

证券代码：300280

证券简称：紫天科技

公告编号：2021-034

江苏紫天传媒科技股份有限公司 关于对深圳证券交易所2020年年报问询函回复的公告

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

江苏紫天传媒科技股份有限公司（以下简称“公司”或“紫天科技”）于 2021 年 5 月 19 日收到深圳证券交易所《关于对江苏紫天传媒科技股份有限公司的年报问询函》（创业板年报问询函【2021】第 291 号）（以下简称“问询函”），根据问询函要求，本公司及相关方进行了认真调查核实并补充更正，现就问询函中所关注问题回复如下：

1. 回函显示，你公司子公司里安传媒有限公司（以下简称“里安传媒”）主要从事互联网广告营销业务，2020 年里安传媒实现营业收入 110,189.57 万元，占你公司营业收入比例的 77.83%。里安传媒的收入占比已达到《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及数据相关服务业务》的披露要求。请对照前述指引补充披露相关信息，并对 2020 年年报进行更新。

公司回复：

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及数据相关服务业务》的披露要求，对 2020 年年报更新如下：

补充：第三节 公司业务概况

（1）主要业务模式

上市公司目前的主营业务包括楼宇广告业务与互联网广营销业务

（1）楼宇广告业务介绍

公司目前从事楼宇广告业务，公司本着以“精准营销”为核心的理念，面向“高

端受众”，运用先进的“无线 3G 传输”技术，专注于商务楼宇视频媒体的开发与运营，同时兼营社区 LCD 领域相关媒体资源。

（2）互联网广告营销业务介绍

公司所从事的互联网广告营销业务是效果类广告服务的一种，主要是将广告主需要投放的广告通过互联网渠道传播，并最终在电脑或移动设备上呈现，广告主根据广告所实现的商业效果与公司进行结算。

效果广告是指广告主根据广告所实现的商业效果与互联网媒体或互联网广告服务商进行结算的广告类型，常用的商业效果包括 APP 下载、APP 安装、用户注册、商品购买等，可以归纳为按 CPI 或 CPA 模式结算。

公司通过 SDK、API 等方式聚合大量广告媒体的用户流量，帮助广告主分配广告预算、选取目标受众、制定广告投放决策并采买用户流量，广告主根据广告所实现的商业效果与公司进行结算。

补充：第四节 经营情况讨论与分析

公司需遵守《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及数据服务相关业务》的披露要求：

（1）互联网营销收入整体情况

单位:元

	2020 年		2019 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
互联网营销收入合计	1,101,895,657.58	77.83%	175,481,974.06	20.37%	527.93%

（2）广告主所处的主要行业领域

单位:元

行业领域	2020 年		2019 年		同比增减
	收入金额	占营业收入比重	收入金额	占营业收入比重	
游戏类	666,095,925.01	60.45%	80,353,188.12	45.79%	728.96%
电商类	212,665,861.91	19.30%	47,099,393.04	26.84%	351.53%
应用类	174,540,272.16	15.84%	34,815,594.85	19.84%	401.33%
其他	48,593,598.50	4.41%	13,213,798.05	7.53%	267.75%
合计	1,101,895,657.58	100.00%	175,481,974.06	100.00%	527.93%

（3）直接类客户和代理类客户情况

单位:元

客户类型	2020 年			2019 年		
	客户数量	收入金额	客户留存率（如适用）	客户数量	收入金额	客户留存率（如适用）
代理类客户	18	1,101,895,657.58		4	175,481,974.06	

除上述更新补充内容之外，原公告全文其他内容不变，也不会影响原公告全文中的资产负债表、利润表、现金流量表、所有者权益变动表等财务报表数据。

2. 请披露里安传媒 2018-2020 年财务数据、主要业务开展主体及各主体的主要业务、收入及净利润信息。请结合里安传媒 2018-2020 年经营情况、净利润对你公司的影响情况，说明 2018、2019 年年报未披露里安传媒经营情况的原因，你公司以前年度定期报告是否存在需补充、更正之处。请会计师对里安传媒财务数据的真实性、准确性进行核查并发表意见。

公司回复：

一、 里安传媒 2018-2020 年主要财务情况

单位：人民币万元

项目	2020 年	2019 年 4-12 月	2018 年 4 月-2019 年 3 月
资产总额	91,422.42	0.47	65.56
所有者权益	21,331.53	-0.33	48.70
营业收入	110,189.57	169.03	608.44
净利润	22,550.29	-52.20	-1.89

注：里安传媒在香港的年度周期为自然年度的 4 月至次年 3 月。公司 2020 年度、2019 年 4-12 月、2018 年 4 月-2019 年 3 月均经审计。

公司披露的 2020 年度里安传媒的财务数据系里安传媒单体财务数据。2020 年 10 月 23 日，经公司第四届董事会第五次会议决议，里安传媒有限公司收购 Clockwork Goblin Tech Corp（以下简称“Clockwork”）100%股权。截至 2020 年 12 月 31 日，里安传媒与 Clockwork 股东吕龙涛尚未完成 Clockwork 的交接，因此，截至 2020 年 12 月 31 日，Clockwork 尚未纳入公司合并范围。

二、里安传媒的情况介绍

公司于 2019 年下半年开始探索互联网广告业务，为进一步拓展全球化市场，提高互联网广告业务收入，增强公司在行业内的竞争力和影响力，构建现代广告服务业全方位矩阵，公司计划搭建境外全资子公司平台开展互联网广告业务。2019 年末，公司收购壳公司里安传媒

有限公司（一家在香港注册成立的公司），并于 2020 年 1 月 1 日起以里安传媒为业务主体开展互联网广告业务。

里安传媒系公司非同一控制下合并增加的子公司，公司以18.69万人民币的对价完成对里安传媒的收购，公司已按要求及时完成对外信息披露。收购过程符合公司章程的要求并经相关政府部门审批。

综上所述，公司2018、2019年年报未披露里安传媒经营情况是因为公司于2020年初完成收购里安传媒，里安传媒自2020年才纳入公司合并范围，且为非同一控制下的企业合并，里安传媒被收购之前并未开展实际业务，公司以前年度定期报告不存在需补充、更正之处。

会计师回复意见：

1、获取并查阅公司收购里安相关的董事会决议、股权转让协议、公司交接等资料；

2、获取并查阅里安传媒近两年经审计的财务报表及审计报告；

3、将公司披露的里安传媒的财务数据与我们获取的资料进行核对。

4、我们对里安传媒执行审计程序，主要执行了以下审计程序：

①获取并核对银行对账单，并对所有银行发函；

②核对里安传媒银行流水；

③获取业务合同、结算单等，核对收入和成本的确认金额是否经客户确认；

④对主要客户和供应商执行函证、访谈程序，以确认本期广告业务交易金额及欠款金额；

⑤对互联网广告系统执行 IT 审计程序，检查其一般控制及应用控制，并检查其 API 接口数据传输功能的有效性，以及财务数据与系统数据的一致性。

⑥抽查有效转化日志，重新计算收入金额，核对平台数据与日志数据是否一致。

经对里安传媒 2020 年度财务报表执行审计程序，我们获取了充分适当的审计证据，公司披露的里安传媒 2020 年度的财务数据真实、准确。

3. 回函显示，你公司楼宇广告业务 2019、2020 年第四季度的前五大客户相关收入未经审计，请说明未对前述收入进行审计的原因。请会计师对前述收入实施必要的审计程序，并对相关客户收入的真实性发表意见。

公司回复：

因会计师并未单独对公司楼宇广告 2019 年和 2020 年第四季度出具审计报告，在相关材料中列示 2019、2020 年第四季度楼宇广告业务的前五大客户相关收入未经审计，为各方对数据审计口径理解的差别。实际上，公司在 2019 年和 2020 年均聘请了苏亚金诚会计师事务所（特殊普通合伙）对公司及子公司亿家晶视进行审计并出具了审计报告，全年收入均实施了审计程序，第四季度的数据也执行了审计程序。

会计师回复意见：

我们对前述客户的收入实施了审计程序，主要审计程序如下：

（1）了解、评价与收入相关的内部控制的设计，并测试关键控制运行的有效性；

（2）实施函证程序；

（3）对重大客户执行了走访程序；

（4）针对楼宇广告业务，我们获取本期已确认收入的明细，抽样获取与客户签订的广告投放合同、楼宇广告发布确认单、楼宇广告监播报告等核对，评价相关收入确认是否符合公司收入确认的会计政策；

（5）重新计算收入确认金额的准确性、完整性，并检查其是否记录于正确的期间。

通过执行上述审计程序，我们获取了充分、适当的审计证据，公司上述客户的收入真实完整。

4. 回函显示，你公司楼宇广告业务前十大应收账款欠款方中，有七家账龄在三年以上，请逐一说明前述公司未能付款的原因，请向我部报备对前述七家公司的业务合同，请会计师核查对前述七家公司的销售是否具备商业实质，是否存在虚增

收入的情形。

公司回复：

一、楼宇广告业务应收余额前十名中账龄较长的原因

截至 2020 年 12 月 31 日，公司楼宇广告业务应收账款余额前十名中账龄较长明细列示如下：

单位：万元

序号	客户名称	应收账款余额	坏账准备
1	长沙卓启广告有限公司	1,853.12	1,853.12
2	重庆格局广告传媒有限公司	139.91	139.91
3	重庆兴康广告传媒有限公司	139.12	139.12
4	长沙欣晨营销策划有限公司	129.20	129.20
5	重庆班纳广告有限公司	93.59	93.59
6	长沙子渔文化传播有限公司	60.00	60.00
7	重庆麦广广告有限公司	52.05	52.05
	合计	2,466.99	2,466.99

经公司与上述客户多次沟通后得知，上述客户由于自身经营及其代理的客户经营的问题，导致客户未按约定付款：（1）长沙卓启、长沙欣晨等为当地直客，主要从事开发商和建筑行业，受宏观调控和经济影响，行业资金链紧张导致对外广告款违约未支付，导致下游广告商都没有收到相关款项；（2）重庆格局、重庆兴康及重庆班纳及长沙子渔文化等因代理商经营不利导致未按预定回款。

考虑到未来合作的可能，公司尚未对上述客户提起诉讼；但是，公司从财务经营稳健性角度出发，公司已对上述客户的欠款全额计提了坏账准备。

二、近三年公司楼宇广告业务情况

近三年公司楼宇广告业务情况列示如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年	合计
营业收入[注]	19,670.65	43,923.21	25,462.10	89,055.96

注：亿家晶视自 2018 年 5 月起纳入公司合并范围，为了具有可比性，上表 2018 年营业收入为亿家晶视 2018 年全年数据。

近 3 年，亿家晶视楼宇广告业务营业收入累计 89,055.96 万元，上述客户欠款共计 2,466.99 万元，占亿家晶视近 3 年楼宇广告业务收入的 2.77%。近 3 年，公司实现的营业收入累计 294,559.83 万元，上述客户欠款共计 2,466.99 万元，占公司近 3 年营业收入累计额的 0.84%。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司楼宇业务应收账款账龄超过 1 年的累计余额为 2,622.12 万元，上述客户余额占到账龄超过 1 年应收账款的 94.08%，同时上市公司已经从审慎的角度对上述欠款全额计提坏账准备。

综上，公司楼宇业务应收账款拖欠情况在公司经营风险的合理范围内。

会计师回复意见：

我们对亿家晶视与上述客户的业务开展情况进行核实：

（1）获取并查阅亿家晶视与上述客户签订的合同、监播报告；

（2）我们执行了向上述客户发函确认交易额及欠款余额的审计程序，并收到了长沙卓启广告有限公司、长沙欣晨营销策划有限公司及长沙子渔文化传播有限公司回函无误的确认回函；针对重庆格局广告传媒有限公司等 4 家客户，我们检查了亿家晶视与其签订的合同、监播报告、催款通知书等资料。

经核查，亿家晶视已按照合同要求为客户播放了广告，亿家晶视与上述公司的业务开展具备商业实质，亿家晶视不存在虚增收入的情形。

5. 回函显示，你公司预测亿家晶视 2021 年实现收入 30,524.3 万元，2021 年一季度亿家晶视仅实现营业收入 5,852.21 万元。请结合前述情况，说明对亿家晶视预测收入是否审慎合理。

公司回复：

（1）从历史期看，亿家晶视 2017 年至 2021 年一季度营业收入及 2017 年至 2020 年营业收入及 2021 年预测营业收入如下表：

单位：万元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
一季度营业收入	4,020.61	3,406.50	5,858.42	478.19	5,852.21

全年营业收入	23,433.24	25,462.10	43,923.21	19,670.65	30,524.30
一季度营业收入/全年营业收入	17.16%	13.38%	13.34%	2.43%	19.17%

注：2019 年营业收入为 61,471.41 万元，其中楼宇传播服务营业收入 43,923.21 万元，互联网传播服务 17,548.20 万元，由于 2021 年末预测包含互联网传播服务收入，所以本次 2019 年比例中未包含互联网传播服务。

注：由于 2020 年亿家晶视受新冠疫情影响比较大，数据可比性较差，本次不考虑 2020 年数据。

根据上表可知，2017 年至 2020 年一季度营业收入占全年收入的比例较小，平均占比为 14.62%，主要受季节性因素的影响，一季度收入占全年收入的比例相对较低，2021 年一季度已实现营业收入占 2021 年预测营业收入的比例为 19.17%，要高于历史期水平。且 2021 年一季度营业收入与 2019 年一季度营业收入接近，2021 年的预测营业收入低于 2019 年营业收入，。亿家晶视 2021 年预测收入审慎合理。

(2) 从行业上市公司看，经 wind 查询，广告行业 2017 年至 2020 年一季度营业收入及全年营业收入数据如下表：

单位：亿元

证券代码	证券简称	2017 一季营业收入	2017 年报营业收入	2018 一季营业收入	2018 年报营业收入
300058.SZ	蓝色光标	29.4469	152.3084	50.2417	231.0397
002131.SZ	利欧股份	20.9797	105.7263	28.4805	122.5004
002400.SZ	省广集团	19.1015	112.952	22.6289	121.1475
002027.SZ	分众传媒	24.2041	120.1355	29.5958	145.5129
300063.SZ	天龙集团	13.5232	68.7612	18.9764	79.6771
600637.SH	东方明珠	37.0644	162.6116	27.9891	136.3368
600986.SH	浙文互联	15.6596	94.6977	29.0129	142.095
603825.SH	华扬联众	14.6028	82.1644	20.1371	107.4771
002115.SZ	三维通信	2.1694	11.8144	5.1993	35.5361
300242.SZ	佳云科技	6.7957	27.0612	9.1218	56.102
603598.SH	引力传媒	6.1333	25.8232	8.9011	31.4713
002712.SZ	思美传媒	7.0354	41.8717	14.0104	52.8253
300805.SZ	电声股份		18.5031		26.0494
600826.SH	兰生股份	6.2021	33.3513	7.9111	33.0583
605168.SH	三人行		7.5842		10.9951
000038.SZ	深大通	4.5521	15.1037	4.5334	25.9146
002878.SZ	元隆雅图	1.2527	8.1926	2.0323	10.5157
002799.SZ	环球印务	1.0573	4.3821	1.2035	5.5512
300343.SZ	联创股份	4.0418	27.6757	5.8541	35.9947
300280.SZ	紫天科技	0.5588	3.6159	1.1062	6.6855
300269.SZ	ST 联建	7.0365	39.5237	8.083	40.5337
600234.SH	山水文化	0.0348	0.1448	0.3302	1.464

300392.SZ	腾信股份	2.3866	16.2438	3.3426	13.3207
002137.SZ	实益达	1.8491	9.3597	2.5843	10.3553
603729.SH	ST 龙韵	1.314	12.3566	2.5116	11.9491
300612.SZ	宣亚国际	0.9793	5.0451	0.8897	3.6928
600358.SH	国旅联合	0.31	2.8752	0.8657	2.7518
300336.SZ	新文化	3.0179	12.3322	1.9686	8.0582
300781.SZ	因赛集团		3.3383	0.9075	4.2345

(续表)

证券代码	证券简称	2019 一季营 业总收入	2019 年报营 业总收入	2020 一季营 业总收入	2020 年报营 业总收入
300058.SZ	蓝色光标	55.9505	281.0572	81.1693	405.2689
002131.SZ	利欧股份	33.0052	140.3262	38.1842	155.4787
002400.SZ	省广集团	22.2881	115.3569	22.8082	132.9127
002027.SZ	分众传媒	26.1096	121.3595	19.3842	120.9711
300063.SZ	天龙集团	15.8743	86.7366	25.3996	106.7495
600637.SH	东方明珠	25.7066	123.446	24.2002	100.3335
600986.SH	浙文互联	37.7875	188.8251	22.6036	92.6057
603825.SH	华扬联众	21.3861	105.0679	21.4978	91.4377
002115.SZ	三维通信	10.0065	55.5889	18.9541	87.3805
300242.SZ	佳云科技	9.76	55.2904	17.7613	69.9702
603598.SH	引力传媒	4.8075	29.998	7.7812	55.9617
002712.SZ	思美传媒	10.2904	29.97	4.2112	39.6055
300805.SZ	电声股份	4.8462	32.3554	5.1102	32.9064
600826.SH	兰生股份	7.7851	36.1089	5.8569	29.8215
605168.SH	三人行	3.2433	16.3143	4.4485	28.0775
000038.SZ	深大通	5.8725	18.3485	2.5732	21.3024
002878.SZ	元隆雅图	3.0666	15.7166	3.3235	19.9045
002799.SZ	环球印务	1.9023	12.4734	4.4217	18.7534
300343.SZ	联创股份	8.3583	35.1375	4.1863	17.3839
300280.SZ	紫天科技	1.2087	8.6132	2.3457	14.1573
300269.SZ	ST 联建	7.9361	30.1357	2.9717	11.3506
600234.SH	山水文化	0.3178	2.279	0.6918	11.1397
300392.SZ	腾信股份	3.082	14.806	3.5283	8.9083
002137.SZ	实益达	1.5982	7.6303	2.1077	7.8367
603729.SH	ST 龙韵	0.7216	6.4292	1.8061	6.2143
300612.SZ	宣亚国际	0.3949	3.5423	0.6553	6.1939
600358.SH	国旅联合	0.5293	3.5497	0.9922	5.223
300336.SZ	新文化	0.9364	5.5605	1.055	3.3886
300781.SZ	因赛集团	0.9427	3.9267	0.7891	3.1991

根据上述数据计算，2017 年至 2020 年一季度营业收入占全年营业收入比例如下表：

证券代码	证券简称	一季度营业收入占全年营业收入比例 (2017 年)	一季度营业收入占全年营业收入比例 (2018 年)	一季度营业收入占全年营业收入比例 (2019 年)	一季度营业收入占全年营业收入比例 (2020 年)
300058.SZ	蓝色光标	19.33%	21.75%	19.91%	20.03%
002131.SZ	利欧股份	19.84%	23.25%	23.52%	24.56%
002400.SZ	省广集团	16.91%	18.68%	19.32%	17.16%
002027.SZ	分众传媒	20.15%	20.34%	21.51%	16.02%
300063.SZ	天龙集团	19.67%	23.82%	18.30%	23.79%
600637.SH	东方明珠	22.79%	20.53%	20.82%	24.12%
600986.SH	浙文互联	16.54%	20.42%	20.01%	24.41%
603825.SH	华扬联众	17.77%	18.74%	20.35%	23.51%
002115.SZ	三维通信	18.36%	14.63%	18.00%	21.69%
300242.SZ	佳云科技	25.11%	16.26%	17.65%	25.38%
603598.SH	引力传媒	23.75%	28.28%	16.03%	13.90%
002712.SZ	思美传媒	16.80%	26.52%	34.34%	10.63%
300805.SZ	电声股份			14.98%	15.53%
600826.SH	兰生股份	18.60%	23.93%	21.56%	19.64%
605168.SH	三人行			19.88%	15.84%
000038.SZ	深大通	30.14%	17.49%	32.01%	12.08%
002878.SZ	元隆雅图	15.29%	19.33%	19.51%	16.70%
002799.SZ	环球印务	24.13%	21.68%	15.25%	23.58%
300343.SZ	联创股份	14.60%	16.26%	23.79%	24.08%
300280.SZ	紫天科技	15.45%	16.55%	14.03%	16.57%
300269.SZ	ST 联建	17.80%	19.94%	26.33%	26.18%
600234.SH	山水文化	24.03%	22.55%	13.94%	6.21%
300392.SZ	腾信股份	14.69%	25.09%	20.82%	39.61%
002137.SZ	实益达	19.76%	24.96%	20.95%	26.90%
603729.SH	ST 龙韵	10.63%	21.02%	11.22%	29.06%
300612.SZ	宣亚国际	19.41%	24.09%	11.15%	10.58%
600358.SH	国旅联合	10.78%	31.46%	14.91%	19.00%
300336.SZ	新文化	24.47%	24.43%	16.84%	31.13%
300781.SZ	因赛集团		21.43%	24.01%	24.67%

由上表可以看出，一季度营业收入占全年营业收入比例的情况如下表：

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
最小值	10.63%	14.63%	11.15%	6.21%
最大值	30.14%	31.46%	34.34%	39.61%
平均数	19.11%	21.61%	19.69%	20.78%

本公司	17.16%	13.38%	13.34%	2.34%
-----	--------	--------	--------	-------

亿家晶视 2021 年一季度已实现营业收入占全年预测营业收入比例为 19.17%，与广告行业上市公司一季度营业收入占全年营业收入比例较为接近，符合行业特点和公司经营的实际情况，亿家晶视 2021 年预测收入审慎合理。

综上分析，亿家晶视 2021 年一季度营业收入占 2021 年预测营业收入的比例高于亿家晶视历史期的占比水平，且与广告行业上市公司一季度营业收入占全年营业收入比例较为接近，亿家晶视预测收入审慎合理。

6. 回函显示，广州汇量为你公司互联网广告行业第一大应收款欠款方，同时为你公司第二大预付款对象，请说明你公司与广州汇量的业务往来情况，其既为应收款欠款方又为预付款对象的原因及合理性。

公司回复：

（一）公司互联网广告业务模式介绍

公司所从事的互联网广告营销业务是效果类广告服务的一种，主要是将广告主需要投放的广告通过互联网渠道传播，并最终在电脑或移动设备上呈现，广告主根据广告所实现的商业效果与互联网媒体或互联网广告服务商进行结算的广告类型，常用的商业效果包括 APP 下载、APP 安装、用户注册、商品购买等，可以归纳为按 CPI 或 CPA 模式结算。

上游最终客户主要为 APP 开发商、电商与游戏公司等，下游供应商主要为具备流量的互联网媒体公司。业务盈利来源为互联网效果营销服务的收入与支付给互联网媒体的成本及相关费用之间的差额。

公司通过 SDK、API 等方式聚合大量广告媒体的用户流量，帮助广告主分配广告预算、选取目标受众、制定广告投放决策并采买用户流量，广告主根据广告所实现的商业效果与公司进行结算。

（1）销售模式

公司互联网广告营销业务的客户类型主要为移动应用开发者、跨境电商、游戏公司等通过互联网广告方式进行营销推广与用户获取的企业。公司销售的主要内容

为效果类移动互联网广告营销服务等。

公司获取客户的方式主要包括：1）参加展会、论坛等活动，通过设立展位、进行主题演讲或专题讨论推广公司的经营理念、竞争优势及具体服务内容；2）通过公开渠道定位潜在客户，并主动联系表达合作意向；3）现有合作伙伴介绍；4）凭借公司在行业内的口碑吸引广告主客户主动联系。

（2）采购模式

公司互联网广告营销业务的供应商主要为互联网媒体，包括优质媒体、中长尾媒体、广告交易市场以及其他互联网广告渠道等。公司采购的主要内容是各类互联网媒体的广告库存资源。

公司供应商的主要获取方式包括：1）通过网络检索或应用市场排行榜等公开渠道获取优质媒体名单，主动联系合作；2）由广告主转化而来，由于部分广告主也有通过互联网广告进行用户流量商业化变现的诉求，同时也可能成为公司的供应商；3）通过论坛、展会等方式与供应商交流并进行合作；4）现有供应商合作伙伴介绍；5）凭借公司在行业内的口碑吸引供应商主动联系接洽。

（3）盈利模式

公司互联网广告营销业务的盈利来源为互联网效果营销服务的收入与支付给互联网媒体的成本及相关费用之间的差额。公司主要面向移动应用开发者、跨境电商等互联网广告主客户，通常情况下按照 CPI 模式向广告主收费。

（4）结算模式

公司按照广告投放产生的实际商业效果向广告主收取费用，常用于结算的商业效果包括按下载、安装、注册、购买等，可以归纳为按 CPI 或 CPA 模式结算。广告主通过邮件或系统填报的方式告知公司其商业效果要求，经双方确认后，公司进行广告投放，在优质媒体、中长尾媒体及其他互联网渠道中采买用户流量。投放结束后，双方依据约定的商业效果的实现情况按照合同约定的模式进行结算。

同时，公司也按照广告投放产生的实际商业效果与媒体供应商进行结算，基于与客户确认的实际效果数据，按照约定的计算方式，于次月与供应商确定结算价格，

通常于再次月完成结算。

（二）广州汇量情况及开展业务情况介绍

广州汇量网络科技有限公司成立于 2013 年 3 月，是一家全球应用开发者技术服务平台，专注于提供移动广告及数据分析服务。

广州汇量凭借全球化网络和本地化服务能力，为 60 多个国家的 2000 多个活跃的应用开发者提供从获客到变现的全栈式广告产品，每天触及超过 9 亿个独立移动设备，覆盖 200 多个国家。同时，广州汇量的移动分析 SaaS 平台已追踪分析 49000 多款游戏的用户生命周期行为。广州汇量在全球排名前十位、在中国排名第一及亚洲排名第二。

广州汇量作为互联网广告领域排名靠前的代理商，其业务开展过程中不仅自身开展互联网广告营销业务，也通过其他诸多互联网广告代理商如发行人等对接广告主资源或流量媒体公司等，扩大业务范畴。

（三）公司与广州汇量的业务往来情况，其既为应收款欠款方又为预付款对象的原因及合理性

（1）公司与广州汇量的实际结算模式

按照公司与广州汇量目前的业务模式，广州汇量既为公司的客户又为供应商；按照当下的结算模式，广州汇量既为应收款欠款方又为应付款收款方。

（2）公司与广州汇量结算模式的原因和合理性分析

广州汇量的优势在于对中长尾媒体的聚合能力，在聚集大批量流量的基础上，为其客户提供精准的营销服务。紫天科技积累了丰富的中长尾媒体资源，为了最大化的实现媒体资源变现，紫天科技接入广州汇量的聚合平台，承接合适的投放需求；此过程紫天科技作为下游媒体方，变现自身优势流量，汇量作为上游广告主平台方。

公司在现代广告服务业务经营过程中，也积累了丰富的广告主或者渠道客户资源，为了帮助客户实现最优化的营销服务，公司会结合流量本身的特征、质量以及价格向供应商采购合适的媒体资源，由于广州汇量为领先的第三方广告服务平台，聚合了大量的中长尾媒体资源，因此存在公司将部分业务，通过广州汇量的服务平

台进行投放的情况。此过程紫天作为上游方汇聚平台，依托自己部分垂直行业独特广告主资源，与下游汇量进行合作。

广州汇量虽本身即从事互联网广告营销业务，但广州汇量与公司在产业链条中由于所拥有的资源不同，所扮演的分工角色亦不相同。

公司与广州汇量的合作模式符合互联网广告营销业务的行业惯例，广州汇量通过公司开展广告营销业务具有合理性。基于合理营销模式和行业结算模式下，广州汇量既为应收款欠款方同时又为应付款收款方，但是广州汇量不是公司的预付款对象。

特此公告。

江苏紫天传媒科技股份有限公司

董 事 会

二〇二一年五月二十六日