

# 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

深证上〔2016〕637 号

第一条 为了规范深圳证券交易所（以下简称“本所”）创业板上市公司（以下简称“上市公司”或者“公司”）从事互联网营销相关业务的信息披露行为，保护投资者的合法权益，根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司信息披露管理办法》等法律、行政法规、部门规章、规范性文件和《深圳证券交易所创业板股票上市规则》，制定本指引。

第二条 本指引适用于从事搜索引擎营销、积分墙营销、程序化购买、营销数据服务等互联网相关业务的上市公司。

本指引所称搜索引擎营销业务，是指利用搜索引擎平台以实现信息展示的业务；积分墙营销业务，是指为用户提供积分任务以实现应用推广的业务；程序化购买业务，是指基于数字平台（需求方平台、供应方平台、广告交易平台）自动执行媒体展示位购买的业务；营销数据服务业务，是指提供营销相关数据的统计、监测、分析等服务的业务。

第三条 上市公司互联网营销业务收入占上市公司最近一个会计年度经审计的营业收入 30% 以上的，或者净利润占上市公司最近一个会计年度经审计的净利润 30% 以上的，或者该业务可能对上市公司业绩或者股票及其衍生品种交易价格产生重大影

响的，应当按照本指引规定履行信息披露义务。

上市公司从事互联网营销业务未达到前款标准的，本所鼓励公司参照执行本指引相关规定。

上市公司控股子公司从事互联网营销业务，视同上市公司从事互联网营销业务，适用本指引的规定。

**第四条** 从事互联网营销业务的上市公司应当在年度报告、半年度报告中充分披露公司所处的产业链环节和具体业务模式，便于投资者阅读和理解。

**第五条** 上市公司根据中国证监会相关格式准则要求披露年度报告和半年度报告时，应当披露下列能够反映公司业务特点的信息：

（一）公司数据或者流量的导入方式，自有平台导入、第三方导入的数据或者流量占比情况，移动端和非移动端覆盖的用户数量及日均活跃用户数量；

（二）与反映公司主要业务的标准（如转化率、点击率、展现率等）相关的技术指标，如每秒报价笔数、每秒成交笔数、日均报价笔数、日均成交笔数、日均成交金额、日均网页抓取数、日均关键词展示量等；

（三）公司在主要合作平台（如需求方平台、供应方平台、广告交易平台等）上的交易金额，单一平台交易金额占交易总额50%以上的，应当披露其名称和交易金额所占比例。

上市公司在披露上述业务指标时，应当详细披露指标含义、数据口径、数据来源（第三方机构、公司自身统计均可）及所反映的公司运营状况，并保持各期报告中相关数据口径和来源的一

致性。

第六条 上市公司在年度报告、半年度报告中披露公司经营情况时，应当同时按照下列要求履行信息披露义务：

（一）按照直接类客户和代理类客户分别披露客户数量、收入金额及客户留存率；

（二）按照终端类型（移动端、非移动端）披露不同业务类别（如搜索引擎营销、积分墙营销、程序化购买等）下的收入金额；

（三）按照合作媒体的类别（如门户网站、搜索平台、应用开发商等）汇总披露采购金额，并披露不同采购计费模式（包断计费、流量计费）下的采购金额，单一合作媒体采购金额占采购总额 50% 以上的，应当披露其名称和采购金额所占比例。

第七条 上市公司在定期报告中披露公司主要会计政策和会计估计时，应当结合具体的盈利模式、收费方式以及公司承担的义务和风险，详细披露收入确认和成本结转的具体方法。

第八条 上市公司应当在定期报告中结合行业发展情况、公司业务运营情况，充分披露可能对公司未来发展战略和经营目标实现产生重大不利影响的风险因素，如客户变动风险、媒体合作风险、个人隐私保护法规变化的风险等。

第九条 上市公司主要客户不再续约或者新增客户，可能对公司的日常经营或者股票及其衍生品种交易价格产生重大影响时，应当及时披露上述事项对公司收入及净利润可能产生的影响，并进行风险提示。

第十条 主要合作媒体（如门户网站、搜索平台、应用开发

商等)及应用市场的审核政策发生重大变化导致上市公司出现与重要媒体终止合作、相关应用被主要应用市场强制下架等情形,可能对公司的日常经营或者股票及其衍生品种交易价格产生重大影响时,上市公司应当及时披露上述事项对公司数据或者流量导入、业务开展可能产生的影响,并进行风险提示。

第十一条 上市公司因特殊原因无法按照本指引中个别条款规定履行信息披露义务的,可以根据实际情况调整披露内容或者不披露相关内容,但应当说明并披露原因。

第十二条 本指引所称“以上”含本数。

第十三条 本指引由本所负责解释。

第十四条 本指引自发布之日起施行。