

北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

关于 2017 年年度报告的补充公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

北京腾信创新网络营销技术股份有限公司(以下简称“腾信股份”或“公司”)2017年年度报告已于2018年4月25日在中国证监会指定的创业板信息披露网站巨潮资讯网(<http://www.cninfo.com.cn>)上披露,现公司按照《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第8号——上市公司从事互联网营销业务》和《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第2号——年度报告的内容与格式》等相关规定对公司《2017年年度报告》部分内容进行补充,具体情况如下:

一、补充披露第四节“经营情况讨论与分析” 第一条“概述”之“公司所处的产业链环节、具体业务模式以及关键业务指标。”

1、公司所处产业链环节

公司所处行业为互联网营销业,公司主营业务是为客户在互联网上提供广告和公关服务,业务涉及互联网营销全产业链各环节,通过分析相关数据,使得广告和公关服务的精准度更高,服务效果更好。

2、公司具体业务模式

公司的互联网广告服务业务,主要通过数据挖掘和分析,帮助客户寻找广告信息传播的网络目标受众群,以适当的媒介及广告位置组合,为客户进行互联网广告投放,并随时记录、监控传播效果和实施进一步的优化。互联网广告服务的具体服务内容包括策略制定、媒介采购、广告投放、网站建设及创意策划、广告效果监测及优化等服务。

公司的互联网公关服务业务,主要通过对互联网信息进行抓取和分析,对企业或其竞争对手及其所在行业的网络舆论情报进行跟踪、监控、汇总和分析;以及依靠技术平台,通过社会化媒体,为客户提供企业形象、品牌和产品宣传、客

户关系管理、产品市场意见反馈等服务。互联网公关服务的具体服务内容包括公关策略制定、舆情监控及社会化媒体营销等服务。

公司在为客户提供互联网广告和公关服务的过程中,需要辅助以技术手段进行数据的采集、分析和应用,从而提高营销服务效果。公司通过对互联网营销服务进行平台化和标准化开发及应用,建立了稳定和持续的盈利模式。同时,公司还重点储备了移动互联网营销业务,作为培育并择机进行扩张的潜在优势业务。

3、按照服务类型及合作媒体类别划分的关键业务指标。

按照服务类型划分:本报告期内为客户提供互联网广告服务金额为157,541.35万元;为客户提供互联网公关服务金额为4,897.11万元。按照合作媒体的类别划分:本报告期内视频类媒体采购金额为52,050.93万元;门户类媒体采购金额为5,888.44万元;垂直类媒体采购金额为27,508.26万元;搜索类媒体采购金额为37,230.07万元;移动端应用类媒体采购金额为9,709.01万元;其他类媒体采购金额为10,953.07万元。本报告期内,公司无单一媒体采购金额占采购总额的50%以上。

二、补充披露第四节“经营情况讨论与分析”之“二、主营业务分析”之“2、收入与成本”之“(5) 营业成本构成”之“营业成本变动较大的原因”。

本报告期,公司互联网广告服务收入同比增加3.07亿元;互联网公关服务收入同比减少0.31亿元,其中互联网公关服务收入同比减少64.08%,成本同比减少78.3%。互联网公关服务收入、成本同比变动金额较大,主要是因为本报告期互联网公关服务收入同比大幅减少,导致相应的成本同比大幅下降。营业成本变动较大的原因具体如下:

1、媒介及服务采购成本-视频同比增长31.18%,主要是根据客户需求,公司2017年度加大了QQ、爱奇艺、土豆等视频媒介的投入。

2、媒介及服务采购成本-门户同比减少74.87%,主要是根据客户需求,公司2017年度减少门户媒介的投入。

3、媒介及服务采购成本-垂直同比增长36.85%,主要是公司2017年度增加了专业性媒介的投入。

4、媒介及服务采购成本-搜索同比增长142.88%,主要是公司增加了对百度

搜索媒介的投入。

5、媒介及服务采购成本-移动端应用同比减少54.06%，主要是公司减少了手机等移动端的媒介投入。

6、媒介及服务采购成本-其他同比增长32%，主要是公司在上述媒介及服务采购之外，增加了其他媒介的采购力度。

7、折旧及摊销同比减少100%，主要是2017年度相关折旧及摊销计入管理费用科目核算。

特此公告。

北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

董事会

二〇一八年六月六日