所：容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：肖厚发

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

联系电话：010-66001391

传真：010-66001392

经办注册会计师：曹创、赖晓楠

（五）保荐人（主承销商）律师事务所：北京市金杜律师事务所

负责人：王玲

住所：北京市朝阳区东三环中路 1 号 1 幢环球金融中心办公楼东楼 18 层

联系电话：010-58785858

传真：010-58785577

经办律师：章敬平、孙及

（六）资产评估机构：上海立信资产评估有限公司

法定代表人或授权代表：杨伟墩

住所：上海市沈家弄路 738 号 8 楼

联系电话：021-68877288

传真：021-68877020

经办注册评估师：胡慧颖、肖明

（七）验资机构：容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：肖厚发

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

联系电话：010-66001391

传真：010-66001392

经办注册会计师：曹创、赖晓楠

（八）拟上市的证券交易所：深圳证券交易所

住所：深圳市福田区深南大道 2012 号

联系电话：0755-82083333

传真：0755-82083190

（九）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼

联系电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

（十）收款银行：【】

三、发行人与中介机构关系的说明

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

四、有关本次发行的重要时间安排

（一）刊登发行公告日期：【】年【】月【】日

（二）开始询价推介日期：【】年【】月【】日

（三）刊登定价公告日期：【】年【】月【】日

（四）申购日期及缴款日期：【】年【】月【】日

（五）股票上市日期：本次股票发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所挂牌上市

第四节 风险因素

投资者在评价发行人此次公开发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应认真地考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素会依次发生。发行人提请投资者仔细阅读本节全文。

一、创新风险

（一）产品创新和业态创新无法获得市场认可的风险

公司从事的终身教育业务，是互联网信息技术行业、文化传播行业和教育行业交叉形成的细分行业。目前互联网信息技术行业及教育行业正处于快速发展阶段，客户所需产品更新换代速度加快。随着互联网信息技术的不断创新迭代及 5G 网络的落地普及，音频、短视频、长视频、直播等媒介传播的内容及表现形式持续升级迭代，市场竞争加剧。如果公司在未来经营发展过程中，对技术、媒介和市场的发展趋势不能正确判断，对行业关键技术、用户需求的发展动态不能及时掌控，无法根据社会和客户的需求及时进行产品或技术更新，将导致公司的市场竞争力下降。

（二）新旧产业融合失败的风险

公司所处行业发展迅速，为应对竞争与需求变化，公司需将创新与传统教育业态不断融合。报告期内，公司不断推出传统高等教育资源与互联网技术融合的创新项目，例如，“得到”App 线上课程的学习行为接入高等院校评价体系、制作的线上课程成为高等院校辅助教材等创新内容。公司一直重视与高等院校、大型企业的合作，高度关注教育业务变革，并依托高素质的研发团队，积极通过互联网信息技术的创新将优质的知识内容以更高效优质的形式传递给更多学习者。但新产品研发、推广存在一定的不确定性，传统产业对产品创新形态接受及融合程度存在不确定性，公司可能面临新产品研发失败或市场推广未达预期的风险。

二、技术风险

作为一家终身教育与互联网信息技术相结合的公司，公司成立伊始就组建了大数据团队，在知识服务领域的深度学习个性化推荐、知识图谱等方面不断探索，为用户赋能，提供精细化的知识管理和学习规划。互联网信息技术行业技术升级迭代较快，公司虽积累了关键核心技术，但如果公司无法将开发出的技术与用户需求的相匹配并实现商业化，将对公司的市场开拓构成不利影响，从而对公司经营业绩产生一定影响。

三、经营风险

（一）市场竞争加剧的风险

目前，我国终身教育行业市场格局相对分散，尚未出现巨头垄断、寡头竞争等现象。公司业务起步较早，已积累较好的品牌信用及用户口碑。但是，随着市场需求增长，未来社会资本可能会持续进入终身教育领域，行业可能会面临市场竞争加剧的情况。未来如果公司未能准确把握市场方向及行业政策变化，可能存在竞争力下降的风险。

（二）人才流失风险

公司主要终身教育产品及业务均通过信息化移动软件实施及交付。移动软件的开发需要高素质的技术人员，具有人才密集属性。公司所处软件和信息技术行业人员流动性较高，随着行业竞争的日趋激烈，对高素质人才的争夺也日趋激烈。公司一直非常重视人才的培养，经过多年的积累，公司已经打造了一支专业技术水平高、行业经验丰富的优秀团队，并建立了具有竞争力的薪酬体系。随着业务快速发展，公司对优秀技术人员、业务人员和管理人员的需求不断增加，如公司核心技术人员、业务人员或管理人员流失，且不能及时获得相应补充，将对公司的经营发展产生不利影响。

（三）产品出现错误或故障而损害公司声誉的风险

移动软件 App 产品在使用过程中，受多方面因素的影响，可能会出现错误或故障，公司在收到客户反馈的错误或故障后，将及时对错误或故障进行修复，保障产品的正常使用不受影响。

报告期内，客户使用公司产品过程中出现错误或故障的情况较少，且均得到及时的修复。如果未来公司未能及时修复产品出现的错误或故障，可能对客户体验造成不利影

响，从而可能导致客户停止使用公司产品，损害公司声誉，对公司的业务拓展造成不利影响。

（四）互联网安全风险

公司知识内容的交付、学员线上互动、线下活动管理等均需要依赖移动互联网进行。当出现互联网安全风险比如软件病毒或者木马程序时，都可能造成公司业务系统故障或者用户账户数据丢失，将影响公司信誉并造成用户流失等不良影响。如果公司对安全技术的研发与应用不够重视，未能采取相应的制度和措施保障信息安全，则可能对移动软件及网站的运行与用户体验产生不利影响。

四、管理风险

报告期内，公司积极拓展新的业务模式，包括线上、线下业务。随着未来募集资金投资项目的逐步实施，公司的业务规模将进一步扩大，技术人员、业务人员和管理人员数量将相应增加，公司在人力资源、法务、财务等方面的管理能力需要同步提高以完善管理体系和制度、健全激励与约束机制以及加强战略方针的执行力度。如果公司管理层不能及时应对市场竞争、行业发展、经营规模扩张等内外环境的变化，将可能阻碍公司业务正常推进或错失发展机遇，从而影响公司的长远发展。

五、财务风险

（一）经营业绩波动的风险

报告期内，公司营业收入分别为 55,635.82 万元、73,793.92 万元、62,791.13 万元和 19,225.57 万元，其中 2018 年收入同比增长 32.64%，2019 年收入同比下降 14.91%。2019 年，公司线上知识服务业务及电商业务收入分别同比下降 18.75%和 16.77%，线下知识服务业务收入实现了 56.94%的增长，但由于整体收入占比不高，故 2019 年收入整体有所下降。

随着公司所处行业的发展与变化，公司需要及时调整经营策略来保障行业领先地位与竞争优势，在战略调整过程中，公司短期业绩有可能存在一定程度的波动，公司存在未来收入不达预期以及净利润下滑的风险。

（二）政府补助政策变化的风险

公司作为通识教育领域中处于第一梯队的领先终身教育平台，得到了有关政府部门的高度重视和大力支持。2017年、2018年和2019年，公司计入其他收益的政府补助金额分别为87.73万元、1,166.67万元和1,426.83万元，占当期利润总额的比例分别为1.11%、20.68%和11.71%，其中，2020年第一季度公司暂未取得政府相关补助。政府补助对公司经营业绩影响较大。

报告期内，公司政府补助多为一次性拨付，如果未来政府对行业支持政策发生变化导致政府补助缩减甚至取消，将会对公司业绩造成不利影响。

（三）发行后即期回报被摊薄的风险

本次发行完成后，公司股本和净资产规模将较大幅度地增加，而本次募集资金投资项目需要一定的实施期，项目产生效益需要一定的时间，公司即期每股收益和净资产收益率面临下降的风险。

（四）税收优惠政策变化的风险

报告期内，公司享受的税收优惠主要包括企业所得税优惠、增值税免税，公司存在税收优惠政策变化风险。

1、增值税税收优惠政策变化的风险

根据《财政部税务总局关于延续宣传文化增值税优惠政策的通知》（财税〔2018〕53号），本公司及子公司得到（天津）文化传播有限公司图书零售及批发环节免征增值税。

根据《财政部税务总局海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告2019年第39号）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抵减应纳税额。

根据《财政部税务总局关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》（财政部税务总局2020年第8号）规定：自2020年1月1日起，对纳税人提供生活服务取得的收入免征增值税。本公司子公司得到（天津）文化传播有限公司适用该项税收优惠政策。

根据《国家税务总局关于小规模纳税人免征增值税政策有关征管问题的公告》（国

家税务总局公告 2019 年第 4 号）规定：小规模纳税人发生增值税应税销售行为，合计月销售额未超过 10 万元（以 1 个季度为 1 个纳税期的，季度销售额未超过 30 万元，下同）的，免征增值税。本公司子公司北京思维造物投资管理有限公司 2019 年及 2020 年 1-3 月适用该项税收优惠。

如果公司享受的增值税税收优惠政策发生不利变化或取消，会对公司经营成果产生较大不利影响。

2、企业所得税税收优惠政策变化的风险

2017 年 10 月 25 日，本公司通过高新技术企业资格认定，取得 GR201711003404 号《高新技术企业证书》，本公司 2017 年、2018 年、2019 年适用 15%的企业所得税税率。2020 年 6 月本公司已提交申请高新技术企业资格认定复审，预计通过高新技术企业资格认定不存在重大不确定性，2020 年 1-3 月使用 15%的企业所得税税率。

2018 年 11 月 30 日，本公司子公司得到（天津）文化传播有限公司通过高新技术企业资格认定，取得 GR201812001201 号《高新技术企业证书》，2018 年、2019 年及 2020 年 1-3 月适用 15%的企业所得税税率。

根据财税[2015]119 号《财政部、国家税务总局、科学技术部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》本公司子公司得到（天津）文化传播有限公司享受研究开发费用企业所得税前加计扣除优惠政策。

根据《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）规定：对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。本公司子公司天津思维造物文化传播有限公司 2019 年及 2020 年 1-3 月适用该项税收优惠。本公司子公司上海思维造物信息技术有限公司及北京优视米网络科技有限公司 2020 年 1-3 月适用该项税收优惠。

如果公司享受的所得税税收优惠政策发生不利变化或取消，会对公司经营成果产生较大不利影响。

报告期内，公司享受的税收优惠分别为 751.64 万元、879.45 万元、1,221.44 万元、195.93 万元，占营业利润的比例分别为 9.65%、14.95%、10.02%、10.93%。如若公司

享受的税收优惠政策发生不利变化或取消，会对公司经营成果产生较大不利影响。

六、法律风险

（一）监管政策变化的风险

公司从事的终身教育业务，是互联网信息技术行业、文化传播行业和教育行业交叉形成的细分行业，行业行政主管部门包括工业与信息化部、国家广播电视总局、国家新闻出版署（国家版权局）、国家互联网信息办公室等。目前公司及其子公司拥有《信息网络传播视听节目许可证》《中华人民共和国网络出版服务许可证》《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》《广播电视节目制作经营许可证》及《中华人民共和国出版物经营许可证》等资质。报告期内，公司及其子公司未受到与经营资质相关的处罚，也未发生前述经营资质到期后未能续期的情形。尽管如此，仍不排除未来可能由于行业监管政策变化、相关资质要求提高等因素使公司及其子公司出现相关经营资质被暂停、无法持续或及时获得、需要增加有关支出以持续满足资质条件等情形，从而可能对公司的业务经营造成不利影响。

（二）数字内容遭受盗版侵权的风险

版权对于终身教育行业的影响至关重要，是终身教育行业企业的竞争壁垒之一，是公司核心竞争力的重要组成部分。市场上仍然存在以盗版方式取得并传播终身教育内容的情况，侵犯版权所有者和合法授权方的利益，破坏行业生态。由于公司现有业务模式主要收入来源为提供终身教育内容服务，盗版侵权行为将直接影响到公司的销售收入，对其经营业绩造成不利影响。我国近年来在保护知识产权、打击盗版侵权行为方面已经取得了进步，公众的版权保护意识和政府部门的执法力度均明显加强，盗版侵权现象得到了一定程度的遏制。然而，信息技术的快速发展使得数字内容版权保护面临取证难、维权成本高等问题，现阶段，公司利用或保护知识产权的能力可能受到限制。如果公司的知识产权不能得到充分保护，公司未来业务发展和经营业绩可能会受到不利影响。

（三）业务经营涉及侵犯他人知识产权的风险

公司主要从事的终身教育业务的数字内容来源于签约个人作者、出版社或其他机构。公司已建立了一套版权管理流程，在与合作方合作的过程中对取得使用权的数字版权权属进行确认，最大程度地避免版权纠纷事件的发生。但由于公司业务经营活动所需使用的内容体量庞大，对于其中是否存在侵犯他人知识产权的情况，公司无法进行绝对严格

的确认，因此不排除第三方指控公司侵犯其知识产权的可能，从而对公司业务发展和经营业绩产生不利影响。

（四）主要经营场所系向第三方租赁且未予备案的风险

截至本招股说明书签署之日，公司主要经营场所均为向第三方租赁取得，并主要用于公司日常办公。该等租赁房产的租赁合同目前处于正常履约中，但不排除租赁期间因偶发性因素导致租赁提前终止或无法续约而使公司产生额外的费用支出，或对公司业务短期内造成不利影响的可能。

公司现有租赁物业均未办理租赁备案登记。报告期内，公司未因前述情况受到行政处罚、承担罚款损失或导致租赁合同无法履行。同时，即使公司因该等租赁合同未办理备案登记而受到罚款，或因出租方原因导致该等租赁合同无法正常履行，也不会对公司业务造成重大不利影响。但是，不排除公司未来因前述原因被主管部门处罚的风险。若未来公司或其子公司需承担罚款或需搬迁办公场地，可能会使公司遭受一定损失。

（五）品牌形象受损风险

“得到”App 自上线以来，树立了良好的品牌形象，创造了稳定的用户群体，“得到”App 的品牌以及公司拥有的相关商标、标识，是公司赢得市场的关键因素之一。由于终身教育行业竞争目前处于国内品牌不断发掘市场、努力扩张的阶段，如果公司不能持续巩固并提升“得到”App 的品牌形象，或“得到”App 品牌形象在激烈的行业竞争中遭受到不可预见的损毁或侵犯，将会对公司业务产生不利影响。

七、发行失败风险

公司本次申请首次公开发行股票并在创业板上市，发行结果将受到公开发行时国内外宏观经济形势、资本市场走势、投资者对公司股票发行价格的认可程度及股价未来趋势判断等多种内外部因素的影响，可能存在因认购不足而导致发行失败的风险。

八、其他风险

（一）股票价格波动的风险

公司首次公开发行股票并上市后，除经营和财务状况等因素之外，公司的股票价格

还将受到国内外宏观经济形势、行业状况、资本市场走势、市场心理和各类重大突发事件等多方面因素的影响。投资者在考虑投资公司股票时，应预计到前述各类因素可能带来的投资风险，并做出审慎判断。

（二）募集资金投资项目未达预期的风险

募集资金投资项目的预期收益是基于当前的行业市场环境、未来发展趋势及市场容量的判断，并结合公司业务发展目标、发展规划以及公司经营状况进行测算的，虽然公司在决策过程中已对募集资金投资项目的可行性和必要性进行了审慎分析，但如果市场外部环境发生政策调整、市场竞争加剧等不利变化，使得募投项目不能顺利实施或项目实施进度与计划不一致，将会导致募投项目的经济效益无法达到预期水平，从而对募投项目的整体投资回报产生不利影响。

（三）受新型冠状病毒肺炎疫情影响的风险

2020 年初，我国爆发新型冠状病毒肺炎疫情，对公司线下知识服务业务造成一定不利影响。目前新型冠状病毒肺炎疫情的持续时间及影响范围尚不明朗，若新型冠状病毒肺炎疫情不能得到有效控制，将对公司 2020 年的经营业绩造成不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称	北京思维造物信息科技股份有限公司
英文名称	Beijing Logicreation Information & Technology Co., Ltd.
注册资本	人民币 30,000,000 元
法定代表人	罗振宇
成立日期	2014 年 6 月 17 日
公司住所	北京市朝阳区建国路 89 号院 4 号楼 24 层 2802 室
邮政编码	100025
联系电话	010-65003082
传真号码	010-65003082
互联网网址	www.igetget.com
电子信箱	ir@luojilab.com
负责信息披露和投资者关系的部门、负责人及电话	董事会办公室；董事会秘书：池书进；010-65003082

二、发行人设立情况及报告期内的股本和股东变化情况

（一）设立方式

本公司系由北京思维造物信息科技有限公司（以下简称“思维造物有限”）整体变更设立。

1、思维造物有限的设立情况

思维造物有限系罗振宇、李天田、吴声于 2014 年 6 月 17 日共同出资设立的有限责任公司，其设立时的名称为“北京思维造物信息科技有限公司”，注册资本为 100 万元。

2014 年 6 月 3 日，罗振宇、李天田、吴声签署思维造物有限的公司章程，根据该章程，思维造物有限的注册资本为 100 万元，其中，罗振宇以货币出资 51 万元，占注册资本的 51%；李天田以货币出资 29 万元，占注册资本的 29%；吴声以货币出资 20 万元，占注册资本的 20%。

2014 年 6 月 17 日，北京市工商局朝阳分局向思维造物有限核发了《营业执照》。

2、思维造物有限整体变更设立情况

瑞华于 2018 年 12 月 22 日出具《北京思维造物信息科技有限公司审计报告》（瑞华专审字[2018]48550004 号），确认截至 2018 年 9 月 30 日，思维造物有限经审计的净资产为人民币 65,039.451779 万元。容诚对前述审计报告进行了复核，出具了容诚专字[2020]518Z0317 号复核报告。

立信于 2018 年 12 月 23 日出具《北京思维造物信息科技有限公司改建为股份有限公司资产评估报告》（信资评报字（2018）第 20120 号），确认截至 2018 年 9 月 30 日，思维造物有限经评估的净资产价值为 65,908.40 万元。

2019 年 3 月 10 日，思维造物有限股东会作出决议，同意采取发起设立的方式，将思维造物有限整体变更为“北京思维造物信息科技股份有限公司”，发起人为思维造物有限全体股东，以截至 2018 年 9 月 30 日经审计的净资产作为出资，按照 21.6798: 1 的比例折股整体变更为股份有限公司；整体变更后，股份有限公司的股本总额为 30,000,000 股，每股面值为 1 元，净资产额超过股本总额部分计入股份有限公司的资本公积，各股东所持有的比例不变；由罗振宇、李天田组成股份公司筹备委员会，负责办理股份公司筹办和设立申请相关工作。

2019 年 3 月 10 日，思维造物有限全体股东作为拟设立的股份公司的发起人共同签署了《北京思维造物信息科技股份有限公司发起人协议》和《公司章程》。

2020 年 5 月 25 日，容诚出具《验资报告》（容诚验字[2020]518Z0026 号），截至 2019 年 3 月 10 日，北京思维造物信息科技股份有限公司（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币叁仟万元，出资方式为净资产。

2019 年 3 月 25 日，发行人召开创立大会暨第一次股东大会，实际到会发起人及发起人代表共 16 人，所持表决权占公司总股本的 100%，会议审议通过了思维造物《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等内部制度；审议通过了第一届董事会成员以及第一届监事会中的股东代表监事，并由股东代表监事与职工代表监事共同组成第一届监事会。

2019 年 3 月 29 日，北京市工商局朝阳分局核准思维造物有限整体变更为股份有限公司的工商变更登记，并向发行人核发变更为股份有限公司后的《营业执照》。

（二）发起人

发行人的发起人为罗振宇、杰黄罡、李天田、文产基金等 16 名自然人或企业。

整体变更时，各发起人的持股数量及持股比例如下：

序号	发起人姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	罗振宇	9,106,112	30.3537
2	杰黄罡	4,878,225	16.2607
3	李天田	4,178,296	13.9277
4	文产基金	2,249,998	7.5000
5	红杉合信	1,755,000	5.8500
6	造物家	1,567,501	5.2250
7	上海乐进	1,270,724	4.2357
8	深圳鼎实	900,000	3.0000
9	凡银资产	900,000	3.0000
10	峰尚资本	704,357	2.3479
11	红华资本	592,071	1.9736
12	真致成远	570,000	1.9000
13	真格天弘	570,000	1.9000
14	杭州陆投	300,000	1.0000
15	乾刚投资	254,145	0.8471
16	上海翱立	203,571	0.6786
合计		30,000,000	100.0000

（三）发行人报告期内的股本和股东变化情况

1、2017 年 9 月，股权转让及增资

2017 年 9 月 15 日，思维造物有限股东会作出决议，同意：

（1）罗振宇将其持有的出资人民币 0.401475 万元（对应 0.075%的股权）转让给深圳鼎实；同意股东李天田将其持有的出资人民币 0.401475 万元（对应 0.075%的股权）转让给深圳鼎实；同意股东苏州启明将其持有的出资人民币 15.26642 万元（对应 2.85%的股权）转让给深圳鼎实；同意股东罗振宇将其持有的出资人民币 2.678228 万元（对应 0.5%的股权）转让给红杉合信；同意股东李天田将其持有的出资人民币 2.678228 万元（对应 0.5%的股权）转让给红杉合信；同意股东北京合一将其持有的出资人民币

15.2659 万元（对应 2.85%的股权）转让给红杉合信；同意股东文产基金将其持有的出资人民币 10.712914 万元（对应 2%的股权）转让给红杉合信；同意股东罗振宇将其持有的出资 8.034685 万元（对应 1.5%的股权）转让给凡银资产；同意股东李天田将其持有的出资 8.034685 万元（对应 1.5%的股权）转让给凡银资产；同意股东罗振宇将其持有的出资人民币 2.678228 万元（对应 0.5%的股权）转让给杭州陆投；同意股东李天田将其持有的出资人民币 2.678228 万元（对应 0.5%的股权）转让给杭州陆投；

（2）思维造物有限注册资本增加至 535.645684 万元，新增的出资额 26.782284 万元中，由峰尚资本认缴 12.576195 万元，红华资本认缴 10.57135 万元，上海翱立认缴 3.634739 万元。

同日，根据上述决议，思维造物有限与罗振宇、李天田、文产基金、苏州启明、北京合一、造物家、杰黄罡、真致成远、上海乐进、真格天弘、乾刚投资、深圳鼎实、红杉合信、杭州陆投、凡银资产、峰尚资本、红华资本和上海翱立签署了《股权转让及增资协议》。

2017 年 9 月 15 日，除文产基金向红杉合信转让思维造物有限出资额 10.712914 万元外，公司根据本次增资及股权转让的其他事项制定并通过了新的公司章程。

2017 年 9 月 25 日，除文产基金转让公司股权外，本次增资及股权转让所涉工商变更登记事项完成，北京市工商局朝阳分局向思维造物有限换发了《营业执照》。

2017 年 10 月 27 日，根据前述文产基金向红杉合信转让思维造物有限出资额 10.712914 万元的事项，公司制定并通过了新的公司章程。

2017 年 11 月 3 日，文产基金转让公司股权所涉工商变更登记事项完成，前述公司章程完成备案。

本次股权转让及增资价格系各方协商确定，股权转让及增资完成后，思维造物有限的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	罗振宇	162.588316	30.3537
2	李天田	79.691516	14.8777
3	杰黄罡	87.100000	16.2607

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）
4	造物家	27.987500	5.2250
5	文产基金	40.173386	7.5000
6	上海乐进	22.688595	4.2357
7	乾刚投资	4.537719	0.8471
8	真致成远	10.177268	1.9000
9	真格天弘	5.088634	0.9500
10	深圳鼎实	16.069370	3.0000
11	红杉合信	31.335270	5.8500
12	凡银资产	16.069370	3.0000
13	峰尚资本	12.576195	2.3479
14	红华资本	10.571350	1.9736
15	杭州陆投	5.356456	1.0000
16	上海翱立	3.634739	0.6786
合计		535.645684	100.0000

本次股权变动未对发行人业务、管理层、控制权及经营业绩造成实质性影响。

2、2018年1月，股权转让

本次股权转让系思维造物有限历史上股权代持的解除，具体情况如下：

（1）股权代持形成

2016年5月，李天田和真格天弘签署《股权转让协议》和《股权代持协议》，约定李天田以1,650万元的对价将其持有的思维造物有限5.088634万元注册资本（对应1%的股权）转让给真格天弘，并由李天田代真格天弘持有该等5.088634万元注册资本（对应1%的股权）。

根据李天田及真格天弘出具的书面说明，真格天弘与李天田于2016年5月接洽商议并确定关于思维造物有限股权转让的事宜，但为避免影响公司后续整体融资进程，双方协商决定暂不为股权转让进行工商变更登记；李天田按照上一轮融资的价格定价并另行交易，将其持有的思维造物有限出资额5.088634万元以1,650万元的价格转让给真格天弘，真格天弘委托李天田代持相关股权。

（2）股权代持解除

2018年1月26日，李天田和真格天弘签署《股权转让协议补充协议》，约定终止

双方于 2016 年 5 月签署的《股权代持协议》，解除股权代持关系，并办理解除代持的工商变更登记，即将李天田代真格天弘持有的人民币 5.088634 万元出资变更登记为实际股东真格天弘直接持有。

2018 年 1 月 30 日，思维造物有限股东会作出决议，同意李天田将其持有的出资 5.088634 万元转让给真格天弘。

2018 年 1 月 31 日，思维造物有限全体股东出具确认函，确认对前述委托代持、代持还原的安排以及代持还原后的思维造物有限股权结构无异议。

2018 年 3 月 13 日，李天田向北京市朝阳区地方税务局缴纳了前述股权转让对应的个人所得税并取得相关完税凭证。

本次股权代持还原后，思维造物有限的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	罗振宇	162.588316	30.3537
2	李天田	74.602882	13.9277
3	杰黄罡	87.100000	16.2607
4	上海乐进	22.688595	4.2357
5	乾刚投资	4.537719	0.8471
6	造物家	27.987500	5.2250
7	文产基金	40.173386	7.5000
8	真致成远	10.177268	1.9000
9	真格天弘	10.177268	1.9000
10	深圳鼎实	16.069370	3.0000
11	红杉合信	31.335270	5.8500
12	凡银资产	16.069370	3.0000
13	峰尚资本	12.576195	2.3479
14	红华资本	10.571350	1.9736
15	杭州陆投	5.356456	1.0000
16	上海翱立	3.634739	0.6786
合计		535.645684	100.0000

本次股权变动未对发行人业务、管理层、控制权及经营业绩造成实质性影响。

3、2019 年 3 月，整体变更为股份公司

2019 年 3 月，思维造物有限整体变更为股份公司，具体情况详见本节之“二、发行人设立情况及报告期内的股本和股东变化情况”之“（一）设立方式”之“2、思维造物有限整体变更设立情况”相关内容。

（四）发行人报告期内的重大资产重组情况

报告期内，发行人未发生重大资产重组，但存在以下重组事项：

1、2019 年 4 月，酷得少年增资引入新投资人后不再属于发行人合并报表范围内的子公司

酷得少年于 2017 年 8 月由发行人、天津英雄金控科技有限公司（以下简称“英雄金控”）共同设立，主营业务系为青少年提供课程学习服务，具体情况请见本节之“五、发行人控股子公司、参股公司的基本情况”之“（二）发行人其他对外投资企业的情况”之“1、酷得少年”。酷得少年系思维造物报告期内的控股子公司，后经融资并引入其他投资人，2019 年 4 月，酷得少年已成为发行人的参股公司，发行人不再将酷得少年纳入合并财务报表范围。具体情况如下：

（1）本次重组过程

2019 年 1 月 1 日，酷得少年、思维造物有限、英雄金控及张泉灵签署《酷得少年（天津）文化传播有限公司之增资协议》，约定由张泉灵以人民币 37.0367 万元的价格认购酷得少年新增注册资本人民币 37.0367 万元。

2019 年 3 月 22 日，思维造物有限董事会作出决议，同意酷得少年为发展需要引入张泉灵，实施股权激励（即通过年少得酷授予张泉灵对应酷得少年 5%股权权益的激励份额，该等激励于 2019 年 5 月实施），并引入乾刚投资等新投资人。

2019 年 3 月 26 日，思维造物有限、英雄金控、年少得酷、张泉灵、上海檀英投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“上海檀英”）、乾刚投资、共青城紫牛成长投资管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“紫牛成长”）和酷得少年签署《关于酷得少年（天津）文化传播有限公司之修订并重述的股东协议》和《关于酷得少年（天津）文化传播有限公司之增资协议》，约定上海檀英以人民币 4,700 万元认购酷得少年新增注册资本 15.8249 万元，乾刚投资以人民币 300 万元认购酷得少年新增注册资本 1.01 万元，紫牛

成长以人民币 1,000 万元认购酷得少年新增注册资本 3.367 万元。

2019 年 3 月 26 日，酷得少年股东会做出决议，同意酷得少年注册资本增加至 168.3486 万元人民币，新增的 57.2386 万元注册资本中，由张泉灵认缴 37.0367 万元，上海檀英认缴 15.8249 万元，乾刚投资认缴 1.01 万元，紫牛成长认缴 3.367 万元；并同意酷得少年成立新一届董事会，由张泉灵、池书进、邓鑫鑫、吴旦、叶春燕 5 名董事组成，张泉灵担任董事长。

2019 年 3 月 28 日，酷得少年上述增资所涉工商变更登记办理完成。

此次增资完成后，酷得少年的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	发行人	76.6700	45.54%
2	张泉灵	37.0367	22.00%
3	英雄金控	20.0000	11.88%
4	上海檀英	15.8249	9.40%
5	年少得酷	14.4400	8.58%
6	紫牛成长	3.3670	2.00%
7	乾刚投资	1.0100	0.60%
合计		168.3486	100.00%

此次增资中，酷得少年新引进股东之间及其与发行人的关联关系如下：

序号	新股东	出资比例	关联关系
1	年少得酷	8.58%	此次增资完成后，发行人全资子公司思维投资管理作为有限合伙人持有其约 69.22%财产份额；根据相关决议，思维投资管理所持财产份额将用于酷得少年的股权激励，实际属于酷得少年的激励对象，思维投资管理并不享有相关财产份额的处置或分配权、收益权，该等财产份额的分配权由酷得少年董事会享有并行使
2	张泉灵	22.00%	发行人参股的紫牛基金的执行事务合伙人天津紫牛基业企业管理咨询合伙企业（有限合伙）由张泉灵独资的天津紫牛资产管理有限公司任执行事务合伙人
3	紫牛成长	2.00%	张泉灵为其执行事务合伙人的控股股东，并为其执行事务合伙人委派代表
4	上海檀英	9.40%	上海檀英与发行人股东上海乐进（持有发行人 4.2357%的股份）、发行人股东乾刚投资（持有发行人 0.8471%的股份）为同一实际控制人控制下的企业
5	乾刚投资	0.60%	

酷得少年新一届董事会由 5 名董事构成，其中，池书进、邓鑫鑫为发行人委派董事，其余 3 名董事由张泉灵或其他投资人委派。

张泉灵入股酷得少年并任董事长一职后，酷得少年的日常业务经营决策权已由张泉灵及其带领的团队实际享有，发行人不再参与酷得少年的日常业务经营。

2019年10月，酷得少年完成了新一轮外部融资，发行人在酷得少年的持股比例进一步下降至34.59%。

（2）本次重组对发行人业务、管理层、实际控制人及经营业绩的具体影响

酷得少年与发行人相互独立，且与发行人之间业务差异性较大，此次重组未对发行人的管理层、实际控制人造成实质性影响。具体财务影响详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、发行人报告期内重大资产业务重组或股权收购合并必要性与基本情况，对发行人生产经营战略、报告期及未来期间经营成果和财务状况的影响”之“（二）重组对发行人生产经营战略、报告期及未来期间经营成果和财务状况的影响”之“1、2019年4月，酷得少年不再纳入合并报表”。

2、2019年8月，发行人间接收购优视米100%股权

（1）资产收购过程

发行人于2019年8月30日完成收购优众赢、银杏未来全部财产份额的工商变更登记，使其成为发行人全资持有的合伙企业，进而优众赢、银杏未来的全资子公司优视米成为发行人间接持股的全资子公司。具体情况如下：

优视米成立于2007年5月10日，截至被公司收购前，优视米的注册资本为1,136.56万元，优众赢持有其80%的股权，银杏未来持有其20%的股权。

2019年7月18日，思维造物第一届董事会第二次会议审议通过《关于收购北京优视米网络科技有限公司的议案》，同意购买优众赢、银杏未来全部财产份额。2019年8月7日，思维造物、思维投资管理与优众赢、银杏未来的全体合伙人（王利芬、史玉柱、柳传志、耿耀华、刘伟强）签署《关于北京优众赢科技发展中心（有限合伙）、北京银杏未来科技发展中心（有限合伙）之财产份额收购协议》，约定思维造物及思维造物投资管理收购优视米股东优众赢和银杏未来的全部财产份额，合同总价6,249.218848万元。2019年8月30日，前述收购所涉工商变更登记完成，优众赢、银杏未来取得换发的《营业执照》。

优视米的主营业务为在线上知识服务相关音视频内容的播出和运营，其具体信息请

见本节之“五、发行人控股子公司、参股公司的基本情况”之“（一）发行人全资子公司、下属合伙企业基本情况”之“9、优视米”。优众赢、银杏未来为优视米的股东，其具体信息请见本节之“五、发行人控股子公司、参股公司的基本情况”之“（一）发行人全资子公司、下属合伙企业基本情况”之“7、优众赢”和“8、银杏未来”。

此次交易对价为人民币 6,249.218848 万元，截至本招股说明书签署之日，前述对价已全部支付，收购协议项下各方关于收购交易相关义务已履行完毕。此次交易对方中柳传志为发行人股东造物家的有限合伙人，持有造物家 9.09% 的出资额。除此之外，此次交易对方与发行人不存在其他关联关系。

（2）本次重组对发行人业务、管理层、实际控制人及经营业绩的具体影响

本次重组主要为发行人业务扩展需要，对公司长期持续发展起到积极促进作用，未对发行人的管理层、实际控制人及经营业绩造成实质性影响。

（五）发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

截至本招股说明书签署之日，发行人未在其他证券市场上市或挂牌。

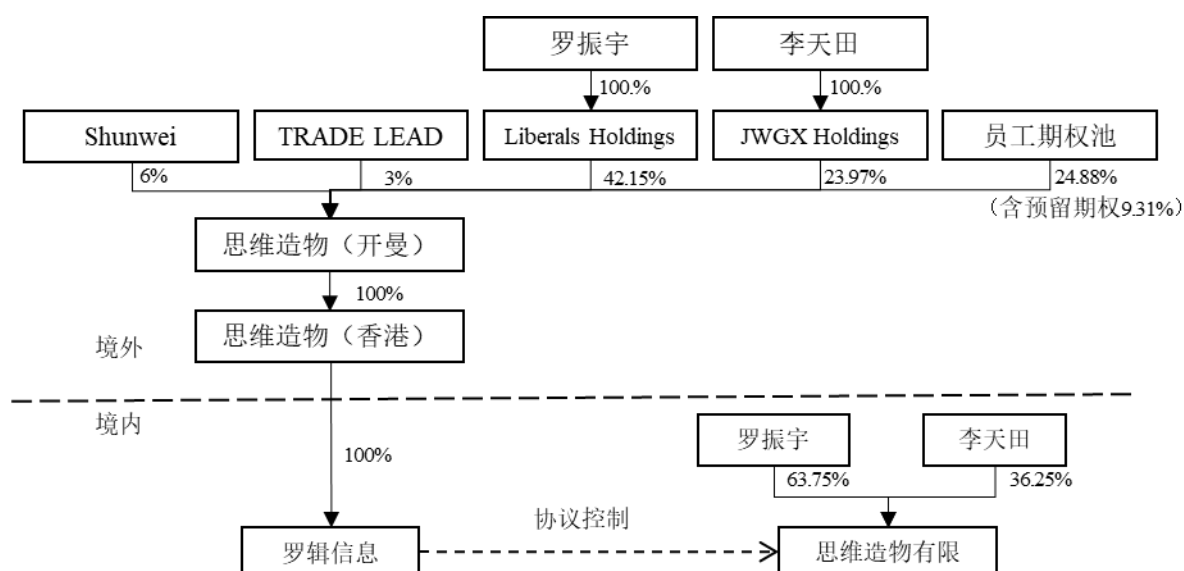
三、发行人搭建境外红筹 VIE 结构及终止过程

（一）搭建红筹架构基本情况

1、红筹架构拆除之前思维造物（开曼）的股权及权益架构

2014 年 12 月，为进行境外融资，思维造物有限开始搭建红筹架构。红筹架构搭建前，思维造物有限的股东为罗振宇、李天田，二人分别持有思维造物有限 63.75%、36.25% 的股权。

截至 2015 年 7 月红筹架构拆除之前，公司红筹架构有关的股权及权益架构如下图所示：



2、红筹架构的搭建过程

（1）2014 年 8 月设立创始人 BVI 持股公司

2014 年 8 月 22 日，罗振宇 100% 控股的 BVI 公司 Liberals Holdings 成立；同日，李天田 100% 控股的 BVI 公司 JWGX Holdings 成立。

根据国家外汇管理局北京分局（外汇管理部）出具的《境内居民个人境外投资外汇登记表》，罗振宇、李天田均已于 2014 年 11 月 24 日办理了境外投资外汇初始登记。

（2）2014 年 9 月设立思维造物（开曼）

思维造物（开曼）成立于 2014 年 9 月 1 日，设立时，思维造物（开曼）向 N.D. Nominees Ltd.（注册代理机构）发行了 1 股普通股，每股面值 0.001 美元；同日，N.D. Nominees Ltd. 将其所持 1 股普通股转让给 Liberals Holdings，且思维造物（开曼）分别向 Liberals Holdings 和 JWGX Holdings 发行 6,374,999 股普通股和 3,625,000 股普通股，每股面值 0.001 美元。该等股权转让及新股发行完成后，思维造物（开曼）的股权结构如下：

序号	股东名称	股份类型	股份数（股）	持股比例（%）
1	Liberals Holdings	普通股	6,375,000	63.75
2	JWGX Holdings	普通股	3,625,000	36.25
总计			10,000,000	100

（3）2014 年 9 月设立思维造物（香港）

2014 年 9 月 18 日，思维造物（开曼）在香港设立思维造物（香港），思维造物（香港）共发行 1 股普通股，由思维造物（开曼）持有。

（4）2015 年 1 月设立罗辑信息

2015 年 1 月 9 日，思维造物（香港）在北京出资设立返程投资企业罗辑信息，注册资本为 100 万美元。

（5）2015 年 1 月，罗辑信息与思维造物有限签署 VIE 控制协议

2015 年 1 月 20 日，罗辑信息与思维造物有限及其全体股东罗振宇、李天田签署了红筹架构下的相关控制协议，具体情况如下：

协议名称	签署主体	主要内容
《独家咨询与服务协议》	罗辑信息与思维造物有限	思维造物有限委托罗辑信息作为其独家服务提供者，为其提供独家技术支持和咨询服务，该协议项下的服务有排他性，未经罗辑信息事先书面同意，思维造物有限不得接受其他第三方提供的类似服务；为此，思维造物有限应向罗辑信息支付不少于其税后净利润的 90%的款项作为服务费。
《独家购买权协议》	罗辑信息与思维造物有限及其股东罗振宇、李天田	罗振宇、李天田共同向罗辑信息授予一项不可撤销的期权，罗辑信息有权一次或多次要求罗振宇和李天田向罗辑信息或其指定的实体或个人转让思维造物有限全部股权和资产。
《股东表决权委托协议》	罗辑信息与思维造物有限及其股东罗振宇、李天田	罗振宇、李天田将应罗辑信息的要求签署授权委托书，授权罗辑信息指定的个人行使其各自作为思维造物有限股东所享有的表决权等股东权利。
《股权质押协议》	罗辑信息与思维造物有限及其股东罗振宇和李天田	罗振宇和李天田同意将其各自持有的思维造物有限的股权质押给罗辑信息，为履行与罗辑信息签署的《独家咨询与服务协议》《独家购买权协议》以及《股东表决权委托协议》项下的合同义务及债务偿还提供质押担保。

3、红筹架构搭建后思维造物（开曼）的权益变动情况

截至决议解除红筹架构前，思维造物（开曼）境外层面股东的权益经历了一次变动，即 2015 年 1 月境外投资人认购思维造物（开曼）的 A 序列优先股（以下简称“A 轮融资”）。

2014 年 12 月 10 日，思维造物（开曼）董事会及股东会分别作出决议，同意思维造物（开曼）与境外投资人签署《A 序列优先股认购协议》（SERIES A PREFERRED SHARE PURCHASE AGREEMENT）。2015 年 1 月 20 日，思维造物（开曼）董事会及股东会分别作出决议，同意思维造物（开曼）增发 A 序列优先股，同时批准同意其他交易文件、投资人董事委派等相关事项。境外投资人认购 A 序列优先股的具体信息如下：

序号	投资人名称	认购股份类型	认购股份数（股）	认购对价（美元）
1	Shunwei	A-1 序列优先股	907,441	1,961,007
2	TRADE LEAD	A-2 序列优先股	453,721	1,470,755
总计			1,361,162	3,431,762

经过上述变动后，截至 2015 年 5 月，思维造物（开曼）的已发行股权结构如下：

序号	股东名称	股份类型	股份数（股）	持股比例（%）
1	Liberals Holdings	普通股	6,375,000	56.11
2	JWGX Holdings	普通股	3,625,000	31.91
3	Shunwei	A-1 序列优先股	907,441	7.99
4	TRADE LEAD	A-2 序列优先股	453,721	3.99
总计			11,361,162	100.00

4、思维造物（开曼）的期权安排

2014 年 11 月 30 日思维造物（开曼）董事会作出决议，并在与境外投资人于 2014 年 12 月 10 日签署的《A 序列优先股认购协议》中约定，各方同意在有相应预留股权时即授予吴声 574,713 股期权、授予邓鑫鑫 919,540 股期权，行权价为每股普通股的票面价值 0.001 美元。

2015 年 1 月思维造物（开曼）A 轮融资完成后，吴声未再为公司提供服务。2015 年 6 月，吴声同意按照 1,500 万元的对价将其持有的思维造物（开曼）574,713 股期权转让予罗振宇。各方已就此事项达成一致合意，思维造物（开曼）A 轮融资完成前原授予吴声的期权，吴声已于 2015 年 6 月转让给罗振宇。

红筹架构拆除前，根据各方同意的红筹架构拆除方案，思维造物（开曼）于 2015 年 7 月 15 日召开董事会会议，决议授予罗振宇 860,556 股普通股期权。至此，罗振宇持有的思维造物（开曼）期权共计 1,435,269 股。

截至红筹架构拆除前，思维造物（开曼）已授予的期权数为 2,354,809 股，期权持有人为罗振宇及邓鑫鑫；剩余预留期权 1,408,046 股。思维造物（开曼）、罗振宇、邓鑫鑫同意将境外期权权益平移至境内行权，终止境外期权。根据境外法律意见及吴声、罗振宇、邓鑫鑫的确认，思维造物（开曼）境外期权的授予、转让及终止不存在违反公司章程或其适用的开曼法律法规的情况，且相关期权的授予、转让及终止不存在争议或纠纷。

截至红筹架构拆除前，思维造物（开曼）的期权结构如下：

序号	授予对象	授予（股）	变化	权益份数（股）
1	邓鑫鑫	919,540	-	919,540
2	吴声	574,713	全部转让给罗振宇	-
3	罗振宇	860,556	受让吴声的 574,713 股	1,435,269
4	预留期权	-	-	1,408,046
总计				3,762,855

截至红筹架构拆除前，思维造物（开曼）的股权结构如下表所示：

序号	主体名称	股份类型	股份数（股）	持股比例
1	Liberals Holdings	普通股	6,375,000	42.15%
2	JWGX Holdings	普通股	3,625,000	23.97%
3	Shunwei	A-1 系列优先股	907,441	6.00%
4	TRADE LEAD	A-2 系列优先股	453,721	3.00%
5	罗振宇	普通股期权	1,435,269	9.49%
6	邓鑫鑫	普通股期权	919,540	6.08%
7	预留期权	普通股期权	1,408,046	9.31%
总计			15,124,017	100%

（二）红筹架构拆除有关的境内外重组

1、境内权益落地前思维造物（开曼）股权结构调整

2015 年 7 月 27 日，思维造物（开曼）董事会、股东会分别作出决议，同意思维造物（开曼）红筹架构解除相关事宜。

2015 年 7 月 27 日，思维造物（开曼）董事会和股东会分别作出决议，同意回购 Shunwei 和 TRADE LEAD 所持股份；同日，思维造物有限、罗辑信息、思维造物（香港）、思维造物（开曼）与 Shunwei 和 TRADE LEAD 共同签署股权《回购协议》（Share Repurchase Agreement），约定思维造物（开曼）按照境外投资人各自的初始投资价格回购 Shunwei 和 TRADE LEAD 持有的思维造物（开曼）股份。具体回购情况如下：

序号	股东	回购股份数（股）	回购对价（美元）
1	Shunwei	907,441	1,961,007
2	TRADE LEAD	453,721	1,470,755
总计		1,361,162	3,431,762

此次回购完成后，思维造物（开曼）的股权结构如下：

序号	股东	股份类型	股份数（股）	持股比例（%）
1	Liberals Holdings	普通股	6,375,000	63.75
2	JWGX Holdings	普通股	3,625,000	36.25
总计			10,000,000	100.00

2、境内公司层面的权益落地

（1）2015 年 7 月，罗振宇、杰黄罡增资思维造物有限

思维造物有限于 2015 年 7 月 27 日作出股东会决议，同意罗振宇按照 1 元/注册资本的价格对公司增资 25.84 万元，该次增资系为罗振宇在境外所持 860,556 股期权权益平移至境内行权；同时，同意杰黄罡按照 1 元/注册资本的价格对公司增资 87.1 万元，该次增资系其他境外期权权益部分落地境内。

2015 年 6 月 3 日，罗振宇与李天田签署《北京杰黄罡信息技术合伙企业（有限合伙）合伙协议》，共同出资设立杰黄罡。2015 年 6 月 11 日，罗振宇与邓鑫鑫签署《财产份额代持协议》，约定邓鑫鑫将其持有的杰黄罡 31.6760%财产份额（对应杰黄罡财产份额 3.167604 万元）委托罗振宇代为持有。根据双方沟通，该等财产份额对应出资由罗振宇支付。

2015 年 7 月 27 日，杰黄罡增资思维造物有限时，杰黄罡的合伙人为罗振宇、李天田、邓鑫鑫，其中，罗振宇作为有限合伙人持有杰黄罡 99%的权益份额（包括代邓鑫鑫持有的杰黄罡 31.6760%的权益份额），李天田作为普通合伙人持有杰黄罡 1%的权益份额。根据公司、罗振宇、邓鑫鑫及李天田出具的说明，此次红筹架构拆除时，考虑到公司激励安排，邓鑫鑫享有的境外期权（对应思维造物（开曼）6.08%的权益）平移至境内行权，即杰黄罡中 31.6760%的权益份额，并由罗振宇代为持有；考虑到境外期权来源于创始人罗振宇、李天田的同比例稀释及创始人之间达成的合意，其他境外期权权益平移至境内并归属于罗振宇、李天田，具体为，由罗振宇通过杰黄罡间接享有公司 12.92%股权的权益（包括其受让自吴声所持境外期权对应的 3.80%公司权益），由李天田通过杰黄罡间接享有公司 0.19%股权的权益。

（2）2015 年 8 月，境外投资人指定主体增资思维造物有限

思维造物有限股东会于 2015 年 8 月 10 日作出决议，同意拉萨顺盈及北京合一对思维造物有限进行增资，拉萨顺盈以人民币 1,199.2342 万元认缴思维造物有限人民币

27.2268 万元新增注册资本，北京合一以人民币 899.4255 万元认缴思维造物有限人民币 13.6134 万元新增注册资本。

此次增资完成后，思维造物有限的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	罗振宇	217.0900	47.84
2	李天田	108.7500	23.97
3	杰黄罡	87.1000	19.19
4	拉萨顺盈	27.2268	6.00
5	北京合一	13.6134	3.00
合计		453.7802	100.00

3、控制协议的解除

2015 年 7 月 27 日，基于思维造物（开曼）关于同意重组方案的相关决议；思维造物（香港）、罗辑信息的股东和执行董事分别决定同意签署 VIE 控制协议的解除协议；思维造物有限的董事会作出决议，同意签署 VIE 控制协议的解除协议。

同日，有关各方签署了关于 VIE 控制协议的解除协议，具体如下：

序号	协议名称	签署方	主要内容
1	《<独家咨询与服务协议>之解除协议》	思维造物有限与罗辑信息	(1) 各方签署的 VIE 控制协议自拉萨顺盈和北京合一成为思维造物有限工商登记的股东后终止，各方均不再履行该等协议项下的任何义务，亦均不再享受该协议项下的任何权利；(2) 各方均不存在需要承担任何违反 VIE 控制协议而导致的责任的情形，亦同意放弃 VIE 控制协议项下的任何权利要求，包括但不限于寻求诉讼、仲裁的权利。
2	《<独家购买权协议>之解除协议》	思维造物有限、罗辑信息与李天田、罗振宇	
3	《<股东表决权委托协议>之解除协议》	思维造物有限、罗辑信息与李天田、罗振宇	
4	《<股权质押协议>之解除协议》	思维造物有限、罗辑信息与李天田、罗振宇	

2015 年 8 月，境外投资人指定主体增资并持股思维造物有限后，前述 VIE 控制协议终止。

4、相关主体的注销

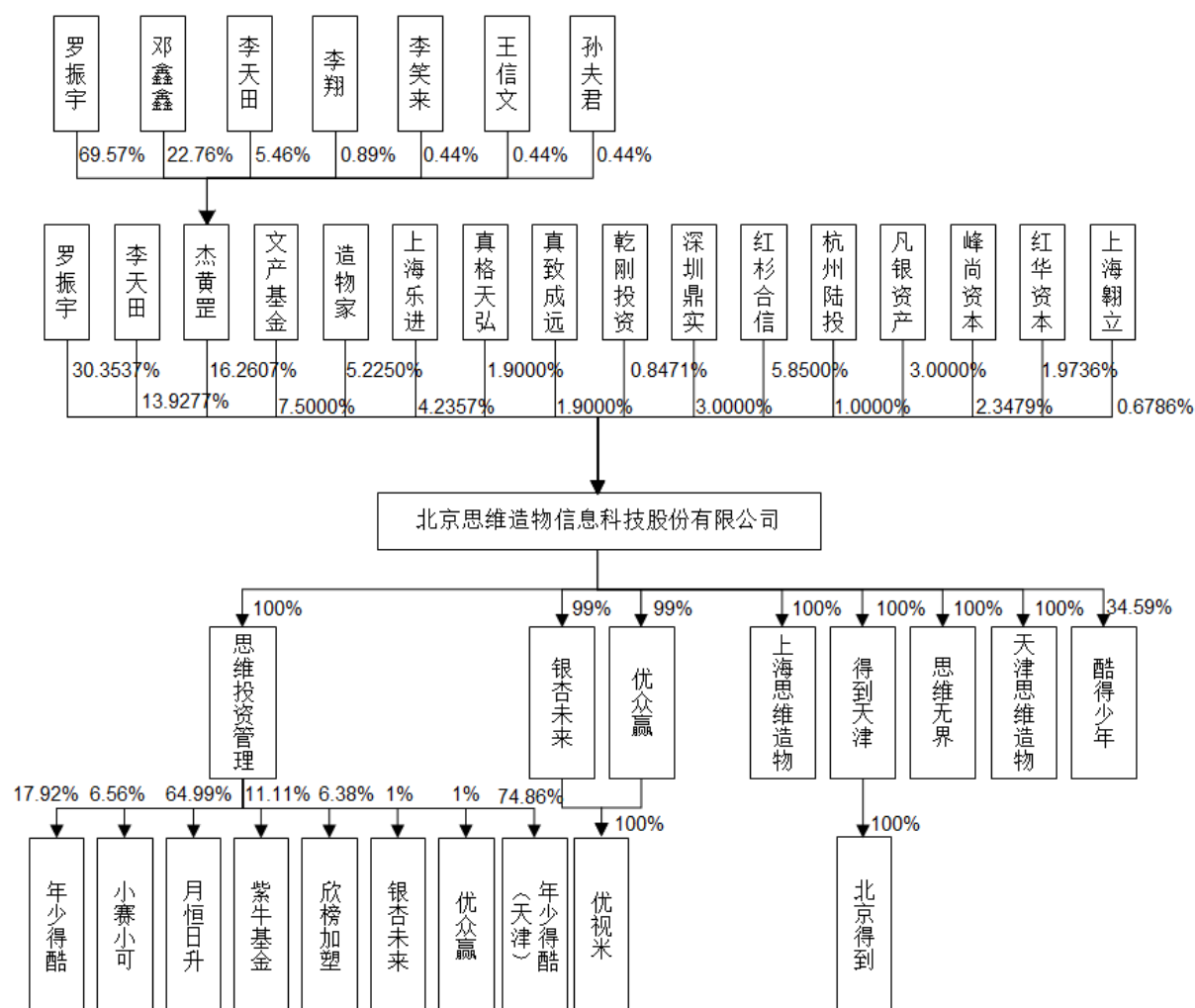
罗辑信息已于 2016 年 12 月 23 日取得北京市工商局朝阳分局出具的《外商投资企业注销登记证明》，完成注销手续。思维造物（香港）已于 2018 年 6 月 29 日取得香港公司注册处的注销通知，完成解散注销手续。

根据境外法律意见以及 2020 年 5 月 4 日开曼群岛公司注册处出具的证书，思维造物(开曼)于 2020 年 7 月 29 日注销。Liberals Holdings 和 JWGX Holdings 正在注销中。

四、发行人股权结构和组织结构图

（一）发行人的股权结构

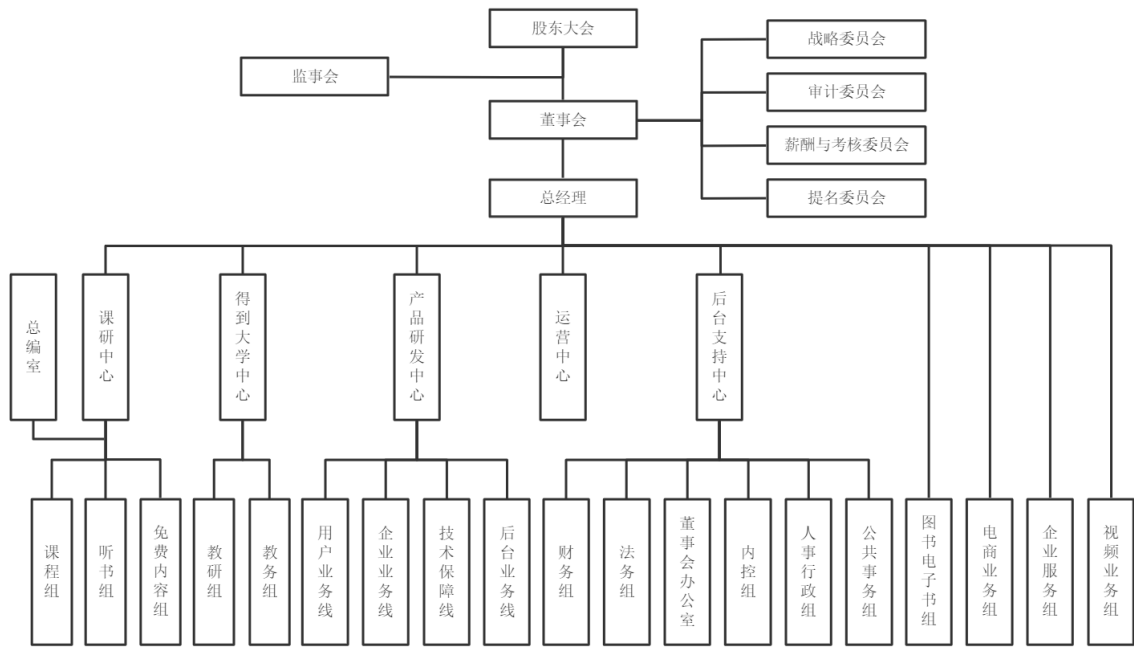
截至本招股说明书签署之日，本公司的股权结构如下图所示：



（二）发行人内部组织结构图

股东大会为本公司的权力机构；董事会对股东大会负责，下设战略委员会、审计委员会、提名和薪酬委员会；总经理对董事会负责，下设公司具体职能部门。监事会是公司的监督机构，对公司董事、高级管理人员行使监督职能。

公司内部组织结构如下所示:



五、发行人控股子公司、参股公司的基本情况

（一）发行人全资子公司、下属合伙企业基本情况

截至本招股说明书签署之日，发行人共有 9 家全资子公司或下属合伙企业，1 家公司，具体情况如下：

序号	下属企业名称	类型	持股比例	注册地
1	思维投资管理	全资子公司	100%	北京
2	得到天津	全资子公司	100%	天津
3	思维无界	全资子公司	100%	天津
4	天津思维造物	全资子公司	100%	天津
5	上海思维造物	全资子公司	100%	上海
6	优众赢	下属合伙企业	发行人持有 99% 的 出资、思维投资管理 持有 1% 的出资	北京
7	银杏未来	下属合伙企业	发行人持有 99% 的 出资、思维投资管理 持有 1% 的出资	北京
8	优视米	间接全资子公司	优众赢持股 80%、银 杏未来持股 20%	北京
9	北京得到	间接全资子公司	得到天津持股 100%	北京
10	得到天津北京分公司	分公司	-	北京

1、思维投资管理

截至本招股说明书签署之日，思维投资管理的基本情况如下：

公司名称	北京思维造物投资管理有限公司		
成立时间	2015 年 11 月 30 日		
注册资本	11,000 万元		
实收资本	11,000 万元		
注册地	北京市朝阳区建国门外郎家园 10 号 49 号楼 4 层 449		
主要生产经营地	北京市朝阳区建国路 89 号华贸 20 号商务楼 1 层、2 层		
股东构成及控制情况	发行人 100%持股		
主营业务	股权投资业务		
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务不相关		
主要财务数据（经容诚审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	11,272.40	11,254.69	1.88
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	11,274.81	11,252.81	2.25

2、北京得到

截至本招股说明书签署之日，北京得到的基本情况如下：

公司名称	北京得到信息科技有限公司		
成立时间	2015 年 12 月 18 日		
注册资本	1,000 万元		
实收资本	1,000 万元		
注册地	北京市朝阳区建国路 89 号院 2 号楼 1 层 106 东 1		
主要生产经营地	北京市朝阳区建国路 89 号华贸 20 号商务楼 1 层、2 层		
股东构成及控制情况	得到天津 100%持股		
主营业务	“得到”App 的研发，线上知识产品的生产，知识春晚等的招商运营活动		
与发行人主营业务的关系	为发行人线上知识服务业务的研发及生产主体、线下部分活动的运营主体		
主要财务数据（经容诚审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	4,331.41	1,181.06	328.11
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	3,600.38	852.95	-91.65

3、得到天津

截至本招股说明书签署之日，得到天津的基本情况如下：

公司名称	得到（天津）文化传播有限公司		
成立时间	2016 年 5 月 10 日		
注册资本	200 万元		
实收资本	200 万元		
注册地	天津市滨海新区中新天津生态城动漫中路 482 号创智大厦 332 室		
主要生产经营地	北京市朝阳区建国路 89 号华贸 20 号商务楼 1 层、2 层		
股东构成及控制情况	发行人 100%持股		
主营业务	线上知识服务相关音视频内容的制作，线下跨年演讲内容的制作		
与发行人主营业务的关系	为发行人线上知识服务、线下跨年演讲的运营主体		
主要财务数据（经容诚审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	45,298.90	7,351.13	986.85
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	40,448.72	9,329.74	6,966.62

截至本招股说明书签署之日，得到天津下设一家位于北京的分支机构，即得到天津北京分公司。得到天津北京分公司成立于 2018 年 1 月 22 日，注册地址为北京市朝阳区建国路 89 号院 2 号楼 1 层 106 东 2。

4、思维无界

截至本招股说明书签署之日，思维无界的基本情况如下：

公司名称	思维无界（天津）信息科技有限公司		
成立时间	2016 年 5 月 10 日		
注册资本	200 万元		
实收资本	200 万元		
注册地	天津市滨海新区中新天津生态城动漫中路 482 号创智大厦 432 室		
主要生产经营地	北京市朝阳区建国路 89 号华贸 20 号商务楼 1 层、2 层		
股东构成及控制情况	发行人 100%持股		
主营业务	线下课程等的组织、运营，线下跨年演讲的主要承办商		
与发行人主营业务的关系	为发行人线下业务中线下课程的运营主体、线下跨年演讲的承办主体		
主要财务数据（经容诚审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	3,802.97	1,713.84	229.77
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	5,247.24	1,484.07	461.13

5、天津思维造物

截至本招股说明书签署之日，天津思维造物的基本情况如下：

公司名称	天津思维造物文化传播有限公司		
成立时间	2018 年 4 月 28 日		
注册资本	3,000 万元		
实收资本	3,000 万元		
注册地	天津生态城国家动漫园文三路 105 号读者新媒体大厦第三层办公室 A 区 311 房间（TG 第 615 号）		
主要生产经营地	北京市朝阳区建国路 89 号华贸 20 号商务楼 2 层		
股东构成及控制情况	发行人 100%持股		
主营业务	《知识就是力量》视频制作		
与发行人主营业务的关系	为发行人知识视频业务的运营主体		
主要财务数据（经容诚审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	5,002.42	5,000.33	39.75
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	4,960.63	4,960.58	164.27

6、上海思维造物

截至本招股说明书签署之日，上海思维造物的基本情况如下：

公司名称	上海思维造物信息技术有限公司		
成立时间	2019 年 10 月 15 日		
注册资本	500 万元		
实收资本	500 万元		
注册地	上海市长宁区协和路 1158 号 217-27 室		
主要生产经营地	上海市长宁区协和路 1158 号 217-27 室		
股东构成及控制情况	发行人 100%持股		
主营业务	“得到大学”上海地区业务		
与发行人主营业务的关系	为发行人线下业务中得到大学上海校区的运营主体		
主要财务数据（经容诚审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	136.57	104.92	4.98
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	101.71	99.94	-0.06

7、优众赢

优众赢于 2017 年 12 月设立，并于 2019 年被发行人收购。截至本招股说明书签署之日，优众赢的基本情况如下：

企业名称	北京优众赢科技发展中心（有限合伙）
成立时间	2017 年 12 月 8 日

总出资额	10 万元		
实缴出资额	10 万元		
注册地	北京市朝阳区望京东园一区 120 号楼-2 至 6 层 101 号一层 1FA107		
主要生产经营地	北京市朝阳区望京东园一区 120 号楼-2 至 6 层 101 号一层 1FA107		
合伙人构成及控制情况	发行人全资（思维投资管理认缴 0.1 万元，持有合伙企业 1%份额，担任执行事务合伙人；发行人认缴 9.9 万元，持有合伙企业 99%份额，作为有限合伙人。）		
主营业务	无		
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务不相关		
主要财务数据（经容诚审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	8.64	8.64	-0.32
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	8.96	8.96	-1.04

8、银杏未来

银杏未来于 2017 年 12 月设立，并于 2019 年被发行人收购。截至本招股说明书签署之日，银杏未来的基本情况如下：

企业名称	北京银杏未来科技发展中心（有限合伙）		
成立时间	2017 年 12 月 4 日		
总出资额	10 万元		
实缴出资额	10 万元		
注册地	北京市朝阳区望京东园一区 120 号楼-2 至 6 层 101 号一层 1FA106		
主要生产经营地	北京市朝阳区望京东园一区 120 号楼-2 至 6 层 101 号一层 1FA106		
合伙人构成及控制情况	发行人全资（思维投资管理认缴 0.1 万元，持有合伙企业 1%份额，担任执行事务合伙人；发行人认缴 9.9 万元，持有合伙企业 99%份额，作为有限合伙人。）		
主营业务	无		
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务不相关		
主要财务数据（经容诚审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	8.69	8.69	-0.32
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	9.01	9.01	-0.99

9、优视米

优视米于 2007 年 5 月设立，并于 2019 年被发行人收购。截至本招股说明书签署之日，优视米的基本情况如下：

公司名称	北京优视米网络科技有限公司

成立时间	2007 年 5 月 10 日		
注册资本	1,136.56 万元		
实收资本	1,136.56 万元		
注册地	北京市海淀区永定河路 26 号 50 幢 01 层 101-96 号		
主要生产经营地	北京市朝阳区建国路 89 号华贸 20 号商务楼 1 层、2 层		
股东构成及控制情况	发行人全资（优众赢持股 80%，银杏未来持股 20%）		
主营业务	线上知识服务相关音视频内容的播出及运营		
与发行人主营业务的关系	为发行人线上知识服务业务的播出平台		
主要财务数据（经容诚审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	154.77	24.84	3.14
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	67.94	21.70	18.72

（二）发行人其他对外投资企业的情况

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有 7 家参股企业，具体情况如下：

1、酷得少年

截至本招股说明书签署之日，酷得少年的基本情况如下：

公司名称	酷得少年（天津）文化传播有限公司
成立时间	2017 年 8 月 14 日
注册地	天津市滨海新区滨海天津生态城海博道畅景公寓 4 号楼一层 109
主要生产经营地	北京市朝阳区高碑店惠河南街 1102 号国粹苑 A 座三层 3069-3099
主营业务	为青少年提供课程学习服务
与发行人主营业务的关系	酷得少年与发行人主营业务方向不同。报告期内，酷得少年与发行人存在相互采购课程的情形，同时发行人为酷得少年提供了课程代销服务。
入股时间	2017 年 8 月 14 日
控股方	无
出资金额	69.5752 万元
持股金额	69.5752 万元
股权结构	发行人持股 34.59%；张泉灵持股 18.42%；天津金控持股 8.11%；年少得酷持股 7.18%；上海檀英持股 8.63%；年少得酷（天津）科技合伙企业（有限合伙）持股 3.53%；年少得酷二期（天津）科技合伙企业（有限合伙）持股 4.40%；共青城紫牛成长投资管理合伙企业（有限合伙）持股 2.20%；乾刚投资持股 0.50%；宁波梅山保税港区汇利道勤投资管理中心（有限合伙）持股 6.99%；珠海光控众盈产业投资基金合伙企业（有限合伙）持股 2.93%；成都峰睿天投创业投资中心（有限合伙）持股 0.50%；昆山峰瑞股权投资中心（有限合伙）持股 0.50%；宁波梅山保税港区睿雪光年投资管理合伙企业（有限合伙）持股 1.52%。

主要财务数据（经容诚审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020年3月31日/2020年1-3月	17,317.87	9,294.95	-830.75
2019年12月31日/2019年度	14,890.74	10,063.87	-4,070.50

报告期内，酷得少年曾为发行人的控股子公司。经过融资后，截至2019年4月，酷得少年已变更为发行人的参股公司。截至本招股说明书签署之日，发行人持有酷得少年34.59%的股权，拥有酷得少年的2名董事席位（酷得少年董事会由7名董事组成），根据酷得少年的公司章程、股东协议以及酷得少年/其股东的确认，发行人无法控制酷得少年股东会及董事会的决策，亦无法控制酷得少年的经营活动。

2、年少得酷

截至本招股说明书签署之日，年少得酷的基本情况如下：

企业名称	宁波梅山保税港区年少得酷投资管理合伙企业（有限合伙）		
成立时间	2017年10月30日		
注册地	浙江省宁波市北仑区梅山七星路88号1幢401室A区B0082		
主要生产经营地	北京市朝阳区高碑店惠河南街1102号国粹苑A座三层3069-3099		
主营业务	酷得少年的持股平台		
投资时间	2017年10月30日		
控股方	曾捷		
出资金额	2.588264万元		
持有合伙份额	2.588264万元		
出资结构	曾捷作为执行事务合伙人，持有出资30.78%；张泉灵作为有限合伙人，持有出资51.30%；思维投资管理作为有限合伙人，持有出资17.92%。		
主要财务数据（未经审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020年3月31日/2020年1-3月	14.46	13.23	0.000014
2019年12月31日/2019年度	14.46	13.23	-0.61

3、欣榜加塑

截至本招股说明书签署之日，欣榜加塑的基本情况如下：

公司名称	上海欣榜加塑网络科技有限公司
成立时间	2016年9月20日
注册地	上海市松江区佘山镇陶干路701号5幢
主要生产经营地	上海市松江区佘山镇陶干路701号5幢
主营业务	股权投资业务

入股时间	2016 年 12 月 19 日		
控股方	上海看榜信息科技有限公司		
出资金额	210 万元		
持股金额	45 万元		
股权结构	上海看榜信息科技有限公司持股 63.83%；拉萨经济技术开发区新展投资中心（有限合伙）持股 10.64%；上海易康丽广告有限公司持股 6.38%；真格天弘持股 6.38%；苏州工业园区高榕成长投资中心（有限合伙）持股 6.38%；思维投资管理持股 6.38%。		
主要财务数据（未经审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	615.22	615.22	-0.98
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	629.65	616.20	-710.20

4、月恒日升

截至本招股说明书签署之日，月恒日升的基本情况如下：

企业名称	宁波梅山保税港区月恒日升投资合伙企业（有限合伙）		
成立时间	2016 年 9 月 9 日		
注册地	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 H0766		
主要生产经营地	北京市朝阳区东方瑞景 1 号楼 2202 室		
主营业务	股权投资业务		
入股时间	2018 年 6 月 8 日		
控股方	宁波梅山保税港区月恒投资管理合伙企业（有限合伙）（执行事务合伙人）		
出资金额	6,500 万元		
持有合伙份额	6,500 万元		
出资结构	宁波梅山保税港区月恒投资管理合伙企业（有限合伙）持股 0.0006%；思维投资管理持股 64.9996%；天津乐浣科技发展有限公司持股 14.9999%；北京五元文化传媒有限公司持股 9.9999%；黄荣荣持股 5%；杨思维持股 5%。		
主要财务数据	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月（未经审计）	10,291.74	9,691.62	0.88
2019 年 12 月 31 日/2019 年度（经深圳市华图会计师事务所审计）	9,540.33	9,539.00	2.76

5、紫牛基金

截至本招股说明书签署之日，紫牛基金的基本情况如下：

企业名称	天津紫牛基金资产管理合伙企业（有限合伙）

成立时间	2015 年 11 月 4 日		
注册地	天津生态城动漫中路 482 号创智大厦 1-103-19		
主要生产经营地	天津生态城动漫中路 482 号创智大厦 1-103-19		
主营业务	股权投资业务		
入股时间	2016 年 9 月 23 日		
控股方	天津紫牛基业企业管理咨询合伙企业（有限合伙）		
出资金额	1,500 万元		
持有合伙份额	1,500 万元		
出资结构	傅盛持股 24.44%；姚劲波持股 11.11%；思维投资管理持股 11.11%；黄旭持股 7.41%；李学凌持股 7.41%；经纬（杭州）创业投资合伙企业（有限合伙）持股 7.41%；衣嘉平持股 7.41%；潍坊嘉影投资中心（有限合伙）持股 7.41%；陈玲持股 3.7%；徐鸣持股 3.7%；苏芒持股 3.7%；肖洁持股 3.7%；天津紫牛基业企业管理咨询合伙企业（有限合伙）持股 1.49%。		
主要财务数据	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月（未经审计）	12,943.52	12,097.66	0.02
2019 年 12 月 31 日/2019 年度（经北京尚易国际会计师事务所审计）	12,943.59	12,443.59	-346.41

6、小赛小可

截至本招股说明书签署之日，小赛小可的基本情况如下：

公司名称	北京小赛小可教育科技有限公司		
成立时间	2014 年 7 月 11 日		
注册地	北京市朝阳区光华路 2 号 4 号楼 9 层 1002		
主要生产经营地	北京市朝阳区光华路 2 号 4 号楼 9 层 1002		
主营业务	为少儿提供素质教育相关服务		
入股时间	2015 年 12 月 11 日		
控股方	邓瑾、赵凌		
出资金额	225 万元		
持股金额	16.2162 万元		
股权结构	邓瑾持股 29.53%；赵凌持股 25.22%；北京小博小雅管理顾问中心（有限合伙）持股 10%；北京协同创新京福投资基金（有限合伙）持股 9%；王海波持股 8.09%；卢志文持股 8.09%；思维投资管理持股 6.56%；张帆持股 2.5%；张晓丽持股 1%。		
主要财务数据（未经审计）	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月	1,547.29	-75.87	-217.02

2019年12月31日/2019年度	1,582.07	141.15	-852.90

7、年少得酷（天津）

截至本招股说明书签署之日，年少得酷（天津）的基本情况如下：

企业名称	年少得酷（天津）科技合伙企业（有限合伙）
成立时间	2019年9月25日
注册地	天津市滨海新区滨海天津生态城海博道畅景公寓4号楼一层111(天津易诚商务秘书服务有限公司托管第275号)
主要生产经营地	北京市朝阳区高碑店惠河南街1102号国粹苑A座三层3069-3099
主营业务	酷得少年的持股平台
入股时间	2019年9月25日
控股方	曾捷（执行事务合伙人）
出资金额	5.3110万元
持有合伙份额	5.3110万元
出资结构	思维投资管理持有出资74.8576%；张泉灵持有出资25.0677%；曾捷持有出资0.0747%。

（三）报告期内注销或转让的子公司基本情况

报告期内，公司注销的子公司为北京帮我又一课科技有限公司（以下简称“帮我又一课”），无对外转让子公司股权情况。

帮我又一课的基本情况如下：

公司名称	北京帮我又一课科技有限公司
注册资本	100万元人民币
成立日期	2014年08月01日
注销时间	2018年11月13日
注册地址	北京市朝阳区大屯路222号院2号楼6层601
股东构成及控制情况	思维造物有限100%持股
法定代表人	邓鑫鑫
主营业务	活动策划

帮我又一课在存续期间未受到行政处罚，不存在重大违法违规行为。

六、实际控制人、控股股东及持有发行人 5%以上股份的其他主要股东情况

（一）公司控股股东、实际控制人情况

自公司设立以来，公司控股股东、实际控制人为罗振宇先生。截至本招股说明书签署之日，罗振宇先生通过直接及间接方式持有公司共计 46.6144%的表决权。其中，罗振宇先生直接持有发行人 9,106,112 股股份，占公司总股本的 30.3537%，同时通过杰黄罡间接控制发行人 16.2607%的股份。

罗振宇先生（身份证号：4201111973*****12），1973 年生，中国国籍，无境外永久居留权。罗振宇先生简历详见本节之“八、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员基本情况”之“1、董事的简要情况”相关内容。

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人罗振宇先生直接或间接持有的公司股份不存在任何质押或其他有争议的情况。

（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东基本情况

截至本招股说明书签署之日，除控股股东外，持有本公司 5%以上股份的股东为杰黄罡、李天田、文产基金、红杉合信、造物家以及上海乐进、乾刚投资。前述股东的基本情况如下：

1、杰黄罡

杰黄罡系 2015 年 6 月依据中国法律法规设立的有限合伙企业，截至本招股说明书签署之日，持有发行人 4,878,225 股股份，占总股本的 16.2607%。截至本招股说明书签署之日，杰黄罡的基本情况如下：

企业名称	宁波梅山保税港区杰黄罡投资管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91110105344372625Y
出资额	10 万元
合伙期限	2015 年 6 月 11 日至 2065 年 6 月 10 日
执行事务合伙人	罗振宇
住所地	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 B0084
经营范围	投资管理、投资咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（依法须经批准的项目的项

	目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
与发行人主营业务的关系	无

截至本招股说明书签署之日，杰黄罡各出资人出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	罗振宇	普通合伙人	6.956954	69.5695
2	李天田	有限合伙人	0.545858	5.4586
3	邓鑫鑫	有限合伙人	2.275888	22.7589
4	李翔	有限合伙人	0.08852	0.8852
5	李笑来	有限合伙人	0.04426	0.4426
6	王信文	有限合伙人	0.04426	0.4426
7	孙夫君	有限合伙人	0.04426	0.4426
合计			10.0000	100.0000

杰黄罡不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形；其资产未委托基金管理人进行管理，不存在支付基金管理费的情况，亦未受托管理任何私募投资基金，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的需履行备案程序的私募基金。

2、李天田

李天田女士，身份证号码为 3728011979*****4X，1979 年生，中国国籍，无境外永久居留权。截至本招股说明书签署之日，李天田持有发行人 4,178,296 股股份，占总股本的 13.9277%。李天田女士简历详见本节之“八、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员基本情况”之“1、董事的简要情况”相关内容。

3、文产基金

文产基金系 2011 年 9 月依据中国法律法规设立的有限合伙企业，属于已在基金业协会备案的私募基金（编号：SD1443）。截至本招股说明书签署之日，文产基金持有发行人 2,249,998 股股份，占总股本的 7.5000%。截至本招股说明书签署之日，文产基金基本情况如下：

企业名称	中国文化产业投资基金（有限合伙）
统一社会信用代码	91110000582547136X
出资额	410,000 万元 ^注

合伙期限	2011年9月15日至2026年9月14日
执行事务合伙人	文产基金管理
住所地	北京市西城区丰盛胡同24号楼11层1101-06
经营范围	非证券业务的投资、投资管理、咨询。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
与发行人主营业务的关系	无

注：截至本招股说明书签署之日，文产基金出资额所涉工商变更正在办理中。

截至本招股说明书签署之日，文产基金各出资人出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	文产基金管理	普通合伙人	10,000	2.4390
2	中国国际电视总公司	有限合伙人	50,000	12.1951
3	中华人民共和国财政部	有限合伙人	50,000	12.1951
4	中银投资资产管理有限公司	有限合伙人	200,000	48.7805
5	深圳国际文化产业博览交易会有限公司	有限合伙人	100,000	24.3902
合计			410,000	100.0000

注：截至本招股说明书签署之日，文产基金合伙人出资调整所涉工商变更正在办理中。

文产基金管理作为文产基金的执行事务合伙人，已在基金业协会登记为私募投资基金管理人，登记编号为P1004899，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	中银国际控股有限公司	5,100	51.00
2	深圳国际文化产业博览交易会有限公司	2,800	28.00
3	中国国际电视总公司	2,100	21.00
合计		10,000	100.00

中银国际控股有限公司为中国银行股份有限公司的全资子公司。根据《上市公司国有股权监督管理办法》的规定，文产基金不属于国有股东，其所持公司股份性质不属于国有股份。

4、红杉合信

红杉合信系2017年8月依据中国法律法规设立的有限合伙企业，属于已在基金业协会备案的私募基金（编号：SJZ115）。截至本招股说明书签署之日，红杉合信持有发

行人 1,755,000 股股份，占总股本的 5.8500%。截至本招股说明书签署之日，红杉合信的基本情况如下：

企业名称	北京红杉合信管理咨询中心（有限合伙）
统一社会信用代码	91110114MA00GXTE3Q
出资额	38,511.42 万元
合伙期限	2017 年 8 月 7 日至 2029 年 8 月 6 日
执行事务合伙人	红杉坤德（委派周逵为代表）
住所地	北京市昌平区科技园区超前路 37 号院 16 号楼 2 层 B0217
经营范围	经济信息咨询。（不含中介服务）（下期出资时间为 2028 年 07 月 12 日；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
与发行人主营业务的关系	无

截至本招股说明书签署之日，红杉合信各出资人出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
1	红杉坤德	普通合伙人	1.00	0.003
2	北京红杉盛德股权投资中心（有限合伙）	有限合伙人	38,510.42	99.997
合计			38,511.42	100.000

红杉坤德作为红杉合信的执行事务合伙人，已在基金业协会登记为私募投资基金管理人，登记编号为 P1018323。各出资人的出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海桓远	普通合伙人	4,120	41.20
2	宁波梅山保税港区红杉桓畅投资管理有限公司	有限合伙人	5,880	58.80
合计			10,000	100.00

上海桓远作为红杉坤德的执行事务合伙人，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	周逵	970	97
2	富欣	30	3
合计		1,000	100

5、造物家

造物家系 2015 年 6 月依据中国法律法规设立的有限合伙企业，合伙期限至 2065 年 6 月。截至本招股说明书签署之日，持有发行人 1,567,501 股股份，占总股本的 5.2250%。

截至本招股说明书签署之日，造物家的基本情况如下：

企业名称	宁波梅山保税港区造物家投资管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	911101053443726842
出资额	6,600.1 万元
合伙期限	2015 年 6 月 11 日至 2065 年 6 月 10 日
执行事务合伙人	卢佳琪
住所地	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C0695
经营范围	投资管理、投资咨询。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
与发行人主营业务的关系	无

截至本招股说明书签署之日，造物家各出资人出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
1	卢佳琪	普通合伙人	0.1	0.0013
2	邱坚强	有限合伙人	300	4.5454
3	杨伟庆	有限合伙人	36.8382	0.5582
4	田溯宁	有限合伙人	300	4.5454
5	周雷	有限合伙人	300	4.5454
6	傅盛	有限合伙人	300	4.5454
7	杜永波	有限合伙人	300	4.5454
8	江伟强	有限合伙人	300	4.5454
9	张邦鑫	有限合伙人	300	4.5454
10	柳传志	有限合伙人	600	9.0908
11	李佳	有限合伙人	600	9.0907
12	余建军	有限合伙人	300	4.5454
13	朱宁	有限合伙人	300	4.5454
14	卢柏强	有限合伙人	300	4.5454
15	俞敏洪	有限合伙人	300	4.5454
16	郑卫锋	有限合伙人	300	4.5454
17	汪静波	有限合伙人	300	4.5454
18	林利军	有限合伙人	300	4.5454
19	华勇	有限合伙人	300	4.5454
20	李善友	有限合伙人	300	4.5454
21	左磊	有限合伙人	300	4.5454

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
22	梁宁	有限合伙人	178.95	2.7113
23	刘英丹	有限合伙人	84.2118	1.2759
合计			6,600.1	100.0000

造物家不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形；其资产未委托基金管理人进行管理，不存在支付基金管理费的情况，亦未受托管理任何私募投资基金，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的需履行备案程序的私募基金。

6、上海乐进、乾刚投资

上海乐进与乾刚投资为受同一实际控制人控制的两家企业。本次发行前，上海乐进与乾刚投资合计持有公司 5.0828% 股份；其中，上海乐进持有发行人 1,270,724 股股份，占总股本 4.2357%；乾刚投资持有发行人 254,145 股股份，占总股本 0.8471%。

（1）上海乐进

上海乐进的基本情况如下：

企业名称	上海乐进投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91310118342240741X
出资额	517,280.3378 万元
合伙期限	2015 年 7 月 9 日至 2025 年 7 月 8 日
执行事务合伙人	上海正心谷投资管理有限公司（委派林利军为代表）
住所地	上海市青浦区五厍浜路 201 号 5 幢二层 B 区 254 室
经营范围	投资管理，实业投资，财务咨询（不得从事代理记账）。（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）
与发行人主营业务的关系	无

截至本招股说明书签署之日，上海乐进的出资结构如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海正心谷投资管理有限公司	普通合伙人(执行事务合伙人)	100.0000	0.02
2	上海宝璿投资管理有限公司	有限合伙人	139,133.1076	26.90
3	东渡丰汇投资发展集团有限公司	有限合伙人	500.0000	0.10
4	杭州龙山化工有限公司	有限合伙人	109,500.0000	21.17
5	上海建浦投资管理有限公司	有限合伙人	10,000.0000	1.93
6	上海檀竹投资管理合伙企业(有限	有限合伙人	28,304.7384	5.48

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
	合伙)			
7	豪客来投资控股集团有限公司	有限合伙人	15,000.0000	2.90
8	宁波梅山保税港区申沃股权投资合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	10,000.0000	1.93
9	宁波清羽快乐投资合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	10,000.0000	1.93
10	浙江正凯集团有限公司	有限合伙人	10,000.0000	1.93
11	福建光钰投资有限公司	有限合伙人	30,000.0000	5.80
12	上海锦匠投资管理合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	10,000.0000	1.93
13	义乌檀乐投资管理合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	10,000.0000	1.93
14	上海展乐投资合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	40,000.0000	7.74
15	淮安道勤企业管理合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	10,000.0000	1.93
16	浙江致中和实业有限公司	有限合伙人	10,000.0000	1.93
17	上海檀桐投资合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	64,742.4918	12.52
18	上海檀乐投资合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	10,000.0000	1.93
合计			517,280.3378	100.00

上海乐进属于已在基金业协会备案的私募基金（编号：SW4734）。上海盛道投资合伙企业（有限合伙）作为上海乐进的私募基金管理人，已在基金业协会登记，登记编号为 P1063502，其各出资人的出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
1	林利军	普通合伙人（执行事务合伙人）	10	1
2	龚瑞琳	有限合伙人	990	99
合计			1,000	100

（2）乾刚投资

乾刚投资的基本情况如下：

企业名称	上海乾刚投资管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91310118MA1JL7TB4L
出资额	1,801 万元
合伙期限	2016 年 3 月 24 日至 2026 年 3 月 23 日
执行事务合伙人	上海正心谷投资管理有限公司（委派林利军为代表）

住所地	上海市青浦区五厍浜路 201 号 13 幢一层 B 区 147 室
经营范围	投资管理，实业投资。（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）
与发行人主营业务的关系	无

截至本招股说明书签署之日，乾刚投资的出资结构如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海正心谷投资管理有限公司	普通合伙人（执行事务合伙人）	1.00	0.06
2	赵永生	有限合伙人	1,800	99.94
合计			1,801	100.00

乾刚投资属于已在基金业协会备案的私募基金（编号：SM5791）。上海正心谷投资管理有限公司作为乾刚投资的执行事务合伙人，已在基金业协会登记为私募投资基金管理人，登记编号为 P1017489，其股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	林利军	10,000	100.00
合计		10,000	100.00

（三）本次发行前涉及的对赌协议及其解除情况

1、对赌协议的签署情况

根据发行人及其全体股东于 2017 年 9 月 15 日签订的《北京思维造物信息科技有限公司股东协议》（以下简称“《股东协议》”），涉及对赌协议的主要内容如下：

条款	主要约定
第 3.2 条（反摊薄权）	若公司增发新股，或创始股东转让公司股权，若非特定情形，且该等增发新股或转让注册资本的每1元人民币注册资本认购/购买价格低于各轮投资协议项下每1元人民币注册资本的转让价格或认购价格时，则相应该轮投资方有权要求公司以零对价或法律允许的最低价格使其获得公司当次增发新股或采取其他方式，以使得投资人持股的平均价格等于其投资价格和后续融资价格的加权平均价格。如上述反摊薄条款及安排因为中国法律的规定而不可行，则作为替代方案，各投资方有权要求创始股东以如下方式承担公司于前款项下的反稀释义务。经公司股东会批准的员工持股计划下发行的股权，公司根据本协议等有关规定审批通过进行的合格上市中新发行的注册资本（股本），以及投资方根据投资协议获得的股权不受限于本条之反摊薄条款。
第 5.1.2 条（赎回权）	如果发生下述情形时任一投资方仍持有公司股权，则相应投资方有权根据该条的规定，要求公司和/或创始股东购买投资方届时所持有的全部或部分公司股权：若未能在 D 轮交割日及 B 轮交割日起一定时间内递交合格上市申请材料并被证监会受理的；公司被吊销营业执照或被主管机关责令停业；公司创始股东不再拥有公司控制权；公司因未能依法取得主营业务资质而导致公司无法获得上市批准、主营业务停顿或主营业务无法持续经营；
第 6.3 条（终止及恢复条	如公司在境内或境外资本市场完成上市，投资方在本协议项下的权利在公司合格上市时终止。如公司向相关机构提交合格上市申请被驳回、否决或失效，或公司撤回

款)	上市申请，或其他导致公司无法通过该次上市申请实现合格上市的类似情形，则投资方为实现合格上市目的而终止的各项权利全部自动恢复。

2、对赌协议的解除情况

2020年8月，发行人及其全体股东签署《终止协议》，主要内容如下：

条款	主要约定
第1条	各方同意终止标的协议及标的协议第6.3条。各方一致同意，自本协议生效之日起终止标的协议及标的协议第6.3条，各方因标的协议及标的协议第6.3条产生的权利、义务关系自行消灭（但截至本协议生效之日已经履行完毕的事项除外），各方无权再依据标的协议及标的协议第6.3条提出任何权利主张或索赔；任何一方对其他方不再以任何形式就标的协议及标的协议第6.3条的履行追究违约责任。
第3条	为免疑义，股东之间或者公司与股东之间在本协议生效之日前达成或签署的包含有关公司与股东之间及/或股东之间的权利义务的内容且与公司的章程和内部制度相冲突的其他安排或协议，视同标的协议，均应自本协议生效之日起自动终止，并适用本协议的其他条款。
第5条	在下述情形发生之日起，标的协议的全部条款重新溯及生效，并视同该等权利和安排从未失效、被终止或者被放弃：（1）公司在向中国证监会或相关交易所提交首次公开发行股票并上市申请（以下简称“上市申请”）后二十四（24）个月内未实现合格上市；或（2）上市申请未被受理、被撤回、被终止或被否决或批文失效。
第8条	本协议自公司向中国证监会或相关交易所提交首次公开发行股票并上市的申报材料之日起生效。

根据发行人及其控股股东、实际控制人的确认，除上述协议外，发行人及其控股股东、实际控制人与其他股东之间不存在其他对赌协议，亦不存在上市后持续有效的对赌协议。截至发行人向中国证监会或相关交易所提交首次公开发行股票并上市的申报材料之日，发行人及其控股股东、实际控制人与其他股东间不存在现行有效的对赌协议，未对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

七、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本次发行前公司的总股本为30,000,000股，本次拟公开发行不超过10,000,000股人民币普通股（行使超额配售选择权之前），不低于发行后总股本的25%。假设本次发行新股10,000,000股（行使超额配售选择权之前），本公司发行前后股本结构如下表所示：

序号	股东姓名/名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数（股）	持股比例	持股数（股）	持股比例
1	罗振宇	9,106,112	30.3537%	9,106,112	22.7653%
2	李天田	4,178,296	13.9277%	4,178,296	10.4457%

序号	股东姓名/ 名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数（股）	持股比例	持股数（股）	持股比例
3	杰黄罡	4,878,225	16.2607%	4,878,225	12.1955%
4	上海乐进	1,270,724	4.2357%	1,270,724	3.1768%
5	乾刚投资	254,145	0.8471%	254,145	0.6354%
6	造物家	1,567,501	5.2250%	1,567,501	3.9188%
7	文产基金	2,249,998	7.5000%	2,249,998	5.6250%
8	真致成远	570,000	1.9000%	570,000	1.4250%
9	真格天弘	570,000	1.9000%	570,000	1.4250%
10	深圳鼎实	900,000	3.0000%	900,000	2.2500%
11	红杉合信	1,755,000	5.8500%	1,755,000	4.3875%
12	凡银资产	900,000	3.0000%	900,000	2.2500%
13	峰尚资本	704,357	2.3479%	704,357	1.7609%
14	红华资本	592,071	1.9736%	592,071	1.4802%
15	杭州陆投	300,000	1.0000%	300,000	0.7500%
16	上海翱立	203,571	0.6786%	203,571	0.5089%
本次发行流通股		-	-	10,000,000	25.0000%
合计		30,000,000	100.0000%	40,000,000	100.0000%

（二）本次发行前发行人前十大股东情况

截至本招股说明书签署之日，本公司前十名股东如下表所示：

序号	股东名称/姓名	持股数（股）	持股比例
1	罗振宇	9,106,112	30.3537%
2	杰黄罡	4,878,225	16.2607%
3	李天田	4,178,296	13.9277%
4	文产基金	2,249,998	7.5000%
5	红杉合信	1,755,000	5.8500%
6	造物家	1,567,501	5.2250%
7	上海乐进	1,270,724	4.2357%
8	深圳鼎实	900,000	3.0000%
9	凡银资产	900,000	3.0000%
10	峰尚资本	704,357	2.3479%
合计		27,510,213	91.7007%

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署之日，公司 2 名自然人股东持股及在公司的任职情况如下表：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例	在公司担任职务
1	罗振宇	9,106,112	30.3537%	董事长
2	李天田	4,178,296	13.9277%	董事、总经理
合计		13,284,408	44.2814%	-

（四）国有股份

截至本招股说明书签署之日，发行人现有股东中不存在国有股东。

（五）外资股份

截至本招股说明书签署之日，发行人现有股东中不存在外资股东。

（六）发行人最近一年新增股东情况

最近一年发行人不存在新增股东，发行人股本和股权结构未发生变化。

（七）发行人股东中的战略投资者持股情况

截至本招股说明书签署之日，发行人股东中不存在战略投资者持股的情况。

（八）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，公司各股东之间关联关系及持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持股比例	关联关系
1	罗振宇	9,106,112	30.3537%	罗振宇为杰黄罡的执行事务合伙人
2	杰黄罡	4,878,225	16.2607%	
3	上海乐进	1,270,724	4.2357%	为受同一实际控制人控制的两家企业
4	乾刚投资	254,145	0.8471%	
5	李天田	4,178,296	13.9277%	真致成远持有发行人 1.9% 股权；李天田为真致成远有限合伙人之一，并持有其 300 万元出资额，占比 0.76%
6	真致成远	570,000	1.9000%	真致成远的基金管理人的股东之一陈玲，同时为真格天弘的基金管理人的股东之一
7	真格天弘	570,000	1.9000%	
8	凡银资产	900,000	3.0000%	凡银资产的控股股东殷哲，同时为真格天弘上层投资人的股东

八、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员基本情况

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

1、董事的简要情况

发行人董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，董事任期 3 年，任期届满，可连选连任。发行人董事的情况如下：

姓名	职位	任期	提名人
罗振宇	董事长	2019 年 3 月 25 日至 2022 年 3 月 24 日	罗振宇、李天田
李天田	董事	2019 年 3 月 25 日至 2022 年 3 月 24 日	罗振宇、李天田
邓鑫鑫	董事	2019 年 3 月 25 日至 2022 年 3 月 24 日	罗振宇、李天田
池书进	董事	2019 年 3 月 25 日至 2022 年 3 月 24 日	罗振宇、李天田
陈杭	董事	2019 年 3 月 25 日至 2022 年 3 月 24 日	文产基金
刘星	董事	2019 年 3 月 25 日至 2022 年 3 月 24 日	红杉合信
代景春	独立董事	2019 年 3 月 25 日至 2022 年 3 月 24 日	杰黄罡、造物家
王亮亮	独立董事	2019 年 3 月 25 日至 2022 年 3 月 24 日	杰黄罡、造物家
朱海琴	独立董事	2019 年 3 月 25 日至 2022 年 3 月 24 日	杰黄罡、造物家

发行人董事简历如下：

罗振宇先生，1973 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权。1994 年毕业于华中科技大学，获新闻学学士学位；2008 年毕业于中国传媒大学，获新闻学博士学位。1997 年至 2000 年担任北京师范大学教师；2000 年至 2008 年担任中央电视台制片人；2008 年至 2011 年担任中央电视台《第一财经》栏目总策划；2012 年底创办节目《罗辑思维》；2014 年 6 月创办思维造物有限。现任发行人董事长。

李天田女士，1979 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权。高中肄业。2001 年至 2010 年担任北京仁慧特智业咨询有限公司总经理；2010 年至 2014 年担任北京中软研管理咨询有限公司总经理。2014 年 6 月参与发行人设立，现任发行人董事兼总经理。

邓鑫鑫先生，1982 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2005 年毕业于河南师范大学教育技术学专业，本科学历。2006 年至 2007 年担任北京千橡互联科技发展

有限公司主编；2007年至2014年担任北京搜狐新媒体信息技术有限公司副总监。2014年8月加入发行人，现任发行人董事兼副总经理。

池书进先生，1984年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2007年毕业于北京交通大学信息与计算科学专业，本科学历。2007年至2010年担任毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）助理经理；2010年至2014年担任北京弘松投资咨询有限责任公司高级经理；2014年至2017年担任华兴泛亚投资顾问（北京）有限公司副总裁。2017年9月加入发行人，现任发行人董事、董事会秘书兼副总经理。此外，池书进先生自2019年12月至今担任香港联交所上市公司赤子城科技有限公司（股票代码：09911）的独立非执行董事。

陈杭先生，1970年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权。1991年本科毕业于对外经济贸易大学，1999年研究生毕业于中欧国际工商学院。1991年至1998年任职于中国技术进出口集团有限公司；1999年至2011年任职于中银国际证券股份有限公司投资银行部，2010年至2011年担任投资银行部董事总经理；2011年至今担任文产基金管理的总裁。现任发行人董事。

刘星先生，1971年3月出生，中国香港籍。1992年毕业于复旦大学管理学院，1995年毕业于美国雪城大学电脑工程专业，2004年毕业于美国宾夕法尼亚大学沃顿商学院，硕士学历；2007年至今任职于红杉资本中国基金，目前任合伙人。现任发行人董事。

代景春先生，1978年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，中国注册会计师、英国特许公认会计师。2005年至2012年担任毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）经理；2012年至2016年担任中融国际信托有限公司副总经理；现任英大建信投资管理（北京）有限责任公司总经理。现任发行人独立董事。

王亮亮先生，1982年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2007年毕业于中国社会科学院研究生院，获法律硕士学位。2007年至2017年任职于北京市竞天公诚律师事务所；2017年至今任职于北京市竞天公诚律师事务所上海分所，目前任合伙人。现任发行人独立董事。

朱海琴女士，1986年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2008年毕业于北京师范大学金融专业，本科学历。2009年至今任职于云海肴集团，目前任总经理。现任发行人独立董事。

2、监事的简要情况

发行人监事会由 3 名监事组成，其中包括 1 名股东代表监事和 2 名职工代表监事，任期 3 年，任期届满，可连选连任。发行人监事的情况如下：

姓名	职位	任期	提名人
申强	股东代表监事	2019 年 9 月 27 日至 2022 年 3 月 24 日	监事会
李倩	职工代表监事	2019 年 3 月 25 日至 2022 年 3 月 24 日	职工代表大会
张文娟	职工代表监事	2019 年 3 月 25 日至 2022 年 3 月 24 日	职工代表大会

发行人监事简历如下：

申强先生，1981 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2003 年毕业于北京理工大学，获法学学士学位；2005 年毕业于英国雷丁大学，获国际法与欧洲法律研究专业硕士学位。2006 年至 2009 年担任北京市通商（深圳）律师事务所律师；2009 年至 2017 年担任北京市通商律师事务所合伙人。2017 年 12 月加入发行人，现任发行人法务副总裁、监事会主席。

李倩女士，1973 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权。1999 年毕业于北京大学，获中文系硕士学位。1999 年至 2014 年任职于广州日报社，担任主编。2014 年 10 月加入发行人，现任发行人副总裁、监事。

张文娟女士，1984 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2007 年毕业于内蒙古财经大学，获市场营销学学士学位；2009 年毕业于中央财经大学，获企业管理学硕士学位。2010 年至 2015 年担任北京中软研管理咨询有限公司咨询师。2015 年 9 月加入发行人，现任发行人人事行政副总裁、监事。

3、高级管理人员的简要情况

根据《公司章程》，发行人的高级管理人员包括总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监、技术总监¹。发行人现任高级管理人员的情况如下：

姓名	职位	任期
李天田	总经理	2020 年 5 月 21 日至 2022 年 3 月 24 日 ²
邓鑫鑫	副总经理	2019 年 3 月 25 日至 2022 年 3 月 24 日

¹ 公司内部又称首席技术官。

² 2019 年 3 月 25 日至 2020 年 5 月 20 日任副总经理，2020 年 5 月 21 日起任总经理。

姓名	职位	任期
池书进	副总经理、董事会秘书	2019年3月25日至2022年3月24日 ³
胡冰岐	财务总监	2019年3月25日至2022年3月24日
沈仁奎	技术总监（首席技术官）	2019年3月25日至2022年3月24日

发行人高级管理人员简历如下：

李天田女士、邓鑫鑫先生、池书进先生的具体情况参见本节“八、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员基本情况”之“1、董事的简要情况”。

胡冰岐女士，1980年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中国注册会计师、国际注册内部审计师。2002年毕业于对外经济贸易大学，获经济信息管理学学士学位。2003年至2009年担任普华永道中天会计师事务所北京分所审计师、高级审计师、副经理；2014年至2015年担任歌华信德文化贸易中心有限公司财务总监。2015年7月加入发行人，现任发行人副总裁、财务总监。

沈仁奎先生，1984年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2007年毕业于河北经贸大学，获计算机科学与技术专业学士学位。2009年至2013年任职于腾讯科技（北京）有限公司，担任高级工程师；2013年至2015年任职于百度在线网络技术（北京）有限公司，担任技术经理；2015年担任北京见招信息技术有限公司CTO兼联合创始人。2015年11月加入发行人，现任发行人技术总监（首席技术官）。

4、其他核心人员的简要情况

除上述董事、监事和高级管理人员外，发行人无其他核心人员。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员在发行人及其下属企业以外的主要兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	与发行人的关联关系（除本人兼职引起的关系外）
罗振宇	董事长	杰黄罡	执行事务合伙人	发行人的控股股东、实际控制人
		Liberals Holdings	董事	发行人的控股股东、实际控制人罗振宇控制的企业

³ 2019年3月25日至2020年5月20日任董事会秘书，2020年5月21日起任副总经理兼董事会秘书。

姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	与发行人的关联关系（除本人兼职引起的关系外）
李天田	董事、总经理	小赛小可	董事	发行人的联营企业
		JWGX Holdings	董事	直接持股 5%以上的股东李天田控制的企业
邓鑫鑫	董事、副总经理	酷得少年	董事	报告期初至 2019 年 3 月为发行人的控股子公司，2019 年 4 月至今为发行人的参股子公司
		北京酷得少年科技有限公司	监事	报告期初至 2019 年 3 月为发行人的间接控股子公司，2019 年 4 月至今为发行人的间接参股子公司
池书进	董事、董事会秘书兼副总经理	酷得少年	董事	报告期初至 2019 年 3 月为发行人的控股子公司，2019 年 4 月至今为发行人的参股子公司
		赤子城科技有限公司	独立非执行董事	无
陈杭	董事	文产基金管理	董事、总经理	无
		新疆红枫股权投资有限合伙企业	执行事务合伙人	无
		北京万方数据股份有限公司	董事	无
		上海百事通信息技术股份有限公司	董事	无
		雅昌文化（集团）有限公司	董事	无
		北京大陆桥文化传媒股份有限公司	董事	无
		北京摩登天空文化发展有限公司	董事	无
		灵思云途营销顾问股份有限公司	董事	无
		北京微影时代科技有限公司	董事	无
		杭州金海岸文化发展股份有限公司	董事	无
		北京畅达天下广告有限公司	董事	无
		华商智汇传媒股份有限公司	董事	无
		北京实力电传文化发展股份有限公司	董事	无
		上海易络客网络技术有限公司	董事	无
		北京微播易科技股份有限公司	董事	无

姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	与发行人的关联关系（除本人兼职引起的关系外）
		浙江深大智能科技有限公司	董事	无
		天聚地合（苏州）数据股份有限公司	董事	无
		上海麦克风文化传媒有限公司	董事	无
		北京洛可可科技有限公司	董事	无
		深圳市雅昌艺术网股份有限公司	董事	无
刘星	董事	红杉资本中国基金	合伙人	无
		Sequoia China Equity Partners Limited / Sequoia China Equity Partners (Hong Kong) Limited	董事	无
		VIPSHOP HOLDINGS LIMITED	董事	无
		ZTO Express (Cayman) Inc.	董事	无
		WZ Group Limited / Grandcity Holdings Limited / Sunward Enterprises Limited / Thrive Developing Investments / Prestige Deal Limited / Tradewide Global Limited / Swift Victor Investments	董事	无
		China Renaissance Holdings Limited	董事	无
		Lucky Alliance Limited/Silver Gift Limited/北京普缇客科技有限公司	董事	无
		浙江执御信息技术有限公司/Jollychic Holding Limited	董事	无

姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	与发行人的关联关系（除本人兼职引起的关系外）
		广州瀚信通信科技股份有限公司	董事	无
		上海优萃生物科技有限公司	董事	无
		优齿乐（上海）健康用品有限公司	董事	无
		快尚时装（广州）有限公司	董事	无
		蜀海（北京）供应链管理有限责任公司	董事	无
		永辉彩食鲜发展有限公司	监事	无
		Ohana Global, Inc.	董事	无
		Enjoy Brothers Inc./Enjoy Ai Limited/杭州因爱所爱科技有限公司/杭州因爱网络科技有限公司	董事	无
		Ziroom Inc.	董事	无
		Today Inc.	董事	无
		TUHUCAR INC.	董事	无
代景春	独立董事	英大建信投资管理（北京）有限责任公司	总经理	无
王亮亮	独立董事	北京市竞天公诚律师事务所上海分所	合伙人	无
朱海琴	独立董事	云南云海肴餐饮管理有限公司	董事、总经理	无
		云海肴（上海）餐饮管理有限公司	监事	无
申强	监事会主席	酷得少年	监事	报告期初至 2019 年 3 月为发行人的控股子公司，2019 年 4 月至今为发行人的参股子公司

截至本招股说明书签署之日，除上表所列兼职情况外，发行人董事、监事、高级管理人员不存在其他兼职情况。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系

截至本招股说明书签署之日，发行人董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关

系。

（四）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签订的重大协议及履行情况

公司与在公司领取薪酬的董事、监事、高级管理人员签订了《劳动合同》或《聘任协议》。自前述协议签订以来，相关董事、监事、高级管理人员均严格履行协议约定的义务和职责，遵守相关承诺。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所持股份发生被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形

截至本招股说明书签署之日，发行人的董事、监事、高级管理人员直接及间接持有的发行人股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的变动情况

1、近两年发行人董事变动情况

2018 年初，思维造物有限的董事会由 9 名董事组成，分别为罗振宇、李天田、邓鑫鑫、林利军、陈杭、曾捷、刘星、高丰、池书进。

2019 年 3 月 25 日，发行人召开创立大会暨第一次股东大会，选举罗振宇、李天田、邓鑫鑫、池书进、陈杭、刘星担任发行人第一届董事会非独立董事，选举代景春、王亮亮、朱海琴担任发行人第一届董事会独立董事，原董事曾捷、高丰、林利军退出，新增独立董事王亮亮、代景春、朱海琴，董事任期为三年。本次董事会人员变化系根据股份制改造和公司上市的需要，对公司治理结构进行的优化。

除上述情况外，截至本招股说明书签署之日，发行人的董事未发生其他变化。

2、近两年发行人监事变动情况

2018 年初，思维造物有限未设立监事会，设监事 1 名，为李倩。

2019 年 3 月 25 日，发行人召开创立大会暨第一次股东大会，选举林利军担任发行人第一届监事会股东代表监事。同日，发行人召开职工代表大会，选举李倩、张文娟担任发行人第一届监事会职工代表监事。同日，发行人召开第一届监事会第一次会议，选举林利军担任发行人监事会主席。本次监事会人员变化系根据股份制改造的需要，对公司治理结构进行的优化。

2019年8月30日、9月27日和10月10日，发行人分别召开了第一届监事会第二次会议、2019年第二次临时股东大会和第一届监事会第三次会议，同意免去林利军的监事职位，补选申强担任发行人第一届监事会股东代表监事，并担任监事会主席，任期至第一届监事会届满之日止。本次监事会人员变化系林利军个人原因辞任监事所致。

除上述情况外，截至本招股说明书签署之日，发行人的监事未发生其他变化。

3、近两年发行人高级管理人员变动情况

2018年初，思维造物有限工商登记的经理为李天田。

2019年3月25日，发行人召开第一届董事会第一次会议，聘任罗振宇担任总经理，聘任李天田担任副总经理，聘任邓鑫鑫担任副总经理，聘任池书进担任董事会秘书，聘任胡冰岐担任财务总监，聘任沈仁奎担任技术总监（首席技术官）。

2020年5月21日，发行人召开第一届董事会第五次会议，聘任李天田为公司总经理；聘任池书进为公司副总经理并继续兼任公司董事会秘书。

除上述情况外，截至本招股说明书签署之日，发行人的高级管理人员未发生其他变化。

综上，近两年发行人的董事、监事、高级管理人员变动系根据公司业务发展和完善公司治理结构的需要而进行的正常变动，上述人员变化事宜符合有关法律、法规、规范性文件 and 当时有效的公司章程的规定，并已履行必要的法律程序。最近两年公司董事、监事、高级管理人员没有发生对公司经营管理和本次发行上市构成重大影响的变化。

（七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员的对外投资情况如下：

姓名	与本公司关系	投资企业名称	投资金额（万元）	持股比例
罗振宇	董事长	杰黄罡	6.956954	69.5695%
		Liberals Holdings	-	100.0000%
李天田	董事、总经理	宁波杏林医合管理咨询合伙企业（有限合伙）	50.000000	7.3964%
		真致成远	300.000000	0.7580%
		杰黄罡	0.545900	5.4586%
		宁波靖亚明沛创业投资中心（有限合	200.000000	1.9826%

姓名	与本公司关系	投资企业名称	投资金额（万元）	持股比例
		伙）		
		JWGX Holdings	-	100.0000%
邓鑫鑫	董事、副总经理	杰黄罡	2.275888	22.7589%
陈杭	董事	新疆红枫股权投资有限合伙企业	624.288300	33.5721%
朱海琴	独立董事	昆明金奋豆企业管理咨询中心（有限合伙）	56.212900	42.3000%
		昆明心正意诚投资中心（有限合伙）	58.409800	42.7300%

截至本招股说明书签署之日，发行人董事、监事、高级管理人员上述对外投资与公司及公司业务不存在利益冲突。

（八）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶持有发行人股份情况

截至本招股说明书签署之日，发行人的董事、监事、高级管理人员直接或间接持有发行人股份情况如下：

姓名	职务	持股情况	质押或冻结情况
罗振宇	董事长	直接持有发行人 30.3537%股权，通过发行人股东杰黄罡间接持有发行人 11.3125%权益	无
李天田	董事、总经理	直接持有发行人 13.9277%股权，通过发行人股东杰黄罡间接持有发行人 0.8876%的权益，通过发行人股东真致成远间接持有发行人 0.0144%的权益	无
邓鑫鑫	董事、副总经理	通过发行人股东杰黄罡间接持有发行人 3.7008%的股权	无

截至本招股说明书签署之日，发行人的董事、监事、高级管理人员的配偶、父母、配偶的父母、子女及子女的配偶未持有发行人股份。

（九）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

1、董事、监事、高级管理人员及和其他核心人员的薪酬组成、确定依据及所履行的程序

公司独立董事在本公司只领取独立董事津贴，不享有其他福利待遇，其他董事、监事、高级管理人员在本公司或本公司控股子公司领取薪酬。

公司董事、监事、高级管理人员的薪酬形式包括工资、奖金、津贴和补贴、社会保险费和住房公积金。公司的薪酬标准系公司以市场薪酬数据为参考，并依市场的变化做调整，员工薪酬参照市场薪酬水平、社会劳动力供需状况、公司的经营业绩、员工自身

的能力、所担任的工作岗位及员工工作绩效等几方面因素确定。公司每年根据市场变化调整薪酬标准，以保证薪酬在市场中的竞争性。公司的薪酬委员会来设定公司年度薪酬总额以及增长幅度、薪酬调整方案以及公司薪酬总额增长的策略。

2、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的从公司领取薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员 2019 年度从公司及其关联方领取薪酬的情况如下：

单位：万元

姓名	职位	2019 年度薪酬（含税）	是否在关联企业领薪
罗振宇	董事长	291.53	否
李天田	董事、总经理	73.22	否
邓鑫鑫	董事、副总经理	73.42	否
池书进	董事、副总经理、董事会秘书	307.27	否
陈杭	董事	-	是
刘星	董事	-	是
代景春	独立董事	7.69	是
王亮亮	独立董事	7.69	否
朱海琴	独立董事	7.69	是
申强	监事会主席	139.21	否
李倩	监事	167.24	否
张文娟	监事	76.25	否
胡冰岐	财务总监	136.44	否
沈仁奎	技术总监（首席技术官）	222.30	否
合计		1,509.94	-

3、报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬占利润总额的比例

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
薪酬总额（万元）	348.13	1,509.94	1,429.42	988.58
利润总额（万元）	1,681.81	12,187.52	5,642.86	7,932.52
薪酬占利润总额比例	20.70%	12.39%	25.33%	12.46%

（十）发行人已制定或实施的股权激励及相关安排

1、股权激励及相关安排

（1）红筹架构相关的股权激励

2014年12月至2015年8月红筹架构存续期间，思维造物（开曼）共计授予2,354,809股普通股对应的期权，其中，罗振宇持有1,435,269股普通股对应的期权、邓鑫鑫持有919,540股普通股对应的期权。具体情况参见本节之“三、发行人搭建境外红筹VIE结构及终止过程”之“（一）搭建红筹架构基本情况”之“4、思维造物（开曼）的期权安排”。

红筹架构拆除过程中，罗振宇、邓鑫鑫一致同意不在境外行使期权，境外期权权益落至境内行权，罗振宇、邓鑫鑫将直接或间接持有思维造物有限股权。思维造物有限公司于2015年7月27日作出股东会决议，同意罗振宇按照注册资本的价格对公司增资25.84万元，该次增资系为罗振宇在境外所持860,556股期权权益平移至境内行权；同时，同意杰黄罡按照注册资本的价格对公司增资87.1万元，该次增资系其他期权权益部分平移至境内行权。

红筹架构拆除时，考虑到公司激励安排，邓鑫鑫享有的境外期权（对应思维造物（开曼）6.08%的权益）平移至境内行权，即杰黄罡中31.6760%的权益份额，由罗振宇实际出资并由其代为持有；考虑到境外期权来源于创始人罗振宇、李天田的同比例稀释及创始人之间达成的合意，其他期权权益平移至境内并归属于罗振宇、李天田，具体为，由罗振宇通过杰黄罡间接享有公司12.92%股权的权益（包括其受让自吴声的3.8%境外期权），由李天田通过杰黄罡间接享有公司0.19%股权的权益。

2015年6月3日，罗振宇与李天田签署《北京杰黄罡信息技术合伙企业（有限合伙）合伙协议》，共同出资设立杰黄罡。2015年6月11日，罗振宇与邓鑫鑫签署《财产份额代持协议》，约定邓鑫鑫将其持有的杰黄罡31.6760%财产份额（对应杰黄罡财产份额3.167604万元）委托给罗振宇代为持有。2015年7月27日，杰黄罡增资思维造物有限，杰黄罡的合伙人为罗振宇、李天田、邓鑫鑫，其中，罗振宇作为有限合伙人持有杰黄罡99%的权益份额（包括代邓鑫鑫持有的杰黄罡31.6760%的权益份额），李天田作为普通合伙人持有杰黄罡1%的权益份额。

2015年7月27日，思维造物有限上述增资事宜所涉工商变更登记完成。罗振宇、杰黄罡已分别于2016年12月和2017年3月完成出资，上述股权激励已实施完毕。

（2）境内的股权激励

2016年，思维造物通过由罗振宇转让杰黄罡财产份额的形式实施股权激励，转让

价格为 2,259 元/财产份额（对应思维造物有限股权约 259 元/注册资本），激励对象为“得到”App 的合作讲师李翔、李笑来、吴军，其中，李翔为《李翔商业内参》等内容的合作讲师并于 2017 年 5 月正式入职发行人，李笑来为《通往财富之路》等内容的合作讲师，吴军为《吴军·硅谷来信》等内容的合作讲师。

公司于 2016 年 10 月 15 日分别与李翔、李笑来、吴军签署《战略合作协议》，约定建立 5 年业务合作关系；同日，罗振宇与李翔、李笑来、渭璟（代吴军持有）签署《合伙企业财产份额转让协议》，约定罗振宇分别以 200 万元的价格向李翔转让 0.08852 万元杰黄罡财产份额、以 100 万元的价格向李笑来转让 0.04426 万元杰黄罡财产份额、以 100 万元的价格向渭璟（代吴军持有）转让 0.04426 万元杰黄罡财产份额。

同日，罗振宇与意向合作方王信文签署《合伙企业财产份额转让协议》，约定向其转让 0.04426 万元的杰黄罡财产份额，但后续双方未展开实际合作。根据各方沟通情况，王信文继续保留杰黄罡财产份额。

前述杰黄罡财产份额转让款已于 2016 年 11 月支付完毕。2016 年 12 月 6 日，经杰黄罡合伙会议决定，同意杰黄罡的合伙人及其出资变更为：李翔出资 0.08852 万元，李笑来出资 0.04426 万元，渭璟出资 0.04426 万元，王信文出资 0.04426 万元，罗振宇出资 9.6787 万元，李天田出资 0.1 万元。全体合伙人签署了新的合伙协议。前述事宜所涉工商变更于 2016 年 12 月 6 日完成。

思维造物全体股东已于 2018 年 1 月 31 日确认杰黄罡的出资结构，以及对于杰黄罡上述合伙份额转让、委托代持和代持还原的安排不持有任何异议。

2、股权激励对公司的影响

通过实施股权激励，有利于增强公司当时核心团队和主要合作讲师的凝聚力，有利于“得到”App 初期的业务发展。股权激励实施前后，公司控制权未发生变化。

罗振宇转让予李翔、李笑来、吴军（渭璟代持）三人部分杰黄罡出资份额涉及的股份支付费用应在约定的服务期限内摊销，服务期限为合同约定的 5 年。报告期内，公司每年确认的股份支付费用为 138.18 万元，该项股份支付费用进入发行人的营业成本。

九、发行人员工情况

（一）员工人数及报告期内的变化情况

报告期内，发行人的员工人数逐年增长。报告期各期末，发行人的员工人数和变化情况如下：

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
员工人数（人）	389	376	372	266

（二）员工构成情况

截至报告期末，发行人的员工构成情况如下：

1、专业构成

岗位类别	员工人数（人）	占比
研发人员	182	46.79%
内容人员	105	26.99%
销售人员	58	14.91%
管理人员	44	11.31%
合计	389	100.00%

2、学历构成

学历构成	员工人数（人）	占比
博士及以上	2	0.52%
硕士	88	22.62%
大学本科	259	66.58%
大专及以下	40	10.28%
合计	389	100.00%

3、年龄构成

年龄构成	员工人数（人）	占比
41岁以上	15	3.85%
31-40岁	155	39.85%
30岁及以下	219	56.30%
合计	389	100.00%

（三）报告期内社会保险和住房公积金缴纳情况

1、报告期内发行人社会保险和住房公积金的缴纳情况

报告期内，发行人员工的社会保险和住房公积金具体缴纳情况如下：

项目		2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
		缴纳人数	缴纳比例	缴纳人数	缴纳比例	缴纳人数	缴纳比例	缴纳人数	缴纳比例
社会保险	养老保险	387	99.49%	372	98.94%	370	99.46%	264	99.25%
	医疗保险	387	99.49%	372	98.94%	370	99.46%	264	99.25%
	失业保险	387	99.49%	372	98.94%	370	99.46%	264	99.25%
	工伤保险	387	99.49%	372	98.94%	370	99.46%	264	99.25%
	生育保险	387	99.49%	372	98.94%	370	99.46%	264	99.25%
住房公积金		388	99.74%	372	98.94%	370	99.46%	260	97.74%

报告期内，发行人及其下属企业存在未给部分员工缴纳社会保险和住房公积金的原因：（1）当月部分新员工入职日期超过当月社保参保截止日期，未能及时办理社会保险参保手续；（2）1名员工因个人原因自愿申请公司不为其缴纳社保；（3）1名员工为退休返聘人员，按规定不需要为其缴纳社保、公积金。

2、社会保险及住房公积金缴纳的合规情况

根据发行人及其下属企业得到天津、思维无界、北京得到、优视米、上海思维造物所在地主管劳动和社会保障部门、住房公积金管理部门分别出具的相关证明，发行人及上述子公司在报告期内没有受到主管劳动和社保部门或住房公积金管理部门的行政处罚。

截至报告期末，思维投资管理、天津思维造物、优众赢、银杏未来未有人员引进，未开设社保、公积金账户。

3、控股股东、实际控制人关于社保及住房公积金的承诺

针对发行人社会保险及住房公积金缴纳情况，发行人控股股东、实际控制人罗振宇已作出如下承诺：

“如发生政府主管部门或其他有权机构因发行人或其下属企业在报告期内未为全

体员工缴纳、未足额缴纳、未及时缴纳或委托第三方机构代缴“五险一金”而对其进行追缴、补缴、收取滞纳金或处罚；或发生发行人或其下属企业员工因报告期内发行人或其下属企业未为其缴纳、未足额缴纳、未及时缴纳或委托第三方机构代缴“五险一金”而向发行人或其下属企业要求补缴、追索相关费用、要求有权机关追究发行人或其下属企业的行政责任或就此提起诉讼、仲裁等情形，本人将承担发行人或其下属企业因此遭受的一切费用开支和损失。”

第六节 业务与技术

一、公司主营业务及主要产品和服务情况

（一）主营业务基本情况及其构成

思维造物是一家从事“终身教育”服务的企业。

公司在线上，通过“得到”App、“罗辑思维”微信公众号等平台，在线下，通过“得到大学”、“时间的朋友”跨年演讲等形式，为终身学习者提供通识教育及技能培训服务。公司主要产品形式包括：在线音视频课程、听书、电子书、实体图书、线下课程及其他周边产品。

公司于2015年推出“时间的朋友”跨年演讲，为用户总结过去一年创新创业领域的学习心得，首创“知识跨年”新形态。跨年演讲于每年12月31日至次年1月1日在一线城市举办，同时在地方卫视和国内主流网络视频平台播出。截至2020年3月31日，公司已举办5届跨年演讲，现场参与人数累计超过4万人，同时在线上受到持续关注和广泛传播。

公司于2016年推出“得到”App，通过优质的师资、完备的课程体系、丰富的产品类型，为终身学习用户提供线上知识服务，在产品形态、教育供给、商业模式等方面不断创新，成为我国终身教育行业的先行者。截至2020年3月31日，“得到”App月度活跃用户数（MAU）超过350万，累计激活用户数超过3,746万，累计注册用户达到2,135万，在中国苹果AppStore、主要安卓应用市场的图书、教育类软件下载排名中持续保持领先。

公司于2018年推出“得到大学”，为职场人士提供线上课程学习、线下实践转化和社交的创新学习方式。截至2020年3月31日，“得到大学”线下校区已覆盖国内11个城市，开设85个班次，录取学员超过7,000人。

公司成立以来，获得多项国家和行业奖项。公司曾被国家新闻出版署评为“知识服务模式（综合类）出版单位试点”，同时被中国版权协会评为“2017中国版权年度最具影响力企业”。“得到”App曾被中央网信办评为2017年度“两微一端”百佳评选之“App创新力十佳账号”，并获得苹果“AppStore2017年度精选”，“得到”App中“每

“天听本书”产品被国家新闻出版署、中国音像与数字出版协会评为“2018 十佳数字阅读项目”，亦被国家新闻出版署评为“2019 年数字出版精品遴选推荐计划”。

（二）主要产品和服务简介

公司提供的主要服务包括线上知识服务、线下知识服务、电商和其他。



1、线上知识服务

公司通过自有平台“得到”App 向用户提供线上知识服务，以“课程”、“每天听本书”、“电子书”等知识产品为主要交付形式。此外，公司还通过“得到”App 为用户提供了知识搜索、知识城邦社区、直播授课、个性化推荐等功能内容。

“得到” App首页功能内容

强大的知识搜索引擎

严肃话题的沟通平台

高质量的用户群体，可以在知识城邦里一起看书，写笔记，探讨各种理性严肃话题



高质量强互动的直播内容



“得到” App首页功能内容-个性化推荐



根据学习兴趣智能推荐

根据用户的个人学习兴趣和学习路径，进行千人千面的智能化内容推荐



1) 在线课程

在线课程是公司提供线上知识服务的主要产品，课程研发以“通识性”和“完备性”为指针。在通识性方面，公司要求课程既能让专业用户有所启发，也能给跨界用户带来收获。在完备性方面，公司要求课程体系能覆盖应用技能、商学、人文社科等领域。

在线课程以三种形式为用户提供服务。音频、视频形式：授课老师精心录制的课程内容。文稿形式：每一讲课程都配备逐字讲义稿，便于用户阅读、记笔记。问答形式：用户可在学习过程中向授课老师发问并获得针对性的反馈。所有内容均可通过“得到”App站内搜索。即使用户在未购买的情况下，也可以获得包含相关关键词的知识内容，实现关联知识的准确搜索，降低知识传播门槛，提高用户使用效率。同时，公司通过大数据分析用户使用、学习行为，为用户提供更个性化的推荐和学习路径的规划。





引导素质全面发展。该类课题主要包括：

分类	课题介绍
职场技能	让学习者掌握成熟职场人需要的基本技能，提升职场综合素质。主要代表课程包括《怎样成为带团队的高手》，讲解 10 个具体要领和技巧，交付带团队的一套整体方案，提升团队的战斗力；《有效提升你的职场说服力》，示范 20 多种沟通和说服技巧，解决职场说话没人听、没分量的问题。
沟通表达	让学习者掌握职场中沟通与表达的方法和技巧，提升职场说服力和应变力。主要代表课程包括《跟熊浩学沟通》，实战推演 30 个现实场景的互动案例，建立解决沟通问题的操作系统；《怎样让你的声音更有魅力》，通过后天训练习得好声音，掌握科学用声方法。
自我管理	让学习者在职场处事中提升内向管理自我的能力，建立内心的稳定感和秩序感。主要代表课程包括《怎样成为精力管理的高手》，从体能、情绪、注意力等方面出发，找到生活和工作的控制感；《怎样成为时间管理的高手》，建立职场科学时间观，提供 7 个简单高效的时间管理方法，应对职场忙乱状态。
人际关系	让学习者洞悉职场人际关系法则，提升社交能力，掌握为人处世的主动权。主要代表课程包括《有效提升与陌生人的社交能力》，用一套实用技巧打开和陌生人的社交局面；《关系攻略》，讲解上百种常见的人际关系，及处理复杂关系的应对机制。
思维模型	让学习者提炼总结高手的思维方式，以多元思维模型的体系，提供多样化的解决问题的视角和方式。主要代表课程包括《梁宁产品思维》，助力职场人构建产品思维的底层能力，从混沌的信息中找寻机会、整合资源；《如何成为有效学习的高手》，提供一套高效学习的实用方案，帮助职场人找到合适的学习方法。
生活健康	为职场人士提供家庭生活中通常遇到的身体与心理健康等问题的解决方案。主要代表课程包括《如何科学地管理皮肤》，了解皮肤的基本性质和功能，做好皮肤的健康和年轻管理；《怎样学会正念冥想》，通过观照和练习，集中当下注意力，助力职场人更清晰地思考。
家庭亲子	为职场人士提供亲子教育方面的全球教育视野、鲜活的教育案例、科学的教养方法。主要代表课程包括《Dr.魏的家庭教育宝典》，通过前沿科学和认知科学研究成果，开发孩子智力、提升孩子能力；《如何做好孩子的情绪教养》，教孩子学习有效表达、理解和调节情绪，培养孩子的情绪管理能力。
行业跟学	从从业人数多、关注度高的行业入手，挖掘高手解决问题的经验，给职场人以启发。主要代表课程包括《跟巴奴学供应链打造》，将巴奴个性化改造市场通用供应链的逻辑化为己用；《跟六千馆学开精品餐馆》，针对本地餐饮市场，分享开一座精品餐馆的关键方法。

商学类课程是公司为跨专业背景的终身学习者提供的金融、经济、商业、管理内容，涵盖对经济规律、商业世界、商业模式的认知，同时给职场人以行业认知和具体方法。该类课题主要包括：

分类	课题介绍
学科重构	课程对标大学里的商学院学科体系，为跨专业背景的终身学习者重构的经济学、金融学、商业案例等通识课程。主要代表课程包括《薛兆丰的经济学课》，用通俗易懂的表达方式讲解高深的经济学概念，用经济学逻辑看透制度、法律、习俗等社会运转的奥秘；《香帅的北大金融学课》，掌握金融学的核心知识、全面理解金融学的架构和本质，建立一套完整的金融学思维。

分类	课题介绍
行业认知	向行业高手学习解决问题的经验，从行业多年从业者的视角高度，课程给职场人以行业认知和具体方法。主要代表课程包括《跟华杉学品牌营销》，通过华与华品牌营销的核心方法论超级符号原理，结合近 10 个经典案例解读，收获打造超级品牌的完整方法论；《怎样快速搞懂一家公司》，通过公司案例分析研究，学习快速抓取关键信息、得出重要结论的能力。

科学类课程是公司致力于让终身学习者做一个有科学思维的现代人，理解前沿科技，提高用户对科学信息的分析能力，掌握快速迭代知识的捕捉能力，让学员自己的身体和心理适应“百岁人生”，保持自己的创造性和对社会的贡献度。该类课题主要包括：

分类	课题介绍
自然科学	学习各领域基础学科，建构现代人的世界观，课程涵盖量子力学，生命科学，数学通识，信息论等。主要代表课程包括《王立铭生命科学》，讲述驱动生命运行和构成智慧的 10 大核心元素，用生物演化的视角重新理解社会、商业和人生；《吴军数学通识》，以通俗易懂的方式讲解抽象数学，学习数学简史收获数学家的思考方式，把数学变成用得上的效率加速器。
医学与健康	理解和呵护现代人的身体，让自己的身体和心理适应百岁人生的时代，课程涵盖医学通识，心脏医学，骨科医学，糖尿病，心理创伤，大脑健康等。主要代表课程包括《薄世宁医学通识》，理解医学关键技术的前世、今生和未来，收获医生解决复杂难题的思维模型，做自己和家人的守护者；《给忙碌者的心脏医学课》，帮助忙碌的现代人迅速、系统地了解心脏医学，学会科学地预防心血管疾病，让自己和家人拥有更强大的心脏。
前沿科技	理解世界的变化和发展趋势，跟上科学发展的脚步，课程涵盖脑机接口，合成生物学，量子计算等。主要代表课程包括《吴军讲 5G》，围绕 5G 从原理到应用、从需求到产业、从变革历史到未来推演进行深度解读，学会如何判断新技术、俯瞰新产业、抓住新趋势；《脑机接口》，逐一拆解脑机接口的原理、应用、伦理，收获全球最前沿的技术突破，获得审视人类进化未来的“极限思维”。

人文社科类课程提供专业易懂的历史哲学、文学艺术、社会科学内容，为终身学习者建立更高维度理解现实的能力，近察群己、远观天下。该类课题主要包括：

分类	课题介绍
历史	鉴古知今，课程基于现实立场看历史，理解历史规律。课程不以大学历史学研究为视角，不沉迷于历史细节和故事，提炼历史对现代人的价值。主要代表课程包括《施展中国史纲》，从商周之变讲到现代中国，精准把握今日中国的挑战与机遇；《李筠西方史纲》，站在文明的高度上看西方独特的成长路径，理解西方文明的主干逻辑，获得洞察大势的视野。
文学	现代人需要掌握的思想家智慧及经典文学，重新理解传统文化内涵，探索精神血脉根源。主要代表课程包括《熊逸讲透资治通鉴》，一个长期陪伴的阅读历史大型课程，调用讲师几十年知识储备，广泛借助考古材料和前沿研究，力求读出现代人的大历史观；《贾行家说〈聊斋〉》，从中国最杰出的短篇小说集《聊斋志异》中精选 15 个故事，讲述传统文化、世道人心、狐鬼神仙等大曲折、小细节里的深意。

分类	课题介绍
法学	让学习者理解作为构建社会根本秩序的法律以及法律思维、法律精神，学习宪法、刑法等特定的部门法。主要代表课程包括《刘晗·法律思维》，介绍法律智慧和法律体系演变逻辑，学习法律人思考和解决问题的方法，洞悉法律体系的底层思维结构；《张明楷 刑法学 100 讲》，中国当代极具影响力的刑法学家张明楷教授全网唯一的线上课程，掌握刑法学体系的核心要义。
艺术	为学习者解除感官之间的障碍，小成本、低门槛领略艺术的魅力。主要代表课程包括《林楚方·文明地标》，一场基于人类文明发生学逻辑的“硬核环球旅行”，从符号、想象、组织等六大板块带领用户观察世界级文明地标。

2) 每天听本书

“每天听本书”为用户提供书籍的解读服务。解读对象包括传统经典和最新著作。公司邀请各领域的专家学者作为解读人，用 20-30 分钟讲述书籍精华，并提供延展性的相关知识。“每天听本书”以音频为交付形式，同时配备转述文稿和思维导图。

公司为用户提供单本听书购买或会员订阅的付费方式。订阅方式下，“每天听本书”会员可以在会员期内畅听该栏目的所有内容。截至 2020 年 3 月 31 日，“每天听本书”栏目已转述 19 大类共计 2,100 本以上的书目，多领域的书籍品类为公司构建了丰富的原创音频转述版权库。



功能特点	功能特点描述
每周新书盘点	每周末在“得到”App 首页为用户盘点最值得关注的的书，让用户快速了解新书中的精华和趣味，降低用户选择成本。
镇馆之宝	100 本代表最好服务、最高标准的听书产品，涵盖历史、生活、科学、社会、商业等十大主题。
精选书单	为用户提供不同维度、品类齐全的听书分类组合

3) 电子书

电子书是公司为用户提供的精选阅读产品。公司与出版社、版权公司或作者个人合作，为用户提供线上阅读解决方案。付费方式包括单本电子书购买或会员订阅。订阅方式下，电子书会员在会员期内可以阅读书库中主要书籍。截至 2020 年 3 月 31 日，电子书书库包含书目近 3 万册。公司通过自研的电子书全文检索引擎技术，帮助用户将海量文本内容变成个人知识搜索库。

丰富的榜单排行

从年度书单到最畅销书榜，到最热门新书榜，到心理/法律/商业等分类榜，从各个维度帮助用户找到好书



电子书首页功能内容



强大专家荐书团

荐书团由资深读书人/出版社责编/作家群体组成，为用户挑选好书



优质电子书独家首发

经常与一流出版社合作，拿到热门电子书的独家首发资源提供给用户





公司为电子书用户提供多种增值服务，其中有代表性的服务包括：

功能特点	功能特点描述
专家荐书	超过 300 人的专家荐书团为上架新书提供书评以及推荐指数评分。专家荐书团既有博览群书的作家、专业荐书人，也有“得到”App 课程讲师、垂直领域专家和“得到”App 电子书用户。
电子书全文检索引擎技术	自主研发了电子书全文检索技术，用户可以借助此技术在所有电子书库中，快速找到自己需要的关键词并且定位到具体的段落，立刻开始阅读。

4）其他

“得到锦囊”是公司为用户提供的解决方案型产品。该产品通过问答的形式，为用户提供应对真实世界、真实挑战的知识。“得到锦囊”集结各领域专家组建专家委员会，目前已涵盖商业、职场、教育、健康、心理等领域。

公司还为用户提供“罗辑思维”、“邵恒头条”等免费产品。“罗辑思维”是一档知识脱口秀节目，向用户分享每日学习的新知。“邵恒头条”密切关注全球热点大趋势、大人物、新思想及新现象，为用户拓宽视野、增长见识。

“得到”网页版（<https://www.dedao.cn/>）是公司为用户提供的网页端服务。该产品于 2020 年 4 月上线，用户可以在电脑、智能电视等设备的浏览器中使用。“得到”网页版目前支持课程、听书、电子书的音频播放及文稿阅读功能。用户在网页版登录后，其购买的知识产品以及在手机端、“得到阅读器”中的学习进度可以即时同步，便于用户

的多场景使用。

2、线下知识服务

1) “得到大学”

“得到大学”是公司为职场人士提供的创新知识服务产品，其特色为：学员来自各行各业，以跨界学习为目标；在线上完成课程内容的学习，以提高学习效率；在线下进行各自专业领域的经验交流和实践转化。

主要特点	特点描述
线上授课形式	线上课程内容由“得到大学”教研组自主研发，通过“访谈+自研”方式生产，每季度进行迭代更新。 线上授课通过在“得到”App内特设入口为“得到大学”学员交付线上课程。目前主要课程体系包括“自我精进”、“组织协作”、“打造产品”、“理解世界”四个模块48节课程。
线下学习形式	线下学习以实践转化为主。每个学员就自己熟悉的领域进行经验总结，形成知识产品。“得到大学”为学员配备教练，全程提供帮助。每周在各班级内分享，其中优秀学员将登上“得到大学毕业典礼”。 毕业后，学员可以加入校友会，参与各种游学参访、兴趣社团等，与各期校友一起终身学习。
主要参与人群	面向寻求职场提升的人士以及各行各业终身学习者，学员年龄分布20岁-60岁。学员所在行业具备多样性，涉及技术研究、政府事务、教育、交通运输、法律、人工智能、医疗、文娱等。

截至2020年3月31日，“得到大学”线下校区已覆盖国内11个城市，开设85个班次，录取学员超过7,000人。

批次	校区地点	招生人数（人）
2018年秋季第0期	北京、上海、深圳	286
2019年春季第1、2、3期	北京、上海、杭州、广州、深圳、成都	1,318
2019年夏季第4期	北京、上海、杭州、广州、深圳、成都	1,430
2019年秋季第5期	北京、上海、杭州、广州、深圳、成都、郑州、青岛	2,215
2020年春季第6期	北京、上海、杭州、广州、深圳、成都、郑州、青岛、西安、昆明、武汉	2,249

注：2020年春季第6期为截至2020年3月31日招生人数；2020年春季第6期武汉班受疫情影响，延期至第7期开学。



2) 跨年演讲及知识春晚

“时间的朋友”跨年演讲为公司首创的“知识跨年”产品形态。跨年演讲于每年12月31日至次年1月1日在一线城市举办,同时在地方卫视和国内网络视频平台播出。演讲内容由内容策划团队集体创作,为用户总结过去一年创新创业领域的学习心得。截至2020年3月31日,公司已举办5届跨年演讲。



知识春晚是公司开创的中国首档知识分享类春节晚会节目。2020 年第一届知识春晚于当年除夕举办，在深圳卫视、爱奇艺、得到平台同步直播，由得到讲师、“得到大学”学员等知识分享者围绕老百姓最为关注的饭桌话题，为观众提供即学即用的“美好生活解决方案”。



3) 线下课程及知识发布会

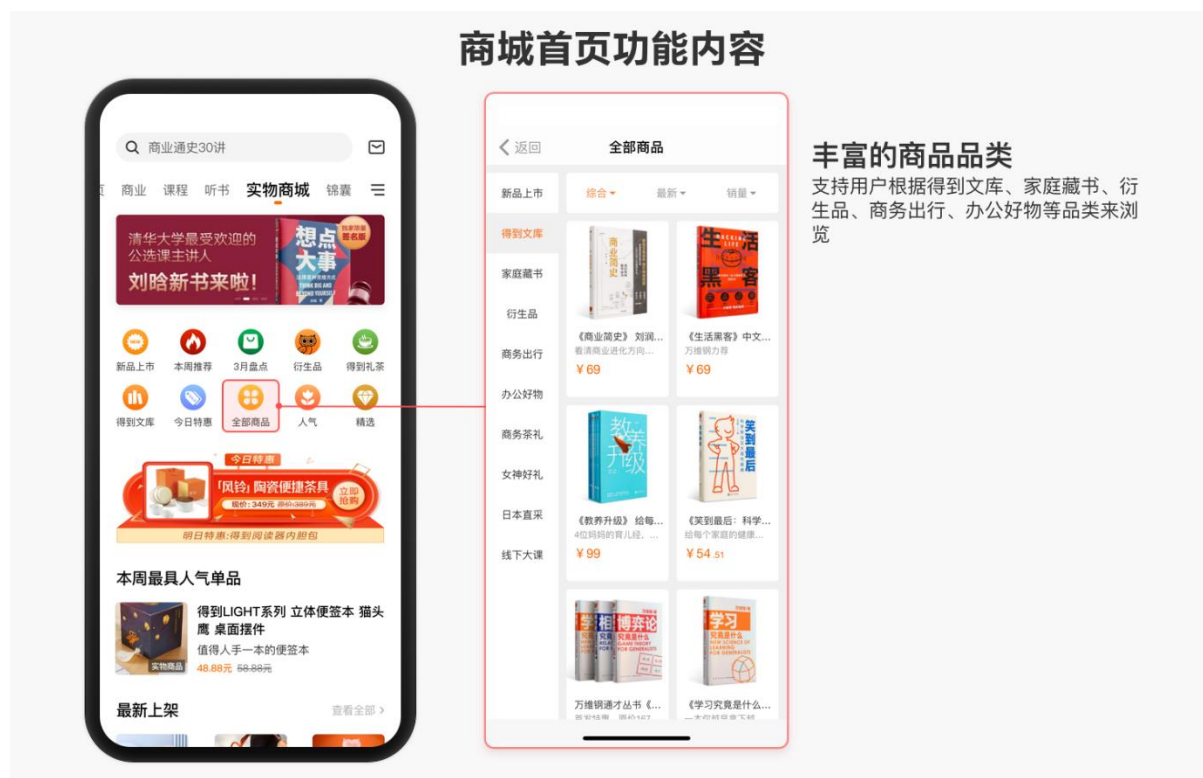
公司不定期举办线下课程及知识发布会。线下课程主要以“得到”App 课程讲师面对面授课的形式进行。同时，公司还会召开知识发布会，旨在向用户发布新的知识产品及服务。





3、电商业务

公司电商业务是知识服务的配套业务，主要销售实体图书、“得到阅读器”和周边产品。公司电商商品在“得到”App 商城板块、微信店、天猫和京东等多渠道销售。



公司销售的实体图书包括自有版权书籍和第三方版权书籍。公司通过开展线上知识服务，积累师资及版权内容，并由合作出版社出版自有版权图书，构建实体出版品牌“得

到图书”。截至 2020 年 3 月 31 日，公司已出品自有版权图书 26 本。

2019 年 11 月，公司与硬件厂商合作研发了“得到阅读器”，并自主研发了相配套的软件系统。“得到阅读器”与“得到”App 用户账号互通，用户购买的课程、听书、电子书产品及学习进度与手机 App 实时同步。“得到阅读器”自推出后市场反应良好，截至 2020 年 3 月 31 日，公司已销售“得到阅读器”超过 16,000 台。



4、其他业务

1) 视频节目

公司于 2018 年 7 月 27 日推出《知识就是力量》大型知识类脱口秀节目，由天津思维造物、江苏卫视和爱奇艺联合出品、同步播出，节目播出时长为 3 个月，共 12 期，每期 40 分钟。《知识就是力量》节目将经济学、心理学、社会学等各个领域的知识融会贯通，针对每个问题提供一套系统的知识解决方案。

2) “罗辑思维”微信公众号

“罗辑思维”微信公众号于 2012 年 12 月推出，以音频及文章形式为用户提供免费、轻量级的知识服务，并推荐图书及相关衍生品。“罗辑思维”微信公众号在微信生态圈影响广泛，截至 2020 年 3 月 31 日，关注用户超过 1,200 万人。

5、主要产品的用户情况

报告期内，公司主要产品“得到”App 用户行为基本情况如下：

单位：万人

项目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
累计激活用户数	3,746.37	3,475.16	2,586.42	1,357.41
累计注册用户数	2,135.22	1,947.32	1,549.82	868.45
累计付费用户数	563.31	535.48	444.38	279.47

单位：元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
付费用户 ARPPU	134.89	231.93	188.55	203.81

注：2020 年 1-3 月数据为季度值。

（三）主营业务经营模式

1、盈利模式

公司以知识服务为业务核心，通过深入洞察用户的差异性学习需求，分层级地打造线上线下业务联动的终身教育服务体系，满足用户对学习场景多元化的需求，通过提供线上线下知识服务、销售实体图书及品牌周边商品，从而获取收入。

公司不同业务的盈利模式如下：

业务矩阵	盈利模式
线上知识服务	向用户销售课程、每天听本书、电子书等优质的知识产品及提供相关服务获得收入。
线下知识服务	
其中：“得到大学”	向学员收取学费获得收入。
跨年演讲及知识春晚	通过销售线下活动门票以及商业赞助获得收入，并授权其他平台对跨年演讲进行直播或录播收取版权费收入。
线下课程	向用户提供授课服务并收取学费获得收入。
电商	向用户销售实体图书、电子书阅读器、品牌周边产品及其他商品以获得收入。

2、销售模式

按照产品条线，公司主要销售模式如下：

（1）线上知识服务业务

“得到”App 设有课程、听书、电子书等产品条线，向用户提供知识服务。用户既可以体验“罗辑思维”、“邵恒头条”等免费知识产品，也可以选择单次购买付费知识产

品，同时还可以在听书、电子书板块成为月度、年度会员，享受更为丰富的会员权益。

面对个人用户，公司线上知识服务业务主要采用直接销售方式。个人用户可通过线上自主下单订购产品及服务，具体包括：1）在“得到”App 直接注册充值后选择指定的产品并完成付费或直接购买指定产品；2）在公司自有电商平台微信店、天猫平台、京东平台上进行购买电子兑换码并在“得到”App 线上平台上兑换后使用，计入线上知识服务业务收入。直销模式下，公司制定订单管理流程、商品支付退款流程和销售合同管理制度等一系列销售相关的制度。

同时，公司也采用渠道销售方式。公司与符合资质的渠道商签署合作协议，由公司提供“得到”App 线下实体充值卡、线上课程、听书及电子书的兑换码及实体兑换卡，渠道商为公司产品提供宣传服务，在拟定范围内进行授权传播和销售。

面对企业用户，公司主要采用直接销售方式。企业用户可以通过企业服务网（<https://qy.igetget.com/>）自主下单，通过网站内嵌的第三方支付平台完成学费支付；也可在线下以公对公转账的方式支付费用，从而获得培训方案定制、自主批量采购、员工管理、学习数据查看等服务。

（2）线下知识服务业务

1）“得到大学”

“得到大学”向学员收取入学费用，学员可以通过“得到”App 内嵌的第三方支付平台完成学费支付。

2）跨年演讲及知识春晚

公司每年 12 月 31 日至次年 1 月 1 日举办《时间的朋友》跨年演讲活动，收入包括向用户收取的活动现场门票费用、向广告主收取的赞助费以及授权其他平台对跨年演讲进行直播或录播的版权费。

收入类型	销售模式
门票费用	公司与票务代理合作，由票务代理出票。公司在“得到”App 商城板块、自有电商平台微信店以及第三方电商平台天猫销售门票。
赞助费	1）自主招商模式下，公司与赞助商直接签约或者通过赞助商的代理签约、结算来收取赞助费。 2）联合招商下，公司与地方卫视、网络视频平台整合资源、联合招商，收取赞助费并进行分成。
版权费	公司以直销形式收取版权费，即公司与地方卫视、网络视频平台直接签约、结算。

3）线下课程

公司开设了线下课程，向学员收取学费。学员可以通过“得到”App内嵌的第三方支付平台及自有电商平台微信店完成对线下课程的支付。

（3）电商业务

公司电商业务主要为用户提供实体图书、“得到阅读器”和周边产品等。公司电商销售平台主要包括自有电商平台微信店、“得到”App内嵌商城，以及天猫、京东等第三方平台。用户通过线上自主下单订购产品及服务，具体可在“得到”App通过微信、支付宝等第三方支付渠道购买指定的产品，或在自有电商平台微信店、天猫、京东等平台上通过第三方支付渠道购买相关产品及服务。

3、生产模式

公司不同业务线产品的生产模式如下：

（1）线上知识服务业务

1）课程

课程生产主要遵循以下步骤：

公司基于“通识性”、“完备性”的目标，对课程选题进行总体规划；在候选人中选定每门课程的主讲老师并签署独家合作协议，要求老师对该领域有长期的研究经验和独特洞察；公司派出专职编辑和品控团队配合主讲老师进行课程的开发和品质控制；专职录制导演配合主讲老师进行课程的制作；课程制作完成后，相关文稿及音视频著作权通常归公司所有。

公司与课程签约讲师就课程产品的销售收益分配方式，包括固定报酬、收益分成、在预付报酬的基础上收益分成等。在固定报酬模式下，公司与讲师约定固定的报酬金额及支付时间。在收益分成模式下，公司与讲师约定分成比例和结算周期，并根据是否包含预付条款来约定预付报酬的金额及支付时间。

2）每天听本书

听书产品的生产主要遵循以下步骤：

公司听书选题编辑组，定期对市场上的热门、经典、畅销书籍进行筛选。公司委托

内部专职作者或外部签约作者进行书籍解读，并完成文字稿件，由作者本人或转述师录制音频，经总编室审核后完成上线。

（2）线下知识服务业务

1）“得到大学”

公司成立专职教研团队，针对学员需求进行课程研发。包括对优秀创业者和专家的采访、对最新商业案例的深度研究，形成“得到大学”的线上课程体系，并以季度为单位，进行课程迭代。

公司在“得到大学”各校区所在地以长期租赁或者单场租赁的方式来获取线下实地经营场所，派出专职教务团队，为学员组织当地的线下服务。

公司成立教练和讲师团队，在各校区为学员开设线下训练课程，帮助学员整理自己的知识内容。

此外，公司已形成一整套激发学员积极性的教学系统和规模化运营能力，可将上述模式成功复制到新建校区，在扩大招生规模的同时摊薄课程生产研发、推广、管理费用等各环节的单位成本，优化成本结构，提高整体收益水平。

2）跨年演讲及知识春晚

公司建立专业的内容策划小组负责跨年演讲主题确定与内容策划生产。该小组由公司总编辑、内容条线负责人、“得到”App讲师、外部顾问等组成。策划小组根据一年以来的商业趋势与热点，商讨并确定跨年演讲主题，共同创作演讲内容，并聘请专业外部团队制作演讲视觉呈现。

公司线下执行小组确定活动场地，并通过招标方式选定活动执行方。公司线下执行小组负责场地搭建、演讲彩排、活动预演等现场工作，同时负责现场管控和衔接，包括现场安全保卫、秩序维护、人员车辆管理、消防安全管理、突发事件处理等相关配套工作。

（3）电商业务

1）自有版权图书

自有版权图书是指公司将自有版权的内容授权出版社出版后，再向出版社采购进行销售的图书。公司图书团队制定自有版权图书的选题，并负责邀请作者、编辑审核、装

帧设计、联系出版社、宣传销售等各重要环节。

2) “得到阅读器”

“得到阅读器”的生产采取代工模式。公司与硬件厂商协商制定阅读器的设备规格、性能指标和外观设计，由硬件厂商统一负责原材料采购、设备组装、测试、质检、包装和认证等流程，并向公司提供售后质保服务。“得到阅读器”的软件系统由公司自主研发，由硬件厂商负责灌装。

3) “得到”周边产品

公司自研或委托第三方设计公司设计包括印有“得到”品牌标识的周边商品进行设计打样，并交由代工厂进行代工生产。公司通常对“得到”系列周边产品的商业信息、商标、外观设计等享有自主知识产权。

4、采购模式

公司采购内容主要包括电子书相关权益、推广营销服务、CDN、云服务、线下场地租赁等。公司制定了采购控制程序、采购业务实施流程、库存管理办法等一系列与采购、物流相关的制度。

（1）电子书使用权采购

公司的电子书团队负责电子书使用权的采购。公司与出版社、版权机构、个人签订版权许可使用协议，授权公司在一定的期限和范围内按照约定的方式使用相关版权。

（2）推广营销采购

公司推广营销主要通过品牌投放、外部渠道推广来实现。品牌投放依靠广告发布、冠名赞助等方式强化品牌传播。外部渠道借助精细化运营，依靠向应用商店（如华为、小米、vivo、OPPO等）及信息流（如inmobi、今日头条等）投放来实现用户增长。

1) 品牌投放模式

公司与广告发布媒介签订广告发布合同，根据协议在广告发布媒介进行品牌展示。此外，公司也会在电视、户外等传统媒体进行广告展示，推广公司品牌及“得到”App，通常根据广告形式、广告位置、广告排期等因素与广告代理商或媒体方达成采购意向。

2) 外部渠道推广模式

外部渠道推广采购结算主要分为收入分成模式（即 CPS 计费）和按用户计费模式（即 CPD、CPC 计费），均计入销售费用。

收入分成模式指按照取得收益的一定比例与手机应用商店等进行分成。在这种结算模式下，公司采购外部渠道推广服务的费用与收入直接相关，且存在比例关系。

按用户计费模式指公司与硬件终端厂商、手机应用商店、手机软件推广服务商按照用户的装机量、激活量、有效下载量、点击量等指标进行结算。在这种结算方式下，公司结算金额与该用户是否充值、充值金额无关，与收入不存在匹配关系。

（3）CDN、云服务采购

公司 IT 采购内容主要包括 IDC 服务器租用、CDN 带宽服务、云服务和电子设备等。根据年度发展规划，公司业务部门合理估算 IDC 服务器、CDN 带宽、云服务和电子设备等需求并编制年度预算，经公司管理层审批后采购。

IDC 服务器、CDN 带宽和云服务的供应商主要为与公司保持长期合作关系、信誉良好的服务器提供商和电信代理商，公司制定合格供应商名录，合作双方以市场价格定价签署采购合同，按月度或季度进行结算。

（4）线下场地租赁

公司根据得到用户地域分布、“得到大学”往期各地区报名人数及经济发展水平等信息，分析决定是否新开设“得到大学”城市校区。公司进行房屋租赁选址询价、实地考察，结合公司装修标准确定装修的范围及预估工程量，明确新开校区的项目预算总成本。“得到大学”团队发起相关流程，在根据公司相关制度审批完成后，开始执行校区租赁、装修及设备采买等。

5、研发模式

公司结合业内优秀互联网公司的成熟经验和自身内容行业的业务特点，形成了一套高效率、高协作的研发模式。公司的研发模式主要体现为：以业务规划为导向，通过多个项目并行开发的方式研发产品，以用户使用数据与反馈作为参考，进行分析、总结形成下一步改进计划，形成一整套业务导向、数据驱动、产品服务的循环机制。

（1）矩阵式人员及项目管理模式

公司采用的矩阵式的人员及项目管理模式，在各个职能岗位上，配以不同的职能负

责人，对该职能实现管理和培养工作。在项目上，根据项目情况，以项目负责人牵头、各个职能团队参与的形式组成项目组，执行具体的项目工作，达成项目目标。

矩阵式人员及项目管理模式，结合了职能管理和项目管理的优势，在职能管理模式 下，各职能人员实现了技能成长、梯队建设及技术沉淀，同时在项目内，不同职能的人 员协同实现项目目标，最大限度的实现了人员成长、经验沉淀并实现项目价值。

（2）常规项目化研发模式

公司采用项目制的研发模式，根据整体的项目架构进行拆解，拆分为多个颗粒度不 同、大小不同、人数不同的项目，每个项目配以项目负责人、项目执行人以及公司公共 资源（包括技术平台、基础服务、业务中台、以及财务、行政等）占用程度进行划分和 资源分配，实现统一调度。

项目实施采用了“需求设计、需求评审、研发设计、研发开发、测试、发布、回 归验证、生产运维”的过程，每个团队相互独立，自行管理，根据业务的实际运转情 况，采集关键数据进行分析，判断业务预期完成度，从而再次进行调整，产生新需求， 形成多个循环，直到实现业务最终目标。

（3）可复用模块化研发模式

公司借助在互联网内的场景经验和技术积累，研究并实现了一系列的底层关键技术 和通用技术方案。在此基础上，形成了对公司内整体的技术支撑体系，能够针对新业务、 新市场、新需求，提供快速设计、研发、运维的技术解决方案。

公司的技术平台和通用解决方案，将基础技术形成服务化产品，公司内部各业务团 队利用技术产品，可以快速进行产品研发、故障排查、资源申请和使用、监控、发布等 项目过程，并且兼顾了安全性、技术稳定性、先进性的要求，大大提升了业务的研发效 率，提升了产品在业内的竞争能力。

（四）主营业务自设立以来的变化情况

公司的主营业务为知识服务，自成立以来主要经历了三个阶段：

1、第一阶段（2014 年-2016 年）

公司主要通过“罗辑思维”视频节目与“罗辑思维”微信公众号提供知识服务，以 图书及相关衍生品的销售为主要收入来源。公司在 2015 年底举办“时间的朋友”跨年

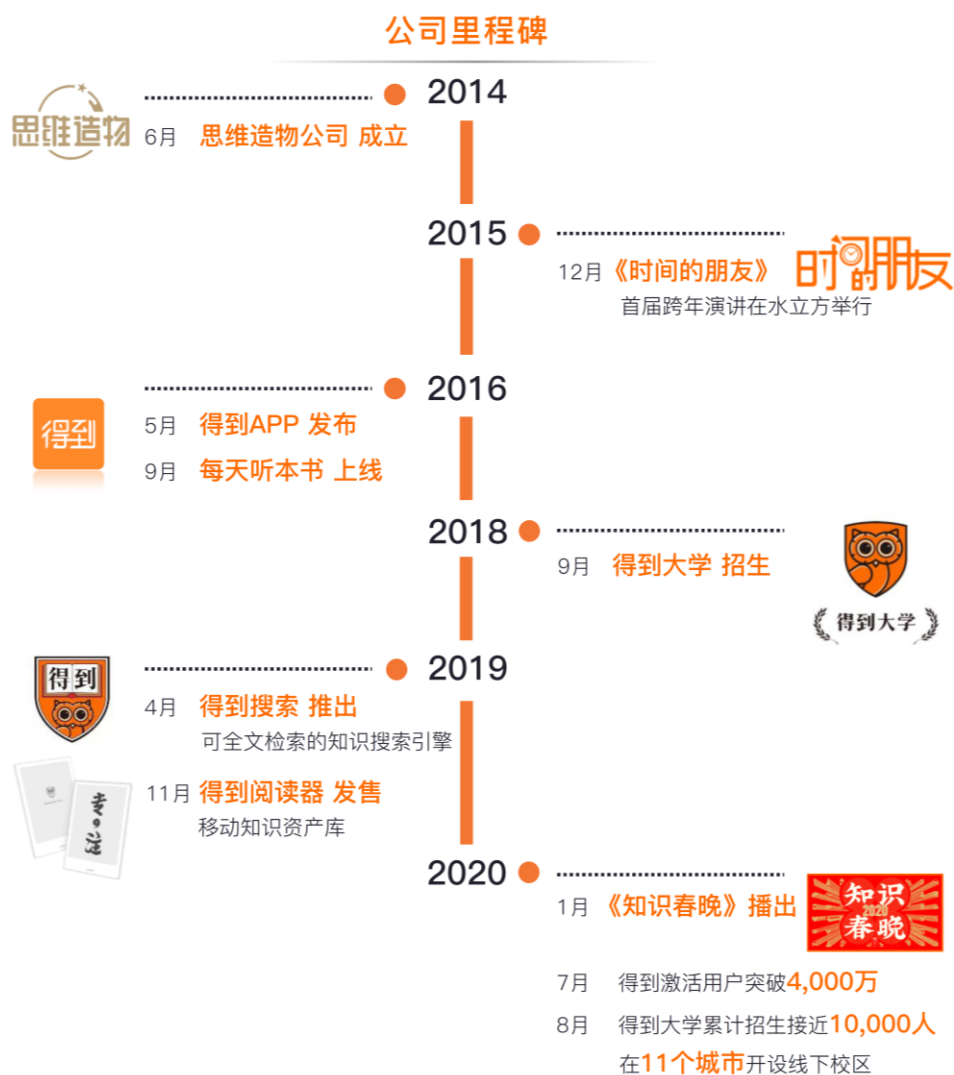
演讲，在拓展公司线下业务能力的同时，积累公司品牌信用，扩大社会影响力，形成了线上与线下结合的知识服务业务雏形。

2、第二阶段（2016 年-2018 年）

公司于 2016 年 5 月正式发布“得到”App，并推出年度订阅形态的知识产品，开创了互联网知识服务的新业态。公司基于“得到”App 用户终身学习者的定位，逐步扩展知识服务品类，提供以线上课程、听书与电子书为代表的知识产品，同时开始构建“得到”App 站内课程的通识性与完备性，提升课程的生产、分发与运营能力。

3、第三阶段（2018 年至今）

在线上知识服务业务稳定增长的基础上，公司推出结合线上课程学习、线下实践转化和社交的创新知识服务产品“得到大学”，进一步拓展用户的学习场景。基于公司服务能力的提升和服务边界的扩展，公司确立了“建设一所全球领先的终身大学”的愿景和“让每个人都能从知识中获得力量”的使命，服务于建设“人人皆学、处处能学、时时可学”的学习型社会。

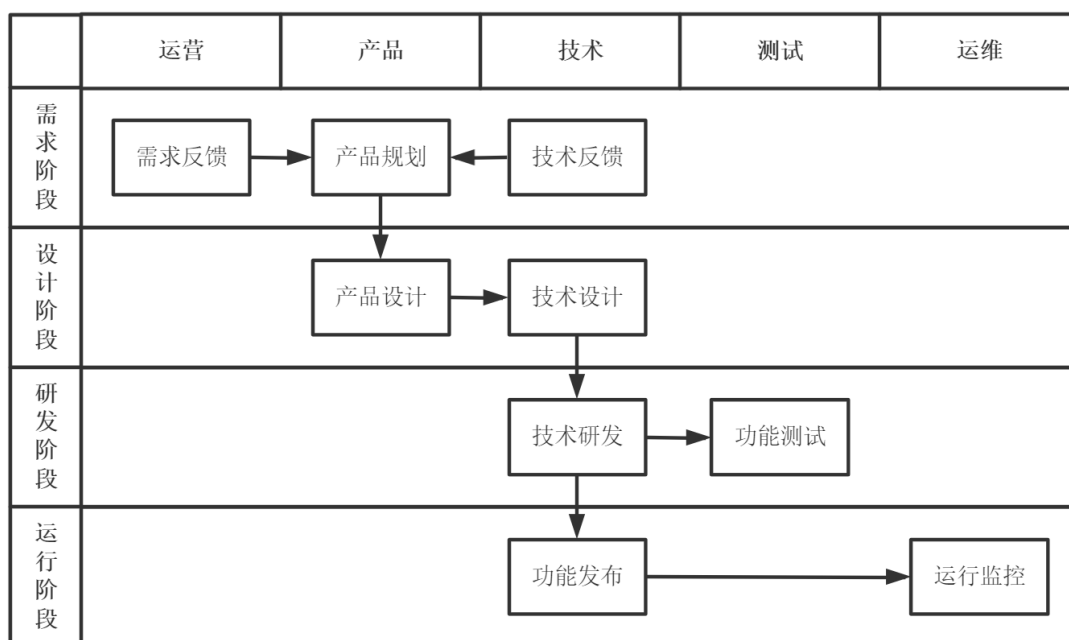


（五）主营业务流程图

1、线上知识服务流程

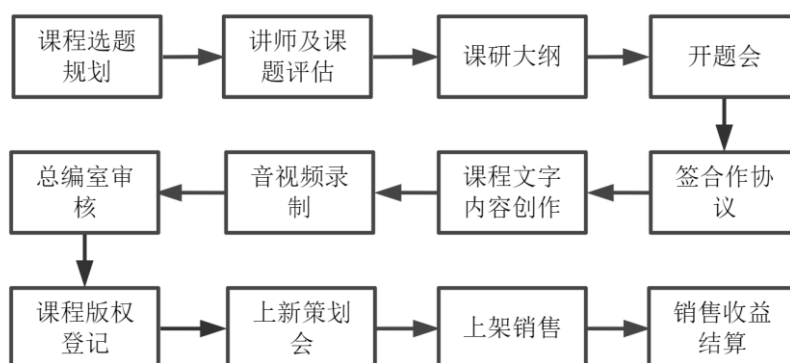
1) 软件开发

公司软件产品研发流程主要包括产品立项和产品研发两个部分，具体的软件开发流程如下图所示：



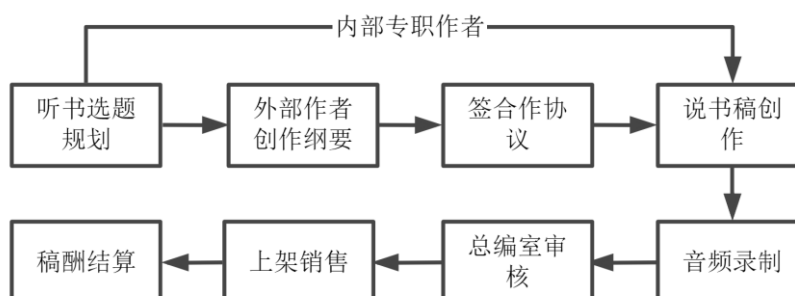
2) 课程

公司课程业务流程如下图所示：



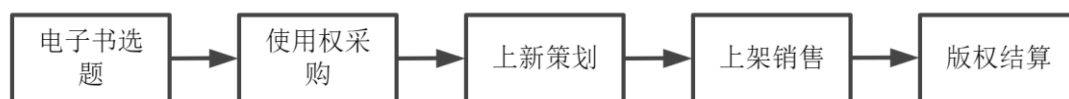
3) 每天听本书

公司每天听本书业务流程如下图所示：



4) 电子书

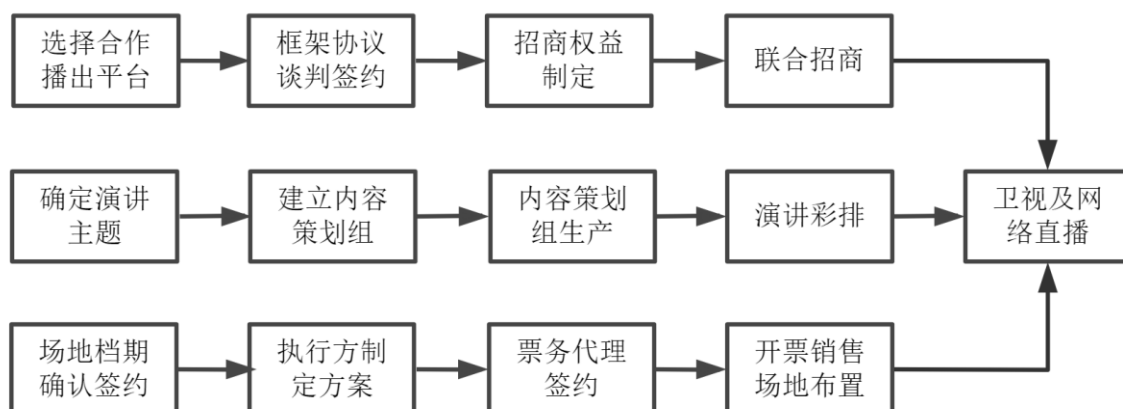
公司电子书业务流程如下图所示：



2、线下知识服务流程

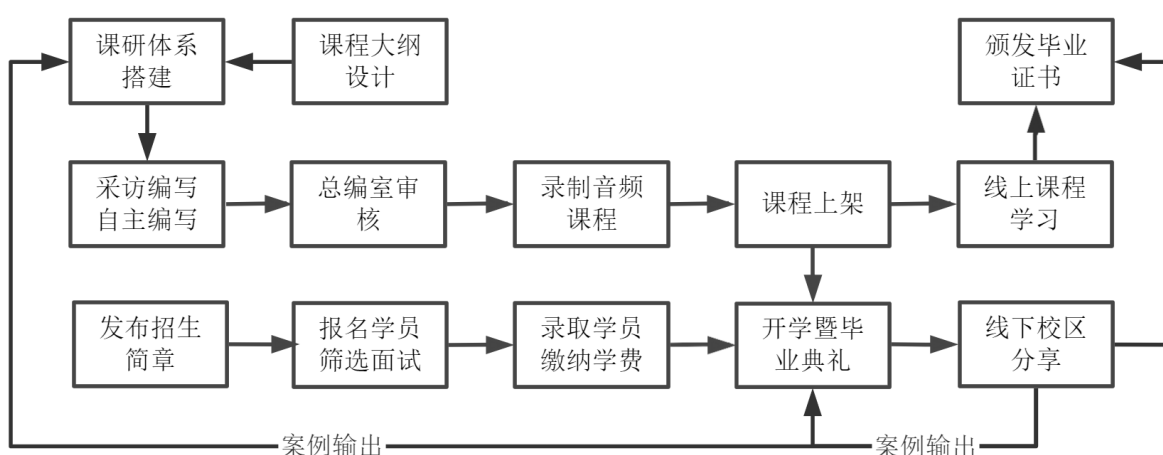
1) 跨年演讲

公司跨年演讲业务流程如下图所示：



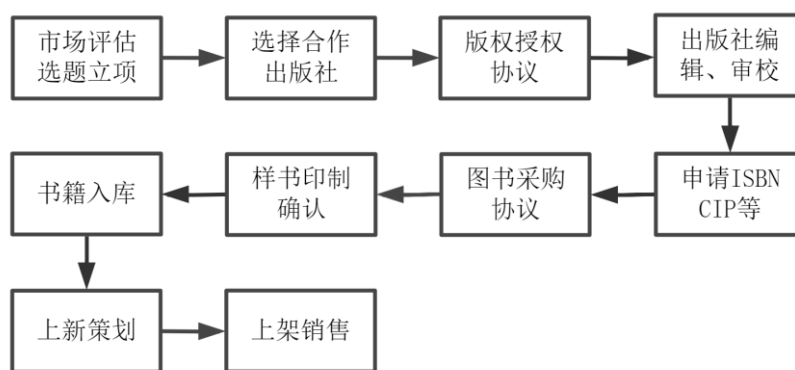
2) “得到大学”

公司“得到大学”业务流程如下图所示：



3、自有版权图书业务流程

公司自有版权图书业务流程如下图所示：



（六）主营业务创新情况

公司业务及产品因应了我国建设学习型社会的潮流和趋势，公司主营业务的创新方向主要服务于实现“人人皆学、处处能学、时时可学”的目标。

1、主营业务创新的独特性

公司业务创新的独特性主要体现在：

（1）为“人人皆学”服务

我国以往面向职场人士的教育服务往往以高度专业的技能学习、职业资格考试培训为目的，缺乏跨学科、跨专业的通识教育。“得到”App打造的课程产品追求知识普惠、以所有的终身学习者对象。如《薛兆丰的经济学课》《香帅的北大金融学课》《薄世宁·医学通识》等课程，讲授者均为优秀的专家学者，而学员则遍布各行各业和各个年龄阶段。以《薛兆丰的经济学课》为例，截至2020年3月31日，在线学员人数已超过48.6万人，公司根据线上课程内容出版的《薛兆丰经济学讲义》面世一年后销量已超过100万册，大大推进了公众了解经济学、学习经济学的进程。

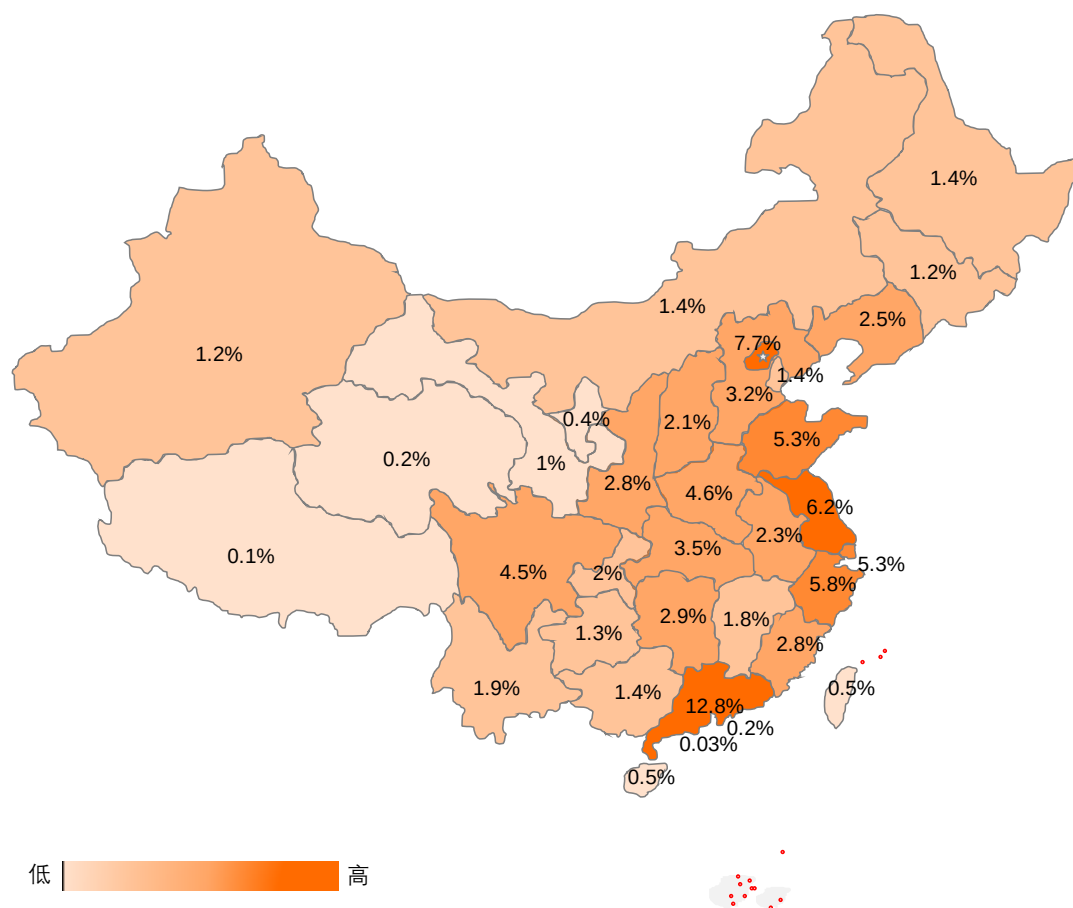
此外，以“得到大学”为例，其学员的特征分布也呈现年龄跨度大，职业覆盖广的特点。“得到大学”自创办以来，共录取学员超过7,000人，其中最小年龄为20岁，最大年龄为67岁，平均年龄36岁。同时，“得到大学”学员职业分布于150余个行业，细分领域接近400个。随着公司线上线下业务的不断扩大，更多人群可以享受创新性终身学习的便捷与高效，从而实现“人人皆学”的目标。

（2）为“处处能学”服务

优质的教育资源从来都是稀缺的，成本高、门槛高、机会少是常态。“得到”App利用全新的互联网技术和传播手段，组织优秀的师资资源，将课程打造为适应互联网传

播特性的知识产品，大幅降低了学习者的学费成本，以“得到”App与清华大学五道口金融学院合作的《田轩·公司金融》为例，用户完成全部课程学习的费用为149元。在传统教育模式下，清华大学五道口金融学院金融硕士每年招生人数极为有限，然而“得到”App已经帮助超过6万名学员获得了“清华五道口”级别的教育资源。同时，“得到”App利用互联网技术和传播手段，打破了优质教育资源获取的空间限制。“得到”App注册用户在北上广深等一线城市占比22%，新一线城市占比18%，除此以外，“得到”App还服务了60%来自全国各地其他城市的注册用户，真正推动了“处处能学”的社会愿景。

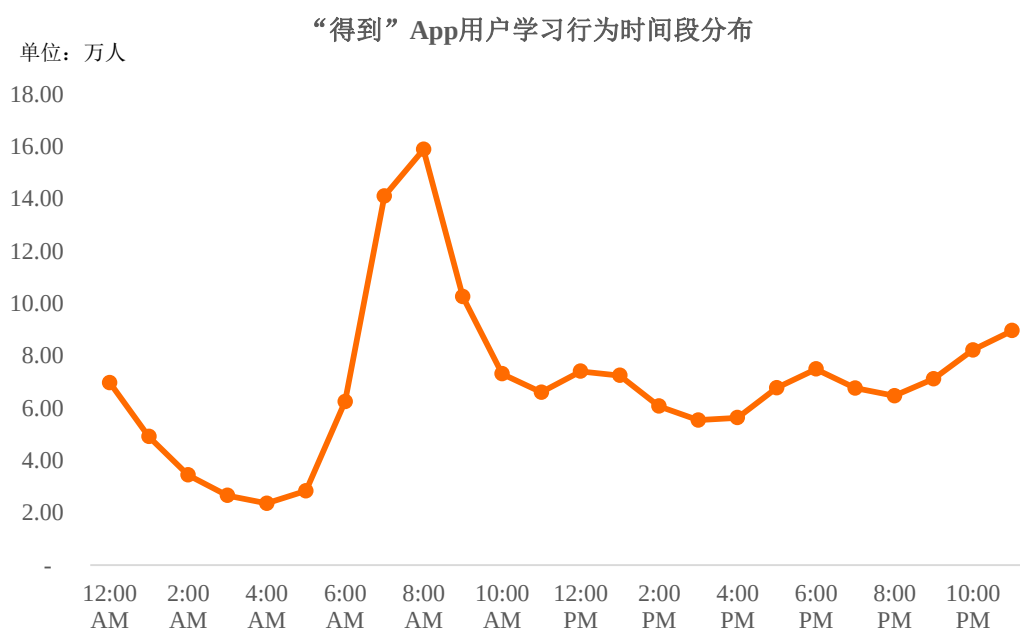
得到 App 新增注册用户地域分布图



(3) 为“时时能学”服务

固定学制、固定地点、固定时长的传统学习模式已经不能适应终身学习者的学习需求。“得到”App将提升时间效率、增强信息密度作为打造知识产品的重要目标。学习者可以将通勤路上、健身房中、工作间隙等零散时间利用起来，完成系统化学习。在中

国传统文化教育方面，以《资治通鉴》为例，很多学习者都有通读一遍的愿望，但是碍于文言文水平和巨大的篇幅，实现者寥寥。而“得到”App的《熊逸讲透资治通鉴》将学习周期拉长、内容颗粒度细化，学习者只需要每天花10分钟的时间，便可以跟随熊逸老师完成对《资治通鉴》这一中华传统文化经典著作的通览。在商学教育方面，以往学习者只能通过报考MBA、EMBA等方式来获取系统的商学教育。而“得到”App的《刘润5分钟商学院》以每天5分钟交付一个商学知识的方式，通过673讲就可以让普通人完成系统的商学知识学习。



注：上图为2019年年度用户平均使用时段数据。

2、主营业务创新的内容

（1）商业模式和产品形态创新

公司开创了互联网“知识服务”的新业态。过去，高质量的课程通常意味着门槛高、收费高。互联网上的免费课程则鱼龙混杂、质量不高。因此，如何用低成本获得高质量的课程成为学习者的重要需求。同时，随着现代人的时间越来越零散，如何高效地学习也成为了用户的另一个新诉求。应对这样的趋势，公司做出的创新内容主要包括：

1) 课程质量高。邀请名师和专业人士严格按照《得到品控手册》进行课程生产，部分课程已进入国内知名大学的课程采购计划，学生通过这部分课程的学习可以获得在该校的相应学分；

2）学习效率高。单节课程时长通常在 10 分钟左右，帮助用户将零散的时间整合利用起来；

3）学习费用低。受益于互联网高效的分发效率，公司得以将一门课程的授课规模扩大到几十万人，显著降低了用户的学习成本。用户学完一门课程的费用在 9.9 元至 365 元不等，单节课程费用通常低于 3 元；

4）学习样式多。用互联网的技术交付并传播。“得到” App 提供课程内容的文稿、音频、视频等多种形态，以满足学员不同场景下的学习需求。学员通过“得到” App 也能与老师、同学直接互动、交流和答疑。

以上的创新并非是追求某些指标片面增长的结果，而是一套完整的逻辑。它的出发点是，公司将建设一所“没有围墙的终身大学”。所有的创新都围绕这个出发点展开。

例如，一所好的大学需要丰富的藏书，公司通过“得到” App 的听书和电子书库为学习者提供了一个私人图书馆。学习者可以通过全站搜索、讲师订阅、打卡阅读等方式，随时阅读与学习。

再如，一所好的大学需要丰富的讲座活动，公司通过“得到” App 的直播、视频等多种形式，邀请各界名家为学习者解读前沿资讯。

又如，一所好的大学应该举办具有自己特色的校庆活动，公司通过“时间的朋友”跨年演讲开创了跨年活动新品类。不同于以往以歌舞表演为主的跨年晚会形式，“时间的朋友”跨年演讲一经推出，受到了学习者的广泛认可。

另如，一所好的大学应该有形式丰富的学生社团活动，公司创办的“得到大学”将各地的学习者连接起来，开创了线上、线下联动式学习的新模式。在“得到大学”一个完整的学期内，在工作日，学员可以利用“得到” App 进行线上课程内容的高效学习；在周末，学员可以在线下通过分享日、案例日、私董日等主题活动，就课程学习成果和各自专业领域的经验进行交流和实践转化。

（2）技术创新

公司旗下的产品和服务均由公司自主研发，对核心技术具有自主知识产权。其中核心技术包括：海量数据实时计算平台、个性推荐算法平台、跨平台排版引擎技术、多媒体溯源追踪技术、数字版权管理、分布式系统架构、分布式系统调用链追踪、服务流量

调度、多云单元化技术等。

公司自主创新所形成的核心技术全面用于公司产品及服务，以技术指导知识生产，以技术辅助用户服务，以技术构建学习体系。“得到”App 通过人工智能、大数据等技术手段对海量用户数据进行挖掘、分析，并向用户推荐内容，匹配特定受众，从而延伸用户知识边界、拓展用户知识面，提高用户零散时间的学习效率，提供学习目标体系和成长路径。通过算法评估用户学习行为，生成用户的得到学分，推动其成为社会评价体系的重要组成部分。

3、公司持续创新机制

公司积极引进高端技术人才，营造技术创新氛围。公司各方向的研发技术负责人，均来自著名互联网公司的核心开发团队。在相对较短的时间内，研发了数字版权管理系统、基于深度学习的个性化推荐算法平台、人工智能技术、知识搜索引擎技术、跨平台的排版引擎等技术，体现了较强的技术创新能力。

公司与高校科研机构合作，积极探索基于教育行业的创新项目。例如，公司与浙江大学合作，基于大规模数字图书资源来开发获取知识单元集合，根据图书章节之间固有的前后顺序获取知识单元之间的关系，并配合提取的领域词来构建知识图谱，从而可以实现知识资源及载体的挖掘、分析、构建、绘制，显示知识及其相互联系。公司积极与高校科研机构合作体现了在技术研发方面的前瞻性。

公司鼓励技术创新和技术实现能力协同发展。公司鼓励技术开源，开办了“八里庄技术沙龙”等活动，定期邀请行业技术专家来公司分享交流。同时，公司每月组织 CodeReview 竞赛，给写出优质高效代码或找出有价值问题的同事奖励，提升团队的技术实现能力。

综上，公司研发体系完善并经过积累形成了独特的研发创新机制，通过不断探索和快速迭代，公司的创新能力持续提升公司竞争力，保持公司良好的市场形象。

二、公司所处行业的基本情况及公司竞争地位

（一）所属行业及确定所属行业的依据

公司依托于互联网、人工智能等技术，为用户提供各种类型的终身学习产品，主要

产品形式包括：在线音视频课程、听书、电子书、实体图书、线下课程及其他周边产品。根据《上市公司行业分类指引》和《国民经济行业分类》，公司所属的行业分类为软件和信息技术服务业，行业代码为 I65。

公司业务体现出“互联网+教育”的鲜明特征，专注于利用创新的互联网技术提供终身教育产品与服务。

（二）行业主管部门、监管体制及主要法律法规和政策

1、行业主管部门、监管体制

公司业务涉及互联网信息技术行业、文化传播行业和教育行业，受到多个部门的监督管理，包括国家互联网信息办公室、工业和信息化部、国家广播电视总局、国家新闻出版署（国家版权局）等。

其中，国家互联网信息办公室负责落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设，指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理，指导有关部门做好网络视听、网络出版等网络文化领域业务布局规划，协调有关部门做好网络文化阵地建设的规划和实施工作等；工信部负责协调电信网、互联网、专用通信网的建设，负责信息通信建设监管政策；国家广播电视总局负责指导网络视听节目服务的发展和宣传，拟订网络视听产业的政策措施并督促落实，对信息网络和公共载体传播的视听节目进行监管，审查其内容和质量，承担节目应急处置工作；国家新闻出版署（国家版权局）负责拟订新闻出版业的管理政策并督促落实，管理新闻出版行政事务，统筹规划和指导协调新闻出版事业、产业发展，监督管理出版物内容和质量，监督管理印刷业，管理著作权，管理出版物进口等。

2、主要法律法规及产业政策

公司所属行业主要法规及政策如下表所示：

序号	生效时间	发布单位	文件名称	主要内容
1	2020.01.01	国家互联网信息办公室、文化和旅游部、国家广播电视总局	《网络音视频信息服务管理规定》	为促进网络音视频信息服务健康有序发展，推动网络音视频信息服务行业信用体系建设，规定了网络音视频信息服务提供者的责任和义务。
2	2019.10.31	中国共产党第十九届中央委员会第	《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度 推	明确要健全现代文化产业体系和市场体系，完善以高质量发展为导向的文化经济政策。完善文化企业履行社会责任制度，

序号	生效时间	发布单位	文件名称	主要内容
		四次全体会议	进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》	健全引导新型文化业态健康发展机制。提出要发挥网络教育和人工智能优势，创新教育和学习方式，加快发展面向每个人、适合每个人、更加开放灵活的教育体系，建设学习型社会。
3	2019.09.25	教育部、中央网信办、发改委、工信部等十一部门	《关于促进在线教育健康发展的指导意见》	提出到 2022 年实现网络化、数字化、个性化、终身化的教育体系初步构建，以学习型社会建设取得重要进展为目标，扩大优质资源供给、构建扶持政策体系、形成多元管理服务格局。
4	2019.02.24	中共中央、国务院	《中国教育现代化2035》	对推进教育现代化的指导思想、八大基本理念、总体目标进行深入的分析，聚焦教育发展的突出问题和薄弱环节部署面向教育现代化的十大战略任务，并明确实现教育现代化的实施路径及保障措施。
5	2017.09.20	国家新闻出版广电总局（已撤销，现相关职能划入国家广播电视总局、中共中央宣传部）	《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》	提出要建立多层次新闻出版广播影视产品和要素市场，大力发展图书报刊、数字出版、影视剧等产品市场，加快培育产权、版权、技术、人才等要素市场，促进市场要素合理流动，鼓励各类市场主体公平竞争、优胜劣汰。
6	2017.09.01	工业和信息化部	《电信业务经营许可管理办法》（2017修订）	为了加强电信业务经营许可管理，规范关于电信业务经营许可证的申请、审批、使用和管理行为。
7	2017.08.13	国务院	《国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》	为进一步扩大和升级信息消费、持续释放发展活力和内需潜力，重点发展面向学习培训的在线教育服务等公共服务类信息消费，实施数字内容创新发展工程，加快文化资源的数字化转换及开发利用，培育社会化的在线教育服务市场。
8	2017.05.07	中共中央办公厅、国务院办公厅	《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》	提出要通过“文化”+行动、“互联网”+行动等重大文化产业工程，建设中国文化（出版广电）大数据产业平台。优化文化产业结构布局，加快发展网络视听、移动多媒体、数字出版等新兴产业。开展促进全面实施国家知识产权战略，以版权保护促进文化创新。发展版权产业，形成全产业链的版权开发经营模式。
9	2016.11.04	中共中央、国务院	《关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》	为加强知识产权保护，加大知识产权侵权行为惩治力度，对情节严重的恶意侵权行为实施惩罚性赔偿，并由侵权人承担权利人为制止侵权行为所支付的合理开支，提高知识产权侵权成本。
10	2016.12.01	国家互联网信息办公室	《互联网直播服务管理规定》	为加强对互联网直播服务的管理，规定了境内提供、使用互联网直播服务的监管机关、对互联网直播服务提供者的责任义务作出详细规定。

序号	生效时间	发布单位	文件名称	主要内容
11	2016.08.01	国家互联网信息办公室	《移动互联网应用程序信息服务管理规定》	为加强对移动互联网应用程序（App）信息服务的管理，规定了移动互联网应用程序提供者的资质要求，信息安全管理责任及义务。
12	2016.07.28	国务院	《“十三五”国家科技创新规划》	提出要大力发展泛在融合、绿色宽带、安全智能的新一代信息技术，研发新一代互联网技术，保障网络空间安全，促进信息技术向各行业广泛渗透与深度融合。
13	2016.03.16	全国人民代表大会	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》	明确要实施严格的知识产权保护制度，完善有利于激励创新的知识产权归属制度，建设知识产权运营交易和服务平台，建设知识产权强国。
14	2016.03.10	国家新闻出版广电总局（已撤销，现新闻出版管理职能划入中共中央宣传部）、工业和信息化部	《网络出版服务管理规定》	为了规范网络出版服务秩序，促进网络出版服务业健康有序发展，详细规定了从事网络出版服务的监管部门、从业许可、资格条件、责任义务等。
15	2016.02.06	国务院	《中华人民共和国电信条例》（2016修订）	为了规范电信市场秩序，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，规定了从事电信活动的监管部门、从业许可以及资格条件等；对从事电信活动的互联、资费、资源、服务、设施建设、安全管理责任等做出详细规定。
16	2015.08.28	国家广播电影电视总局（已撤销，现网络视听管理职责划归国家广播电视总局）、信息产业部（已撤销，现为工业和信息化部）	《互联网视听节目服务管理规定》（2015修订）	为维护国家利益和公共利益，保护公众和互联网视听节目服务单位的合法权益，规范互联网视听节目服务秩序，促进健康有序发展，规定了从事互联网视听节目服务的监管部门、从业许可、资格条件、罚则等。
17	2013.03.01	国务院	《信息网络传播权保护条例》（2013修订）	为保护著作权人、表演者、录音录像制作者（以下统称权利人）的信息网络传播权，鼓励有益于社会主义精神文明、物质文明建设的作品的创作和传播，规定了信息网络传播权的合理使用、法定许可，使用者应当履行的义务，网络服务提供者的法定义务以及侵权责任等。
18	2011.01.08	国务院	《互联网信息服务管理办法》（2011修订）	为了规范互联网信息服务活动，促进互联网信息服务健康有序发展，规定了提供互联网信息服务的从业许可、资格条件、监管机关、责任及罚则等。

序号	生效时间	发布单位	文件名称	主要内容
19	2010.04.01	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国著作权法》（2010修订）	为保护文学、艺术和科学作品作者的著作权，以及与著作权有关的权益，规定了著作权人及其权利、著作权归属、权利保护期及限制、著作权许可使用、出版表演录音录像、播放相关权利义务，以及法律责任和执法措施。
20	2005.05.30	国家版权局、信息产业部（已撤销，现为工业和信息化部）	《互联网著作权行政保护办法》	为了加强互联网信息服务活动中信息网络传播权的行政保护，规范行政执法行为，规定了互联网信息服务活动中行为的法律适用、互联网信息服务提供者的法律责任等。

3、新制定或修订、预期近期出台的与发行人生产经营密切相关的法律法规、行业政策，对发行人经营资质、准入门槛、运营模式、所在行业竞争格局等方面的具体影响

近年来，我国居民精神文化需求旺盛，随着信息产业的持续升级，国家相关政策鼓励学习型社会的建设，用户对终身学习、在线教育的认可逐步提升，需求不断扩大。习近平总书记曾指出“因应信息技术的发展，推动教育变革和创新，构建网络化、数字化、个性化、终身化的教育体系，建设‘人人皆学、处处能学、时时可学’的学习型社会，培养大批创新人才，是人类共同面临的重大课题”。近年来，我国出台了一系列政策支持成人教育、在线知识服务，终身教育行业发展空间可期，为发行人提供了良好的发展及经营环境。

（1）明确“开放大学”、“在线教育”，与国家学习型社会建设的规划高度匹配

2016年3月16日，第十二届全国人民代表大会第四次会议审议通过《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》，明确提出推动各类学习资源开放共享，办好开放大学，发展在线教育和远程教育，整合各类数字教育资源向全社会提供服务；实施严格的知识产权保护制度，建设知识产权强国，加快学习型社会建设。

（2）提倡创新教育服务业态，加快信息化时代教育变革

2017年5月7日，中共中央办公厅、国务院办公厅发布《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》，强调通过“文化”+行动、“互联网”+行动等重大文化产业工程，建设中国文化（出版广电）大数据产业平台，优化文化产业结构布局，加快发展网络视听、移动多媒体、数字出版等新兴产业。

2019年2月24日，中共中央、国务院印发《中国教育现代化2035》，提出加快信

息化时代教育变革，创新教育服务业态，建立数字教育资源共建共享机制，完善利益分配机制、知识产权保护制度和新型教育服务监管制度。

（3）确立网络化、数字化、个性化、终身化的教育体系构建目标，鼓励高质量的新型文化业态健康发展

2019年9月25日，教育部、中央网信办、发改委、工信部等十一部门《关于促进在线教育健康发展的指导意见》中明确以在2022年实现网络化、数字化、个性化、终身化的教育体系初步构建，学习型社会建设取得重要进展为目标，扩大优质资源供给、构建扶持政策体系、形成多元管理服务格局。

2019年10月31日，《中国共产党第十九届中央委员会第四次全体会议公报》提出，要坚持和完善繁荣发展社会主义先进文化的制度，坚定文化自信，牢牢把握社会主义先进文化前进方向，激发全民族文化创造活力。会议同时审议通过《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度 推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》，提出健全现代文化产业体系和市场体系，完善以高质量发展为导向的文化经济政策。完善文化企业履行社会责任制度，健全引导新型文化业态健康发展机制；强调构建服务全民终身学习的教育体系，发挥网络教育和人工智能优势，创新教育和学习方式，加快发展面向每个人、适合每个人、更加开放灵活的教育体系，建设学习型社会。在相关政策指引的推动下，我国加快发展在线教育、文化新兴产业，加快建设学习型社会，持续完善互联网知识产权保护，为终身教育行业提供了政策保障。

可见，我国的法律法规已经对终身教育行业提供了法律制度方面的保障，引导了创新知识服务业态，相关政策指引推动我国终身教育行业持续健康发展。发行人积极顺应习总书记关于终身学习、随时随地学习、网络化学习的号召，在国家政策的推动下，继续发挥自身优势，不断提高自身的产品质量，更好地满足人民群众对于终身学习、在线教育的需求，不断为我国终身教育行业做出贡献。

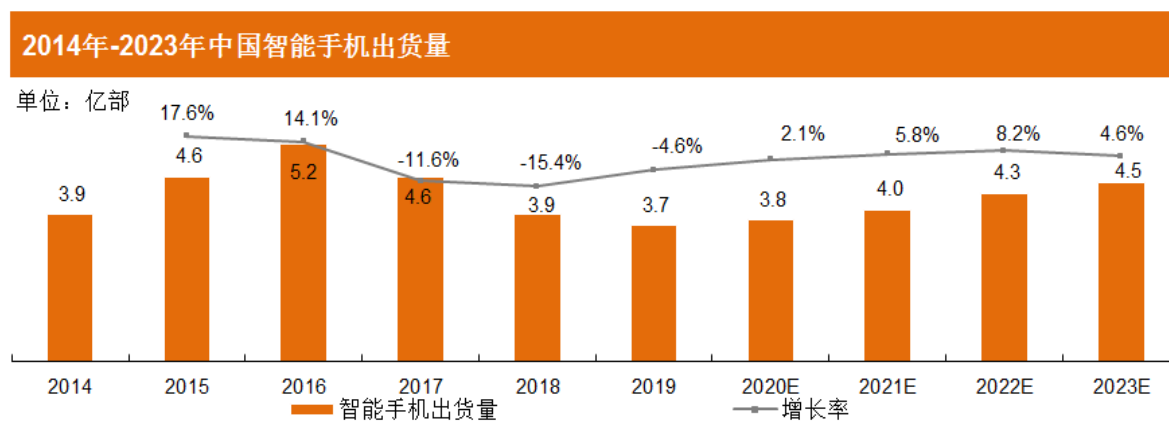
（三）行业概况

1、移动互联网行业分析

（1）移动通信技术不断更迭，用户规模不断提升

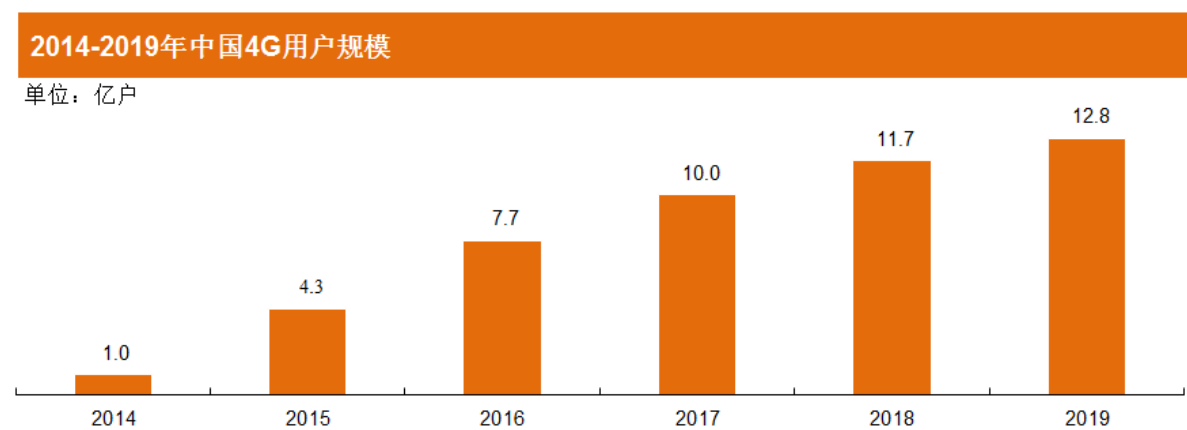
移动通信技术从二十世纪末的第三代移动通信技术（3G）、二十一世纪初第四代移动通信技术（4G）到正在推广的第五代移动通信技术（5G），每一次的移动通信技术的

升级都极大的丰富了人民日常的生活。时至今日，手机逐渐成为生活的必需品，为移动互联网行业的发展奠定了基础。用户也逐渐习惯于通过智能手机等移动设备，解决生活各类场景中的多种需求，如社交、学习以及娱乐等。根据艾瑞咨询数据，2020 年国内智能手机渗透率已达 95.6%，基本完成用户覆盖，在 2021 年至 2023 年期间受 5G 手机替代 4G 手机的需求，国内手机出货量预计从 4.0 亿台增长至 4.5 亿台。



资料来源：2014 年至 2019 年数据来自中国信息通信研究院，2020 年至 2023 年数据来自艾瑞咨询。

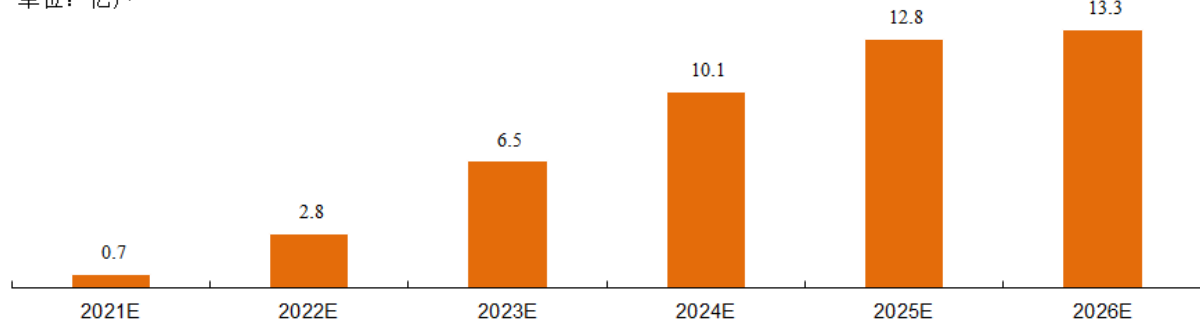
随着 4G 通信协议技术的完备以及基础建设的投入，2014 年开始 4G 用户规模也随之增长，根据工信部数据显示，2014 年至 2019 年期间，4G 用户从 1 亿人增长至 12.8 亿人，4G 复合增长率为 66.51%，现阶段，5G 通信正在普及和推广，根据艾瑞咨询预测，在 2026 年，5G 用户规模达 13.3 亿人。



资料来源：工信部

2021-2026年中国5G用户规模

单位：亿户



资料来源：艾瑞咨询。

（2）移动互联网用户使用习惯

随着移动通讯的基础建设完善以及丰富的 App 应用，用户使用移动互联网的时长不断增加，根据 Quest Mobile 数据显示，2020 年 3 月移动互联网用户月人均单日使用时长为 7.2 小时，较 2019 年 3 月使用时长 5.6 小时，同比增长约 28.57%。目前，移动互联网用户时间呈零散化，对音频形式付费意愿较强。根据艾瑞数据显示，一线城市和二线城市对音频形式付费意愿最高，三线城市对音乐形式付费意愿最高。同时，用户更注重对自身有增益的内容，聚焦自身的成长和未来的发展，包括教育、财经和生活等方面。根据艾瑞咨询数据，2020 年较 2017 年用户关注教育类资讯偏好增长 12.5%、关注教育类短视频偏好增长 10.4%。

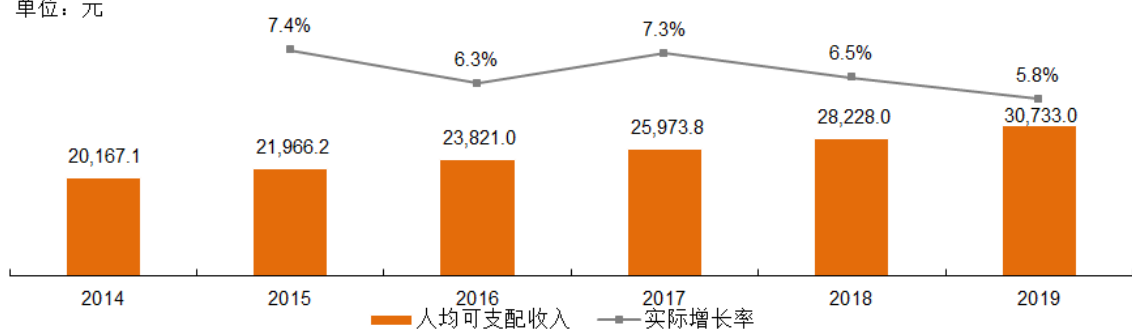
2、教育行业分析

（1）宏观经济环境助力教育产业蓬勃发展

随着国民经济稳步发展、人均可支配收入增加以及中国居民消费结构升级，我国的教育产业正蓬勃发展。我国居民人均可支配收入日益增加，标志着我国居民已从基础的物质生活需求转变为提升生活品质的精神文化需求。在 2014 年至 2019 年期间，我国居民人均可支配收入由 20,167.1 元增长至 30,733.0 元，年复合增长率为 8.79%，与此同时，我国居民消费的结构也正经历着转变，教育文化娱乐产业支出占居民消费总支出比例由 2014 年 10.6% 增长至 2019 年 11.7%。

2014-2019年中国居民人均可支配收入

单位：元

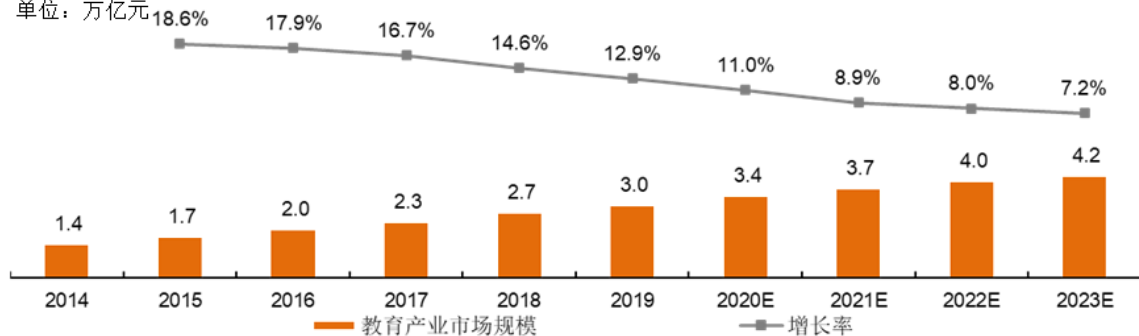


注：资料来源为国家统计局；实际增长率为剔除价格因素后的实际指标增速。

在我国教育产业发展中，国家顶层规划设计为教育产业发展奠定了基石，出台了一系列关于建设终身学习型社会、推进教育制度改革以及强化知识产权保护的政策。同时，居民教育需求增加、供给端多元化发展都进一步推动了教育产业持续发展。根据艾瑞咨询统计，2019年中国教育产业规模达到3.0万亿元，同比增速约12.9%，在2023年，中国教育产业规模将达4.2万亿元，年复合增长率为8.78%。

2014-2023年中国教育产业规模

单位：万亿元

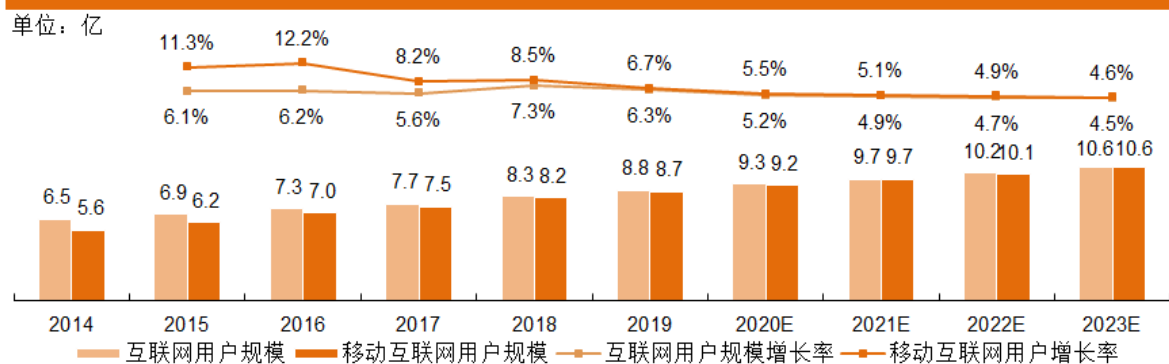


资料来源：艾瑞咨询。

（2）移动互联网为在线教育奠定了坚实的用户基础

根据教育形式的不同，教育行业可分为在线教育和传统的线下教育，中国移动互联网用户规模是在线教育发展的基石。随着信息技术不断的发展和普及，中国移动互联网用户规模呈现明显的上升趋势，根据CNNIC统计，中国移动互联网用户规模由2014年的5.6亿人提升至2019年的8.7亿人，预计2023年将增长至10.6亿人。

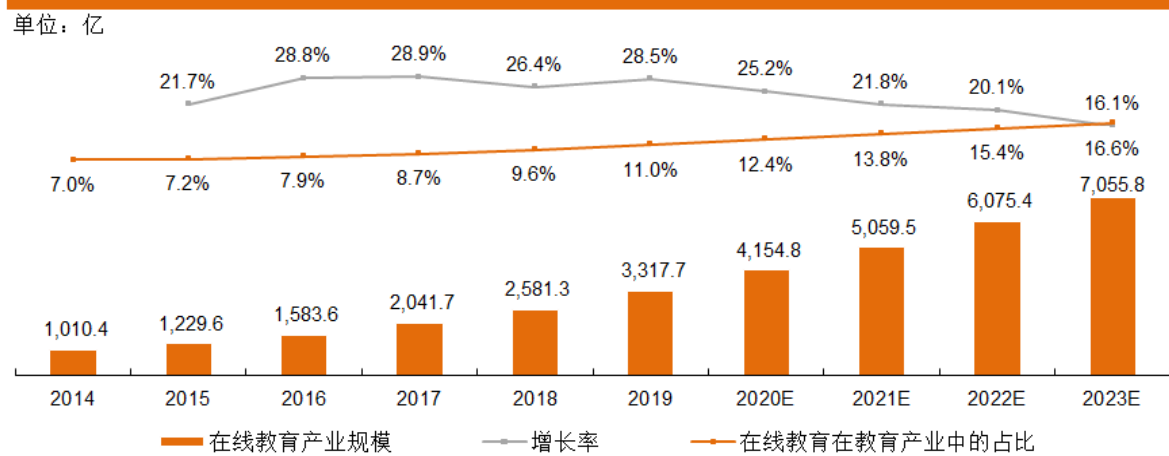
2014-2023年互联网及移动互联网用户规模



资料来源：2014年至2018年数据来源为CNNIC，2019年至2023年数据来源为艾瑞咨询。

在线教育解决了线下教育资源供不应求的情况，是我国教育行业重要的组成部分，其灵活的教学场景、多元化的教学方式，使在线教育行业覆盖区域广和行业规模快速扩张。根据艾瑞咨询数据，2019年，在线教育规模达3,317.7亿元，同比增速为28.2%，高于中国教育产业的整体增速，其中，移动端用户数约为4.4亿，占比为62.86%，PC端用户数约为2.6亿，占比为37.14%。

2014-2023年中国在线教育行业规模



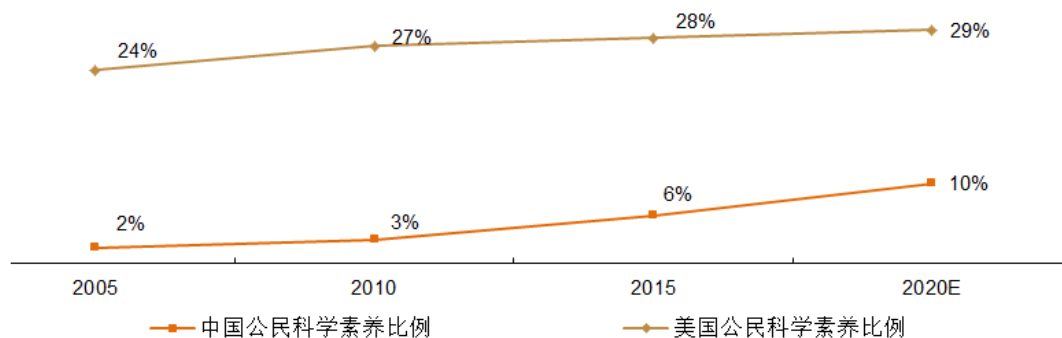
资料来源：艾瑞咨询。

（3）与发达国家终身教育投入存在差距，公民素质教育提升空间较大

在构建终身学习型社会的过程中，公民的科学素养是国家文明程度的重要标志之一。各国在测度本国公众科学素养时普遍采用公民科学素养率指标。根据中国科学技术协会的标准，对个人科学素养的判定，国际上普遍分为三个组成部分，即了解科学知识、了解科学的研究过程和方法、了解科学技术对社会和个人所产生的影响，上述三个方面同时满足时个人才可被判定为具备基本科学素养的公众。

由于中国终身教育起步较晚，在通识教育方面与企业员工培训方面投入情况与发达国家相比存在一定的差距，从而导致公民科学素养存在一定的差距。根据艾瑞咨询数据，预计 2020 年，部分发达国家具备科学素养的公民比例达 29%，中国约为 10%。

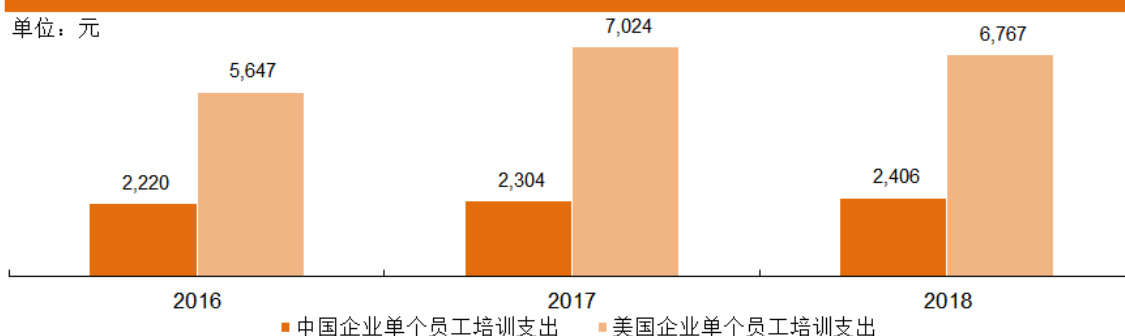
2005年至2020年具备科学素养的公民比例



资料来源：中国公民科学素养 2005-2015 年数据来自中国科学技术协会，美国来自密歇根大学；2020 年数据来自艾瑞咨询预测。

根据美国密歇根大学及艾瑞咨询数据，美国企业每年在提升员工基本素养及综合能力相关培训中投入金额达百亿美元，广泛覆盖从普通员工到管理层各个群体，2018 年美国员工培训支出为 876 亿美元。均摊到每个员工来看，美国员工培训金额也远高于中国，2018 年，美国企业为单个员工培训金额为 6,767 元，而中国仅为 2,406 元，中国在企业员工培训方面存在较大的发展空间。

2016-2018年中美企业单个员工培训支出



资料来源：美国密歇根大学、艾瑞咨询。

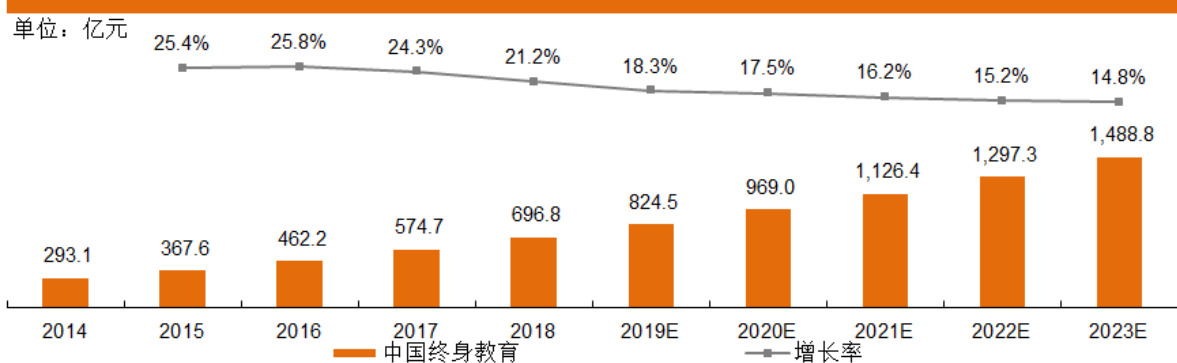
3、终身教育行业分析

（1）线上付费用户快速增加，中国终身教育未来可期

随着成人群体对提升自身能力需求的增加以及社会对终身教育理念的认同，中国终身教育产业规模取得了快速发展。根据艾瑞咨询数据，2019 年中国终身教育产业规模

预计达 824.5 亿元，同比增速为 18.3%，预计 2023 年，市场规模可达 1,488.8 亿元，年复合增长率为 15.13%。

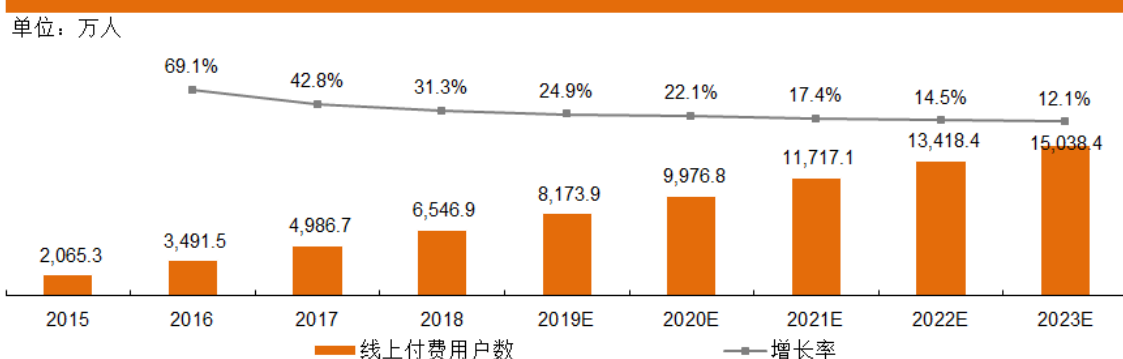
2014-2023年中国终身教育行业规模



资料来源：艾瑞咨询。

线上付费用户是中国终身教育主要的用户群体。便捷多元的学习场景促进了线上付费用户规模的稳步增长，并且伴随着终身学习理念的普及，用户的付费率也将进一步提升，根据艾瑞咨询数据，2019 年终身教育线上用户规模为 8,173.9 万人，预计 2023 年，终身教育线上付费用户规模将超过 1.5 亿人。线下终身教育模式总体呈现重服务、价格高、受限于教学场地等特点，付费用户的渗透则是更为长期、持续的过程。2019 年终身教育线下用户规模为 579.9 万人，预计到 2023 年，终身教育线下付费用户规模将达 665.6 万人。

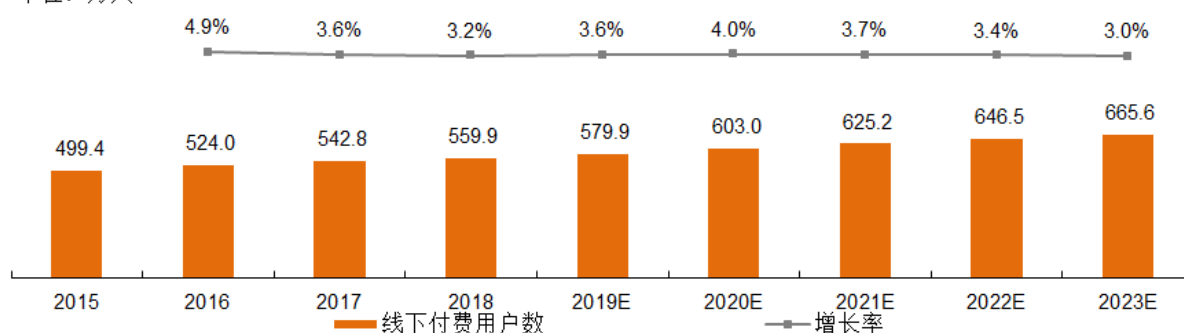
2015-2023年中国终身教育线上付费用户规模



资料来源：艾瑞咨询。

2015-2023年中国终身教育线下付费用户规模

单位：万人



资料来源：艾瑞咨询。

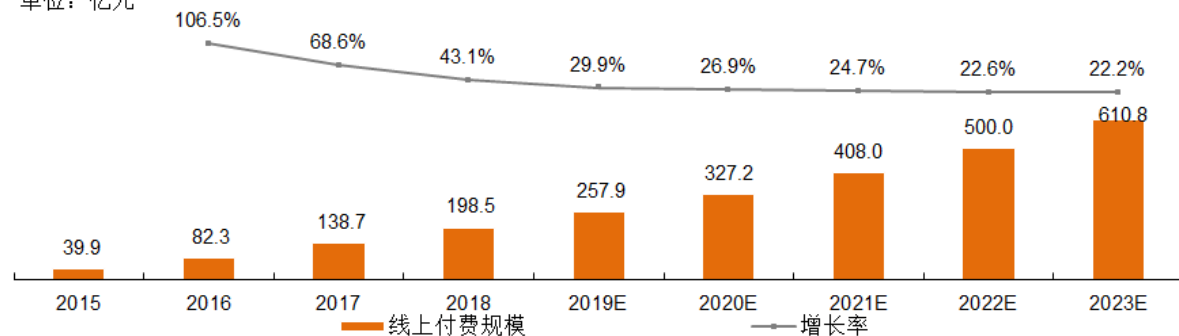
（2）终身教育线上付费为增长引擎，通识教育市场份额持续扩张

终身教育行业中，线下付费是其主要的收入来源。终身教育以线下传统模式为起点开始发展，以夜校、总裁班等为代表的传统线下终身教育业务陆续成型，后续线下社群、训练营、游学等业务形态也进一步丰富终身教育线下业务的模式。根据艾瑞咨询统计，2015至2019年期间，线下教育贡献了终身教育行业70%以上的收入，预计在2023年，线下教育也会超过55%以上的收入。

由于互联用户基数大并且线上教育不受区域位置和教学场景等因素限制，线上付费规模快速增长。根据艾瑞咨询统计，2019年至2023年，终身教育行业线上付费规模复合增长率为24.06%。

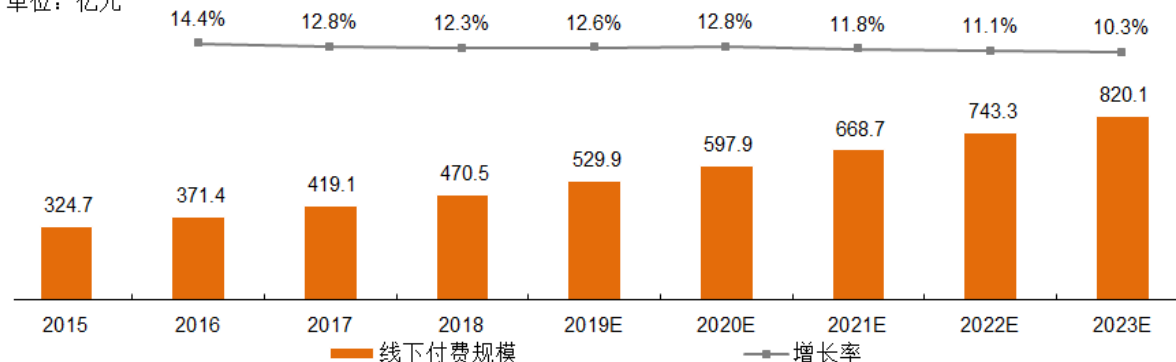
2015-2023年中国终身教育线上付费规模

单位：亿元



2015-2023年中国终身教育线下付费规模

单位：亿元



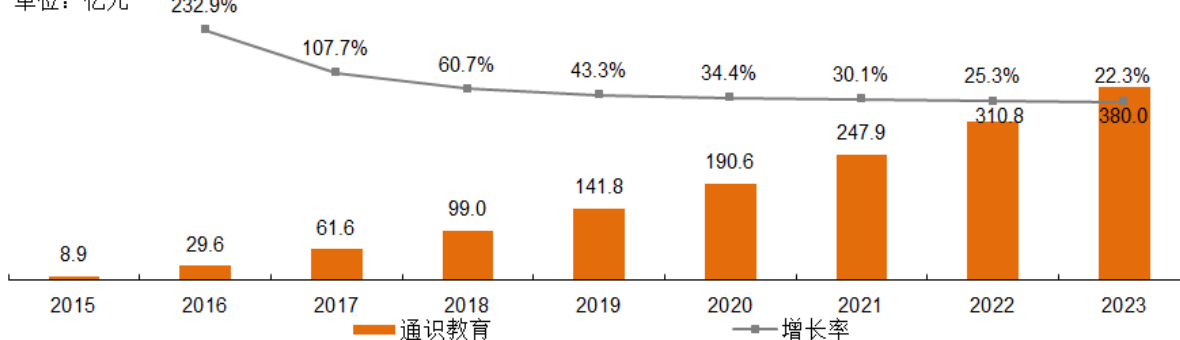
资料来源：艾瑞咨询。

终身教育主要包含通识教育与技能培训两大板块，其中通识教育主要包含人文科学、社会科学、自然科学、文化艺术、创新及认知、能力及经验等细分类目；技能培训主要包含 IT 技能、会计技能、营销技能及管理技能等细分类目。

目前，在终身教育行业中收入规模占比最大的是技能培训，通识教育是快速增长的细分领域。在 2014 年之前，终身教育行业主要以技能培训为主，如 IT 技能培训等，随着成人群体对通识教育学习需求的增加和社会资本对通识教育行业的投入，越来越多的企业开展通识教育方面的业务，2015 年之后通识教育行业规模快速上升。根据艾瑞咨询数据，在 2019 年，通识教育行业规模达 141.8 亿元，占终身教育行业规模的 17.2%。

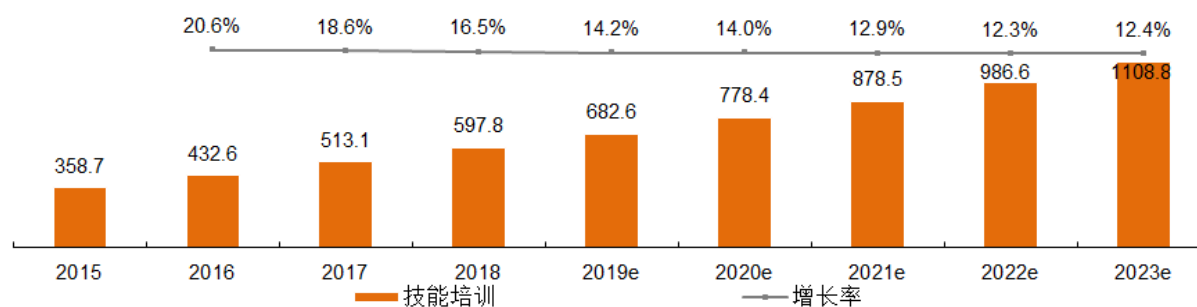
2015-2023年中国通识教育行业规模

单位：亿元



2015-2023年中国技能培训教育行业规模

单位：亿元



资料来源：艾瑞咨询。

3、结合行业情况充分披露自身的创新、创造、创意特征；科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况；

（1）公司自身的创新、创造、创意特征

公司以用户需求为核心，不断丰富产品矩阵，迭代产品形式。从创立初期到现在，公司作为终身教育行业先行者，以每天 10 分钟的音频课程让用户利用零散时间进行学习；后逐步研发了听书、电子书及其会员体系，用户既可以在听书功能中通过解读人的专业书籍解读来高效地了解一本书的精华内容，也可以在电子书功能中完整畅读一本书的全部内容；最近又研发了锦囊，通过问答的形式，为用户提供应对真实世界、真实挑战的知识。

此外，公司 2018 年创办“得到大学”，自成立以来共录取来自各行各业的学员超过 7,000 人，探索了线上线下学习的新模式，使更多人群可以享受创新性终身学习的便捷与高效，从而帮助更多职场人士完成终身学习的目标。

（2）科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司的科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况主要体现在如下内容：

1) 传统高等教育资源与互联网技术融合的创新

以往的专业学科课程，只在高等院校的课堂上讲授。“得到”App 与专家学者打造的人文、社科类通识课程，面向各行各业和各个年龄阶段的终身学习者。以《薛兆丰的经济学课》为例，截至 2020 年 3 月 31 日，在线学员人数已超过 48.6 万人。公司不仅将传统学科课程打造成适用于移动互联网场景的学习产品，还以公司积累的自有版权课程出版实体图书，与出版行业融合革新。还是以《薛兆丰的经济学课》为例，根据线上

课程出版的《薛兆丰经济学讲义》面世一年后销量已超过 100 万册。

2) 线上课程的学习行为接入高等院校评价体系

公司与华东师范大学达成学分认可合作，华东师范大学位列“世界一流大学建设高校 A 类”、“985 工程”、“211 工程”。被录取为华东师范大学成人学历教育的学习者，在“得到”App 学习指定课程，可以免修学分、减免学费。

此外，公司与国内一流商学院长江商学院合作，对学习者在报名长江商学院的中文/金融 MBA 项目时，给予报名条件和奖学金优惠。长江商学院中文/金融 MBA 项目，为硕士学历学位教育，学习者通过全国联考后可获工商管理硕士学位。学习者在符合报考条件的前提下，如得到学分在 650 分以上，可直接进入面试环节；录取后学习者可获得 8 万元奖学金，在入学时扣减相应学费。

3) 公司制作的线上课程成为高等院校辅助教材

得到课程走进学校，成为学科指定教材。例如，《王立铭·生命科学 50 讲》成为浙江大学生命科学学院、中国科学技术大学生命科学院本科生线上教材，中国人民大学附属中学亦据此开设生物研修课。再如，中国人民大学社会与人口学院、理学院，为全体 2020 应届生每人订制了一组“得到”App 出品的就业课程，让同学们获得专业的就业辅导。

4) 公司线上产品支撑高等院校在线学习的新模式

公司在“新冠”疫情期间响应教育部“停课不停学”号召，联合复旦大学、浙江大学、武汉大学、华中科技大学等 15 所名校发起“云学习”。7 所知名大学在“得到”App 开通官方账号，为同学们荐书、讲书。公司亦为名校师生提供“每天听本书”双月卡、电子书等学习资源，鼓励、带动同学们学习。复旦大学本科生院和学生处把五大书院搬到“得到”App，由复旦导师带领 2020 级新生共读好书。

5) 开拓企业线上综合培训新场景

公司开通企业服务网（<https://qy.igetget.com/>），针对企业培训的学习场景，提供批量采购、员工管理、学习数据查看、培训方案定制等功能及服务，与企业共同提升人力资源管理水平，为学习者进入职场后的终身教育提供学习场景。公司于 2020 年推出企业服务，目前已经与招商银行、广汽丰田、中国人保、泰康人寿达成了线上培训的合作，

得到了企业界的认可。

（四）行业竞争格局

1、终身教育行业竞争情况

伴随着国民经济的稳步发展，我国人均可支配收入不断提升。2019 年，我国人均可支配收入已达到 3.07 万元。与此同时，伴随着生活条件的提高，我国居民从“谋生存、求温饱”的状态转而关注能够提升生活品质的精神文化需求，终身教育行业也随之快速发展。

目前，终身教育产业市场格局相对分散，根据艾瑞咨询数据，第一及第二梯队合计占市场份额约 15%，长尾梯队占市场份额约 85%。第一梯队是指年度营业收入达 5 亿以上的从事终身教育行业的公司，占终身教育行业市场份额约为 9%，其中包括老牌教育企业，如中国东方教育等，也包括思维造物、知乎等主打创新教育业态的新兴教育公司。第二梯队年度营业收入在 2 亿至 5 亿之间，占终身教育行业市场份额约为 6%，由数十家企业共同构成，其通过技术创新、业态联动等进一步实现其竞争力。长尾梯队主要由跨界企业及新兴企业构成，占市场份额约为 85%，其年度营业收入在 2 亿元以下，其中跨界企业虽在用户体量方面占据优势，但终身教育业务营业收入规模较低，尚处于发展阶段。

2、通识教育行业竞争情况

目前，在通识教育行业中，主要由两大种类平台：独立平台和跨界平台。

独立平台通常聚焦于通识教育业务，该类平台的特点在于起步早、用户粘性强，已形成规模化用户群并积累了一定的品牌信用。近些年，依托于早期产品的基础上，通识教育独立平台进一步强化了对用户体验的管理，提升内容供给能力，并提高用户心理层面的获得感和实操层面的完课率。与此同时，独立平台进行精细化运营的行业背景下，通过提升优质内容产品和产品交付效率、累计品牌信用以及拓展线上下联动布局等完善服务闭环。

跨界平台主要由在线音视频、资讯、资格培训等类别平台通过内嵌服务模块或设立独立业务的方式进行布局，并在内容资源、技术、流量等方面已有相当积淀，形成对独立平台的竞争。

两大类平台依托自身创新技术，授课内容以及用户联结，已在通识教育领域形成三大梯队，竞争格局已初步形成。思维造物和知乎等具备先发优势的独立平台方构成第一梯队。根据艾瑞咨询数据 2018 年第一梯队公司年度营收均高于 5 亿元人民币，合计贡献接近 14% 的市场份额。其次，千聊、创业黑马等独立平台方则凭借 2 亿元以上的年度营收居于第二梯队，合计份额接近 20%。此外，大量跨界平台方（仅考虑通识教育业务）及中小独立平台方合计份额超过 64%。从整体市场上来看，第一梯队并非占据绝对的市场主导地位，对比于第三梯队中，大量跨界平台方在各自的板块中发展良好，整体市场形成一个长尾模式。

从市场份额口径划分梯队情况如下表所示⁴：

梯队	公司名称	合计市场份额
第一梯队		14%
第二梯队		22%
第三梯队	其他跨界型公司及新兴公司	64%

从年均月独立设备数口径划分梯队情况如下表所示⁵：

梯队	公司名称	划分标准
第一梯队		大于 100 万台
第二梯队		大于 20 万台
第三梯队	1 号课堂、钉钉大学、好好学习、核桃 Live、见识、天鹅微课、钛刻、探知、微知秀、学两招、虾群、业问、中读、在行、在行一点、造就	小于 20 万台

⁴ 注：（1）独立平台方通识教育营收规模的统计口径为其全年总营收（覆盖用户付费、广告、电商、工具服务等多种收入类型），跨界平台方通识教育营收规模的统计口径为其全年通识教育业务收入（以用户付费为主）；

（2）跨界参与方的通识教育业务，指代课程、听书、社群等知识型业务形态，不包含有声书、电子书等娱乐型业务形态；

（3）艾瑞咨询报告研究对象包括但不限于创业黑马、樊登读书、混沌大学、荔枝微课、千聊、十点读书、思维造物、吴晓波频道、知乎等企业及其通识教育业务（按首字母排序）；

（4）此处市场份额=通识教育业务营收合计/通识教育产业规模*100%。

⁵ 注：（1）对在线通识教育独立平台方的年均月独立设备数进行统计分析，统计范围为 2019 年 1 月至 2019 年 12 月；

（2）mUserTracker.2019.12，基于日均 400 万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过 1 亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

（五）行业特有的经营模式及盈利模式

1、线上通识教育模式

（1）用户付费模式

目前线上终身教育行业的用户付费体系已经较为完善，其主流的付费模式包括单课付费及会员制付费等方式。其中，单课付费模式下用户根据个人喜好对图文、音视频等课程产品进行以课程讲数、节数为单位的一次性付费行为，并获得课程的永久使用权。会员制模式下，用户通常以一段时间为单位进行订阅付费，用户可在一段时间内任意收听、收看或下载开发者提供的课程内容服务，会员订阅期满后，用户不再享受相关课程的使用权。大多数终身教育公司提供上述两种模式相结合的收费模式。

（2）“免费+广告”模式

“免费+广告”模式指未付费用户可以免费收听、下载感兴趣的内容，应用开发者或运营厂商基于其积累的用户规模所产生巨大的流量，以自身内容产品为载体，直接或间接向第三方广告平台或终端广告主提供广告服务，获取广告收入。业内应用开发者或运营厂商主要与广告平台合作，将应用程序中的广告展示机会提供给广告平台，进行变现。App 内的主要广告展示形式包括音视频插播、全屏展示、开屏展示、横幅展示等，并按照 CPM（按每千人展示）、CPC（按每千人点击）、CPS（按实际销售提成）等效果收费模式向广告主收取价款。

2、线下课程及演讲知识服务模式

（1）线下培训费、学费或门票

线下授课及演讲一般采用名师线下现场教学的形式向学员交付课程内容，同时，线下课程或演讲亦包括学员之间的现场交流及互动。主办方一般负责班级教学计划的组织和实施、开班现场的管理与服务、教学评估、教学督导和检查等工作，并按教学时长或场次向学员收取一定数额的培训费、学费或门票。

（2）广告赞助

线下课程或演讲的主办方亦可通过广告赞助等形式获得收入。主办方通过自身品牌或讲师声誉的影响力，吸引品牌企业的关注，通过节目冠名、广告植入等形式与赞助商合作从而获取赞助收入。

（六）公司在行业中的竞争地位及主要竞争对手

1、公司的主要竞争对手

（1）知乎

北京智者天下科技有限公司成立于 2011 年，“知乎”App 是其旗下重要产品。“知乎”基于问答的内容生产方式和社区机制，聚集并引导互联网用户间相互分享内容。知乎在知识分享的基础上，逐渐孵化出了相关的付费服务。此外，知乎也探索了相关的线下品牌活动以及等业务。

（2）樊登读书

上海黄豆网络科技有限公司成立于 2015 年，“樊登读书”App 是其旗下重要产品，由央视节目主持人樊登博士发起设立。樊登读书覆盖于心灵、管理、职场、家庭等领域，持续解读出版书籍的相关问题，同时樊登读书也引入行业知名人士开设相关课程并建立了线下樊登书店。

（3）巴九灵（吴晓波频道）

杭州巴九灵文化创意股份有限公司成立于 2014 年，专注于泛财经领域的产业研究及企业服务。巴九灵业务包括泛财经知识传播、企投家学院、新匠人学院等板块并打造了年终秀、企投会 EIC、中国企投家 PLUS、新匠人养成营、每天听见吴晓波等子项目品牌。

（4）混沌大学

混沌时代（北京）教育科技有限公司成立于 2015 年，“混沌大学”是其旗下重要产品。混沌大学聚焦创业投资领域，在李善友自主输出的核心课程基础上，通过线上研习社、创新学院以及线下创投营等，面向企业中高管、创业者和职场人等学员提供相关的学习服务。

（5）掌阅科技

掌阅科技股份有限公司成立于 2008 年，专注于数字阅读，主营业务为互联网数字阅读服务及增值服务业务，同时从事网络原创文学版权运营，电子书阅读器硬件产品研发及销售，基于自有互联网平台的流量增值服务。掌阅科技自主研发了数字阅读平台“掌阅”，在不断优化产品细节及性能的同时，在业内实现了 3D 仿真翻页、护眼模式

等技术创新的产品应用，并在文档识别、转化、续读技术以及数字内容的精装排版等方面形成了核心技术优势，处于行业领先地位。

（6）中文在线

中文在线数字出版集团股份有限公司成立于 2000 年，是中国数字出版的开创者之一。中文在线致力于成为全球领先的中文数字出版机构。中文在线以版权机构、作者为正版数字内容来源，进行内容的聚合和管理，向手机、手持终端、互联网等媒体提供数字阅读产品；为数字出版和发行机构提供数字出版运营服务；通过版权衍生产品等方式提供数字内容增值服务。

（7）中公教育

中公教育科技股份有限公司成立于 1999 年，主营业务是公务员招录考试培训、事业单位招录考试培训、教师招录考试培训等。中公教育定位于职业就业培训服务。培训以线下小班为主，在线与线下结合的新业务增长迅速。

（8）创业黑马

创业黑马科技集团股份有限公司成立于 2011 年，主营创业创新资讯、创业辅导培训、创业大赛等多种形态服务。创业黑马旗下 i 黑马网、创业黑马学院、黑马会、黑马大赛等多个业务，已成为国内知名创业服务品牌。

（9）豆神教育

豆神教育科技（北京）股份有限公司成立于 1999 年。在智慧教育领域，豆神教育业务包括区域教育云、智慧校园顶层设计、校本课程及核心学科应用服务等。豆神教育智慧教育业务通过教育与 IT 的融合，在全国范围内开展业务并取得良好成效。

2、同行业竞争对手的选取标准

发行人从事终身教育行业，在线上，通过“得到”App、“罗辑思维”微信公众号等平台，在线下，通过“得到大学”、“时间的朋友”跨年演讲等形式，为终身学习者提供通识教育及技能培训服务。公司与选取的同行业竞争对手在业务模式、产品形态以及从事行业等方面具有可比性。

公司名称	可比性
知乎	与发行人在专栏、电子书、课程等业务上具有可比性

公司名称	可比性
樊登读书	与发行人在电子书、听书、线下演讲、电商等业务上具有可比性
巴九灵（吴晓波频道）	与发行人在知识服务、线下课程等业务上具有可比性
混沌大学	与发行人在知识服务、课程体系、社群等业务上具有可比性
创业黑马	与发行人在辅导培训等业务上具有可比性
掌阅科技	与发行人在看书、听书等数字阅读方面有可比性
中文在线	与发行人在听书、阅读等业务具有可比性
中公教育	与发行人教育辅导培训等业务具有可比性
豆神教育	与发行人教育辅导培训等业务具有可比性

3、发行人与同行业竞争对手对比

（1）经营情况及市场地位对比

公司是国内最早探索知识服务的企业之一，作为行业引领者，公司定义了知识服务的服务形态、收费方式、合作模式、结算方式等行业创新模式，其创新性的商业模式开创了知识服务行业的先河。

根据艾瑞咨询，公司及知乎属于中国终身教育行业第一梯队。2019 年，从通识教育相关收入口径计算，公司及知乎属于市场第一梯队，创业黑马等属于第二梯队；从用户规模口径计算，公司、知乎及樊登读书年均月独立设备数大于 100 万，属于第一梯队，创业黑马、混沌大学年均月独立设备数小于 100 万但大于 20 万，属于第二梯队。

（2）公司获得的荣誉

公司及其产品获得多项行业奖项，报告期内，公司所获国家级重要奖项及其重要性情况如下表所示：

序号	获奖名称	颁布机构	获奖年份	重要性
思维造物				
1	国家知识服务模式（综合类）试点单位评选：“知识服务模式（综合类）出版单位试点”	中国新闻出版研究院	2018 年	唯一荣获该称号的民营在线知识服务平台
“得到” App				
2	2019 年数字出版精品遴选推荐计划	国家新闻出版署	2019 年	全国百佳精品项目之一
3	“得到” App “每天听本书”入选十佳数字阅读项目	国家新闻出版署、中国新闻出版研究院	2018 年	唯一获得该奖项的非国资控股企业
4	“两微一端”百佳评选之“App 创新力十佳账号”	中国互联网发展基金会	2017 年	唯一获得该奖项的知识内容类公司

（3）发行人关键业务指标与行业内竞争对手对比情况

由于知乎、樊登读书、巴九灵（吴晓波频道）及混沌大学尚未上市，故无法获取其官方披露的关键业务指标。发行人与中公教育、掌阅科技、中文在线、豆神教育及创业黑马的对比情况如下所示：

公司	业务类型	2019 年业务收入（万元）	占营业收入比例	2019 年重要业务指标
中公教育	教育培训	911,932.57	99.38%	综合职业就业培训服务品类大于 100 种
掌阅科技	数字阅读平台	158,382.76	84.14%	50 万册数字阅读内容
中文在线	文化及教育产品	70,146.84	99.45%	400 万种数字内容资源、123 万部（集）有声书资源
豆神教育	大语文学习服务	43,807.53	22.13%	111 个直营学习中心
创业黑马	培训辅导服务	13,908.69	65.37%	链接、触达了超过 10 万的创始人群体
公司	线上及线下知识服务	52,742.15	84.79%	课程销量超过 600 万份、电子书及会员销量超过 110 万份、听书及会员销量超过 280 万份

（七）公司的竞争优势与劣势

1、公司竞争优势

经过多年探索和积累，公司在以下方面形成了较为突出的竞争优势：品牌信用、课程品质、师资团队、服务完备性。

（1）品牌信用

对于一家提供教育服务的企业来说，能否获得学习者和社会公众的长期认可，是其发展的重要保障。学习者在“得到”App 的学习成果可以被华东师范大学（211/985）这一级别的高等院校认可、免修学分以及减免学费，这一点为行业先行者；学习者凭“得到”学分在报考长江商学院的 MBA 时，录取后可直接获得 8 万元奖学金；“得到”学分和相应学习记录正在成为创新创业型企业在面试员工、培养员工时的重要参考依据；公司所主办的“时间的朋友”跨年演讲一经推出，就吸引很多学习者购买二十年的年票。公司和公司所提供的教育服务获得了来自教育界、企业界以及广大学习者的充分信任，公司具有显著的品牌信用优势。

（2）课程品质

为保持课程教研工作的权威性及可持续性，公司率先设立了专门负责教研和品控的

机构——总编室。该团队主要成员来自中宣部新闻阅评团队、央视新闻中心、新华社等机构。公司还推出了一套完整的品控规程——《得到品控手册》，对课程教研的所有环节做出了实效性高、标准严格、细节全覆盖的详细规定。同时，《得到品控手册》向全市场进行开源，多年来已经成为全行业在课程教研方面的重要参考。报告期内，公司及其产品获得多项重要奖项，如公司曾入选国家新闻出版署发起的“知识服务模式（综合类）出版单位试点”，“得到”App 听书入围国家新闻出版署“2019 年数字出版精品遴选推荐计划”，“得到”App 被中央网信办评为 2017 年度“两微一端”百佳评选之“App 创新力十佳账号”。

（3）师资优势

公司将与优秀知识生产者保持长期、稳定合作关系视为公司基本战略之一。为此，公司与主要讲师均签署长期、排他性的合作协议，为讲师提供课程研发、书籍出版、线下大课等帮助讲师实现知识价值最大化的综合服务。同时，公司积极进行课程自主研发工作，优化内部人力资源结构，发展更多自主培养的专职讲师，如“得到大学”现有课程均为公司自主研发、专职讲师授课。日益完善的师资团队，使公司摆脱了创业初期对创始人个人 IP 的依赖。

（4）服务完备性

公司对基于终身教育的市场需求有深刻的理解，长期以来始终致力于为学习者提供完备的知识服务。从课程类型来说，公司所提供的内容涵盖了传统学科、前沿视野和能够帮助学习者快速提高职场竞争力的能力培训。从服务形态来说，公司提供图文、音频、视频、直播、图书、互动答疑、测评等丰富的线上内容，以及“得到大学”、跨年演讲、线下大课等各种线下学习形式，做到了终身学习的内容和场景全覆盖。

2、公司竞争劣势

虽然经过多年探索和积累，公司在以下方面还需进一步加强：

（1）公司业务规模仍需进一步提升

公司课程采取自主研发的生产模式。相比平台类音视频 App 的用户上传模式，公司的自研模式一定程度上具有生产周期长、课程生产人员素质要求高等特点。随着行业快速的发展，公司的课程产能亟待提高，否则可能无法及时满足用户日益增长的学习需求。

（2）公司营销投入不足

多年来，公司主要资源投入于课程研发和技术创新，在营销及推广方面投入不足，尚未建成规模化的营销体系。相比与同行业可比公司，公司销售人员及销售费用占比较低，一定程度上限制了公司服务用户的规模。

（3）公司融资渠道单一

目前，公司融资渠道相对单一、融资成本较大。相对于国有企业和上市公司，国内中小企业在融资渠道上处于劣势。同时，公司所处的终身教育行业具有轻资产的特点，公司本身固定资产较少，无法满足为银行融资提供抵押担保的条件，在一定程度上限制了公司的发展步伐。

（八）影响公司发展的主要因素

1、行业面临的机遇

（1）国家政策、教育体制完善

教育产业为国家重点战略行业，日益受到国家和社会的广泛重视。《中国教育现代化 2035》、《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度 推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》、《十九届四中全会公报》、《关于深化文化体制改革的若干意见》、《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020 年）》等重要文件的出台推动了我国教育行业持续发展，为建设终身学习型社会、完善终身教育体系、推进全民阅读以及强化知识产权保护提供政策支持。党的十八大提出，“完善终身教育体系，建设学习型社会”。这是继党的十六大和十七大提出建设全民学习、终身学习的学习型社会，《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020 年）》确定到 2020 年“基本形成学习型社会”后，又一次突出强调的国家重大战略决策，是我国实现全面建成小康社会和中华民族伟大复兴宏伟目标的根本保障。《十九届四中全会公报》中也提到构建服务全民终身学习的教育体系，推出更多群众喜爱的文化精品，反映了教育体制改革、文化供给侧改革的迫切需求。习近平总书记指出，学习是文明传承之途、人生成长之梯、政党巩固之基、国家兴盛之要。建设学习型社会对于建设创新型国家、实现全面建成小康社会的目标有着重要意义。作为国内终身教育行业先行者，公司于 2017 年提出“建设一所终身大学”作为公司愿景，并不断壮大将助力我国教育行业的进一步发展。

（2）社会职业分工不断多元化，个人素质发展需求不断增加

随着经济不断稳步增长，中国经济总量已位居世界第二，综合国力不断提升。但与此同时，我国终身教育和职业化再教育行业尚不发达，整体再教育模式依然主要以 MBA、EMBA 等在校形式为主，相对缺乏定制化及包容性高的服务。与国际相比，中国高校学科体系的建设尚不能充分达到通识知识的普及需求，亟待社会力量对通识教育行业做出深入改革。另一方面，随着社会分工不断多元化，个人职业轨迹多层次的延伸，跨专业、跨学科的个人终身学习及培训需求持续升温。终身学习时代的到来也增强了企业员工、白领人群的强烈危机意识，全面学习的热潮已经掀起，终身教育的市场依然有巨大的发展空间。

（3）智能手机快速普及，移动互联网产业高速发展

近年来，全球智能手机的普及率迅速上升，移动互联网产业呈现高速发展态势。根据 IDC 预测，2024 年，全球智能手机出货量将达到 16.92 亿台；根据《2018-2023 思科年度互联网报告》数据显示，2020 年，世界移动互联网用户⁶预计达到 53 亿，到 2023 年，世界移动互联网用户达到 57 亿。同时，随着移动网络完成从 4G 到 5G 的过渡，未来 5G 的不断普及、优化，网络带宽明显提升、网络资费逐渐下降，移动互联网产业的基础设施建设在世界范围内进一步完善并且提升服务载体（如智能手机等）的分发效率。另一方面，根据艾瑞咨询数据，我国移动支付市场正在高速发展，第三方移动支付交易规模从 2015 年的 12.2 万亿元增长至 2020 年的 249.2 万亿元，复合增长率达到 82.83%。便捷的移动支付方式提高了用户付费的意愿和支付效率。依托于智能手机的快速普及，以及互联网的高速发展，移动应用程序已成为用户日常生活的组成部分。随着用户习惯的进一步形成，科技不断革新，智能终端的性能和 5G 互联网应用场景等亦不断提升，未来以移动应用为依托的终身教育市场规模将实现进一步增长。

（4）人工智能助力教育行业细分领域内逐渐垂直深化

如今，人工智能在多个领域被广泛应用，基于大数据搜索带来的用户行为分析也正在改变移动互联网的使用习惯。在互联网教育领域，新科技的出现能让用户的学习行为得到更好的了解，从而使移动教育提供者更精准高效的开发出懂得用户的知识类产品，让用户得到更符合自身需求的内容，从而降低了用户知识摄取的门槛。另一方面，大数

⁶ 移动互联网用户指的是订阅蜂窝服务的用户。

据分析让知识服务提供者拥有了更强大的工具，为知识系统性梳理、知识体系智能关联、知识图谱等技术的广泛应用提供了底层算法保证。未来，随着移动互联网、人工智能技术的进一步深入发展，互联网教育行业将能够继续享受有利的产业发展环境，通过技术进步不断提升产品用户体验，在创新变革中蓬勃发展。同时，互联网教育行业通过专业细分的定位，在各自细分领域内不断实现课程及知识产品的横向纵向拓展，打通学习者与知识提供者之间的闭环，通过算法技术实现内容资源的积累，从而提高用户粘性和用户价值。

2、行业面临的挑战

（1）国家知识产权保护机制仍需完善，国民付费学习习惯有待养成

长期以来，国内互联网知识内容的版权保护力度不足，盗版内容通过网络等渠道传播，伤害了从业者的利益，对互联网终身教育行业的健康发展造成了一定的不利影响。尽管近年来国家对于打击盗版、完善知识产权保护机制做出了大量切实工作，但盗版现象的根本转变和国民付费学习习惯的养成仍需要社会各方长时间的持续努力。

（2）信息传播介质的不断演化对从业者的服务能力提出了挑战

信息传播介质的改变以及技术的变革为行业发展带来了一定的不确定性。知识服务的产品形态，从最初的文本、音频扩展到直播、短视频等新兴形态。信息传播介质的快速迭代会带来知识交付、用户使用习惯等多方面的挑战和改变。

（九）上述情况在报告期内的变化及未来可预见的变化趋势

报告期内，发行人产品或服务的市场地位、技术水平、行业内主要企业、竞争优势与劣势、行业发展态势等情况未发生重大变化，在未来可预见的时期内，不会产生对公司持续经营构成重大不利影响的变化。

三、公司销售情况和主要客户

（一）主要产品和服务的规模及收入情况

按照不同业务划分，报告期内公司主营业务收入构成具体情况如下：

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
线上知识服务业务	10,461.24	54.70%	41,213.47	66.26%	50,722.46	68.74%	32,772.00	58.91%
线下知识服务业务	6,506.06	34.02%	11,528.68	18.53%	7,345.99	9.95%	6,346.68	11.41%
电商业务	1,914.89	10.01%	8,615.59	13.85%	10,351.44	14.03%	15,341.77	27.58%
其他	243.03	1.27%	843.86	1.36%	5,373.80	7.28%	1,170.79	2.10%
合计	19,125.23	100.00%	62,201.61	100.00%	73,793.70	100.00%	55,631.24	100.00%

（二）主要产品和服务的规模

报告期内，公司线上知识服务业务主要产品包括在线课程、听书、电子书产品，线下知识服务业务主要产品包括“得到大学”、“跨年演讲”，电商业务主要产品包括“得到阅读器”、实体图书及其他。上述产品的服务规模情况如下：

1、线上知识服务业务

（1）在线课程及讲师

报告期内，公司在线课程及讲师服务规模如下：

课程服务规模	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
课程上新数量（门）	29	143	67	62
累计课程数量（门）	319	290	147	80

讲师服务规模	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
新增签约数量（人）	18	60	37	44
累计签约数量（人）	159	141	81	44

（2）听书

报告期内，公司听书服务规模如下：

听书服务规模	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
听书上新数量（本）	91	446	800	693
累计听书数量（本）	2,114	2,023	1,577	777

（3）电子书

报告期内，公司电子书服务规模如下：

电子书服务规模	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
电子书上新数量（本）	4,437	23,350	1,991	1,340
累计电子书数量（本）	31,526	27,089	3,739	1,748

2、线下知识服务业务

（1）“得到大学”

报告期内，公司“得到大学”招生规模如下：

批次	校区地点	招生人数（人）
2018 年秋季第 0 期	北京、上海、深圳	286
2019 年春季第 1、2、3 期	北京、上海、杭州、广州、深圳、成都	1,318
2019 年夏季第 4 期	北京、上海、杭州、广州、深圳、成都	1,430
2019 年秋季第 5 期	北京、上海、杭州、广州、深圳、成都、郑州、青岛	2,215
2020 年春季第 6 期	北京、上海、杭州、广州、深圳、成都、郑州、青岛、西安、昆明、武汉	2,249

注：2019 年春季第 1、2、3 期的课程开学时间及课程内容相近，因此合并计算；2020 年春季第 6 期为截至 2020 年 3 月 31 日招生人数；2020 年春季第 6 期武汉班受疫情影响，延期至第 7 期开学。

（2）“跨年演讲”

报告期内，公司“跨年演讲”门票销售情况如下：

科目	2019 年跨年	2018 年跨年	2017 年跨年	2016 年跨年
销售数量（人）	7,838	5,781	5,922	5,769

3、电商业务

报告期内，公司电商业务销售收入如下：

单位：万元

科目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
“得到阅读器”	846.30	1,610.51	-	-
实体图书	709.03	5,248.10	6,688.89	11,991.20
电商代销	133.55	863.64	1,769.46	2,276.99
其他	226.01	893.34	1,893.09	1,073.58
合计	1,914.89	8,615.59	10,351.44	15,341.77

（三）主要产品和服务的销售价格变动情况

报告期内，公司主要产品及服务具体销售价格变动情况如下：

1、线上知识服务业务

（1）课程产品的销售情况

报告期内，公司课程产品按课程门数、讲数的单价情况如下：

科目	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
GMV（万元）	9,390.19	34,299.64	37,466.37	35,385.20
课程销售数量（万门）	168.58	602.58	524.39	353.98
课程平均单价（元/门）	55.70	56.92	71.45	99.96
销售数量（万讲）	6,294.99	31,703.55	47,057.22	64,968.53
每讲平均单价（元/讲）	1.49	1.08	0.80	0.54

注：上表中 GMV 数据为交易总额，即公司当期各项业务相关商品销售下单且支付成功的实际付款金额（现金支付方式）和代币金额的加总，不含下单未支付金额，也不考虑后续退款金额。下同。

报告期内，公司每门课程产品的销售单价分别为 99.96 元/门、71.45 元/门、56.92 元/门及 55.70 元/门，呈下降趋势，主要原因为公司持续丰富课程产品类型，推出更多节数较少、轻量级的课程，因此每门课程的销售单价有所下降。

报告期内，公司每讲课程产品的销售单价分别为 0.54 元/讲、0.80 元/讲、1.08 元/讲及 1.49 元/讲，公司课程质量优秀，每讲单价呈持续上升趋势。

（2）听书产品的销售情况

报告期内，公司听书产品单价情况：

付费类型	项目	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
单本	GMV（万元）	61.97	471.53	835.75	2,323.33
	销售数量（万本）	15.45	131.95	221.15	547.80
	平均单价（元/本）	4.01	3.57	3.78	4.24
会员卡	GMV（万元）	1,843.15	8,177.29	8,590.80	8,550.33
	销售数量（万张）	35.24	98.43	82.82	36.77
	平均单价（元/张）	52.30	83.07	103.73	232.54
其他	GMV（万元）	0.74	4.96	10.23	5.43
	销售数量（万张）	7.38	49.64	102.60	55.14
	平均单价（元/张）	0.10	0.10	0.10	0.10

公司听书产品的销售方式主要分为单本和会员。报告期内，公司单本听书产品的销售单价分别为 4.24 元/本、3.78 元/本、3.57 元/本及 4.01 元/本，单价较为平稳。报告期内，听书“会员卡”的销售单价分别为 232.54 元/张、103.73 元/张、83.07 元/张及 52.30

元/张。公司听书“会员卡”主要分为“年度会员卡”、“连续包月会员卡”、“月度会员卡”，报告期内，听书“会员卡”销售单价下降的主要原因为报告期内上述会员卡销售结构变化。

其他听书产品为“7 天体验会员卡”，主要作为促销体验销售，单价均为 0.10 元/张。

（3）电子书产品的销售情况

报告期内，公司电子书产品单价情况：

付费类型	科目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
单本	GMV（万元）	174.26	1,954.89	2,167.32	1,599.60
	销售数量（万本）	10.16	104.90	114.67	192.62
	平均单价（元/本）	17.16	18.64	18.90	8.30
会员卡	GMV（万元）	1,076.27	827.78	-	-
	销售数量（万张）	24.85	12.65	-	-
	平均单价（元/张）	43.31	65.42	-	-

公司电子书产品的销售方式主要分为单本和会员。报告期内，公司单本电子书的销售单价分别为 8.30 元/本、18.90 元/本、18.64 元/本及 17.16 元/本。其中，2017 年单本电子书销售单价较低的原因主要为当年公司推出“新手礼包”等低价促销产品，“新手礼包”单价为 0.01 元/本，当年共销售 50.25 万本，占当年电子书销量的 25.96%。该低价促销产品销量较大，拉低了当年单本电子书的销售单价。

2019 年，公司推出电子书会员卡。2019 年和 2020 年 1-3 月，公司电子书“会员卡”的销售单价分别为 65.42 元/张、43.31 元/张，销售平均单价波动系年卡与月卡的销量结构变化所致。

2、线下业务

（1）“得到大学”的招生和学费情况

报告期内，公司“得到大学”招生和学费情况：

科目	GMV（万元）	招生人数（人）	学费（元/学期）
2018 年秋季第 0 期	280.28	286	9,799.98
2019 年春季第 1、2、3 期	1,384.90	1,318	10,507.59
2019 年夏季第 4 期	1,645.90	1,430	11,509.77

科目	GMV（万元）	招生人数（人）	学费（元/学期）
2019年秋季第5期	2,739.42	2,215	12,367.57
2020年春季第6期	3,009.56	2,249	13,381.75

注：2019年春季第1、2、3期的课程开学时间及课程内容相近，因此合并计算。

2018年、2019年和2020年第一季度，公司“得到大学”共举办6学期课程。“得到大学”各期学费呈现上升趋势，主要因为前期推广和试运营，推出了相关优惠政策，后续学费单价呈现稳定增长趋势。

（2）“跨年演讲”门票的销售情况

报告期内，公司“跨年演讲”门票销售情况：

科目	2019年 “跨年演讲”	2018年 “跨年演讲”	2017年 “跨年演讲”	2016年 “跨年演讲”
销售流水（万元）	1,282.43	957.69	934.29	855.26
销售数量（人）	7,838	5,781	5,922	5,769
平均单价（元/人）	1,636.17	1,656.62	1,577.67	1,482.51

注：销售流水数据为当期线上、线下销售金额及“20年联票”分摊金额，已刨除退款金额。

报告期内，公司“跨年演讲”门票的销售单价分别为1,482.51元/人、1,577.67元/人、1,656.62元/人及1,636.17元/人，门票单价较为稳定。

（四）主要客户情况

1、2020年1-3月公司前五大客户如下：

单位：万元

序号	客户名称	收入	占营业收入的比例
1	深圳广播电影电视集团	1,868.81	9.72%
2	省广先锋（青岛）广告有限公司	1,433.96	7.46%
3	北京爱奇艺科技有限公司	707.55	3.68%
4	北京明日阳光广告有限责任公司	498.44	2.59%
5	中信出版集团股份有限公司	210.98	1.10%
合计		4,719.74	24.55%

2、2019年公司前五大客户如下：

单位：万元

序号	客户名称	收入	占营业收入的比例
1	深圳广播电影电视集团	2,050.03	3.26%
2	北京明日阳光广告有限责任公司	678.62	1.08%

序号	客户名称	收入	占营业收入的比例
3	中信出版集团股份有限公司	412.99	0.66%
	中信联合云科技有限责任公司	0.92	0.00%
4	重庆江小白品牌管理有限公司	407.16	0.65%
5	深圳创维-RGB 电子有限公司	310.51	0.49%
合计		3,860.23	6.14%

3、2018 年公司前五大客户如下：

单位：万元

序号	客户名称	收入	占营业收入的比例
1	江苏省广播电视集团有限公司	3,424.59	4.64%
2	深圳广播电影电视集团	1,864.73	2.53%
3	北京奇艺世纪科技有限公司	1,415.09	1.92%
4	北京明日阳光广告有限责任公司	1,283.70	1.74%
5	深圳创维-RGB 电子有限公司	397.04	0.54%
合计		8,385.15	11.37%

4、2017 年公司前五大客户如下：

单位：万元

序号	客户名称	收入	占营业收入的比例
1	北京明日阳光广告有限责任公司	1,466.98	2.64%
2	深圳广播电影电视集团	987.74	1.78%
3	上海李奥贝纳广告有限公司	547.17	0.98%
4	上海润米科技有限公司	451.48	0.81%
5	霍尔果斯米未文化传媒有限公司	377.36	0.68%
合计		3,830.73	6.89%

报告期内，公司不存在向单个客户销售比例超过销售总额的 50%或严重依赖于少数客户的情况；公司实际控制人、控股股东、董事、监事及高级管理人员未在上述主要销售客户中占有权益。

5、报告期新增前五大客户

（1）2018 年新增前五大客户

2018 年，公司新增前五大客户江苏省广播电视集团有限公司，为报告期新增客户，该公司成立于 2002 年 5 月 13 日。2018 年，该公司与公司建立合作关系，主要合作内容为《知识就是力量》节目制作、广告分成，公司后续未与该公司就该节目进行合作。

2018 年，公司新增前五大客户深圳创维-RGB 电子有限公司，为报告期新增客户，该公司成立于 1988 年 3 月 8 日。2018 年，公司与该公司建立合作关系，主要合作内容为“跨年演讲”活动赞助。2018 年-2019 年，该公司连续进入公司前五大客户。

（2）2019 年新增前五大客户

2019 年，公司新增前五大客户中信出版集团股份有限公司，为报告期已有客户，该公司成立于 1993 年 2 月 16 日。2014 年，公司与该公司建立合作关系，后续主要合作内容为版权策划业务，该客户主要与公司进行版权方面的合作，持续性好。

2019 年，公司新增前五大客户重庆江小白品牌管理有限公司，为报告期新增客户，该公司成立于 2015 年 5 月 7 日。2018 年，公司与该公司建立合作关系，主要合作内容为“跨年演讲”活动赞助。2018 年-2019 年，该公司连续参与“跨年演讲”活动赞助合作。

（3）2020 年 1-3 月新增前五大客户

2020 年 1-3 月，公司新增前五大客户省广先锋(青岛)广告有限公司，为报告期新增客户，该公司成立于 2002 年 1 月 11 日。2020 年，公司与该公司建立“知识春晚”合作，主要新增原因为“知识春晚”招商。

2020 年 1-3 月，公司新增前五大客户北京爱奇艺科技有限公司，为报告期新增客户，该公司成立于 2007 年 3 月 27 日。2019 年，双方达成“知识春晚”合作意向，主要新增原因为“知识春晚”招商。

6、报告期客户与供应商重叠情况

报告期内，公司客户与供应商重叠情况如下：

公司名称	交易类型	交易内容	2020年1-3月		2019年		2018年		2017年	
			交易金额 (万元)	总收入或 总采购额 占比	交易金额 (万元)	总收入或 总采购额 占比	交易金额 (万元)	总收入或 总采购额 占比	交易金额 (万元)	总收入或 总采购额 占比
深圳广播电 影电视集团	销售	跨年演讲、知识春晚	1,868.81	9.72%	2,050.03	3.26%	1,864.73	2.53%	987.74	1.78%
	销售	兑换卡销售	-	-	-	-	3.58	-	-	-
	采购	知识春晚、知识发布会、 跨年演讲广告	643.60	6.03%	38.68	0.10%	9.45	0.02%	623.10	1.65%
北京爱奇艺 科技有限公司、上海爱奇 艺文化传媒有限公司	销售	知识春晚广告（北京爱 奇艺科技有限公司）	707.55	3.68%	-	-	-	-	-	-
	采购	知识春晚广告（北京爱 奇艺科技有限公司）	145.39	1.36%	-	-	-	-	-	-
		知识春晚广告、跨年演 讲广告（上海爱奇艺文 化传媒有限公司）	176.42	1.65%	156.23	0.41%	-	-	-	-
中信出版集 团股份有限 公司、中信联 合云科技有 限责任公司	销售	代销服务、版权服务（中 信出版集团股份有限公司）	210.98	1.10%	412.99	0.66%	358.45	0.49%	14.22	0.03%
		版权服务（中信联合云 科技有限责任公司）	-	-	0.92	0.00%	2.55	0.00%	2.15	0.00%
	采购	实体图书、电子书使用 权（中信出版集团股份 有限公司）	116.79	1.09%	863.86	2.24%	854.39	1.67%	1,787.18	4.72%
		电子书使用权（中信联 合云科技有限責任公 司）	63.79	0.60%	297.48	0.77%	425.95	0.83%	362.11	0.96%

公司名称	交易类型	交易内容	2020年1-3月		2019年		2018年		2017年	
			交易金额 (万元)	总收入或 总采购额 占比	交易金额 (万元)	总收入或 总采购额 占比	交易金额 (万元)	总收入或 总采购额 占比	交易金额 (万元)	总收入或 总采购额 占比
江苏省广播电视集团有限公司	销售	《知识就是力量》节目收入	-	-	-	-	3,424.59	4.64%	-	-
	采购	广告投放支出	-	-	-	-	941.82	1.84%	-	-
厦门乐范健康科技有限公司	销售	代销服务	23.44	0.12%	111.64	0.18%	68.22	0.09%	-	-
	采购	电商产品	36.77	0.34%	132.57	0.34%	40.78	0.08%	-	-
北京木晷文化传媒有限公司	销售	图书策划费	6.02	0.03%	69.90	0.11%	-	-	-	-
	采购	电商产品	-	-	709.87	1.84%	491.38	0.96%	886.87	2.34%
北京觅匠商贸有限公司（已注销）、浙江觅匠商贸有限公司（曾用名：义乌觅匠商贸有限公司）	销售	代销服务（北京觅匠商贸有限公司）	-	-	-	-	-	-	15.71	0.03%
		代销服务（浙江觅匠商贸有限公司）	4.84	0.03%	36.81	0.06%	26.54	0.04%	51.32	0.09%
	采购	产品设计费（北京觅匠商贸有限公司）	0.02	0.00%	0.74	0.00%	1.76	0.00%	17.23	0.05%
		电商产品（浙江觅匠商贸有限公司）	-	-	-	-	-	-	34.86	0.09%
读库文化交流（北京）有限公司	销售	代销服务	4.64	0.02%	68.00	0.11%	75.07	0.10%	137.96	0.25%
	采购	电商产品、课程分成	4.04	0.04%	12.74	0.03%	20.80	0.04%	185.40	0.49%
北京磨铁数盟信息技术有限公司	销售	版权销售	-	-	10.30	0.02%	1.74	0.00%	10.46	0.02%
	采购	电子书使用权	16.32	0.15%	33.97	0.09%	44.64	0.09%	17.41	0.05%
爱贝睿（北京）科技有限公司	销售	代销服务	-	-	6.75	0.01%	38.99	0.05%	63.15	0.11%
	采购	课程分成	15.53	0.15%	103.40	0.27%	379.89	0.74%	561.40	1.48%
上海文采实	销售	代销服务	-	-	1.94	0.00%	11.76	0.02%	21.34	0.04%

公司名称	交易类型	交易内容	2020年1-3月		2019年		2018年		2017年	
			交易金额 (万元)	总收入或 总采购额 占比	交易金额 (万元)	总收入或 总采购额 占比	交易金额 (万元)	总收入或 总采购额 占比	交易金额 (万元)	总收入或 总采购额 占比
业有限公司	采购	电商产品	-	-	18.01	0.05%	54.84	0.11%	244.46	0.65%
北京果壳互动科技传媒有限公司	销售	代销服务	-	-	0.59	0.00%	3.53	0.00%	14.96	0.03%
	采购	课程分成、电子书使用权	6.00	0.06%	51.85	0.13%	153.70	0.30%	76.16	0.20%
创新地图(北京)文化传播有限责任公司	销售	代销服务	-	-	-	-	-	-	22.26	0.04%
	采购	课程分成	74.72	0.70%	151.92	0.39%	446.56	0.87%	370.58	0.98%
北京印象笔记科技有限公司	销售	兑换卡销售	12.85	-	-	-	0.37	-	-	-
	采购	“印象笔记”会员卡采购	84.30	0.79%	-	-	-	-	-	-
北京植德律师事务所	销售	电商产品及兑换卡	-	-	-	-	20.28	-	-	-
	采购	咨询服务费	-	-	31.26	0.08%	37.74	0.07%	75.47	0.20%

注：上表中“兑换卡销售”为销售流水口径；报告期内，公司与其他客户/供应商较小金额（10万元以下）的采购/销售重合情况未列示。

（1）深圳广播电影电视集团、爱奇艺（集团）同为客户供应商的原因：

公司与深圳广播电影电视集团、爱奇艺（集团）为“2020 知识春晚”项目联合出品方，公司与合作方各自招商，同时按一定比例分成，由于公司承担了对应招商客户的信用风险及定价权等情况，公司对各自招商的客户采用总额法确认，随后以广告分成形式支付合作方。

报告期内，公司与深圳广播电影电视集团就“跨年演讲”业务进行合作，深圳广播电影电视集团为公司跨年演讲项目招商的合作伙伴及版权的使用方；同时，公司在深圳卫视进行广告投放。

2018 年度公司向深圳广播电影电视集团销售“得到”App 线上课程的兑换卡。

（2）中信出版集团股份有限公司同为客户供应商的原因：

公司向中信出版集团股份有限公司采购电子书使用权、实体图书等产品；同时，公司向中信出版集团股份有限公司提供代销服务以及向其出售图书版权等。

（3）江苏省广播电视集团有限公司同为客户供应商的原因：

公司自制节目《知识就是力量》于江苏卫视平台播放，取得节目制作费和宣发费收入；同时，公司在江苏卫视进行广告投放。

（4）厦门乐范健康科技有限公司、北京觅匠商贸有限公司、浙江觅匠商贸有限公司、上海文采实业有限公司同为客户供应商的原因：

公司向厦门乐范健康科技有限公司、北京觅匠商贸有限公司（已注销）、浙江觅匠商贸有限公司、上海文采实业有限公司采购实体图书、日用品等电商产品；同时，公司为其提供代销服务。

（5）读库文化交流（北京）有限公司同为客户供应商的原因：

公司向读库文化交流（北京）有限公司采购实体图书及课程内容产品（课程分成）；同时，公司为其提供代销服务。

（6）北京木晷文化传媒有限公司同为客户供应商的原因：

公司向北京木晷文化传媒有限公司采购实体图书；同时，公司向其提供图书策划服务。

（7）北京磨铁数盟信息技术有限公司同为客户供应商的原因：

公司向北京磨铁数盟信息技术有限公司采购电子书使用权；同时，公司向其出售图书版权。

（8）爱贝睿（北京）科技有限公司、创新地图（北京）文化传播有限责任公司同为客户供应商的原因：

公司向爱贝睿（北京）科技有限公司及创新地图（北京）文化传播有限责任公司采购课程内容产品（课程分成）；同时，公司为其提供代销服务。

（9）北京果壳互动科技传媒有限公司同为客户供应商的原因：

公司向北京果壳互动科技传媒有限公司采购课程内容产品（课程分成）及电子书使用权；同时，公司为其提供代销服务。

（10）北京印象笔记科技有限公司同为客户供应商的原因：

公司向北京印象笔记科技有限公司采购会员卡，并与自有会员卡打包成联名卡出售；同时，公司向其销售听书及电子书的兑换卡。

（11）北京植德律师事务所同为客户供应商的原因：

报告期内，北京植德律师事务所为公司提供法律咨询服务；同时，2018 年其向公司采购电商产品及兑换卡。

7、报告期客户与竞争对手重叠情况

报告期内，公司不存在客户与竞争对手重叠的情况。

四、公司采购情况和主要供应商

（一）主要采购情况

公司产品包括课程、听书、电子书、“得到大学”、线下活动、电商等终身教育产品及服务，其主要采购内容包括产品分成款、稿酬及劳务费、线下活动采购、自营电商采购、渠道及推广费等。报告期内采购情况如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

类别	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
产品分成款、稿酬及劳务费	4,541.04	16,400.60	24,212.29	15,978.31
自营采购	1,181.04	5,790.24	6,047.32	7,582.41
线下活动采购	1,659.75	5,064.98	2,915.21	2,589.70
云服务	469.35	1,551.74	2,057.83	1,371.12
渠道及推广费	1,309.77	3,417.50	8,266.05	3,772.25
仓储物流费	96.69	636.84	599.23	707.59
房租、水电、物业费等	493.25	1,977.40	1,543.31	1,246.72
长期资产采购	406.72	1,621.71	850.84	980.54
中介机构费	40.25	454.62	400.50	2,096.87
服务费	252.52	743.42	1,178.89	858.76
其他	151.90	509.46	2,860.18	363.09
排版及制作费	69.70	342.21	180.64	296.22
合计	10,671.98	38,510.72	51,112.29	37,843.59

（二）主要供应商

1、2020年1-3月公司前五大供应商如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购额	占采购总额的比例
1	广州文石信息科技有限公司	815.60	7.64%
2	深圳广播电影电视集团	643.60	6.03%
3	财新传媒有限公司	607.50	5.69%
4	北京优客工场京朝科技服务有限公司	497.76	4.66%
5	华为软件技术有限公司	495.85	4.65%
合计		3,060.31	28.67%

2、2019年公司前五大供应商如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购额	占采购总额的比例
1	广州文石信息科技有限公司	2,086.39	5.42%
2	北京优客工场京朝科技服务有限公司	1,971.91	5.12%
3	阿里云计算有限公司	1,413.39	3.67%
4	吴军	1,170.82	3.04%
5	中信出版集团股份有限公司	863.86	2.24%
	中信联合云科技有限责任公司	297.48	0.77%

合计	7,803.85	20.26%

注：吴军当年采购额中包括股份支付金额 34.55 万元。

3、2018 年公司前五大供应商如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购额	占采购总额的比例
1	远景影视江苏股份有限公司	4,716.98	9.23%
2	阿里云计算有限公司	2,006.05	3.92%
3	唐涯	1,475.71	2.89%
4	上海润宜企业管理咨询中心（有限合伙）	1,323.84	2.59%
5	薛兆丰	1,320.63	2.58%
合计		10,843.21	21.21%

4、2017 年公司前五大供应商如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购额	占采购总额的比例
1	中信出版集团股份有限公司	1,787.18	4.72%
	中信联合云科技有限责任公司	362.11	0.96%
2	薛兆丰	1,615.87	4.27%
3	华兴泛亚投资顾问（北京）有限公司	1,509.43	3.99%
4	上海润宜企业管理咨询中心（有限合伙）	1,404.94	3.71%
5	深圳新生教育科技有限公司	1,333.61	3.52%
合计		8,013.14	21.17%

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过总采购额的 50%或严重依赖于少数供应商的情况；公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员未在上述主要供应商中占有权益。

（三）报告期前五大新增供应商

1、2018 年新增前五大供应商

2018 年，公司新增前五大供应商远景影视江苏股份有限公司，为报告期新增供应商，该公司成立于 2014 年 10 月 22 日。2018 年公司与该公司建立《最强大脑》栏目合作关系，主要合作内容为《最强大脑》节目赞助。

2018 年，公司新增前五大供应商阿里云计算有限公司，为报告期已有供应商，该公司成立于 2008 年 4 月 8 日。2014 年公司与该公司建立合作关系，主要合作内容为阿

里云服务采购。

2018 年，公司新增前五大供应商唐涯，为报告期新增供应商。2017 年公司与其建立合作关系，合作内容为多门线上课程及线下课程，报告期内线上课程持续分成。

2、2019 年新增前五大供应商

2019 年，公司新增前五大供应商广州文石信息科技有限公司，为报告期新增供应商，该公司成立于 2008 年 12 月 16 日。2019 年，公司与该公司建立合作关系，合作内容为“得到阅读器”定制及采购。

2019 年，公司新增前五大供应商北京优客工场京朝科技发展有限公司，为报告期新增供应商，该公司成立于 2016 年 9 月 19 日。2018 年，公司与该公司建立合作关系，合作内容为办公场地租赁服务。

2019 年，公司新增前五大供应商吴军，为报告期已有供应商。2016 年，公司与该个人建立合作关系，合作内容为多门线上课程，报告期内线上课程持续分成。

3、2020 年 1-3 月新增前五大供应商

2020 年 1-3 月，公司新增前五大供应商深圳广播电影电视集团，为报告期已有供应商。2019 年，该公司与公司建立 2020 年《知识春晚》业务合作关系。

2020 年 1-3 月，公司新增前五大供应商财新传媒有限公司，为报告期新增供应商，该公司成立于 2009 年 12 月 10 日。2017 年，基于市场需求双方开始合作，合作内容为公司采购该公司会员卡。2020 年 1-3 月，公司按照促销活动的开展需求，采购该公司会员卡并与自有会员卡打包成联名卡出售。

2020 年 1-3 月，公司新增前五大供应商华为软件技术有限公司，为报告期新增供应商，该公司成立于 2005 年 9 月 7 日。2019 年，公司与该公司达成华为联运业务合作。

五、固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

发行人及其下属企业主要固定资产包括运输工具、办公设备及其他。截至 2020 年 3 月 31 日，发行人及其下属企业的固定资产情况具体如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	账面价值

项目	原值	累计折旧	账面价值
运输工具	35.23	-	35.23
办公设备及其他	2,015.45	850.83	1,164.62
合计	2,050.68	850.83	1,199.85

（二）房屋所有权

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业未拥有自有产权的房屋建筑物。

（三）租赁房产

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业正在使用的主要租赁房产共 19 处，该等房产的相关情况具体如下：

序号	承租人	出租人	房屋坐落	租赁面积（m ² ）	租赁用途	租赁期限
1	发行人	北京国华置业有限公司	北京市朝阳区建国路 89 号院 4 号楼 24 层 2802 室	60.00	办公	2020.02.01-2021.12.31
2	发行人	北京优客工场京朝科技服务有限公司	北京市朝阳区建国路 89 号华贸 20 号商务楼华贸 20 号商务楼 3 层	2,000.00	办公	2018.08.15-2021.12.31
3	得到天津	北京优客工场京朝科技服务有限公司	北京市朝阳区建国路 89 号华贸 20 号商务楼华贸 20 号商务楼 2 层	2,069.76	办公	2018.08.15-2021.12.31
4	得到天津	天津生态城产业园运营管理有限公司	天津生态城动漫中路 482 号创智大厦 332 室	98.08	办公	2019.08.01-2022.09.30
5	得到天津	北京优客工场京朝科技服务有限公司	北京市朝阳区建国路 89 号华贸 20 号商务楼 1 层	2,293.00	办公	2020.01.20-2021.12.31
6	得到天津	杭州富民投资有限公司	杭州市学院路 77 号黄龙国际中心 1 幢（推广/标识幢号为 G 楼）地上 15 层 04 室	98.09	科研设计、培训中心、创意工作园	2019.06.25-2021.06.24
7	得到天津	上海星斐企业管理有限公司	上海市闵行区申昆路 1500 号虹桥机场 T2 东交通中心五楼《星空间》内 515 室及 516 室	1,177.20	办公	2019.07.01-2022.06.30
8	得到天津	上海星斐企业管理有限公司	上海市闵行区申昆路 1500 号虹桥机场 T2 东交通中心五楼《星空间》内 517 室	136.20	办公	2019.09.20-2022.09.19
9	得到天津	深圳市大器陶瓷文化有限公司	深圳市福田区新洲南路 2008 号新都市商业广场一层 B101、B102	766.16	商业	2019.07.01-2025.06.30
10	得到天津	广州市同创领丰产业运营管理有限公司	海珠区新滘中路街 60 号之一，60 号之二，60 号之三，60 号	592.67	办公	2019.07.01-2022.06.30
11	得到天津	成都东众企业管理咨询有限公司	成都市锦江区东大街下东大街段 258 号西部国际金融中心裙楼商业部分 4F 的 04-R42/R44/R45 部位	620.00	承租方业务相关的经营活动，包括不限于办公、会议以及其他商业活动	2020.05.01-2023.04.30

序号	承租人	出租人	房屋坐落	租赁面积（m²）	租赁用途	租赁期限
12	天津思维造物	天津全新全易商务秘书服务有限公司	天津市滨海新区天津生态城国家动漫园文三路 105 号读者新媒体大厦第三层办公室 A 区 311 房间（TG 第 615 号）	（托管住所）	仅用作天津思维造物向市场监督管理部门及其他审批部门办理登记注册或其他审批事项时的注册地址	2020.04.17-2021.04.16
13	思维无界	天津生态城产业园运营公司	天津市滨海新区中新天津生态城动漫中路 482 号创智大厦 432 室	98.08	办公	2019.08.01-2022.09.30
14	优视米	北京领胜企业管理有限公司	北京市海淀区永定河路 26 号 50 幢 01 层 101-96 号	10.00	办公	2019.10.29-2020.10.28
15	思维投资管理	中远利佳（北京）商务顾问有限公司	北京市朝阳区建国门外郎家园 10 号 49 号楼 4 层 449	20.00	办公	2020.08.13-2021.08.12
16	优众赢	北京天润信诚物业管理有限责任公司	北京市朝阳区望京东园一区 120 号楼-2 至 6 层 101 号一层 1FA107	10.00	未约定	2019.11.20-2020.11.19
17	银杏未来	北京天润信诚物业管理有限责任公司	北京市朝阳区望京东园一区 120 号楼-2 至 6 层 101 号一层 1FA106	10.00	未约定	2019.11.20-2020.11.19
18	北京得到	北京国华置业有限公司	北京市朝阳区建国路 89 号院 2 号楼 1 层 106 东 1	30.00	未约定	3 年
19	上海思维造物	上海鑫达实业总公司	上海市长宁区协和路 1158 号 217-27	30.00	办公	2019.03.01-2022.02.29

截至本招股说明书签署之日，上述第 2、3、4、5、7、8、9、10、13、16、17 项租赁物业的出租方尚未取得出租房屋的所有权证书等权属证明。根据最高人民法院《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体适用法律若干问题的解释》（法释[2009]11 号）等相关法律法规的规定，出租方未取得出租房屋的所有权证书等权属证明之情形，可能导致相关租赁合同无效，发行人及其下属企业可能因房屋租赁合同被确认为无效而无法继续承租该房屋。根据发行人的书面确认，上述未取得权属证明的租赁物业的主要用途为办公，可替代性较高，如因该等租赁房屋存在权属瑕疵或出租人无权转租等导致发行人及其下属企业不能继续承租使用的，发行人及其下属企业可以在相关区域内及时找到合适的替代性场所，且搬迁不会对其生产经营产生重大不利影响。因此，上述租赁物业瑕疵不会对发行人的生产经营产生重大不利影响。

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业承租的上述房屋均未办理租赁备案登记手续。根据《商品房屋租赁管理办法》的相关规定，单位逾期不办理租赁房屋备案，可能面临 1,000 元以上 10,000 元以下罚款。根据最高人民法院《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体适用法律若干问题的解释》，“当事人以房屋租赁合同未按照法律、行政法规规定办理登记备案手续为由，请求确认合同无效的，人民法院不予支持。当事人约定以办理登记备案手续为房屋租赁合同生效条件的，从其约定。”

经审阅发行人及其下属企业与出租方签署的房屋租赁合同，相关合同均未约定以办理租赁备案登记作为房屋租赁合同的生效条件，因此，上述房屋未办理租赁备案登记手续不会影响相关房屋租赁合同的法律效力，不影响发行人及子公司依据房屋租赁合同继续使用相应房屋。

就上述租赁物业瑕疵情况，发行人的实际控制人出具承诺如下：

“如发行人或其下属企业所使用租赁的房产，因需按有关法律法规完善有关权属、行政许可或备案等手续，或因其他违法违规行为而被主管政府部门处以行政处罚或要求承担其他法律责任，或被主管政府部门要求对该瑕疵进行整改而发生损失或支出，或因此导致发行人或其下属企业无法继续占有使用有关房产的，本人承诺将为发行人或其下属企业提前寻找其他合适的房产，以保证其生产经营的持续稳定，并愿意承担发行人或其下属企业因此所遭受的一切经济损失。”

（四）主要无形资产情况

发行人及其下属企业拥有的无形资产主要包括商标、专利、软件著作权、作品著作权和域名等。发行人及其下属企业拥有的无形资产情况具体如下：

1、商标

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业共拥有境内注册商标 455 项，境外注册商标 20 项。其中，发行人及其下属企业主要使用的境内注册商标 290 项，境外注册商标 20 项，具体情况参见本招股说明书“附录 A”。

根据商标代理机构出具的说明，发行人及其下属企业持有 20 项境外注册商标的商标注册证书真实、合法、有效。该等商标注册证书均系当地政府依法出具的注册商标权属证明，该等注册商标已由得到天津合法取得，且均在有效期内，不存在被有权商标注册管理机构注销、取消的情形，也不存在任何权利限制或争议。

2、专利

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业共拥有 18 项专利权，均为外观设计专利权，具体情况参见本招股说明书“附录 B”。

3、软件著作权

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业已取得中华人民共和国国家版权局颁发计算机软件著作权登记证书的计算机软件著作权共有 36 项，具体情况参见本招股说明书“附录 C”。

4、作品著作权

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业已取得中华人民共和国国家版权局颁发的作品登记证书的作品著作权共有 92 项，具体情况参见本招股说明书“附录 D”。

5、域名

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业共持有 40 项域名，具体情况参见本招股说明书“附录 E”。

（五）发行人许可他人使用自有无形资产或被许可使用他人资产的情况

报告期内，发行人及其下属企业存在被许可使用他人知识产权及许可他人使用知识

产权的情况。主要情况如下：

1、发行人及其下属企业许可他人使用知识产权的情况

序号	许可方	被许可方	许可内容	许可使用费	许可性质	许可期限
1	思维造物有限	北京合一	思维造物有限 2015 年 12 月 31 日在北京举办的罗辑思维“时间的朋友 2015”跨年演讲活动现场的直播内容和录制的完整音视频内容以及相关花絮、采访视频等一系列相关宣传音视频内容；但不包括上述内容的单纯音频内容的信息网络传播权。	免费	独家许可	永久
2	思维造物有限	北京合一	思维造物有限举办和组织的 2016 年 12 月 31 日在深圳举办的《时间的朋友》2016 罗振宇跨年演讲活动的全部直播内容和录制的完整音视频内容以及相关花絮、采访视频等一系列相关宣传音视频内容的信息网络传播权。	150 万元	自 2016 年 12 月 1 日起至 2018 年 1 月 1 日止为独家许可；自 2018 年 1 月 2 日起为非独家许可。	永久
3	思维造物有限	北京合一	思维造物有限举办和组织的 2017 年 12 月 31 日在上海举办的《时间的朋友》2017 罗振宇跨年演讲活动的全部直播内容和录制的完整音视频内容以及相关花絮、采访视频等一系列相关宣传音视频内容的独家信息网络传播权。	1 元	独家许可	永久
4	思维无界	优酷信息技术（北京）有限公司	《2018“时间的朋友”跨年演讲》的信息网络传播权	未约定许可费用。 许可方与被许可方约定节目广告招商主导方与非主导方分成比例为：主导方 70%，非主导方 30%。	独家许可	自授权作品首次在被许可方平台上线之日起 2 年
5	思维无界	北京爱奇艺科技有限公司	2019-2020 罗振宇“时间的朋友”跨年演讲的信息网络传播权、放映权	700 万元	独家许可	自授权作品于被许可方平台上线之日起 2 年
6	得到天津	北京奇艺世纪科技有限公司	“得到大学”2019 春季开学典礼的信息网络传播权、放映权及与之相关的广告经营收益权	免费授权	非独家许可	自授权作品于被许可方平台上线之日起 1 年
7	得到天津	优酷信息技术（北京）有限公司	“得到大学”2019 夏季开学典礼的信息网络传播权、宣传推广的权利	免费授权	非独家许可	2019.06.30-2020.06.30

序号	许可方	被许可方	许可内容	许可使用费	许可性质	许可期限
8	得到天津	北京奇艺世纪科技有限公司	“得到大学”2019 夏季开学典礼的信息网络传播权、放映权及与之相关的广告经营收益权	免费授权	非独家许可	2019.06.30-2020.06.30
9	得到天津	北京爱奇艺科技有限公司	“得到大学”2019 秋季开学典礼暨夏季毕业典礼的信息网络传播权、放映权	免费授权	独家许可	自授权作品于被许可方平台上线之日起 1 年

除上述许可他人使用知识产权的情况外，发行人及其下属企业存在自有版权内容授权出版机构出版为图书情况，截至 2020 年 3 月 31 日，发行人及其下属企业已授权出版 23 本图书，被授权出版机构包括中信出版集团股份有限公司、北京木晷文化传媒有限公司、电子工业出版社有限公司、联合读创（北京）文化传媒有限公司、天津磨铁图书有限公司、中南博集天卷文化传媒有限公司、上海浦睿文化传播有限公司。

2、发行人及其下属企业被许可使用他人知识产权的情况

序号	许可方	被许可方	许可内容	许可使用费	许可性质	许可期限
1	清华大学	得到天津	清华大学许可得到天津以独占方式，在中国大陆和计算机软件技术范围内使用《行为经济学》相关知识产权	入门费 10 万元加销售额提成	独家许可	2019.11.15-2021.11.14
2	清华大学	得到天津	清华大学许可得到天津以独占方式，在中国大陆和计算机软件技术范围内使用《公司金融》相关知识产权	入门费 10 万元加销售额提成	独家许可	2019.11.15-2021.11.14

除上述被许可使用他人知识产权的情况外，截至 2020 年 3 月 31 日，发行人及其子公司持有其他主体授权的电子书书目 31,335 册，主要授权主体包括社会科学文献出版社、中信联合云科技有限责任公司、北京华章图文信息有限公司、上海译文出版社有限公司等。

六、公司持有的现行有效的主要经营资质证书

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业为开展其核定经营范围内的相关业务已获得的主要资质证书如下：

证书名称	持有人	业务种类	证书编号	有效期	发证机关
中华人民共和国增值电信业务经营许可证	发行人	信息服务业务（仅限互联网信息服务），不含信息搜索查询服务、信息社区服务、信息即时交互服务和信息保护和加工处理服务	京 B2-20181525	2019.07.29-2023.08.29	北京市通信管理局
	得到天津	第二类增值电信业务中的信息服务业	津	2017.06.2	天津市通信

证书名称	持有人	业务种类	证书编号	有效期	发证机关
		务（仅限互联网信息服务），不含信息搜索查询服务、信息即时交互服务	B2-20170013	1-2022.06.21	管理局
	优视米	信息服务业务（仅限互联网信息服务）不含信息搜索查询服务、信息社区服务、信息即时交互服务和信息保护和加工处理服务	京 ICP 证 090644 号	2020.01.08-2025.01.08	北京市通信管理局
广播电视节目制作经营许可证	发行人	动画片、专题片、电视综艺，不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目	京字第 06006 号	2019.06.11-2021.03.31	北京市广播电视局
	得到天津	制作、发行广播电视节目（时政、新闻及同类专题、专栏除外）	（津）字第 733 号	2019.09.23-2021.03.31	天津市滨海新区行政审批局
	天津思维造物	制作、发行广播电视节目（时政、新闻及同类专题、专栏除外）	（津）字第 806 号	2019.04.01-2021.03.31	天津市滨海新区行政审批局
	思维无界	制作、发行广播电视节目（时政、新闻及同类专题、专栏除外）	（津）字第 910 号	2019.09.25-2021.03.31	天津市滨海新区行政审批局
	优视米	制作、发行动画片、专题片、电视综艺，不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目	（京）字第 01204 号	2020.07.23-2022.07.23	北京市广播电视局
信息网络传播视听节目许可证	优视米	第二类互联网视听节目服务中的第六项：文艺、娱乐、科技、财经、体育、教育等专业类视听节目的汇集、播出服务	0110567	2018.02.13-2021.02.13	国家新闻出版广电总局（已撤销，现信息网络传播视听节目服务管理职能划入国家广播电视总局）
中华人民共和国出版物经营许可证	发行人	图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品、批发、零售、网上销售	新出发京批字第直 190304 号	2019.10.24-2022.04.30	北京市新闻出版局
	得到天津	图书、音像制品、电子出版物的批发兼零售、网络发行	新出发津字第 00418 号	2019.10.12-2025.12.31	天津市新闻出版局
	优视米	图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品 零售、网上销售	新出发京零字第海 200073 号	2020.04.02-2022.04.30	北京市海淀区新闻出版局
网络出版服务许可证	优视米	出版与中国境内已出版的出版物内容相一致的数字化作品	（署）网出证（京）字第 132 号	2019.10.01-2021.12.31	国家新闻出版署
营业性演出许可证	得到天津	演出组织、演出居间、演出票务、演员代理、演员签约、演出代理、演出制作、演出营销、演出行纪、演员推广	120000120351	2019.07.15-2021.07.14	天津市文化和旅游局
食品经营许可证	发行人	食品销售经营者（网络销售含网络经营），预包装食品销售、不含冷藏冷冻食品	JY11105152443623	2019.06.14-2024.06.13	北京市朝阳区市场监督管理局

证书名称	持有人	业务种类	证书编号	有效期	发证机关
	得到天津北京分公司	食品销售经营者（网络销售含网络经营）预包装食品销售，不含冷藏冷冻食品	JY11105011936865	2018.06.29-2023.06.28	北京市朝阳区食品药品监督管理局
	优视米	食品销售经营者（网络销售含网络经营），预包装食品销售、不含冷藏冷冻食品	JY11108052667474	2020.03.23-2025.03.22	北京市海淀区市场监督管理局

截至报告期末，发行人及其子公司已取得从事生产经营活动所必需的行政许可、备案、注册或者认证等，不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险或者存在到期无法延续的风险。

七、公司的技术研发情况

（一）本公司主要产品或服务的核心技术

1、公司核心技术

截至报告期末，公司核心技术情况如下：

序号	技术名称	技术特征及贡献	技术来源	产品应用和贡献
知识内容生产				
1	通用文本检索技术	该技术解决了传统搜索，对相关商品的召回率/精确率过低、无结果率过高的问题，同时在架构上做了针对性的优化，解决了搜索算法无法动态配置、全量更新效率低下的痛点。主要包括四个模块。第一、采用了多策略通用召回算法，保证相关的内容能够被召回；第二、增加 query 改写层，对不同场景下的用户 query 进行改写，提升商品的召回率和精确率；第三、增加算法分桶配置平台，根据不用场景、不同的用户进行搜索算法的动态配置，方便算法进行效果 AB 测试。同时在出现效果问题时，可以对线上正在运行的算法及时进行调整；第四、借助 ES 自身提供的 Reindex 机制来进行索引迁移，保证了全量更新索引时的轻量高效，同时为了保证旧数据不会覆盖新数据，又做了针对性的优化。	自主研发	“得到”App 搜索模块的电子书站内全文检索
2	自适应的跨平台排版技术	该项技术是在多操作系统和多屏幕尺寸的场景下，对不同格式的富文本，自适应排版的跨平台技术。针对不同平台的特性，采用了接口抽象技术，由平台通过接口抽象到内核，使内核具有平台特性，有效屏蔽各个平台的差异化，实现核心逻辑统一。通过该技术，富文本内容可以在不操作系统平台和不同设备，进行自适	自主研发	“得到”App 的电子书阅读器

序号	技术名称	技术特征及贡献	技术来源	产品应用和贡献
		应排版，例如：Windows 平台的 PC 电脑、iOS 平台的 iPhone 和 iPad、Android 平台的各大平台移动设备，均可排版相同的效果。		
版权保护				
3	数字版权管理技术	该技术基于自主研发的核心加密算法，保障数字内容在使用、更改和分发过程中，保护版权内容的安全。适用于音频、视频、电子书等版权数字内容。支持离线和在线场景，在线场景通过下发 token 授权技术，有效控制合法用户正常权益、屏蔽非法用户的不正常访问，离线场景通过自主研发时间同步机制，保证时间统一化，解决了传统离线场景授权管理难的问题。对于版权管理中破解攻击等问题，采用了反调试、反破解、证书验证等技术，有效抵御非法破解攻击。	自主研发	“得到”App 电子书、音频、文稿
4	多媒体信息溯源技术	该项技术使用离线分发和在线处理相结合的方式，对分片媒体内容添加音频水印，解决了大规模分发和个体标识的矛盾。其中的音频水印写入算法基于音频主特征进行处理，该算法具有较好的不可感知性、抗转录、抗压缩攻击性等优势。框架支持算法实时更新，可对收集的样本进行分析比对，升级水印算法，对抗攻击效果。能对投放的多媒体实现渠道追踪和身份溯源，实现对知识产权的保护和对盗版的打击。	自主研发	“得到”App 课程、听书的音频服务
人工智能				
5	基于深度学习的个性化推荐技术	原有的推荐系统面临着业务形态、用户阅读场景多样性的挑战，针对上述问题定制了一套完善的推荐系统框架，主要分为三个部分：一是召回层，对用户行为、场景等进行实时判断，通过多个召回策略召回不同候选集，再对召回的候选集进行融合、过滤。提高推荐策略的覆盖度和精度，同时从产品、运营的角度制定一些人工规则，过滤掉不符合条件的 Item。二是排序层，负责对召回层的结果进行融合和打分重排。大致分为三块：离线计算层负责数据的整合、特征的提取、模型的训练、以及线下的评估；近实时数据流层负责对不同的用户流实施订阅，利用各种数据处理工具对原始日志进行清洗；在线实时打分层根据用户所处的场景，提取出相应特征，并利用多种机器学习算法对结果进行打分排序。三是，利用算法分桶配置平台，可以通过配置参数的方式进行线上用户的 AB 测试，不用发版即可对线上流量进行策略与算法的对比测试，由效果数据决定是否更新算法。	自主研发	“得到”App 首页的顶部的个性化推荐和电子书、听书详情页的猜你喜欢
6	基于用户行为海量数据的秒级查询分析系	该平台为产品运营提供了自助查询、分析用户行为数据的可视化界面，为业务决策赋能。系统包括三部分核心技术：底层行为数据的优化	自主研发	公司内部的查数平台：数据门户

序号	技术名称	技术特征及贡献	技术来源	产品应用和贡献
	统	构建及存储、亿级数据秒级聚合计算、易用的自助操作平台。在底层数据的处理上，将原始非结构化的文本行为数据转化为高压缩比、高读取速率的列式存储方式，支持上层查询引擎的高速操作。其次，基于面向聚合计算设计的 Impala 计算引擎按需定制，实现亿级数据计算秒级返回。最后，提供高度定制化的操作平台，提供点选即可进行用户行为、属性的分析功能以及漏斗分析功能，为不具备技术背景的各职能人员提供了快速数据分析的通道。其中，漏斗分析解决了产品运营中对于用户转化流失的实时高级数据分析需求，实现了海量数据、复杂逻辑计算下秒级的多级漏斗计算能力输出。		
7	推荐算法分桶技术	该项技术按照业务场景，对线上用户分组，并对各组用户配置不同的算法，方便不同算法之间进行 AB 测试。通过对比实验，选择最佳模型、策略和设计，并不断的迭代更新优化。另外，本技术单独将算法配置独立成为一个服务，从而将算法和代码解耦，方便工程师实时动态的调整业务场景内的算法，在线上算法出现问题时，可以及时的进行修复，减少问题带来的不良影响。同时，在新增业务场景时，本技术也可以极大的降低工程师的开发工作量、缩短开发周期，只需要新增对应场景的算法分桶，并完成配置，即可对接后端接口完成上线。目前该项技术已经应用在公司个性化推荐、搜索等业务中。	自主研发	“得到” App 首页底部个性化推荐。 “得到” App 搜索模块
8	基于移动端的用户行为数据采集技术	该技术解决了传统手动代码埋点，带来的数据采集容易出错和开发效率低下的痛点，包括三部分：自动化的数据采集 UI 框架、可视化的数据采集配置管理系统、自动化校验测试系统。其中，自动化数据采集的 UI 框架，能适配现在主流的终端系统：Android、iOS，以及浏览器，提供给业务 App 直接使用，根据云端指令定向采集对应的操作行为数据。可视化的数据采集配置管理系统，基于自主研发的长链接技术，能实时下采集指令，以及管理多种业务版本对应不同的数据采集需求，同时提供与手机界面一样的圈选功能，将须开发才能做的埋点工作，交由运营和产品等非开发同事，极大提高对数据的使用效率。自动化校验测试系统，基于客户端和后端一体化设计思路开发而来，在开发过程能及时发现错误的埋点配置，以及对线上错误埋点数据及时预警。	自主研发	“得到” App 用户操作行为的数据的采集、管理系统
9	服务于精准运营场景的实时人群圈选系统	该项技术解决了精准运营场景下，需要精准的用户数据支撑。系统包括四部分核心技术：实时数据采集传输通道、大数据架构下的业务数据增量合并还原机制、自助圈选平台，人群数据多渠道交付。实时数据采集传输通道，是面	自主研发	“得到” App 精准运营系统

序号	技术名称	技术特征及贡献	技术来源	产品应用和贡献
		向各类数据库的底层日志增量采集传输模块，解决传统全量拉取数据带来资源消耗过大等问题。其次，基于大数据架构的数据增量合并还原机制，通过调度系统驱动合并和复杂的多层构建逻辑，使用 ods, dws, ads 多层数据模型，计算引擎最终使用 ads 层即可操作原始业务数据，屏蔽中间复杂逻辑。再次，提供高度定制化的自助圈选平台，通过点选即可实现多级“且或否”等集合逻辑，转化为高度优化的 MapReduce 计算模型，输出符合多维度条件的人群列表。最后，计算出的人群列表按需分发至多种存储平台，上层系统可通过 cdn 或线上服务获得人群的相应服务。实现集中化计算，多处应用的自动化架构。		
互联网运营				
10	大规模实时计算平台技术	大规模实时计算平台解决了传统离线计算平台对海量数据只能延迟处理的困境。由三部分核心技术组成：高性能实时计算引擎、统一资源管理隔离技术、规则广播机制。其中，计算引擎基于 Flink 开发，达到了高吞吐秒级延迟的实时计算能力，解决了实时计算场景的状态管理、异常恢复等难点问题。其次，资源管理模块实现了统一的计算资源隔离、任务管理和负载均衡策略。最后，规则广播机制，消除了实际业务规则和计算逻辑耦合的难题，各个业务的规则通过远程配置平台统一管理，统一广播分发给计算引擎各计算节点，节省了巨大的维护资源。	自主研发	支撑“得到”App 线上用户推荐相关业务
11	分布式架构系统性能追踪技术	该技术通过一个全局唯一 ID，将各个系统在彼此调用过程中串联起来。涉及到全局唯一 ID 生成算法、服务信息采集、日志数据收集、数据实时合并计算与聚合展示。该系统将整个分布式系统内的性能数据进行整合，从而解决了分布式系统下，多服务调用链定位问题缓慢的问题，大大减少故障排查所需要的处理时间，实现了系统整体高可用性和高稳定性。	自主研发	“得到”App 后端系统相互调用问题追查可视化系统
12	微服务编排调度技术	该技术解决了业务上线低效、配置遗漏等问题，包括业务应用代码打包、集成测试、资源申请、容器部署、恢复发布等功能。平台通过对资源模型进行抽象和封装，实现对以服务为维度的代码编译打包、集成测试、资源申请、容器部署和机器资源的弹性伸缩，从而使得开发人员使用过程中，全程可以只关注服务本身，无需关注资源使用，从而大大提升开发人员的部署效率，降低了资源使用成本。	自主研发	“得到”App 后端服务的容器化服务和发版系统
13	网络治理调度技术	该技术是一种解决 App 有网但无法正常访问服务的网络治理技术方案。在多个关键网络环境中，通过建立中间代理通道，并在 App 中对多	自主研发	“得到”App 自动调度网络服务

序号	技术名称	技术特征及贡献	技术来源	产品应用和贡献
		个通道依次探测，并选择最佳路径，从而实现部分网络运营商网络出现故障的情况下，仍可以正常使用。除此之外，还提供终端粒度的调度能力，解决了之前以 CDN 市、区调度粒度过大容易造成误伤和调度无法实时生效的问题。并通过调度，实现了成本最优方案。		
14	高性能的业务接口网关处理技术	该技术是对业务 API 提供托管服务的技术系统，对内外网络环境做隔离，保护内部服务、降低内部服务复杂度的技术。网关服务外网层采用四层网络模型可以兼容多种网络协议，内网层可以根据业务网络协议进行转换，网关服务还提供了对请求进行鉴权、安全校验、频次控制、流量调度、防爬虫等一系列的安全功能，有效地对内部服务实现统一能力。在微服务架构中，需要多种功能的服务治理能力，得到网关还集成了多种的服务治理能力，熔断降级、服务发现、动态路由、热启动、弱中心化、接入全链路分析功能，极大地符合微服务架构的使用方式。	自主研发	“得到” App 用户连接到内部系统的关口系统
15	跨云单元化技术	在公有云和私有云的基础上，应用网络虚拟化、存储虚拟化、计算虚拟化等虚拟技术，在基础设施和上层应用之间构建一个中间层，实现对基础设施的虚拟化配置管理、资源调度管理、路由调度管理、数据同步管理，使得运维人员通过配置来管理多云之间的资源使用和流量调度，从而实现企业数据更加安全可靠、业务架构设计更加简单、服务扩容更加方便、成本更加低廉、服务运维更加便捷，服务可用性更加有效。	自主研发	“得到” App 后端服务的多机房管理系统，即公有云平台 and 私有云平台相互融合的系统
16	风控规则引擎技术	该技术解决传统风控系统，策略与代码耦合造成的维护成本高等问题。通过抽象特征和策略，使风控系统具备扩展性和灵活性。通过可视化的配置管理，降低了风控系统维护策略的成本。该技术包括三部分：特征计算、策略匹配、任务调度。特征计算，根据优先级执行定制化的特征组件。策略匹配，基于 Lua 提供动态解释执行的能力，根据特征计算的结果进行动态的规则匹配。任务调度，基于组件编程的方式使得处罚动作具备极强的扩展性。	自主研发	“得到” App 用户中心、支付系统、留言、笔记等模块

（二）正在从事的研发项目、所处阶段及进展情况、相应人员、经费投入、拟达到的目标，相关科研项目与行业技术水平的比较

作为一家以技术为支撑的知识服务公司，公司组建了大数据团队，在知识服务领域的深度学习个性化推荐、知识图谱等方面不断探索，为“得到”App 用户赋能，提供精细化的知识管理和学习规划。涉及的前沿技术包括深度学习、知识图谱、NLP、分布式

实时存储和计算等。

在工程技术方面，公司组建基础架构开发部，负责技术中台相关技术平台的开发，为研发条线提供稳定高效的技术支持，提高开发效率，包括自动化的 SQL 审计系统、自动化的监控报警系统、分布式系统架构调用链路追踪系统、流量网关系统、服务容器化、API 管理、服务注册与发现组件、配置中心等。此外，还研发了后端基础开发框架、Web 前端基础开发框架、客户端组件化架构、客户端热修复等，极大提高了前后端开发的效率。

公司正在从事的研发项目情况如下表所示：

序号	正在从事的研发项目	拟达到的目标	所处阶段及进展	预算投入	相应部门	相关科研项目与行业技术水平的比较
1	得到教研室——融合线上线下的教务教研系统	帮助老师和运营人员一体化的管理教研与教务工作，学员的线上学习进度，线上线下学习内容，学习数据，以及老师与学员的批改作业与课程管理，均可以一站式完成	研发中	约 400 万元	教务研发部	行业领先，国内的大部分教研体系，偏向线上或者线下，而很少覆盖到线上线下均有涉及的场景
2	得到大脑	为得到用户提供精细化的知识管理和学习规划指导。自研知识图谱，将人和知识的关系更智能化的结合在一起，为用户提供可信高质量的内容服务	研发中	约 1000 万元	大数据中心研发部	填补行业空白，得到有上百门课程数万单节内容，有 4 万本高质量的电子书，将内容资源的知识图谱与用户的具体学习需求结合
3	跨平台的个人知识管理系统	研发一套完整的用户知识沉淀系统，成为用户喜爱的积累平台。同时支持 Windows、Mac、iPhone、iPad、Android 等多平台数据同步和编辑等功能	研发中	约 400 万元	前台研发部	行业领先，现在行业里大部分个人笔记系统，是纯工具软件，并没有用户的内容沉淀。而得到的笔记体系结合内容与功能，做到笔记之间的有效管理

（三）报告期内研发投入的构成、占营业收入的比例

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年	2018 年	2017 年
研发投入（万元）	2,838.33	11,261.81	9,411.36	5,387.18
营业收入（万元）	19,225.57	62,791.13	73,793.92	55,635.82
研发投入占比	14.76%	17.94%	12.75%	9.68%

（四）本公司研发人员情况

1、研发人员数量

截至 2020 年 3 月 31 日，公司员工总数为 389 人，其中研发人员 182 人，占公司总人数 46.79%，研发人数占比较高。报告期内，公司研发人数及占比情况如下表所示：

项目	2020年3月末	2019年末	2018年末	2017年末
研发人数（人）	182	181	181	121
总员工人数（人）	389	376	372	266
研发人数占比	46.79%	48.14%	48.66%	45.49%

2、核心技术人员的学历背景构成，取得的专业资质及重要科研成果和获得奖项情况，对公司研发的具体贡献

报告期内，公司核心技术人员共 7 人，包括沈仁奎、杨溥、胡峰、李晓宇、罗瑞一、徐唐和李宁，主要负责方向包括基础架构、人工智能、电子书技术架构、服务器端开发及大数据分析等重点方向。核心技术人员具体情况如下：

沈仁奎先生，2007 年毕业于河北经贸大学，获得计算机科学与技术学士学位。2009 年至 2013 年，就职于腾讯科技（北京）有限公司，任高级工程师；2013 年至 2015 年，就职于百度在线网络技术（北京）有限公司，任技术经理；2015 年，就职于北京见招信息技术有限公司，任联合创始人兼 CTO；2015 年至今，就职于思维造物，现任发行人技术总监（首席技术官）。

具体贡献：成功带领团队研发了“得到”App 产品，截止 2020 年 3 月 31 日领导团队迭代了超过 80 个版本，产品获得如 2017 年度“两微一端”百佳评选 App 创新力十佳、2018 十佳数字阅读项目等多项奖项。深入参与技术创新，作为发明人提交 35 项境内发明专利申请。

杨溥先生，2005 年就读于西北工业大学教育实验班，2009 年获得计算机科学与技术学士学位；2017 年毕业于中国科学技术大学，获得计算机技术领域工程硕士学位。2011 年至 2017 年，就职于科大讯飞股份有限公司，任高级算法与引擎工程师；2017 年至 2018 年，就职于北京全民快乐科技有限公司，任算法专家。2018 年至今，就职于思维造物，现任首席数据科学家。

具体贡献：牵头主导了“得到”App 的“文本搜索”、“得到大脑（知识图谱）”、“个

性化推荐”重点项目，在任职期间以第一发明人身份提交 6 项专利申请。在项目基础上，为公司引入主流人工智能技术加持，改善用户学习效率，为用户赋能。

胡峰先生，2011 年毕业于北京航空航天大学，获得计算机科学与技术学士学位。2011 年至 2012 年，就职于新浪网技术（中国）有限公司，任高级研发工程师；2012 年至 2014 年，就职于百度在线网络技术（北京）有限公司，任高级研发工程师；2015 年至 2018 年，分别就职于西安云笔网络科技有限责任公司和西安小口合网络科技有限公司，任创始人；2018 年至今，就职于思维造物，现任得到业务技术负责人兼首席业务架构师。

具体贡献：完成了得到基础设施体系和基础技术平台的建设，得到业务架构的设计和优化及得到技术体系相关的规范与制度的制定和实施。

李晓宇先生，2010 年毕业于齐齐哈尔大学，获得电子信息工程学士学位。2010 年至 2013 年，就职于北京腾锐视讯科技有限公司，任 C++ 工程师；2013 年至 2015 年，就职于北京掌阅科技有限公司，负责任 C++ 研发工程师；2015 年，就职于北京奇虎 360 科技有限公司，任“360 通讯录”Android 开发经理；2015 年至 2016 年，就职于互动峰科技（北京）有限公司，任品牌方向安卓技术负责人；2016 年至 2017 年，就职于千闻云计算科技（北京）有限公司，任“君君辅导”Android 研发负责人；2017 年至今，就职于思维造物，现任电子书技术负责人。

具体贡献：主持并成功研发了基于“得到”App 的电子书排版引擎（跨平台的排版引擎）、基于电子书的全文检索，自主研发了自动化电子书生产系统。此外，还组织研发实现了“得到”App 的 DRM（数字版权管理）系统架构等。

罗瑞一先生，2012 年毕业于北京师范大学，获得计算机科学与技术硕士研究生学位。2012 年至 2014 年，就职于 Adobe 中国研发中心，任高级软件工程师；2014 年至 2016 年，就职于百度时代网络技术（北京）有限公司，任高级 Android 开发工程师；2016 年至今，就职于思维造物，现任后端业务团队负责人。

具体贡献：参与或主导“得到”App 核心业务的项目管理与研发工作，调整和实施业务架构优化，带领后端业务组以微服务的架构方式支持了“得到”App 以每个月近两个版本的速度不断迭代。

徐唐先生，2012 年毕业于西安电子科技大学，获得电子信息科学与技术专业学士

学位。2014 年至 2016 年，就职于科大讯飞股份有限公司，任研发工程师；2016 年至今，就职于思维造物，现任大数据负责人。

具体贡献：在大数据方向，带领团队成功完成了得到大数据平台的研发工作，并主持研发了 BI 系统、行为分析系统、得到学分等多个数据产品。

李宁先生，2002 年毕业于北京联合大学信息学院，获得计算机科学与技术学士学位。2006 年至 2007 年，就职于摩托罗拉系统（中国）有限公司，任开发负责人；2007 年至 2008 年，就职于华夏银行股份有限公司，任高级技术经理；2009 年，就职于中国建设银行股份有限公司，任项目经理；2010 年至 2012 年，就职于东方资产管理公司，任研发项目经理；2012 年至 2015 年，就职于微享科技（北京）有限公司，任架构师；2015 年至今，就职于思维造物，现任“得到”App 应用底层基础服务架构师。

具体贡献：自主带领团队成功研发了“得到”App 产品的基础服务底层架构，包括：支付平台、代币系统、结算系统、供应链系统等支付结算系统，为公司的上层业务提供了统一支付能力，支持主流支付渠道，支付场景涵盖手机 App、移动 html5。

3、发行人对核心技术人员实施的约束激励措施

公司通过提供优良的研发条件、设置绩效考核机制等方式，鼓励研发及技术人员积极参与技术研究和产品创新，并以此维持核心技术人员的稳定性；同时，公司与前述核心技术人员均签订了《劳动合同》，其中对其任职期间的保密、竞业和侵权事项进行了严格约定。报告期内，公司核心技术人员稳定，未发生重大人员流失的情形。

4、报告期内核心技术人员的主要变动情况及对发行人的影响

报告期内，公司核心技术人员维持稳定，并由 5 人增加至 7 人，对发行人技术研发起到了促进作用。

（五）公司技术创新的机制及技术储备、技术创新的安排

1、公司技术创新的机制

详见本招股说明书“第六节业务与技术”之“一、公司主营业务及主要产品和服务情况”之“（六）主营业务创新情况”之“3、公司持续创新机制”。

2、公司技术储备情况

作为一家知识服务的技术公司，公司成立就组建大数据团队，在知识服务领域的深

度学习个性化推荐、知识图谱等方面不断探索，为得到用户赋能，提供精细化的知识管理和学习规划。基于知识图谱技术，为业务提供智能推荐、智能问答、语义消歧等业务场景赋能。涉及的前沿技术包括深度学习、知识图谱、NLP、分布式实时存储和计算等。

在工程技术方面，组建基础架构开发部，负责技术中台相关技术平台的开发，为研发同学提供稳定高效的技术支持，提高开发效率，包括自动化的 SQL 审计系统、自动化的监控报警系统、分布式系统架构调用链路追踪系统、流量网关系统、服务容器化、API 管理、服务注册与发现组件、配置中心等。此外，还研发了后端基础开发框架、Web 前端基础开发框架、客户端组件化架构、客户端热修复等，极大提高了前后端开发的效率。

组建业务中台开发部，负责用户中台、交易中台、多媒体中台、用户数据中台等业务中台的研发。把有状态和业务强耦合的服务，改造为无状态化和无耦合，方便前台业务端直接使用，集合数据能力、技术能力，对各个前台业务形成支撑，让前台业务更具敏捷、更快适应瞬息万变的市场。部分业务模块能像乐高玩具一样，快速搭建出适合业务的“个性化”功能。

在业务研发技术方向，自研了跨平台的排版引擎，支持上几乎所有的电子书格式和排版样式，完成了从内容生产自动化排版，到终端展现的阅读器等技术的统一。另外，在内容保护方面，完整实现了从内容生产到终端的内容保护机制和相关技术系统的研发，例如：多媒体溯源追踪系统，DRM、风险控制等。

3、技术创新的安排

公司一直注重研发投入力度，2017 年至 2020 年一季度，研发投入持续增长，分别为 5,387.18 万元、9,411.36 万元、11,261.81 万元和 2,838.33 万元。公司将持续加大研发投入费用，将技术研发作为线上业务发展的核心驱动力，持续改善研发条件，对公司多项关键技术进行创新和攻关，逐步完善知识服务生态网络建设。

公司鼓励技术创新和技术实现能力协同发展。公司鼓励技术开源，开办了“八里庄技术沙龙”等活动，定期邀请行业技术专家来公司分享交流。同时，公司每月组织 CodeReview 竞赛，给写出优质高效代码或找出有价值问题的同事奖励，提升团队的技术实现能力。

八、公司境外经营情况

自设立以来，公司不存在中华人民共和国境外进行生产经营的情形。

第七节 公司治理与独立性

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的运行及履职情况

股份公司设立以来，发行人根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等相关法律法规的要求，逐步建立健全了由股东大会、董事会、独立董事、监事会和高级管理人员组成的治理结构。公司建立了符合上市公司治理规范性要求的《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易决策制度》《对外担保制度》《对外投资管理制度》《总经理工作细则》《董事会秘书工作细则》等一系列制度，并建立了战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等董事会专门委员会。

公司改制成为股份有限公司后，公司股东大会、董事会、监事会及相关职能部门按照有关法律法规和公司内部制度规范运行，形成了职责明确、相互制衡、规范有效的公司治理机制，不存在公司治理缺陷。

（一）股东大会的运行及履职情况

股东大会是发行人的权力机构，依据《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》等规定行使职权。

自发行人整体变更为股份有限公司至本招股说明书签署之日，本公司共召开 5 次股东大会，发行人股东大会会议的召集、召开程序以及会议的决议和签署情况均符合《公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》等相关法律、法规、规范性文件以及发行人公司治理制度的规定，审议了包括公司整体变更为股份有限公司、公司治理制度、董事和监事等的任免、发行人本次发行上市对董事会的授权等在内的依法应由股东大会审议的事项。

（二）董事会的运行及履职情况

公司设董事会，作为公司经营决策的常设机构，对股东大会负责。董事会依据《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》等规定行使职权。公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名。发行人已设立了董事会秘书，由董事会聘任，对董

事会负责。

自发行人整体变更为股份有限公司至本招股说明书签署之日，本公司共召开 6 次董事会，发行人前述董事会会议的召集、召开程序以及会议的决议和签署情况均符合《公司法》《公司章程》和《董事会会议事规则》等相关法律、法规、规范性文件以及发行人公司治理制度的规定，审议了包括选举公司董事长、制定公司治理制度、聘任高级管理人员等在内的依法应由董事会审议的事项。公司董事在历次会议中按规定出席了会议，并按照上述规定认真遵守表决程序、审议会议议案，忠实、勤勉地履行了董事职责，不存在董事会或管理层违反上述规定或超越股东大会的合法授权范围行使职权的情况。

（三）监事会的运行及履职情况

公司设监事会，监事会是公司的监督机构，对股东大会负责。监事会依据《公司法》《公司章程》《监事会议事规则》等规定行使职权。监事会由 3 名监事组成，其中 1 名为股东代表监事，2 名为职工代表监事。职工代表监事由公司职工通过职工代表大会选举产生，监事会设主席一人，由全体监事过半数选举产生。

自发行人整体变更为股份有限公司至本招股说明书签署之日，本公司共召开 6 次监事会，发行人前述监事会会议的召集、召开程序以及会议的决议和签署情况均符合《公司法》《公司章程》和《监事会议事规则》等相关法律、法规、规范性文件以及发行人公司治理制度的规定，会议记录完整规范。监事履行了《公司法》《公司章程》赋予的职责，对公司董事会和高级管理人员工作、关联交易的执行等重要事宜实施了有效监督。

（四）独立董事履职情况

本公司独立董事自聘任以来尽职尽责，积极出席董事会会议，为本公司的重大决策提供专业及建设性的意见，认真监督管理层工作，对本公司依照法人治理结构规范运作起到了积极的作用。

（五）董事会秘书履职情况

本公司董事会秘书自聘任以来，严格按照法律、法规、规范性文件及《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的规定，认真履行了股东大会、董事会、监事会的组织筹备、文件保管以及公司股权管理等事宜，充分发挥了董事会秘书在公司中的作用。

（六）董事会专门委员会构成及运行情况

公司董事会设立审计、提名、薪酬与考核、战略四个专门委员会，董事会选举了各专门委员会委员。各专门委员会的组成人员、主要职责及运行情况如下：

1、审计委员会

公司审计委员会由 3 名董事组成（其中 2 名为独立董事），分别为代景春、王亮亮、池书进，其中，代景春（会计专业人士）担任审计委员会主任委员。

2、提名委员会

公司提名委员会由 3 名董事组成（其中 2 名为独立董事），分别为朱海琴、代景春、李天田，其中朱海琴担任提名委员会主任委员。

3、薪酬与考核委员会

公司薪酬与考核委员会由 3 名董事组成（其中 2 名为独立董事），分别为王亮亮、朱海琴、李天田，其中，王亮亮担任薪酬与考核委员会主任委员。

4、战略委员会

公司战略委员会由 3 名董事组成（其中 1 名为独立董事），分别为罗振宇、李天田、朱海琴，其中罗振宇担任战略委员会主任委员。

公司董事会各专门委员会自设立以来，严格按照有关法律、法规、《公司章程》《董事会审计委员会工作制度》《董事会提名委员会工作制度》《董事会薪酬与考核委员会工作制度》《董事会战略委员会工作制度》等有关规定开展工作并履行职责，规范运行；通过召开各专门委员会会议，各委员充分发挥各自的专业特长，勤勉尽责，在制定公司战略发展规划、督促公司完善内部控制制度及执行有效性、制定高管薪酬绩效评价标准等方面发挥了积极作用。

（七）特别表决权股份或类似安排

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排。

二、公司内部控制制度情况

（一）管理层对内部控制的自我评估意见

公司管理层已经根据基本规范、评价指引及其他相关法律法规的要求，对公司的内部控制制度进行了自我评价。

公司管理层认为，公司于 2020 年 3 月 31 日在所有重大方面保持了按照财政部颁布的《内部会计控制规范—基本规范（试行）》的有关规范标准中与财务报表相关的有效的内部控制。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

2020 年 8 月 18 日，容诚就公司内部控制出具了《内控报告》（容诚专字[2020]518Z0234 号），鉴证意见为：“我们认为，思维造物公司于 2020 年 3 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。”

三、公司报告期内违法违规行及受到处罚的情况

报告期内，发行人及其下属企业不存在重大违法违规行为。

报告期内，发行人下属企业优视米、优众赢和银杏未来存在 3 项行政处罚，具体情况如下：

2018 年 10 月 25 日，国家税务总局北京市海淀区税务局第四税务所向优视米出具《税务行政处罚决定书》（京海四税简罚[2018]390 号），因优视米丢失已开具增值税发票 1 份，对其处以 400 元罚款。根据发行人提供的付款凭证，优视米已于 2018 年 10 月 25 日缴纳上述 400 元罚款。

2019 年 10 月 23 日，国家税务总局北京市朝阳区税务局第一税务所向优众赢出具《税务行政处罚决定书》（京朝一税简罚[2019]6032194 号），因优众赢“2019-08-01 至 2019-08-31 个人所得税（工资薪金所得）未按期进行申报”，对其处以 200 元罚款。根

据发行人提供的付款凭证，优众赢已于2019年10月23日缴纳上述200元罚款。

2019年10月23日，国家税务总局北京市朝阳区税务局第一税务所向银杏未来出具《税务行政处罚决定书》（京朝一税简罚[2019]6032195号），因银杏未来“2019-08-01至2019-08-31个人所得税（工资薪金所得）未按期进行申报”，对其处以200元罚款。根据发行人提供的付款凭证，银杏未来已于2019年10月23日缴纳上述200元罚款。

上述税收处罚金额较小，发行人下属企业已及时足额缴纳罚款，保荐机构、发行人律师认为，该等税收处罚不属于重大违法违规行为，不会构成发行人本次发行上市的法律障碍。

除上述行政处罚外，报告期内，发行人及其下属企业不存在其他行政处罚。

四、公司报告期内资金占用和对外担保的情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

五、发行人具有直接面向市场独立持续经营的能力

发行人按照《公司法》《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立健全了治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有完整独立的业务体系和直接面向市场独立运营的能力。

（一）资产独立方面

发行人是依法由有限责任公司整体变更设立的股份有限公司，承继了原有限责任公司所有的资产、负债及权益。发行人拥有与业务经营有关的经营场所、注册商标、专利、著作权、域名及其他资产的所有权或使用权，对其所有资产具有完全的控制支配权，具备独立完整的研发、运营系统及配套设施。发行人不存在资产被控股股东、实际控制人或其他关联方控制或占用而损害公司利益的情况。

（二）人员独立方面

发行人的董事、监事、高级管理人员均严格按照《公司法》《公司章程》等有关规定通过合法程序产生，不存在主要股东超越发行人董事会和股东大会职权作出人事任免决定的情况。

发行人的总经理、副总经理、董事会秘书和财务总监等高级管理人员，未在控股股东及实际控制人控制的其他企业中担任董事、监事以外的其他职务，未在控股股东及实际控制人控制的其他企业领薪；发行人的财务人员未在控股股东及实际控制人控制的其他企业中兼职或领薪。

（三）财务独立方面

发行人设立后已依据《会计法》《企业会计准则》的要求建立了一套独立、完整、规范的财务会计核算体系和财务管理制度，并建立健全了相应的内部控制制度，独立作出财务决策。发行人设置了独立的财务部门，并按照业务要求配备了独立的财务人员，建立了独立的会计核算体系、财务会计制度和对子公司、分公司的财务管理制度。发行人拥有独立的银行账号，未与控股股东及实际控制人控制的其他企业共用银行账户。发行人作为独立纳税人，依法独立进行纳税申报和履行纳税义务。发行人独立对外签署合同，不存在与控股股东及实际控制人控制的其他企业共用银行账户或混合纳税的情形。

（四）机构独立方面

发行人已根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等相关法律法规、规章及其他规范性文件的规定，按照法定程序制定了《公司章程》，并建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度。发行人设置了较为完善的组织机构，拥有完整的业务系统及配套部门，相关机构和人员能够依法履行职责，独立行使经营管理权。发行人的生产经营和办公机构完全独立于控股股东及实际控制人控制的其他企业，不存在混合经营、合署办公的情况，控股股东、实际控制人及其控制的其他企业亦未干预公司的机构设置和生产经营活动。

（五）业务独立方面

发行人拥有独立完整的业务经营体系，能够面向市场独立经营、独立核算和决策，并独立承担责任及风险。发行人的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或显失公平的关联

交易。

（六）发行人主营业务、控制权、管理团队稳定性

发行人的主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员均未发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人未发生变更，不存在可能导致控制权变更的重大权属纠纷。

（七）其他对发行人持续经营有重大影响的事项

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，不存在重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，也不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

六、同业竞争

（一）同业竞争情况

截至报告期末，除发行人及其下属企业以外，发行人的控股股东、实际控制人罗振宇控制的其他企业包括杰黄罡和 Liberals Holdings。杰黄罡的信息具体参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“六、实际控制人、控股股东及持有发行人 5%以上股份的其他主要股东情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东基本情况”之“1、杰黄罡”。

Liberals Holdings，注册地为英属维尔京群岛，股东为罗振宇，该公司未从事具体业务。截至本招股说明书签署之日，Liberals Holdings 正在注销中。

截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东、实际控制人控制的其他企业不存在以任何形式直接或间接从事与发行人相同或相似业务的情况，与发行人之间不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，发行人控股股东、实际控制人罗振宇作出如下承诺：

“一、截至本承诺函出具之日，本人、本人近亲属及本人控制的企业(除思维造物

及其下属企业以外）没有，将来亦不会在中国境内外，以任何方式从事任何与思维造物及其下属企业相同或相似的，构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；如思维造物认为本人、本人近亲属及本人控制的企业从事了对思维造物及其下属企业的业务构成竞争关系的业务，本人、本人近亲属及本人控制的企业愿意以公平合理的价格将该等资产或股权转让给思维造物；如将来发现任何与思维造物及其下属企业主营业务相同或相似，构成或可能构成直接或间接竞争关系的新业务机会，将立即书面通知思维造物，并尽力促使该等业务机会按合理和公平的条款及条件首先提供给思维造物及其下属企业，由思维造物或其下属企业在相同条件下优先收购、许可使用或以其他方式受让或允许使用有关业务所涉及的资产或股权。

二、自本承诺函出具之日起，若因本人、本人近亲属及本人控制的企业（除思维造物及其下属企业以外）违反本承诺函的任何条款，而导致思维造物和其他股东遭受实际损失、损害和开支，本人承诺承担相应的赔偿责任。

三、本承诺函自本人签字之日起生效，直至本人不再为思维造物控股股东或实际控制人为止。本人在本承诺函中所作出的保证和承诺均代表本人、本人近亲属及其控制的其他企业（除思维造物及其下属企业以外）而作出。”

七、发行人关联方、关联关系

根据《公司法》《创业板股票上市规则》和《企业会计准则第 36 号——关联方披露》的相关规定，截至本招股说明书签署之日，发行人的关联方、关联关系和关联交易如下：

（一）控股股东、实际控制人

截至本招股说明书签署之日，发行人的控股股东及实际控制人为罗振宇。具体情况参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“六、实际控制人、控股股东及持有发行人 5%以上股份的其他主要股东情况”之“（一）公司控股股东、实际控制人情况”。

（二）控股子公司、合营及联营企业

序号	关联方名称	关联关系
1	得到天津	发行人的全资子公司
2	得到天津北京分公司	发行人全资子公司的分公司
3	思维投资管理	发行人的全资子公司

序号	关联方名称	关联关系
4	天津思维造物	发行人的全资子公司
5	思维无界	发行人的全资子公司
6	上海思维造物	发行人的全资子公司
7	北京得到	发行人的间接全资子公司
8	优视米	发行人的间接全资子公司
9	优众赢	发行人下属合伙企业
10	银杏未来	发行人下属合伙企业
11	月恒日升	发行人全资子公司思维投资管理持有其64.9996%合伙份额，系发行人的联营企业
12	小赛小可	发行人全资子公司思维投资管理持有其6.56%股权，系发行人的联营企业
13	酷得少年	发行人持有其34.59%股权，系发行人的联营企业

（三）持有公司5%以上股份的自然人、法人、其他组织或一致行动人，以及直接或间接持有发行人5%以上股份的自然人直接/间接控制或担任董事、高级管理人员的除发行人及其下属企业以外的法人或其他组织

1、持有公司5%以上股份的自然人、法人、其他组织或一致行动人

除控股股东外，直接或间接持有/控制公司5%以上股份的自然人、法人、其他组织或一致行动人如下：

序号	关联方名称/姓名	关联关系
1	李天田	直接持股5%以上的股东
2	杰黄罡	直接持股5%以上的股东
3	文产基金	直接持股5%以上的股东
4	红杉合信	直接持股5%以上的股东
5	造物家	直接持股5%以上的股东
6	上海乐进	直接持股5%以上的股东（上海乐进及乾刚投资为同一实际控制人控制的企业，双方合计直接持有发行人5.0828%股份）
7	乾刚投资	

2、控股股东、实际控制人、直接或间接持有发行人5%以上股份的自然人直接/间接控制或担任董事、高级管理人员的除发行人及其下属企业以外的法人或其他组织

序号	关联方名称	关联关系
1	Liberals Holdings	控股股东、实际控制人罗振宇持有100%股权，并担任董事的企业
2	JWGX Holdings	直接持股5%以上的股东李天田持有100%股权，并担任董事的企业

（四）公司的董事、监事及高级管理人员

序号	关联方姓名	关联关系
1	罗振宇	发行人的董事长
2	李天田	发行人的董事、总经理
3	邓鑫鑫	发行人的董事、副总经理
4	池书进	发行人的董事、副总经理兼董事会秘书
5	陈杭	发行人的董事
6	刘星	发行人的董事
7	代景春	发行人的独立董事
8	王亮亮	发行人的独立董事
9	朱海琴	发行人的独立董事
10	申强	发行人的监事会主席
11	李倩	发行人的监事
12	张文娟	发行人的监事
13	胡冰岐	发行人的财务总监
14	沈仁奎	发行人的技术总监（首席技术官）

（五）公司的董事、监事及高级管理人员直接或间接控制或担任董事、高级管理人员的除发行人及其下属企业以外的法人或其他组织

截至本招股说明书签署之日，除上述已披露的情形外，公司的董事、监事及高级管理人员直接或间接控制的企业，以及前述关联自然人担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的除发行人及其下属企业以外的企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	文产基金管理	发行人董事陈杭担任董事、总经理的企业
2	新疆红枫股权投资有限合伙企业	发行人董事陈杭担任执行事务合伙人并控制的企业
3	北京万方数据股份有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
4	上海百事通信息技术股份有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
5	雅昌文化（集团）有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
6	北京大陆桥文化传媒股份有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
7	北京摩登天空文化发展有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
8	灵思云途营销顾问股份有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
9	北京微影时代科技有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
10	杭州金海岸文化发展股份有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业

序号	关联方名称	关联关系
11	北京畅达天下广告有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
12	华商智汇传媒股份有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
13	北京实力电传文化发展股份有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
14	上海易络客网络技术有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
15	北京微播易科技股份有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
16	浙江深大智能科技有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
17	天聚地合（苏州）数据股份有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
18	上海麦克风文化传媒有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
19	北京洛可可科技有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
20	深圳市雅昌艺术网股份有限公司	发行人董事陈杭担任董事的企业
21	红杉资本中国基金	发行人董事刘星担任其合伙人的机构
22	Sequoia China Equity Partners Limited / Sequoia China Equity Partners (Hong Kong) Limited	发行人董事刘星担任董事的企业
23	VIPSHOP HOLDINGS LIMITED	发行人董事刘星担任董事的企业
24	ZTO Express (Cayman) Inc.	发行人董事刘星担任董事的企业
25	WZ Group Limited / Grandcity Holdings Limited / Sunward Enterprises Limited / Thrive Developing Investments / Prestige Deal Limited / Tradewide Global Limited / Swift Victor Investments	发行人董事刘星担任董事的企业
26	China Renaissance Holdings Limited	发行人董事刘星担任董事的企业
27	Lucky Alliance Limited / Silver Gift Limited / 北京普缇客科技有限公司	发行人董事刘星担任董事的企业
28	浙江执御信息技术有限公司/Jollychic Holding Limited	发行人董事刘星担任董事的企业
29	广州瀚信通信科技股份有限公司	发行人董事刘星担任董事的企业
30	上海优萃生物科技有限公司	发行人董事刘星担任董事的企业
31	优齿乐（上海）健康用品有限公司	发行人董事刘星担任董事的企业
32	快尚时装（广州）有限公司	发行人董事刘星担任董事的企业
33	蜀海（北京）供应链管理有限责任公司	发行人董事刘星担任董事的企业
34	Ohana Global, Inc.	发行人董事刘星担任董事的企业
35	Enjoy Brothers Inc./ Enjoy Ai Limited/杭州因爱所爱科技有限公司/杭州因爱网络科技有限公司	发行人董事刘星担任董事的企业
36	Ziroom Inc.	发行人董事刘星担任董事的企业
37	Today Inc.	发行人董事刘星担任董事的企业
38	TUHU CAR INC.	发行人董事刘星担任董事的企业
39	英大建信投资管理（北京）有限责任公司	发行人独立董事代景春担任总经理的企业
40	云南云海肴餐饮管理有限公司	发行人独立董事朱海琴担任董事、总经理并实际控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
41	昆明金奋豆企业管理咨询中心（有限合伙）	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
42	昆明心正意诚投资中心（有限合伙）	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
43	云海肴（上海）投资管理有限公司	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
44	云海肴（深圳）餐饮管理有限公司坂田华为店	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
45	云海肴（天津）餐饮管理有限公司	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
46	北京心正意诚餐饮管理有限公司	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
47	云海肴（深圳）餐饮管理有限公司新怡景商业中心店	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
48	广州云一海肴餐饮管理有限公司	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
49	云海肴（深圳）餐饮管理有限公司金光华店	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
50	云海肴（深圳）餐饮管理有限公司中航城天虹店	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
51	阿祥婆（北京）餐饮有限公司	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
52	云海肴（北京）餐饮管理有限公司	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
53	云海肴南京餐饮管理有限公司	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
54	云海肴（深圳）餐饮管理有限公司海岸城店	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
55	云海肴（武汉）餐饮管理有限公司	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
56	云海肴（深圳）餐饮管理有限公司	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
57	云海肴（上海）餐饮管理有限公司	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业
58	昆明云海一肴餐饮管理有限公司	发行人独立董事朱海琴实际控制的企业

（六）控股股东、实际控制人、直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人、公司董事、监事和高级管理人员关系密切的家庭成员及其控制或担任董事、高级管理人员的除发行人及其下属企业以外的法人或其他组织

截至本招股说明书签署之日，发行人的控股股东、实际控制人、直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人、公司董事、监事和高级管理人员的关系密切的家庭成员亦为公司的关联方，关系密切的家庭成员主要包括配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母。

该等关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的除发行人及其下属企业以外的法人或其他组织如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	上海光古企业管理咨询中心	发行人董事、董事会秘书兼副总经理池书进的母亲叶少萍控制的企业
2	轻问信息技术（上海）有限公司	发行人董事刘星的兄弟刘晨持有其 76.76%股

序号	关联方名称	关联关系
		权，并担任其执行董事的企业
3	广东和美智汇管理咨询有限公司	发行人监事李倩妹妹的配偶李海琳担任董事的企业

（七）其他关联方

1、报告期内曾任公司董事、监事及高级管理人员的关联自然人

序号	关联方姓名	关联关系
1	高丰	报告期内，曾任发行人的董事
2	曾捷	报告期内，曾任发行人的董事
3	林利军	报告期内，曾任发行人的董事、监事

2、报告期内曾与公司存在关联关系的主要机构

序号	关联方名称	关联关系
1	帮我又一课	报告期内，发行人的全资子公司，目前已注销
2	北京酷得少年科技有限公司	报告期初至2019年3月为发行人的间接控股子公司，2019年4月至今为发行人的间接参股子公司
3	酷得少年北京分公司	报告期初至2019年3月为发行人的控股子公司的分公司，已于2019年6月注销
4	思维无界北京分公司	报告期内，发行人的全资子公司的分公司，目前已注销
5	嘉兴叁拾陆氩叁号投资管理合伙企业（有限合伙）	报告期内，发行人的参股企业，目前发行人已不再持有其出资份额
6	上海学怡商贸有限公司	报告期内，发行人的参股企业，目前已不再持股
7	思维造物（开曼）	报告期内，控股股东、实际控制人曾经控制的企业，目前已注销
8	思维造物（香港）	报告期内，控股股东、实际控制人曾经控制的企业，目前已注销
9	北京灵动生活科技有限公司	报告期内，控股股东、实际控制人曾担任董事的企业
10	四三九九网络股份有限公司	报告期内，直接持股5%以上的股东李天田的配偶曾担任独立董事的企业
11	北京嗨学网教育科技股份有限公司	报告期内，发行人董事陈杭曾担任董事的企业
12	北京开心麻花娱乐文化传媒股份有限公司	报告期内，发行人董事陈杭曾担任董事的企业
13	杭州玄机科技信息技术有限公司	报告期内，发行人董事陈杭曾担任董事的企业
14	文投发展（深圳）投资管理有限公司	报告期内，发行人董事陈杭担任法定代表人、执行董事及总经理的企业，目前已注销
15	云海肴（深圳）餐饮管理有限公司宝安海雅缤纷城店	报告期内，发行人独立董事朱海琴曾控制的企业，目前已注销
16	云海肴（深圳）餐饮管理有限公司梅林卓悦汇店	报告期内，发行人独立董事朱海琴曾控制的企业，目前已注销

序号	关联方名称	关联关系
17	北京中庆现代技术股份有限公司	报告期内，发行人独立董事代景春曾任董事的企业
18	峰上博悦商务咨询（上海）有限公司	报告期内，曾任发行人董事的高丰担任法定代表人及执行董事的企业
19	跑动（厦门）信息科技有限公司	报告期内，曾任发行人董事的高丰担任董事的企业
20	LianShang International Group	报告期内，曾任发行人董事的高丰担任董事的企业
21	The Kowloon Motor Bus Company (1933) Limited	报告期内，曾任发行人董事的高丰担任董事的企业
22	上海峰上投资管理有限公司	报告期内，曾任发行人董事的高丰担任法定代表人及执行董事，且高丰父亲控制的企业
23	宁波保税区峰上联合投资合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事的高丰的父亲控制的企业
24	宁波保税区圣峰股权投资合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事的高丰的父亲控制的企业
25	天津峰德企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事的高丰的父亲控制的企业
26	上海峰上股权投资基金合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事的高丰的父亲控制的企业
27	天津乐峰资产管理合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事的高丰的父亲控制的企业
28	宁波保税区峰上众志投资管理合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事的高丰的父亲控制的企业
29	宁波保税区峰上观妙股权投资合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事的高丰的父亲控制的企业
30	宁波保税区峰上辑芳股权投资合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事的高丰的父亲控制的企业
31	宁波保税区峰上投资管理合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事的高丰的父亲控制的企业
32	宁波保税区峰上观星股权投资合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事的高丰的父亲控制的企业
33	宁波保税区峰上清音股权投资合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事的高丰的父亲控制的企业
34	峰尚资本	报告期内，曾任发行人董事的高丰的父亲控制的企业
35	上海正心谷投资管理有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事兼总经理并控制的企业
36	上海旭昶科技有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事兼总经理的企业
37	上海檀旭实业有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事的企业
38	上海檀沃实业有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事的企业
39	上海檀诗实业有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事的企业
40	上海盛道投资合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行事务合伙人并控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
41	山南匠心股权投资有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事兼总经理的企业
42	启东华邦建材贸易有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事兼总经理的企业
43	山南正心谷投资管理有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事长兼总经理并控制的企业
44	上海德蓄投资管理有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事并控制的企业
45	上海悦才企业管理有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事的企业
46	上海瑜硕资产管理有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事的企业
47	浙江义乌市檀真投资管理合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行事务合伙人并控制的企业
48	义乌市檀谷投资管理合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行事务合伙人并控制的企业
49	宁波清羽快乐投资合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行事务合伙人并控制的企业
50	山南泓泉股权投资有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事兼总经理的企业
51	温州康宁医院股份有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任非执行董事的企业
52	苏州信诺维医药科技有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
53	苏州韬略生物科技有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
54	深圳市金斧子网络科技有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
55	联易融数字科技集团有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
56	上海智文投资管理有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
57	上海君实生物医药科技股份有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任非执行董事的企业
58	杭州九言科技股份有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
59	光影工场文化传播有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
60	北京基因映画影业有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
61	上海妙乐资产管理有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事兼总经理的企业
62	北京嗨学网教育科技股份有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
63	阳光保险集团股份有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
64	北京诺诚健华医药科技有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任非执行董事的企业

序号	关联方名称	关联关系
65	上海正心谷实业有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事兼总经理并控制的企业
66	上海盛诗实业有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事兼总经理并控制的企业
67	LVC Holdings Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
68	LVC Management Holdings Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
69	LVC Performance Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
70	LVC Lion Fund Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
71	LVC Management Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
72	Loyal Valley Capital Advantage Fund GP Ltd	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
73	Loyal Valley Capital Advantage Fund II Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
74	LVC Renaissance Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
75	Loyal Valley Innovation Capital (HK) Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事并控制的企业
76	Eagle Legend Global Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
77	Elite Plus Developments Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
78	Starry Concept Group Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
79	Sunrise View Investments Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
80	Golden Valley Global Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
81	Loyal Valley Innovation Capital Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事并控制的企业
82	Sincere Jovial Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
83	LVC Assets Management Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事并控制的企业
84	Elite Investment Holdings Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
85	LVC Mi Holding Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
86	LVC Innovate Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
87	LVC Growth Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
88	Qian Linklogis Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业

序号	关联方名称	关联关系
89	Tan Linklogis Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
90	Le Linklogis Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
91	Clever Paradise Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事并控制的企业
92	Silver Triumph Developments Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
93	奥音科技（北京）有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事兼总经理的企业
94	Sound Intelligence Holding Limited	报告期内，曾任发行人董事林利军担任董事的企业
95	苏州悦苏商务信息咨询有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军担任执行董事的企业
96	浙江义乌乐谷投资合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事林利军控制的企业
97	LVC KH Investment L.P.	报告期内，曾任发行人董事林利军控制的企业
98	上海清灵修水企业管理有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军的配偶担任执行董事并控制的企业
99	苏州清灵修水企业管理有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军的配偶担任执行董事兼总经理并控制的企业
100	上海檀桐投资合伙企业（有限合伙）	报告期内，曾任发行人董事林利军的配偶担任执行事务合伙人并控制的企业
101	苏州美博仕企业管理有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军的配偶担任执行董事兼总经理并控制的企业
102	苏州工业园区藏德医疗美容诊所有限公司	报告期内，曾任发行人董事林利军的配偶担任执行董事兼总经理的企业

八、关联交易

（一）经常性关联交易

1、管理人员薪酬

报告期内，关键管理人员薪酬如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
关键管理人员薪酬	348.13	1,509.94	1,429.42	988.58

2、购买/出售产品或服务的情况

（1）报告期内，公司作为购买方

单位：万元

关联方	交易内容	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

关联方	交易内容	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
酷得少年（天津）文化传播有限公司	分摊费用	-	15.41	-	-
酷得少年（天津）文化传播有限公司	课程产品分成	19.09	85.56	-	-
李倩	课程采购	-	10.30	42.95	-
北京小赛小可教育科技有限公司	课程采购	-	-	-	6.75

其中，与酷得少年的关联交易为课程分成和费用分摊，其中课程分成主要系发行人于 2019 年 4-12 月及 2020 年 1-3 月向酷得少年采购大师课《鲍鹏山说<水浒>300 讲》，并向酷得少年分成所致，分摊费用系 2019 年发行人与酷得少年就人员工资分摊所产生的费用。2018 年及 2019 年 1-3 月，此时酷得少年仍为公司控股子公司，纳入合并报表范围内，期间酷得少年就《古文有意思》课程与公司监事李倩分成，故产生关联交易。

2017 年与北京小赛小可教育科技有限公司的关联交易系发行人向前者采购博雅小学堂产品。

（2）报告期内，公司作为销售方

单位：万元

关联方	交易内容	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
酷得少年（天津）文化传播有限公司	分摊费用	100.31	570.57	-	-
酷得少年（天津）文化传播有限公司	课程产品分成	0.03	12.92	-	-
酷得少年（天津）文化传播有限公司	提供课程代销服务	15.20	106.96	-	-

2019 年及 2020 年 1-3 月，发行人作为销售方与酷得少年发生的关联交易主要有三类：费用分摊、课程产品分成及提供课程代销服务；其中费用分摊主要包括人员工资、阿里云服务、仓储物流、物业、宽带等分摊费用。

提供课程代销服务主要系发行人为酷得少年的《泉灵的语文课》等课程提供代销服务，收取相应的代销服务收入。

课程分成系酷得少年向发行人采购《给孩子的博物学》、《卓克·科学思维课》等课程并进行销售，向发行人分成。

3、其他关联交易

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和持股 5%以上股东存在金额较小的购

买公司线上知识服务产品及跨年演讲门票的行为。

（二）偶发性关联交易

1、关联方资金拆借

报告期内，公司作为拆出方的交易如下：

单位：万元

拆出方	拆入方	金额	借款期限
思维造物	宁波梅山保税港区造物家投资管理合伙企业（有限合伙）	1.01	2016/8/18-2020/2/14

该笔拆借系造物家交税所用，因金额较小，公司未收取利息费用，目前已归还。

（三）关联交易汇总及对经营成果的影响

报告期内，公司与关联方的全部交易简要汇总如下：

单位：万元

关联交易类型	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
关键管理人员薪酬	348.13	1,509.94	1,429.42	988.58
经常性关联交易（采购）	19.09	111.27	42.95	6.75
经常性关联交易（销售）	115.54	690.46	-	-
偶发性关联交易（拆借）	1.01			
总计	483.77	2,311.67	1,472.37	995.33

报告期内，公司与关联方的关联交易主要系关键管理人员薪酬，其他经常性关联交易整体规模较小，对发行人的财务状况影响较小。

（四）发行人关联交易的决策程序和执行情况

发行人设立后，发行人通过了《公司章程》、《关联交易管理办法》等制度性文件进一步完善和明确了发行人的关联交易决策及定价机制，并予以严格履行，确保发行人发生的关联交易公平、公正、定价公允、合理，不存在损害股份公司及其他股东利益的情形。发行人已召开董事会和股东大会审议通过了《关于确认公司报告期内关联交易事项的议案》，确认报告期内的该等关联交易事项不存在损害公司及中小股东利益的情形。

公司独立董事对 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 3 月 31 日的关联交易履行的审议程序发表了如下意见：2017 年 1 月 1 日至 2020 年 3 月 31 日期间，公司与关联方之间的关联交易均按照当时有效的法律法规及公司章程的有关规定履行了必要的批准程序，遵循了公平合理的原则，关联交易价格公允，决策程序合法有效，不存在损害公司股东利益

的行为。公司与关联方之间的关联交易不存在损害公司及公司股东利益的情况，也不存在通过关联交易操纵公司利润的情形。本人同意将公司关联交易事项提交董事会及股东大会审议确认。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节引用的财务数据及相关财务信息，非经特别说明，均引自经容诚会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报表及其附注。公司提醒投资者，若欲对公司的财务状况、经营成果及其会计政策进行更详细的了解，应当认真阅读审计报告全文。表格中某单元格数据为零，以“-”替代或不填列任何符号。

发行人在管理层分析中，部分采用了与同行业公司对比分析的方法，以便投资者深入理解公司的财务及非财务信息。公司以行业相关性、业务结构相似性为标准，选取掌阅科技、中文在线、中公教育、豆神教育和创业黑马作为发行的可比公司。可比公司的相关信息均来自其公开披露资料，公司不对其准确性、真实性做出判断。

一、分部信息

（一）产品分部信息

单位：万元

产品	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上知识服务业务	10,461.24	54.70%	41,213.47	66.26%	50,722.46	68.74%	32,772.00	58.91%
线下知识服务业务	6,506.06	34.02%	11,528.68	18.53%	7,345.99	9.95%	6,346.68	11.41%
电商业务	1,914.89	10.01%	8,615.59	13.85%	10,351.44	14.03%	15,341.77	27.58%
其他	243.03	1.27%	843.86	1.36%	5,373.80	7.28%	1,170.79	2.10%
合计	19,125.23	100.00%	62,201.61	100.00%	73,793.70	100.00%	55,631.24	100.00%

（二）地区分部信息

由于发行人线上知识服务业务收入无法按地域拆分，故此处按地域区分的收入主要为线下知识服务业务及电商业务。

单位：万元

区域	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华北地区	430.99	5.12%	3,626.11	18.00%	2,174.74	12.29%	3,173.98	14.63%
华东地区	4,430.69	52.62%	5,875.14	29.17%	6,794.34	38.39%	5,795.05	26.72%

区域	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华南地区	2,543.85	30.21%	6,491.35	32.22%	4,200.02	23.73%	5,457.69	25.16%
华中地区	121.99	1.45%	741.65	3.68%	801.87	4.53%	1,148.69	5.30%
东北地区	63.30	0.75%	325.44	1.62%	408.67	2.31%	659.08	3.04%
西北地区	74.68	0.89%	399.24	1.98%	496.92	2.81%	669.98	3.09%
西南地区	150.90	1.79%	1,134.69	5.63%	902.95	5.10%	1,362.92	6.28%
港澳台及海外	0.01	0.00%	0.57	0.00%	0.27	0.00%	0.51	0.00%
未分区域	604.56	7.18%	1,550.08	7.69%	1,917.64	10.84%	3,420.56	15.77%
合计	8,420.96	100.00%	20,144.28	100.00%	17,697.43	100.00%	21,688.45	100.00%

二、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	72,442.24	78,882.65	59,885.67	74,957.13
交易性金融资产	11,039.09	7,033.76	不适用	不适用
应收账款	5,360.95	2,273.60	4,394.20	1,066.10
预付款项	842.28	1,321.32	3,301.23	4,112.46
其他应收款	8,428.70	6,627.72	2,285.97	3,838.68
其中：应收利息			556.39	612.92
存货	1,799.29	3,277.12	2,998.59	2,172.98
其他流动资产	3,010.53	2,301.17	23,031.07	13,269.75
流动资产合计	102,923.10	101,717.34	95,896.72	99,417.09
非流动资产：				
可供出售金融资产	不适用	不适用	1,710.00	2,010.00
长期股权投资	11,518.74	11,798.50	6,755.93	228.40
其他权益工具投资	1,712.59	1,712.59	不适用	不适用
固定资产	1,199.85	1,148.68	782.22	314.40
无形资产	6,530.34	6,547.77	196.70	171.00
长期待摊费用	661.31	512.29	80.07	391.97

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
递延所得税资产	327.60	340.18	1,133.19	320.22
非流动资产合计	21,950.43	22,060.02	10,658.11	3,435.99
资产总计	124,873.52	123,777.36	106,554.83	102,853.08

合并资产负债表（续）：

单位：万元

负债和股东权益	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
流动负债：				
应付账款	9,201.76	9,284.72	7,857.42	6,149.62
预收款项	-	3,915.75	5,440.05	4,625.16
合同负债	21,934.11	不适用	不适用	不适用
应付职工薪酬	1,935.94	3,580.41	2,854.65	3,270.46
应交税费	1,188.07	1,237.68	2,054.32	1,278.56
其他应付款	3,875.74	4,203.29	587.35	1,559.42
其中：应付股利	-	-	79.75	327.94
一年内到期的非流动负债	87.14	87.14	87.14	87.14
其他流动负债	174.28	16,375.95	15,375.70	18,060.84
流动负债合计	38,397.03	38,684.93	34,256.62	35,031.19
非流动负债：				
预计负债	3.65	0.56	0.34	0.48
递延收益	10.00	2,084.11	2,171.25	2,258.39
递延所得税负债	13.79	4.78	-	-
其他非流动负债	2,062.32	-	-	-
非流动负债合计	2,089.76	2,089.45	2,171.59	2,258.87
负债合计	40,486.79	40,774.38	36,428.21	37,290.06
股东权益：				
股本	3,000.00	3,000.00	535.65	535.65
资本公积	64,412.26	64,356.33	57,347.10	57,417.49
盈余公积	84.39	84.39	267.82	267.82
未分配利润	16,890.09	15,562.27	12,229.69	6,899.93
归属于母公司股东权益合计	84,386.73	83,002.98	70,380.26	65,120.89
少数股东权益	-	-	-253.63	442.14
股东权益合计	84,386.73	83,002.98	70,126.62	65,563.03

负债和股东权益	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
负债和股东权益总计	124,873.52	123,777.36	106,554.83	102,853.08

（二）合并利润表

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
一、营业总收入	19,225.57	62,791.13	73,793.92	55,635.82
二、营业总成本	17,186.34	58,216.21	70,571.60	49,030.26
其中：营业成本	11,149.19	34,636.05	41,919.47	30,042.85
税金及附加	79.98	263.84	359.90	323.74
销售费用	2,250.35	7,205.52	12,502.57	7,031.68
管理费用	1,334.72	5,903.67	6,804.51	6,088.13
研发费用	2,838.33	11,261.81	9,411.36	5,387.18
财务费用	-466.22	-1,054.67	-426.21	156.68
其中：利息费用	-	-	-	-
利息收入	534.67	1,477.86	891.86	321.14
加：其他收益	36.86	1,614.85	1,166.67	113.54
投资收益（损失以“-”号填列）	-236.72	6,096.71	1,557.74	1,133.36
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-301.15	-1,456.71	27.53	-60.08
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-	-	不适用	不适用
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	不适用	不适用
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	57.24	31.85	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-100.88	-69.00	不适用	不适用
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-3.79	-59.05	-63.68	-63.91
资产处置收益（损失以“-”号填列）	0.00	0.40	0.03	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	1,791.94	12,190.68	5,883.09	7,788.55
加：营业外收入	6.29	78.87	11.60	190.79
减：营业外支出	116.43	82.02	251.82	46.82
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	1,681.81	12,187.52	5,642.86	7,932.52
减：所得税费用	353.99	682.12	878.45	1,800.56
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	1,327.82	11,505.40	4,764.41	6,131.96

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
（一）按经营持续性分类				
1、持续经营净利润（净亏损以“－”号填列）	1,327.82	11,505.40	4,764.41	6,131.96
2、终止经营净利润（净亏损以“－”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类				
1、归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“－”号填列）	1,327.82	11,714.09	5,329.76	6,187.79
2、少数股东损益（净亏损以“－”号填列）	-	-208.69	-565.35	-55.83
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
1.不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（1）重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-
（2）权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
（3）其他权益工具投资公允价值变动	-	-	不适用	不适用
（4）企业自身信用风险公允价值变动	-	-	不适用	不适用
2.将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（1）权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
（2）其他债权投资公允价值变动	-	-	不适用	不适用
（3）可供出售金融资产公允价值变动损益	不适用	不适用	-	-
（4）金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	不适用	不适用
（5）持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	不适用	不适用	-	-
（6）其他债权投资信用减值准备	-	-	不适用	不适用
（7）现金流量套期储备	-	-	-	-
（8）外币财务报表折算差额	-	-	-	-
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	1,327.82	11,505.40	4,764.41	6,131.96
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	1,327.82	11,714.09	5,329.76	6,187.79
（二）归属于少数股东的综合收益总额	-	-208.69	-565.35	-55.83

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
八、每股收益				
（一）基本每股收益（元/股）	0.44	3.90	不适用	不适用
（二）稀释每股收益（元/股）	0.44	3.90	不适用	不适用

（三）合并现金流量表

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	14,453.56	70,014.64	73,345.46	68,308.44
收到其他与经营活动有关的现金	1,613.54	233.72	1,490.23	402.73
经营活动现金流入小计	16,067.09	70,248.36	74,835.69	68,711.17
购买商品、接受劳务支付的现金	9,496.34	27,876.07	33,009.57	31,068.08
支付给职工以及为职工支付的现金	6,703.85	19,918.49	19,142.21	9,502.90
支付的各项税费	929.89	3,935.17	3,839.31	4,991.64
支付其他与经营活动有关的现金	1,465.71	9,825.19	16,176.77	9,456.38
经营活动现金流出小计	18,595.78	61,554.92	72,167.86	55,019.00
经营活动产生的现金流量净额	-2,528.69	8,693.44	2,667.83	13,692.17
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	58,900.00	220,110.74	114,543.80	76,750.00
取得投资收益收到的现金	495.34	2,725.49	2,240.78	1,656.77
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.10	3.78	0.69	-
投资活动现金流入小计	59,395.44	222,840.01	116,785.26	78,406.77
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	461.47	1,422.84	1,025.01	1,077.07
投资支付的现金	60,650.00	238,060.00	140,308.97	81,228.24
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	2,596.27	-	-
支付其他与投资活	-	403.05	-	-

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
动有关的现金				
投资活动现金流出小计	61,111.47	242,482.15	141,333.98	82,305.31
投资活动产生的现金流量净额	-1,716.02	-19,642.15	-24,548.72	-3,898.54
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	48.15	-	38,929.21
筹资活动现金流入小计	-	48.15	-	38,929.21
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	79.75	401.99	968.26
支付其他与筹资活动有关的现金	-	15.00	-	1,790.00
筹资活动现金流出小计	-	94.75	401.99	2,758.26
筹资活动产生的现金流量净额	-	-46.60	-401.99	36,170.94
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	4.31	2.30	11.42	-6.70
五、现金及现金等价物净增加额	-4,240.41	-10,993.02	-22,271.46	45,957.88
加：年初现金及现金等价物余额	21,677.65	32,670.67	54,942.13	8,984.25
六、期末现金及现金等价物余额	17,437.24	21,677.65	32,670.67	54,942.13

（四）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	44,619.97	41,197.13	32,706.38	64,469.49
交易性金融资产	5,943.71	7,033.76	不适用	不适用
应收账款	1,438.12	968.38	1,900.51	3,127.36
预付款项	113.61	110.99	247.98	341.15
其他应收款	8,927.34	5,085.84	20,864.51	19,652.11
其中：应收利息	-	-	525.90	612.92
应收股利	5,000.00	2,000.00	1,500.00	-
存货	1,004.94	1,215.28	1,281.60	1,076.31

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
其他流动资产	323.96	726.97	17,584.70	7,732.63
流动资产合计	62,371.65	56,338.36	74,585.68	96,399.04
非流动资产：				
长期股权投资	24,810.71	25,042.17	15,192.62	1,771.00
固定资产	144.78	170.42	271.93	170.03
无形资产	104.60	105.26	27.84	20.19
长期待摊费用	23.22	9.54	28.87	391.97
递延所得税资产	268.14	271.61	159.10	139.39
非流动资产合计	25,351.46	25,598.99	15,680.37	2,492.58
资产总计	87,723.11	81,937.35	90,266.06	98,891.62

母公司资产负债表（续）：

单位：万元

负债和股东权益	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
流动负债：				
应付账款	1,241.44	1,153.16	2,954.18	2,773.75
预收款项	-	1,119.27	1,500.93	1,424.08
合同负债	926.54	不适用	不适用	不适用
应付职工薪酬	440.01	1,166.76	1,216.17	3,020.35
应交税费	62.45	134.41	152.11	192.27
其他应付款	10,304.44	6,383.59	17,235.31	28,100.39
其中：应付股利	-	-	79.75	327.94
一年内到期的非流动负债	87.14	87.14	87.14	87.14
其他流动负债	9.99	11.16	29.77	34.69
流动负债合计	13,072.01	10,055.50	23,175.61	35,632.66
非流动负债：				
预计负债	0.37	0.27	0.34	0.44
递延收益	-	2,084.11	2,171.25	2,258.39
递延所得税负债	6.56	4.78	-	-
其他非流动负债	2,062.32	-	-	-
非流动负债合计	2,069.25	2,089.15	2,171.59	2,258.82
负债合计	15,141.25	12,144.65	25,347.20	37,891.49
股东权益：				

负债和股东权益	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
股本	3,000.00	3,000.00	535.65	535.65
资本公积	66,004.74	65,948.80	55,973.41	55,835.22
盈余公积	84.39	84.39	267.82	267.82
未分配利润	3,492.73	759.50	8,141.98	4,361.44
股东权益合计	72,581.86	69,792.70	64,918.86	61,000.13
负债和股东权益总计	87,723.11	81,937.35	90,266.06	98,891.62

2、母公司利润表

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
一、营业收入	2,158.61	12,796.54	22,489.61	29,307.89
减：营业成本	1,131.33	7,650.47	16,562.30	17,460.81
税金及附加	9.87	48.67	86.13	133.36
销售费用	282.33	1,987.84	2,385.26	2,453.11
管理费用	623.03	3,157.69	3,514.98	4,357.85
研发费用	445.85	2,046.59	1,927.58	2,334.19
财务费用	-290.08	-744.51	-440.78	-29.06
其中：利息费用	-	-	-	-
利息收入	319.49	953.78	711.59	306.31
加：其他收益	5.44	75.38	250.00	25.81
投资收益（损失以“-”号填列）	2,768.05	3,603.56	5,138.03	1,131.99
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-287.39	-1,709.01	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-	-	不适用	不适用
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	不适用	不适用
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	11.86	31.85	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	0.44	-23.76	不适用	不适用
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-3.59	-58.32	0.88	-48.26
资产处置收益（损失以“-”号填列）	0.00	0.36	0.03	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	2,738.47	2,278.87	3,843.08	3,707.16
加：营业外收入	0.12	0.30	0.03	6.12
减：营业外支出	0.12	48.84	82.28	32.33

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	2,738.47	2,230.34	3,760.82	3,680.95
减：所得税费用	5.25	-107.73	-19.72	638.56
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	2,733.23	2,338.06	3,780.54	3,042.39
（一）持续经营净利润（净亏损以“－”号填列）	2,733.23	2,338.06	3,780.54	3,042.39
（二）终止经营净利润（净亏损以“－”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1、重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-
2、权益法下不能重分类转损益的其他综合收益	-	-	-	-
3、其他权益工具投资公允价值变动	-	-	不适用	不适用
4、企业自身信用风险公允价值变动	-	-	不适用	不适用
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1、权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
2、其他债权投资公允价值变动	-	-	不适用	不适用
3、可供出售金融资产公允价值变动损益	不适用	不适用	-	-
4、金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	不适用	不适用
5、持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	不适用	不适用	-	-
6、其他债权投资信用减值准备	-	-	不适用	不适用
7、现金流量套期储备	-	-	-	-
8、外币财务报表折算差额				
六、综合收益总额	2,733.23	2,338.06	3,780.54	3,042.39

3、母公司现金流量表

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	1,021.06	27,946.12	23,092.75	15,132.06
收到其他与经营活动有关的现金	3,914.34	3,225.35	1,871.95	16,841.70
经营活动现金流入小计	4,935.40	31,171.47	24,964.70	31,973.75

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	603.11	5,273.39	8,537.91	11,674.14
支付给职工以及为职工支付的现金	1,962.99	6,978.07	14,535.22	9,018.81
支付的各项税费	92.34	266.15	714.44	3,095.41
支付其他与经营活动有关的现金	292.34	20,020.93	13,812.26	2,616.03
经营活动现金流出小计	2,950.78	32,538.54	37,599.84	26,404.39
经营活动产生的现金流量净额	1,984.62	-1,367.07	-12,635.14	5,569.37
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	42,800.00	142,203.33	94,799.72	69,150.00
取得投资收益收到的现金	381.25	3,456.88	4,502.85	1,595.32
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.10	2.81	0.69	-
投资活动现金流入小计	43,181.34	145,663.02	99,303.25	70,745.32
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	43.12	161.95	300.27	722.21
投资支付的现金	43,400.00	156,290.20	112,728.97	72,578.24
支付其他与投资活动有关的现金	-	48.14	-	-
投资活动现金流出小计	43,443.12	156,500.29	113,029.24	73,300.45
投资活动产生的现金流量净额	-261.77	-10,837.27	-13,725.99	-2,555.12
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	36,929.21
筹资活动现金流入小计	-	-	-	36,929.21
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	79.75	401.99	968.26
支付其他与筹资活动有关的现金	-	15.00	-	1,790.00
筹资活动现金流出小计	-	94.75	401.99	2,758.26
筹资活动产生的现金流量净额	-	-94.75	-401.99	34,170.94
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	0.003	-0.17	-	0.15
五、现金及现金等价物净增加额	1,722.85	-12,299.25	-26,763.11	37,185.34
加：年初现金及现金等价物余额	5,392.13	17,691.38	44,454.49	7,269.15

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
六、期末现金及现金等价物余额	7,114.97	5,392.13	17,691.38	44,454.49

三、会计师事务所的审计意见及关键审计事项

（一）审计意见

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）作为公司本次公开发行的财务审计机构，对公司报告期内的资产负债表、利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的审计报告。

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）认为：“后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了思维造物 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 3 月 31 日合并及母公司财务状况以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-3 月合并及母公司的经营成果和现金流量。”

（二）关键审计事项

关键审计事项是容诚会计师事务所（特殊普通合伙）根据职业判断，认为对 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-3 月财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）不对这些事项单独发表意见。

1、收入确认

相关会计期间：2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-3 月。

（1）事项描述

报告期内，公司的营业收入分别为 55,635.82 万元、73,793.92 万元、62,791.13 万元及 19,225.57 万元，其中线上知识服务业务收入及电商业务收入合计占营业收入比例分别为 86.48%、82.76%、79.36%及 64.37%。

由于公司线上知识服务业务收入及电商业务收入确认依赖信息系统，因此存在管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入的固有风险，因此容诚会计师事务所将线上知识服务业务收入及电商业务收入确认识别为关键审计事项。

（2）审计应对

容诚会计师事务所实施的相关程序主要包括：

- （1）了解、测试及评价销售与收款循环内部控制的合理性及有效性；
- （2）对记录的收入执行分析性复核程序，判断其合理性；
- （3）利用专家工作对信息系统进行 IT 审计，对收入确认依赖的信息系统数据的真实性、完整性作出评价；
- （4）重新计算线上知识服务的收入确认过程，对每月代币发放与消耗及产品购买的信息与公司信息系统数据进行核对。对每月用户充值及购买的金额与第三方代收方流水及渠道方结算单进行核对；
- （5）对电商业务的发货明细与公司信息系统及外部物流数据（如京东）进行核对，抽查物流公司的原始订单信息，对用户签收时间进行复核；
- （6）对主要的收款平台实施函证程序。

2、对子公司丧失控制权的投资收益计算

（1）事项描述

公司子公司酷得少年(天津)文化传播有限公司于 2019 年初引入外部投资者，公司因外部投资者增资导致对酷得少年持股比例降至 45.54%，同时因为酷得少年的董事会改组、日常经营团队的变更，导致公司自 2019 年 4 月 1 日起对酷得少年丧失控制权，酷得少年变更为公司的联营企业，采用权益法进行核算，确认处置投资收益 6,740.41 万元。

（2）审计应对

容诚会计师事务所实施的相关程序主要包括：

- （1）取得董事会决议、融资股东协议及酷得少年公司章程等，检查实际丧失控制权的依据及时点；
- （2）取得评估报告、后续增资凭证等，检查丧失控制权日公允价值计算的准确性；
- （3）对投资收益计算过程执行重新计算程序。

四、主要会计政策、会计估计

（一）与财务会计信息相关的重要性水平的判断标准

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质的重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断项目金额大小的重要性时，公司主要考虑该项目金额占总资产、净资产、营业收入、净利润等直接相关项目金额情况或占所属报表项目金额的比重情况。

公司财务报表的重要性水平金额标准定为合并口径税前净利润的 5%。

（二）对公司财务状况和经营成果有重大影响的会计政策

1、收入

本公司收入确认的具体方法如下：

（1）线上知识服务收入

1) 课程

①期数更新产品：客户产生订阅行为并且公司已交付第一期产品时开始确认。消耗代币或直接购买订阅根据已提供产品期数/总期数对收入进行分摊并确认为收入。

②单次课程：客户直接购买并获得交付或充值消耗代币购买课程并获得交付的时点来确认收入。

其中代币购买根据充值消费比计算结果确认收入。

2) 听书

①月卡、年卡产品：客户产生月卡、年卡交付行为时作为确认收入的起始时点，同时根据客户实际享有权益对应的服务期间按照天数对流水进行分摊计算收入。

②单本产品：客户直接购买或充值消耗代币购买后获得交付单本听书产品的时点来确认收入。

其中代币购买根据充值消费比计算结果确认收入。

3) 电子书

①月卡、年卡产品：客户产生月卡、年卡交付行为时作为确认收入的起始时点，同时根据客户享有权益对应的服务期间按照天数对流水进行分摊计算收入；

②单本产品：客户直接购买或充值消耗代币购买后获得交付单本电子书产品的时点作为确认收入的起始时点。

其中代币购买根据充值消费比计算结果确认收入。

（2）线下知识服务

1）跨年演讲

跨年演讲通常在每年 12 月 31 日晚举行，并于次年的 1 月 1 日结束。

①对于演讲晚会实现票款收益，在下一个会计年度的首日演讲会结束后确认相关的收入；

②对于在演讲晚会当天之前为赞助商提供的广告收入，根据广告实际露出权益实现时间确认在当年；

③对于在演讲晚会当天及次年为赞助商提供的广告资源露出资源收入，相关收入在次年演讲会结束后确认

2）线下课程及发布会

①线下课程在课程结束并已提供完服务时确认收入；

②发布会在结束时点确认票款及赞助收入。

3）知识春晚

在与客户约定的相应权益实现露出时确认相应收入。

4）得到大学

公司根据每期课程表的时间周期进行收入摊销，具体开始摊销时间为课程的首次上线，结束摊销的时间为毕业设计完成时点。

（3）电商业务

1）电商自营收入

客户物流签收货物后在电商平台确认收货的时点，自营产品分销时以分销渠道提供

分销清单时点来确认收入，一般每月提供。客户物流签收货物后在电商平台确认收货的情况下，公司确认相应的收入并结转成本；同时考虑退货的条款，根据谨慎性原则，公司根据各期退货退款情况计算退货率，根据退货率计算因退货退款可能导致的预计负债。

2) 电商代销收入

采用代销方式销售图书相关周边产品、知识类衍生品或商品的，以商品发出后进行结算时（提供代销清单时点）。代销清单每月由公司提供，包含商品名称、商品金额、合同约定的代销比例、公司应收取的代销服务费金额等信息，和供应商完成每月对账后公司根据代销清单的归属期间确认相应的代销服务费收入。

2、股份支付

（1）以现金结算的股份支付

①授予后立即可行权的以现金结算的股份支付，在授予日以本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。并在结算前的每个资产负债表日和结算日对负债的公允价值重新计量，将其变动计入损益。

②完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日以对可行权情况的最佳估计为基础，按本公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。

（2）以权益结算的股份支付

①授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日以权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

②完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入成本或费用和资本公积。

3、职工薪酬

（1）短期薪酬的会计处理方法

①职工基本薪酬（工资、奖金、津贴、补贴）

本公司在职工为其提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。

②职工福利费

本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。

③医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及工会经费和职工教育经费

本公司为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为其提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

④短期带薪缺勤

本公司在职工提供服务从而增加了其未来享有的带薪缺勤权利时，确认与累积带薪缺勤相关的职工薪酬，并以累积未行使权利而增加的预期支付金额计量。本公司在职工实际发生缺勤的会计期间确认与非累积带薪缺勤相关的职工薪酬。

⑤短期利润分享计划

利润分享计划同时满足下列条件的，本公司确认相关的应付职工薪酬：

A.企业因过去事项导致现在具有支付职工薪酬的法定义务或推定义务；

B.因利润分享计划所产生的应付职工薪酬义务金额能够可靠估计。

（2）离职后福利的会计处理方法

①设定提存计划

本公司在职工为其提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

根据设定提存计划，预期不会在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内支付全部应缴存金额的，本公司参照相应的折现率（根据资产负债表日与设定提存计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率确定），将

全部应缴存金额以折现后的金额计量应付职工薪酬。

②设定受益计划

A、确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本

根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等做出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的归属期间。本公司按照相应的折现率（根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率确定）将设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本。

B、确认设定受益计划净负债或净资产

设定受益计划存在资产的，本公司将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。

设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

C、确定应计入资产成本或当期损益的金额

服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中，除了其他会计准则要求或允许计入资产成本的当期服务成本之外，其他服务成本均计入当期损益。

设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务的利息费用以及资产上限影响的利息，均计入当期损益。

D、确定应计入其他综合收益的金额

重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动，包括：

（a）精算利得或损失，即由于精算假设和经验调整导致之前所计量的设定受益计划义务现值的增加或减少；

（b）计划资产回报，扣除包括在设定受益计划净负债或净资产的利息净额中的金额；

（c）资产上限影响的变动，扣除包括在设定受益计划净负债或净资产的利息净额中的金额。

上述重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动直接计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但本公司可以在权益范围内转移这些在其他综合收益中确认的金额。

（3）辞退福利的会计处理方法

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：

- ①企业不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；
- ②企业确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月内不能完全支付的，参照相应的折现率（根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率确定）将辞退福利金额予以折现，以折现后的金额计量应付职工薪酬。

（4）其他长期职工福利的会计处理方法

- ①符合设定提存计划条件的

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，将全部应缴存金额以折现后的金额计量应付职工薪酬。

- ②符合设定受益计划条件的

在报告期末，本公司将其他长期职工福利产生的职工薪酬成本确认为下列组成部分：

- A、服务成本；
- B、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额；
- C、重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动。

为简化相关会计处理，上述项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

4、政府补助

（1）与资产相关的政府补助

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的

政府补助。与资产相关的政府补助确认为递延收益，在相关资产使用期限内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

（2）与收益相关的政府补助

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，分情况按照以下规定进行会计处理：

用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益；

用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益。

对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

与本公司日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与本公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（3）政府补助退回

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；属于其他情况的，直接计入当期损益。

（三）对公司财务状况和经营成果有重大影响的会计估计

1、应收账款

以下应收款项会计政策适用 2018 年度及以前

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

①单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

本公司将金额为人民币 100.00 万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。

本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融

资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

②按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法

A、信用风险特征组合的确定依据

本公司对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。

不同组合的确定依据：

项目	确定组合的依据
账龄组合	以账龄确定组合
关联方组合	合并范围内的关联方

B、根据信用风险特征组合确定的计提方法

按组合方式实施减值测试时，坏账准备金额系根据应收款项组合结构及类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力）按历史损失经验及目前经济状况与预计应收款项组合中已经存在的损失评估确定。

③按组合计提坏账准备的应收款项

组合类	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	以账龄确定组合	账龄分析法
关联方组合	合并范围内的关联方	其他方法

A、组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1年以内（含1年）	2.00	2.00
1—2年	10.00	10.00
2—3年	50.00	50.00
3年以上	100.00	100.00

B、组合中，采用其他方法计提坏账准备的：

组合名称	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
关联方组合	0.00	0.00

④单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项，单独进行减值测试。
坏账准备的计提方法	有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。如：已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项等。

⑤坏账准备的转回

如有客观证据表明该应收款项价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该应收款项在转回日的摊余成本。

2、存货

（1）存货的分类

本公司存货主要包括库存商品及发出商品等，库存商品包括电商业务的自营商品及跨年演讲成本归集。

（2）发出存货的计价方法

本公司存货发出时采用加权平均法计价。

（3）存货的盘存制度

本公司存货采用永续盘存制，每年至少盘点一次，盘盈及盘亏金额计入当年度损益。

（4）存货跌价准备的计提方法

资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

①产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执

行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格作为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

②需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

③存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

④资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

3、金融工具减值

（1）自 2019 年 1 月 1 日起适用

本公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资、合同资产、租赁应收款、贷款承诺及财务担保合同等，以预期信用损失为基础确认损失准备。

①预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。

未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

于每个资产负债表日，本公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，本公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于应收票据、应收账款及应收款项融资及合同资产，无论是否存在重大融资成分，本公司均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

A、应收款项

对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收票据、应收账款，其他应收款、应收款项融资、合同资产及长期应收款等单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。对于不存在减值客观证据的应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资、合同资产及长期应收款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将应收票据、应收账款、其他应收款、应收款项融资、合同资产及长期应收款等划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

应收账款确定组合的依据如下：

除了单项评估信用风险的应收账款和合同资产外，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：

应收账款组合 1：应收客户款项

应收账款组合 2：应收合并范围内关联方往来组合

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对

未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

应收账款组合 2：应收合并范围内关联方往来组合不计提坏账。

其他应收款确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：应收利息

其他应收款组合 2：应收股利

其他应收款组合 3：应收各类押金、保证金、备用金及待退款项等

其他应收款组合 4：信用风险组合

其他应收款组合 5：应收合并范围内关联方往来组合

对于划分为组合的其他应收款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

其他应收款组合 5：应收合并范围内关联方往来组合不计提坏账。

②具有较低的信用风险

如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。

③信用风险显著增加

本公司通过比较金融工具在资产负债表日所确定的预计存续期内的违约概率与在初始确认时所确定的预计存续期内的违约概率，以确定金融工具预计存续期内发生违约概率的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。本公司考虑的信息包括：

A、信用风险变化所导致的内部价格指标是否发生显著变化；

B、预期将导致债务人履行其偿债义务的能力是否发生显著变化的业务、财务或经济状况的不利变化；

C、债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；

D、作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化。这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；

E、预期将降低债务人按合同约定期限还款的经济动机是否发生显著变化；

F、借款合同的预期变更，包括预计违反合同的行为是否可能导致的合同义务的免除或修订、给予免息期、利率跳升、要求追加抵押品或担保或者对金融工具的合同框架做出其他变更；

G、债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

H、合同付款是否发生逾期超过（含）30 日。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，本公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

通常情况下，如果逾期超过 30 日，本公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。除非本公司无需付出过多成本或努力即可获得合理且有依据的信息，证明虽然超过合同约定的付款期限 30 天，但信用风险自初始确认以来并未显著增加。

④已发生信用减值的金融资产

本公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

发行方或债务人发生重大财务困难；债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；债务人很可能破产或进行其他财务重组；发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

⑤预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

⑥核销

如果本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在本公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

（2）以下会计政策适用于 2018 年度及以前

①金融资产发生减值的客观证据：

- A、发行方或债务人发生严重财务困难；
- B、债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；
- C、债权人出于经济或法律等方面的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
- D、债务人可能倒闭或进行其他财务重组；
- E、因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；
- F、无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量；
- G、债务人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；
- H、权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，例如权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其初始投资成本超过 50%（含 50%）或低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）。

低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）是指，权益工具投资公允

价值月度均值连续 12 个月均低于其初始投资成本；

I、其他表明金融资产发生减值的客观证据。

②金融资产的减值测试（不包括应收款项）

A、以摊余成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当期损益。

预计未来现金流量现值，按照该持有至到期投资的原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（取得和出售该担保物发生的费用予以扣除）。原实际利率是初始确认该持有至到期投资时计算确定的实际利率。对于浮动利率的持有至到期投资，在计算未来现金流量现值时可采用合同规定的现行实际利率作为折现率。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失，计入当期损益；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试；已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

本公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

B、可供出售金融资产减值测试

可供出售金融资产发生减值的，在确认减值损失时，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，计入资产减值损失。可供出售债务工具金融资产发生减值后，利息收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当

期损益。可供出售权益工具投资发生的减值损失，不得通过损益转回。

（四）收入确认的具体原则

1、自 2020 年 1 月 1 日起适用

（1）一般原则

A、收入

收入是本公司在日常活动中形成的、会导致股东权益增加且与股东投入资本无关的经济利益的总流入。

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项。在确定合同交易价格时，如果存在可变对价，本公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，并以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额计入交易价格。合同中如果存在重大融资成分，本公司将根据客户在取得商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销，对于控制权转移与客户支付价款间隔未超过一年的，本公司不考虑其中的融资成分。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

①客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益；

②客户能够控制本公司履约过程中在建的商品；

③本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，

但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司按照投入法（或产出法）确定提供服务的履约进度。当履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司会考虑下列迹象：

- ①本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；
- ②本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有了该商品的法定所有权；
- ③本公司已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；
- ④本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；
- ⑤客户已接受该商品。

B、销售退回条款

对于附有销售退回条款的销售，公司在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而与其有权取得的对价金额确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认为预计负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额，确认为一项资产，即应收退货成本，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。每一资产负债表日，公司重新估计未来销售退回情况，并对上述资产和负债进行重新计量。

C、主要责任人与代理人

对于本公司自第三方取得贸易类商品控制权后，再转让给客户，本公司有权自主决定所交易商品的价格，即本公司在向客户转让贸易类商品前能够控制该商品，因此本公司是主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入。否则，本公司为代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

D、应付客户对价

合同中存在应付客户对价的，除非该对价是为了向客户取得其他可明确区分商品或

服务的，本公司将该应付对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入。

E、客户未行使的合同权利

本公司向客户预收销售商品或服务款项的，首先将该款项确认为负债，待履行了相关履约义务时再转为收入。当本公司预收款项无需退回，且客户可能会放弃其全部或部分合同权利时，本公司预期将有权获得与客户所放弃的合同权利相关的金额的，按照客户行使合同权利的模式按比例将上述金额确认为收入；否则，本公司只有在客户要求履行剩余履约义务的可能性极低时，才将上述负债的相关余额转为收入。

F、合同变更

本公司与客户之间的建造合同发生合同变更时：

①如果合同变更增加了可明确区分的建造服务及合同价款，且新增合同价款反映了新增建造服务单独售价的，本公司将该合同变更作为一份单独的合同进行会计处理；

②如果合同变更不属于上述第①种情形，且在合同变更日已转让的建造服务与未转让的建造服务之间可明确区分的，本公司将其视为原合同终止，同时，将原合同未履约部分与合同变更部分合并为新合同进行会计处理；

③如果合同变更不属于上述第①种情形，且在合同变更日已转让的建造服务与未转让的建造服务之间不可明确区分，本公司将该合同变更部分作为原合同的组成部分进行会计处理，由此产生的对已确认收入的影响，在合同变更日调整当期收入。

（2）具体方法

本公司收入确认的具体方法如下：

1) 线上知识服务收入

1、课程

①期数更新产品：客户产生订阅行为并且公司已交付第一期产品时开始确认。消耗代币或直接购买订阅根据已提供产品期数/总期数对收入进行分摊并确认为收入。

②单次课程：客户直接购买并获得交付或充值消耗代币购买课程并获得交付的时点来确认收入。

其中代币购买根据充值消费比计算结果确认收入。

2、听书

①月卡、年卡产品：客户产生月卡、年卡交付行为时作为确认收入的起始时点，同时根据客户实际享有权益对应的服务期间按照天数对流水进行分摊计算收入。

②单本产品：客户直接购买或充值消耗代币购买后获得交付单本听书产品的时点来确认收入。

其中代币购买根据充值消费比计算结果确认收入。

3、电子书

①月卡、年卡产品：客户产生月卡、年卡交付行为时作为确认收入的起始时点，同时根据客户享有权益对应的服务期间按照天数对流水进行分摊计算收入；

②单本产品：客户直接购买或充值消耗代币购买后获得交付单本电子书产品的时点作为确认收入的起始时点。

其中代币购买根据充值消费比计算结果确认收入。

2) 线下知识服务

1、跨年演讲

跨年演讲通常在每年 12 月 31 日晚举行，并于次年的 1 月 1 日结束。

①对于演讲会实现票款收益，在下一个会计年度的首日演讲会结束后确认相关的收入；

②对于在演讲晚会当天之前为赞助商提供的广告收入，根据广告实际露出权益实现时间确认在当年；

③对于在演讲晚会当天及次年为赞助商提供的广告资源露出资源收入，相关收入在次年演讲会结束后确认

2、线下课程及发布会

①线下课程在课程结束并已提供完服务时确认收入；

②发布会在发布会结束时点确认票款及赞助收入。

3、知识春晚

在与客户约定的相应权益实现露出时确认相应收入。

4、得到大学

公司根据每期课程表的时间周期进行收入摊销，具体开始摊销时间为课程的首次上线，结束摊销的时间为毕业设计完成时点。

3) 电商业务

1、电商自营收入

客户物流签收货物后在电商平台确认收货的时点，自营产品分销时以分销渠道提供分销清单时点来确认收入，一般每月提供。客户物流签收货物后在电商平台确认收货的情况下，公司确认相应的收入并结转成本；同时考虑退货的条款，根据谨慎性原则，公司根据各期退货退款情况计算退货率，根据退货率计算因退货退款可能导致的预计负债。

2、电商代销收入

采用代销方式销售图书相关周边产品、知识类衍生品或商品的，以商品发出后进行结算时（提供代销清单时点）。代销清单每月由公司提供，包含商品名称、商品金额、合同约定的代销比例、公司应收取的代销服务费金额等信息，和供应商完成每月对账后公司根据代销清单的归属期间确认相应的代销服务费收入。

2、2019 年度及以前会计政策

发行人 2019 年及以前的具体收入确认会计政策与 2019 年后的无变化。具体情况如下：

（1）销售商品收入

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

（2）提供劳务收入

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供

劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：A、收入的金额能够可靠地计量；B、相关的经济利益很可能流入企业；C、交易的完工程度能够可靠地确定；D、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

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

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

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

（3）让渡资产使用权收入

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

- ①利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。
- ②使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（五）重要会计政策、会计估计的变更

1、重要会计政策变更

2017年4月28日，财政部印发了《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，该准则自2017年5月28日起施行。对于该准则施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，采用未来适用法处理。

2017年5月10日，财政部发布了《企业会计准则第16号——政府补助》（修订），该准则自2017年6月12日起施行。本公司对2017年1月1日存在的政府补助采用未

来适用法处理，对 2017 年 1 月 1 日至本准则施行日之间新增的政府补助根据本准则进行调整。

2017 年 12 月 25 日，财政部发布了《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订；资产负债表新增“持有待售资产”行项目、“持有待售负债”行项目，利润表新增“资产处置收益”行项目、“其他收益”行项目、净利润项新增“（一）持续经营净利润”和“（二）终止经营净利润”行项目。2018 年 1 月 12 日，财政部发布了《关于一般企业财务报表格式有关问题的解读》，根据解读的相关规定：

对于利润表新增的“资产处置收益”行项目，本公司按照《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》等的相关规定，对可比期间的比较数据按照《通知》进行调整。

对于利润表新增的“其他收益”行项目，本公司按照《企业会计准则第 16 号——政府补助》的相关规定，对 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助采用未来适用法处理，无需对可比期间的比较数据进行调整。

2017 年 6 月，财政部发布了《企业会计准则解释第 9 号——关于权益法下投资净损失的会计处理》、《企业会计准则解释第 10 号——关于以使用固定资产产生的收入为基础的折旧方法》、《企业会计准则解释第 11 号——关于以使用无形资产产生的收入为基础的摊销方法》及《企业会计准则解释第 12 号——关于关键管理人员服务的提供方与接受方是否为关联方》等四项解释，本公司于 2018 年 1 月 1 日起执行上述解释。

2019 年 4 月 30 日，财政部发布的《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），要求对已执行新金融工具准则和新收入准则但未执行新租赁准则的企业应按如下规定编制财务报表：

资产负债表中将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”；增加“应收款项融资”项目，反映资产负债表日以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收票据和应收账款等；将“应收股利”和“应收利息”归并至“其他应收款”项目；将“固定资产清理”归并至“固定资产”项目；将“工程物资”归并至“在建工程”项目；将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”及“应付账款”；将“应付股利”和“应付利息”归并至“其他应付款”项目；将“专项应付款”归并至“长期应付款”项目。

利润表中在投资收益项目下增加“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）”的明细项目；从“管理费用”项目中分拆出“研发费用”项目，并在“研发费用”项目增加了计入管理费用的自行开发无形资产摊销金额；在财务费用项目下分拆“利息费用”和“利息收入”明细项目。

2019年9月19日，财政部发布了《关于修订印发《合并财务报表格式（2019版）》的通知》（财会[2019]16号），与财会[2019]6号文配套执行。

本公司根据财会[2019]6号、财会[2019]16号规定的财务报表格式编制比较报表，并采用追溯调整法变更了相关财务报表列报。相关合并财务报表列报调整影响如下：

单位：万元

项目	2018年度（合并）		2017年度（合并）	
	变更前	变更后	变更前	变更后
应收利息	556.39	2,285.97	612.92	3,838.68
应收股利				
其他应收款	1,729.57		3,225.76	
应付利息		587.35		1,559.42
应付股利	79.75		327.94	
其他应付款	507.60		1,231.48	
管理费用	16,215.87	6,804.51	11,475.31	6,088.13
研发费用		9,411.36		5,387.18

相关母公司报表列报调整影响如下：

单位：万元

项目	2018年度（合并）		2017年度（合并）	
	变更前	变更后	变更前	变更后
应收利息	525.90	20,864.51	612.92	19,652.11
应收股利	1,500.00			
其他应收款	18,838.62		19,039.18	
应付利息		17,235.31		28,100.39
应付股利	79.75		327.94	
其他应付款	17,155.56		27,772.45	
管理费用	5,442.57	3,514.98	6,692.05	4,357.85
研发费用		1,927.58		2,334.19

财政部于2017年3月31日分别发布了《企业会计准则第22号—金融工具确认和

计量》（财会[2017]7号）、《企业会计准则第23号—金融资产转移》（财会[2017]8号）、《企业会计准则第24号—套期会计》（财会[2017]9号），于2017年5月2日发布了《企业会计准则第37号—金融工具列报》（财会[2017]14号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”）。要求境内上市企业自2019年1月1日起执行新金融工具准则。本公司于2019年1月1日执行上述新金融工具准则，对会计政策的相关内容进行调整。

于2019年1月1日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一致的，本公司按照新金融工具准则的规定，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即2019年1月1日）的新账面价值之间的差额计入2019年1月1日的留存收益或其他综合收益。同时，本公司未对比较财务报表数据进行调整。

2019年5月9日，财政部发布《企业会计准则第7号—非货币性资产交换》（财会[2019]8号），根据要求，本公司对2019年1月1日至执行日之间发生的非货币性资产交换，根据本准则进行调整，对2019年1月1日之前发生的非货币性资产交换，不进行追溯调整，本公司于2019年6月10日起执行本准则。

2019年5月16日，财政部发布《企业会计准则第12号—债务重组》（财会[2019]9号），根据要求，本公司对2019年1月1日至执行日之间发生的债务重组，根据本准则进行调整，对2019年1月1日之前发生的债务重组，不进行追溯调整，本公司于2019年6月17日起执行本准则。

2017年7月5日，财政部发布了《企业会计准则第14号—收入（2017年修订）》（财会[2017]22号）（以下简称“新收入准则”）。要求境内上市企业自2020年1月1日起执行新收入准则。本公司于2020年1月1日执行新收入准则，对会计政策的相关内容进行调整。

新收入准则要求首次执行该准则的累积影响数调整首次执行当年年初（即2020年1月1日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。在执行新收入准则时，本公司仅对首次执行日尚未完成的合同的累计影响数进行调整。

2019年12月10日，财政部发布了《企业会计准则解释第13号》。本公司于2020年1月1日执行该解释，对以前年度不进行追溯。

2、重要会计估计变更

报告期内，公司无重大会计估计变更。

3、首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

（1）合并资产负债表

单位：元

项目	2018年12月31日	2019年1月1日	调整数
非流动资产：			
可供出售金融资产	17,100,000.00	不适用	-17,100,000.00
其他权益工具投资	不适用	17,100,000.00	17,100,000.00

4、首次执行新金融工具准则追溯调整前期比较数据的说明

（1）于2019年1月1日，执行新金融工具准则前后金融资产的分类和计量对比表

A、合并财务报表

单位：元

2018年12月31日（原金融工具准则）			2019年1月1日（新金融工具准则）		
项目	计量类别	账面价值	项目	计量类别	账面价值
应收账款	摊余成本	43,942,035.29	应收账款	摊余成本	43,942,035.29
其他应收款	摊余成本	22,859,674.72	其他应收款	摊余成本	22,859,674.72
可供出售金融资产	以成本计量（权益工具）	17,100,000.00	其他权益工具投资	以公允价值计量且变动计入其他综合收益	17,100,000.00

B、母公司财务报表

单位：元

2018年12月31日（原金融工具准则）			2019年1月1日（新金融工具准则）		
项目	计量类别	账面价值	项目	计量类别	账面价值
应收账款	摊余成本	19,005,092.45	应收账款	摊余成本	19,005,092.45
其他应收款	摊余成本	208,645,146.87	其他应收款	摊余成本	208,645,146.87

5、首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

A、合并资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日	调整数
其他流动资产		22,340.71	22,340.71
预收款项	39,157,501.76		-39,157,501.76
合同负债	不适用	202,798,123.84	202,798,123.84
其他流动负债	163,759,471.14	118,849.06	-163,640,622.08
递延收益	20,841,051.98		-20,841,051.98
预计负债	5,624.40	27,965.11	22,340.71
其他非流动负债		20,841,051.98	20,841,051.98

B、母公司资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日	2020 年 01 月 01 日	调整数
其他流动资产		2,647.05	2,647.05
预收款项	11,192,740.42		-11,192,740.42
合同负债		11,192,740.42	11,192,740.42
递延收益	20,841,051.98		-20,841,051.98
预计负债	2,722.48	5,369.53	2,647.05
其他非流动负债		20,841,051.98	20,841,051.98

（六）会计差错更正

报告期内，公司无重大会计差错更正。

五、合并报表范围及变化情况

（一）合并财务报表范围

截至 2020 年 3 月 31 日，纳入发行人合并报表范围的主要子公司包括：

子公司名称	注册地	持股比例（%）		取得方式
		直接	间接	
北京思维造物投资管理有限公司	北京	100.00	-	设立
思维无界（天津）信息科技有限公司	天津	100.00	-	设立
得到（天津）文化传播有限公司	天津	100.00	-	设立
天津思维造物文化传播有限公司	天津	100.00	-	设立
北京得到信息科技有限公司	北京	-	100.00	设立

子公司名称	注册地	持股比例（%）		取得方式
		直接	间接	
北京银杏未来科技发展中心（有限合伙）	北京	99.00	1.00	收购
北京优众赢科技发展中心（有限合伙）	北京	99.00	1.00	收购
上海思维造物信息技术有限公司	上海	100.00	-	设立
北京优视米网络科技有限公司	北京	-	100.00	收购

（二）报告期合并范围发生变更的说明

1、2020 年 1-3 月

公司 2020 年 1-3 月合并范围未发生变更。

2、2019 年度

被纳入合并范围公司名称	纳入合并报表范围原因
北京银杏未来科技发展中心（有限合伙）	收购
北京优众赢科技发展中心（有限合伙）	收购
北京优视米网络科技有限公司	收购
上海思维造物信息技术有限公司	设立
被移出合并范围公司名称	移出合并报表范围原因
酷得少年（天津）文化传播有限公司	丧失控制权

3、2018 年度

被纳入合并范围公司名称	纳入合并报表范围原因
天津思维造物文化传播有限公司	设立
被移出合并范围公司名称	移出合并报表范围原因
北京帮我又一课科技有限公司	注销

4、2017 年度

被纳入合并范围公司名称	纳入合并报表范围原因
酷得少年（天津）文化传播有限公司	设立

六、经会计师核验的非经常性损益

根据证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008 年修订）》的规定，公司编制了最近三年一期非经常性损益表，并由容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具容诚专字[2020]518Z0235 号《非经常性损益鉴证报告》。

报告期内，公司非经常性损益的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产处置损益	0.000032	6,740.82	243.83	
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	0.53	1,426.83	1,166.67	113.54
委托他人投资或管理资产的损益			1,286.41	1,193.43
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	121.68	844.86	—	—
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-110.13	-3.15	-240.22	143.97
其他符合非经常性损益定义的损益项目				
非经常性损益总额	12.08	9,009.35	2,456.69	1,450.95
减：非经常性损益的所得税影响数	-6.08	363.09	407.93	249.58
非经常性损益净额	18.17	8,646.26	2,048.76	1,201.37
减：归属于少数股东的非经常性损益净额	-	-0.26	-0.05	3.89
归属于公司普通股股东的非经常性损益净额	18.17	8,646.52	2,048.81	1,197.48
归属于母公司所有者的净利润	1,327.82	11,714.09	5,329.76	6,187.79
扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润	1,309.65	3,067.57	3,280.95	4,990.31
非经常性损益（绝对值）占归属于母公司所有者的净利润的比例	1.37%	73.81%	38.44%	19.35%

报告期内，计入其他收益的政府补助项目主要包括天津生态城财政局产业扶植专项

基金、文化产业资金补助等，构成情况如下：

单位：万元

补助项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
天津生态城财政局产业扶植专项基金	-	1,366.43	911.67	87.73
文化产业资金补助	-	-	250.00	-
其他政府补助项目	-	60.40	5.00	-
合计	-	1,426.83	1,166.67	87.73

根据财政部发布修订后的《企业会计准则第 16 号——政府补助》和《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，公司与日常活动相关的政府补助自 2017 年起计入其他收益。占当期利润总额的比例分别为 1.11%、20.68%和 11.71%，其中，2020 年第一季度公司暂未取得政府相关补助。政府补助对公司经营业绩影响较大。具体风险公司已在“第四节 风险因素”之“五、财务风险”部分进行了披露。

七、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率

（一）主要税种和税率

1、发行人境内经营实体适用的税率

税种	计税依据	法定税率
增值税	应税收入按法定税率计算销项税，并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税	17.00%、16.00%、13.00%、6.00%
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税计缴。	7.00%
教育费附加	按实际缴纳的流转税计缴。	3.00%
地方教育费附加	按实际缴纳的流转税计缴。	2.00%
企业所得税	按应纳税所得额计缴。	15.00%、20.00%、25.00%

注：增值税：实物商品增值税率 17%（2017 年 1 月至 2018 年 5 月 1 日）、16%（2018 年 5 月 1 日至 2019 年 4 月 1 日）、13%（2019 年 4 月 1 日至今）、虚拟商品增值税率 6%；所得税：高新技术企业所得税 15%、一般企业所得税 25%。

2、发行人子公司存在不同企业所得税税率的情况

纳税主体名称	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
得到（天津）文化传播有限公司	15.00%	15.00%	15.00%	25.00%
思维无界（天津）信息科技有限公司	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
北京得到信息科技有限公司	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
天津思维造物文化传播有限公司	20.00%	20.00%	25.00%	尚未设立

纳税主体名称	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
北京思维造物投资管理有限公司	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
上海思维造物信息技术有限公司	20.00%	25.00%	尚未设立	尚未设立
北京优视米网络科技有限公司	20.00%	25.00%	-	-

（二）税收优惠

1、增值税

根据《财政部税务总局关于延续宣传文化增值税优惠政策的通知》（财税〔2018〕53 号），本公司及子公司得到（天津）文化传播有限公司图书零售及批发环节免征增值税。

根据《财政部税务总局海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号）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抵减应纳税额。

根据《财政部税务总局关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》（财政部税务总局 2020 年第 8 号）规定：自 2020 年 1 月 1 日起，对纳税人提供生活服务取得的收入免征增值税。本公司子公司得到（天津）文化传播有限公司适用该项税收优惠政策。

根据《国家税务总局关于小规模纳税人免征增值税政策有关征管问题的公告》（国家税务总局公告 2019 年第 4 号）规定：小规模纳税人发生增值税应税销售行为，合计月销售额未超过 10 万元（以 1 个季度为 1 个纳税期的，季度销售额未超过 30 万元，下同）的，免征增值税。本公司子公司北京思维造物投资管理有限公司 2019 年及 2020 年 1-3 月适用该项税收优惠。

2、所得税

2017 年 10 月 25 日，本公司通过高新技术企业资格认定，取得 GR201711003404 号《高新技术企业证书》，本公司 2017 年、2018 年、2019 年适用 15%的企业所得税税率。2020 年 6 月本公司已提交申请高新技术企业资格认定复审，预计通过高新技术企业资格不存在重大不确定性，2020 年 1-3 月使用 15%的企业所得税税率。

2018 年 11 月 30 日，本公司子公司得到（天津）文化传播有限公司通过高新技术企业资格认定，取得 GR201812001201 号《高新技术企业证书》，2018 年、2019 年及

2020 年 1-3 月适用 15%的企业所得税税率。

根据财税[2015]119 号《财政部、国家税务总局、科学技术部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》本公司子公司得到（天津）文化传播有限公司享受研究开发费用企业所得税前加计扣除优惠政策。

根据《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）规定：对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。本公司子公司天津思维造物文化传播有限公司 2019 年及 2020 年 1-3 月适用该项税收优惠。本公司子公司上海思维造物信息技术有限公司及北京优视米网络科技有限公司 2020 年 1-3 月适用该项税收优惠。

3、其他税收优惠

根据《财政部关于调整部分政府性基金有关政策的通知》（财税[2019]46 号）本公司子公司北京得到信息科技有限公司 2020 年 1-3 月享受文化事业建设费减半征收的税收优惠。

4、报告期内享受的税收优惠的构成明细及占营业利润的比例

单位：万元

项目	计算过程	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
企业所得税税收优惠①	25%税率计算的应纳税额与优惠税率计算的应纳税额的差额	86.19	533.75	590.56	209.95
企业所得税税收优惠②	研发加计扣除的应纳税额差额	13.65	359.80	109.41	-
增值税优惠③	免税税额与计算应纳税额的差异	111.56	133.85	160.20	483.62
增值税优惠④	增值税进项税加计扣除	-38.78	160.40	-	-
附加税优惠⑤	增值税优惠对应的附加税部分	7.40	33.63	19.22	58.03
防洪费⑥	增值税优惠对应的防洪费部分	-	-	0.05	0.04
文化事业建设费⑦	文化事业建设费减半征收	15.91	-	-	-
税收优惠合计⑧=①+②+③+④+⑤+⑥+⑦		195.93	1,221.44	879.45	751.64

项目	计算过程	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
营业利润	-	1,791.94	12,190.68	5,883.09	7,788.55
占比	-	10.93%	10.02%	14.95%	9.65%

报告期内，公司享受的税收优惠占营业利润的比例分别为 9.65%、14.95%、10.02%、10.93%，占比较小，该等税收优惠政策对发行人的经营业绩影响较小，公司的经营业绩对其享受的税收优惠不存在重大依赖，相关风险公司已在“第四节 风险因素”之“五、财务风险”中进行了披露。

八、报告期内主要财务指标

（一）基本财务指标

项目	2020年3月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2017年 12月31日
流动比率（倍）	2.68	2.63	2.80	2.84
速动比率（倍）	2.63	2.54	2.71	2.78
资产负债率（母公司）	17.26%	14.82%	28.08%	38.32%
资产负债率（合并）	32.42%	32.94%	34.19%	36.26%
归属于母公司的每股净资产（元）	28.13	27.67	131.39	121.57
项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
应收账款周转率（次）	19.63	18.35	26.30	56.30
存货周转率（次）	17.11	10.88	16.08	15.99
息税折旧摊销前利润（万元）	1,905.69	12,798.50	6,310.04	8,192.52
归属于发行人股东的净利润（万元）	1,327.82	11,714.09	5,329.76	6,187.79
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,309.65	3,067.57	3,280.95	4,990.31
研发费用占营业收入的比例	14.76%	17.94%	12.75%	9.68%
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用	不适用
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	-0.84	2.90	4.98	25.56
每股净现金流量（元/股）	-1.41	-3.66	-41.58	85.80

上述指标计算公式如下：

- （1）流动比率=流动资产/流动负债
- （2）速动比率=（流动资产-存货）/流动负债
- （3）资产负债率（母公司）=总负债/总资产
- （4）资产负债率（合并）=总负债/总资产
- （5）归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司股东权益/期末股本总额

- (6) 应收账款周转率=营业收入/应收票据及应收账款平均余额, 2020 年 1-3 月数据已做年化处理
 (7) 存货周转率=营业成本/存货平均余额, 2020 年 1-3 月数据已做年化处理
 (8) 息税折旧摊销前利润=利润总额+利息费用+折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销
 (9) 利息保障倍数=(利润总额+利息费用)/利息费用
 (10) 归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=归属于发行人股东的净利润-影响归属于发行人股东净利润的非经常性损益
 (11) 每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
 (12) 每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额。

(二) 净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》(2010 年修订) 的规定, 报告期公司每股净资产收益率及每股收益如下:

期间	项目	加权平均净资产收益率	每股收益	
			基本每股收益 (元/股)	稀释每股收益 (元/股)
2020 年 1-3 月	归属于母公司股东的净利润	1.59%	0.44	0.44
	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	1.56%	0.44	0.44
2019 年度	归属于母公司股东的净利润	15.51%	3.90	3.90
	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	4.06%	1.02	1.02
2018 年度	归属于母公司股东的净利润	7.87%	不适用	不适用
	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	4.84%	不适用	不适用
2017 年度	归属于母公司股东的净利润	18.48%	不适用	不适用
	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	14.91%	不适用	不适用

上述各项指标计算公式如下:

(1) 加权平均净资产收益率的计算公式

加权平均净资产收益率= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中: P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润; NP 为归属于公司普通股股东的净利润; E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产; E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产; E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产; M_0 为报告期月份数; M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数; M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数; E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动; M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

(2) 基本每股收益计算公式

基本每股收益= $P \div S$

$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中: P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润; S 为发行在外的普通股加权平均数; S_0 为期初股份总数; S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数; S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数; S_j 为报告期因回购等减少股份数; S_k 为报告期缩股数; M_0 为报告期月份数; M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数;

Mj 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

（3）稀释每股收益计算公式

稀释每股收益=[P+（已确认为费用的稀释性潜在普通股利息—转换费用）×（1-所得税率）]/（S0+S1+Si×Mi÷M0—Sj×Mj÷M0—Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润。

九、盈利能力分析

报告期内，公司营业收入和利润总体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	19,225.57	62,791.13	73,793.92	55,635.82
营业利润	1,791.94	12,190.68	5,883.09	7,788.55
利润总额	1,681.81	12,187.52	5,642.86	7,932.52
净利润	1,327.82	11,505.40	4,764.41	6,131.96
归属于母公司所有者净利润	1,327.82	11,714.09	5,329.76	6,187.79

（一）营业收入分析

1、营业收入变动趋势及原因

报告期内，公司营业收入总体情况如下表所示：

单位：万元

产品类别	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	19,125.23	99.48%	62,201.61	99.06%	73,793.70	100.00%	55,631.24	99.99%
其他业务收入	100.34	0.52%	589.52	0.94%	0.22	0.00%	4.58	0.01%
营业收入合计	19,225.57	100.00%	62,791.13	100.00%	73,793.92	100.00%	55,635.82	100.00%

报告期内，公司营业收入分别为 55,635.82 万元、73,793.92 万元、62,791.13 万元和 19,225.57 万元，2018 年营业收入同比增长 32.64%，2019 年同比下降 14.91%，整体呈现波动趋势。报告期内其中主营业务收入占比均超过 99%。

2、主营业务收入分业务构成及变动分析

报告期内，公司主营业务收入分业务的构成情况如下表所示：

单位：万元

业务	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上知识服务业务	10,461.24	54.70%	41,213.47	66.26%	50,722.46	68.74%	32,772.00	58.91%
线下知识服务业务	6,506.06	34.02%	11,528.68	18.53%	7,345.99	9.95%	6,346.68	11.41%
电商业务	1,914.89	10.01%	8,615.59	13.85%	10,351.44	14.03%	15,341.77	27.58%
其他	243.03	1.27%	843.86	1.36%	5,373.80	7.28%	1,170.79	2.10%
合计	19,125.23	100.00%	62,201.61	100.00%	73,793.70	100.00%	55,631.24	100.00%

（1）线上知识服务业务

报告期内，公司线上知识服务收入分别为 32,772.00 万元、50,722.46 万元、41,213.47 万元和 10,461.24 万元，2018 年同比增长 54.77%，2019 年同比下降 18.75%。

2017-2018 年，公司通过推出《知识就是力量》视频节目并赞助《最强大脑》节目首播等方式加大了品牌投放力度，获得较多新增付费用户，线上知识服务业务收入增速较快。但随着行业快速发展，新进业态和竞争对手逐渐增多，行业竞争加剧同时也带来了获客成本的提升，故 2019 年公司本着夯实竞争壁垒、构建课程完备性的发展策略，针对线上知识服务业务采用精细化运营战略，即将业务重心转向课程制作和提升付费用户留存率，以不断推出高质量产品来优化用户体验，适当控制品牌投放和营销支出。同时业务由纯线上转向线上与线下相结合的新模式，故线上知识服务业务新增付费用户有所下滑，导致 2019 年收入有所下降，但付费用户留存率仍保持较高水平，且客户单价也有所上升，精细化运营取得了一定成果。

（2）线下知识服务业务

报告期内，公司线下知识服务主要包括“得到大学”和跨年演讲及知识春晚，共实现 6,346.68 万元、7,345.99 万元、11,528.68 万元和 6,506.06 万元收入。公司线下知识服务业务增长较为迅速，2017 年至 2019 年 CAGR 约为 34.78%。

公司于 2015 年底开始策划跨年演讲，该活动举办时间为每年 12 月 31 日至次年 1 月 1 日。随着公司品牌和知名度提升，跨年演讲及会展活动吸引了 Vivo、东风日产、宝马等知名赞助商以及深广电等合作方。2018 年，公司跨年演讲活动持续发力，虽然受限于场地并未带来跨越式的收入增长，但跨年演讲活动已成为公司的标杆项目，极大地提升了公司的品牌形象。公司还推出“得到大学”线下知识服务业务，致力于服务终

身学习者，在 2018 年 4 季度举行了第 0 期课程的招生和开班，“得到大学”为公司业绩注入新的活力。2018 年公司线下知识服务业务同比增长 15.75%。

得益于用户对“得到大学”的充分认可，截至 2019 年底，公司共举办了 5 期课程的招生和开班，已成为公司线下业务中不可或缺的重要产品线，带动了 2019 年线下业务的快速增长。同时跨年演讲依旧为公司标志性活动，广受用户与赞助商的好评。2019 年公司线下知识服务业务同比增长 56.94%。

（3）电商业务

报告期内，公司电商收入分别为 15,341.77 万元、10,351.44 万元、8,615.59 万元及 1,914.89 万元。电商业务收入占主营业务收入比例由 27.58%逐年下降至 10.01%。电商业务收入持续下降的主要原因是公司业务发展重心不断向线上线下知识服务业务迁移，公司电商业务投入及推广力度更向自有版权及知识服务相关领域倾斜所致。

早期公司以罗辑思维节目与微信公众号文章为主要知识产品，以包括图书及相关衍生品在内的电商产品销售为主要收入来源。随着“得到”App 的上线，公司开始提供以线上课程、听书与电子书为代表的知识产品，业务条线逐渐丰富，线上知识服务业务收入成为主营业务收入的主要来源。2018 年起，公司通过“得到大学”模式，将知识服务由线上扩展到线上与线下结合，并开始大力发展线下知识服务业务，这种战略转变也体现在收入结构的变化中，是电商业务收入占比下降的主要原因。

此外，公司电商业务主要销售的商品为图书、硬件产品及周边衍生产品，其中图书销售占比较大。早期公司销售的商品主要为第三方版权的纸质图书。随着“得到”App 的不断发展，公司核心竞争力从推荐和销售知识商品逐步扩展到为公司知识服务生态提供完整服务。2018 年，公司逐渐推出“自有版权”书籍销售业务模式，即将自有版权的虚拟内容（如课程内容文稿等）授权出版社出版后，再采购该类图书自行销售。电商业务自身的战略调整也对收入产生了一定的影响。

随着品牌影响力持续扩大，公司未来业务重心将会持续向线上线下知识服务转移，电商业务收入规模将会保持稳定

（二）营业成本分析

1、营业成本构成情况

报告期内，公司营业成本情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业成本	11,149.19	34,636.05	41,919.47	30,042.85
其中：主营业务成本	11,058.36	34,049.06	41,919.47	30,042.85
营业成本增长率	-	-17.37%	39.53%	-
占营业收入比例	57.99%	55.16%	56.81%	54.00%

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月，公司的主营业务成本分别为 30,042.85 万元、41,919.47 万元、34,049.06 万元和 11,058.36 万元，主营业务成本在报告期内占比总成本均超过 98%，公司的主营业务成本主要来自于线上知识服务业务，与公司主营业务收入构成基本一致。

2、主营业务成本构成及变动分析

单位：万元

业务	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上知识服务业务	5,795.23	52.41%	21,911.23	64.35%	29,186.51	69.63%	19,423.86	64.65%
线下知识服务业务	3,680.85	33.29%	6,214.07	18.25%	3,314.54	7.91%	2,599.86	8.65%
电商业务	1,473.40	13.32%	5,642.77	16.57%	6,611.66	15.77%	7,817.65	26.02%
其他	108.88	0.98%	281.00	0.83%	2,806.75	6.70%	201.49	0.67%
合计	11,058.36	100.00%	34,049.06	100.00%	41,919.47	100.00%	30,042.85	100.00%

（1）线上知识服务业务

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月线上知识服务业务成本分别为 19,423.86 万元、29,186.51 万元、21,911.23 万元和 5,795.23 万元，占公司主营业务成本比例分别为 64.65%、69.63%、64.35%和 52.41%。

公司线上知识服务业务成本主要为与课程签约讲师就课程产品的销售收益分成和固定报酬以及人员薪酬成本，变动趋势与收入趋势相符。

（2）线下知识服务业务

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月线下知识服务业务成本分别为 2,599.86 万元、3,314.54 万元、6,214.07 万元和 3,680.85 万元，占公司主营业务成本比例分别为 8.65%、7.91%、18.25%和 33.29%。

线下知识服务业务成本主要为场地租金及服务费、人员薪酬成本及课程成本。报告期内成本变动趋势与收入趋势相符，占比逐年上升的原因系线下知识服务业务收入占比逐年上升。

（3）电商业务

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月电商业务成本分别为 7,817.65 万元、6,611.66 万元、5,642.77 万元和 1,473.40 万元，占公司主营业务成本比例分别为 26.02%、15.77%、16.57%和 13.32%。

电商业务的成本主要为实物商品成本及人员薪酬成本，报告期内成本变动趋势与收入趋势相符。

（三）毛利率分析

1、业务毛利构成情况

报告期内，公司业务毛利情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	19,225.57	62,791.13	73,793.92	55,635.82
营业成本	11,149.19	34,636.05	41,919.47	30,042.85
毛利	8,076.38	28,155.08	31,874.45	25,592.97
毛利率	42.01%	44.84%	43.19%	46.00%

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月，公司的毛利分别为 25,592.97 万元、31,874.45 万元、28,155.08 万元和 8,076.38 万元，毛利率分别为 46.00%、43.19%、44.84%和 42.01%，毛利率水平有所波动。报告期内，公司毛利主要来自于线上知识服务业务、线下知识服务业务及电商业务。

2、主营业务毛利构成及变动分析

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
线上知识服务业务	4,666.01	19,302.25	21,535.95	13,348.14
线下知识服务业务	2,825.22	5,314.61	4,031.46	3,746.82
电商业务	441.49	2,972.83	3,739.78	7,524.13
其他	134.15	562.87	2,567.05	969.30
合计	8,066.87	28,152.55	31,874.23	25,588.38

（1）线上知识服务业务

线上知识服务业务是公司毛利的主要来源，2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月线上知识服务业务毛利分别为 13,348.14 万元、21,535.95 万元、19,302.25 万元和 4,666.01 万元，毛利率分别为 40.73%、42.46%、46.83%和 44.60%，线上知识服务业务占公司主营业务毛利比例分别为 52.16%、67.57%、68.56%和 57.84%。

报告期内，公司线上知识服务业务毛利率不断上升的原因主要系公司不断降低内容生产成本，体现在以下两点：1）公司主要通过推出专职作者课以及优化外部讲师分成模式来提高课程产品的毛利率；2）公司听书业务上新节奏保持稳定，生产模式较为固定，并且逐步由委托外部作者生产转化为由内部专职作者生产的模式，从而逐步优化成本结构，毛利率保持较高水平。

以上两种产品为报告期内公司毛利主要贡献产品，随着上述成本结构的优化，报告期内毛利率逐渐上升。

（2）线下知识服务业务

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月线下知识服务业务毛利分别为 3,746.82 万元、4,031.46 万元、5,314.61 万元和 2,825.22 万元，毛利率分别为 59.04%、54.88%、46.10%和 43.42%，线下知识服务业务占公司主营业务毛利比例分别为 14.64%、12.65%、18.88%和 35.02%。

公司线下知识服务包括跨年演讲、“得到大学”、线下课程及发布会等业务。报告期内线下知识服务业务毛利率下滑的原因如下：

2018 年主要系线下课程及发布会业务收入及毛利有所下降，线下课程及发布会 2017 年毛利率较高，主要系 2017 年举办了发布会，确认了相关赞助收入，该部分拉高

了整体毛利，但自 2018 年起无赞助收入；为了提高用户体验，2018 年公司提高了线下课程业务的会务成本，故毛利率有所下降。

2019 年主要系“得到大学”业务收入规模上升，但仍处于爬坡期。2019 年线下校区拓展至 11 个城市，但由于处于快速扩张时期，前期成本投入较高使得毛利率偏低，拉低了整体的毛利率水平。

2020 年第一季度系受疫情影响，“得到大学”与线下课程的收入毛利均有所下滑。

（3）电商业务

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月电商业务毛利分别为 7,524.13 万元、3,739.78 万元、2,972.83 万元和 441.49 万元，毛利率分别为 49.04%、36.13%、34.51%和 23.06%，电商业务占公司主营业务毛利比例分别为 29.40%、11.73%、10.56%和 5.47%。

2019 年开始，公司电商业务主要为用户提供实体图书、“得到阅读器”和周边产品等，其中硬件产品毛利率偏低，电商业务毛利率下降主要系硬件产品销售占比逐步提升。

3、与可比公司毛利率对比分析

（1）综合毛利率对比分析

报告期内，发行人与可比公司的毛利率情况如下表所示：

公司	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
掌阅科技	42.99%	37.58%	29.46%	29.76%
中文在线	56.09%	44.11%	39.76%	49.78%
中公教育	57.66%	58.45%	59.08%	-
豆神教育	36.09%	40.44%	39.06%	40.87%
创业黑马	46.25%	55.52%	25.15%	63.45%
可比公司均值	47.82%	47.22%	38.50%	45.96%
本公司	42.01%	44.84%	43.19%	46.00%

注：中公教育于 2018 年重组上市，2017 年数据不具备参考意义，故未列式，下同。

如上表所示，公司毛利率整体略低于可比公司平均水平，在可比公司中，掌阅科技、中文在线收入构成以线上知识服务业务为主，中公教育、创业黑马收入构成以线下知识服务业务为主，豆神教育在 2017-2019 年以线下知识服务业务为主，但自 2020 年开始业务重点逐渐向线上转移。

由于发行人综合毛利率包含了线上与线下业务，故与可比公司毛利率差异原因分析详见“九、盈利能力分析”之“（三）毛利率分析”之“3、与可比公司毛利率对比分析”之“（2）同类产品毛利率对比分析”。

（2）同类产品毛利率对比分析

1）线上知识服务业务毛利率

由于可比公司年报并未分拆线上及线下业务毛利率，故此处以发行人线上知识服务业务毛利率与以线上业务为主的掌阅科技和中文在线毛利率进行对比分析，情况如下：

公司	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
掌阅科技	42.99%	35.33%	27.21%	30.21%
中文在线	56.09%	44.11%	39.76%	49.78%
可比公司均值	49.54%	39.72%	33.49%	39.99%
本公司	44.60%	46.83%	42.46%	40.73%

注：报告期内，掌阅科技、中文在线收入主要为线上收入，因此此处以综合毛利率作为参考。

整体来看，公司作为线上教育的先行者，受益于深耕行业多年建立起来的良好品牌信用，公司与讲师的报酬及分成均较为稳定，报告期内毛利率稳步上升。与掌阅科技毛利率相差较大的原因系公司与掌阅科技业务模式有所不同，故成本结构有所不同。根据掌阅科技招股说明书披露，其主营业务成本主要为渠道成本和版权成本，合计约占主营业务收入的 50%-60%，其中渠道成本为收入分成模式（即 CPS 计费）的渠道推广采购支出，指公司与硬件终端厂商、手机应用商店、手机软件推广服务商合作，通过预装、展示广告位等方式推广公司数字阅读平台“掌阅”，并根据所取得的收益按照一定比例进行分成而形成的支出。故与公司的成本构成存在一定差异，使得毛利率差异较大。

2）线下知识服务业务毛利率

由于可比公司年报并未分拆线上及线下业务毛利率，故此处以发行人线下知识服务业务毛利率与以线下业务为主的中公教育、豆神教育及创业黑马毛利率进行对比分析，情况如下：

公司	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中公教育	57.66%	58.45%	59.08%	-
豆神教育	36.09%	40.54%	39.74%	39.26%
创业黑马	46.25%	64.29%	63.52%	71.54%
可比公司均值	46.67%	54.43%	54.11%	55.40%

公司	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
本公司	43.42%	46.10%	54.88%	59.04%

注：部分可比公司未披露其 2020 年第一季度收入及成本明细。中公教育和豆神教育未披露其线上及线下业务拆分成本，报告期内主要收入来源为线下业务，因此此处以综合毛利率作为参考。

可比公司线下业务模式较为成熟，毛利率较为稳定。公司 2017-2018 年线下知识服务业务毛利率与可比公司平均水平较为接近，公司于 2018 年推出“得到大学”业务，由此整体战略开始从线上转向线上线下业务结合，业务模式仍处于快速发展阶段，毛利率仍处于爬坡期，故整体毛利率有所下滑，2019 年与可比公司平均水平有所差距。

（四）期间费用分析

1、总体分析

报告期内，公司期间费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	营收占比	金额	营收占比	金额	营收占比	金额	营收占比
销售费用	2,250.35	11.70%	7,205.52	11.48%	12,502.57	16.94%	7,031.68	12.64%
管理费用	1,334.72	6.94%	5,903.67	9.40%	6,804.51	9.22%	6,088.13	10.94%
研发费用	2,838.33	14.76%	11,261.81	17.94%	9,411.36	12.75%	5,387.18	9.68%
财务费用	-466.22	-2.43%	-1,054.67	-1.68%	-426.21	-0.58%	156.68	0.28%
合计	5,957.17	30.99%	23,316.33	37.13%	28,292.23	38.34%	18,663.67	33.55%

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月，公司期间费用分别为 18,663.67 万元、28,292.23 万元、23,316.33 万元及 5,957.17 万元，期间费用占营业收入的比例分别为 33.55%、38.34%、37.13%及 30.99%。

2、公司期间费用率与可比公司的比较分析

报告期内公司与可比公司的期间费率情况如下表所示：

公司名称	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
掌阅科技	31.42%	31.08%	22.88%	22.58%
中文在线	74.20%	81.37%	58.50%	42.59%
中公教育	52.28%	37.96%	38.92%	-
豆神教育	152.87%	34.52%	45.75%	30.10%
创业黑马	75.73%	46.70%	25.75%	37.73%
平均	58.41%	46.33%	38.36%	33.25%

公司名称	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公司	30.99%	37.13%	38.34%	33.55%

注 1：中公教育于 2018 年重组上市，2017 年数据不具备参考意义，故未列式，下同。

注 2：豆神教育 2020 年第一季度由于受疫情影响，收入大幅下降，故费用率上升较快，第一季度的可比公司平均费用率已剔除豆神教育。

从上表可知，2017-2018 年度公司期间费用率与可比公司平均水平基本持平，2019 年及 2020 年第一季度，公司期间费用率低于可比公司的平均水平。

报告期内，可比公司期间费用率上升的原因系各家对品牌及渠道投放的力度逐年加大，使得销售费用上升较快。2018-2019 年度公司期间费用率较高，原因系：公司 2018 年销售费用投入较多，导致期间费用率上升，具体见销售费用分析；公司 2019 年收缩推广力度，但更加注重研发，销售费用率较大幅度下降，研发费用率提升，综合期间费用率微降。

2020 年一季度，可比公司平均期间费用率上升较多，与可比公司平均水平相比，公司期间费用率明显较低，主要系线下业务偏多的可比公司受疫情影响，收入大幅下降使得期间费用率上升所致，公司由于线上业务收入占比较高，影响有限，故费用率未大幅上升。

3、各项期间费用具体分析

（1）销售费用

1）销售费用构成

报告期内，公司销售费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
渠道及推广费	1,320.90	58.70%	3,463.86	48.07%	8,266.05	66.11%	3,772.25	53.65%
职工薪酬	597.91	26.57%	2,269.76	31.50%	2,051.37	16.41%	1,504.10	21.39%
服务费	159.31	7.08%	403.60	5.60%	986.31	7.89%	455.38	6.48%
仓储物流费	96.44	4.29%	629.00	8.73%	599.23	4.79%	707.59	10.06%
稿酬劳务及制作费	38.89	1.73%	169.59	2.35%	324.99	2.60%	424.98	6.04%
差旅交通费	5.92	0.26%	72.94	1.01%	77.73	0.62%	43.59	0.62%
业务招待费	17.47	0.78%	72.83	1.01%	73.63	0.59%	53.91	0.77%
其他	13.51	0.60%	123.93	1.72%	123.26	0.99%	69.86	0.99%

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	2,250.35	100.00%	7,205.52	100.00%	12,502.57	100.00%	7,031.68	100.00%

2) 销售费用的变动分析

报告期内，公司销售费用主要由渠道及广告宣传费、职工薪酬、服务费、仓储物流费及稿酬及劳务费等构成，五项费用合计占比超过销售费用的 90%。

公司 2018 年销售费用显著高于 2017 年度主要系：2018 年公司与远景影视江苏股份有限公司合作，在电视节目《最强大脑》中进行广告展示，产生 4,716.98 万元费用，导致渠道及广告宣传费显著高于 2017 年。

3) 发行人的销售费用率与同行业上市公司的对比

公司名称	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
掌阅科技	23.78%	22.46%	15.11%	15.05%
中文在线	49.93%	54.39%	35.30%	14.66%
中公教育	22.21%	16.16%	17.67%	-
豆神教育	43.77%	12.82%	17.81%	13.90%
创业黑马	23.29%	20.48%	10.33%	13.81%
平均值	32.60%	25.26%	19.24%	14.36%
公司	11.70%	11.48%	16.94%	12.64%

注：可比公司未披露 2020 年第一季度的销售费用明细，故未分析 2020 年第一季度公司和可比公司的销售费用差异情况。

报告期内，公司销售费用率低于可比公司的平均水平，主要原因是在战略层面，相比于营销驱动，公司更倾向以供给与科技驱动增长。因此公司在研发费用投入逐年增加，但在销售费用投入整体比较克制，处在行业较低水平。公司与可比公司销售费用具体对比情况如下所示：

与以线上业务为主的可比公司对比：

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	渠道及广告宣传费率	渠道及广告宣传费率	渠道及广告宣传费率
掌阅科技	19.32%	12.12%	13.01%
中文在线	36.23%	21.02%	1.79%
公司	5.52%	11.20%	6.78%

以线上业务为主的可比公司，其销售费用主要体现在渠道及广告宣传费用上，公司

与掌阅科技及中文在线相比，渠道及广告费用率明显偏低，主要原因一方面系公司自有流量资源丰富，公众号及 App 覆盖用户广泛，另一方面系战略定位不同，相对于营销驱动，公司更侧重于产品及研发驱动。

与以线下业务为主的可比公司对比：

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	职工薪酬费率	职工薪酬费率	职工薪酬费率
中公教育	10.87%	11.80%	-
创业黑马	15.51%	6.48%	9.57%
公司	3.61%	2.78%	2.70%

注：上述数据根据同行业可比公司年报数据计算所得，可比公司未披露 2020 年一季度销售费用明细数据，中公教育 2018 年完成业务重组，故 2017 年数据不具备可比性，未列式。

以线下业务为主的可比公司，其销售费用主要体现在销售人员的职工薪酬费用上，公司与中公教育及创业黑马相比，职工薪酬率明显偏低，主要原因系公司自身汇聚了较多的用户流量，无需聘用大量的销售人员进行市场开拓。

综上所述，发行人作为通识教育领域中处于第一梯队的领先终身教育平台，通过丰富的产品形态、高质量的课程获得了一定的市场声誉、品牌竞争力以及用户的认可。在战略上，相比于营销驱动，公司更倾向以供给与科技驱动增长。因此公司在研发费用投入逐年增加，但在销售费用投入相比可比公司而言，整体偏低。

（2）管理费用

1）管理费用构成

报告期内，公司管理费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	507.72	38.04%	2,523.45	42.74%	2,721.16	39.99%	1,973.02	32.41%
房租、水电、物业费等	493.25	36.96%	1,995.80	33.81%	1,543.31	22.68%	1,246.72	20.48%
稿酬及劳务费	99.21	7.43%	59.47	1.01%	742.00	10.90%	7.50	0.12%
中介机构费	40.25	3.02%	454.62	7.70%	400.50	5.89%	2,096.87	34.44%
装修费	7.02	0.53%	19.99	0.34%	383.12	5.63%	141.89	2.33%
折旧费	54.02	4.05%	206.57	3.50%	185.74	2.73%	84.18	1.38%
差旅及交通费	8.51	0.64%	100.57	1.70%	145.83	2.14%	55.21	0.91%

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
办公费	28.69	2.15%	88.18	1.49%	131.07	1.93%	107.56	1.77%
服务费	15.95	1.20%	71.78	1.22%	82.18	1.21%	99.09	1.63%
无形资产摊销	32.71	2.45%	103.84	1.76%	74.17	1.09%	37.96	0.62%
业务招待费	5.39	0.40%	52.70	0.89%	62.34	0.92%	31.66	0.52%
其他	41.99	3.15%	226.70	3.84%	333.07	4.89%	206.47	3.39%
合计	1,334.72	100.00%	5,903.67	100.00%	6,804.51	100.00%	6,088.13	100.00%

2) 管理费用变动分析

报告期内，公司的管理费用主要由职工薪酬，房租、水电、物业费等，稿酬及劳务费，中介机构费等构成，总体呈逐年下降趋势，公司的管理费用占营业收入的比重逐年下降，分别为 10.94%、9.22%、9.40%和 6.94%。

与 2017 年度相比，公司 2018 年度管理费用增加 716.38 万元，主要系职工薪酬费用增加。与 2018 年度相比，公司 2019 年度管理费用减少 900.84 万元，主要系稿酬及劳务费、装修费大幅下降所致，分别减少了 682.53 万元和 363.13 万元。

3) 管理费用率与同行业可比上市公司的对比

报告期内，可比公司管理费用率情况如下表所示：

公司名称	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
掌阅科技	2.93%	4.06%	3.98%	3.83%
中文在线	15.90%	18.55%	14.61%	20.26%
中公教育	17.05%	11.97%	14.00%	-
豆神教育	85.04%	12.80%	15.80%	10.54%
创业黑马	55.38%	23.41%	13.88%	20.65%
平均值	35.26%	14.16%	12.45%	13.82%
公司	6.94%	9.40%	9.22%	10.94%

注：可比公司未披露 2020 年第一季度的管理费用明细，故未分析 2020 年第一季度公司和可比公司的管理费用差异情况。

报告期内，公司管理费用率低于同行业可比水平。

其中，中文在线与创业黑马明显高于公司，具体原因如下表所示：

公司名称	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	职工薪酬费率	中介机构服务费率	职工薪酬费率	中介机构服务费率	职工薪酬费率	中介机构服务费率
中文在线	8.82%	1.57%	6.31%	1.36%	6.97%	4.32%
创业黑马	8.20%	5.04%	5.63%	2.63%	9.24%	2.92%
公司	4.02%	0.72%	3.69%	0.54%	3.55%	3.77%

注：上述数据根据同行业可比公司年报数据计算所得，可比公司未披露 2020 年一季度管理费用明细数据。

2018-2019 年，与中文在线及创业黑马相比，公司管理费用中职工薪酬和中介机构服务费占营业收入的比例较低，导致公司的管理费用率低于同行业可比公司。

（3）研发费用

1）研发费用构成

报告期内，公司研发费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,750.52	96.91%	10,841.05	96.26%	9,080.74	96.49%	4,913.39	91.21%
技术服务费	68.19	2.40%	255.09	2.27%	110.39	1.17%	304.29	5.65%
劳务费	-	0.00%	55.00	0.49%	77.03	0.82%	16.64	0.31%
办公及差旅费	17.62	0.62%	107.71	0.96%	131.57	1.40%	115.08	2.14%
其他	2.00	0.07%	2.96	0.03%	11.63	0.12%	37.78	0.70%
合计	2,838.33	100.00%	11,261.81	100.00%	9,411.36	100.00%	5,387.18	100.00%

2）研发费用变动分析

报告期内，公司研发费用主要由职工薪酬构成。2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月，公司研发费用占营业收入的比例分别为 9.68%、12.75%、17.94%和 14.76%。报告期内，公司研发费用全部费用化。

报告期内，公司研发费用逐年增长，主要系为提高产品市场竞争力，公司持续加大研发投入力度，增加研发人员数量，导致职工薪酬增加。截至 2020 年 3 月 31 日，公司员工总数为 389 人，其中研发人员 182 人，占公司总人数 46.79%，研发人数占比较高。2017 至 2020 年 3 月，公司研发人数及占比情况如下表所示：

项目	2020年3月31日	2019年末	2018年末	2017年末
研发人数（人）	182	181	181	121
总员工人数（人）	389	376	372	266
研发人数占比	46.79%	48.14%	48.66%	45.49%

3）发行人研发项目的整体预算、费用支出金额、实施进度等情况

报告期内，发行人从事的研发项目如下所示：

单位：万元

序号	研发项目	项目预算	研发费用实际支出				项目进度
			2020年 1-3月	2019年	2018年	2017年	
1	“得到”App 功能增强与优化项目	15,000.00	1,532.62	5,812.02	4,575.17	2,627.51	正在研发
2	技术平台建设项目	3,000.00	330.74	1,208.80	853.04	545.77	正在研发
3	业财系统一体化建设项目	3,000.00	224.77	1,027.60	942.15	484.15	正在研发
4	大数据实时计算平台项目	2,000.00	163.68	702.96	574.46	398.61	正在研发
5	“少年得到”App 功能平台建设项目	1,500.00	-	293.53	848.59	282.97	已完成
6	基础架构平台项目	1,200.00	128.17	433.29	284.88	319.08	正在研发
7	企业服务平台建设项目	1,200.00	124.04	427.18	316.21	233.64	正在研发
8	电商平台功能优化项目	1,200.00	108.95	416.81	316.21	233.90	正在研发
9	线下活动信息管理系统建设项目	1,200.00	108.95	416.81	316.21	233.64	正在研发
10	人工智能平台建设项目	1,200.00	116.40	522.81	384.45	27.91	正在研发
合计		30,500.00	2,838.33	11,261.81	9,411.36	5,387.18	-

4）研发费用率与同行业可比公司的对比

报告期内，可比公司研发费率情况如下表所示：

公司名称	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
掌阅科技	7.17%	6.38%	5.92%	4.80%

公司名称	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中文在线	11.28%	9.81%	9.94%	10.84%
中公教育	8.56%	7.61%	7.29%	-
豆神教育	6.80%	4.10%	8.17%	3.43%
创业黑马	9.04%	4.18%	2.57%	4.92%
平均值	8.57%	6.42%	6.78%	6.00%
公司	14.76%	17.94%	12.75%	9.68%

报告期内，公司研发费用率总体高于可比公司平均水平，主要原因系公司较为重视研发投入及技术创新，研发费用支出较高，导致研发费用占公司业务收入的比重较高。

（4）财务费用

报告期内，公司财务费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息支出	-	-	-	-
减：利息收入	534.67	1,477.86	891.86	321.14
汇兑损益	-4.31	-2.30	-11.42	6.70
手续费及其他	72.76	425.48	477.07	471.12
合计	-466.22	-1,054.67	-426.21	156.68

报告期内，公司财务费用主要由利息收入、手续费及其他等构成。与 2018 年、2017 年相比，2019 年公司利息收入为 1,477.86 万元，增加较多，主要系结构性存款利息收入增加较多。

（五）投资收益分析

报告期内，公司投资收益的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-301.15	-1,456.71	27.53	-60.08
理财产品收益	64.44	813.01	1,286.41	1,193.43
处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	-	-
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	243.80	-
丧失控制权后，剩余股权按公允价值重新计量产生的利得	-	6,740.41	-	-
合计	-236.72	6,096.71	1,557.74	1,133.36

报告期内，公司投资收益合计分别为 1,133.36 万元、1,557.74 万元、6,096.71 万元和-236.72 万元。与 2017 年度和 2018 年度相比，2019 年公司投资收益大幅上升，主要原因系公司对原子公司酷得少年丧失控制权，核算投资收益 6,740.41 万元所致。2020 年第一季度，投资收益为负，主要原因系酷得少年仍处于亏损状态，投资收益为负。

（六）其他收益分析

报告期内，公司其他收益的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
直接计入当期损益的政府补助（与收益相关）	-	1,426.83	1,166.67	87.73
个税扣缴税款手续费	0.53	-	-	25.81
进项税加计扣除及增值税减免	36.32	188.02	-	-
合计	36.86	1,614.85	1,166.67	113.54

报告期内，公司的其他收益主要为政府补助，且政府补助均与收益相关，直接计入了当期损益。根据财政部发布修订后的《企业会计准则第 16 号——政府补助》和《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，公司与日常活动相关的政府补助自 2017 年起计入其他收益。

报告期内，计入其他收益的政府补助项目主要包括天津生态城财政局产业扶植专项基金、文化产业资金补助等，构成情况如下：

单位：万元

补助项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
天津生态城财政局产业扶植专项基金	-	1,366.43	911.67	87.73
文化产业资金补助	-	-	250.00	-
其他政府补助项目	-	60.40	5.00	-
合计	-	1,426.83	1,166.67	87.73

（七）营业外收支分析

1、营业外收入分析

报告期内，公司营业外收入的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与企业日常活动无关的政府补助	-	50.00	-	-
非流动资产毁损报废利得	-	0.08	-	-
其他	6.29	28.79	11.60	190.79
合计	6.29	78.87	11.60	190.79

报告期内，公司与企业日常活动无关的政府补助的构成情况如下：

单位：万元

补助项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
高新技术企业奖励		50.00	-	-
合计		50.00	-	-

报告期内，公司营业外收入金额整体较小，依次为 190.79 万元、11.60 万元、78.87 万元和 6.29 万元。2019 年度，企业因获得与日常活动无关的政府补助 50.00 万元，营业外收入有所增长。

2、营业外支出分析

报告期内，公司的营业外支出构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公益性捐赠支出	112.00	42.63	100.00	-
非流动资产毁损报废损失	-	0.47	1.42	0.25
其他	4.43	38.92	150.41	46.57
合计	116.43	82.02	251.82	46.82

报告期内，公司的营业外支出分别为 46.82 万元、251.82 万元、82.02 万元和 116.43 万元。

（八）净利润分析

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月，公司净利润分别为 6,131.96 万元、4,764.41 万元、11,505.40 万元及 1,327.82 万元，具体情况如下表所示：

单位：万元

利润指标	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	19,225.57	62,791.13	73,793.92	55,635.82
营业利润	1,791.94	12,190.68	5,883.09	7,788.55
利润总额	1,681.81	12,187.52	5,642.86	7,932.52

利润指标	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	1,327.82	11,505.40	4,764.41	6,131.96
归属于母公司所有者的净利润	1,327.82	11,714.09	5,329.76	6,187.79
归属于母公司所有者的净利率	6.91%	18.66%	7.22%	11.12%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,309.65	3,067.57	3,280.95	4,990.31
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利率	6.81%	4.89%	4.45%	8.97%
不考虑酷得少年（投资收益及投资亏损）的净利润	1,615.21	6,167.37	-	-
不考虑酷得少年投资亏损的扣非归母净利润	1,597.04	4,469.95	-	-
不考虑酷得少年投资亏损的扣非归母净利率	8.31%	7.12%	-	-

报告期内，公司盈利能力总体波动较小，公司 2019 年净利润大幅上升的原因系公司对原子公司酷得少年丧失控制权，核算投资收益 6,740.41 万元所致，若以扣非后归母净利润口径计，则公司报告期内扣非后归母净利率分别为 8.97%、4.45%、4.89% 和 6.81%。

鉴于酷得少年已独立运营且业务与公司相关性较低，故该投资亏损与公司主营业务关系并不紧密，但由于酷得少年仍处于未盈利状态，相关亏损会对公司扣非净利润产生一定程度的影响，故若不考虑该投资亏损，则公司 2019 年及 2020 年 1-3 月的扣非归母净利率为 7.12% 和 8.31%，处于稳定上升的趋势。

（九）非经常性损益分析

参见本节“六、经会计师核验的非经常性损益”的相关披露和分析。

（十）税费分析

1、报告期纳税情况

（1）报告期合并报表口径增值税缴纳情况

单位：万元

项目	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2020 年 1-3 月	286.05	249.83	559.28	-23.40
2019 年度	127.40	2,278.25	2,119.60	286.05
2018 年度	467.09	2,376.02	2,715.72	127.40
2017 年度	332.56	1,853.36	1,718.83	467.09

（2）报告期合并报表口径所得税缴纳情况

单位：万元

项目	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2020 年 1-3 月	339.26	332.40	50.21	621.44
2019 年度	933.22	1,118.57	1,712.53	339.26
2018 年度	204.25	1,691.42	962.45	933.22
2017 年度	1,481.70	1,688.73	2,966.18	204.25

注：各期期末尚未抵扣的进项税、预缴税金重分类至其他流动资产列报，各期期末待转销项税重分类至其他流动负债列报。

2、报告期内，公司所得税费用与会计利润的关系如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	1,681.81	12,187.52	5,642.86	7,932.52
按法定/适用税率计算的所得税费用	252.27	1,828.13	846.43	1,189.88
子公司适用不同税率的影响	69.13	-52.75	17.72	425.92
调整以前期间所得税的影响	-	-	-	-
非应税收入的影响	46.55	-787.12	-13.35	16.43
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	7.80	70.65	136.59	88.88
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-8.11	-16.98	-0.12	-12.61
年度内未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	-	-	-	0.55
税率调整导致年初递延所得税资产/负债余额的变化	-	-	0.59	91.51
研发费用加计扣除	-13.65	-359.80	-109.41	-
所得税费用	353.99	682.12	878.45	1,800.56

（十一）税收优惠对公司经营成果的影响

参见本节“七、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率”之“（二）税收优惠”的相关披露和分析。

（十二）持续经营能力分析

公司现有业务板块的运营情况及发展态势良好。截至 2020 年 3 月 31 日，“得到”App 月度活跃用户数（MAU）超过 350 万，累计激活用户数超过 3,746 万，累计注册用户达到 2,135 万，在中国苹果 AppStore、主要安卓应用市场的图书、教育类软件下载排

名中持续保持领先。

公司主要产品“得到”App在报告期内，注册用户年均日活跃用户分别达56.84万人、75.71万人、67.16万人和67.80万人，同时公司开始大力拓展线下知识服务业务，截至2020年3月31日，“得到大学”线下校区已覆盖国内11个城市，开设85个班次，录取学员超过7,000人，增长态势良好，作为高客单价产品，有效填补了公司高单价空白。同时丰富了用户的学习及使用产品的场景，创造了新的流量。

公司从事的终身教育业务，是互联网信息技术行业、文化传播行业和教育行业交叉形成的细分行业。随着互联网信息技术的不断创新迭代及5G网络的落地普及，音频、短视频、长视频、直播等媒介传播的内容及表现形式持续升级迭代，公司将面临不同产品形态的竞争。如果公司在未来经营发展过程中，对技术、媒介和市场的发展趋势不能正确判断，对行业关键技术、用户需求的发展动态不能及时掌控，将对公司盈利能力产生不利影响。

为降低上述风险，公司将从内容打磨、线下拓展、技术研发等方面强化自身竞争力，在内容制作能力、运营能力、研发实力、创新能力等方面不懈努力，为未来业绩增长提供有力支持。截至本招股说明书签署之日，不存在影响公司持续经营能力的重大不利因素。

十、财务状况分析

（一）资产构成分析

1、资产总额及变动趋势

报告期内，随着公司经营规模的逐步扩大，公司总资产由2017年末的102,853.08万元增至2020年3月末的124,873.52万元，2017-2019年复合增长率为9.70%。

2、资产结构及其变化分析

报告期各期末，公司资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	102,923.10	82.42%	101,717.34	82.18%	95,896.72	90.00%	99,417.09	96.66%

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
非流动资产	21,950.43	17.58%	22,060.02	17.82%	10,658.11	10.00%	3,435.99	3.34%
资产总计	124,873.52	100.00%	123,777.36	100.00%	106,554.83	100.00%	102,853.08	100.00%

从资产结构上看，公司资产中主要为流动资产。报告期各期末，公司流动资产占总资产的比例分别为 96.66%、90.00%、82.18%、82.42%，公司资产流动性强。发行人的主要业务包括线上知识服务、线下知识服务和电商等，报告期内线上业务收入占比较高。同时，公司现有办公场所均通过租赁取得，因此公司的流动资产占比较高。

报告期内，公司流动资产占比与同行业可比上市公司对比情况如下：

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
掌阅科技	81.09%	80.45%	86.20%	92.51%
中文在线	50.92%	50.93%	51.30%	34.03%
中公教育	57.96%	48.55%	42.63%	-
豆神教育	32.30%	35.18%	37.98%	40.48%
创业黑马	82.59%	82.82%	91.84%	97.60%
平均	60.97%	59.59%	61.99%	63.14%
公司	82.42%	82.18%	90.00%	96.66%

公司的同行业可比公司流动资产平均占比在 60%左右，处于较高水平，公司流动资产占比符合行业的业务特点。

3、流动资产分析

截至 2020 年 3 月 31 日，公司流动资产为 102,923.10 万元，主要为货币资金、交易性金融资产、应收账款和其他应收款。四项资产占流动资产的比重分别为 80.33%、69.41%、93.22%、94.51%。报告期各期末，公司流动资产的具体构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	72,442.24	70.38%	78,882.65	77.55%	59,885.67	62.45%	74,957.13	75.40%
交易性金融资产	11,039.09	10.73%	7,033.76	6.92%	不适用	-	不适用	-
应收账款	5,360.95	5.21%	2,273.60	2.24%	4,394.20	4.58%	1,066.10	1.07%
预付款项	842.28	0.82%	1,321.32	1.30%	3,301.23	3.44%	4,112.46	4.14%

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他应收款	8,428.70	8.19%	6,627.72	6.52%	2,285.97	2.38%	3,838.68	3.86%
存货	1,799.29	1.75%	3,277.12	3.22%	2,998.59	3.13%	2,172.98	2.19%
其他流动资产	3,010.53	2.93%	2,301.17	2.26%	23,031.07	24.02%	13,269.75	13.35%
流动资产合计	102,923.10	100.00%	101,717.34	100.00%	95,896.72	100.00%	99,417.09	100.00%

（1）货币资金分析

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 74,957.13 万元、59,885.67 万元、78,882.65 万元、72,442.24 万元，占流动资产的比例分别为 75.40%、62.45%、77.55%、70.38%。报告期各期末，货币资金构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	3.00	0.00%	3.00	0.00%	3.00	0.01%	2.09	0.00%
银行存款	71,908.90	99.26%	77,373.41	98.09%	58,714.27	98.04%	73,897.53	98.59%
其他货币资金	530.34	0.73%	1,506.24	1.91%	1,168.40	1.95%	1,057.51	1.41%
合计	72,442.24	100.00%	78,882.65	100.00%	59,885.67	100.00%	74,957.13	100.00%

报告期内，公司货币资金主要为银行存款，其他货币资金主要为支付宝等第三方支付平台余额。银行存款中包含公司向银行购买的结构性存款，报告期内各期末余额分别为 2.00 亿元、2.72 亿元、5.72 亿元、5.50 亿元。

总体看来，报告期内，公司货币资金波动不大，2018 年末公司货币资金较其他各报告期末略有下降，主要系期末未到期的银行理财产品余额增加所致。

（2）交易性金融资产

报告期内，公司交易性金融资产具体构成如下：

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	11,039.09	7,033.76	不适用	不适用
其中：理财产品	11,039.09	7,033.76	不适用	不适用
合计	11,039.09	7,033.76	不适用	不适用

报告期内，公司以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产全部由理财产品构成。2017年、2018年末公司的其他流动资产主要系公司为提高账面留存货币资金的财务收益购买的保本型浮动利率或非保本型浮动利率等银行理财产品，账面余额分别为6,900.00万元、19,100.00万元；公司自2019年1月1日起执行新金融工具准则，因此将理财产品转入交易性金融资产核算，2019年末、2020年3月末账面余额分别为7,033.76万元、11,039.09万元。

报告期内，公司计入交易性金融资产的银行理财产品的具体情况如下：

2019年末：

单位：万元

项目	发行机构	金额	期间		持有期理财收益
			起始日	赎回日	
结构性存款3个月年化利率3.26%	中国银行	7,000.00	2019-11-8	2020-2-10	58.77
合并		7,000.00	-	-	

2020年3月末：

单位：万元

项目	发行机构	金额	期间		持有期理财收益
			起始日	赎回日	
“乾元—日鑫月溢”（按日）开放式资产组合型	建设银行	3,000.00	2020-1-3	暂无赎回时间	21.95
聚益生金91天款	招商银行	2,500.00	2020-1-8	2020-4-8	23.37
安盈成长T05GK180005年化利率2.87%	平安银行	400.00	2020-3-26	2020-4-1	0.19
共赢稳健步步高升A	中信银行	150.00	2020-1-10	2020-7-31	2.67
聚益生金91天款	招商银行	4,500.00	2020-1-3	2020-4-7	42.08
步步生金8699	招商银行	400.00	2020-1-8	2020-5-20	3.99
合并		10,950.00	-	-	-

执行新金融工具准则之前，公司计入其他流动资产的银行理财产品的具体情况如下：

2017年末：

单位：万元

项目	发行机构	金额	期间		持有期理财收益
			起始日	赎回日	
步步生金8688	招商银行	900.00	2015-9-17	2019-2-20	99.97
乾元资产组合型保本理财产品（按周开放型）	建设银行	6,000.00	2015-9-23	2018-8-28	559.91

项目	发行机构	金额	期间		持有期 理财 收益
			起始日	赎回日	
合计		6,900.00	-	-	-

2018 年末：

单位：万元

项目	发行机构	金额	期间		持有期 理财 收益
			起始日	赎回日	
步步生金8688	招商银行	900.00	2015-9-17	2019-2-20	99.97
步步生金8688	招商银行	9,000.00	2018-1-15	2019-2-20	346.64
乾元-周周利开放式资产组合型 保本人民币理财	建设银行	6,600.00	2018-10-17	2019-9-18	201.19
非凡资产管理天溢金对公机构A 款	民生银行	2,600.00	2018-7-3	2019-8-2	93.58
合计		19,100.00	-	-	-

（3）应收账款

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 1,066.10 万元、4,394.20 万元、2,273.60 万元和 5,360.95 万元，随着经营规模的扩大，公司应收账款账面价值相应增长。公司 2018 年末应收账款账面价值增加系公司于当年推出的《知识就是力量》节目应收江苏省广播电视集团有限公司项目应收款（1,131.74 万元）和北京奇艺世纪科技有限公司版权款（600.00 万元）提高所致；2019 年末公司应收账款账面价值降低，系《知识就是力量》应收款回款所致；2020 年 3 月末公司应收账款账面价值提高，系《知识春晚》、跨年演讲项目应收款尚未回款所致。

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
应收账款	5,360.95	2,273.60	4,394.20	1,066.10

报告期各期末，公司应收账款分类情况如下：

①应收账款按种类披露

2020 年 3 月末，公司根据新金融工具准则的规定确认应收账款损失准备，应收账款余额分类情况如下：

单位：万元

类别	2020 年 3 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备	20.00	0.36	20.00	100.00	-
按组合计提坏账准备	5,473.14	99.64	112.19	2.05	5,360.95
其中：应收客户款项	5,473.14	99.64	112.19	2.05	5,360.95
合计	5,493.14	100.00	132.19	2.41	5,360.95

2017 至 2019 年年末，应收账款余额分类情况如下表所示：

单位：万元

类别	2019 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备	20.00	0.85	20.00	100.00	-
按组合计提坏账准备	2,320.65	99.15	47.05	2.03	2,273.60
其中：应收客户款项	2,320.65	99.15	47.05	2.03	2,273.60
合计	2,340.65	100.00	67.05	2.86	2,273.60
类别	2018 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	4,484.45	99.56	90.25	2.01	4,394.20
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	20.00	0.44	20.00	100.00	-
合计	4,504.45	100.00	110.25	2.45	4,394.20
类别	2017 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	1,087.92	98.19	21.81	2.00	1,066.10
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	20.00	1.81	20.00	100.00	-

类别	2019 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
合计	1,107.92	100.00	41.81	3.77	1,066.10

②报告期内，公司按账龄组合及预期损失率计提坏账准备的应收账款情况如下：

账龄	2020 年 3 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	5,443.45	108.87	2.00
1-2 年	28.81	2.88	10.00
2-3 年	0.87	0.44	50.00
3 年以上	-	-	-
合计	5,473.14	112.19	2.05
账龄	2019 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	2,317.05	46.34	2.00
1-2 年	2.73	0.27	10.00
2-3 年	0.87	0.44	50.00
3 年以上	-	-	-
合计	2,320.65	47.05	2.03
账龄	2018 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	4,477.51	89.55	2.00
1 至 2 年	6.93	0.69	10.00
2 至 3 年	0.01	0.01	50.00
3 年以上	-	-	-
合计	4,484.45	90.25	2.01
账龄	2017 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	1,087.24	21.74	2.00
1 至 2 年	0.68	0.068	10.00
2 至 3 年	-	-	-
3 年以上	-	-	-
合计	1,087.92	21.81	2.00

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 3 月末，公司一年以内的应收账款余

额占比分别为 99.94%、99.85%、99.84%、99.46%，占比较高。

③公司报告期内应收账款坏账准备计提比例和同行业上市公司对比

公司报告期内应收账款坏账准备计提比例如下：

单位：万元

报告期	应收账款余额	应收账款坏账准备	坏账准备计提比例
2017 年末	1,107.92	41.81	3.77%
2018 年末	4,504.45	110.25	2.45%
2019 年末	2,340.65	67.05	2.86%
2020 年 3 月末	5,493.14	132.19	2.41%

公司与同行业上市公司应收账款坏账准备计提比例对比：

报告期	公司	掌阅科技	中文在线	中公教育	创业黑马
2017 年末	3.77%	2.00%	7.24%	-	8.32%
2018 年末	2.45%	2.00%	18.49%	3.38%	27.84%
2019 年末	2.86%	2.03%	38.63%	5.00%	25.70%
2020 年 3 月末	2.41%	未披露	未披露	未披露	未披露

发行人报告期内应收账款坏账准备计提比例较同行业上市公司相对较低，原因是发行人的应收账款账龄绝大部分为 1 年以下，且均按时回款，因此坏账准备计提比例较低。

④应收账款坏账计提比例与境内同行业可比公司对比情况

2019 年 1 月 1 日执行新金融工具准则之前：

公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
掌阅科技	2%	15%	50%	100%
中文在线	2%	15%	50%	100%
中公教育	5%	10%	20%	40%（3-4 年，含 4 年）； 80%（4-5 年，含 5 年）； 100%（5 年以上）
创业黑马	0%（6 个月以内，含 6 个月）； 2%（6-12 个月，含 12 个月）	30%	100%	100%
公司	2%	10%	50%	100%

2019 年 1 月 1 日执行新金融工具准则之后：

对于划分为组合的应收账款，本公司及可比公司均参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

经比较分析，公司应收账款坏账计提及预期信用损失计提和同行业上市公司基本一致。

（4）预付款项

报告期各期末发行人不存在预付款项占总资产比例较大的情形，但存在对单个供应商预付金额较大的情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
预付款项	842.28	1,321.32	3,301.23	4,112.46
占总资产比例	0.67%	1.07%	3.10%	4.00%
资产总计	124,873.52	123,777.36	106,554.83	102,853.08

报告期内单个供应商预付金额较大的情形如下：

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
优听无限传媒科技（北京）有限责任公司	-	-	1,500	1,500
占预付款项比例	-	-	45.44%	36.47%

公司 2017 年末、2018 年末预付优听无限传媒科技（北京）有限责任公司 1,500 万元的原因为了满足运营发展的需要，得到天津拟收购石家庄世纪科美通信网络技术有限公司（“目标公司”）的股权。为此，得到天津与目标公司股东优听无限、江龙福签署了《收购协议》，约定以 6,500 万元对价购买目标公司全部股权。作为担保，江龙福和优闻盛中心将其持有的优听无限之股权出质。根据合同约定，得到天津已支付 1,500 万元转让款。但优听无限、江龙福未能在约定期限履行自身义务，包括但不限于未完成收购目标公司其他股东持有之股权，致使无法向得到天津交付目标公司 100%的股权，构成实质违约。得到天津在无法实现合同目的情况下，已于 2019 年 8 月 13 日通知解除《收购协议》。

为要求优听无限、江龙福返还 1,500 万元股权转让款及利息并赔偿相应损失，公司在北京仲裁委员会（“北仲”）对江龙福方提起仲裁，目前仲裁案件已调解结案，关于世纪科美的收购协议已终止，优听无限和江龙福将于 2020 年 12 月 31 日前返还 1,500 万元预付款，并支付赔偿款 85 万元。

（5）其他应收款

报告期内，公司其他应收款

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
应收利息	-	-	556.39	612.92
其他应收款	8,428.70	6,627.72	1,729.57	3,225.76
合计	8,428.70	6,627.72	2,285.97	3,838.68

其中，其他应收款余额具体结构如下：

单位：万元

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应收平台款	6,365.40	74.00%	3,343.41	49.42%	1,295.37	73.37%	2,583.50	78.49%
应收待退款项	1,500.00	17.44%	1,500.00	22.17%	-	0.00%	-	0.00%
应收政府补助款项	-	0.00%	1,366.43	20.20%	-	0.00%	-	0.00%
押金及保证金	399.72	4.65%	353.46	5.23%	272.49	15.43%	371.28	11.28%
代付员工社保及住房公积金等	97.00	1.13%	95.48	1.41%	91.68	5.19%	61.15	1.86%
其他	239.34	2.78%	105.97	1.57%	105.97	6.00%	275.75	8.38%
合计	8,601.47	100.00%	6,764.75	100.00%	1,765.50	100.00%	3,291.69	100.00%

各报告期末，公司其他应收款余额主要为应收华为、苹果手机运营商渠道及支付宝平台付费充值/内容产品消费款项及应收优听无限传媒科技（北京）有限责任公司待退股权收购款项。

（6）存货

报告期各期末，公司存货结构及存货跌价计提准备情况如下表所示：

单位：万元

存货种类	2020年3月31日					
	账面余额	占比	存货跌价准备或合同履约成本减值准备	占比	账面价值	占比
库存商品	1,822.54	97.60%	68.04	100.00%	1,754.50	97.51%
发出商品	44.80	2.40%	-	0.00%	44.80	2.49%
合计	1,867.33	100.00%	68.04	100.00%	1,799.29	100.00%

存货种类	2019 年 12 月 31 日					
	账面余额	占比	跌价准备	占比	账面价值	占比
库存商品	3,328.78	99.49%	68.81	100.00%	3,259.97	99.48%
发出商品	17.15	0.51%	-	0.00%	17.15	0.52%
合计	3,345.93	100.00%	68.81	100.00%	3,277.12	100.00%

存货种类	2018 年 12 月 31 日					
	账面余额	占比	跌价准备	占比	账面价值	占比
库存商品	3,005.85	99.44%	24.05	100.00%	2,981.80	99.44%
发出商品	16.79	0.56%	-	0.00%	16.79	0.56%
合计	3,022.63	100.00%	24.05	100.00%	2,998.59	100.00%

存货种类	2017 年 12 月 31 日					
	账面余额	占比	跌价准备	占比	账面价值	占比
库存商品	2,155.84	98.38%	18.27	100.00%	2,137.57	98.37%
发出商品	35.41	1.62%	-	0.00%	35.41	1.63%
合计	2,191.24	100.00%	18.27	100.00%	2,172.98	100.00%

① 存货构成

报告期各期末，公司存货账面价值占流动资产的比重分别为 2.19%、3.13%、3.22% 和 1.75%。公司存货由库存商品、发出商品构成，其中库存商品占存货比重较高。库存商品主要包括电商业务的自营商品及跨年演讲成本归集；发出商品主要系已发出，尚未符合收入确认条件的电商货物。

② 存货变动分析

报告期内，公司存货账面价值呈现上涨趋势，从具体构成来看，主要为库存商品，报告期各期末，公司库存商品账面价值分别为 2,137.57 万元、2,981.80 万元、3,259.97 万元、1,754.50 万元，持续增长主要受电商业务新增单价较高的电子书阅读器产品及跨年演讲成本在未确认损益前记为存货所致。

③ 报告期各期末发行人存在库龄超过一年的库存商品

报告期各期末发行人存在库龄超过一年的库存商品，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
库龄一年以上存货账面余额	557.47	584.10	174.39	34.72
存货账面余额	1,867.33	3,345.93	3,022.63	2,191.24
占比	29.85%	17.46%	5.77%	1.58%

2017 年末：

单位：万元

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
图书	813.67	5.02	0.66	0.35	819.70
日用品	467.12	12.31	16.38	-	495.81
跨年演讲	868.90	-	-	-	868.90
其他	6.83	-	-	-	6.83
总计	2,156.52	17.33	17.04	0.35	2,191.24

2018 年末：

单位：万元

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
图书	834.81	134.19	6.09	1.01	976.10
日用品	402.15	31.99	1.06	0.05	435.26
跨年演讲	1,542.88	-	-	-	1,542.88
其他	68.40	-	-	-	68.40
总计	2,848.24	166.18	7.15	1.06	3,022.63

2019 年末：

单位：万元

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
图书	605.56	369.22	76.65	4.46	1,055.90
日用品	167.78	120.53	12.78	0.46	301.55
阅读器	630.80	-	-	-	630.80
跨年演讲	1,316.95	-	-	-	1,316.95
其他	40.73	-	-	-	40.73
总计	2,761.82	489.75	89.43	4.92	3,345.93

2020 年 3 月末：

单位：万元

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
图书	413.52	335.66	88.84	6.49	844.51

日用品	141.79	113.13	12.74	0.62	268.27
阅读器	723.32	-	-	-	723.32
跨年演讲	-	-	-	-	-
其他	31.24	-	-	-	31.24
总计	1,309.86	448.79	101.58	7.11	1,867.33

报告期各期末公司库龄一年以上的库存商品为图书及日用品。由于图书及日用品具有其固有特性，绝大部分不会随着时间推移导致潮流性、功能性和时效性降低，从而降低单位价值。

公司根据历史经验，对库龄 1-2 年、2-3 年及 3 年以上的库存商品计提存货跌价准备的比例分别为 10%、20%及 40%。

同时，公司报告期内电商业务销售退货率较低，具体情况如下：

项目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
当期实际退货率	5.58%	2.73%	1.22%	0.98%

④ 存货减值测试的合理性

公司库龄较长的存货主要为图书，由于图书具有其固有特性，绝大部分不会随着时间推移导致潮流性、功能性和时效性降低，从而降低单位价值。

据公司历史经验，库龄 1-2 年，2-3 年，3 年以上的存货后续无法销售或作其他目的使用的比例分别为 10%、20%、40%左右，并以此作为存货跌价的计提比例，具有合理性。

（7）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 13,269.75 万元、23,031.07 万元、2,301.17 万元和 3,010.53 万元，占流动资产的比重分别为 13.35%、24.02%、2.26%和 2.93%。

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
待摊稿酬、劳务成本及待摊费用	1,779.85	1,566.35	2,760.42	5,946.52
待抵扣及暂估进项税	511.37	247.03	639.37	237.25
结构性存款利息	314.98	182.71	-	-
合同取得成本	298.94	-	-	-

预缴及待退税款	102.35	305.09	531.28	185.97
应收退货成本	3.03	-	-	-
银行理财产品	-	-	19,100.00	6,900.00
合计	3,010.53	2,301.17	23,031.07	13,269.75

报告期公司的其他流动资产主要由待摊稿酬、劳务成本及待摊费用、待抵扣及暂估进项税、结构性存款利息、预缴及待退税款和银行理财产品构成，与2017年、2018年相比，2019年末、2020年3月末其他流动资产余额减少较多，主要原因系公司自2019年1月1日起执行新金融工具准则，因此将银行理财产品转入交易性金融资产核算所致。

4、非流动资产

报告期各期末非流动资产结构如下表所示：

单位：万元

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	1,199.85	5.47%	1,148.68	5.21%	782.22	7.34%	314.40	9.15%
无形资产	6,530.34	29.75%	6,547.77	29.68%	196.70	1.85%	171.00	4.98%
长期股权投资	11,518.74	52.48%	11,798.50	53.48%	6,755.93	63.39%	228.40	6.65%
可供出售金融资产	不适用	-	不适用	-	1,710.00	16.04%	2,010.00	58.50%
其他权益工具投资	1,712.59	7.80%	1,712.59	7.76%	不适用	-	不适用	-
长期待摊费用	661.31	3.01%	512.29	2.32%	80.07	0.75%	391.97	11.41%
递延所得税资产	327.60	1.49%	340.18	1.54%	1,133.19	10.63%	320.22	9.32%
合计	21,950.43	100.00%	22,060.02	100.00%	10,658.11	100.00%	3,435.99	100.00%

（1）固定资产

报告期内，公司固定资产占非流动资产比重分别为9.15%、7.34%、5.21%、5.47%。
报告期各期末，公司固定资产结构如下表所示：

单位：万元

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运输工具	35.23	2.94%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
办公设备及其他	1,164.62	97.06%	1,148.68	100.00%	782.22	100.00%	314.40	100.00%
合计	1,199.85	100.00%	1,148.68	100.00%	782.22	100.00%	314.40	100.00%

报告期内，随着公司经营规模的不断增长，公司持续新增办公设备采购，主要为用于满足公司日常经营所需的办公电脑、服务器等；运输工具为办公用车采购。

报告期各期末，公司固定资产状况良好，不存在减值迹象，未计提减值准备；截至2020年3月末，公司无重大闲置或待处置的固定资产。

（2）长期股权投资

截至2020年3月31日，公司长期股权投资余额为11,518.74万元，占当期非流动资产比重为52.48%。主要由公司向北京小赛小可教育科技有限公司、宁波梅山保税港区月恒日升投资合伙企业（有限合伙）、酷得少年（天津）文化传播有限公司的投资构成。具体情况如下表所示：

单位：万元

被投资单位	2019年12月31日	本期增减变动				2020年3月31日	减值准备期末余额
		追加投资	减少投资	权益法确认的投资损益	其他权益变动		
北京小赛小可教育科技有限公司	246.68	-	-	-14.24	-	232.44	-
宁波梅山保税港区月恒日升投资合伙企业（有限合伙）	6,528.56	-	-	0.48	-	6,529.05	-
酷得少年(天津)文化传播有限公司	5,023.26	-	-	-287.39	21.39	4,757.26	-
合计	11,798.50	-	-	-301.15	21.39	11,518.74	-

单位：万元

被投资单位	2018年12月31日	本期增减变动				2019年12月31日	减值准备期末余额
		追加投资	减少投资	权益法确认的投资损益	其他权益变动		
北京小赛小可教育科技有限公司	229.00	-	-	-55.97	73.65	246.68	-

被投资单位	2018年12月31日	本期增减变动				2019年12月31日	减值准备期末余额
		追加投资	减少投资	权益法确认的投资损益	其他权益变动		
宁波梅山保税港区月恒日升投资合伙企业（有限合伙）	6,526.92	-	-	1.64	-	6,528.56	-
酷得少年(天津)文化传播有限公司	-	4,138.45	7.09	-1,402.38	2,294.28	5,023.26	-
合计	6,755.93	4,138.45	7.09	-1,456.71	2,367.93	11,798.50	

单位：万元

被投资单位	2017年12月31日	本期增减变动				2018年12月31日	减值准备期末余额
		追加投资	减少投资	权益法确认的投资损益	其他权益变动		
北京小赛小可教育科技有限公司	228.40	-	-	0.60	-	229.00	-
宁波梅山保税港区月恒日升投资合伙企业（有限合伙）	-	6,500.00	-	26.92	-	6,526.92	-
合计	228.40	6,500.00	-	27.53	-	6,755.93	-

单位：万元

被投资单位	2016年12月31日	本期增减变动				2017年12月31日	减值准备期末余额
		追加投资	减少投资	权益法确认的投资损益	其他权益变动		
北京小赛小可教育科技有限公司	288.48	-	-	-60.08	-	228.40	-

（3）其他权益工具投资

截至2020年3月31日，公司其他权益工具投资余额为1,712.59万元，占当期非流动资产比重为7.80%，主要由公司向天津紫牛基业资产管理合伙企业（有限合伙）、上海欣榜加塑网络科技有限公司、宁波梅山保税港区年少得酷投资管理合伙企业（有限合伙）的投资构成。

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年末	2018年末	2017年末
上市权益工具投资	-	-	-	-
非上市权益工具投资	1,712.59	1,712.59	-	-

项目	2020年3月31日	2019年末	2018年末	2017年末
合计	1,712.59	1,712.59	-	-

（4）无形资产

报告期各期末，公司无形资产分别为 171.00 万元、196.70 万元、6,547.77 万元和 6,530.34 万元。报告期各期末公司无形资产构成情况如下：

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
版权	32.43	0.50%	35.27	0.54%	65.72	33.41%	60.47	35.36%
软件使用权等	251.66	3.85%	266.26	4.07%	130.98	66.59%	110.53	64.64%
其他	6,246.24	95.65%	6,246.24	95.39%	-	0.00%	-	0.00%
合计	6,530.34	100.00%	6,547.77	100.00%	196.70	100.00%	171.00	100.00%

2019 年 8 月，公司以 6,249.22 万元收购优众赢（含控股子公司）及银杏未来 100% 股权，按照企业会计准则相关规定，本次股权收购不构成业务合并，按照资产合并处理，确认为无形资产-其他。公司于各期末对无形资产进行减值测试，无形资产可收回金额高于账面价值，故未计提无形资产减值准备。

（5）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 391.97 万元、80.07 万元、512.29 万元和 661.31 万元，主要包括公司经营办公场所的装修费用及公司使用语音定制等服务支付的使用费摊销。

（6）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产明细情况如下：

单位：万元

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
信用减值准备	304.96	53.93	204.08	33.75	-	-	-	-
资产减值准备	68.04	10.21	68.81	10.32	170.23	33.54	211.80	33.65
可抵扣亏损	1,225.34	190.92	1,338.42	219.20	4,168.25	1,006.21	704.44	176.11
预计负债	0.62	0.09	0.56	0.08	0.34	0.05	0.48	0.08
无形资产摊销会计与税法差	481.13	72.17	509.43	76.42	622.64	93.40	735.85	110.38

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
异								
内部交易未实现利润	1.85	0.28	2.75	0.41	-	-	-	-
合计	2,081.95	327.60	2,124.05	340.18	4,961.46	1,133.19	1,652.57	320.22

报告期各期末，公司递延所得税资产金额分别为 320.22 万元、1,133.19 万元、340.18 万元和 327.60 万元；主要由信用减值准备、资产减值准备、可抵扣亏损、预计负债、无形资产摊销会计与税法差异、内部交易未实现利润等可抵扣暂时性差异产生，整体占总资产比重较小。2018 年公司递延所得税资产金额增加系酷得少年（天津）文化传播有限公司确认可抵扣亏损所致。

（二）负债和偿债能力分析

1、负债结构总体分析

报告期内，公司负债规模及构成情况如下：

单位：万元

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	38,397.03	94.84%	38,684.93	94.88%	34,256.62	94.04%	35,031.19	93.94%
非流动负债	2,089.76	5.16%	2,089.45	5.12%	2,171.59	5.96%	2,258.87	6.06%
负债总计	40,486.79	100.00%	40,774.38	100.00%	36,428.21	100.00%	37,290.06	100.00%

报告期内，公司负债主要为流动负债，占公司负债总额的 90%以上。公司流动负债主要由应付账款、预收款项、合同负债、应付职工薪酬、其他应付款和其他流动负债构成。

2、流动负债分析

报告期内，公司流动负债构成如下表所示：

单位：万元

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	9,201.76	23.96%	9,284.72	24.00%	7,857.42	22.94%	6,149.62	17.55%
预收款项	0.00	0.00%	3,915.75	10.12%	5,440.05	15.88%	4,625.16	13.20%

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合同负债	21,934.11	57.12%	不适用	-	不适用	-	不适用	-
应付职工薪酬	1,935.94	5.04%	3,580.41	9.26%	2,854.65	8.33%	3,270.46	9.34%
应交税费	1,188.07	3.09%	1,237.68	3.20%	2,054.32	6.00%	1,278.56	3.65%
其他应付款	3,875.74	10.09%	4,203.29	10.87%	587.35	1.71%	1,559.42	4.45%
一年内到期的非流动负债	87.14	0.23%	87.14	0.23%	87.14	0.25%	87.14	0.25%
其他流动负债	174.28	0.45%	16,375.95	42.33%	15,375.70	44.88%	18,060.84	51.56%
流动负债合计	38,397.03	100.00%	38,684.93	100.00%	34,256.62	100.00%	35,031.19	100.00%

（1）应付账款

报告期各期末，公司应付账款情况如下：

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
产品分成款、稿酬及劳务费	5,937.37	5,406.87	4,533.73	3,418.98
自营产品采购款	735.81	1,568.28	1,024.83	1,794.86
广告宣传及推广费	549.58	147.86	231.29	88.15
线下活动采购款	1,096.19	1,456.22	1,620.70	534.10
仓储物流费	38.69	56.44	60.93	71.71
长期资产采购款	224.25	309.58	2.59	11.92
其他	619.87	339.48	383.36	229.90
合计	9,201.76	9,284.72	7,857.42	6,149.62

报告期内，公司的应付账款主要包括产品分成款、稿酬及劳务费、自营产品采购款、广告宣传及推广费和线下活动采购款等。

公司报告期内各期末应付账款规模增加主要系随着公司业务规模的扩大，公司向上游内容供应商、老师采购的内容产品增加所致。应付自营产品采购款 2018 年下降系公司进行战略调整，缩减了电商业务规模；2019 年应付自营产品采购款增加系公司增加单价较高的电子书阅读器所致。2020 年 3 月末因疫情原因，与办公场地出租方约定延缓付款时间，故形成应付账款，因此 2020 年 3 月末公司其他应付账款略有提升。

（2）预收账款

公司预收账款系客户已付款而相关销售额尚未达到收入确认条件所致。“时间的朋友”跨年演讲为公司首创的“知识跨年”产品形态。跨年演讲于每年12月31日至次年1月1日在一线城市举办，同时在地方卫视和国内网络视频平台播出。因此报告期各期末，公司跨年门票收入在次年确认，导致各年度末均有预收款余额。

报告期预收账款余额如下：

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
预收货款	-	1,775.50	3,530.89	2,667.93
跨年门票预收款	-	2,140.25	1,909.16	1,957.22
合计	-	3,915.75	5,440.05	4,625.16

（3）合同负债

报告期各期末，公司合同负债情况如下：

单位：万元

项目	2020年 3月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2017年 12月31日
预收货款	1,657.53	不适用	不适用	不适用
跨年门票预收款	842.70	不适用	不适用	不适用
知识服务待摊收入	8,788.02	不适用	不适用	不适用
未消耗代币余额	10,645.86	不适用	不适用	不适用
合计	21,934.11	不适用	不适用	不适用

合同负债为公司执行新收入准则后新增科目。2020年3月末，公司合同负债主要为未消耗代币余额和知识服务待摊收入。

（4）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期薪酬	1,934.04	99.90%	3,455.36	96.51%	2,696.14	94.45%	3,162.23	96.69%
离职后福利 (设定提存计划)	0.00	0.00%	119.05	3.33%	147.25	5.16%	97.58	2.98%

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
辞退福利	1.90	0.10%	6.00	0.17%	11.26	0.39%	10.65	0.33%
一年内到期的其他福利	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
合计	1,935.94	100.00%	3,580.41	100.00%	2,854.65	100.00%	3,270.46	100.00%

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 3,270.46 万元、2,854.65 万元、3,580.41 万元和 1,935.94 万元，占流动负债比例分别为 9.34%、8.33%、9.26%和 5.04%。2017-2019 年，公司应付职工薪酬余额主要为未发放的当年 12 月份工资和预提的当年奖金。2020 年 3 月末公司应付职工薪酬下降主要系公司 2020 年一季度发放 2019 年全年年终奖所致。

（5）应交税费

报告期内，公司应交税费情况如下：

单位：万元

项目	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增值税	231.70	19.50%	539.36	43.58%	678.57	33.03%	469.22	36.70%
企业所得税	644.30	54.23%	362.11	29.26%	1,160.25	56.48%	390.22	30.52%
个人所得税	287.64	24.21%	251.80	20.34%	139.09	6.77%	329.50	25.77%
城市维护建设税	5.60	0.47%	27.53	2.22%	35.72	1.74%	34.59	2.71%
教育费附加及地方教育费附加	4.00	0.34%	19.66	1.59%	25.51	1.24%	24.71	1.93%
印花税	8.60	0.72%	36.79	2.97%	12.68	0.62%	8.51	0.67%
其他	6.23	0.52%	0.43	0.03%	2.51	0.12%	21.82	1.71%
总计	1,188.07	100.00%	1,237.68	100.00%	2,054.32	100.00%	1,278.56	100.00%

报告期内，公司应交税费主要由企业所得税、增值税、个人所得税构成。与 2017 年末相比，2018 年末公司应交税费增加 775.76 万元，增长 60.67%，主要系应交企业所得税变动引起，具体变动原因系 2018 年《知识就是力量》电视节目于年底确认收入、所得税尚未于同期缴纳因此计入应付企业所得税的影响。与 2018 年末相比，2019 年末公司应交税费减少 816.64 万元，主要系公司年底收入确认减少导致应交企业所得税金额减少及研究开发费用加计扣除的影响所致。

（6）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款主要由应付股利和其他应付款构成。

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
应付股利	-	-	79.75	327.94
其他应付款	3,875.74	4,203.29	507.60	1,231.48
合计	3,875.74	4,203.29	587.35	1,559.42

其中，其他应付款的明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
代销款	248.62	543.40	384.23	693.39
预提费用及其他	46.28	29.45	43.95	114.59
应付股权转让款	3,528.82	3,528.82	-	-
与单位和个人的往来款	52.01	101.62	79.42	423.50
合计	3,875.74	4,203.29	507.60	1,231.48

报告期内，公司其他应付款主要为应付股权转让款和代销款，其中股权受让款系公司股权收购时产生的资金往来款项，具体为北京优视米网络科技有限公司股权收购尚未支付的应付款。

（6）其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债的明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
未消耗代币余额	-	10,501.79	9,453.09	4,301.84
知识服务待摊收入	-	5,862.27	5,891.28	13,724.30
待转销项税	17.83	11.88	31.32	34.69
待结转税金	156.45	-	-	-
合计	174.28	16,375.95	15,375.70	18,060.84

根据《企业会计准则第14号——收入》，公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债，而不再列为其他流动负债，因此2020年3月末公司其他流动负债有较大幅度的下降，系根据新会计准则进行科目重分类的结果。

3、非流动负债分析

报告期内，公司的非流动负债为预计负债、递延收益、递延所得税负债和其他非流动负债，具体结构如下：

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
预计负债	3.65	0.56	0.34	0.48
递延收益	10.00	2,084.11	2,171.25	2,258.39
递延所得税负债	13.79	4.78	-	-
其他非流动负债	2,062.32	-	-	-
合计	2,089.76	2,089.45	2,171.59	2,258.87

公司预计负债为应付退货款，形成原因为公司电商业务预计期后发生的退货，公司对报告期最后 7 天销售确认收入的商品按当期同类商品退货率计提预计负债。递延收益主要为政府补助和会员费收入。2020 年 3 月末，非流动负债大幅提高的原因系根据《企业会计准则第 14 号——收入》超过一年的合同负债由递延收益调整到其他非流动负债所致。

4、偿债能力分析

（1）偿债能力指标

财务指标	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
流动比率（倍）	2.68	2.63	2.80	2.84
速动比率（倍）	2.63	2.54	2.71	2.78
资产负债率（母公司）	17.26%	14.82%	28.08%	38.32%
资产负债率（合并）	32.42%	32.94%	34.19%	36.26%
财务指标	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
息税折旧摊销前利润（万元）	1,905.69	12,798.50	6,310.04	8,192.52
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用	不适用

（2）流动比率和速动比率分析

报告期内各期末，公司流动比率均高于 2 倍、速动比率亦维持在 2 倍以上，公司短期偿债能力较强。

同行业可比公司流动比率情况如下：

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
掌阅科技	2.29	2.35	2.89	3.45
中文在线	2.79	2.90	3.54	4.21
中公教育	0.69	0.75	0.74	-
豆神教育	0.77	0.84	0.94	1.72
创业黑马	4.31	4.28	4.82	5.76
平均	2.17	2.22	2.59	3.21
公司	2.68	2.63	2.80	2.84

同行业可比公司速动比率情况如下：

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
掌阅科技	2.23	2.29	2.68	3.31
中文在线	2.52	2.62	2.91	3.89
中公教育	0.69	0.75	0.74	-
豆神教育	0.57	0.65	0.70	1.36
创业黑马	4.18	4.19	4.57	5.73
平均	2.04	2.10	2.32	2.95
公司	2.63	2.54	2.71	2.78

总体来看，公司流动比率及速动比率比与可比公司平均水平相比较为高。

（3）资产负债率分析

报告期各期末，公司合并报表口径资产负债率分别为 36.26%、34.19%、32.94%、32.42%。与 2017 年、2018 年、2019 年相比，2020 年 3 月末公司资产负债率有小幅下降，主要是随着业务规模扩大，应收账款和其他应收款增加所致，总体看来无重大波动。

（4）息税折旧摊销前利润及利息保障倍数

报告期各期间，公司息税折旧摊销前利润分别为 8,192.52 万元、6,310.04 万元、12,798.50 万元、1,905.69 万元。报告期内，公司无银行借款，无利息支出，因此利息保障倍数不适用。

总体而言，发行人偿债能力较好。

（三）营运能力分析

报告期内，公司资产周转能力相关的主要财务指标如下：

指标	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
应收账款周转率（次）	19.63	18.35	26.30	56.30
存货周转率（次）	17.11	10.88	16.08	15.99
资产周转率（次）	0.62	0.51	0.69	0.54

注：应收账款周转率、存货周转率、资产周转率 2020 年 1-3 月均已做年化处理，资产周转率=营业收入/总资产

2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1-3 月，公司应收账款周转率分别为 56.30、26.30、18.35、19.63，总体上看呈下降趋势，主要原因系公司每期末跨年演讲、2018 年《知识就是力量》及 2020 年一季度末知识春晚等应收款项增加所致。2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1-3 月，公司的存货周转率分别为 15.99、16.08、10.88、17.11，主要受电商业务战略规划调整影响、新增单价较高的电子书阅读器品类所致。

同业可比公司的营运能力指标如下表所示：

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	应收账款周转率	存货周转率	应收账款周转率	存货周转率	应收账款周转率	存货周转率
掌阅科技	7.43	-	9.97	39.22	11.73	90.83
中文在线	3.72	25.10	4.83	35.63	5.07	41.31
豆神教育	2.91	2.37	2.23	2.13	2.35	2.37
创业黑马	4.20	-	7.38	-	6.00	-
平均	4.57	13.74	6.10	25.66	6.29	44.84
公司	18.35	10.88	26.30	16.08	56.30	15.99

数据来源：依据可比公司招股说明书及年度报告财务数据计算所得。

注：中公教育培训业务模式为以线下小班为主，应收账款规模较小，应收账款周转率显著高于其他可比公司，对平均值的影响较大，因此在营运能力指标分析中删去。

2017 年、2018 年、2019 年，公司应收账款周转率水平分别为 56.30、26.30、18.35，高于同行业平均水平，说明公司客户管理能力、应收账款回款效率高于行业平均水平。公司存货周转率分别为 15.99、16.08、10.88，存货主要为跨年演讲成本结转，与同行业的存货周转率不可比。

（四）股东权益变动分析

报告期各期末，股东权益情况如下：

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
股本	3,000.00	3,000.00	535.65	535.65

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
资本公积	64,412.26	64,356.33	57,347.10	57,417.49
盈余公积	84.39	84.39	267.82	267.82
未分配利润	16,890.09	15,562.27	12,229.69	6,899.93
归属于母公司股东权益合计	84,386.73	83,002.98	70,380.26	65,120.89
少数股东权益	-	-	-253.63	442.14
股东权益合计	84,386.73	83,002.98	70,126.62	65,563.03

1、股本的变动情况

报告期内，公司股本增加的系增资及股改所致。

2、资本公积变动情况

单位：万元

项目	股本溢价	其他资本公积	合计
2017.01.01	15,631.40	3,250.32	18,881.72
本期增加	38,399.32	136.45	38,535.77
本期减少	-	-	-
2017.12.31	54,030.72	3,386.77	57,417.49
本期增加	-	184.17	184.17
本期减少	217.73	36.83	254.56
2018.12.31	53,812.99	3,534.10	57,347.10
本期增加	6,100.59	2,539.93	8,640.52
本期减少	1,366.27	265.02	1,631.29
2019.12.31	58,547.31	5,809.01	64,356.33
本期增加	-	55.94	55.94
本期减少	-	-	-
2020.3.31	58,547.31	5,864.95	64,412.26

2017 年，公司资本公积增加主要系增加股本溢价所致。股本溢价变动主要系公司收到股东增资款及享有子公司酷得少年少数股东出资的资本溢价所致。2018 年，公司股本溢价变动系公司持有子公司酷得少年的股权下降，导致享有其资本溢价的减少所致；其他资本公积变动系股份支付及子公司少数股东持股比例变动调整资本公积所致。2019 年，公司股本溢价变动系公司股份改制及对原子公司酷得少年丧失控制权减少资本溢价所致；其他资本公积变动主要系股份支付及公司对原子公司酷得少年丧失控制权后权益

法核算其后续权益变动所致。2020 年 1-3 月，公司其他资本公积变动系股份支付及权益法核算酷得少年权益变动所致。

3、盈余公积变动情况

根据《公司法》及公司章程的规定，公司按净利润的 10%提取法定盈余公积金。其中，2017 年末，公司盈余公积增加 133,911.42 元系公司按《公司法》及公司章程有关规定，按本期净利润 10%提取法定盈余公积金所致；2019 年末，公司增加法定盈余公积 843,891.35 元、减少法定盈余公积 2,678,228.42 元，系按本期净利润 10%提取法定盈余公积金及股改所致。

4、未分配利润变动情况

单位：万元

项目	2020年3月31日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
调整前上期末未分配利润	15,562.27	12,229.69	6,899.93	2,175.53
调整期初未分配利润合计数（调增+，调减-）	-	-	-	-
调整后期初未分配利润	15,562.27	12,229.69	6,899.93	2,175.53
加：本期归属于母公司所有者的净利润	1,327.82	11,714.09	5,329.76	6,187.79
减：提取法定盈余公积	-	84.39	-	13.39
提取任意盈余公积	-	-	-	-
提取一般风险准备	-	-	-	-
应付普通股股利	-	-	-	1,450.00
转作股本的普通股股利	-	8,297.12	-	-
期末未分配利润	16,890.09	15,562.27	12,229.69	6,899.93

公司未分配利润的变动主要由公司历年净利润滚存以及利润分配引起。

十一、股利分配

（一）报告期内公司股利分配情况

报告期内，公司于 2017 年进行过股利分配。

2017 年 3 月 21 日，公司召开北京思维造物信息科技股份有限公司股东会议，同意进行

现金利润分配，向全体股东派发现金红利共计 1,450 万元，各股东按其持股比例取得现金分红。

报告期内公司主要利润来自得到（天津）文化传播有限公司，得到天津报告期内收入、利润、利润分配及占发行人利润情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
得到天津：				
营业收入	14,290.79	51,208.48	55,438.14	34,855.05
净利润	986.85	6,966.62	4,847.97	3,523.41
应付普通股股利	3,000.00	2,000.00	4,000.00	-
发行人：				
营业收入	19,225.57	62,791.13	73,793.92	55,635.82
净利润	1,327.82	11,505.40	4,764.41	6,131.96
得到天津净利润占比	74.32%	60.55%	101.75%	57.46%

由于得到天津为发行人全资子公司，因此得到天津的利润分配政策及稳定性，对发行人合并报表层面财务情况不产生影响。

（二）本次发行后的股利分配政策及发行前滚存利润的分配安排

详见“重大事项提示”之“三、关于本次发行后股利分配政策”及“四、关于滚存利润分配”。

十二、现金流量分析

最近三年及一期公司现金流量简要情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量				
经营活动现金流入小计	16,067.09	70,248.36	74,835.69	68,711.17
经营活动现金流出小计	18,595.78	61,554.92	72,167.86	55,019.00
经营活动产生的现金流量净额	-2,528.69	8,693.44	2,667.83	13,692.17
二、投资活动产生的现金流量				
投资活动现金流入小计	59,395.44	222,840.01	116,785.26	78,406.77
投资活动现金流出小计	61,111.47	242,482.15	141,333.98	82,305.31

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
投资活动产生的现金流量净额	-1,716.02	-19,642.15	-24,548.72	-3,898.54
三、筹资活动产生的现金流量				
筹资活动现金流入小计	-	48.15	-	38,929.21
筹资活动现金流出小计	-	94.75	401.99	2,758.26
筹资活动产生的现金流量净额	-	-46.60	-401.99	36,170.94
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	4.31	2.30	11.42	-6.70
五、现金及现金等价物净增加额	-4,240.41	-10,993.02	-22,271.46	45,957.88

（一）经营活动现金流量分析

1、报告期各期经营流动现金流量大额变动项目

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	14,453.56	70,014.64	73,345.46	68,308.44
收到的税费返还	0.00	0.00	0.00	0.00
收到其他与经营活动有关的现金	1,613.54	233.72	1,490.23	402.73
经营活动现金流入小计	16,067.09	70,248.36	74,835.69	68,711.17
购买商品、接受劳务支付的现金	9,496.34	27,876.07	33,009.57	31,068.08
支付给职工以及为职工支付的现金	6,703.85	19,918.49	19,142.21	9,502.90
支付的各项税费	929.89	3,935.17	3,839.31	4,991.64
支付其他与经营活动有关的现金	1,465.71	9,825.19	16,176.77	9,456.38
经营活动现金流出小计	18,595.78	61,554.92	72,167.86	55,019.00
经营活动产生的现金流量净额	-2,528.69	8,693.44	2,667.83	13,692.17

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 13,692.17 万元、2,667.83 万元、8,693.44 万元和-2,528.69 万元。

公司的经营活动现金流入主要来自销售产品及提供服务收到的现金，经营活动现金流出主要来自购买商品、接受劳务支付的现金及支付给职工以及为职工支付的现金。

与 2017 年度相比，公司 2018 年度经营现金流净额减少 11,024.35 万元，公司经营

活动现金流入增长低于经营活动现金流出的增长，主要系公司人员规模特别是研发团队人员规模扩张，以及通过赞助《最强大脑》节目首播等方式加大了品牌投放力度，导致经营活动现金流入增加额低于经营活动现金流出增加额。

与 2018 年度相比，公司 2019 年度经营现金流净额增加 6,025.61 万元，主要系 2019 年公司适当控制品牌投放和营销支出，针对线上知识服务业务采用精细化运营战略，提升付费用户留存率及客单价水平（尤其是年度付费会员），导致经营活动现金流入增加额高于经营活动现金流出增加额。

公司 2020 年一季度经营活动现金净流出较多，主要是因为公司知识春晚、跨年演讲应收账款及应收华为平台款项尚未收回等所致。

2、报告期内各期经营活动产生的现金流量净额与净利润的匹配情况

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	-2,528.69	8,693.44	2,667.83	13,692.17
净利润	1,327.82	11,505.40	4,764.41	6,131.96
差额	3,856.50	2,811.96	2,096.59	-7,560.22

经营活动产生的现金流量净额与当期净利润存在较大差异的主要影响因素如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期净利润	1,327.82	11,505.40	4,764.41	6,131.96
经营活动产生的现金流量净额	-2,528.69	8,693.44	2,667.83	13,692.17
差异	3,856.50	2,811.96	2,096.59	-7,560.22
主要影响因素如下				
①投资收益	-236.72	6,096.71	1,557.74	1,133.36
②财务费用	-466.22	-1,054.67	-426.21	156.68
③固定资产折旧	136.12	429.37	193.44	84.18
④存货的减少（增加以“－”号填列）	1,474.03	-343.56	-848.84	-629.43
⑤经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-5,084.81	3,493.81	1,434.31	-6,911.92
⑥经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-276.88	1,073.46	-428.15	14,148.76
其中：未消耗代币余额及知识服务待摊收入余额的增加（减少以“－”号填列）	3,069.82	1,669.39	-2,681.77	11,023.82

2020 年 1-3 月，当期净利润与经营活动现金净额差异主要为：（1）存货的减少，主要为期初存货中归集的跨年演讲支出，在本期确认相应的成本；（2）经营性应收账款的增加，主要为跨年演讲、知识春晚应收账款及应收华为平台款项的增加所致。

2019 年度，当期净利润与经营活动现金净额差异主要为：（1）投资收益，投资收益主要为本期对原子公司酷得少年丧失控制权确认的投资收益，该部分投资收益不产生现金流，及理财产品的投资收益，该部分现金流在投资活动中核算；（2）财务费用，主要为结构性存款的利息收入，该部分现金流在投资活动中核算；（3）经营性应付账款的增加，主要为应付产品分成款、稿酬及劳务费和自营产品采购款增加所致。

2018 年度，当期净利润与经营活动现金净额差异主要为：（1）投资收益，投资收益主要为理财产品的投资收益，该部分现金流在投资活动中核算；（2）经营性应收账款的增加，主要为《知识就是力量》的节目应收款的增加所致；（3）经营性应付项目的减少，主要为年度课程和年度会员占收入比例的下降，待摊收入大幅度降低所致。

2017 年度，当期净利润与经营活动现金净额差异主要为：（1）经营性应收账款的增加，主要为应收苹果平台应收款及预付课程款的增加所致；（2）经营性应付账款的增加，主要为公司的线上销售收入以年度课程和年度会员为主，待摊收入大幅度增加所致；（3）投资收益，投资收益主要为理财产品的投资收益，该部分现金流在投资活动中核算；

（二）投资活动产生的现金流量

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收回投资所收到的现金	58,900.00	220,110.74	114,543.80	76,750.00
取得投资收益收到的现金	495.34	2,725.49	2,240.78	1,656.77
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.10	3.78	0.69	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	59,395.44	222,840.01	116,785.26	78,406.77
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	461.47	1,422.84	1,025.01	1,077.07
投资支付的现金	60,650.00	238,060.00	140,308.97	81,228.24
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	2,596.27	-	-

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
支付其他与投资活动有关的现金	-	403.05	-	-
投资活动现金流出小计	61,111.47	242,482.15	141,333.98	82,305.31
投资活动产生的现金流量净额	-1,716.02	-19,642.15	-24,548.72	-3,898.54

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-3,898.54 万元、-24,548.72 万元、-19,642.15 万元和-1,716.02 万元，主要系公司购买银行理财产品所致。

（三）筹资活动产生的现金流量

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
吸收投资收到的现金	-	48.15	-	38,929.21
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	48.15	-	2,000.00
取得借款收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	48.15	-	38,929.21
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	79.75	401.99	968.26
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	15.00	-	1,790.00
筹资活动现金流出小计	-	94.75	401.99	2,758.26
筹资活动产生的现金流量净额	-	-46.60	-401.99	36,170.94

报告期内，公司的筹资现金流量净额分别为 36,170.94 万元、-401.99 万元、-46.60 万元。公司 2017 年度筹资活动现金流净额 36,170.94 万元，主要系公司于 2017 年完成私募融资所致。公司 2018 年度筹资活动现金流出 401.99 万元，主要系公司支付分红款所致。公司 2019 年度筹资活动现金流量净额 46.60 万元，主要系公司吸收投资收到的现金和分配股利、利润或偿付利息支付的现金及支付其他与筹资活动有关的现金相互抵消所致。

（四）重大资本性支出情况

1、报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司资本性支出主要包括购买购置网络运维设备、服务器、电脑及显示

器、打印机、运输设备等固定资产和财务、管理、分析软件、版权、域名等无形资产。报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 1,077.07 万元、1,025.01 万元、1,422.84 万元和 461.47 万元。

2、未来可预见的重大资本性支出计划

本次募集资金投资项目将是未来本公司可预见的重大资本性支出方向。募集资金投资项目的具体情况，参见本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”。

（五）发行人的流动性已经或可能产生的重大变化或风险趋势，以及发行人应对流动性风险的具体措施

报告期各期末，公司流动比率分别为 2.84、2.80、2.63、2.68 倍；速动比率分别为 2.78、2.71、2.54、2.63 倍，整体来看，公司流动性风险较低，但未来若公司应收账款不能及时收回，将对于公司流动性产生不利影响。公司应对流动性风险的措施如下：

- 1、严格执行合同的信用政策，建立应收账款催收制度，保证及时回款。
- 2、由于公司仍处于成长期，公司拟上市进行股权融资，以缓解流动性风险。

（六）发行人在持续经营能力方面是否存在重大不利变化或风险因素，以及管理层自我评判的依据

管理层基于行业发展和公司自身经营的实际情况，可能对公司持续经营能力产生重大不利影响的因素包括但不限于：产品创新和业态创新无法获得市场认可的风险、经营业绩波动的风险、税收优惠政策变化的风险、监管政策变化的风险等。发行人已在本招股说明书“第四节 风险因素”中进行了披露。

十三、发行人报告期内重大资产业务重组或股权收购合并必要性与基本情况，对发行人生产经营战略、报告期及未来期间经营成果和财务状况的影响

（一）发行人报告期内重大资产业务重组或股权收购合并必要性与基本情况

报告期内，发行人未发生重大资产重组，但存在重组事项，具体情况请见“第五节 发行人基本情况”之“（四）发行人报告期内的重大资产重组情况”

（二）重组对发行人生产经营战略、报告期及未来期间经营成果和财务状况的影响

1、2019 年 4 月，酷得少年不再纳入合并报表

2019 年 3 月，酷得少年完成 A 轮融资，引入包括上海檀英、乾刚投资、紫牛等外部投资者。同时，酷得少年成立新一届董事会，新的董事会由 5 名董事组成，其中发行人派 2 名董事，张泉灵担任董事长，其他投资人派 2 名董事。本次增资完成后，发行人持有酷得少年的股权比例为 45.54%，根据此次融资股东协议规定，2019 年 3 月之后，发行人不再参与酷得少年的日常经营管理，酷得少年在主营业务开展、员工构成等方面均与发行人保持较高的独立性。

公司对于酷得少年的独立发展战略自 2018 年 9 月张泉灵的加入便开始明确并逐步实施，且考虑到 2019 年 3 月融资完成后，发行人便不再参与酷得少年日常经营管理，故发行人自 2019 年 4 月起不再将酷得少年纳入合并财务报表范围，改为按权益法核算。发行人将逐渐聚焦自身的成人在线通识教育服务（主要形式为付费音频课程、付费听书及电子书等产品）、线下通识教育服务以及图书和其他周边产品的推广和销售服务。而酷得少年则独立经营青少年定制化学习服务业务。

2019 年 10 月，酷得少年完成了新一轮外部融资，发行人在酷得少年的持股比例进一步下降至 34.59%。

丧失控制权上一年度（2018 年），酷得少年与发行人相关财务指标对比情况如下表所示：

单位：万元

2018 年度	发行人	酷得少年	酷得少年占比
资产总额	106,554.83	2,660.81	2.50%
营业收入	73,793.92	1,480.81	2.01%
利润总额	5,642.86	-3,179.57	-

该事项对发行人财务影响如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-287.39	-1,402.38
丧失控制权后，剩余股权按公允价值重新计量产生的利得	-	6,740.41
酷得少年出表影响	-287.39	5,338.03
净利润	1,327.82	11,505.40

占比	-21.64%	46.40%

酷得少年所产生的长期股权投资收益（亏损）对公司经营业绩的影响如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度
归属于母公司所有者的净利润	1,327.82	11,714.09
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,309.65	3,067.57
权益法核算的长期股权投资收益	-287.39	-1,402.38
不考虑酷得少年（投资收益及投资亏损）的净利润	1,615.21	6,167.37
不考虑酷得少年投资亏损的扣非归母净利润	1,597.04	4,469.95

由上表可见，公司 2019 年扣非净利率较低的原因系权益法下公司确认了酷得少年投资亏损。鉴于酷得少年已独立运营且业务与公司相关性较低，故该投资亏损与公司主营业务关系并不紧密，但由于酷得少年仍处于未盈利状态，相关亏损会对公司扣非净利润产生一定程度的影响，故若不考虑该投资亏损，则公司 2019 年及 2020 年 1-3 月的扣非归母净利率为 7.12% 和 8.31%，处于稳定上升的趋势。

2、2019 年 8 月，发行人间接收购优视米 100% 股权

出于线上业务发展及战略诉求，以及内部组织架构的调整，发行人于 2019 年间接收购优视米 100% 股权，负责音视频内容审核。具体收购情况见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人控股子公司、参股公司的基本情况”之“（四）发行人报告期内的重大资产重组情况”之“2、2019 年 8 月，发行人间接收购优视米 100% 股权”。

收购上一年度（2018 年），优视米与发行人相关财务指标对比情况如下表所示：

单位：万元

2018 年度	发行人	优视米	优视米占比
资产总额	106,554.83	823.15	0.77%
营业收入	73,793.92	1,572.11	2.13%
利润总额	5,642.86	-1,034.37	-

收购当期纳入合并报表范围内的优视米财务数据及对发行人财务数据的影响如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 9-12 月	占当期发行人比例
收入	9.41	0.01%

净利润	18.72	0.16%
总资产	67.94	0.05%

整体而言，收购优视米对发行人的财务状况影响有限。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用概况

（一）募集资金投资项目

公司本次拟公开发行不超过 10,000,000 股股票（行使超额配售选择权之前），占发行后总股本的 25%。募集资金总额将根据发行时市场状况和询价的情况予以确定，本次发行不涉及老股东公开发售其所持有的公司股份。募集资金将全部用于公司主营业务相关的项目建设，以提高公司线上线下知识服务的生产、研发和服务能力，并实现新一代智能化、系统化知识搜索引擎和知识服务软件的构建，为用户提供线上线下联动的知识服务，不断增强公司的核心竞争力。本次发行完成后，公司募集资金将存放于董事会指定的专项账户集中管理，做到专款专用。

本次募集资金投资项目情况及资金使用计划如下：

序号	方向/项目名称	总投资额 (万元)	拟用募集资金 投入金额(万元)	项目备案代码	项目环评备案
1	知识服务平台优化升级项目	46,980.39	46,980.39	京朝阳发改（备） [2020]186 号	不涉及
2	人工智能基础研发中心建设项目	19,813.03	19,813.03	京朝阳发改（备） [2020]187 号	不涉及
3	技术平台建设项目	10,353.89	10,353.89	京朝阳发改（备） [2020]188 号	不涉及
4	得到学习中心系列拓展项目	26,529.21	26,529.21	不涉及	不涉及
合计		103,676.52	103,676.52	-	-

（二）专户存储安排

为保护广大投资者的利益，确保资金安全，公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过了《募集资金管理办法》，对募集资金的管理和运用进行了规范，明确规定将募集资金存放于董事会决定的专项账户（以下简称“募集资金专户”）集中管理，并按照发行申请文件中承诺的募集资金投资计划使用募集资金。

《募集资金管理办法》主要内容如下：公司应当在募集资金到位后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，公司一次或 12 个月内累计从募集资金专户中支取的金额超过 5,000 万元或募集资金净额的 20%的，公司及商业银行应当

及时通知保荐机构，商业银行每月向公司出具银行对账单，并抄送保荐机构。

公司将严格按照《募集资金管理办法》的规定管理和使用募集资金。对确因市场发生变化等合理需要改变募集资金投资项目时，必须经董事会审议并依照法定程序报股东大会审议批准，涉及关联交易的，关联董事或关联股东应回避表决。

（三）实际募集资金量与投资项目需求出现差异时的安排

各项目将全部使用募集资金进行投资。本次发行上市募集资金到位前，公司可根据各项项目的实际进度，以自筹资金支付项目所需款项；本次发行上市募集资金到位后，公司将严格按照有关制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金以及支付项目剩余款项，若本次发行实际募集资金低于募集资金投资项目投资额，公司将通过自筹资金解决。

（四）募集资金投资项目与公司主营业务、核心技术之间的关系

本次募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，募集资金项目的有效实施将对公司多项关键技术进行创新和攻关，通过核心技术实现知识服务软件的产品升级、服务优化，推动人工智能基础研发中心、技术平台以及得到学习中心系列拓展项目的建设。本次募集资金投资项目分为4个大方向，包含10个子项目，其与公司主营业务和核心技术的相关情况如下：

1、知识服务平台优化升级项目

为进一步强化公司线上知识服务业务优势，公司决定投资“知识服务平台软件优化升级”建设项目，在未来三年持续进行知识服务软件“得到”App的产品升级和服务优化。该项目重点升级：（1）生产运营相关核心技术和核心功能模块的使用体验；（2）知识搜索功能，提高用户站内知识资源使用效率；（3）知识产权保护及安全功能等核心技术，维护行业原创内容生态公平健康的竞争环境。

2、人工智能基础研发中心建设项目

“人工智能基础研发中心建设项目”主要是公司依托于大数据挖掘来提升用户体验的持续技术开发与产品化，即在现有的人工智能相关服务基础上，利用深度学习的技术，对用户各项学习指标进行大数据分析，实现精准推送符合不同知识背景用户需求的知识内容；同时，在供给侧，公司利用知识图谱技术，并基于大数据对各学科领域知识

点关联性的分析，串联平台内部不同类型的知识产品，加强为用户提供体系化知识的服务能力，从而使用户与平台的粘性、学习使用时长及留存保持在行业领先水平，增强公司的综合竞争能力。

3、技术平台建设项目

服务器与带宽是公司提供互联网音视频知识服务最重要的网络运营资源，其承载能力直接影响用户的规模。服务器与带宽的承载能力能满足用户在同一时间段内的最大访问量。因此，公司计划部分募集资金投入“技术平台建设项目”，目的是在公司现有的云计算平台的基础上，基于“跨云单元化技术”等核心技术，依托公司在公有云、混合云方面丰富的经验和行业积累，构建得到私有云平台，将第三方云平台和私有云平台的资源封装，拉平各个平台的操作流程和基础能力优势并形成互补，为研发人员提供高效稳定的技术平台，提高开发人员的部署效率，降低资源使用成本，实现成本最优化，让业务开发迭代更加敏捷和稳定，并且为人工智能研发、大数据项目的开展提供基础。

4、得到学习中心系列拓展项目

“得到学习中心系列拓展项目”是公司基于现有“得到大学”业务的基础拓展多种线下学习场景的新举措，增强公司线下学习场景的服务能力，输出长、中、短周期以及高密度的线下终身教育产品，从而增加公司业务类型，探索更高客单价、更高服务凝结程度的线下服务产品，为线上线下活动的信息化、数字化提供技术支持，实现线下活动的线上同步管理，为用户提供自动化、信息化的学习环境，为线下业务活动的规模化扩张助力。

（五）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

公司主营业务的创新方向主要服务于实现“人人皆学、处处能学、时时可学”的目标。募集资金主要投向：1、知识服务软件的升级优化，增强软件的易用性，提升用户的产品体验；2、加大在“人工智能”、“大数据”的研发投入，为知识系统性梳理、知识体系智能关联、知识图谱等技术的广泛应用提供了底层算法保证，实现知识找人，实现构建“智能化”、“个性化”的知识服务软件，满足用户的多元学习场景，实现千人千面的软件服务；3、拓展线下学习场景，公司根据终身教育行业发展的规律做出战略性安排，发力线上与线下结合的新业务体系。通过建设“得到大学”等业务使用户的

学习场景从线上延伸到了线下，提高线下业务覆盖的区域范围，从而扩大增强公司“得到大学”等线下项目的服务能力。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）知识服务平台优化升级项目

1、项目概况

本项目的建设目标是基于通用文本检索等知识搜索引擎技术进行拓展、延伸，保证“得到”App 全站搜索的轻量高效及可触达，提升用户获取知识的效率；基于深度学习、知识图谱的个性化推荐技术来实现“得到”App 知识资源及载体的挖掘、分析、构建、绘制，显示知识及其相互联系，实现泛领域、横跨学科，不同形态产品的串联，并提高推荐策略的覆盖度和精度；同时研发和优化电子书、笔记、教务 LMS 系统、内容运营可视化等项目模块的功能和应用，构建新一代功能完备、技术先进且安全可靠的知识服务软件。本项目有 4 个子项目，分别为：

（1）“得到”App 全文智能搜索项目

知识搜索引擎是公司为用户提供高效、省时的知识服务的重要保障。“得到”App 站内海量、多维度的知识存在于不同的知识体系中，依托于知识搜索引擎，用户可对全平台各类型付费内容进行全文检索并免费就搜索结果进行试听、试读，解决了行业里长期以来用户通过公共搜索引擎仅能了解付费版权级知识产品内容的标题、简介，但无法获得其正文核心知识内容的痛点，降低了用户获取知识的门槛，提升了获取知识的效率。

本项目利用通用文本检索、推荐算法分桶技术，解决了传统搜索精确度过低，无结果率过高的问题，针对性优化来保证全量搜索的轻量高效。

（2）“得到”App 功能增强与优化项目

本项目的建设目标将继续实现“得到”App 产品功能的研发及优化，在原有的“得到”App 产品基础上，对电子书阅读器、笔记等核心模块进行研发升级，实现 App 功能的完善迭代以及数据的智能处理及交互。

（3）“得到”App 运营增强与优化项目

本项目重点研究基础软件运营适配技术，定制和增强“得到”App 运营功能，重点

对教研室 LVS 项目、内容运营可视化项目等核心模块进行研发升级，为高效运营平台下的学习应用提供解决方案，为后台课程班级管理、内容运营的高效精准做铺垫。

（4）“得到” App 功能安全可靠增强与优化项目

本项目的建设目标是重点研究安全可靠基础软件应用的开发与系统适配技术，定制和增强“得到”App 应用与安全功能，重点对风控系统、交易中台、用户中台等核心模块进行研发升级，为安全可靠平台下的学习应用提供解决方案，为“得到”App 打造干净的学习环境，保护公司所有业务平台的用户数据、账户资金的安全，以及得到平台用户内容的积极、健康、向上。

2、项目实施内容

（1）“得到” App 全文智能搜索项目

模块	子模块	产品研发状态	功能
“得到”App 全文智能搜索模块	多策略通用召回	升级	采用了多策略通用召回算法，保证相关的内容能够被召回
	Query 改写层	升级	增加 query 改写层，对不同场景下的用户 query 进行改写，提升商品召回率和精确率
	算法分桶配置平台	升级	根据不用场景、不同的用户进行搜索算法的动态配置，方便算法进行效果 AB 测试。同时在出现效果问题时，可以对线上正在运行的算法及时进行调整
	索引迁移	升级	借助 ES 自身提供的 Reindex 机制来进行索引迁移，保证了全量更新索引时的轻量高效，同时为了保证旧数据不会覆盖新数据，又做了针对性的优化

（2）“得到” App 功能增强与优化项目

模块	子模块	产品研发状态	功能
电子书阅读器：软件系统迭代开发	得到电子书 PC 版/MAC 版	新增	可以在 PC 浏览器以及 MAC 电脑上做排版引擎的适配，可以正常翻阅
	兼容复杂公式及代码	升级	对复杂的数学公式，计算机代码进行兼容展示，代码可直接一键复制，可更换主题
	翻译及词典	新增	对选中的文字进行中英文实时翻译，内置可以查询单词的词典功能
	古籍竖排版	新增	对一批高难度的古籍及孤本，进行特殊排版适配，满足竖排版文字展示
	文件压缩	新增	对 epub 电子书文件，特别是多图片元素的书籍，进行压缩优化，方便分享和下载
	电子书自动化生产管理系统	升级	版权管理/上传/自动化排版/上架管理等环节从人工逐渐实现自动化，提升运营效率
笔记独立产品	多平台笔记产品	新增	在 PC 端/MAC 端/浏览器插件/微信小程序/iOS/安卓上线笔记管理产品
	笔记产品官网上线	新增	笔记产品官网，提供产品介绍与下载等功能

模块	子模块	产品研发状态	功能
	多平台云端实时同步	新增	笔记的增减改删动作，在各个平台版本上实时自动同步
	Markdown 格式笔记	新增	增加 Markdown 格式的笔记
	适配复杂公式/代码	新增	在笔记中可直接插入复杂数学公式，可直接增加和修改代码模块
	语音笔记	新增	直接输入语音笔记，并自动转化为文字笔记
	思维导图	新增	可添加/编辑思维导图类型笔记
	与得到读书笔记互通	新增	“得到”App 里的笔记可以自动双向同步，修改后实时同步
	相关笔记推荐	新增	输入/保存笔记时，对文字进行语义识别，并推荐相关话题笔记

（3）“得到”App 运营增强与优化项目

模块	子模块	产品研发状态	功能
教研室 LVS 项目	老师权限管理	升级	得到知识服务提供者可以登陆系统，进行教研内容管理及学生管理
	实时查询系统	新增	给老师提供用户行为实时查询系统
	一课多班管理	新增	完成在同一课程之下，可以在多个时间节点开班，有固定的时间期限
	教程内容管理	升级	将现有的图文模式，增加直播/白板/连麦/视频等多种课程互动形式
	课程作业系统	升级	丰富作业系统的呈现方式，从图文增加到语音/视频等，增加老师的点评
内容运营可视化项目	展示模块	升级	按原比例还原客户端内的视图
	配置模块	升级	配置模块用于配置 App 内的各个业务功能
	功能模块	升级	支持预览、分享、定时上线等功能

（4）“得到”App 功能安全可靠增强与优化项目

模块	子模块	产品研发状态	功能
内容安全系统项目	内容审核平台	升级	对触发黄赌毒恐等敏感词的笔记/评论内容进行机器+人工的审核处理
	处罚平台	新增	对违规内容及违规用户进行等级不同的处罚策略
	DRM 系统升级优化	新增	为“得到”App 所有在线内容提供保护
	盗版内容溯源	升级	通过对每段音频的水印识别，对市面上的盗版内容进行溯源，对接权限管理或法务部门
	交易风控体系	新增	对黑卡/黑产用户进行识别，对高风险交易行为进行识别并处理
UGC 智能审核平台	模型训练平台	新增	借助已有的标注资源，基于 BERT 等最新的预训练模型算法，持续提升模型效果
	规则引擎	新增	支持实时配置文本审核规则，捕捉符合特定规则的垃圾文本

模块	子模块	产品研发状态	功能
	人工审核标注平台	升级	依托人工审核和实时数据更新，快速迭代文本审核模型，做到新型复杂文本垃圾的识别
	词表配置服务	新增	支持审核人员按业务场景快速配置敏感词表的功能。同时提供了敏感词影响力预测功能，保证上线一个新的敏感词时可以预估它的影响范围

3、项目必要性分析

（1）创新技术促进产业改革与升级，用户对终身教育软件需求进阶，需抓住产业升级机遇

随着互联网信息化技术在终身教育行业应用的日渐深入，用户对相关产品的需求日趋多元化，要求功能可覆盖用户多元化学习场景，提高用户学习效率。本项目是建立在公司现有核心产品基础上的产品研发与升级项目，从而丰富公司的产品及服务体系，增强公司的综合竞争能力。

（2）坚持自主核心技术，响应安全可靠的需求以及国家对于知识产权保护的号召

2016年12月，国务院发布了《十三五“信息化规划”》和《“十三五”国家知识产权保护和运用规划》，明确提到“坚持安全与发展并重……推动网络安全与信息化发展良性互动、互为支撑、协调共进”；“加大宽带移动互联网……知识产权保护力度。”本项目中的App功能安全可靠与优化项目，不仅能保护公司所有业务平台的用户数据、账户资金的安全，而且通过自主研发音视频的水印识别，盗版内容溯源，开创了创新的版权保护方式，充分响应了国家的政策目标。

（3）提升现有产品市场竞争力，提升软件智能化的服务能力

“得到”App所在的行业竞争日趋激烈，用户对获取知识的便利性及个性化的体验要求不断增加。本项目通过构建新一代功能完备、技术先进且安全可靠的知识服务软件，并保证“得到”App全站搜索的轻量高效及可触达，提升用户获取知识的效率，提升软件智能化的服务能力，巩固市场竞争力。

4、项目可行性分析

（1）国家政策大力支持基础软件行业发展，项目实施符合国家扶持基础软件的产品发展要求

我国已形成比较完整的促进基础软件产业发展的国家产业政策体系。国家政策法规

高度重视对基础软件行业技术创新的引导和扶持。2016 年 7 月，国务院发布《国家信息化发展战略纲要》，提出将“带动基础软件实现根本性突破”，2017 年 1 月，工业和信息化部、国家发展改革委发布《信息产业发展指南》，指出“基础软件和工业软件作为“十三五”时期我国信息产业发展的重点领域”。

在国家政策的利好影响下，基础软件的发展势必会呈现持续增长的态势，本项目目的符合国家政策导向。因此本项目具备政策可行性。

（2）教育信息化市场前景广阔

国家政策利好、科技快速发展等因素影响下，我国教育信息化的市场规模持续扩大。教育部于 2018 年 4 月印发了《教育信息化 2.0 行动计划》，指出要结合国家“互联网+”、大数据、新一代人工智能等技术的发展，推进“互联网+教育”的具体实施计划，升级教育形态，重点发展智能教育。

根据艾瑞报告显示，2014 年-2019 年，我国在线教育产业规模投入的金额由 1,010.4 亿元增至 3,317.7 亿元，复合增长率达到 26.84%。预计到 2020 年，我国在线教育产业规模的市场规模将超过四千亿元，到 2023 年将超过七千亿元。因此，巨大的市场空间为本项目的市场可行性带来了机遇。

（3）公司具备项目顺利实施的研发实力和技术储备

截至 2020 年 3 月 31 日，公司本项目拥有专业研发人员超过 130 人。公司研发团队在自动化的电子书生产系统、自适应的跨平台排版技术、数字版权管理技术、推荐算法分桶技术、多媒体溯源技术、基于深度学习的文本打分技术等核心技术方面有深厚的技术储备和人才积累。公司具有完善的产品研发流程和质量管理体系，拥有多年的系统软件开发、自动化系统测试和新产品快速预研等研发经验，并逐步建立了完善的开发、测试、发布等流程体系。

基于上述成熟的研发团队和专业的技术，知识服务平台软件优化升级项目在后续的研发过程将得到完整的研发资源和研发流程保障。因此，本项目具有实施的技术可行性。

5、项目实施方案

（1）项目建设目标

详见本节“二、募集资金投资项目具体情况”之“（一）知识服务平台优化升级项

目”之“1、项目概况”相关表述。

（2）项目实施主体

本项目由公司及公司全资子公司得到天津共同实施完成。

（3）项目实施地点与建设进度安排

①项目实施地点

本项目新增人员办公地点为公司现有租赁的办公楼预留场所，实施地点为北京市朝阳区。

②项目实施周期

根据项目总体规划，公司计划从募集资金到位当年开始本项目的实施，实施周期为3年。本项目建设内容包括设备及配套设施的投入、招募项目人员及培训，推广投入、安装和平台系统的持续运营、测试产品化、产品迭代等。

序号	建设目标	建设内容	第一年				第二年				第三年			
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	完成产品第一期的上线	完成第一期产品规划和需求分析,包括:全文智能检索、APP功能增强与优化、APP运营增强与优化、APP安全可靠增强与优化												
2		拟定研发计划,扩充、招募												
3		完成第一期产品详细设计												
4		完成第一期产品开发和测试												
5		完成第一期产品上线												
6	实现产品第二期的迭代与优化	结合用户反馈,完成第二期产品规划和需求分析,包括:全文智能检索、APP功能增强与优化、APP运营增强与优化、APP安全可靠增强与优化												
7		拟定研发计划,扩充、招募												
8		完成第二期产品详细设计												
9		完成第二期产品开发和测试												
10		完成第二期产品上线												
11	完成项目验收、评价、登记等	产品宣传、推广及项目验收、评价												
12		项目成果发表及知识产权登记												
13		开拓合作伙伴,共建生态												

6、项目投资估算

本项目总投资金额为 46,980.39 万元，各具体建设项目投资如下表：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	固定资产投入	906.67	1.93%
2	房屋租赁	2,945.55	6.27%
3	研发投入	29,271.56	62.31%
4	内容生产投入	10,637.72	22.64%
5	推广费用	2,454.44	5.22%
6	其他费用	264.45	0.56%
7	铺底流动资金	500.00	1.06%
合计		46,980.39	100.00%

7、项目备案情况

本项目已取得北京市朝阳区发展和改革委员会核发的《项目备案证明》，备案号为：京朝阳发改（备）[2020]186号。

8、项目环境评价

本项目为技术研发型项目，不涉及生产，项目实施对环境无不良影响，项目引入的设备主要为服务器、交换机等研发、测试设备，租用已有的数据中心机柜，不涉及新建数据中心工程，保证周围环境不受污染。在项目过程中，主要涉及到办公场所的正常照明用电、音视频设备用电、电脑用电和空调用电等，无特殊工业用电需求。本项目主要的污染物为生活垃圾，无需经过特殊处理，对环境不造成污染。

（二）人工智能基础研发中心建设项目

1、项目概况

本项目的建设主要是依托于大数据挖掘提升用户体验的持续技术开发与产品化，即在现有的人工智能相关服务基础上，利用深度学习的技术，对用户各项学习指标进行大数据分析，实现精准推送符合不同知识背景用户需求的知识内容；同时，在供给侧，公司利用知识图谱技术，并基于大数据对各学科领域知识点关联性的分析，串联平台内部不同类型的知识产品，加强为用户提供体系化知识的服务能力，从而使用户与平台的粘性、学习使用时长及留存保持在行业领先水平。本投资项目分为3个子项目，分别为：

（1）得到大脑项目

基于深度学习、知识图谱的个性化推荐技术可以实现知识资源及载体的挖掘、分析、构建、绘制，显示知识及其相互联系，该技术运用能有帮助用户更便捷的学习与自己兴趣相关的知识，实现知识找人的高精度推荐。精准化内容推荐进一步提高用户与平台的粘性，提高用户学习使用时长，提升用户与平台的交互性，促进用户使用行为、付费行为的转化。该项技术的实现不仅能为用户提供个性化的知识服务，而且能使用户与平台建立长期稳定的关系，从而提高用户的留存。

（2）大数据实时计算平台项目

本项目主要解决传统离线计算平台对海量数据只能延迟处理的困境，重点研究高性能实时计算引擎，统一资源管理隔离技术、规则广播机制。解决实时计算场景、异常恢

复等难点问题，消除实际业务规则和计算逻辑耦合的难题，各个业务的规则通过远程配置平台统一管理，统一广播分发给计算引擎各计算节点，从而节省巨大的维护资源，从而提高资源使用效率。

（3）自动化埋点平台项目

本项目的建设目标主要包括“得到”App 用户操作行为数据的采集、管理系统的升级与优化，解决以往数据采集易出错、开发效率低下的痛点，进一步升级自动化的数据采集 UI 框架，可视化的数据采集配置管理系统、自动化校验测试系统等。

2、项目实施内容

（1）得到大脑项目

模块	子模块	产品研发状态	功能
个性化推荐项目	统一召回、排序模型训练	升级	召回层在现有的多策略基础上，构建统一召回模型，利用机器学习统一管理各种策略，提升召回效果；排序层不断引入更多工业界前沿成果，提升排序效果
	特征工程	升级	结合搜索推荐场景，筛选出更好的模型特征，包含引入知识图谱的研究成果，提升模型训练效果
	分布式机器学习训练平台	升级	研发分布式机器学习训练平台，支持 GPU 运算，大幅度提升模型训练速度
知识图谱	知识审核标注平台	新增	提供可视化人工审核标注界面，对机器标注结果进行复审以及部分标注工作
	知识抽取与建模	升级	基于海量的多源异构数据，依赖命名实体识别、关系抽取、事件抽取等算法，从文本中进行知识抽取，并提供基于 RDF 的知识建模可视化操作界面
	多源知识融合算法	升级	基于实体链接技术，消除语义歧义信息，合并融合同义实体、关系，确保知识准确无误的和图谱中的实体进行关联
	大规模分布式图数据库	新增	提供高性能、可扩展、高可用的分布式图数据和存储引擎，保证毫秒级查询响应、支撑亿级顶点，同时具有较强的故障容灾能力
	知识脉络挖掘	升级	同国内双一流高校保持长期合作，推动得到大脑项目快速迭代。目前正在和浙江大学鲁伟明教授团队进行合作，基于海量的教科书，挖掘知识点之间的脉络关系
多轮对话	对话配置管理平台	新增	支持可视化的界面，方便进行对话技能的创建、对话意图配置以及词槽的设定
	自然语言理解技术	新增	利用深度学习技术，训练意图理解、实体识别模型，获得用户当前对话意图和关键实体
	模型训练管理平台	新增	支持训练数据的配置（对话模板+对话样本）、模型训练以及模型效果验证功能
	多轮对话理解技术	新增	同高校进行合作，研究基于多轮对话场景下、复杂上下文的自然语言理解技术
问答系统	Query 解析	新增	对用户问题进行关键词、实体的抽取，获取重点知识点，构建问题知识库
	深度语义匹配	新增	基于深度神经网络，搭建深度语义匹配模型，完成用户问题和

模块	子模块	产品研发状态	功能
	算法		知识库中问题的精准匹配
	问题生成技术	新增	同高校建立进行合作，研究问题生成课题：根据既定答案反向生成不同类型问题

（2）大数据实时计算平台

模块	子模块	产品研发状态	功能
数据集成模块	日志网关	升级	基于 Nginx 的高性能网关接口，完成用户行为数据的接收、解析等功能，转存到消息队列
	数据源管理	升级	针对多种类型的数据库，管理地址与密钥信息，提供数据传输任务调用
数据传输模块	消息队列	升级	高吞吐高性能的异步消息处理系统，为数据平台统一加工实时和离线数据提供通道
	数据传输任务调度	新增	为并发的数据传输任务提供调度作业能力，实现机器资源利用最大化
数据开发模块	SQL 开发界面	新增	为平台使用者提供友好的 SQL 开发界面，提供 SQL 语言解析、结果可视化、性能分析、权限拦截等功能
	数据字典	新增	提供数据仓库的库表及字段信息管理功能，辅助用户更好地查询数据
	数据仓库权限管理	升级	提供细致的权限管理功能，对无权查看的数据进行 SQL 拦截，对敏感数据进行脱敏，对敏感数据查询进行权限验证和审计
调度系统模块	多类型任务支持	升级	支持 Hadoop 生态下多种脚本和任务类型，统一封装
	任务流管理	新增	基于 DAG 图的任务流管理功能，支持按任务依赖、定时触发等多种任务编排模式
	可视化编辑功能	新增	支持 web 页面拖拉拽编辑等方式进行整个任务树的增删改查，简化调度系统的维护成本
资源管理模块	CPU 资源管理	新增	对整个集群的 CPU 资源进行管理
	内存资源管理	新增	对整个集群的内存资源进行管理
	磁盘资源管理	新增	对整个集群的磁盘资源进行管理
	系统资源监控	升级	对集群、单台机器的 CPU、内存、磁盘容量、网络 IO、磁盘 IO 等多个系统参数进行监控与异常报警
BI 可视化模块	数据提取功能	新增	支持 Hive、Presto、Impala、MySQL、Excel 等多种数据源的数据提取功能，支持 BI 看板的开发工作
	看板编辑功能	新增	支持拖拉拽方式进行 BI 报表的开发工作，极大降低数据分析师的工作难度，提升工作效率
	SQL 智能生成	新增	支持针对拖拉拽进行 BI 报表编辑后，智能生成 Hive、PrestoSQL 并进行性能优化

（3）自动化埋点平台项目

模块	子模块	产品研发状态	功能
客户端 SDK 模块	控件自动化埋点	升级	针对 iOS 和安卓端所有控件，支持通过配置下发方式的自动化埋点上报，自动化收集用户的点击行为数据
	页面自动化埋点	新增	针对 iOS 和安卓端所有页面，支持通过配置下发方式的自动化埋点上报，自动化收集用户的点击行为数据

模块	子模块	产品研发状态	功能
	控件曝光自动化埋点	新增	针对 iOS 和安卓端所有控件，支持通过配置下发方式，对所有曝光类事件进行上报，支持点击率计算和个性化推荐样本采集
web 端 SDK 模块	ReactNative 自动化埋点	新增	针对内嵌在客户端内的 ReactNative 页面，支持自动化埋点上报，包括控件点击和页面浏览等用户行为
	HTML5 自动化埋点	新增	针对内嵌在客户端内，以及在移动端的 HTML5 页面，支持自动化埋点上报，采集用户行为数据
可视化埋点模块	页面可视化	新增	支持客户端与 web 端的绑定，将客户端的展现情况以截图加标注的方式上报到平台，供数据 PM 进行标注
	埋点圈选配置	新增	支持客户端与 web 端的绑定，针对客户端需要埋点的控件及页面，进行参数圈选，自动生成埋点方案
埋点治理模块	埋点异常预警	新增	实时采集用户行为数据，并对分版本分端的埋点事件进行异常监控，如量级、参数缺失、规则冲突等
	规则引擎	新增	通过 DSL 语言进行规则编写，构建规则库，通过规则引擎进行风险判断，如出现高风险情况触发预警

3、项目必要性分析

（1）大数据、人工智能化已成为软件行业发展趋势，人机协同辅助学习可以大幅提高学习效率

2016 年 12 月及 2017 年 7 月，国务院相继发布了《十三五“信息化规划”》、《新一代人工智能发展规划》，提出“建立统一开放的大数据体系”；“研究跨媒体统一表征、关联理解与知识挖掘、知识图谱构建与学习、知识演化与推理、智能描述与生成等技术，开发跨媒体分析推理引擎与验证系统。”

本项目涉及的基于深度学习的个性化推荐技术、大规模实时计算平台技术、人工智能技术，对用户的各学习场景进行智能化支持，实现人机协同的生产服务模式，实现更高效的资源配置，充分响应了国家相关政策。总体目标与国家战略高度协同。

（2）构建新一代智能化发展的知识服务软件，增强公司的综合竞争能力

随着人工智能技术的发展与普及，用户对终身教育软件产品的需求日趋多元化和智能化，要求软件产品能够个性化、智能化的满足用户各学习场景，实现千人千面的软件服务。通过研发深度学习、知识图谱的个性化推荐技术，提供精细化的知识管理和学习规划指导，提高推荐策略的覆盖度和精度，充分挖掘、关联得到站内各个场景的用户学习数据，理解用户的学习兴趣和偏好，逐步构建更智能化的服务能力，从而增强公司的综合竞争能力。

4、项目可行性分析

（1）国家鼓励结合人工智能、大数据等技术，改变教育形态，强调发展智能教育

详见本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”之“二、募集资金投资项目具体情况”之“（二）人工智能基础研发中心建设项目”之“3、项目必要性分析”之“（1）大数据、人工智能化已成为软件行业发展趋势，人机协同辅助学习可以大幅提高学习效率”相关表述。本项目具备政策可行性。

（2）大数据产业市场规模广阔，人工智能发展达到红利期

现在已进入大数据、云计算、人工智能时代，大数据的广泛应用将会在各个领域的变革与发展。在国家的统筹规划与政策支持下，大数据市场规模持续扩大。根据统计，2018年大数据产业规模达到6,200亿元，同比增长32%，预计2020年国内大数据市场产值将突破万亿。

（3）公司具备项目顺利实施的研发实力和技术储备

公司目前拥有了超过4,000万的激活用户，积累了海量的用户学习数据。在2016年成立了大数据部门，2017年建立了深度学习团队，预计搭建一个100人左右的技术团队，加速大数据、知识图谱等方向的布局。

近两年，自然语言处理相关的技术得到长足的进步和发展。公司研发团队紧跟前沿技术的发展，在“大规模实时计算平台”、“基于深度学习、知识图谱的个性化推荐”等核心技术方面有着深厚的研发实力和技术储备。

基于上述成熟的研发团队和专业的技术，知识图谱/深度学习实验室建设募投项目在后续的研发过程将得到完整的研发资源和研发流程保障。因此，本项目具有实施的可行性。

5、项目实施方案

（1）项目建设目标

详见本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”之“二、募集资金投资项目具体情况”之“（二）人工智能基础研发中心建设项目”之“1、项目概况”相关表述。

（2）项目实施主体

本项目由公司及公司全资子公司得到天津共同实施完成。

（3）项目实施地点与建设进度安排

①项目实施地点

本项目新增人员办公地点为公司现有租赁的办公楼预留场所，实施地点为北京市朝阳区。

②项目实施周期

根据项目总体规划，公司计划从募集资金到位当年开始本项目的实施，实施周期为3年。本项目建设内容包括招募项目人员，设备及配套设施的完善、安装和平台系统的持续运营。

序号	建设目标	建设内容	第一年				第二年				第三年			
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	完成基础设施建设	产品整体规划	■											
		设备采购、搭建、安装等基础建设	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		研发和测试环境建设	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		拟定研发计划，人员招募等	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	完成一期产品交付，包括：得到大脑和实时计算平台	一期产品项目产品详细设计		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3		研发和测试环境建设		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4		一期产品相关功能开发、测试			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5		一期产品上线和用户反馈收集				■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	完成二期产品交付，包括：得到大脑优化、以及实时计算平台优化	二期产品主要功能开发					■	■	■	■	■	■	■	■
7		二期产品测试及功能优化						■	■	■	■	■	■	■
8		二期相关产品发布							■	■	■	■	■	■
9		质量提升及细节优化								■	■	■	■	■
10	产品推广，项目验收、评价、登记	知识产权工作		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
11		产品宣传、推广及项目验收、评价									■	■	■	■

6、项目投资估算

本项目总投资金额为 19,813.03 万元，各具体建设项目投资如下表：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	固定资产投入	5,145.72	25.97%
2	无形资产投入	1,009.22	5.09%
3	房屋租赁	543.85	2.74%
4	研发投入	7,838.10	39.56%
5	服务器网络带宽服务	4,666.80	23.55%
6	其他费用	109.35	0.55%
7	铺底流动资金	500.00	2.52%
合计		19,813.03	100.00%

7、项目备案情况

本项目已取得北京市朝阳区发展和改革委员会核发的《项目备案证明》，备案号为：京朝阳发改（备）[2020]187 号。

8、项目环境评价

本项目为技术研发型项目，不涉及生产，项目实施对环境无不良影响，项目引入的设备主要为服务器、交换机等研发、测试设备，租用已有的数据中心机柜，不涉及新建数据中心工程，保证周围环境不受污染。在项目过程中，主要涉及到办公场所的正常照明用电、音视频设备用电、电脑用电和空调用电等，无特殊工业用电需求。本项目主要的污染物为生活垃圾，无需经过特殊处理，对环境不造成污染。

（三）技术平台建设项目

1、项目概况

技术平台的建设目标是加强业务中台的研发，构建得到私有云平台，将第三方云平台和私有云平台的资源封装，拉平各个平台的操作流程和基础能力优势并形成互补，为研发人员提供高效稳定的技术平台，让业务开发迭代更加敏捷和稳定，并且为人工智能相关项目提供基础。

本投资项目分为 2 个子项目，分别为：

（1）业务中台项目

公司组建业务中台开发部，负责用户中台、交易中台、多媒体中台、用户数据中台等业务中台的研发。把有状态和业务强耦合的服务，改造为无状态化和无耦合的独立模块，方便前台业务端直接使用。

（2）基础架构平台项目

该项目负责开发中台相关技术平台，为研发条线提供稳定高效的技术支持，包括自动化的 SQL 审计系统、自动化的监控报警系统、分布式系统架构调用链路追踪系统、流量网关系统、服务容器化、API 管理、服务注册与发现组件、配置中心等。

2、项目实施内容

（1）业务中台项目

项目	模块	产品研发状态	功能
交易中台	支付平台新增功能	升级	增加更多的支付方式，例如：谷歌支付平台接入、支付宝和微信支付的代扣功能
	支付平台接入风控系统	新增	赠送、优惠券发放、勋章发放等功能业务系统与风控系统对接
	订单中心服务化	升级	得到所有交易场景都订单化，与财务自动化结算打通
用户中台	账号	升级	升级账号体系功能，使其支持公司所有业务线的需求，例如：“得到”App/电商等
	用户中心	新增	将业务端公共业务模块下沉服务化/用户生命周期管理/注册登录接入风控系统等
	用户数据中心	新增	用户账号安全、用户财产安全等
数据中台	学习进度服务	升级	将用户使用课程、听书、电子书的进度统一化
	留言管理服务	升级	提供统一的留言管理服务，对外支持课程、听书、活动等业务模块
	学习记录服务	升级	将用户使用得到的学习记录服务化，提供为上次业务使用，例如：学习记录/勋章/学分等
多媒体中台	音视频转码速度优化	升级	提升日常使用音频/视频服务中的稳定性，特别是极端场景下的优化，例如地铁等信号不好的地方
	CDN 节点动态化调度	升级	自动感知网络环境变化，在用户无感知的情况下进行网络切换，优化延时
	码率自适应调节	升级	根据用户的环境等情况，自动调节用户的视频/音频的推荐码率
	直播系统延时优化	升级	提供更低延时，更低丢包率的直播服务
	构建实时互动课堂系统	新增	为“得到大学”等教育场景构建实时互动课堂，能支持高清时评实时视频连线
风控中台	动态规则引擎模块	升级	调度特征计算，动态解析策略匹配，惩处动作决策及执行。是风控系统的决策大脑
	惩处中心模块	升级	完整并正确的进行各类惩处动作的执行，是风控系统对外动作输出的收敛口
	审核系统模块	升级	审核经过上游过滤后，打到审核系统的有疑似风险的数据，如用户审核，UGC 审核，图片审核
	策略效果模块	新增	统计及监控策略效果，具体排查风控因果数据及用户行为数据的服务
	黑白名单模块	升级	黑名单及还白名单服务，支持时间段有效及名单数据存档审计功能
	最短编辑路径模块	新增	多文本之间最短编辑路径求解

(2) 基础架构平台项目

项目	模块	子模块	产品升级状态	功能
混合云管理系统	权限管理模块	用户与资源权限判定	新增	判断用户与资源之间的权限，是否允许访问
		用户与资源权限管理	新增	设置用户与资源之间的权限内容
	用户模块	SSO 单点登录	新增	用户单点登录
		用户数据同步	新增	周期同步 ERP 中用户数据与平台数据一致
	任务流模块	流程运转调度	新增	任务流核心功能，流程完成后决策下一步的动作
		事件订阅与通知	新增	针对每一个流程点状态变更，触发业务回调，实现通知
		异常管理	新增	对于任务流中出现超时、错误等异常行为，进行检测和调度
		流程配置与管理	新增	对于一种新的任务流的设置以及增加、修改、删除等管理
	混合云管理模块	私有云平台 IASS 相关功能	优化	阿里云与私有云平台相关的基础设施管理平台
		流量调度	优化	多云流量调度、容灾等功能
		监控	优化	多机房监控日志收集、采样、监控等
调用链路追踪系统 / 分布数追踪系统	日志上报	trace 日志打印	优化	对信息进行打印
		日志上报	优化	将打印好的日志上报给下一级系统
	中间数据计算	MapReduce 数据分发	优化	分布式场景下，将需要聚合的同维度的数据，调度到统一节点处理
		Matrix 计算	优化	根据日志计算各种指标数据
		Matrix 下发	优化	将计算好的数据下发到下一流程
		数据清洗	新增	无效数据过滤并对异常数据进行修补
	实时数据处理	时序数据存储	新增	将实时数据快速计算并进行存储
		时序数据查询	新增	对于实时数据检索出来并形成多种图
	离线数据处理	离线数据存储	新增	将离线数据进行存储
		离线数据计算	新增	对离线数据进行复杂计算，实现特定需求
	异常监控	报警	新增	将异常信息发送到对应的订阅处
		异常检测	新增	将实时数据进行检测，看是否符合异常条件
运维统一管理平台 / 服务运行与管理	容器编排模块	容器编排模块	新增	将容器运行在多个服务器节点上，实现资源利用率最大化
		容器运行状态管理	新增	对容器的运行状态进行维护
		容器部署与运行	新增	将容器运行在制定的宿主节点上
	服务健康状态检测	基础数据收集与汇总	新增	对服务维度的 CPU/内存/带宽等资源占用数据进行收集与统计
		服务运行数据收集与汇总	新增	对服务的进程级别的数据进行收集，包含：RT、ping 等

项目	模块	子模块	产品升级状态	功能
		健康状态识别与判定	新增	根据收集上来的数据，判断服务是否异常
		异常事件通知	新增	对于异常的容器，及时向管理员通知
	持续集成	编译打包	新增	将代码打包为可用于部署的容器镜像
		自动化测试检测	升级	对代码进行异常检测、UT 检测、API 检测
		镜像管理	升级	对于打包好的镜像，实现一致性同步
		流量调度	新增	容器部署后，实现流量切换
	数据库管理平台	混合云及多类型数据库支持	升级	支持多公有云及私有云的接入，支持多种数据库如 mysql、mongo、redis 等的管理
		自动化性能分析与预警	升级	定期对数据库进行自动化分析并通过平台展示潜在问题
		SQL 智能审计	升级	对线上数据库设计及 sql 自动进行审计避免潜在风险
		精细化权限管理	升级	自助式及精细化的权限控制与管理，避免权限和账号滥用导致风险
		自动化部署及资源申请服务	升级	数据库部署全自动无人干预，数据库资源申请及变更自助化，无人值守
		自动化监控及告警	升级	全自动对 db 进行监控并多维度（短信，邮件，企业微信等）告警，方便及时故障处理
		跨机房数据同步	新增	同机房及跨机房数据同步服务，方便数据流转和使用，同时可做到安全审计
		自动化备份恢复服务	新增	分钟级备份恢复服务，可在误操作的情况下快速恢复数据，减少业务影响
任务调度平台化	实时任务管理	任务配置管理	优化	对定时任务实现配置能力
		任务执行器	优化	对于配置好的任务，进行执行并记录执行情况
		任务异常处理器	优化	将失败的任务执行通知
网关及管理系统	网络库	心跳检测与连接管理	优化	实时检测服务器之间的连接情况并对连接状态进行更新管理
		数据传输	优化	服务器之间通信的流程协议以及数据序列化协议
	核心存储	本地存储管理	优化	管理本地持久化存储，实现本地文件的读写、序列化协议等
		选主模块	优化	核心选主算法，在分布式服务集群中选出 Master 节点
	反向代理	流量调度模块	优化	将请求转发到对应的后端服务去
		频次控制	优化	对于单位时间内访问过快的接口进行管控，防止后端压力过大造成宕机
		路由改写	新增	根据用户访问参数将流量分配到不同的后端服务去
		数据压缩	新增	对访问的数据进行压缩，提升性能与网络吞吐
		访问鉴权	新增	对请求进行权限校验，阻止非法请求对系统的损害
	异常监控与报警	异常检测	新增	对访问异常、后端服务异常进行判定和识别
		报警	新增	对判定和识别出来的异常，实现实时通知以及信息

项目	模块	子模块	产品升级状态	功能
				送达
CDN 节点动态化调度			升级	自动感知网络环境变化，在用户无感知的情况下进行网络切换，优化延时

3、项目必要性分析

（1）公司通过研发技术平台来保证开发的高效稳定

随着公司业务的发展和研发人员同步增长，如何让新增的研发人员能创造更大的价值，就尤为重要。因此公司成立工程技术组，面向研发提供技术服务，研发得到技术平台 DCP（DedaoCloudPlatform），统一 IAAS 和 PAAS 的能力，为研发人员提供高效稳定的技术平台，提高开发人员从编码到上线全链路的开发效率，同时降低资源使用，实现成本最优化。

（2）提升自身云平台服务竞争力，摆脱对第三方云服务平台的依赖

伴随云计算的发展，更多企业将业务部署在云上，数据在云端累积产生。公司通过私有云平台的落地，应国家自主创新核心技术的号召，摆脱对第三方云服务平台的依赖，为公司提供高性能、易用、富有性价比的基础设施服务和平台，满足公司发展过程的实际业务需求。

4、项目可行性分析

（1）国家鼓励企业提升云计算设备和网络设备的核心竞争力

2016 年 12 月，国务院发布《“十三五”国家信息化规划》报告，发展目标中明确提出“核心技术自主创新实现系统化突破”，信息领域核心技术设备自主创新能力全面增强，新一代网络技术体系、云计算技术体系、端计算技术体系和安全技术体系基本建立。云计算数据中心和内容分发网络。提升云计算设备和网络设备的核心竞争力。从而协助基础软件厂商巩固提升先发优势。

因此本项目具备政策可行性。

（2）公司具备项目顺利实施的研发实力和技术储备

公司具有完善的产品研发流程和质量管理体系。同时研发团队在“跨云单元化技术”、“分布式架构系统性能追踪技术”、“风控规则引擎技术”等核心技术方面有深厚的研发实力和技术储备，将为后续的研发过程提供完整的研发资源和研发流程保障。

因此，本项目具有实施的可行性。

5、项目实施方案

（1）项目建设目标

详见本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”之“二、募集资金投资项目具体情况”之“（三）技术平台建设项目”之“1、项目概况”相关表述。

（2）项目实施主体

本项目由公司及公司全资子公司得到天津共同实施完成。

（3）项目实施地点与建设进度安排

①项目实施地点

本项目新增人员办公地点为公司现有租赁的办公楼预留场所，实施地点为北京市朝阳区。

②项目实施周期

根据项目总体规划，公司计划从募集资金到位当年开始本项目的实施，项目分三期规划执行，每期 12 月，实施周期为 3 年，三期的规划如下：

序号	建设内容	目标	第一年				第二年				第三年			
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	从0到1完成最小可用的版本	输出开发框架和部分中间件												
		交付DevOps自动化工具												
2	具备跨云单元化能力和平台化方式的研发服务	以平台化方式面向研发服务												
		提供跨云单元化能力，提供私有云和公有云能力												
3	技术平台聚焦：先进性、易用性、稳定性三个指标	提高系统自助化率												
		实现服务器自动化弹性管理												

6、项目投资估算

本项目总投资金额为 10,353.89 万元，各具体建设项目投资如下表：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	固定资产投入	13.44	0.13%
2	无形资产投入	95.29	0.92%
3	房屋租赁	598.60	5.78%
4	研发投入	9,088.91	87.78%
5	其他费用	57.65	0.56%
6	铺底流动资金	500.00	4.83%

序号	项目	金额（万元）	占比
	合计	10,353.89	100.00%

7、项目备案情况

本项目已取得北京市朝阳区发展和改革委员会核发的《项目备案证明》，备案号为：京朝阳发改（备）[2020]188号。

8、项目环境评价

本项目为技术研发型项目，不涉及生产，项目实施对环境无不良影响，项目引入的设备主要为服务器、交换机等研发、测试设备，租用已有的数据中心机柜，不涉及新建数据中心工程，保证周围环境不受污染。在项目过程中，主要涉及到办公场所的正常照明用电、音视频设备用电、电脑用电和空调用电等，无特殊工业用电需求。本项目主要的污染物为生活垃圾，无需经过特殊处理，对环境不造成污染。

（四）得到学习中心系列拓展项目

1、项目概况

项目主要建设内容是基于现有“得到大学”业务的基础来拓展建设多种线下学习场景。此项目旨在通过物理空间的落地、配套人员及设施的完善来建设公司的线下业务体系，进一步拓展业务覆盖的区域范围，从而扩大增强公司“得到大学”等线下项目的服务能力。

此外，在现有线下知识服务业务的基础上，公司将对基础性IT设施进行升级开发，为线上线下活动的信息化、数字化提供技术支持，实现线下活动的线上同步管理，为用户提供自动化、信息化的学习环境。线下业务体系和线上业务系统联动发展，有效增强公司的经营模式优势、推动公司业务规模发展和行业地位提升。

2、项目实施内容

（1）项目建设目标

本项目的建设目标是通过在常设校区所在地以长期租赁或者单场租赁的方式来获取线下实地经营场所，召开开学/毕业典礼，配置教研、教务管理人员，购置办公设备等，使得知识服务覆盖更多地区的用户，扩大招生规模，增强公司盈利能力。

（2）项目实施主体

本项目由公司及公司全资子公司得到天津共同实施完成。

（3）项目实施地点与建设进度安排

设立时间	城市名称	本次建设内容
第一年	北京、上海、深圳、成都、广州、杭州	扩建
	厦门、长沙、南京、苏州	新建
第二年	西安、郑州、青岛、昆明、武汉	扩建
	拓展城市 A	新建
第三年	拓展城市 B	新建

3、项目必要性分析

（1）实现服务下沉，开拓新的教育场景和用户资源，将终身学习理念和配套课程服务从一二线向三四五线城市扩散，提升终身教育普及度

公司所在的终身教育市场以线下为起点，但由于早期线下市场热度不高且高度分散，大规模的用户教育率先于线上发生，但单纯的线上终身教育体验仍存在服务短板。因此公司丰富业务矩阵，推出结合线上知识交付和线下群体学习、及时反馈的创新知识服务产品，帮助用户实现完整的学习闭环，为用户开拓新的教育场景，为用户提供线上线下联动式的立体化终身学习解决方案。建设前期，公司“得到大学”等业务主要在一线城市展开，未来三年将在三四五线城市开设新校区，放大核心教学优势，以低门槛、重运营、易拓展的新型线下业态来突破高门槛、重人力、难复制的发展障碍，将终身学习和配套课程服务从一二线向三四五线城市扩散，提升终身教育普及度。

（2）适应行业发展和竞争需求，提升公司竞争力

我国终身教育业务竞争格局初定，新型线下教育形态崛起，头部竞争者开始重视线下市场，开始展开线下业务布局，如知乎大学、混沌大学、创业黑马等。在日益激烈的行业竞争环境中，公司利用自身品牌先发优势和强大的课程自研能力，旨在向学员提供线上线下、轻度及重度相结合的知识服务，满足用户多元化、多场景的学习需求。

（3）公司拓展线下服务培训能力需求迫切

经过“得到大学”前期发展，公司的线下校区分布北京、上海、深圳、成都、广州、杭州、西安、郑州、青岛、昆明、武汉等城市，公司已经初步建立了线下终身教育培训

网络，发展态势良好，在行业内积累了良好的口碑，使得公司在市场竞争中占据有利位置。公司业务增长迅猛，招生人数保持较高的增长速度。公司现有的校区中心规模无法满足业务的快速增长，因此拓展终身教育线下培训能力、扩大招生规模势在必行。

4、项目可行性分析

（1）国家出台系列政策支持终身教育行业发展

近年来，我国居民精神文化需求旺盛，随着信息产业的持续升级，国家相关政策鼓励学习型社会的建设，用户对终身学习的认可逐步提升，需求不断扩大。习近平总书记曾指出“因应信息技术的发展，推动教育变革和创新，构建网络化、数字化、个性化、终身化的教育体系，建设‘人人皆学、处处能学、时时可学’的学习型社会，培养大批创新人才，是人类共同面临的重大课题”。近年来，我国出台了一系列政策支持终身教育发展。

党的十八大提出，“完善终身教育体系，建设学习型社会”。这是继党的十六大和十七大提出建设全民学习、终身学习的学习型社会，《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020年）》确定到2020年“基本形成学习型社会”后，又一次突出强调的国家重大战略决策，是我国实现全面建成小康社会和中华民族伟大复兴宏伟目标的根本保障。《十九届四中全会公报》中也提到构建服务全民终身学习的教育体系，推出更多群众喜爱的文化精品，反映了教育体制改革、文化供给侧改革的迫切需求。作为国内终身教育行业先行者，公司于2017年在国内首次提出“建设一所终身大学”作为公司愿景，并不断壮大将助力我国教育行业的进一步发展。

（2）公司具备设立和运营线下业务的业务经验

借助公司举办跨年演讲、线下课程以及“得到大学”等线下活动的组织和运营经验，公司在线下业务的选址、场地布置、团队搭建、举办活动等方面形成规范化的流程，公司拥有领先的案例培训、课程开发体系与班级运营体系，有利于公司快速在全国范围内进行得到学习中心系列拓展项目的建设。

（3）行业发展空间为项目建设提供有力条件

根据艾瑞估算，2020年中国终身教育线下付费市场规模达到近六百亿元，到2023年市场规模预计达到820亿元，未来仍有较大的上升潜力，2020-2023年复合增长率约为11%。我国终身教育行业市场规模较大，学习者对于自身全方面发展的需求持续增长，

本项目的实施将迎来较为良好的市场前景，具有较强的可行性。

5、项目投资估算

本项目总投资金额为 26,529.21 万元，各具体建设项目投资如下表：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	固定资产投入	1,454.01	5.48%
2	房屋租赁	6,026.84	22.72%
3	教务及教研投入	8,208.18	30.94%
4	运营及推广投入	7,703.42	29.04%
5	研发投入	2,636.77	9.94%
6	铺底流动资金	500.00	1.88%
合计		26,529.21	100.00%

6、项目备案情况

根据北京市朝阳区发展和改革委员会签发的《关于北京思维造物信息科技股份有限公司项目备案相关情况的函》，本项目不属于固定资产投资项目管理范畴，不需要进行备案。

7、项目环境评价

该项目为校区建设项目，产生的主要污染物及整理措施如下：

废水：产生的废水主要为少量生活污水，依托校区所处的商业建筑或市政污水处理设施处理。

固废：日常运行中产生的固废主要为少量生活垃圾和废包装材料。生活垃圾依托校区所处商业建筑或市政环卫部门清运。废包装材料由当地资源回收中心收集再利用。

噪声：本项目日常运营一般不产生噪声。校区的选址和建设须符合城市规划等相关要求，尽量避开噪音敏感建筑。空调室内外机选用低噪音设备。

三、未来发展与规划

（一）发展目标

公司秉承“建设一所全球领先的终身大学”的愿景，以“让每个人都能从知识中获得力量”为使命，专注于运用互联网、人工智能等先进技术工具，与最领先的全球教育

实践对标，不断满足服务于个人进入社会后的终身学习需求，致力于构建完备的课程体系和学习模式。

（二）发展战略

围绕建设一所全球领先的终身大学的发展目标，公司管理层制定如下发展战略：

1、产品战略

在产品战略上，相比于营销驱动，公司更倾向以供给驱动增长。公司以教育产品供给侧创新，不断提供适应学习者学习场景、满足学习需求的知识产品，从线上课程、听书、电子书，到结合线下的“跨年演讲”、“得到大学”，逐渐完善构建网络化、数字化、个性化、终身化的教育体系。未来公司将持续投入课程研发、开发更多的产品类型、不断地提升服务能力、扩展服务边界，进一步构建适应终身学习的教育体系，践行服务于终身学习需求的战略目标。

2、技术战略

在技术战略上，相比于实用主义，公司更倾向保持技术研发的前瞻性。公司自主研发了基于人工智能、深度学习的个性化推荐、知识图谱等核心技术，以提升学习体验、丰富功能模块。未来，公司将保持对技术研发的重度投入，持续对相关核心技术进行创新和攻关，以构建智能化的知识服务生态，为终身学习者的持续学习提供重要的技术保障，让“得到”生态更懂得每一个用户。

3、品牌战略

在品牌战略上，相比于依赖高知名度，公司更倾向以信用驱动增长。多年来，公司坚持研发高品质的课程，重视品牌信用的积累，使得公司的产品及服务已逐渐成为优秀知识内容生产者的聚集地，和对知识有追求的学习者的首选入口，并受到教育界、企业界的充分信任。未来，公司将持续重视品质控制和品牌信用，提升学习者和社会公众对公司品牌及产品服务的认可，以保持公司建设一所全球领先的终身大学的长期竞争力。

（三）未来三年发展规划及实施措施

公司将以本次发行上市为契机，通过募集资金投资项目的建设，增强公司的软件开发能力及自主创新能力，使公司主营产品和服务得到完善与升级，为终身学习者打造学习型社会大学的服务体系，持续扩大终身教育领域的学习者总量，巩固和提升市场竞争

力；在现有业务基础上努力提高基于公司核心技术的拓展能力，促进公司在未来进一步做大做强。

公司作为知识服务行业的开创者，将围绕总体发展战略及发展目标，更好服务于终身学习人群，公司已采取并将进一步深入推行以下措施：

1、持续加大线下教育产品的服务能力建设与投入，扩大线下教育在全国的辐射范围和影响力

长期以来，高质量、符合时代特性的优质知识服务产品供给不足是终身教育行业的主要矛盾，供给压抑了需求，传统的产品供给主要由面向企业中高管及金融等高端人才的 MBA、EMBA 组成，而面向诸如医生、律师、公务员、教师等行业中坚力量人群的通识类教育产品供给严重不足。围绕这一特点，公司将进一步加大“得到大学”线下产品的研发投入，并持续开展“得到大学”线下业务实体校区的建设，力争未来三年内完成对国内一、二线主要城市的覆盖。

在拓展现有线下教育网络的基础上，公司计划建设覆盖集报名、支付、流转、签到、管理等线下全部流程的一体化知识活动系统——“莫高系统”，进一步支持公司线下业务的拓展。“莫高系统”在初期仅支持由公司与合作方发起活动，待系统运营规范成熟后，逐渐开放并引入第三方知识机构，进一步拓展公司业务范围，从而构建覆盖全国主要城市的线下知识分享、实践转化网络。

2、保持重度研发投入、强化研发创新，逐步完善知识服务生态网络建设

公司将技术研发作为线上业务发展的核心驱动力，在现有“得到”App 产品基础上，坚持重度投入，努力研发和优化产品功能，构建新一代功能完备、技术先进且安全可靠的知识服务软件。其一是公司基于现有的“得到”App，持续提升产品的用户体验，丰富产品功能模块，增加产品的易用性，升级知识产品整体的交付感，让“得到”生态更懂得每一个用户。其二是“得到”App 功能增强与应用优化，公司研发和优化产品在电子书、笔记、支付、直播等项目模块的功能和应用，促进用户的持续购买与使用行为，让用户更便捷、顺畅地学习知识。其三是公司持续增强“得到”App 的安全功能，重点对风控系统、交易中台、用户中台等核心模块进行研发升级，保障公司所有业务平台的用户数据、账户资金的安全。

同时，公司将持续建设基础技术平台，构建得到私有云平台，将第三方云平台和私

有云平台的资源封装，使各个平台的操作流程和基础能力优势形成互补，提供高效稳定的技术研发平台，降低研发成本，让业务开发迭代更加敏捷和稳定。

3、建设知识图谱/深度学习实验室，构建新一代智能化发展的知识搜索引擎

公司在完善现有知识服务生态网络建设的基础上，构建新一代智能化发展的知识搜索引擎，以知识图谱/深度学习实验室为主要建设方向，包括如下两大建设目标：

建设目标一：公司基于“大规模实时计算平台”等核心技术，通过数据集成、运输、开发、BI 可视化等模块，来提高数据搜集、查询、分析的效率。通过深度学习、知识图谱的个性化推荐技术，显示知识及其相互联系，实现知识资源及载体的挖掘、分析、构建、绘制。上述技术的运用，能帮助用户更便捷地学习与自己兴趣相关的知识，实现知识找人的高精度推荐。

建设目标二：公司通过“基于深度学习、知识图谱的个性化推荐”等核心技术的进一步拓展、延伸，为用户提供深度知识搜索等服务，提供精细化的知识管理和学习规划指导，构建新一代智能化发展的知识服务软件。公司基于大数据实时计算平台项目，解决传统离线计算平台对海量数据只能延迟处理的困境，从而提高资源的使用效率。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

为保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享受资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利，本公司已按照《证券法》《公司法》《上市公司信息披露管理办法》及《创业板股票上市规则》等法律法规，结合公司实际情况制定了《公司章程（草案）》《信息披露管理制度（草案）》（以下简称“《信息披露管理制度》”）《投资者关系管理工作制度（草案）》（以下简称“《投资者关系管理制度》”）等一系列制度，该等制度自公司在创业板上市后即实施。

（一）信息披露制度和流程

发行人公开发行股票上市后，将根据有关法律法规、深圳证券交易所的有关规定以及《公司章程（草案）》和《信息披露管理制度》的规定，认真履行信息披露义务，及时在指定报刊及网站上公告公司在涉及重大交易和重要财务决策等方面的事项（包括公告定期报告和临时公告等），切实维护广大投资者利益。

信息披露事务管理制度由公司董事会负责建立、实施，董事会应当保证制度的有效实施，确保公司相关信息披露的及时性和公平性，以及信息披露内容的真实、准确、完整、及时。董事会秘书具体负责公司信息披露工作。公司应当保证董事会秘书能够及时、畅通地获取相关信息。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

发行人的信息披露及投资者服务工作由董事会办公室统一领导和管理，董事会秘书负责具体的协调、组织信息披露及投资者服务事宜，相关人员的联系方式如下：

董事会秘书	池书进
联系电话	010-65003082
传真号码	010-65003082
互联网网址	www.igetget.com
电子信箱	ir@luojilab.com

（三）未来开展投资者关系管理的规划

发行人将按照《公司章程（草案）》《信息披露管理制度》和《投资者关系管理制度》等相关制度切实开展公司与投资者之间的沟通，促进投资者对公司的了解和认同，确保投资者公平、及时地获取公司公开信息。

公司将通过与投资者进行充分的沟通，在提高运作透明度的同时，提升公司治理水平。在投资者关系建设过程中，公司将以强化投资者关系为主线，以树立公司资本市场良好形象为目标，探索多渠道、多样化的投资者沟通模式，保持与投资者，特别是中小投资者的持续沟通交流，努力拓展与投资者沟通的渠道和方式，积极听取投资者的意见与建议，并在交流的过程中不断总结经验，查找不足，持续推动投资者关系管理工作的完善和规范。

二、股利分配及发行前滚存利润安排

（一）发行后的股利分配政策和决策程序

根据公司于2020年9月3日召开的2020年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》及《关于公司首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市后三年股东分红回报规划的议案》，公司发行后的股利分配政策如下：

1、利润分配的原则

（1）公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，充分听取和考虑中小股东的要求，不损害投资者的合法权益。

（2）利润分配政策应保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

（3）优先采用现金分红的利润分配方式。

2、利润分配的具体政策

（1）利润分配的形式与时间间隔：公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

（2）现金分红的具体条件和比例：除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配

利润为正，且符合相关法律法规和监管规定的前提下，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

特殊情况是指公司重大投资或重大资金支出等事项发生(募集资金项目除外)，重大投资或重大资金支出事项指按相关法规及公司章程规定，需由股东大会审议批准的事项。

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

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

（4）发放股票股利的具体条件：若公司经营情况良好，营业收入和净利润持续增长，且董事会认为公司股本规模与净资产规模不匹配时，可以提出股票股利分配方案。公司采用股票股利进行利润分配的，应当综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（5）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

3、利润分配的审议程序

（1）公司利润分配方案由董事会提出，董事会在制定现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件、决策程序要求等事宜。

（2）利润分配方案经董事会过半数以上表决通过，方可提交股东大会审议。

（3）独立董事应当对公司利润分配方案发表独立意见。独立董事可以征集中小股

东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

（4）股东大会对利润分配具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见。公司股东大会审议利润分配方案需经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上通过。

4、利润分配方案的实施

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

5、利润分配政策的变更

如遇到战争、自然灾害等不可抗力事件，或者公司外部经营环境变化并已经或即将对公司生产经营造成重大影响，或者公司自身经营状况发生较大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。确有必要对公司章程确定的利润分配政策进行调整或者变更的，应当满足公司章程规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程序，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过，且调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深交所的有关规定。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

发行前后的公司利润分配政策未发生实质性变化，但发行后的利润分配政策更侧重对中小投资者的回馈和保护，进一步增加了信息披露，独立董事的独立意见及征集投票权等安排。

（三）滚存利润分配安排

根据公司于 2020 年 9 月 3 日召开的 2020 年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司本次发行前滚存未分配利润分配方案的议案》，公司滚存的可供股东分配的利润，在本次公司股票公开发行后，由新老股东按持股比例享有。

三、股东投票机制

发行人制定的《公司章程（草案）》和《股东大会议事规则》等对股东投票机制的相关规定如下：

（一）采取累积投票制选举和更换公司董事

股东大会就选举董事、监事进行表决时，公司应当采用累积投票等方式保护中小股东的权益。

（二）中小投资者单独计票机制

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票方式

股东大会应当设置会场，以现场会议形式召开，并应当按照法律、行政法规、中国证监会或公司章程的规定，采用安全、经济、便捷的网络和其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述公司采用的方式参加股东大会的，视为出席。

（四）征集投票权的相关安排

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

四、与投资者保护相关的重要承诺

发行人、发行人股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的证券服务机构等作出以下重要承诺。

（一）关于股份锁定的承诺

1、控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人罗振宇承诺：“一、自发行人股票在深圳证券交易所上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在发行人上市之前直接或者间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本人在发行人上市之前直接或间接持有的发行人股份。

二、本人承诺，若本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，该等股票的减持价格将不低于发行价；在发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收

盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末(如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日)收盘价低于发行价，本人直接或者间接持有的发行人股票的上述锁定期自动延长六个月。上述发行价指发行人首次公开发行股票的发价价格，如果发行人上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股或配股等原因进行除权、除息的，则上述价格将进行相应调整。

三、在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，如实并及时申报直接或间接持有发行人股份及其变动情况；在满足股份锁定承诺的前提下，每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过直接或间接持有发行人股份总数的 25%；在买入后六个月内卖出，或者在卖出后六个月内又买入，由此所得的收益归发行人所有；离职后六个月内，不转让直接或间接持有的发行人股份。如本人在发行人本次发行上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人直接或间接持有的发行人股份；在本次发行上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不得转让本人直接或间接持有的发行人股份。

四、在前述承诺履行期间，本人职务变更、离职等原因不影响本承诺的效力，在此期间本人仍将继续履行上述承诺。

五、上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人同意实际减持股票所得收益归公司所有，且本人愿意承担因违背上述承诺而产生的法律责任。

六、在本人持股期间，若关于股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

2、其他股东承诺

公司股东李天田承诺：“一、本人将严格履行发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书中披露的股票锁定承诺，自发行人股票在创业板上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在发行人上市之前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本人在发行人上市之前直接或间接持有的发行人股份。在上述锁定期满后，本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，如实并及时申报直接或间接持有发行人股份及其变动情况；在满足股份锁定承诺的前提下，每年转让直接或间接持有的发

行人股份不超过直接或间接持有发行人股份总数的 25%；在买入后六个月内卖出，或者在卖出后六个月内又买入，由此所得的收益归发行人所有；离职后六个月内，不转让直接或间接持有的发行人股份。如本人在发行人本次发行上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人直接或间接持有的发行人股份；在本次发行上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不得转让本人直接或间接持有的发行人股份。

二、本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，该等股票的减持价格不低于发行人首次公开发行股票之时的发行价。发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人直接或间接持有发行人股票的锁定期自动延长至少六个月。如果发行人上市后因发现现金红利、送股、转增股本、增发新股或配股等原因进行除权、除息的，则上述价格将进行相应调整。

三、在前述承诺履行期间，本人职务变更、离职等原因不影响本承诺的效力，在此期间本人仍将继续履行上述承诺。

四、上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人同意实际减持股票所得收益归公司所有，且本人将依法承担相关责任。

五、在本人持股期间，若关于股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

公司股东杰黄罡承诺：“一、自发行人首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，本合伙企业不转让或者委托他人管理本合伙企业直接或者间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该等股份。

二、本合伙企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；发行人上市后六个月内，如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本合伙企业直接或者间接持有发行人股份的锁定期自动延长六个月（若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除权除息事项的，则上述价格

将进行相应调整)。

三、若违反上述承诺，本合伙企业愿意承担因违背上述承诺而产生的法律责任。

四、在本合伙企业持股期间，若关于股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本合伙企业愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。”

公司股东文产基金、上海乐进、凡银资产、峰尚资本、红华资本、真致成远、真格天弘、杭州陆投、乾刚投资、上海翱立承诺：“一、自发行人股票上市之日起 12 个月内，本企业/本公司不转让或者委托他人管理本企业/本公司在发行人上市之前直接或间接持有的发行人股份，也不得提议由发行人回购该部分股份。

二、本企业/本公司将遵守中国证券监督管理委员会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如相关法律、行政法规、中国证监会和深圳证券交易所对本企业/本公司持有的公司股份的转让、减持另有要求的，则本企业/本公司将按相关要求执行。

三、如本企业/本公司违反上述承诺，本企业/本公司愿承担因此产生的一切法律责任。”

公司股东红杉合信承诺：“一、自发行人首次公开发行股票并在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业在发行人首次公开发行股票并上市之前直接或间接持有的发行人股份，也不得提议由发行人回购该部分股份。

二、本企业将遵守中国证券监督管理委员会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如本企业减持所持有的发行人股份时，相关法律、行政法规、中国证监会和深圳证券交易所对本企业持有的公司股份的转让、减持另有规定的，则本企业将按届时有效的相关规定执行。

三、如本企业未履行上述承诺，本企业将依法承担相应的法律责任。”

公司股东造物家承诺：“一、自发行人首次公开发行股票并在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业在发行人上市之前直接或间

接持有的发行人股份，也不得提议由发行人回购该部分股份。

二、本企业将遵守中国证券监督管理委员会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如本企业减持所持有的发行人股份时，相关法律、行政法规、中国证监会和深圳证券交易所对本企业持有的公司股份的转让、减持另有要求的，则本企业将按届时有效的相关规定执行。

三、如本企业未履行上述承诺，本企业将依法承担相应的法律责任。”

公司股东深圳鼎实承诺：“一、自发行人股票上市之日起 12 个月内，本企业/本公司不转让或者委托他人管理本企业/本公司在发行人上市之前直接或间接持有的发行人股份，也不得提议由发行人回购该部分股份。

二、本企业/本公司将遵守中国证券监督管理委员会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如相关法律、行政法规、中国证监会和深圳证券交易所对本企业/本公司持有的公司股份的转让、减持另有要求的，则本企业/本公司将按相关要求执行。

三、如本企业未履行上述承诺，本企业将依法承担相应的法律责任。”

（二）控股股东和持股 5%以上股东关于持股意向和减持意向的承诺

1、控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人罗振宇就持股及减持意向承诺：“一、如果在锁定期满后，本人/本企业拟减持发行人股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于持有上市公司 5%以上股份的股东减持股份的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；本人/本企业在 3 个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不得超过发行人股份总数的 1%；

二、本人/本企业减持发行人股票应符合相关法律法规的规定，具体包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

三、如果在锁定期满后两年内，本人/本企业拟减持股票的，减持价格不低于发行

价格(发行价格指发行人首次公开发行股票的发价价格，如果因发行人上市后派发现金红利、送股、转增股本等原因进行除权、除息的，则按照深圳证券交易所的有关规定除权、除息处理)；

四、本人/本企业在持有发行人股份高于 5%期间减持发行人股份前，应提前三个交易日通知发行人予以公告，并按照深圳证券交易所的规则，及时、准确、完整地履行信息披露义务；在本人/本企业所持发行人股份低于 5%时继续减持的，应在交易完成后两个工作日内将减持股数、减持时间、减持价格等交易信息向发行人报备；

五、本人/本企业愿意承担因违背上述承诺而产生的法律责任。”

2、持股 5%以上的发起人股东承诺

公司股东李天田承诺：“一、如果在锁定期满后，本人/本企业拟减持发行人股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于持有上市公司 5%以上股份的股东减持股份的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；本人/本企业在 3 个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不得超过发行人股份总数的 1%；

二、本人/本企业减持发行人股票应符合相关法律法规的规定，具体包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

三、如果在锁定期满后两年内，本人/本企业拟减持股票的，减持价格不低于发行价格(发行价格指发行人首次公开发行股票的发价价格，如果因发行人上市后派发现金红利、送股、转增股本等原因进行除权、除息的，则按照深圳证券交易所的有关规定除权、除息处理)；

四、本人/本企业减持发行人股份前，应提前三个交易日通知发行人予以公告，并按照深圳证券交易所的规则，及时、准确、完整地履行信息披露义务；但本人/本企业持有发行人股份低于 5%时除外；在本人/本企业所持发行人股份低于 5%时继续减持的，应在交易完成后两个工作日内将减持股数、减持时间、减持价格等交易信息向发行人报备；

五、本人/本企业愿意承担因违背上述承诺而产生的法律责任。”

公司股东杰黄罡承诺：“一、如果在锁定期满后，本企业拟减持发行人股票的，将

认真遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于持有上市公司 5%以上股份的股东减持股份的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；本企业在 3 个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不得超过发行人股份总数的 1%；

二、本企业减持发行人股票应符合相关法律法规的规定，具体包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

三、如果在锁定期满后两年内，本企业拟减持股票的，减持价格不低于发行价格(发行价格指发行人首次公开发行股票的发行人价格，如果因发行人上市后派发现金红利、送股、转增股本等原因进行除权、除息的，则按照深圳证券交易所的有关规定除权、除息处理)；

四、本企业减持发行人股份前，应提前三个交易日通知发行人予以公告，并按照深圳证券交易所的规则，及时、准确、完整地履行信息披露义务；但本企业持有发行人股份低于 5%时除外；在本企业所持发行人股份低于 5%时继续减持的，应在交易完成后两个工作日内将减持股数、减持时间、减持价格等交易信息向发行人报备；

五、本企业愿意承担因违背上述承诺而产生的法律责任。”

公司股东文产基金承诺：“一、如果在锁定期满后，本人/本企业拟减持发行人股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于持有上市公司 5%以上股份的股东减持股份的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；本人/本企业在 3 个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不得超过发行人股份总数的 1%；

二、本人/本企业减持发行人股票应符合相关法律法规的规定，具体包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

三、如果在锁定期满后两年内，本人/本企业拟减持股票的，减持价格将参考当时发行人的二级市场价格确定，并遵守相关法律法规和相关证券交易所规则的规定；

四、本人/本企业减持发行人股份前，应提前三个交易日通知发行人予以公告，并按照深圳证券交易所的规则，及时、准确、完整地履行信息披露义务；但本人/本企业持有发行人股份低于 5%时除外；在本人/本企业所持发行人股份低于 5%时继续减持的，应在交易完成后两个工作日内将减持股数、减持时间、减持价格等交易信息向发行人报

备；

五、本人/本企业愿意承担因违背上述承诺而产生的法律责任。”

公司股东红杉合信承诺：“一、在持有上市公司 5%以上股份期间，锁定期满后，本企业拟减持发行人股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于持有上市公司 5%以上股份的股东减持股份的相关规定，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；

二、本企业减持发行人股票应符合相关法律法规的规定，具体包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

三、锁定期满后两年内，本企业拟减持股票的，减持价格将参考发行人当时的二级市场价格确定，并遵守相关法律法规的规定；

四、本企业减持发行人股份，应按照《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所届时有效的规定履行信息披露义务，如前述法律及监管规则另有规定或未来发生变化的，本企业减持发行人股份及信息披露亦应符合相关法律及监管规则的要求；

五、本企业愿意承担因违背上述承诺而产生的法律责任。”

公司股东造物家、上海乐进、乾刚投资承诺：“一、在持有上市公司 5%以上股份期间，锁定期满后，本企业拟减持发行人股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于持有上市公司 5%以上股份的股东减持股份的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；

二、本企业减持发行人股票应符合相关法律法规的规定，具体包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

三、如果在锁定期满后两年内，本企业拟减持股票的，减持价格不低于发行价格(发行价格指发行人首次公开发行股票的发价价格，如果因发行人上市后派发现金红利、送股、转增股本等原因进行除权、除息的，则按照深圳证券交易所的有关规定除权、除息处理)；

四、本企业减持发行人股份前，应提前三个交易日通知发行人予以公告，并按照深

圳证券交易所的规则，及时、准确、完整地履行信息披露义务；但本企业持有发行人股份低于 5%时除外；

五、本企业愿意承担因违背上述承诺而产生的法律责任。”

（三）关于上市后三年内稳定股价的承诺

公司及其控股股东、实际控制人、董事（未领薪董事、独立董事除外）、高级管理人员承诺就上述稳定股价措施接受以下约束：

1、稳定股价的措施

公司股票自上市之日起三年内，如连续二十个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），非因不可抗力因素所致，公司及相关主体将采取以下措施中的一项或多项稳定公司股价：公司回购公司股票；公司控股股东增持公司股票；在公司领取薪酬的董事、高级管理人员增持公司股票；其他证券监管部门认可的方式。

1、公司回购公司股票的具体安排

公司董事会将在公司股票价格触发启动股价稳定措施条件之日起的十个交易日内制订稳定股价的具体实施方案，并履行完毕相关内部决策程序和外部审批/备案程序（如需）。

公司应于股票价格触发启动股价稳定措施条件之日起三个月内以不低于公司上一年度经营活动产生的现金流量净额 10%的资金回购公司股份，单一会计年度公司累计回购公司股份的比例不超过回购前公司股份总数的 2%，回购股份的价格不超过公司上一年末经审计的每股净资产。

公司回购股份行为及信息披露应当符合《公司法》《证券法》等法律、法规及其他规范性文件的规定。回购后公司的股份分布应当符合上市条件。

2、控股股东增持公司股票的具体安排

如公司无法实施回购股份，或公司完成股份回购后，公司股票连续二十个交易日的收盘价仍低于公司上一年末经审计的每股净资产时，公司控股股东罗振宇应在符合《公司法》《证券法》等法律法规的条件和要求，不会导致公司股份分布不符合上市条件和

不会导致控股股东需履行要约收购义务的前提下，增持公司股份。

公司控股股东应于其稳定股价义务触发之日起十个交易日内向公司书面提出增持公司股份的方案(包括但不限于增持股票数量区间、计划的增持价格上限、完成时间等)并由公司进行公告。

公司控股股东应于其稳定股价义务触发之日起九十个自然日内通过证券交易所在二级市场买入的方式增持公司社会公众股份。控股股东增持价格不高于公司上一年度末经审计的每股净资产，单次用于增持公司股份的资金金额不低于自公司上市后应得公司现金分红累计金额的 20%，单一会计年度累计用于增持公司股份的资金金额不高于自公司上市后应得公司现金分红累计金额的 50%。

公司控股股东增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》《证券法》等法律、法规及其他规范性文件的规定。

3、公司董事、高级管理人员增持公司股票的具体安排

如无法实施公司控股股东增持措施，或公司控股股东根据股价稳定措施完成股份增持后，公司股票连续二十个交易日的收盘价仍低于公司上一年末经审计的每股净资产时，在公司领取薪酬的董事、高级管理人员应在符合《公司法》《证券法》等法律法规的条件和要求，不会导致公司股份分布不符合上市条件和不会导致相关股东需履行要约收购义务的前提下，增持公司股份。

公司董事、高级管理人员应于其稳定股价义务触发之日起十个交易日内向公司书面提出增持公司股份的方案(包括但不限于增持股票数量区间、计划的增持价格上限、完成时间等)并由公司进行公告。

公司董事、高级管理人员应于其稳定股价义务触发之日起九十个自然日内通过证券交易所在二级市场买入的方式增持公司社会公众股份，增持价格不超过公司上一年末经审计的每股净资产，单次用于增持公司股份的资金不低于其上一年度从公司领取的税后薪酬总额的 20%，单一会计年度累计用于增持公司股份的资金金额不高于其上一年度从公司领取的税后薪酬总额的 50%。

公司董事、高级管理人员增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》《证券法》等法律、法规及其他规范性文件的规定。

对于公司上市后三年内新聘的董事、高级管理人员，公司将在其作出承诺履行公司本次发行股票并上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺要求后，方可聘任。

4、稳定股价方案的终止情形

在稳定股价具体方案的实施期间内或实施前，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

（1）公司股票连续十个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）；

（2）继续回购或增持公司股份将导致公司股份分布不符合上市条件；

（3）继续增持公司股份将导致相关股东需履行要约收购义务；

（4）公司或相关主体用于回购或增持公司股份的资金达到稳定公司股价预案规定的上限。

5、未履行稳定股价方案的约束措施

如控股股东未能履行稳定股价的承诺，则公司有权自稳定股价方案公告之日起九十个自然日届满后对相关股东的现金分红予以扣留，直至其履行增持义务。

若公司董事会制订的稳定股价方案涉及公司董事、高级管理人员增持公司股票，如董事、高级管理人员未能履行稳定股价的承诺，则公司有权自稳定股价方案公告之日起九十个自然日届满后对其从公司领取的收入予以扣留，直至其履行增持义务。

2、控股股东、董事及高级管理人员关于稳定股价的承诺

（1）罗振宇作为公司控股股东，对公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价作出如下承诺：“一、如思维造物无法实施回购股份，或思维造物完成股份回购后，思维造物股票连续二十个交易日的收盘价仍低于思维造物上一年末经审计的每股净资产时，本人应在符合《公司法》《证券法》等法律法规的条件和要求，不会导致思维造物股份分布不符合上市条件和不会导致本人需履行要约收购义务的前提下，增持思维造物股份。

二、本人应于稳定股价义务触发之日起十个交易日内向思维造物书面提出增持思维造物股份的方案（内容包括但不限于增持股票数量区间、计划的增持价格上限、完成时

间等)并由思维造物进行公告。

三、本人将于稳定股价义务触发之日起九十个自然日内通过证券交易所在二级市场买入的方式增持思维造物社会公众股份。本人增持价格不高于思维造物上一年度末经审计的每股净资产，单次用于增持思维造物股份的资金金额不低于自思维造物上市后应得思维造物现金分红累计金额的 20%，单一会计年度累计用于增持思维造物股份的资金金额不高于自思维造物上市后应得思维造物现金分红累计金额的 50%。本人增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》《证券法》等法律、法规及其他规范性文件的规定。

四、如本人未能履行稳定股价的承诺，则思维造物有权自稳定股价方案公告之日起九十个自然日届满后对本人的现金分红予以扣留，直至本人履行增持义务。”

（2）公司董事（不含未领薪董事、独立董事）及高级管理人员对公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价作出如下承诺：“一、如无法实施公司控股股东增持措施，或公司控股股东根据股价稳定措施完成股份增持后，公司股票连续二十个交易日的收盘价仍低于公司上一年末经审计的每股净资产时，本人应在符合《公司法》《证券法》等法律法规的条件和要求，不会导致公司股份分布不符合上市条件和不会导致相关股东需履行要约收购义务的前提下，增持公司股份。

二、本人应于稳定股价义务触发之日起十个交易日内向公司书面提出增持公司股份的方案(包括但不限于增持股票数量区间、计划的增持价格上限、完成时间等)并由公司进行公告。

三、本人应于稳定股价义务触发之日起九十个自然日内通过证券交易所在二级市场买入的方式增持公司社会公众股份，增持价格不超过公司上一年末经审计的每股净资产，单次用于增持公司股份的资金不低于本人上一年度从公司领取的税后薪酬总额的 20%，单一会计年度累计用于增持公司股份的资金金额不高于本人上一年度从公司领取的税后薪酬总额的 50%。

四、本人增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》《证券法》等法律、法规及其他规范性文件的规定。”

（四）对欺诈发行上市的股份回购的承诺

1、发行人承诺

发行人承诺：“一、招股说明书及其他信息披露资料的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司及全体董事、监事、高级管理人员按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

二、如中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所或司法机关认定招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失，但本公司能够证明自己没有过错的除外。

三、保证本公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

四、如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回本公司本次公开发行的全部新股。”

2、控股股东、实际控制人承诺

控股股东、实际控制人承诺：“一、发行人招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人与发行人及全体董事、监事、高级管理人员按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

二、保证发行人本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

三、如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回发行人本次公开发行的全部新股。

四、上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。”

（五）填补被摊薄即期回报的相关措施

1、控股股东、实际控制人承诺

控股股东及实际控制人承诺：“本人承诺不越权干预思维造物经营管理活动，不侵占思维造物利益；如违反承诺，本人愿意承担相应的法律责任。”

2、董事、高级管理人员承诺

全体董事及高级管理人员承诺：“一、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害思维造物利益；

二、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

三、本人承诺不动用思维造物资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

四、本人承诺思维造物董事会或提名与薪酬委员会制定的薪酬制度与思维造物填补回报措施的执行情况相挂钩；

五、本人承诺拟公布的思维造物股权激励的行权条件与思维造物填补被摊薄即期回报措施的执行情况相挂钩；

六、有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给思维造物或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对思维造物或者投资者的补偿责任；

七、本承诺函出具日后，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人承诺全面、完整、及时履行上述承诺。若本人违反上述承诺，给思维造物或股东造成损失的，本人愿意：（1）按照相关规定在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；（2）依法承担对思维造物及其股东造成的损失；（3）无条件接受中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规则、规定，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。”

（六）相关责任主体关于招股说明书信息披露的承诺

1、发行人承诺

发行人承诺：“一、招股说明书及其他信息披露资料的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司及全体董事、监事、高级管理人员按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

二、如中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所或司法机关认定招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失，但本公司能够证明自己没有过错的除外。

三、保证本公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

四、如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回本公司本次公开发行的全部新股。”

2、控股股东、实际控制人承诺

控股股东、实际控制人承诺：“一、发行人招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人与发行人及全体董事、监事、高级管理人员按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

二、保证发行人本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

三、如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回发行人本次公开发行的全部新股。

四、上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。”

3、董事、监事、高级管理人员承诺

发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺：“发行人招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，发行人及其全体董事、监事、高级管理人员按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

上述承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。”

4、证券服务机构承诺

发行人首次公开并上市的保荐机构（主承销商）中金公司承诺：“若因中金公司为发行人首次公开发行并上市制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，中金公司将依法赔偿投资者的损失。”

发行人律师植德承诺：“本所承诺若因本所为发行人首次公开发行并上市制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。”

发行人审计、验资机构容诚承诺：“若因容诚为发行人首次公开发行并上市制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，容诚将依法赔偿投资者损失。”

发行人评估机构立信承诺：“若因立信为发行人首次公开发行并上市制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，立信将依法赔偿投资者损失。”

（七）未能履行承诺时的约束措施

1、发行人承诺

发行人承诺：“一、如本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的(因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外)，本公司将采取以下措施：

1.在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

2.向本公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

3.将上述补充承诺或替代承诺提交股东大会审议；

4.本公司违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿；

5.对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪资或津贴。

二、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：

1.在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

2.向本公司的投资者提出补充承诺或替代承诺，尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，以尽可能保护本公司投资者的权益。”

2、控股股东、实际控制人承诺

控股股东、实际控制人承诺：“一、如本人/本企业承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的(因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人/本企业无法控制的客观原因导致的除外)，本人/本企业将采取以下措施：

1.在股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众道歉；

2.向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护思维造物及其投资者的权益；

3.将上述补充承诺或替代承诺提交思维造物股东大会审议；

4.本人/本企业违反本人/本企业承诺所得收益归属于思维造物，因此给思维造物或其投资者造成损失的，将依法对思维造物或其投资者进行赔偿。

二、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人/本企业无法控制的客观原因导致本人/本企业承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人/本企业将采取以下措施：

1.在股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众道歉；

2.向思维造物及其投资者提出补充承诺或替代承诺，尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，以尽可能保护思维造物及其投资者的权益。”

3、其他持股 5%以上的股东承诺

公司股东红杉合信承诺：“如本企业承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的(因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本企业无法控制的客观原因导致的除外)，本企业将采取以下措施：

一、如该违反的承诺属于可以继续履行的，本企业将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；

二、如该违反的承诺确已无法履行的，本企业将依法做出补充或替代性承诺，以尽可能保护思维造物及其投资者的权益；

三、本企业如因未履行相关承诺事项给投资者造成损失的，将根据相关法律法规及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所要求依法承担相应责任。”

公司股东李天田、杰黄罡、造物家、文产基金以及上海乐进、乾刚投资承诺：“一、如本人/本企业承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的(因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人/本企业无法控制的客观原因导致的除外)，本人/本企业将采取以下措施：

1.在股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众道歉；

2.向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护思维造物及其投资者的权益；

3.将上述补充承诺或替代承诺提交思维造物股东大会审议；

4.本人/本企业违反本人/本企业承诺所得收益归属于思维造物，因此给思维造物或其投资者造成损失的，将依法对思维造物或其投资者进行赔偿。

二、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人/本企业无法控制的客观原因导致本人/本企业承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人/本企业将采取以下措施：

1.在股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众道歉；

2.向思维造物及其投资者提出补充承诺或替代承诺，尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，以尽可能保护思维造物及其投资者的权益。”

4、董事、监事、高级管理人员承诺

董事、监事、高级管理人员承诺：“一、如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的(因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外)，本人将采取以下措施：“1.在股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众道歉；

2.向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护思维造物及其投资者的权益；

3.将上述补充承诺或替代承诺提交思维造物股东大会审议；

4.主动申请调减或停发薪酬或津贴；

5.本人违反本人承诺所得收益归属于思维造物，因此给思维造物或其投资者造成损失的，将依法对思维造物或其投资者进行赔偿。

二、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

1.依法及时、充分披露相关信息；

2.向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，以尽可能保护思维造物及其投资者的权益。”

（八）利润分配政策的承诺

发行人就利润分配承诺如下：“一、自本公司首次公开发行股票并上市后，将严格执行首次公开发行股票并上市制作的《北京思维造物信息科技股份有限公司章程（草案）》及本公司股东大会审议通过的其他制度文件所规定的利润分配政策，履行利润分配程序，实施利润分配。

二、若本公司非因不可抗力原因导致未能执行上述承诺内容，将采取下列约束措施：

1.本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向本公司股东和社会公众投资者道歉。

2.如果因本公司未履行上述承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。投资者的损失根据与投资者协商确定的金额，或者依据证券监管部门或其他有权部门认定的金额确定。

三、若本公司因不可抗力原因导致未能执行上述承诺内容，将采取下列约束措施：

1.本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因。

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

（九）依法承担赔偿责任的承诺

依据承担赔偿责任的承诺详见本节之“四、与投资者保护相关的重要承诺”之“（一）关于股份锁定的承诺”、“（二）控股股东和持股 5%以上股东关于持股意向和减持意向的承诺”、“（三）关于上市后三年内稳定股价的承诺”、“（四）对欺诈发行上市的股份回购的承诺”、“（五）填补被摊薄即期回报的相关措施”、“（六）相关责任主体关于招股说明书信息披露的承诺”以及“（八）利润分配政策的承诺”相关内容。

（十）其他承诺

1、避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人罗振宇关于避免同业竞争的承诺，参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“六、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的承诺”。

2、规范并减少关联交易的承诺

公司控股股东、实际控制人罗振宇承诺：“一、本人承诺，本人及本人控制的企业将尽量减少与发行人及其下属企业之间发生关联交易。

二、对于无法避免或有合理理由存在的关联交易，本人或本人控制的企业将与发行人依法签订规范的关联交易协议，关联交易价格依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性；并按照有关法律、法规、规章、其他规范性文件和发行人公司章程、关联交易管理制度的规定，履行关联交易决策、回避表决等公允程序，及时进行信息披露，保证不通过关联交易损害发行人及发行人其他股东的合法权益。

三、保证不要求或不接受发行人在任何一项市场公平交易中给予给本人或本人所控制的企业优于给予第三者的条件。

四、保证将依照发行人公司章程行使相应权利，承担相应义务，不利用股东/董事/高级管理人员的身份谋取不正当利益，不利用关联交易非法转移发行人的资金、利润，保证不利用关联交易损害发行人除本人之外的其他股东的合法权益。

五、如违反上述承诺，愿意承担由此给发行人造成的直接损失。

六、自本承诺函出具日起，本承诺函项下之承诺为不可撤销且持续有效。”

3、关于资金占用等事项的承诺

发行人承诺：“一、截至本保证出具之日，本公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情况。

二、截至本保证出具之日，本公司报告期内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情况。

本公司在此确认，本公司的上述保证是真实的，本公司愿意承担违反上述保证所产生的法律责任。”

公司控股股东、实际控制人罗振宇承诺：“一、本人确认，截至本承诺函出具之日，不存在思维造物或其下属企业资金被本人及本人控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项等方式占用的情况，也不存在思维造物或其下属企业为本人及本人控制的其他企业进行违规担保的情形。

二、本人承诺作为发行人控股股东、实际控制人期间将严格遵守有关法律、法规、规范性文件及发行人相关规章制度的规定，依法行使股东权利，不滥用股东权利损害思维造物或者思维造物其他股东的利益，本人及本人控制的除发行人以外的其他企业不以任何方式占用思维造物及其下属企业资金及要求思维造物或其下属企业违法违规提供担保。

三、如违反上述承诺，本人愿意承担由此产生的法律责任。”

4、发行人控股股东、实际控制人关于社会保险、住房公积金的承诺

公司控股股东、实际控制人罗振宇关于社会保险、住房公积金的承诺，参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人员工情况”之“（三）报告期内社会保险和住房公积金缴纳情况”之“3、控股股东、实际控制人关于社保及住房公积金的承诺”。

5、关于物业瑕疵的相关承诺

公司控股股东、实际控制人罗振宇关于物业瑕疵的承诺，参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、固定资产和无形资产”之“（三）租赁房产”。

6、关于税务合规事项的承诺

公司全体自然人股东已出具承诺书，承诺：

“本人已按照法律法规的规定，足额缴纳历次股权转让、分红所产生的个人所得税款项，不存在任何纠纷或潜在法律纠纷。若因本人股权转让、分红所得税款项缴纳问题被税务机关等行政机关进行处罚，相关的处罚后果均由本人承担，与思维造物无关。若因本人股权转让、分红所得税款项缴纳问题给思维造物造成损失，本人愿意向思维造物承担相关赔偿责任。”

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

针对采购合同，发行人重大合同的确定标准为发行人及子公司报告期内当年度累计发生的交易金额在 1,000 万元以上的合同；针对销售合同，重大合同为发行人及子公司报告期内当年度累计发生的交易金额在 500 万元以上的合同。

（一）采购合同

1、2017 年重大采购合同

序号	合同名称	供应主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
1	《图书销售协议》	中信出版集团股份有限公司	思维造物向中信购买定制版图书，并作为经销商在逻辑思维自有渠道独家销售	2,149.29	2017.03.01-2018.02.28	履行完毕
	《电子图书授权合作协议》	中信联合云科技有限责任公司	得到天津按照约定价格向中信联合云采购图书的电子书版权		2017.11.04-2019.11.03	履行完毕
2	《订阅产品合作协议》及其补充协议	薛兆丰	得到天津在“得到”App 中开设订阅产品“薛兆丰的经济学课”以供用户订阅，并委托薛兆丰为该专区进行音频图文内容的自由创作，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配	1,615.87	协议签订日期 2017.01.24，委托创作合作期限为一年，自 2017 年作品在得到订阅正式上线日起始，至该订阅产品上线期满 1 年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	正在履行
	《授课合作协议》《精品课授课合作协议之补充协议》		得到天津邀请薛兆丰作为课程讲师，为精品课“透彻了解成本概念”创作文字作品及音频并在“得到”App 上线，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配		2017.10.30 至今	正在履行
3	《财务顾问协议》	华兴泛亚投资顾问(北京)有限公司	聘请华兴泛亚担任独家财务顾问，对思维造物的融资交易提供特定的财务顾问服务	1,509.43	2017.11.03-2018.04.02	履行完毕
4	《订阅产品合作协议》	上海润宜企业管理咨询中心(有限合伙)	得到天津委托上海润宜方刘润进行创作，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配	1,404.94	委托创作合作期限自协议签订之日（2017.08.17）起，至作品在得到正式上线日期满 1 年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	正在履行
	《刘润线下课程授课合作协议》		润宜为课程的版权方，负责课程内容策划等内容，得到天津负责总体运营、发布产品信息		2016.12.11-2017.08.31	履行完毕

序号	合同名称	供应主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
	《产品销售合作协议》		润宜为课程版权方，负责课程内容策划及总体运营等工作，思维无界按约定价格购买润宜产品，并在思维造物、得到运营的商城中发布产品信息		2017.06.08 生效	履行完毕
5	《订阅产品合作协议》及其补充协议	深圳新生教育科技有限公司、李笑来	得到天津在“得到”App 中开设专区“通往财富之路”，委托新生教育进行文字内容的自由创作，各方根据协议约定支付报酬并进行收益分配	1,333.61	2016.07.27-2023.07.26	正在履行
6	《框架服务协议》	阿里云技术有限公司	思维造物有限购买阿里云计算有限公司的产品/服务	1,266.82	2017.05.23-2018.05.22	履行完毕
	《阿里云性能测试服务采购合同——罗辑思维全链路压测项目》		阿里云为思维造物有限提供压测环境改造等服务，并由思维造物有限为阿里云计算有限公司支付报酬		2017.11.22 生效	履行完毕
7	《郎园 VINTAGE 办公房屋租赁合同》	北京尚博地投资顾问有限公司	思维造物有限承租北京市朝阳区郎家园六号郎园 Vintage (租赁房屋位于物业标识 21 号楼 2 层西北区域)	1,128.15	2017.04.01-2019.09.30	履行完毕
	《郎园 VINTAGE 办公房屋租赁合同》		思维造物有限承租北京市朝阳区郎家园六号郎园 Vintage (租赁房屋位于物业标识 2 号楼 A 座 8 层)		2017.04.01-2019.03.31	
	《郎园 VINTAGE 办公房屋租赁合同》		思维造物有限承租北京市朝阳区郎家园六号郎园 Vintage (租赁房屋位于物业标识 2 号楼 A 座 8 层)		2015.04.01-2017.03.31	
	《郎园 VINTAGE 办公房屋租赁合同》		思维造物有限承租北京市朝阳区郎家园六号郎园 Vintage (租赁房屋位于物业标识 2 号楼 A 座 7 层)		2017.03.01-2019.02.28	
	《郎园 VINTAGE 办公房屋租赁合同》		思维造物有限承租北京市朝阳区郎家园六号郎园 Vintage (租赁房屋位于物业标识 2 号楼 A 座 7 层)		2015.03.01-2017.02.28	

序号	合同名称	供应主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
	《郎园 VINTAGE 办公房屋租赁合同》		思维造物有限承租北京市朝阳区郎家园六号郎园 Vintage (租赁房屋位于物业标识 2 号楼 B 座 6 层)		2016.10.16-2018.05.31	
	《郎园 VINTAGE 办公房屋租赁合同》		思维造物有限承租北京市朝阳区郎家园六号郎园 Vintage (租赁房屋位于物业标识 2 号楼 A 座 6 层)		2016.06.01-2018.05.30	
8	《委托创作协议》	万维钢	得到天津在“得到”App 中开设订阅产品“万维钢·精英日课”以供用户订阅，并委托万维钢为该订阅产品创作作品，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配	1,058.62	协议签订时间 2016.08.05，委托创作合作期限为 2016 年作品在得到订阅正式上线日始，至 2017 年订阅期满一年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	正在履行
	《订阅产品合作协议》及其《补充协议》		得到天津在“得到”App 中开设订阅产品“万维钢·精英日课（第二季）”以供用户订阅，并委托万维钢为该专区创作作品，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配		协议签订时间 2017.08.01，委托创作合作期限为 2017 年作品在得到订阅正式上线日始，至订阅期满一年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	正在履行

2、2018 年重大采购合同

序号	合同名称	供应主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
1	《2018 年电视广告发布合同》	远景影视江苏股份有限公司	得到天津委托远景影视江苏股份有限公司在江苏省广播电视集团有限公司平台 2018 年《最强大脑》发布广告等相关合作事宜	4,716.98	2018.01.01-2018.03.30	履行完毕
2	《框架服务协议》	阿里云计算有限公司	思维造物有限购买阿里云计算有限公司的产品/服务	2,006.05	2018.06.04-2019.06.04	履行完毕
3	《订阅产品合作协议》	唐涯	得到天津委托唐涯创作内容，双方共有版权，并根据协议约定进行收益分配	1,475.71	2017.11 至今	正在履行
4	《订阅产品合作协议》	上海润宜企业管理咨询中心（有限合伙）	得到天津委托上海润宜方刘润进行创作，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配	1,323.84	委托创作合作期限自协议签订之日（2017.08.17）起，至作品在得到正式上线日期满 1 年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一	正在履行

序号	合同名称	供应主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
					致	
	《产品销售合作协议》		润宜为课程版权方，负责课程内容策划及总体运营等工作，思维无界按约定价格购买润宜产品，并在思维造物、得到运营的商城中发布产品信息		2017.06.08 生效	履行完毕
	《刘润 2018 年线下毕业大课程授课合作协议》		上海润宜为课程的版权方，负责课程内容策划等内容，得思维无界负责总体运营、发布产品信息		2018.10.08-2019.01.31	履行完毕
	《刘润 2018 年线下课程授课合作协议》及其补充协议	上海晓而慧商务咨询中心	上海晓而慧为课程的版权方，负责课程内容策划等内容，得思维无界负责总体运营、发布产品信息		2018.02.28-2019.01.31	履行完毕
	《刘润 2018 年线下课程授课合作协议补充协议》	上海晓而慧商务咨询中心、上海润宜企业管理咨询中心(有限合伙)	自 2018 年 10 月 28 日起，上海晓而慧在主协议项下的权利义务转让给上海润宜		2018.10.28-2019.01.31	履行完毕
5	《订阅产品合作协议》及其补充协议	薛兆丰	得到天津在“得到”App 中开设订阅产品“薛兆丰的经济学课”以供用户订阅，并委托薛兆丰为该专区进行音频图文内容的自由创作，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配	1,320.63	协议签订日期 2017.01.24，委托创作合作期限为一年，自 2017 年作品在得到订阅正式上线日起始，至该订阅产品上线期满 1 年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	正在履行
	《授课合作协议》《精品课授课合作协议之补充协议》		得到天津邀请薛兆丰作为课程讲师，为精品课“透彻了解成本概念”创作文字作品及音频并在“得到”App 上线，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配		2017.10.30 至今	正在履行
6	《图书销售协议》	中信出版集团股份有限公司	思维造物向中信购买定制版图书，并作为经销商在罗辑思维自有渠道独家销售	1,280.34	2018.03.01-2018.12.31	履行完毕

序号	合同名称	供应主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
	《电子书授权合作协议》	中信联合云科技有限责任公司	得到天津按照约定价格向中信联合云采购图书的电子书版权		2017.11.04-2019.11.03	履行完毕
7	《订阅产品合作协议》及其补充协议	武志红	得到天津委托武志红进行语言文字内容的自由创作，双方开展业务合作事宜	1,236.42	协议签订时间 2017.01.13，委托创作合作期限为 2017 年作品在得到订阅正式上线日始，至订阅期满一年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	正在履行
8	《2018 年线下大课课程授课合作协议》	宁向东	思维造物向宁向东购买线下课程	1,198.71	2018.06.03-2018.09.30	履行完毕
	《订阅产品合作协议》《订阅产品合作协议之补充协议》		得到天津在“得到”App 中开设订阅产品“宁向东的清华管理学课”以供用户订阅，并委托宁向东为该订阅产品创作文字作品及音频，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配		协议签订时间 2017.04.25，委托创作合作期限为 2017 年作品在得到订阅正式上线日始，至订阅期满一年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	正在履行
9	《产品购销合同》	小米通讯技术有限公司	得到天津向小米采购小米小爱音箱 mini(白色)	1,054.84	2018.04.24 生效	履行完毕
	《产品购销合同》		得到天津向小米采购小米小爱音箱 mini(白色)		2018.06.15 生效	
	《产品购销合同》		得到天津向小米采购小米小爱音箱 mini(白色)		2018.08.28 生效	
	《得到限量礼盒合作协议》		得到天津向小米采购小米小爱音箱 mini(白色)10,000 台，与得到听书年卡包装为得到限量礼盒出售		2018.09.27 生效	
	《得到限量礼盒合作协议》		得到天津向小米采购小米小爱音箱 mini(白色)10,000 台，与得到听书年卡包装为得到限量礼盒出售		2018.10.19 生效	
10	《订阅产品合作协议》	吴军	得到天津在“得到”App 中开设订阅产品“吴军 硅谷来信”以供用户订阅，并委托吴军为该专区创作作品，双方根据协议约定支付报	1,011.33	协议签订时间 2016.09.01，委托创作合作期限为 2016 年作品在得到订阅正式上线日始，至 2017 年订	正在履行

序号	合同名称	供应主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
			酬并进行收益分配		阅期满一年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	
	《订阅产品合作协议》		得到天津在“得到”App 中开设订阅产品“吴军的硅谷计算机课”以供用户订阅，并委托吴军为该专区创作作品，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配		协议签订时间 2017.10.11，委托创作合作期限自作品在得到订阅正式上线日始，至订阅期满一年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	正在履行

3、2019 年重大采购合同

序号	合同名称	供应主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
1	《得到×文石 7.8 寸阅读器合作协议（整机类）》《得到×文石 7.8 寸阅读器合作协议之补充协议（整机类）》	广州文石信息科技有限公司	得到天津与文石联合开发 7.8 寸电子墨水屏阅读器产品	2,086.39	2019.06.28 至今	正在履行
	《得到阅读器采购订单》		得到天津向文石采购阅读器 20,000 台		2019.08.20 生效	履行完毕
2	《优客工场办公租赁协议》《办公租赁续签协议》	北京优客工场京朝科技发展有限公司	发行人承租华贸 20 号商务楼 3 层	1,971.91	2018.08.15-2021.12.31	正在履行
	《优客工场办公租赁协议》及《主体变更协议》《办公租赁续签协议》		北京得到（2018.09.15 起变更为得到天津）承租华贸 20 号商务楼 2 层		2018.08.15-2021.12.31	正在履行
	《场地服务协议》		优客工场向得到天津提供场地服务，合同期限内每周六使用北京华贸中心·优客工厂多		2019.02.01-2020.02.01	履行完毕

序号	合同名称	供应主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
			功能厅 4 个小时			
3	《框架服务协议》《业务承接补充协议》	阿里云计算有限公司	发行人（后变更为得到天津）购买阿里云计算有限公司的产品/服务	1,413.39	2019.06.13-2020.06.13	履行完毕
4	《订阅产品合作协议》《补充协议》	吴军	得到天津在“得到”App 中开设订阅产品“吴军 硅谷来信”以供用户订阅，并委托吴军为该专区创作作品，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配	1,170.82	协议签订时间 2016.09.01，委托创作合作期限为 2016 年作品在得到订阅正式上线日始，至 2017 年订阅期满一年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	正在履行
	《委托创作协议》《补充协议》		委托吴军创作主题为“科技史纲 60 讲”的作品，吴军同意接受得到天津委托，按照协议约定创作并向得到天津交付相关内容		2018.12.20 生效	正在履行
	《委托创作协议》		委托吴军创作主题为“吴军·信息论 40 讲”的作品，吴军同意接受得到天津委托，按照协议约定创作并向得到天津交付相关内容		2019.05.27 生效	正在履行
	《委托创作协议》		委托吴军创作主题为“前沿科技之吴军讲 5G”的作品，吴军同意接受得到天津委托，按照协议约定创作并向得到天津交付相关内容		2019.07.26 生效	正在履行
	《委托创作协议》		委托吴军创作主题为“吴军·数学通识 50 讲”的作品，吴军同意接受得到天津委托，按照协议约定创作并向得到天津交付相关内容		2019.10.31 生效	正在履行
5	《图书销售协议》	中信出版集团股份有限公司	思维造物向中信购买定制版图书，并作为经销商在罗辑思维自有渠道独家销售	1,161.34	2019.01.01-2019.12.31	履行完毕
	《电子图书授权合作协议》	中信联合云科技有限责任公司	得到天津按照约定价格向中信联合云采购图书的电子书版权		2017.11.04-2019.11.03	履行完毕
6	《委托创作协议》及其《补充协议》	万维钢	得到天津在“得到”App 中开设订阅产品“万维钢·精英日课”以供用户订阅，并委托万维钢为该订阅产品创作作品，双方根据协议	1,124.35	协议签订时间 2016.08.05，委托创作合作期限为 2016 年作品在得到订阅正式上线日始，至 2017 年订	正在履行

序号	合同名称	供应主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
			约定支付报酬并进行收益分配		阅期满一年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	
	《订阅产品合作协议》及其《补充协议》		得到天津在“得到”App 中开设订阅产品“万维钢·精英日课（第二季）”以供用户订阅，并委托万维钢为该专区创作作品，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配		协议签订时间 2017.08.01，委托创作合作期限为 2017 年作品在得到订阅正式上线日始，至订阅期满一年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	正在履行
	《订阅产品合作协议》		得到天津在“得到”App 中开设订阅产品“万维钢·精英日课（第三季）”以供用户订阅，并委托万维钢为该专区创作作品，双方根据协议约定支付报酬并进行收益分配		协议签订时间 2018.09.15，委托创作合作期限为 2017 年作品在得到订阅正式上线日始，至订阅期满一年时止，分成条款继续执行，与课程在线时间一致	正在履行
7	《刘润 2019 年线下课程授课合作协议》	上海润米管理咨询有限公司	上海润米为课程的版权方，负责课程内容策划等内容，得思维无界负责总体运营、发布产品信息	1,067.09	2019.03.24-2020.03.23	履行完毕
	《委托创作协议》	上海润宜企业管理咨询公司(有限合伙)	委托上海润宜创作主题为“商业洞察力 30 讲”的作品，上海润宜同意接受得到天津委托，按照协议约定创作并向得到天津交付相关内容		2019.04.11 至今	正在履行
8	《得到 3 周年开放日项目服务协议》	北京瀚海博联公关策划有限公司	北京瀚海博联公关策划有限公司为得到天津提供得到 3 周年开放日项目开展、执行等服务，并收取费用	1,065.20	2019.04.24-2019.08.25	履行完毕
	《得到 2019 春季知识发布会项目服务协议》		北京瀚海博联公关策划有限公司为得到天津提供得到 2019 春季知识发布会项目开展、执行等服务，并收取费用		2019.04.19-2019.08.20	履行完毕
	《苗炜 得到听书用户见面会项目服务协议》		北京瀚海博联公关策划有限公司为得到天津提供苗炜 得到听书用户见面会项目开展、执行等服务，并收取费用		2019.05.10-2019.09.09	履行完毕
	《吴军 读者暨媒体见面会项目服务协议》		北京瀚海博联公关策划有限公司为得到天津提供吴军 读者暨媒体见面会项目开展、执行等服务，并收取费用		2019.04.25-2019.08.24	履行完毕

序号	合同名称	供应主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
	《得到大学 2019 春季开学典礼项目服务协议》《得到大学 2019 春季开学典礼项目服务协议补充协议》		北京瀚海博联公关策划有限公司为得到天津提供“得到大学”2019 春季开学典礼项目开展、执行等服务，并收取费用		2019.01.21-2019.05.20	履行完毕
	《得到大学 2019 夏季开学典礼项目服务协议》		北京瀚海博联公关策划有限公司为得到天津提供“得到大学”2019 夏季开学典礼项目开展、执行等服务，并收取费用		2019.06.20-2019.10.20	履行完毕
	《得到大学 2019 秋季开学典礼项目服务协议》		北京瀚海博联公关策划有限公司为得到天津提供大学 2019 秋季开学典礼项目开展、执行等服务事宜，并收取项目费用		2019.10.20-2020.02.20	履行完毕

（二）销售合同

1、2017 年重大销售合同

序号	合同名称	采购主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
1	《2017 时间的朋友跨年演讲 vivo 赞助合作协议》《补充协议》	北京明日阳光广告有限责任公司	思维无界（天津）负责现场活动的策划、现场组织、布置及维护，明日阳光的最终客户 vivo 在活动中享有唯一战略合作伙伴的资格	1,466.98	2017.12.31 生效	履行完毕
	《2016 罗辑思维“时间的朋友”跨年演讲&“精英阅读计划”赞助代理合作协议》		思维造物负责 2016 “时间的朋友”跨年演讲活动的策划、现场组织、布置及维护，明日阳光的最终客户 vivo 在活动中享有唯一 20 年战略合作伙伴的资格。此外，合同各方联合发起“精英阅读计划”，明日阳光的最终客户 vivo 手机以特约形式向“得到”App 全部用户送福利，思维造物、得到天津按协议约定发起该项目并负责发起、协调		2016.10-2017.09	履行完毕

序号	合同名称	采购主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
	《2017“001 号知识发布会”赞助代理合作协议》		思维无界（天津）负责现场活动的策划、现场组织、布置及维护，明日阳光的最终客户 vivo 在活动中享有知识赞助人权益		2017.05.08-2017.05.25	履行完毕
	《2017“002 号知识发布会”赞助代理合作协议》				2017.08.26-2017.09.07	履行完毕
2	《项目合作协议之时间的朋友 2017》 《关于跨年演讲电视直播制作的补充协议》	深圳广播电视集团	深圳卫视以直播/录播方式进行独家电视播出“时间的朋友”2017 跨年演讲	987.74	2017.04.01-2018.03.31	履行完毕
	《时间的朋友合作协议之关于 vivoX20, BMW 跨年演讲电视资源的补充协议》		深圳广播电影电视集团引进维沃移动通信有限公司旗下 vivoX20 品牌以及宝马品牌向思维无界（天津）投放“时间的朋友跨年演讲”电视广告资源		2017.12.01-2018.01.31	履行完毕
3	《罗辑思维 2017“时间的朋友”跨年演讲赞助合作协议》	上海李奥贝纳广告有限公司北京分公司	上海李奥贝纳为了推广其客户 BMW 的企业形象，委托思维无界在罗辑思维“时间的朋友”跨年演讲上提供赞助合作	547.17	自签订之日起至款项全部结算完毕之日止	履行完毕
	《网络广告发布协议》		上海李奥贝纳为了推广其客户 BMW 的企业形象，委托得到天津在“得到”App 其他资源上提供广告发布		自签订之日起至款项全部结算完毕之日止	履行完毕
	《2016 时间的朋友跨年演讲积家手表赞助合作协议》	上海李奥贝纳广告有限公司	就 2016“时间的朋友”项目开展合作，上海李奥贝纳的最终客户 Jaeger-Lecoultrre 成为该项目的独家钟表赞助合作伙伴，思维造物有限按协议约定发起该项目并负责组织、协调		2017.02.08 生效	履行完毕

2、2018 年重大销售合同

序号	合同名称	采购主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
1	《电视节目合作协议书》	江苏省广播电视集团有限公司	《知识就是力量》第一季的制作、运营与宣发、播出	3,424.59	—	履行完毕
2	《项目合作协议之<时间的朋友>跨年演讲》《补充协议》	深圳广播电视影视集团	合同双方以各自优势资源投入“2018 时间的朋友”和跨年演讲，按照“联合出品、资源整合、共同招商、收益共享”的合作模式，深圳广播电视负责提供时段、电视宣传等，享有上星频道独家电视直播/转播权及“演讲”电视广告收益分成。思维无界负责内容的策划、邀请嘉宾等，享有项目版权、网络直播版权、“演讲”电视广告收益分成、项目票务收益、得到平台衍生收益	1,864.73	2018.03.01-2019.02.28	履行完毕
3	《综艺<知识就是力量>独家许可使用协议》	北京奇艺世纪科技有限公司	天津思维造物授权北京奇艺世纪科技有限公司在协议约定范围内使用授权作品《知识就是力量》	1,415.09	自授权作品第一期于北京奇艺世纪科技有限公司平台上线之日起，至授权作品最后一期于北京奇艺世纪科技有限公司平台上线满 2 年之日止	履行完毕
4	《2018 时间的朋友跨年演讲 vivo 赞助合作代理协议》	北京明日阳光广告有限责任公司	思维无界负责现场活动的策划、现场组织、布置及维护，明日阳光的最终客户 vivo 在活动中享有唯一战略合作伙伴的资格	1,283.70	2018.12.26 生效	履行完毕

3、2019 年重大销售合同

序号	合同名称	采购主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
1	《深圳广播电视集团与罗辑思维项目合作协议之罗振宇<时间的朋友>跨年	深圳广播电视影视集团	合同双方以各自优势资源投入“2019-2020 时间的朋友”和跨年演讲，按照“联合出品、资源整合、共同招商、收益共享”的合作模式，深圳广播电视负	2,050.03	2019.03.01-2020.02.28	正在履行

序号	合同名称	采购主体	合同标的	交易金额（万元）	合同期限	实际履行情况
	演讲》、《补充协议》		责提供时段、电视宣传等，享有上星频道独家电视直播/转播权及“演讲”电视广告收益分成。思维无界负责内容的策划、邀请嘉宾等，享有项目版权、网络直播版权、“演讲”电视广告收益分成、项目票务收益、得到平台衍生收益			
2	《2019-2020 罗振宇时间的朋友跨年演讲 vivo 赞助合作代理协议》	北京明日阳光广告有限责任公司	明日阳光最终客户 vivo 成为 2019-2020 年罗振宇《时间的朋友》赞助商，享有合同约定权益	678.62	双方盖章之日起生效	履行完毕

注：第 1 项合同约定期限届满，根据公司说明，合同相对方还有一笔尾款尚未支付，合同仍在履行中。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在对外担保情况。

三、行政处罚、重大诉讼或仲裁情况

（一）行政处罚情况

报告期内，发行人下属企业优视米、优众赢和银杏未来存在 3 项行政处罚，具体情况如下：

2018 年 10 月 25 日，国家税务总局北京市海淀区税务局第四税务所向优视米出具《税务行政处罚决定书》（京海四税简罚[2018]390 号），因优视米丢失已开具增值税发票 1 份，对其处以 400 元罚款。根据发行人提供的付款凭证，优视米已于 2018 年 10 月 25 日缴纳上述 400 元罚款。

2019 年 10 月 23 日，国家税务总局北京市朝阳区税务局第一税务所向优众赢出具《税务行政处罚决定书》（京朝一税简罚[2019]6032194 号），因优众赢“2019-08-01 至 2019-08-31 个人所得税（工资薪金所得）未按期进行申报”，对其处以 200 元罚款。根据发行人提供的付款凭证，优众赢已于 2019 年 10 月 23 日缴纳上述 200 元罚款。

2019 年 10 月 23 日，国家税务总局北京市朝阳区税务局第一税务所向银杏未来出具《税务行政处罚决定书》（京朝一税简罚[2019]6032195 号），因银杏未来“2019-08-01 至 2019-08-31 个人所得税（工资薪金所得）未按期进行申报”，对其处以 200 元罚款。根据发行人提供的付款凭证，银杏未来已于 2019 年 10 月 23 日缴纳上述 200 元罚款。

上述税收处罚金额较小，发行人下属企业已足额缴纳罚款，保荐机构、发行人律师认为该等税收处罚不属于重大违法违规行为，不会构成发行人本次首次公开发行的法律障碍。

除上述行政处罚外，报告期内，发行人及其下属企业不存在其他行政处罚。

（二）重大诉讼或仲裁情况

1、重大诉讼情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业不存在尚未了结的诉讼案件。

2、重大仲裁情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业不存在尚未了结的仲裁案件。

2019年11月得到天津曾就其与优听无限传媒科技（北京）有限责任公司（以下简称“优听无限”）、江龙福、北京优闻盛科技发展有限公司（有限合伙）（与优听无限、江龙福以下统称“被申请人”）关于石家庄世纪科美通信网络技术有限公司（以下简称“世纪科美”）的股权转让纠纷案，提请北京仲裁委员会仲裁；2020年7月24日北京仲裁委员会根据双方于2020年7月21日达成的和解协议出具《调解书》（（2020）京仲调字第0286号），前述仲裁案件已调解结案，关于世纪科美的收购协议已终止，被申请人将于2020年12月31日前偿还1,500万元预付款，并支付赔偿款85万元。

（三）本公司控股股东、实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人可能对本公司产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁情况，最近3年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员不存在其他尚未了结的或可预见的可能对本公司产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁案件。公司及其下属企业最近3年存在3项行政处罚，具体情况参见本节之“三、行政处罚、重大诉讼或仲裁情况”之“（一）行政处罚情况”。公司控股股东、实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员不存在被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

（四）本公司控股股东、实际控制人涉及违法违规的情况

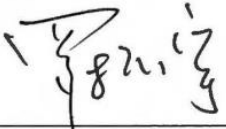
截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 董事、监事、高级管理人员及 有关中介机构声明

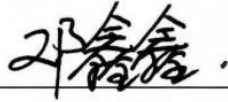
一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、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。

全体董事签字：


罗振宇


李天田


邓鑫鑫


池书进

陈 杭

刘 星

代景春

王亮亮

朱海琴



北京思维造物信息科技股份有限公司

2020年9月18日

第十二节 董事、监事、高级管理人员及 有关中介机构声明

一、发行人及其全体董事、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招股说明书的内容真实、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。

全体董事签字：

罗振宇

李天田

邓鑫鑫

池书进

陈 杭

刘 星

代景春

王亮亮

朱海琴



北京思维造物信息科技股份有限公司

2020年9月18日

第十二节 董事、监事、高级管理人员及 有关中介机构声明

一、发行人及其全体董事、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招股说明书的内容真实、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。

全体董事签字：

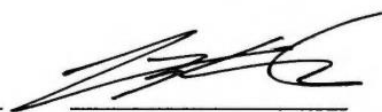
罗振宇

李天田

邓鑫鑫

池书进

陈 杭



刘 星

代景春

王亮亮

朱海琴



北京思维造物信息科技股份有限公司

2020 年 9 月 18 日

第十二节 董事、监事、高级管理人员及 有关中介机构声明

一、发行人及其全体董事、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招股说明书的内容真实、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。

全体董事签字：

罗振宇

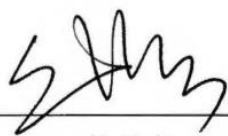
李天田

邓鑫鑫

池书进

陈 杭

刘 星



代景春

王亮亮

朱海琴



北京思维造物信息科技股份有限公司

2020年 9 月 18 日

第十二节 董事、监事、高级管理人员及 有关中介机构声明

一、发行人及其全体董事、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招股说明书的内容真实、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。

全体董事签字：

罗振宇

李天田

邓鑫鑫

池书进

陈 杭

刘 星

代景春

王亮亮

朱海琴



北京思维造物信息科技股份有限公司

2020年9月18日

第十二节 董事、监事、高级管理人员及 有关中介机构声明

一、发行人及其全体董事、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招股说明书的内容真实、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。

全体董事签字：

罗振宇

李天田

邓鑫鑫

池书进

陈 杭

刘 星

代景春

王亮亮

朱海琴



北京思维造物信息科技股份有限公司

2020年9月18日

一、发行人及其全体董事、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招股说明书的内容真实、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。

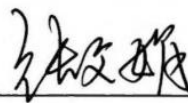
全体监事签字：



申 强



李 倩



张文娟



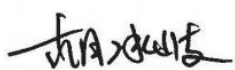
北京思维造物信息科技股份有限公司

2020年9月18日

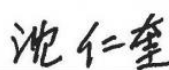
一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、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。

其他高级管理人员签字：



胡冰岐



沈仁奎



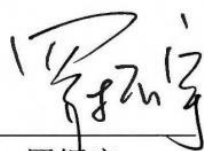
北京思维造物信息科技股份有限公司

2020年9月18日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、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：


罗振宇



北京思维造物信息科技股份有限公司

2020年9月18日

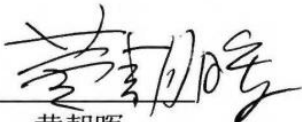
三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、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。

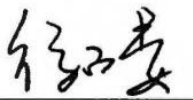
董事长、法定代表人：

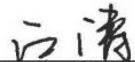

沈如军

首席执行官：


黄朝晖

保荐代表人：


徐石晏


江 涛

项目协办人：


马 强



保荐机构董事长、法定代表人声明

本人已认真阅读北京思维造物信息科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

董事长、法定代表人：

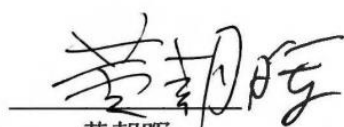

沈如军



保荐机构首席执行官声明

本人已认真阅读北京思维造物信息科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

首席执行官：

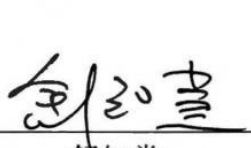

黄朝晖



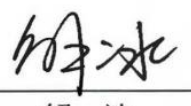
四、发行人律师声明

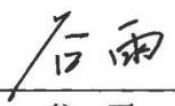
本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：


舒知堂


金有元


解冰


谷雨

负责人：


龙海涛



五、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、盈利预测审核报告（如有）、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、盈利预测审核报告（如有）、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


曹 创  赖晓楠 
曹 创 110001540383 赖晓楠 110101301215

会计师事务所负责人：


肖厚发 
肖厚发 340100030003

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

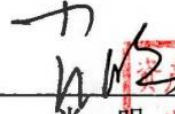


六、资产评估机构声明

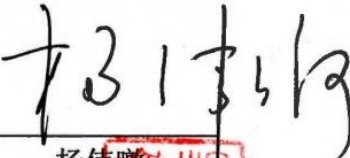
本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：


胡慧颖
评估师
胡慧颖
31180100


肖明
评估师
肖明
31000649

资产评估机构负责人：


杨伟东
评估师
杨伟东



2020年9月18日

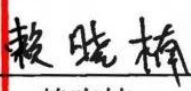
七、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

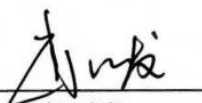

曹 创

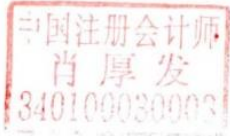

中国注册会计师
曹 创
110001540383


赖晓楠


中国注册会计师
赖晓楠
110101301215

验资机构负责人：


肖厚发


中国注册会计师
肖厚发
340100030003

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）



2020年9月18日

第十三节 附件

一、备查文件目录

1、发行保荐书；

2、上市保荐书；

3、法律意见书；

4、财务报告及审计报告；

5、公司章程（草案）；

6、与投资者保护相关的承诺。发行人、持股 5%以上股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺，承诺事项主要包括：

（1）本次发行前股东所持股份的销售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向等承诺；

（2）关于招股说明书信息披露的承诺；

（3）稳定股价的措施和承诺；

（4）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺；

（5）填补被摊薄即期回报的相关措施；

（6）对相关责任主体承诺事项的约束措施；

（7）利润分配政策的承诺；

（8）依法承担赔偿责任的承诺；

（9）避免同业竞争的承诺；

（10）其他承诺事项。

7、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行相关的其他承诺事项；

8、内部控制鉴证报告；

9、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表。

自本招股说明书公告之日起，投资者于下列时间和地点查阅上述文件。

二、查阅地点

投资者于本次发行承销期间，各种备查文件将存放在公司和保荐人（主承销商）的办公地点，投资者可在公司股票发行的承销期内查阅。

三、查询时间

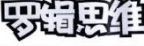
除法定节假日以外的每日 9:00-11:00

附录 A 发行人及其下属企业拥有的主要注册商标

一、境内主要注册商标

（一）发行人拥有的境内主要注册商标

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
1		32677081	9	2019.06.21	2029.06.20
2		32673320	16	2019.04.21	2029.04.20
3		32669542	38	2019.04.14	2029.04.13
4		15827483	45	2016.02.14	2026.02.13
5		32680114	41	2019.06.07	2029.06.06
6		32690391	42	2019.04.21	2029.04.20
7		14518650	3	2015.06.21	2025.06.20
8		14518651	4	2015.06.21	2025.06.20
9		14518652	8	2015.06.21	2025.06.20
10		13982387	9	2015.04.14	2025.04.13
11		14518653	11	2015.06.21	2025.06.20
12		14518654	14	2015.06.21	2025.06.20
13		14518655	15	2015.06.21	2025.06.20
14		13982391	16	2015.04.21	2025.04.20
15		14455678A	18	2015.08.07	2025.08.06
16		14518656	20	2015.06.21	2025.06.20
17		14518657	21	2015.06.21	2025.06.20
18		14518658	22	2015.09.07	2025.09.06
19		14518659	24	2015.06.21	2025.06.20
20		14518660A	25	2015.08.07	2025.08.06
21		14518661	26	2015.11.28	2025.11.27
22		14518662	28	2015.06.21	2025.06.20

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
23		14455677A	29	2015.09.07	2025.09.06
24		14265818A	30	2015.06.21	2025.06.20
25		14528356	9	2015.10.07	2025.10.06
26		14528356	42	2015.10.07	2025.10.6
27		14518666	39	2015.06.21	2025.06.20
28		13155816	41	2017.04.14	2027.04.13
29		13155817	42	2015.01.21	2025.01.20
30		14455675	43	2018.02.07	2028.02.06
31		14265818	30	2017.08.21	2027.08.20
32		14518663	32	2015.06.21	2025.06.20
33		14518665	36	2015.06.21	2025.06.20
34		13982405	38	2015.04.14	2025.04.13
35		14518664	34	2015.06.21	2025.06.20
36		13982397A	35	2015.12.28	2025.12.27
37		14518667	45	2015.06.21	2025.06.20
38		14345874	3	2015.05.21	2025.05.20
39		14345873	4	2015.05.21	2025.05.20
40		14345872	8	2015.05.21	2025.05.20
41		13982389	9	2015.04.21	2025.04.20
42		14346013	11	2015.05.21	2025.05.20
43		14346012	14	2015.05.21	2025.05.20
44		14346011	15	2015.05.21	2025.05.20
45		13982393	16	2015.04.21	2025.04.20
46		14455682A	18	2015.08.07	2025.08.06

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
47		14346010	20	2015.05.21	2025.05.20
48		14346009	21	2015.05.21	2025.05.20
49		14346008	22	2015.05.21	2025.05.20
50		14346007	24	2015.05.21	2025.05.20
51		14346006A	25	2015.08.07	2025.08.06
52		14346005	26	2015.05.21	2025.05.20
53		14346004	28	2015.05.21	2025.05.20
54		14455681A	29	2015.09.07	2025.09.06
55		14265820	30	2017.08.21	2027.08.20
56		14265820A	30	2015.06.21	2025.06.20
57		14346003	32	2015.05.21	2025.05.20
58		14346002	34	2015.05.21	2025.05.20
59		13982399A	35	2016.01.14	2026.01.13
60		14346001	36	2015.05.21	2025.05.20
61		13982406	38	2015.04.14	2025.04.13
62		14346000	39	2015.05.21	2025.05.20
63		13155818	42	2015.01.21	2025.01.20
64		14455679	43	2018.02.07	2028.02.06

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
65		14345999	45	2015.05.21	2025.05.20
66	罗辑思维	23116493	35	2018.05.21	2028.05.20
67	罗辑思维	23116365	41	2018.03.07	2028.03.06
68		15837177	45	2016.02.07	2026.02.06
69		15827484	45	2016.02.14	2026.02.13
70	时间朋友	21781173	10	2017.12.21	2027.12.20
71	时间朋友	21781397	28	2018.02.07	2028.02.06
72	时间朋友	21781377	24	2018.02.07	2028.02.06
73	时间朋友	21781329	18	2018.02.07	2028.02.06
74	时间朋友	21781144	21	2018.02.07	2028.02.06
75	时间朋友	21781129	14	2018.02.07	2028.02.06
76	时间朋友	21781447	34	2017.12.21	2027.12.20
77	时间朋友	21781423	44	2017.12.21	2027.12.20
78	时间朋友	21781486	45	2017.12.21	2027.12.20
79	时间的朋友	18173137	9	2016.12.07	2026.12.06
80	时间的朋友	18173136	16	2016.12.07	2026.12.06
81	时间的朋友	18173135	35	2016.12.07	2026.12.06
82	时间的朋友	18173134	38	2016.12.07	2026.12.06
83	时间的朋友	18173133	41	2016.12.07	2026.12.06
84	时间的朋友	18173132	42	2016.12.07	2026.12.06
85	时间的朋友	18173131	43	2016.12.07	2026.12.06
86		23148873	9	2018.11.21	2028.11.20
87		23148872	42	2018.11.21	2028.11.20
88	罗辑实验	14528358	9	2015.06.28	2025.06.27
89	罗辑实验	14528358	35	2015.06.28	2025.06.27
90	罗辑实验	14528358	38	2015.06.28	2025.06.27

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
91	罗辑实验	14528358	41	2015.06.28	2025.06.27
92	罗辑实验	14528358	42	2015.06.28	2025.06.27
93	思维造物	14528359	9	2015.06.28	2025.06.27
94	思维造物	14528359	35	2015.06.28	2025.06.27
95	思维造物	14528359	38	2015.06.28	2025.06.27
96	思维造物	14528359	41	2015.06.28	2025.06.27
97	思维造物	14528359	42	2015.06.28	2025.06.27
98	一本得到	22742882	42	2018.02.21	2028.02.20
99	一本得到	22742873	18	2018.02.21	2028.02.20
100	一本得到	22742870	16	2018.02.21	2028.02.20
101	一本得到	22742868	41	2018.02.21	2028.02.20
102	一本得到	22743093	35	2018.02.21	2028.02.20
103	一本得到	22743018	25	2018.02.21	2028.02.20

（二）得到天津拥有的境内主要注册商标

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
1	得到	17225869	16	2016.08.28	2026.08.27
2	得到	17225867	41	2016.08.28	2026.08.27
3	得到精选	20265684	9	2017.07.28	2027.07.27
4	得到精选	20266208	16	2017.10.14	2027.10.13
5	得到精选	20265805	42	2017.07.28	2027.07.27
6	得到新知	24277808	1	2018.05.21	2028.05.20
7	得到新知	24275018	2	2018.05.21	2028.05.20
8	得到新知	24270167	3	2018.05.21	2028.05.20
9	得到新知	24273385	4	2018.05.21	2028.05.20
10	得到新知	24275022	5	2018.05.21	2028.05.20
11	得到新知	24277837	6	2018.05.14	2028.05.13
12	得到新知	24275051	7	2018.05.21	2028.05.20
13	得到新知	24276161	8	2018.05.21	2028.05.20
14	得到新知	20265593	9	2017.07.28	2027.07.27
15	得到新知	24270185	10	2018.05.14	2028.05.13
16	得到新知	24277832	11	2018.05.28	2028.05.27
17	得到新知	24273344	12	2018.05.28	2028.05.27

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
18	得到新知	24277831	13	2018.05.28	2028.05.27
19	得到新知	24270181	14	2018.05.21	2028.05.20
20	得到新知	24273373	15	2018.05.28	2028.05.27
21	得到新知	20266196	16	2017.07.28	2027.07.27
22	得到新知	24273372	17	2018.05.28	2028.05.27
23	得到新知	24275011	18	2018.05.21	2028.05.20
24	得到新知	24275041	19	2018.05.21	2028.05.20
25	得到新知	24276149	20	2018.05.21	2028.05.20
26	得到新知	24276122	21	2018.05.21	2028.05.20
27	得到新知	24270541	22	2018.05.14	2028.05.13
28	得到新知	24277857	23	2018.05.28	2028.05.27
29	得到新知	24277797	24	2018.05.21	2028.05.20
30	得到新知	24273337	25	2018.05.28	2028.05.27
31	得到新知	24277856	26	2018.05.28	2028.05.27
32	得到新知	24276179	27	2018.05.21	2028.05.20
33	得到新知	24275006	28	2018.05.28	2028.05.27
34	得到新知	24276176	29	2018.05.21	2028.05.20
35	得到新知	24275005	30	2018.05.21	2028.05.20
36	得到新知	24273395	31	2018.05.21	2028.05.20
37	得到新知	24277791	32	2018.05.28	2028.05.27
38	得到新知	24277821	34	2018.05.21	2028.05.20
39	得到新知	20266204	35	2017.07.28	2027.07.27
40	得到新知	24270204	36	2018.05.21	2028.05.20
41	得到新知	24277843	37	2018.05.28	2028.05.27
42	得到新知	24277816	38	2018.05.21	2028.05.20
43	得到新知	24277841	39	2018.05.28	2028.05.27
44	得到新知	24273391	40	2018.05.21	2028.05.20
45	得到新知	20265933	41	2017.07.28	2027.07.27
46	得到新知	24277815	43	2018.05.14	2028.05.13
47	得到新知	24275027	44	2018.05.21	2028.05.20
48	得到新知	24276136	45	2018.05.21	2028.05.20
49	得到新知	20265858	42	2017.07.28	2027.07.27
50	得到一刻	20265745	9	2017.07.28	2027.07.27

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
51	得到一刻	20266159	16	2017.07.28	2027.07.27
52	得到一刻	20266317	35	2017.07.28	2027.07.27
53	得到一刻	20265998	41	2017.07.28	2027.07.27
54	得到一刻	20265767	42	2017.07.28	2027.07.27
55		22322863	18	2018.01.28	2028.01.27
56		22323009	21	2018.01.28	2028.01.27
57		22323033	24	2018.01.28	2028.01.27
58		22322763	34	2018.01.28	2028.01.27
59		31289643	3	2019.05.07	2029.05.06
60		31289844	10	2019.05.07	2029.05.06
61		31281833	18	2019.03.14	2029.03.13
62		31270362	21	2019.05.07	2029.05.06
63		31274848	24	2019.05.07	2029.05.06
64		31268544	34	2019.03.14	2029.03.13
65		31287604	45	2019.05.07	2029.05.06
66		31280468	3	2019.05.07	2029.05.06
67		31281297	10	2019.05.07	2029.05.06
68		31288792	18	2019.03.14	2029.03.13

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
69		31275497	21	2019.05.07	2029.05.06
70		31280519	24	2019.05.07	2029.05.06
71		31274379	34	2019.03.14	2029.03.13
72		31287609	45	2019.05.07	2029.05.06
73	得到商城	27566134	18	2018.11.28	2028.11.27
74	得到商城	27566136	9	2019.02.28	2029.02.27
75	得到商城	27566127	45	2019.02.21	2029.02.20
76	得到商城	27566129A	41	2019.02.07	2029.02.06
77	得到商城	27566135	16	2019.02.28	2029.02.27
78	得到商城	27566131	36	2018.11.28	2028.11.27
79	得到周刊	27566144	18	2018.12.07	2028.12.06
80	得到周刊	27566141	36	2018.12.07	2028.12.06
81	得到周刊	27566145	16	2019.02.21	2029.02.20
82	得到周刊	27566137	45	2019.02.21	2029.02.20
83	得到周刊	27566146	9	2019.02.21	2029.02.20
84	得到周刊	27566139A	41	2019.02.07	2029.02.06
85	得到知识新闻	27566156	9	2019.02.21	2029.02.20
86	得到知识新闻	27566155	16	2019.02.21	2029.02.20
87	得到知识新闻	27566154	18	2018.12.07	2028.12.06
88	得到知识新闻	27566149A	41	2019.02.07	2029.02.06
89	得到知识新闻	27566147	45	2019.02.21	2029.02.20
90	得到知识新闻	27566151	36	2018.12.07	2028.12.06
91	得到大师课	27566165	16	2019.02.21	2029.02.20
92	得到大师课	27566164	18	2018.12.07	2028.12.06
93	得到大师课	27566161	36	2018.12.07	2028.12.06
94	得到大师课	27566157	45	2019.02.21	2029.02.20
95	得到大师课	27566166	9	2019.02.28	2029.02.27
96	得到大师课	27566159A	41	2019.02.07	2029.02.06
97	得到精品课	27566174	18	2018.12.07	2028.12.06

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
98	得到精品课	27566171	36	2018.12.07	2028.12.06
99	得到精品课	27566167	45	2019.02.21	2029.02.20
100	得到精品课	27566175	16	2019.02.28	2029.02.27
101	得到精品课	27566176	9	2019.02.21	2029.02.20
102	得到精品课	27566169A	41	2019.02.07	2029.02.06
103	得到订阅专栏	27566184	18	2018.12.07	2028.12.06
104	得到订阅专栏	27566181	36	2018.12.07	2028.12.06
105	得到订阅专栏	27566185	16	2019.02.21	2029.02.20
106	得到订阅专栏	27566177	45	2019.02.21	2029.02.20
107	得到订阅专栏	27566186	9	2019.02.28	2029.02.27
108	得到订阅专栏	27566179A	41	2019.02.07	2029.02.06
109		30672848	2	2019.02.14	2029.02.13
110		30672847	3	2019.02.21	2029.02.20
111		30672845	10	2019.02.21	2029.02.20
112		30672843	14	2019.02.14	2029.02.13
113		30672840	21	2019.02.21	2029.02.20
114		30672841	18	2019.02.21	2029.02.20
115		30672828	42	2019.02.21	2029.02.20
116		30672837	28	2019.02.14	2029.02.13
117		30672833	34	2019.02.14	2029.02.13
118		30672832	35	2019.02.14	2029.02.13

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
119		30672830	38	2019.02.14	2029.02.13
120		31282039	2	2019.03.14	2029.03.13
121		31284589	3	2019.03.14	2029.03.13
122		31278628	9	2019.05.07	2029.05.06
123		31288453	10	2019.03.14	2029.03.13
124		31272584	14	2019.03.14	2029.03.13
125		31269455	16	2019.05.28	2029.05.27
126		31270317	18	2019.03.14	2029.03.13
127		31279001	21	2019.03.14	2029.03.13
128		31290380	24	2019.05.07	2029.05.06
129		31275591	28	2019.03.14	2029.03.13
130		31278792	34	2019.03.14	2029.03.13
131		31281415	35	2019.03.14	2029.03.13
132		31268617	36	2019.05.07	2029.05.06
133		31288551	38	2019.03.14	2029.03.13

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
134		31269899A	41	2019.04.14	2029.04.13
135		31281945	42	2019.03.14	2029.03.13
136		31287552	43	2019.05.07	2029.05.06
137		31277450	44	2019.05.07	2029.05.06
138		31292849	45	2019.05.07	2029.05.06
139		32674355	9	2019.06.14	2029.06.13
140		32685136	16	2019.06.14	2029.06.13
141		32668020	35	2019.04.14	2029.04.13
142		32685098	38	2019.04.14	2029.04.13
143		32681205	42	2019.04.14	2029.04.13
144	知识城邦	31648878	45	2019.06.07	2029.06.06
145		22322934	10	2019.05.28	2028.02.06
146	得到周刊	27566139	41	2019.08.07	2029.08.06
147	得到知识新闻	27566149	41	2019.08.07	2029.08.06
148	得到知识新闻	27566148	42	2019.08.07	2029.08.06
149	得到大师课	27566158	42	2019.08.07	2029.08.06
150	得到精品课	27566168	42	2019.08.07	2029.08.06
151	得到订阅专栏	27566178	42	2019.08.07	2029.08.06
152	得到订阅专栏	27566179	41	2019.08.07	2029.08.06

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
153		30672825	45	2019.05.07	2029.05.06
154		30672826	44	2019.05.07	2029.05.06
155		30672827	43	2019.05.07	2029.05.06
156		30672831	36	2019.05.07	2029.05.06
157		30672839	24	2019.05.07	2029.05.06
158		30672846	9	2019.05.07	2029.05.06
159		30672842	16	2019.06.21	2029.06.20
160	得到精品课	27566169	41	2019.08.14	2029.08.13
161	得到大师课	27566159	41	2019.08.14	2029.08.13
162		31269927	42	2019.10.28	2029.10.27
163		31268688	41	2019.10.28	2029.10.27
164		31268646	38	2019.10.28	2029.10.27
165		31286032	42	2019.10.28	2029.10.27
166		31288582	41	2019.10.28	2029.10.27
167		31277203	38	2019.10.28	2029.10.27
168		31288761	28	2019.10.28	2029.10.27
169		31293312	16	2019.10.28	2029.10.27

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
170		31275283	9	2020.02.21	2030.02.20
171		31272930	9	2020.02.21	2030.02.20
172		31271452	16	2020.02.21	2030.02.20
173	得到商城	27566129	41	2019.08.14	2029.08.13
174	得到商城	27566128	42	2020.06.28	2030.06.27
175	得到商城	27566130	38	2020.06.28	2030.06.27
176	得到大师课	27566160	38	2020.06.28	2030.06.27
177	得到精品课	27566170	38	2020.06.28	2030.06.27
178	得到订阅专栏	27566180	38	2020.06.28	2030.06.27
179		32689669	41	2020.05.28	2030.05.27
180		31269899	41	2020.05.14	2030.05.13
181		30672829	41	2020.08.07	2030.08.06

（三）思维无界拥有的境内主要注册商标

序号	商标内容	注册号	类别	注册日	到期日
1	得到书院	22253545	35	2018.03.07	2028.03.06
2	得到书院	22253538	38	2018.01.28	2028.01.27
3	得到书院	22253584	41	2018.03.07	2028.03.06
4	得到书院	22253517	16	2018.03.28	2028.03.27
5	得到书院	22253563	42	2018.01.28	2028.01.27
6	得到书院	22253521	45	2018.01.28	2028.01.27

二、境外注册商标

序号	权利人	商标内容	注册地	注册号	类别	注册日	到期日
1	得到天津		台湾	02022780	16	2019.11.16	2029.11.15

序号	权利人	商标内容	注册地	注册号	类别	注册日	到期日
2	得到天津		台湾	02027177	35	2019.12.01	2029.11.30
3	得到天津		台湾	02048538	41	2020.03.16	2030.03.15
4	得到天津		台湾	02022517	9	2019.11.16	2029.11.15
5	得到天津		台湾	02022778	16	2019.11.16	2029.11.15
6	得到天津		台湾	02027175	35	2019.12.01	2029.11.30
7	得到天津		台湾	02027494	41	2019.12.01	2029.11.30
8	得到天津		台湾	02022518	9	2019.11.16	2029.11.15
9	得到天津		台湾	02022779	16	2019.11.16	2029.11.15
10	得到天津		台湾	02027176	35	2019.12.01	2029.11.30
11	得到天津		台湾	02027495	41	2019.12.01	2029.11.30
12	得到天津		香港	304967290	9、16、35、41	2019.06.20	2029.06.19
13	得到天津		香港	304967317	9、16、35、41	2019.06.20	2029.06.19
14	得到天津		香港	304967326	9、16、35、41	2019.06.20	2029.06.19

序号	权利人	商标内容	注册地	注册号	类别	注册日	到期日
15	得到天津	 	新加坡	40201913755U	9、16、35、41	2019.06.25	2029.06.25
16	得到天津	 	新加坡	40201913756T	9、16、35、41	2019.06.25	2029.06.25
17	得到天津	 	新加坡	40201913757X	9、16、35、41	2019.06.25	2029.06.25
18	得到天津		韩国	40-1619867	9、16、35、41	2020.06.29	2030.06.29
19	得到天津		韩国	40-1619868	9、16、35、41	2020.06.29	2030.06.29
20	得到天津		韩国	40-1619873	9、16、35、41	2020.06.29	2030.06.29

附录 B 发行人及其下属企业拥有的专利权

序号	权利人	专利号	专利名称	专利类型	取得方式	申请日期	授权日期
1	发行人	2018304520748	卡通玩偶（死磕侠）	外观设计	原始取得	2018.08.15	2019.01.08
2	发行人	2018304526072	卡通玩偶（死磕侠）	外观设计	原始取得	2018.08.15	2018.12.21
3	发行人	2018304526087	卡通玩偶（死磕侠）	外观设计	原始取得	2018.08.15	2018.12.18
4	发行人	2018304529225	卡通玩偶（死磕侠）	外观设计	原始取得	2018.08.15	2019.01.08
5	发行人	2018304526068	卡通玩偶（死磕侠）	外观设计	原始取得	2018.08.15	2019.03.01
6	发行人	2019302107859	杯子	外观设计	原始取得	2019.04.30	2019.10.18
7	发行人	2019303192651	包	外观设计	原始取得	2019.06.19	2020.04.24
8	发行人	2019306924350	包	外观设计	原始取得	2019.12.11	2020.04.28
9	发行人	2020300036103	带图形用户界面的手机	外观设计	原始取得	2020.01.03	2020.06.02
10	发行人	2020301465731	包	外观设计	原始取得	2020.04.14	2020.07.28
11	发行人	2020300066471	带信息搜索图形用户界面的手机	外观设计	原始取得	2020.01.06	2020.07.17
12	发行人	2020300030959	带测试功能图形用户界面的手机	外观设计	原始取得	2020.01.03	2020.07.24
13	发行人	202030003103X	带阅读功能图形用户界面的手机	外观设计	原始取得	2020.01.03	2020.07.17
14	发行人	2020300031059	带学习功能图形用户界面的手机	外观设计	原始取得	2020.01.03	2020.07.17
15	发行人	2020300031129	带学习功能图形用户界面的手机	外观设计	原始取得	2020.01.03	2020.07.17
16	发行人	2020300036071	带阅读功能图形用户界面的平板电脑	外观设计	原始取得	2020.01.03	2020.07.31
17	发行人	2020300036086	带学习功能图形用户界面的平板电脑	外观设计	原始取得	2020.01.03	2020.07.17
18	得到天津、广州文石信息科技有限公司	201930517528X	阅读器	外观设计	原始取得	2019.09.20	2020.03.27

附录 C 发行人及其下属企业已登记的软件著作权

序号	著作权人	软件名称	登记号	取得方式	权利范围	开发完成日期	首次发表日期	登记日期
1	发行人	得到个性化全文推荐检索系统软件[简版：得到搜索系统]V1.0	2019SR0882942	原始取得	全部权利	2019.04.23	未发表	2019.08.26
2	发行人	罗辑思维动态规则引擎软件[简称：动态决策引擎]V2.15	2019SR1262364	原始取得	全部权利	2019.05.01	2019.07.03	2019.12.03
3	发行人	财务结算报表系统 V1.0	2019SR1433779	原始取得	全部权利	2019.08.31	2019.08.31	2019.12.26
4	发行人	财务收入报表系统 V1.1.0	2019SR1433349	原始取得	全部权利	2019.09.28	2019.09.28	2019.12.26
5	发行人	得到大学教务系统 V2.8	2019SR1434914	原始取得	全部权利	2019.07.22	2019.07.22	2019.12.26
6	发行人	ERP 卡卷管理系统 V1.1.0	2019SR1432770	原始取得	全部权利	2019.07.30	2019.07.30	2019.12.26
7	发行人	结算平台数据核验系统 V1.0.0	2019SR1432708	原始取得	全部权利	2019.09.30	2019.09.30	2019.12.26
8	发行人	用户权限管理系统 V2.7	2019SR1420690	原始取得	全部权利	2019.11.01	2019.11.01	2019.12.24
9	发行人	新客服系统 V5.3	2019SR1420816	原始取得	全部权利	2019.06.04	未发表	2019.12.24
10	发行人	BCP 实时业务审计系统[简称：BCP]V1.3.1	2019SR1420902	原始取得	全部权利	2019.08.05	2019.08.05	2019.12.24
11	发行人	ERP 产品管理系统 V1.1.0	2019SR1422077	原始取得	全部权利	2019.07.30	2019.07.30	2019.12.24
12	发行人	学科渗透知识搜索系统(iOS 版)[简称：知识搜索]V1.2	2020SR0484279	原始取得	全部权利	2019.12.27	2020.01.04	2020.05.21
13	发行人	用户行为分析系统 V1.2	2020SR0485788	原始取得	全部权利	2019.09.02	2019.09.10	2020.05.21
14	发行人	数据质量检测系统 V1.1	2020SR0485894	原始取得	全部权利	2019.07.08	2019.07.22	2020.05.21
15	发行人	罗辑思维电商业务电子发票开票系统 V2.1	2017SR144124	原始取得	全部权利	2016.03.17	2016.04.01	2017.04.27
16	发行人	罗辑思维电商业务店铺管理系统 V4.5.5	2017SR149888	原始取得	全部权利	2015.07.09	2015.08.18	2017.05.02
17	发行人	罗辑思维电商业务店铺活动管理系	2017SR144119	原始取得	全部权利	2016.06.28	2016.07.03	2017.04.27

序号	著作权人	软件名称	登记号	取得方式	权利范围	开发完成日期	首次发表日期	登记日期
		统 V4.5.5						
18	发行人	罗辑思维电商业务订单管理系统 V4.5.5	2017SR151715	原始取得	全部权利	2015.08.13	2015.08.25	2017.05.02
19	发行人	罗辑思维电商业务购物车系统 V4.5.5	2017SR149683	原始取得	全部权利	2016.01.13	2016.01.21	2017.05.02
20	发行人	罗辑思维电商业务客服管理系统 V2.6.1	2017SR149433	原始取得	全部权利	2016.08.03	2016.08.12	2017.05.02
21	发行人	罗辑思维电商业务商品发布管理系统 V4.5.5	2017SR149231	原始取得	全部权利	2015.09.10	2015.09.16	2017.05.02
22	发行人	罗辑思维电商业务微信公众号托管管理系统 V3.5.6	2017SR149238	原始取得	全部权利	2016.06.02	2016.06.17	2017.05.02
23	发行人	得到优惠券系统 V2.1.1	2018SR442967	原始取得	全部权利	2017.11.02	2017.11.09	2018.06.12
24	发行人	CLM 在线合同系统 V2.0	2018SR442980	原始取得	全部权利	2017.04.20	2017.06.28	2018.06.12
25	发行人	得到知识礼物小程序 V6.0.0	2018SR442972	原始取得	全部权利	2017.04.21	2017.05.21	2018.06.12
26	发行人	ERP 智能拆合单系统 V2.0	2018SR442173	原始取得	全部权利	2017.04.20	2017.06.28	2018.06.12
27	发行人	TaskCenter 任务系统 V3.1	2018SR442962	原始取得	全部权利	2017.08.16	2017.10.16	2018.06.12
28	发行人	罗辑思维财务报表并行计算系统 V1.0	2018SR442976	原始取得	全部权利	2017.10.31	2017.11.15	2018.06.12
29	得到天津	得到 App 安卓客户端应用软件 V1.0	2017SR247408	原始取得	全部权利	2017.03.16	未发表	2017.06.08
30	得到天津	得到 App 购物车管理系统 V1.0	2017SR247412	原始取得	全部权利	2017.02.02	未发表	2017.06.08
31	得到天津	得到 App 会员管理系统 V1.0	2017SR247416	原始取得	全部权利	2017.01.25	未发表	2017.06.08
32	得到天津	得到 App 苹果客户端应用软件 V1.0	2017SR247418	原始取得	全部权利	2017.01.16	未发表	2017.06.08
33	得到天津	得到 App 商城架构系统 V1.0	2017SR247423	原始取得	全部权利	2017.03.09	未发表	2017.06.08
34	得到天津	基于微信公众号数据交付软件 V1.0	2017SR247426	原始取得	全部权利	2017.03.15	未发表	2017.06.08
35	得到天津	得到-移动应用软件[简称：得到]V1.0	2016SR142135	受让	全部权利	2015.09.21	未发表	2016.06.14

序号	著作权人	软件名称	登记号	取得方式	权利范围	开发完成日期	首次发表日期	登记日期
36	得到天津	得到用户学分评估系统软件[简称：得到用户学分]V1.2	2020SR0298840	原始取得	全部权利	2019.05.01	2019.05.09	2020.03.31

附录 D 发行人及其下属企业已登记的作品著作权

序号	著作权人	作品名称	作品类型	登记号	创作完成日期	登记日期
1	思维造物有限	死磕侠 牛 Bee	美术作品	国作登字 -2016-F-00290407	2016.05	2016.07.13
2	思维造物有限	死磕侠	美术作品	国作登字 -2015-F-00215565	2015.04.18	2015.11.27
3	思维造物有限	死磕侠	美术作品	国作登字 -2015-F-00185439	2015.03.01	2015.04.28
4	思维造物有限	逻辑思维	电影作品	国作登字 -2015-I-00215944	2012.12.16	2015.12.29
5	思维造物有限	“时间的朋友” 2015	电影作品	国作登字 -2016-I-00255069	2015.12.31	2016.03.18
6	得到天津	长谈：让我把话说完	电影作品	国作登字 -2018-I-00445408	2017.04.07	2018.02.06
7	得到天津	吴军 硅谷来信	文字作品	国作登字 -2016-A-00309906	2016.08.28	2016.10.14
8	得到天津	何帆大局观	文字作品	国作登字 -2017-A-00379476	2016.09.13	2017.04.17
9	得到天津	刘润 5 分钟商学院	文字作品	国作登字 -2016-A-00339447	2016.10.28	2016.12.06
10	得到天津	5 分钟商学院 实战	口述作品	苏作登字 -2019-M-00033678	2017.10.16	2019.03.06
11	得到天津	5 分钟商学院 基础	口述作品	苏作登字 -2019-M-00033677	2016.09.25	2019.03.06
12	得到天津	得到大学线上课程	口述作品	苏作登字 -2019-M-00034101	2018.09.06	2019.03.06
13	得到天津	得到第一课	口述作品	苏作登字 -2019-M-00030474	2018.12.17	2019.02.28
14	得到天津	家庭背景声 傅雷家书	口述作品	苏作登字 -2019-M-00034016	2018.12.13	2019.03.06
15	得到天津	家庭背景声 古文有意思	口述作品	苏作登字 -2019-M-00034018	2018.08.22	2019.03.06
16	得到天津	家庭背景声 哈佛毕业演讲	口述作品	苏作登字 -2019-M-00034013	2018.12.14	2019.03.06
17	得到天津	家庭背景声 西方名家经典散文	口述作品	苏作登字 -2019-M-00034014	2018.12.14	2019.03.06
18	得到天津	贾行家说《聊斋》	口述作品	苏作登字 -2019-M-00034012	2018.09.20	2019.03.06
19	得到天津	万维钢 精英日课第二季	口述作品	苏作登字 -2019-M-00029986	2017.09.18	2019.02.27
20	得到天津	有效提升你的职场写作能力	口述作品	苏作登字 -2019-M-00038192	2018.09.18	2019.03.14
21	得到天津	卓克的密码学课	口述作品	苏作登字 -2019-M-00038191	2018.12.16	2019.03.14
22	得到天津	家庭背景声 三步呼吸空间练习	口述作品	苏作登字 -2019-M-00040847	2018.09.03	2019.03.20
23	得到天津	关系攻略	口述作品	苏作登字 -2019-M-00040566	2016.12.25	2019.03.19

序号	著作权人	作品名称	作品类型	登记号	创作完成日期	登记日期
24	得到天津	如何开发孩子的英语潜力	口述作品	苏作登字 -2019-M-00040843	2018.07.17	2019.03.20
25	得到天津	何帆报告	口述作品	苏作登字 -2019-M-00039730	2016.09.13	2019.03.18
26	得到天津	郝广才 今天	口述作品	苏作登字 -2019-M-00040502	2016.12.29	2019.03.19
27	得到天津	李翔知识内参	口述作品	苏作登字 -2019-M-00076012	2018.12.30	2019.05.17
28	得到天津	家庭背景声 宽容	口述作品	苏作登字 -2019-M-000090183	2018.12.14	2019.06.06
29	得到天津	怎样成为带团队的高手	口述作品	苏作登字 -2019-M-000090122	2018.10.09	2019.06.06
30	得到天津	何帆的读书俱乐部	口述作品	苏作登字 -2019-M-000090180	2017.10.08	2019.06.06
31	得到天津	郝广才 创意思维课	口述作品	苏作登字 -2019-M-000090063	2018.09.02	2019.06.06
32	得到天津	怎样健康活过 100 岁	口述作品	苏作登字 -2019-M-00102795	2018.02.09	2019.06.28
33	得到天津	怎样成为演讲高手	口述作品	苏作登字 -2019-M-00101951	2017.08.09	2019.06.27
34	得到天津	怎样成为快速识人的高手	口述作品	苏作登字 -2019-M-00101893	2019.05.17	2019.06.27
35	得到天津	施展 中国史纲 50 讲	口述作品	苏作登字 -2019-M-00101883	2018.01.09	2019.06.27
36	得到天津	薄世宁医学通识 50 讲	口述作品	苏作登字 -2019-M-00101795	2018.12.20	2019.06.27
37	得到天津	怎样成为精力管理的高手	口述作品	苏作登字 -2019-M-00101778	2018.06.04	2019.06.27
38	得到天津	怎样快速搞懂一家公司	口述作品	苏作登字 -2019-M-00101770	2018.08.07	2019.06.27
39	得到天津	薛兆丰的经济学课	口述作品	苏作登字 -2019-M-00099790	2017.02.20	2019.06.25
40	得到天津	熊逸书院	口述作品	苏作登字 -2019-M-00099783	2017.03.27	2019.06.25
41	得到天津	马徐骏 新知报告	口述作品	苏作登字 -2019-M-00099542	2018.05.27	2019.06.25
42	得到天津	熊逸 佛学 50 讲	口述作品	苏作登字 -2019-M-00099476	2018.11.25	2019.06.25
43	得到天津	众病之王的解决方案	口述作品	苏作登字 -2019-M-00098763	2018.12.21	2019.06.24
44	得到天津	高爽天文学通识 30 讲	口述作品	苏作登字 -2019-M-00098700	2019.04.21	2019.06.24
45	得到天津	吴军的谷歌方法论	口述作品	苏作登字 -2019-M-00097856	2018.12.15	2019.06.21
46	得到天津	全球创新 260 讲	口述作品	苏作登字 -2019-M-00132912	2017.07.28	2019.08.12
47	得到天津	傅佩荣的西方哲学课	口述作品	苏作登字 -2019-M-00127759	2017.07.13	2019.08.02
48	得到天津	如何管好孩子的视	口述作品	苏作登字	2018.05.20	2019.08.02

序号	著作权人	作品名称	作品类型	登记号	创作完成日期	登记日期
		力		-2019-M-00127756		
49	得到天津	陈海贤 自我发展心理学	口述作品	苏作登字 -2019-M-00126359	2018.07.20	2019.08.01
50	得到天津	宁向东的管理学课	口述作品	苏作登字 -2019-M-00126357	2017.06.06	2019.08.01
51	得到天津	怎样成为压力管理的高手	口述作品	苏作登字 -2019-M-00126305	2018.07.10	2019.08.01
52	得到天津	怎样获得高质量睡眠	口述作品	苏作登字 -2019-M-00126293	2018.10.18	2019.08.01
53	得到天津	怎样学会正念冥想	口述作品	苏作登字 -2019-M-00126073	2019.03.02	2019.08.01
54	得到天津	贾宁 财务思维课	口述作品	苏作登字 -2019-M-00126072	2018.08.16	2019.08.01
55	得到天津	陆蓉 行为金融学	口述作品	苏作登字 -2019-M-00126071	2018.06.14	2019.08.01
56	得到天津	前沿科技之脑机接口	口述作品	苏作登字 -2019-M-00126070	2018.12.13	2019.08.01
57	得到天津	如何做好孩子的情绪教养	口述作品	苏作登字 -2019-M-00126069	2018.10.26	2019.08.01
58	得到天津	如何开发孩子的绘画潜力	口述作品	苏作登字 -2019-M-00126068	2018.07.11	2019.08.01
59	得到天津	靳大成 论语通读（上部）	口述作品	苏作登字 -2019-M-00126067	2018.09.27	2019.08.01
60	得到天津	怎样找准你的职业路线	口述作品	苏作登字 -2019-M-00126032	2018.08.18	2019.08.01
61	得到天津	熊逸 唐诗 50 讲	口述作品	苏作登字 -2019-M-00123399	2018.11.25	2019.07.29
62	得到天津	严伯钧 西方艺术课	口述作品	苏作登字 -2019-M-00118509	2017.05.09	2019.07.24
63	得到天津	吴伯凡 认知方法论	口述作品	苏作登字 -2019-M-00118478	2018.04.09	2019.07.24
64	得到天津	李筠 西方史纲 50 讲	口述作品	苏作登字 -2019-M-00118015	2018.03.30	2019.07.23
65	得到天津	徐弃郁 英国简史	口述作品	苏作登字 -2019-M-00117975	2018.07.18	2019.07.23
66	得到天津	刘苏里 名家大课	口述作品	苏作登字 -2019-M-00117965	2017.10.29	2019.07.23
67	得到天津	万维钢 精英日课第一季	口述作品	苏作登字 -2019-M-00117155	2018.08.09	2019.07.23
68	得到天津	卓克 科学思维课	口述作品	苏作登字 -2019-M-00115282	2017.08.20	2019.07.19
69	得到天津	王立铭 生命科学 50 讲	口述作品	苏作登字 -2019-M-00115093	2019.07.14	2019.07.19
70	得到天津	家庭背景声 关键时刻演讲	口述作品	苏作登字 -2019-M-00091660	2018.12.14	2019.06.11
71	得到天津	刘嘉 心理学基础 30 讲	口述作品	苏作登字 -2019-M-00076382	2018.02.15	2019.05.20
72	得到天津	给忙碌者的大脑健康课	口述作品	苏作登字 -2020-M-00081145	2019.08.20	2020.05.19

序号	著作权人	作品名称	作品类型	登记号	创作完成日期	登记日期
73	得到天津	给忙碌者的骨科医学课	口述作品	苏作登字 -2020-M-00082034	2020.01.05	2020.05.20
74	得到天津	给忙碌者的量子力学课	口述作品	苏作登字 -2020-M-00082036	2020.02.05	2020.05.20
75	得到天津	给忙碌者的女性健康课	口述作品	苏作登字 -2020-M-00082038	2019.03.06	2020.05.20
76	得到天津	给忙碌者的糖尿病医学课	口述作品	苏作登字 -2020-M-00083433	2019.08.09	2020.05.21
77	得到天津	给忙碌者的心脏医学课	口述作品	苏作登字 -2020-M-00082037	2019.01.28	2020.05.20
78	得到天津	年度得到 沈祖芸全球教育报告 8 讲	口述作品	苏作登字 -2020-M-00082045	2019.12.26	2020.05.20
79	得到天津	年度得到 何帆中国经济报告 25 讲	口述作品	苏作登字 -2020-M-00088274	2019.12.17	2020.05.28
80	得到天津	年度得到 黄海中国消费产业报告 12 讲	口述作品	苏作登字 -2020-M-00087772	2019.12.22	2020.05.27
81	得到天津	年度得到 施展中国制造报告 20 讲	口述作品	苏作登字 -2020-M-00082044	2019.12.19	2020.05.20
82	得到天津	年度得到 王煜全创新生态报告 12 讲	口述作品	苏作登字 -2020-M-00082040	2019.12.15	2020.05.20
83	得到天津	年度得到 香帅中国财富报告 25 讲	口述作品	苏作登字 -2020-M-00083520	2019.12.24	2020.05.21
84	得到天津	前沿科技 合成生物学	口述作品	苏作登字 -2020-M-00082046	2019.09.15	2020.05.20
85	得到天津	前沿科技 量子计算	口述作品	苏作登字 -2020-M-00083475	2019.10.26	2020.05.21
86	得到天津	前沿科技 卫星技术	口述作品	苏作登字 -2020-M-00082043	2019.10.20	2020.05.20
87	得到天津	前沿科技 吴军讲 5G	口述作品	苏作登字 -2020-M-00082041	2019.07.24	2020.05.20
88	得到天津	王立铭 病毒科学 9 讲	口述作品	苏作登字 -2020-M-00083532	2020.03.12	2020.05.21
89	得到天津	王立铭 抑郁症医学课	口述作品	苏作登字 -2020-M-00087952	2020.01.10	2020.05.27
90	得到天津	徐凯文 心理创伤 8 讲	口述作品	苏作登字 -2020-M-00082039	2020.03.06	2020.05.20
91	得到天津	郑路 社会网络 20 讲	口述	苏作登字 -2020-M-00083246	2019.04.16	2020.05.21
92	得到天津	梁宁产品思维 30 讲	录音作品	苏作登字 -2018-S-00182503	2017.02.17	2018.10.12

注：第 1-5 项作品著作权登记在思维造物有限名下，尚未更名，但不影响资产权属。

附录 E 发行人及其下属企业拥有的域名

序号	注册人	域名	备案号	到期日
1	发行人	luojilab.com	京 ICP 备 15037205 号-1	2021.05.15
2	发行人	saolife.com	京 ICP 备 15037205 号-3	2022.03.08
3	发行人	sao.cn	京 ICP 备 15037205 号-3	2028.03.17
4	发行人	igetget.cn	京 ICP 备 15037205 号-2	2021.06.08
5	发行人	igetget.com	京 ICP 备 15037205 号-2	2021.06.08
6	发行人	didatrip.com	京 ICP 备 15037205 号-6	2024.06.29
7	发行人	ddmogo.com	京 ICP 备 15037205 号-7	2022.11.06
8	发行人	ddmogao.com	京 ICP 备 15037205 号-9	2022.11.06
9	发行人	mogoo.com	京 ICP 备 15037205 号-8	2021.12.03
10	发行人	biji.com	京 ICP 备 15037205 号-10	2021.10.31
11	发行人	wedaydayup.com	/	2022.01.19
12	发行人	wedaydayup.cn	/	2022.01.19
13	发行人	ddcache.com	/	2023.05.30
14	发行人	ddgslb.com	/	2023.05.30
15	发行人	ddxuefen.com	/	2022.12.18
16	发行人	ddxuefen.xyz	/	2022.12.19
17	发行人	dedaofen.cn	/	2022.12.18
18	发行人	dedaofen.com	/	2022.12.18
19	发行人	dedaofen.net	/	2022.12.18
20	发行人	dedaofen.xyz	/	2022.12.19
21	发行人	dedaole.com	/	2022.12.17
22	发行人	dedaoxuefen.cn	/	2022.12.18
23	发行人	dedaoxuefen.com	/	2022.12.18
24	发行人	dedaoxuefen.xyz	/	2022.12.19
25	发行人	yeskude.com	/	2021.08.16
26	发行人	coolcoolme.com	/	2021.08.16
27	发行人	goodkude.com	/	2021.08.16
28	发行人	hikude.com	/	2021.08.16
29	发行人	igetcool.cn	/	2021.08.16
30	发行人	igetcool.net	/	2021.08.16
31	发行人	ukude.com	/	2021.08.16

序号	注册人	域名	备案号	到期日
32	发行人	you1ke.com	/	2022.08.13
33	优视米	umiwi.com	京 ICP 备 05039090 号-2	2026.05.06
34	优视米	dedao.cn	京 ICP 备 05039090 号-10	2021.03.17
35	思维无界	luojishiyan.com	津 ICP 备 16004643 号-1	2022.05.20
36	思维无界	siweiwujie.com	/	2022.05.20
37	得到天津	dedaomaster.com	津 ICP 备 17003455 号-2	2029.01.25
38	得到天津	igetup.cn	津 ICP 备 17003455 号-1	2023.01.19
39	得到天津	ddmaster.com	津 ICP 备 17003455 号-3	2026.03.05
40	北京得到	shequnpai.com	/	2023.07.20