

# 北京随视传媒科技股份有限公司 公开转让说明书



## 推荐主办券商

东方·花旗



二〇一三年六月

## 公司声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让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、完整性承担个别和连带的法律责任。

本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公开转让说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、全国中小企业股份转让系统有限责任公司对本公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。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，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

## 重大事项提示

公司在生产经营过程中，由于所处行业及自身特点所决定，特提示投资者应对公司以下重大事项或可能出现的风险予以充分关注：

### （一）技术更新快带来的风险

公司业务模式与互联网技术息息相关，互联网技术发展迅速，导致互联网广告的业务模式及产品更新换代较快。公司如不能长期保持持久的研发投入、技术更新和业务人员水平的提高，则可能面临业务模式落后的危险，从而影响业绩。

公司主要从事精准投放和数字营销的技术及数据服务，技术含量高，且升级更新快，与互联网技术和新媒体技术的发展紧密相连。

### （二）数据采集和使用的风险

公司采用多种技术从媒体端及合作方合法获取互联网用户的浏览历史记录等信息，并据此将用户群体进行类别划分。基于公司收集到的海量数据，才能做到广告的精准投放。然而，某些媒体可能会禁止或限制公司收集或使用数据，特定的用户端软件或程序的广泛应用也可能影响公司数据获取的能力范围。此外，随着政府与个人对隐私权认识的进步，如政府对互联网公司的数据采集和使用行为有详细的法律法规及惩罚措施出台，部分互联网公司采集和使用数据的方式可能需调整以符合相关法律法规的要求。

### （三）应收账款余额较大的风险

公司 2011 年末扣除坏账准备后应收账款净额为 5,778.23 万元；2012 年 12 月 31 日未扣除坏账准备后应收账款净额为 6,287.81 万元，较 2011 年末增长 8.82%，报告期公司应收账款净额增幅较大，其主要原因在于公司销售收入增长。

公司是互联网广告企业。该类企业从签订订单-制作广告-广告投放-客户验收-回款的整个周期较长，客观上导致了公司的应收账款余额较大，周转率较低。随着公司业务的发展，应收账款可能有进一步扩大的风险。

### （四）自参股公司撤资的风险

2012 年，公司及其上海全资子公司上海随视科技有限公司，与外商独资企业安索帕（上海）广告传播有限公司合资设立安布思沛（上海）广告传媒有限公司。现因合资公司经营未达到预期效果，公司及其子公司拟自合资公司撤资。

公司及其子公司共持有安布思沛 40%股权，承诺出资额 690 万元，两年内缴清，现已实际出资 348.45 万元，现在撤资可能会对公司财务造成一定影响。

截至本公开转让说明书出具之日，公司仍未确定撤资方案，合资双方也未签署任何协议。根据合资公司设立前股东签署的协议，2017 年 1 月 1 日后，安索帕对公司及其子公司所持有的 40%股份享有优先回购权而无需书面通知，公司亦有要求安索帕回购其所持有的 40%股权的出售选择权而无需书面通知。但由于合资公司经营日期未到优先购买选择权及出售选择权生效日，因此该条款对公司撤资方案无影响。

# 目 录

目 录	4
释 义	6
第一节 基本情况	12
一、基本情况	12
二、股份挂牌情况	13
三、主要股东情况	14
四、股本形成与变化情况	30
五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况	40
六、最近两年主要会计数据及财务指标简表	43
七、中介机构情况	44
第二节 公司业务	46
一、公司主要业务、主要产品及服务流程	46
二、主要业务相关的资源要素	50
三、业务相关情况	60
四、经营模式	63
五、所处行业基本情况	65
六、公司所处行业面临的风险	71
七、公司在行业中的竞争地位	72
第三节 公司治理	75
一、三会运行情况	75
二、公司董事会对公司治理情况的评估	77
三、控股股东及实际控制人诚信情况	79
四、公司独立经营情况	79
五、同业竞争情况	80
六、董事、监事、高级管理人员持股情况	84
七、董事、监事、高级管理人员兼职情况	84
八、报告期内董事、监事、高级管理人员变化情况	85
第四节 公司财务	88
一、最近两年的审计意见及主要财务报表	88
二、财务报表编制基础、合并报表范围及变化情况	103
三、主要会计政策和会计估计	104
四、会计政策、会计估计变更及前期差错更正	117

五、最近两年主要财务指标.....	117
六、报告期利润形成的有关情况.....	118
七、报告期公司主要资产情况.....	123
八、报告期公司主要债务情况.....	134
九、报告期股东权益情况.....	136
十、现金流量表补充资料.....	136
十一、关联方及关联交易.....	138
十二、重大担保、诉讼、其他或有事项和期后事项对公司的影响.....	140
十三、资产评估情况.....	141
十四、股利分配政策和最近两年分配及实施情况.....	141
十五、纳入合并报表的子公司情况.....	142
十六、管理层对可能影响公司持续经营的风险因素的评估.....	143
<b>附 件</b> .....	<b>149</b>
一、主办券商推荐报告.....	149
二、财务报表及审计报告.....	149
三、法律意见书.....	149
四、公司章程及章程修正案.....	149
五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见及中国证监会核准文件.....	149

## 释 义

除非本公开转让说明书另有所指，下列简称具有如下含义：

公司、本公司、股份公司、随视传媒	指	北京随视传媒科技股份有限公司
有限公司	指	北京随视传媒科技有限公司
高级管理人员	指	本公司的总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人
全国股份转让系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限公司
主办券商、东方花旗	指	东方花旗证券有限公司
工商管理部门	指	北京市工商局海淀分局、北京市工商行政管理局
公司律师	指	公司聘请的北京市安杰律师事务所律师
内核委员会	指	东方花旗证券有限公司全国中小企业股份转让系统公开转让项目内核委员会
元、万元	指	人民币元、人民币万元
《公司法》	指	2005年10月27日第十届全国人民代表大会常务委员会第十八次会议修订，2006年1月1日生效的《中华人民共和国公司法》
公司章程	指	2012年9月14日股东大会决议通过的《北京随视传媒科技股份有限公司章程》
百视欣	指	北京百视欣管理咨询有限公司
百联奇奥	指	北京百联奇奥科技发展有限公司
随业视金	指	北京随业视金管理咨询有限公司
随视通	指	北京随视通管理咨询有限公司
随欣视同	指	北京随欣视同管理咨询有限公司
随视广告	指	北京随视广告有限公司
随视科技	指	上海随视科技有限公司

安布思沛	指	安布思沛（上海）广告传媒有限公司
中科长江	指	张家港中科长江创业投资有限公司
天津百富源	指	天津百富源股权投资基金合伙企业（有限合伙）
上海宇海	指	上海宇海投资有限公司
华谊兄弟	指	华谊兄弟传媒股份有限公司
重庆华犇	指	重庆华犇电子信息创业投资中心（有限合伙）
浙江银江辉皓	指	浙江银江辉皓创业投资合伙企业（有限合伙）
东方星空	指	东方星空创业投资有限公司
安索帕	指	安索帕（上海）广告传播有限公司
乐乐通	指	北京乐乐通网络科技有限公司
法利隆	指	华岩-法利隆基金
Intel	指	英特尔公司
百度	指	百度在线网络技术(北京)有限公司
Google	指	Google 公司，一家美国上市公司，被公认为是全球规模最大的搜索引擎，提供简单易用的免费服务。
艾瑞咨询	指	艾瑞咨询集团（iResearch），专业的市场调查研究和咨询服务研究机构。
DSP	指	即需求方平台，其原始英文为 Demand-Side Platform，是一种在线广告平台，其可以使广告主更简单便捷地对位于多家广告交易平台（ADX）的在线广告进行买卖，与 SSP 相呼应。
DMP	指	即数据管理平台，用于提供非 RTB 和 RTB 广告库存购买的决策数据支持，包括实时数据收集、动态数据更新、受众数据展示

		和受众决策数据输出对接等功能。
SSP	指	即供应方平台，其原始英文为 Sell-Side Platform，是一种新兴的技术。公司以此优化各类广告位出版商，从传统的广告位的需求到新的业务类别，都可在此平台上通过实时竞价广告进行交流。与 DSP 相呼应。
AdExchange	指	即广告交易平台，针对每次展示进行实时竞价的推广交换市场，能帮助广告联盟、代理结构和第三方技术提供商通过实时竞价的方式购买众多互联网站点的广告资源。
RTB	指	即实时竞价，其原始英文为 RealTime Bidding，是一种利用第三方技术在数以百万计的网站上针对每一个用户展示行为进行评估以及出价的竞价技术。与大量购买投放频次不同，实时竞价规避了无效的受众到达，只针对有意义的用户进行购买。
CPD	指	按天收费 Cost per day 的广告收费模式，是广告合作的一种常见方式
CPM	指	由某一媒介或媒介广告排期表所送达 1000 人所需的成本，其原始英文为 Cost Per Mille
CPC	指	根据广告被点击的次数收费的广告计费模式，其原始英文为 Cost Per Click
CPA	指	每行动成本，广告投放过程中以注册量、二跳率等特定指标为要求付费的计费方式。

CPS	指	以实际销售商品数量支付广告费的计费方式。
CPT	指	转化率，通常转化率指的是点击转化率（Click/Impression），即点击次数同曝光次数之间的比例。
富媒体	指	应用采取多媒体（二维和三维动画、影像及声音）等所有可能采取的最先进技术以最好的传达广告主的信息以及与用户进行互动的方式，包括 HTML、Java scripts, Interstitial 间隙窗口，Microsoft Netshow、RealVideo, 和 RealAudio, Flash 等等
垂直搜索	指	针对某一个行业进行的专业搜索，是一般搜索的细分和延伸，是对网页库中的某类专门的信息进行一次整合，定向分字段抽取需要的数据进行处理后再以某种形式返回给用户
Adman	指	公司自主开发与拥有的数字媒体资源管理平台，可以实现数据的采集、分析、精准投放和舆情监测等功能，是公司开展精准广告营销业务、管理媒体资源与广告需求的综合管理平台，由 DMP（Data Management Platform 的缩写）和 DSP（Demand-side Platform 的缩写）构成。
APP	指	App 是英文 Application 的简称，是智能手机、社交网站上运用的第三方开发的应用软件程序
云计算	指	狭义云计算指 IT 基础设施的交付和使用模式，指通过网络以按需、易扩展的方式

		获得所需资源；广义云计算指服务的交付和使用模式，指通过网络以按需、易扩展的方式获得所需服务。这种服务可以是 IT 和软件、互联网相关，也可能是其他服务。它意味着计算能力也可作为一种商品通过互联网进行流通。
Hadoop	指	一个分布式系统基础架构，由 Apache 基金会开发。用户可以在不了解分布式底层细节的情况下，开发分布式程序。充分利用集群的威力高速运算和存储。
SNS	指	全称 Social Network Site，即“社交网站”或“社交网”。社会性网络（Social Networking）是指个人之间的关系网络，这种基于社会网络关系系统思想的网站就是社会性网络网站（SNS 网站）。
CNNIC	指	中国互联网络信息中心（China Internet Network Information Center，简称 CNNIC）是经国家主管部门批准，于 1997 年 6 月 3 日组建的管理和服务机构，行使国家互联网络信息中心的职责。
品牌图形广告	指	品牌图形广告主要包括按钮广告、鼠标感应弹出框、浮动标识/流媒体广告、画中画、摩天柱广告、通栏广告、全屏广告、对联广告、视窗广告、导航条广告、焦点图广告、弹出窗口和背投广告等形式。
视频贴片广告	指	网络视频播放前、播放暂停或者播放完后插播的图片、视频、FLASH 等广告。
精准+	指	基于公司 AdMan 智能广告网管理平台积累的海量用户数据和跨平台、跨终端、

		跨媒体的用户定向技术，向客户提供精准化的广告投放和营销的整合性效果网络平台。
社交+	指	基于公司 AdMan 智能广告网管理平台海量的社会化媒体用户数据、精准的用户定向技术以及与多家知名社会化媒体的合作关系，针对企业在社会化媒体的营销需求推出的系统化产品。
4A 广告公司	指	原指美国广告代理协会 (American Association of Advertising Agencies)，现已成为代理国际品牌广告代理公司的代名词。
本公开转让说明书	指	北京随视传媒科技股份有限公司公开转让说明书

**特别说明：**本公开转让说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，均系计算中四舍五入所致。

## 第一节 基本情况

### 一、基本情况

公司名称：北京随视传媒科技股份有限公司

英文名称：Beijing Adsit Media Technnology Co., Ltd

注册资本：4000.00 万元

法定代表人：段嘉瑞

有限公司成立日期：2006 年 6 月 29 日

股份公司设立日期：2012 年 9 月 27 日

组织机构代码：79066563-9

注册住所：北京市海淀区大钟寺 13 号院 1 号楼 8B7

邮编：100080

电话：010-58206068

传真：010-58203839

互联网网址：<http://www.adsit.cn/>

电子邮箱：[wanght@adsit.com](mailto:wanght@adsit.com)

董事会秘书：王宏泰

信息披露负责人：王宏泰

所属行业：国民经济行业分类：广告业 L7240（《国民经济行业分类 GB/T 4754-2011》）  
证监会行业分类：商业服务业 L72（《上市公司行业分类指引》）

主要业务：公司是国内领先的精准营销及数字营销的专业广告技术、数据和服务平台提供商，公司集专业技术和数据服务于一体，致力于推动互联网广告由传统的粗放式投放管理向定向、智能、精细化转型，公司以自主技术平台为基础，以整合性的效果网络平台精准+、社会化营销管理工具平台社交+为主要业务产品，为客户提

供包括精准广告投放、会员数据库营销、个性整合效果营销及社会化全案营销服务等。

经营范围： 许可经营项目：无  
一般经营项目：技术推广、技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务。

## 二、股份挂牌情况

股票简称： 随视传媒  
股票代码： 430240  
挂牌日期：  
股票种类： 人民币普通股  
每股面值： 1元/股  
股票总量： 4000万股

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第2.8条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。”

公司控股股东百视欣、实际控制人段嘉瑞、薛晨、翁启育、沈雁承诺，其直接或间接所持有的股票（包括挂牌前十二个月以内转让的直接或间接持有的股票）转让，均遵守上述规定。

《公司法》第一百四十二条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份作出其他限制性规定。”

公司章程第二十五条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起1年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的25%。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

有限公司于2012年9月27日整体变更为股份有限公司，根据相关法律法规及公司章程的规定，截至本公开转让说明书出具之日，公司股东无可进行公开转让的股份。

由于股份公司成立至今不足一年，故百视欣、百联奇奥、东方星空等13名发起人股东均承诺，在股份公司设立满一年、即2013年9月27日之前不转让其所持有的公司股份。

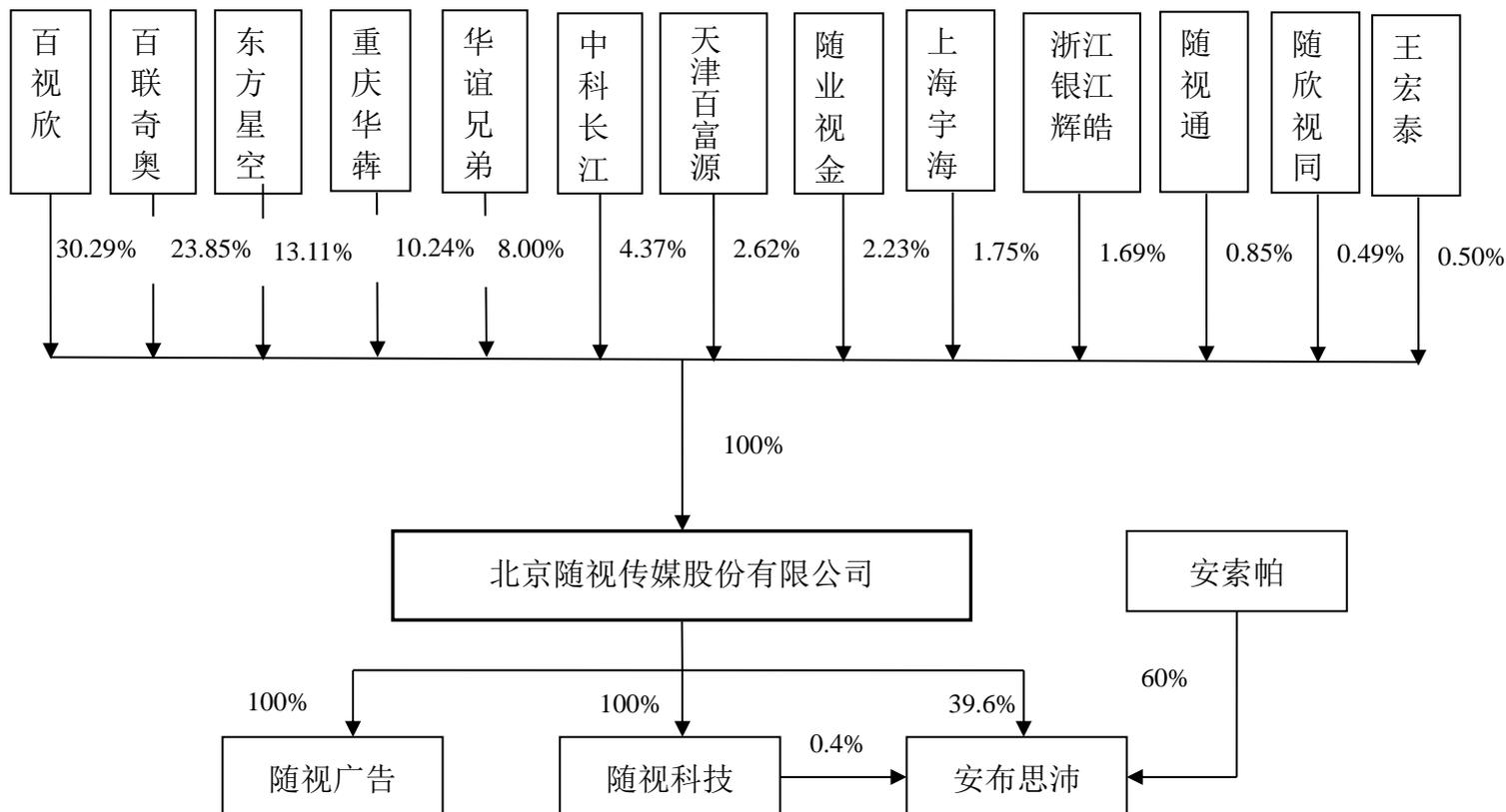
公司董事、监事、高级管理人员承诺，其所持公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不转让；在任职期间每年转让的股份不超过其所持公司股份总数的25%；离职后半年内，不转让其直接或间接持有的公司股份。

除上述安排外，股东所持股份无其他限售安排及所持股份自愿锁定的承诺。

### 三、主要股东情况

#### （一）公司股权结构图及主要股东情况

截至本公开转让说明书出具之日，公司的股权结构如下：



1、百视欣是公司第一大股东，持股比例为 30.29%；百视欣成立于 2010 年 7 月 23 日，为段嘉瑞、薛晨、翁启育、沈雁四人出资设立，注册号 110105013064834，注册资本为 273.4923 万元，法定代表人段嘉瑞。百视欣于 2010 年 12 月 10 日取得台港澳侨投资企业批准证书，批准号商外资京字【2010】05356 号，批准日期 2010 年 12 月 10 日。股东有：段嘉瑞，中国台湾公民，持有该公司 38.0126% 股份；薛晨，持有 35.9272% 股份；翁启育，中国台湾公民，持有 14.3317%；沈雁，持有 11.7285%。该公司除持有本公司股份以外，没有从事其他业务。

2、百联奇奥持有随视传媒 23.8546% 股份，是公司第二大股东。百联奇奥成立于 2007 年 8 月 28 日，是一家外商独资企业，注册号 110000450021945，注册资本 399.8975 万美元，法定代表人段嘉瑞，住所北京市海淀区阜成路 115 号 78 号楼 603 房。百联奇奥于 2008 年 11 月 17 日取得台港澳侨投资企业批准证书，批准号商外资京资字【2007】17218 号，批准日期 2007 年 8 月 23 日。百联奇奥除持有随视传媒股份外，没有从事其他业务。百联奇奥为随视传媒集团股份有限公司全资子公司，随视传媒集团股份有限公司系为解决原公司境外架构，于 2007 年 7 月 17 日在香港注册成立，注册资本 10,000.99 港元，股东为 Intel Capital Corporation，

Farallon Capital Institutional Partners, L.P., Farallon Capital Partners, L.P., Farallon Capital Institutional Partners II, L.P., Farallon Capital Institutional Partners III L.P. Farallon Capital Offshore Investors II, L.P., Baidu Holdings Limited和段嘉瑞, 董事段嘉瑞、张东晨。

3、东方星空持有随视传媒13.1064%股份, 是公司第三大股东。东方星空成立于2008年10月29日, 注册号330000000032272, 注册资本为50,000万元, 浙报传媒集团股份有限公司持有该公司44%股份, 中国烟草总公司浙江省分公司持有36%的股份, 浙江省财务开发公司持有20%股份。法定代表人蒋国兴, 住所浙江省杭州市体育场路178号。公司的经营范围为文化产业投资、投资管理及投资咨询。

4、重庆华犇持有随视传媒10.2427%股份, 是公司第四大股东。该企业成立于2010年11月16日, 是一家有限合伙企业, 注册号渝江500105200012534, 普通合伙人重庆华犇创业管理有限公司, 有限合伙人有: 重庆科技创业风险投资引导基金有限公司、国投高科技投资有限公司、重庆市城市建设投资公司、重庆市江北科技风险投资有限公司、徐秀梅、边海平, 经营场所重庆市江北区建新南路1号中信大厦8-9-2号。合伙期限至2017年11月1日。企业主要从事创业投资业务, 代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务, 创业投资咨询业务, 为创业企业提供创业管理服务业务。

5、华谊兄弟持有随视传媒8.00%股份, 是公司第五大股东。华谊兄弟成立于2004年11月19日, 注册号330783000004500, 注册资本是60,480万元, 法定代表人及实际控制人为王忠军, 住所浙江东阳横店影视产业实验区C1001。华谊兄弟主要从事电影的制作、发行及衍生业务; 电视剧的制作、发行及衍生业务; 艺人经纪服务及相关服务业务。主要产品包括电影、电视剧, 主要服务包括艺人经纪服务及相关服务。主要业务收入来自于电影票房收入、音像、电视播映版权收入、衍生产品(贴片广告等)收入; 电视剧播放权收入、音像版权收入、衍生产品(公关活动等)收入; 艺人经纪佣金收入、企业客户艺人服务收入等。

6、张家港中科长江持有随视传媒4.3689%股份。该公司成立于2010年6月24日, 注册号320582000210219, 注册资本80000万元, 法定代表人黄金兰, 住所张家港市经济开发区(国泰北路1号)。公司主要从事创业投资业务, 代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务, 为创业企业提供创业管理服务业务, 参

7、天津百富源持有随视传媒2.6214%股份。该企业成立于2010年5月21日，是一家有限合伙企业，注册号120194000001146。合伙期限至2017年5月20日。公司主要从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资以及相关咨询服务。

8、随业视金持有随视传媒2.232%股份。该公司成立于2010年7月23日，注册号110105013065396，注册资本32.32万元，由沈雁、薛晨等30名随视传媒员工共同出资设立，法定代表人薛晨，住所北京市朝阳区关东店11号楼4层（呼家楼集中办公区171号），公司除持有随视传媒股份外，没有从事其他业务。各方股东及出资比例如下：

股东姓名	出资比例 (%)	股东姓名	出资比例 (%)	股东姓名	出资比例 (%)
黄俊	5.21	周冠雄	2.00	程学宝	0.92
宋永征	2.41	王宏泰	13.63	罗丹丹	0.60
梁娜	0.90	殷哲	0.32	姚鸣虹	0.08
高梅梅	0.20	岳扬扬	0.32	苏倩	0.72
徐添弈	0.02	先建波	0.04	何钟强	0.48
薛晨	18.58	沈雁	22.70	林客	0.08
张文昌	0.06	陆艳敏	0.40	方鸣	0.24
张路	0.20	陈俊	0.40	刘瑞华	15.78
黄定旺	8.02	王晓芸	0.20	卜安洵	2.00
李永亮	1.67	郭健	1.07	黄杰	0.74

9、上海宇海持有随视传媒1.7473%股份。该公司成立于2008年6月2日，是一人有限责任公司，注册号310104000412484，注册资本3000万元，法定代表人黄桂珍，住所上海市柳州路138号819室。公司主要从事计算机、网络工程、资源与环境技术、水污染控制技术、城镇污水处理技术、新材料领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，化工产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆

竹、民用爆炸物品、易制毒化学品)、纺织原料(除棉花收购)、木材、木制品、针纺织品、工艺礼品、日用百货、五金交电、建筑材料、电信电缆、机电设备、机械设备及配件、电子元器件、通讯设备的销售,电脑图文设计制作,实业投资,投资管理,企业管理咨询,商务咨询,物业管理,办公设备维修,会展会务服务,从事货物及技术进出口业务。

10、浙江银江辉皓持有随视传媒1.6941%股份。该企业成立于2011年6月9日,注册号330100000152457,是一家有限合伙企业,合伙期限至2018年6月8日止,经营场所杭州市西湖区西园八路2号7幢3层。企业主要从事创业投资业务。

11、随视通持有随视传媒0.8522%股份。该公司成立于2011年5月6日,注册号110108013846817,注册资本7.6947万元,由薛晨、沈雁等13名随视传媒公司员工成立,法定代表人薛晨,住所北京市海淀区大钟寺13号院1号楼8C2,公司除持有随视传媒股份外,没有从事其他业务。各方股东及出资比例如下:

股东姓名	出资比例 (%)	股东姓名	出资比例 (%)	股东姓名	出资比例 (%)
吴双	0.05	李晓韩	2.63	祁相君	0.05
彭霖	0.11	杨晓月	0.11	皮梦醒	0.05
沈雁	61.28	徐清寿	2.63	王宝连	7.88
刘爽	0.21	戴志霞	5.25	薛晨	19.49
黄明秀	0.26				

12、随欣视同持有随视传媒0.494%股份。该公司成立于2011年3月17日,注册号110108013681388,注册资本4.4604万元,由薛晨、沈雁等4名随视传媒公司员工成立,法定代表人薛晨,住所北京市海淀区大钟寺13号院1号楼8B9室,公司除持有随视传媒股份外,没有从事其他业务。各方股东及出资比例如下:

股东姓名	出资比例 (%)	股东姓名	出资比例 (%)	股东姓名	出资比例 (%)
沈雁	58.78	李艳玲	0.09	高文超	0.09
薛晨	41.04				

## （二）公司控股、参股的企业

### 1、随视广告

名称	北京随视广告有限公司
注册号	110108013073811
住所	北京市朝阳区建国路 93 号院 8 号楼 2008B
法定代表人	沈雁
注册资本	100 万
实收资本	100 万
公司类型	有限责任公司（法人独资）
经营范围	设计、制作、代理、发布广告；经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动；承办展览展示活动
成立日期	2010 年 7 月 27 日
营业期限	2010 年 7 月 27 日至 2030 年 7 月 26 日

### 2、随视科技

名称	上海随视科技有限公司
注册号	310114002243677
住所	上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 10 幢 1021 室
法定代表人	沈雁
注册资本	250 万
实收资本	250 万
公司类型	有限责任公司（法人独资）
经营范围	网络技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，计算机服务（除互联网上网服务营业场所），软件开发，计算机系统集成，网络科技（不得从事科技中介），商务咨询，文化艺术交流策划，展览展示服务。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）
成立日期	2011 年 03 月 18 日
营业期限	2011 年 03 月 18 日至 2021 年 03 月 17 日

### 3、安布思沛

名称	安布思沛（上海）广告传媒有限公司
注册号	310114002428035
住所	上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 2 幢 1329 室
法定代表人	薛晨
注册资本	1725 万
实收资本	1383.45 万
公司类型	有限责任公司
经营范围	设计、制作、代理、发布各类广告，企业管理咨询，商务咨询。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）
成立日期	2012 年 08 月 01 日

营业期限	2012年08月01日至2042年07月31日
股东情况	安索帕(上海)广告传播有限公司: 60% 股份公司: 39.6% 随视科技: 0.4%

\* 根据公司2012年年度股东大会通过的关于不再参股安布思沛的决议, 公司决定将其与下属子公司随视科技所持的安布思沛股权共计40%转让给安索帕。截至本公开转让说明书出具之日, 该等转让尚未签署转让协议以及完成工商变更登记手续。

#### 合资子公司安布思沛的具体情况如下:

安索帕是隶属于英国Aegis(安吉斯)广告传播集团的专业数字营销顾问公司。安索帕为外商独资企业, 注册地址为上海市长宁区淮海西路570号第8幢G楼106单元, 注册资本为140万美元, 经营范围为设计、制作、发布、代理国内外各类广告; 提供商业管理和市场咨询服务。

安索帕在电子商务和数字营销领域具有良好行业声誉, 主要从事该领域的广告代理业务, 与随视传媒在行业产业链上属于上下游关系, 随视传媒可为其提供上游数据与技术服务。因此双方同意成立合资公司安布思沛。该合资公司设立分两步执行: 第一步由随视传媒及其子公司随视科技出资设立内资公司上海随视广告; 第二步由安索帕对上海随视广告增资, 使其成为合资公司并更名为安布思沛。具体程序如下:

(1) 股东签署协议: 2012年7月19日, 有限公司、随视科技、段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁、安索帕签署协议, 约定上海随视广告有限公司(下称“上海随视广告”)设立事宜。

协议约定, 上海随视广告的最终注册资本为1725万元, 股东分别为安索帕、有限公司、随视科技。初始注册资本为690万元, 由有限公司及随视科技出资。剩余注册资本由安索帕通过增资方式注入, 增资后, 上海随视广告将更名为安布思沛(上海)广告传媒有限公司。

协议约定, 安布斯沛注册资本为17,250,000元人民币, 其中安索帕将出资10,350,000元人民币, 占增资完成后公司注册资本总额的百分之六十(60%); 有限公司将出资6,831,000元人民币, 占资本增资完成后公司注册资本总额的百分之三十九点六(39.6%), 随视科技将出资69,000元人民币, 占资本增资完成后公司注册资本总额的百分之零点四(0.4%)。

协议约定, 董事会最多由五(5)名董事组成。有限公司、随视科技所代表

的随视传媒一方在初期有权委派两（2）名董事，安索帕代表的一方在初期有权委派三（3）名董事。

（2）上海随视广告设立：2012年8月1日，有限公司与随视科技共同出资设立上海随视广告，注册资本690万元。注册资本两年内缴清。有限公司第一次出资341.55万元，持股99.00%；随视科技第一次出资6.9万元，持股1%。实收资本共348.45万元。

2012年8月1日，上海市工商行政管理局批准上海随视广告成立，并颁发营业执照，注册号为310114002428035。经营范围为：设计、制作、代理、发布各类广告，企业管理咨询，商务咨询。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）注册地址为嘉定工业区叶城路1630号2幢1329室。薛晨为执行董事兼法定代表人，沈雁为监事。

（3）上海随视广告第一次增资、第一次变更董事监事：2012年9月1日，安索帕对上海随视广告增资1035万元，上海佳瑞会计师事务所有限公司出具了佳瑞验字（2012）第20470号验资报告。

公司类型由有限责任公司（国内合资）变为有限责任公司（外商投资企业与内资合资）。同时，上海随视广告将董事人数由执行董事薛晨1人变为5人，分别为Pfitzner Kym Richard、段嘉瑞、Stubbs Ruth Rebecca、李桂芬、翁启育。Pfitzner Kym Richard担任董事长兼法定代表人。监事由沈雁变更为NG Chen Kok(Huang Xingguo)。

2012年9月1日，上海工商行政管理局核准了上述变更，并换发了营业执照，注册号为310114002428035。

（4）上海随视广告第一次更名：2012年11月26日，上海随视广告将公司名称变更为安布思沛（上海）广告传媒有限公司。

2012年11月26日，上海工商行政管理局核准了上述变更，并换发了营业执照，注册号为310114002428035。

**（三）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有5%以上股份的股东持股情况及股东间相互关联关系**

**1、公司控股股东、前十名股东及持股5%以上股份的股东持股数量及持股比例列示如下：**

序号	股东名称	股东性质	持股数量 (万股)	持股比例	是否存在股权质押或其他事项
1	百视欣	法人股东	1,211.608	30.29%	否
2	百联奇奥	法人股东	954.184	23.85%	否
3	东方星空	法人股东	524.256	13.11%	否
4	重庆华犇	法人股东	409.708	10.24%	否
5	华谊兄弟	法人股东	320	8.00%	否
6	中科长江	法人股东	174.756	4.37%	否
7	天津百富源	法人股东	104.856	2.62%	否
8	随业视金	法人股东	89.28	2.23%	否
9	上海宇海	法人股东	69.892	1.75%	否
10	浙江银江辉皓	法人股东	67.764	1.69%	否
合计		-	<b>3,926.304</b>	<b>98.16%</b>	-

## 2、股东相互间的关联关系

股东之间关联关系及同业竞争情况。公司实际控制人段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁通过公司的控股股东百视欣持有随视传媒 30.2902%股份。百视欣除持有随视传媒股份外，没有从事其他业务。

薛晨、沈雁同时持有随业视金、随视通、随欣视同的股份。

随业视金持有随视传媒 2.232%股份。该公司成立于 2010 年 7 月 23 日，注册资本 32.32 万元，由沈雁、薛晨等 35 名随视传媒员工共同出资设立，公司除持有随视传媒股份外，没有从事其他业务。

随视通持有随视传媒 0.8522%股份。该公司成立于 2011 年 5 月 6 日，注册资本 7.6947 万元，由薛晨、沈雁等 21 名随视传媒公司员工成立，公司除持有随视传媒股份外，没有从事其他业务。

随欣视同持有随视传媒 0.494%股份。该公司成立于 2011 年 3 月 17 日，注册资本 4.4604 万元，由薛晨、沈雁等 8 名随视传媒公司员工成立，公司除持有随视传媒股份外，没有从事其他业务。

除上述情况外，股东之间没有其他关联关系。

### (四) 控股股东、实际控制人基本情况及认定依据

## 1、控股股东、实际控制人基本情况

公司的控股股东为百视欣，持有公司 30.2902%的股份。

公司的实际控制人为段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁。

(1) 段嘉瑞：男，1968 年出生，中国台湾公民。毕业于台湾铭传大学及澳洲新城堡大学，MBA。1999 年 1 月至 2000 年 4 月，担任台湾奇铼科技股份有限公司的执行副总裁。2000 年 5 月至 2002 年 12 月，担任宏通集团(HK 0931)副总经理。2003 年 12 月至 2005 年 12 月，担任中信大东宽带网络技术有限责任公司首席运营官。2006 年 6 月进入有限公司担任董事。现任股份公司董事长兼总经理。未直接持有公司股份。

(2) 薛晨：女，1969 年出生，中国籍，无境外永久居留权。先后毕业于北京邮电大学及美国旧金山大学，研究生学历。2002 年 6 月至 2003 年 9 月，担任中电通信公司 CEO。2004 年 3 月至 2006 年 4 月，担任中信大东宽带网络技术有限责任公司 CEO。2006 年 6 月作为出资人之一参与设立有限公司，并担任有限公司法定代表人兼董事长。现任公司董事。为股份公司实际控制人之一，未直接持有股份公司股份。

(3) 沈雁：男，1977 年出生，中国籍，无境外永久居留权。毕业于北京工业大学，本科学历。2000 年 6 月至 2001 年 12 月，担任中华网无线增值业务 newpalm 高级业务拓展经理；2001 年 12 月至 2003 年 6 月，担任北京三七二一有限公司高级业务拓展经理。2003 年 6 月至 2005 年 11 月，担任中华网无线增值业务 go2joy 高级业务拓展经理。2005 年 11 月至 2006 年 6 月，待业。2006 年 6 月，作为出资人之一参与设立有限公司，并担任有限公司董事。现任公司董事兼副总经理。为股份公司实际控制人之一，未直接持有股份公司股份。

(4) 翁启育：男，1973 年出生，中国台湾公民。先后毕业于中原大学及英国鲁内耳大学，研究生学历。1999 年 1 月至 2000 年 4 月，担任台湾奇铼科技股份有限公司研发总监。2000 年 6 月至 2003 年 11 月，担任宏通集团(HK 0931)产品及技术总监。2005 年 8 月至 2006 年 5 月，担任时代视通科技有限公司的首席技术官。2006 年 6 月加入有限公司担任董事。现任股份公司董事、副总经理兼技术总监。主要职责是领导研发中心，负责产品、研发及运营管理，开发过的产品及系统有：新华社第一、二期视频门户，地方电视台视频点播系统（近 100

个), 各地互联星空点播系统(近 50 个), 百度 TV, 新浪云视频, AdMan, DigiEQ, 微博管家等。

## 2、实际控制人认定依据

实际控制人认定依据如下:

(1) 2010 年 4 月以来, 百视欣是公司第一大股东, 持股比例为 30.29%; 百视欣为段嘉瑞、薛晨、翁启育、沈雁四人出资设立。注册资本为 273.4923 万元, 法定代表人段嘉瑞, 股东有: 段嘉瑞, 中国台湾公民, 已取得中国大陆境内居留许可及就业证, 持有该公司 38.0126%股份; 薛晨, 持有 35.9272%股份; 翁启育, 中国台湾公民, 已取得中国大陆境内居留许可及就业证, 持有 14.3317%; 沈雁, 持有 11.7285%。在报告期内, 2010 年 4 月以前, 段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁通过境外公司 TVC 及外商独资企业百联奇奥协议控制随视传媒。协议控制相关协议于 2007 年 12 月签署。百视欣成立后, 四位实际控制人的股权由境外转回境内。

具体过程如下:

1) 段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁在回归境内持股之前, 其通过返程投资协议控制架构共同控制(以下简称“VIE 架构”)有限公司

### a) VIE 架构搭建的背景

2007 年, 有限公司全体实际股东段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁、袁学智、黄宏浚、马葳、刘新华、郭磊、Krzysztof Werkun(以下简称 K.W)决定利用其在有限公司的权益在境外进行私募股权融资, 为此开始搭建 VIE 架构。

其中, 段嘉瑞、翁启育、袁学智、黄宏浚、K.W 为境外人士, 因此其为避免有限公司变更为外资企业而未在有限公司直接持股, 其在有限公司的权益委托薛晨代持。

另外, 由于当时有效之外汇管理法规要求返程投资架构下的境内权益实体需具有三年以上经营记录, 而有限公司成立于 2006 年 6 月, 在 VIE 架构搭建时尚不满三年, 为此, 有限公司股东通过股权转让, 将其所持全部股权转让给了同样由其 100%控制的乐乐通, 并将乐乐通作为申请 VIE 架构下的境内权益实体。

VIE 架构搭建时, 薛晨、沈雁、马葳、刘新华、郭磊作为境内自然人根据外汇管理相关规定完成了境内居民个人境外投资外汇登记, 并在境外设立了境外持股平台公司 TVC Express Limited(以下简称“TVC”), 计划通过 TVC 持有境外

特殊目的公司的股权；而段嘉瑞、袁学智、黄宏浚、K.W 作为境外人士，无须进行该项登记，计划直接持有境外特殊目的公司股权。

b) VIE 架构搭建的基本过程

2006 年 6 月，段嘉瑞在开曼群岛设立特殊目的公司 Ads it! Media Limited（以下简称“开曼公司”）。开曼公司设立时，段嘉瑞为唯一股东，持有 1 股股份。

2007 年 7 月，开曼公司全资设立香港公司 ADS IT! MEDIA GROUP LIMITED（以下简称“香港公司”）。

2007 年 12 月，薛晨、沈雁、马葳、刘新华、郭磊共同设立 TVC，分别持有 TVC 51.29%、16.74%、18.58%、11.15%、2.24%的股权。

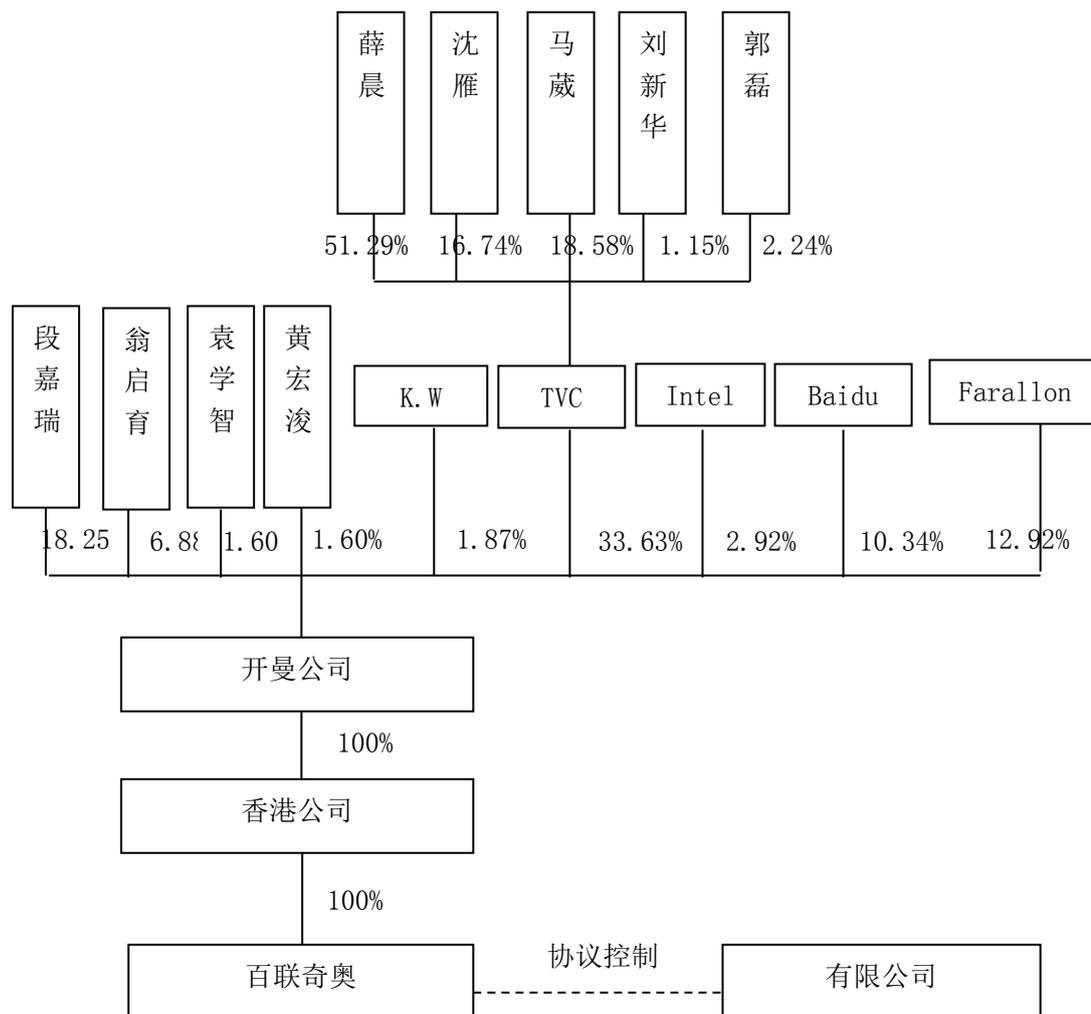
2007 年 12 月，香港公司在境内全资设立外商独资公司百联奇奥。

2007 年 12 月，百联奇奥与乐乐通、有限公司及境内代持股东薛晨、沈雁、马葳、刘新华、郭磊签署了股权质押协议、股权处置协议、独家咨询和服务协议、业务经营协议等系列控制协议（以下简称“控制协议”）。

2008 年 2 月，开曼公司及相关主体与境外投资者 Intel Capital Corporation（以下简称“Intel”）、BAIDU HOLDINGS LIMITED（以下简称“BAIDU”）及 Farallon Capital Partners, L.P.、Farallon Capital Institutional Partners, L.P.、Farallon Capital Institutional Partners II, L.P.、Farallon Capital Offshore Investors II, L.P.、Farallon Capital Institutional Partners III, L.P.（以下合称“Farallon”）签署了融资协议，开曼公司根据该等融资协议向投资方增发新股，增发新股完成后，段嘉瑞、翁启育、袁学智、黄宏浚、K.W、TVC、Intel、BAIDU 及 Farallon 分别持有开曼公司 18.25%、6.88%、1.60%、1.60%、1.87%、33.63%、12.92%、10.34%、12.92%的股权。

2008 年 4 月，VIE 架构搭建完成后，乐乐通将其所持有有限公司的全部股权转让给了薛晨、沈雁、马葳、刘新华。

上述搭建过程完成后，形成了如下 VIE 架构：



2) 段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁通过 VIE 架构间接控制有限公司

a) VIE 架构搭建完成后，有限公司股东的权益实际在境外开曼公司层面体现，决策权也转移至开曼公司，且为保持有限公司的内资企业性质，段嘉瑞、翁启育等境外人士并未在有限公司层面持股。自 VIE 架构搭建完成至其回归境内持股，段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁在开曼公司合计间接持有 48% 的股权，其他自然人股东持股比例较少，Intel、BAIDU、Farallon 作为公司财务投资人，并不参与公司实际经营管理。

b) 段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁均为开曼公司董事，占据开曼公司过半数董事席位，且其曾于 2008 年 1 月签署了关于一致行使表决权的一致行动人协议，对开曼公司决策有决定性影响。

c) VIE 架构下，百联奇奥通过系列控制协议，对有限公司的经营、收入、股权处置等均有完整的控制权力，且该等权力处于随时可以行使的状态。因此，

在该等期间内，段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁通过控制开曼公司能够实现对有限公司的控制。

3) 段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁回归境内持股后，通过持股百视欣间接控制有限公司

VIE 架构的解除过程如下：

2010 年，基于境内外资本市场的发展情况及公司经营的实际情况，有限公司相关股东拟解除 VIE 架构，并计划在境内资本市场寻求发展。为此，随视传媒创始人股东代表段嘉瑞与财务投资人 Intel、BAIDU、Farallon 签署了关于解除 VIE 架构的框架协议，并约定了解除的具体步骤。

为此，在 2010 年至 2012 年期间，相关主体按照前述框架协议约定的方案，逐步完成了 VIE 架构的解除，并在解除过程中根据公司发展的需要，在境内完成了 B 轮、C 轮私募股权融资，且根据相关自然人股东的个人意愿完成了部分自然人股东所持股权的转让。整体简要过程如下，

2010 年 9 月，段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁共同出资设立百视欣，薛晨、沈雁作为 VIE 架构境内实体有限公司的权益代持人，将其所持 62.3731%和 6%的股权转让给百视欣。

2010 年 10 月，根据股权激励和恢复其余自然人股东原有持股权益的需要，经公司相关权益持有人的一致同意，薛晨将剩余 17.2269%股权分别转让给随业视金（随业视金为员工持股平台）、百欣视宏（百欣视宏由境外自然人股东袁学智、黄宏浚、K.W 出资设立，其持股比例基于其原本在公司的实际权益）、王宏泰、马葳和孙佳佳。

2010 年 11 月，百联奇奥向有限公司进行增资，增资完成后，百联奇奥直接持有公司部分股权。

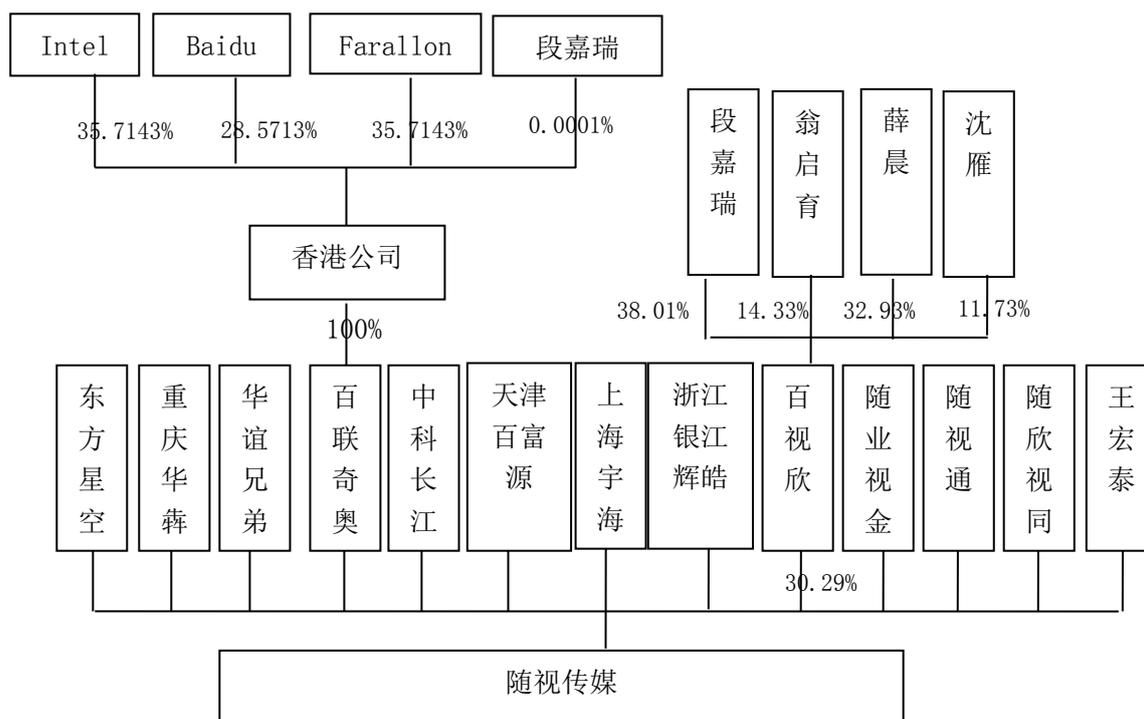
2010 年 12 至 2011 年 1 月期间，有限公司完成了 B 轮融资，东方星空、天津百富源、上海宇海、中科长江分别对公司进行了增资。

为扩大公司股权激励对象，2011 年 7 月，公司指定创始人股东薛晨、沈雁设立两家员工持股平台公司——随视通和随欣视同，并由随业视金分别向其转让 0.9469%和 0.5489%公司股权，然后通过薛晨、沈雁向公司员工转让随视通和随欣视通股权完成了股权激励目标。

2012年3月，有限公司完成了C轮融资，境内自然人股东孙佳佳、马葳通过股权转让退出，境外自然人股东袁学智、黄宏浚、K.W通过百欣视宏股权转让退出，华谊兄弟、重庆华犇、浙江银江辉皓通过增资和股权转让成为公司股东。

2012年9月，有限公司整体改制为股份有限公司。

2012年10至2013年1月，为VIE架构解除之需要，相关主体签署了境外重组相关文件，其中开曼公司回购并注销TVC和境外自然人股东段嘉瑞、袁学智、黄宏浚、K.W的股份，仅保留段嘉瑞2股股份；另外，开曼公司回购并注销Intel、BAIDU、Farallon的股份换取香港公司向Intel、BAIDU、Farallon发行同比例的新股，同样的，开曼公司回购并注销段嘉瑞1股股份换取香港公司向段嘉瑞发行1股新股；最后，相关各方签署了控制协议的终止协议。自此，VIE架构完全解除，解除后，随视传媒的控制结构如下图：



段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁回归境内持股后，截至目前，仍能够通过百视欣对公司实施控制

如上所述，VIE架构解除过程中，段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁通过百视欣回归境内持股，间接持有有限公司的股权，恢复了其在公司真实权益。

4) 在段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁回归境内持股后，有限公司完成了B轮、

C轮融资，百视欣所持公司股权比例被多次稀释，但是截至本转让说明书出具之日，百视欣仍持有 30.29%的公司股权，为公司第一大股东。此外，沈雁个人持有随视通 61.28%的股权和随欣视同 58.78%的股权，薛晨持有随视通 19.49%和随欣视同 41.04%的股权。沈雁和薛晨分别持有随业视金 22.70%和 18.58%的股权，间接控制员工持股平台公司随视通、随欣视同、随业视金。

除百视欣外，公司其他股东股权较为分散，持股 5%以上的公司股东百联奇奥、东方星空、重庆华霖、华谊兄弟均为公司财务投资人，不参与公司日常经营。

段嘉瑞、薛晨、沈雁、翁启育 4 人均为公司现任董事，在公司 7 人董事会中占据半数以上席位，对公司董事会决策具有决定性影响；且 4 人中，除薛晨被公司派往下属参股公司担任总裁外，其余均在公司任高级管理人员，完全负责和掌握公司的经营、管理，对公司经营、管理具有决定性影响。

段嘉瑞、薛晨、沈雁、翁启育 4 人通过随视欣持有公司股份，保证了其在公司行使表决权时的表决的唯一性；同时 4 人还于 2012 年 9 月 14 日重新签署了一致行动人协议，对其在股东大会和董事会上提案、表决等关键事宜及股份转让事宜进行了严格限制，并约定了协议有效期为自协议签署之日起至公司股票首次公开发行并上市后三年届满之日止，确保了 4 人在一定期限内共同行使控制权。

综上所述，百视欣能够单独对公司实施控制，段嘉瑞、薛晨、沈雁、翁启育 4 人为共同控制人。报告期内，段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁四人一直控制随视传媒的实际运营，四人控股地位一直未发生变化，股权不存在不确定性。

(2) 段嘉瑞，目前担任公司的董事长兼总经理、法定代表人；薛晨、沈雁、翁启育均为公司董事，沈雁、翁启育兼任公司副总经理。报告期内，四人均担任有限公司高管，并在公司的重大决策上均能达成一致意见，因此四人对公司的生产经营活动具有足够的影响力。第二大股东百联奇奥持股份额虽与实际控制人通过百视欣、随业视金等公司间接持有的股份份额接近，差距仅为 8.49%，但百联奇奥背后三名持股股东百度、Intel、法利隆均为 A 轮融资投资者，不参与公司日常实际运营，且百联奇奥作为股东派出的董事仅在公司董事会中占有一个董事席位（公司共设七名董事），而该董事张东晨并不参与随视传媒的实际运营，也不具备否决权。因此段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁四人构成对公司经营的控制。

(3) 段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁四人于 2012 年 9 月 14 日共同签署了一致行动人协议，主要条款包括：

1) 未来四方应就公司股东会及董事会的议案和审议事项达成一致意见，并在相应股东会议或董事会议上做出一致同意的表决；

2) 未来四方意见不能达成一致时，以多数原则处理；如任何两方分别达成了一致意见，则各方无条件同意并按照所持公司股份比例较多的两方达成的一致意见表决；如果各方中只有两方达成了一致意见，则各方无条件同意并按照该两方达成的一致意见进行表决；如果无任何两方或三方达成一致意见，则按照持有公司股份比例最多的一方意见进行表决。

鉴于上述事实，公司实际控制人为段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁。四人合计间接持有公司 32.39% 股份，共 12,956,000 股。

鉴于上述事实，公司实际控制人为段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁。

#### 四、股本形成与变化情况

##### (一) 有限公司设立

2006 年 6 月 29 日，薛晨、黄桂芬、马葳、沈雁 4 个自然人以货币出资 400.00 万元（分两期缴付）设立北京随视传媒科技有限公司，其中薛晨出资 288.00 万元、黄桂芬出资 40.00 万元、马葳出资 40.00 万元、沈雁出资 32.00 万元。公司设立时各股东共缴付 125.6 万元，四名股东之间没有关联关系。公司成立时法定代表人：薛晨；住所：北京市海淀区上地东路 1 号院 1 号楼 501；经营范围：法律、行政法规国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。

北京伯仲行会计师事务所有限责任公司出具了京仲开验字[2006]0620J-P 号《开业登记验资报告书》，证实截至 2006 年 6 月 20 日公司申报的注册资本 400 万元，已到位 125.6 万元，全部为货币出资。

至此，有限公司设立时的出资情况如下：

股东	认缴情况		设立时实际缴付情况		分期缴付情况		
	出资额	出资方式	出资额	出资方式	出资额	出资时间	出资

	(万元)		(万元)		(万元)		方式
薛晨	288	货币	92	货币	196	2006-10-19	货币
黄桂芬	40	货币	12	货币	28	2006-10-19	货币
马葳	40	货币	12	货币	28	2006-10-19	货币
沈雁	32	货币	9.6	货币	22.4	2006-10-19	货币
<b>合计</b>	400		125.6		274.4		

2006年6月29日，北京市工商行政管理局海淀分局核准有限公司设立。有限公司取得了注册号为1101082975339的《企业法人营业执照》。

## (二) 有限公司阶段股权变更情况

有限公司阶段，公司共进行了一次出资时间变更、十次股权转让及四次增资。

历次变更均经过董事会、股东会决议，并取得工商管理机关核准，变更程序合法合规。

公司历次股权转让及价格为转让双方自主协商而定，不存在特殊安排或利益输送。

股权变更事项	股权变更时间	交易内容	股东及持股比例变更情况	股权转让价格	注册资本变化情况
第一次出资时间变更	2006年10月12日	股东下期出资时间由2006年10月19日变更为2007年5月31日	无	-	无
第一次股权转让	2006年10月23日	1、股东黄桂芬将其在公司的未缴货币出资28万元转让给股东马葳； 2、将应于2007年5月31日缴付的274.4万元货币出资分为二期缴付，于2006年10月24日缴付货币出资188万元，于2007年5月31日缴付货币出资86.4万元。	黄桂芬承诺出资由40万变为12万元，马葳承诺出资由40万变为68万元	1元/股	无

股权变更事项	股权变更时间	交易内容	股东及持股比例变更情况	股权转让价格	注册资本变化情况
第二次股权转让	2007年5月1日	股东黄桂芬在公司的货币资金12万元(已缴)转让给薛晨; 股东沈雁在公司的货币资金8万元(未缴)转让给薛晨; 股东马葳在公司的货币资金32万元(已缴)转让给薛晨; 股东薛晨在公司的货币资金21.6万元(已缴)转让给刘新华。	1、股东人数共4人: 增加刘新华; 黄桂芬退出 2、薛晨、马葳、沈雁、刘新华持股比例分别为79.6%、9%、6%、5.4%。	1元/股	无
第三次股权转让	2007年11月23日	薛晨将公司的货币出资318.4万元出资转让给乐乐通; 马葳将公司的货币出资36万元出资转让给乐乐通; 沈雁将公司的货币出资24万元出资转让给乐乐通; 刘新华将公司货币出资21.6万元转让给乐乐通。	股东人数变为1人: 乐乐通, 持股比例100%	1元/股	无
第四次股权转让	2008年4月21日	乐乐通将公司的货币318.4万元出资转让给薛晨; 乐乐通将公司的货币24万元出资转让给沈雁; 乐乐通将公司的货币36万元出资转让给马葳; 乐乐通将公司的货币21.6万元出资转让给刘新华。	1、股东人数由1人变为4人: 增加薛晨、马葳、沈雁、刘新华, 乐乐通退出 2、薛晨、马葳、沈雁、刘新华持股比例分别为79.6%、9%、6%、5.4%。	1元/股	无
第五次股权转让	2010年6月28日	股东刘新华将在公司的5.4%的股权即21.6万元货币出资转让给孙佳佳。	1、股东人数共4人: 增加孙佳佳, 刘新华退出	1元/股	无

股权变更事项	股权变更时间	交易内容	股东及持股比例变更情况	股权转让价格	注册资本变化情况
			2、薛晨、马葳、沈雁、孙佳佳持股比例分别为79.6%、9%、6%、5.4%。		
第六次股权转让	2010年9月2日	股东薛晨将在公司的62.3731%的股权即249.4923万元货币出资转让给百视欣；股东沈雁将在公司的6%的股权即24万元转让给百视欣。	1、股东人数共4人：增加百视欣，沈雁退出 2、百视欣、薛晨、马葳、孙佳佳的持股比例分别为：68.3731%、17.2269%、9.00%、5.40%	1元/股	无
第七次股权转让	2010年10月12日	股东薛晨将在公司的8.07669%的股权即32.3077万元货币出资转让给随业视金；同意股东薛晨将在公司的7.55%的股权即30.2万元转让给百欣视宏；同意股东薛晨将在公司的1.12%的股权即4.48万元转让给王宏泰；同意股东薛晨将在公司的0.3%的股权即1.2万元转让给马葳；同意股东薛晨将在公司的0.18%的股权即0.72万元转让给孙佳佳。	1、股东人数由4人增加为6人：增加随业视金、百欣视宏、王宏泰，薛晨退出 2、百视欣、随业视金、百欣视宏、马葳、孙佳佳、王宏泰的持股比例分别为68.3731%、8.0769%、7.55%、9.30%、5.58%、1.12%	1元/股	无

股权变更事项	股权变更时间	交易内容	股东及持股比例变更情况	股权转让价格	注册资本变化情况
第一次增资	2010年11月22日	百联奇奥向有限公司增资215.3846万元，全部以货币出资	1、公司股东由6人变为7人：增加百联奇奥 2、持股比例 百视欣：44.44% 百联奇奥：35.00% 随业视金：5.25% 百欣视宏：4.91% 马葳：6.04% 孙佳佳：3.63% 王宏泰：0.73%	-	公司的注册资本由400万元增加到615.3846万元
第二次增资	2010年12月17日	东方星空向有限公司增资118.3389万元，全部以货币出资	1、公司股东由7人变为8人：增加东方星空 2、持股比例 百视欣：37.28% 百联奇奥：29.36% 东方星空：16.13% 随业视金：4.40% 百欣视宏：4.11% 马葳：5.07% 孙佳佳：3.04% 王宏泰：0.61%	-	注册资本由615.3846万元增加到733.7235万元

股权变更事项	股权变更时间	交易内容	股东及持股比例变更情况	股权转让价格	注册资本变化情况
第三次增资	2011年1月8日	天津百富源以货币向有限公司增资 23.6684 万元；上海宇海以货币向有限公司增资 15.7769 万元；中科长江货币向有限公司增资 39.4473 万元	1、公司股东由 8 人变为 11 人：增加天津百富源、上海宇海、中科长江 2、持股比例 百视欣：33.65% 百联奇奥：26.51% 东方星空：14.56% 中科长江：4.85% 随业视金：3.98% 百欣视宏：3.72% 天津百富源：2.91% 上海宇海：1.94% 马葳：4.58% 孙佳佳：2.75% 王宏泰：0.55%	-	公司的注册资本增加到 812.6161 万元
第八次股权转让	2011年7月15日	随业视金将公司 0.9469% 的股权即 7.6947 万元货币出资转让给随视通；随业视金将公司 0.5489% 的股权即 4.4604 万元转让给随欣视同	1、股东人数由 11 人增加为 13 人：增加随视通、随欣视同 2、随业视金持股比例变为 2.48%，随视通与随欣视同持股比例分别为 0.95%、0.55%。其余股东无变化	1 元/股	无
第九次股权转让	2012年3月29日	孙佳佳将公司 1.4993% 的股权即 12.1836 万元货币出资转	1、股东人数为 13 人：增加华谊兄弟，百欣视	25.35 元/股	无

股权变更事项	股权变更时间	交易内容	股东及持股比例变更情况	股权转让价格	注册资本变化情况
		让给华谊兄弟, 转让价格为人民币 3,088,558 元; 百欣视宏将 3.7164% 的股权即 30.2 万元出资转让给华谊兄弟, 转让价格为人民币 7,655,768.48 元。	宏退出 2、华谊兄弟持股比例为 5.22%, 孙佳佳持股比例变为 1.25%。其余股东无变化		
第十次股权转让及第四次增资	2012 年 4 月 19 日	1、马葳将在公司的 4.5778% 的股权即 37.2 万元货币出资转让给重庆华犇, 转让价格为人民币 9,430,375 元 2、孙佳佳将在公司的 1.2474% 的股权即 10.1364 万元货币出资转让给重庆华犇, 转让价格为人民币 2,569,625 元 3、华谊兄弟以人民币 1851.3160 万元认购公司 3.3059% 的股权, 其中 29.8494 万元放入注册资本, 剩余 1821.4666 万元人民币计入资本公积金; 重庆华犇以人民币 2800 万元认购 5% 的股份, 其中 45.1458 万元放入注册资本, 剩余 2754.8542 万元计入资本公积金; 浙江银江辉皓以人民币 948.6561 万元认购公司 1.6941% 的股份, 其中 15.2955 万元放入注册资本,	1、股东人数为 13 人: 增加重庆华犇、浙江银江辉皓, 百欣视宏退出; 马葳及孙佳佳退出 2、持股比例 百视欣: 30.2902% 百联奇奥: 23.8546% 东方星空: 13.1064% 重庆华犇: 10.2427% 华谊兄弟: 8.0000% 中科长江: 4.3689% 天津百富源: 2.6214% 随业视金: 2.2320% 上海宇海: 1.7473% 浙江银江辉皓 1.6941% 随视通: 0.8522% 随欣视同: 0.4940% 王宏泰: 0.4962%	25.35 元/股	注册资本由 812.6161 万元人民币增资至 902.9068 万元人民币

股权变更事项	股权变更时间	交易内容	股东及持股比例变更情况	股权转让价格	注册资本变化情况
		剩余 933.3606 万元计入资本公积金。			

### 1、第三次股权转让情况说明：

2007 年，有限公司全体实际股东段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁、袁学智、黄宏浚、马葳、刘新华、郭磊、Krzysztof Werkun（以下简称 K.W）决定利用其在有限公司的权益在境外进行私募股权融资，为此开始搭建 VIE 架构。

其中，段嘉瑞、翁启育、袁学智、黄宏浚、K.W 为境外人士，因此其为避免有限公司变更为外资企业而未在有限公司直接持股，其在有限公司的权益委托薛晨代持。郭磊虽为中国公民，但由于其仅通过参与境外架构搭建而间接持有随视传媒股份，未直接参与公司设立，因此其权益亦由薛晨代持。

由于当时有效之外汇管理法规要求返程投资架构下的境内权益实体需具有三年以上经营记录，而有限公司成立于 2006 年 6 月，在 VIE 架构搭建时尚不满三年，为此，有限公司股东通过股权转让，将其所持全部股权转让给了乐乐通，并通过股权转让的方式按原有持股比例共同持有了乐乐通 100% 股权，将乐乐通作为申请 VIE 架构下的境内权益实体。

因此，2007 年 11 月 23 日，公司召开股东会，形成决议：

同意乐乐通成为有限公司新的股东，持股比例 100%。薛晨、马葳、沈雁、刘新华四人将所持股权转让给乐乐通。外汇返程投资登记完成后，乐乐通所持股份即原样转回。

乐乐通成立于 2003 年 12 月 16 日。成为有限公司股东时，乐乐通股权持有人为北京中润互联网信息技术有限公司和李德逸。

2007 年 11 月 13 日，北京乐乐通网络科技有限公司召开股东会，形成以下决议：北京中润互联网信息技术有限公司和李德逸将乐乐通股权转让给薛晨、沈雁、马葳、刘新华、郭磊 5 人。除薛晨、沈雁、马葳、刘新华外，郭磊由于是公司的

境外架构股东，且为中国公民，也受让了乐乐通公司部分股权，以便做返程登记之用。

至此，北京乐乐通网络科技有限公司的股东：薛晨 51.29%、沈雁 16.74%、马葳 18.58%、刘新华 11.15%、郭磊 2.24%。上述五人通过乐乐通公司依然 100% 持有有限公司股权。薛晨代持段嘉瑞等 5 名境外股东的股权。

2008 年 4 月 21 日，返程投资登记完成后，乐乐通即将所持有有限公司的股权按原比例转回给薛晨、马葳、沈雁、刘新华四人。薛晨、沈雁、马葳、刘新华、郭磊 5 人将所持乐乐通公司股权按原受让比例转回给乐乐通原股东北京中润互联网信息技术有限公司和李德逸。

上述股权转让均为平价转让，无特殊安排或利益输送行为。

该次股权转让原因仅为满足返程投资登记的条件需要，有限公司与乐乐通及其股东无任何关联关系。

## 2、马葳、黄桂芬、刘新华、孙佳佳四人关系及股权转让行为说明

(1) 黄桂芬与马葳是婆媳关系。马葳作为公司创始人之一参与了公司创立时的出资，由黄桂芬代为持有股份。后为规范公司股权管理，黄桂芬于 2006 年 10 月 23 日将代持的部分股权转让给马葳直接持有；2007 年 5 月 1 日，经与薛晨协商，又将其在公司的货币资金 12 万元（已缴）转让给薛晨。

(2) 刘新华与孙佳佳为夫妻关系。刘新华前期曾加入公司并参与公司管理，2007 年 5 月 1 日经公司股东会通过，自薛晨处受让公司 5.4% 的股份，并担任公司监事。2009 年 7 月 17 日，经公司股东会批准，刘新华由于个人事务繁忙，不再担任公司监事，也不再参与公司管理，且无足够时间精力履行股东职责，将股份转让给配偶孙佳佳持有。

(3) 2012 年，公司引入新的投资者。孙佳佳出于资金需求原因，自愿将公司 1.4993% 的股权即 12.1836 万元货币出资转让给华谊兄弟，转让价格为人民币 3,088,558 元；将在公司的 1.2474% 的股权即 10.1364 万元货币出资转让给重庆华犇，转让价格为人民币 2,569,625 元。

(4) 马葳由于同样原因，自愿退出，将在公司的 4.5778% 的股权即 37.2 万元货币出资转让给重庆华犇，转让价格为人民币 9,430,375 元。

(5) 黄桂芬、刘新华、孙佳佳、马葳均已接受访谈并出具《承诺函》，承诺

上述股权转让行为均为交易双方自主决定，转让价格为双方根据市场价格及估值协商而定，不存在特殊安排或利益输送。

### （三）整体变更为股份公司

2012年8月29日，有限公司召开股东会，一致同意以全体股东作为发起人，以2012年7月31日作为基准日进行审计、评估，将有限公司整体变更为股份有限公司。股东会决议公司名称变更为“北京随视传媒科技股份有限公司”。全体发起人签署了《发起人协议书》。

根据北京北方亚事资产评估有限责任公司出具的北方亚事评报字[2012]第232号《资产评估报告书》，有限公司以2012年7月31日为基准日的净资产经评估后为13,404.40万元。

根据利安达会计师事务所有限责任公司出具的利安达审字[2012]第1364号《审计报告》，截至2012年7月31日，有限公司经审计的账面净资产为131,081,834.68元，按照1:0.30515289的比例折合成4000.00万股，剩余部分91,081,834.68元计入资本公积。股份公司股本总额不高于经评估的净资产值，符合法律规定。完成变更后，股份公司注册资本为4000.00万元。

根据利安达会计师事务所有限责任公司出具的利安达验字[2012]第1061号《验资报告》，截至2012年9月3日，公司股本4000.00万元人民币已全部到位。

2012年9月14日，随视传媒召开创立大会，决议成立股份公司，并选举产生了股份公司第一届董事会和第一届监事会。董事会和监事会的组成和成员符合《公司法》的规定。

至此，股份公司的股权结构如下：

序号	股东	持股数量(股)	出资比例
1	百视欣	12,116,080	30.29%
2	百联奇奥	9,541,840	23.85%
3	东方星空	5,242,560	13.11%
4	重庆华犇	4,097,080	10.24%
5	华谊兄弟	3,200,040	8.00%
6	中科长江	1,747,560	4.37%
7	天津百富源	1,048,560	2.62%

8	随业视金	892,800	2.23%
9	上海宇海	698,920	1.75%
10	浙江银江辉皓	677,600	1.69%
11	随视通	340,880	0.85%
12	随欣视同	197,600	0.49%
13	王宏泰	198,480	0.50%
	合计	40,000,000	100%

2012年9月27日，北京市工商行政管理局对上述变更进行了核准，并换发股份公司营业执照，注册号为110108009753391，本次股份制变更合法合规。

股份公司设立后，未发生过股本变动情况。

## 五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况

### （一）公司董事

1、段嘉瑞：详见本公开转让说明书第一章之“三、主要股东情况”之“（三）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有5%以上股份的股东持股情况及股东间相互关联关系”之“3、控股股东、实际控制人基本情况及认定依据”，现任公司董事长兼总经理。

2、薛晨：详见本公开转让说明书第一章之“三、主要股东情况”之“（三）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有5%以上股份的股东持股情况及股东间相互关联关系”之“3、控股股东、实际控制人基本情况及认定依据”，现任公司董事。

3、沈雁：详见本公开转让说明书第一章之“三、主要股东情况”之“（三）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有5%以上股份的股东持股情况及股东间相互关联关系”之“3、控股股东、实际控制人基本情况及认定依据”，现任公司董事兼副总经理。

4、翁启育：详见本公开转让说明书第一章之“三、主要股东情况”之“（三）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有5%以上股份的股东持股情况及股东间相互关联关系”之“3、控股股东、实际控制人基本情况及认定依据”，现任公司董事兼副总经理。

5、李庆：男，中国籍，无境外永久居留权。1972年出生，毕业于浙江大学，硕士研究生学历。1994年7月至2003年7月历任浙江证券有限公司证券投资部投资经理、总经理助理；2003年7月至2006年7月任浙江凡思达投资顾问有限公司注册证券分析师；2006年7月至2011年9月历任浙江新干线传媒投资有限公司高级经理、总经理助理；2011年9月至今任浙报传媒集团股份有限公司董事会秘书、东方星空创业投资有限公司董事、总经理。现兼任公司董事。

6、张东晨：男，中国籍。1977年出生。毕业于北京大学。1998年9月至2000年5月任中国土畜产进出口公司业务经理；2000年5月至2001年7月任Metro Media 销售总监；2001年7月至2005年6月任Pacific Century Global Ltd. 创始人；2005年6月至今任百度总裁助理兼执行总监。现兼任公司董事。

7、戴伟衡：男，中国台湾公民。1968年出生，毕业于美国麻省理工学院。2002年至2009年4月，担任台湾麦实管理顾问有限公司合伙人暨副总裁；2007年至今，担任台湾位速科技股份有限公司董事（现兼任）；2009年4月至今，担任台湾华联亚洲投资集团创始合伙人（现兼任）；2011年10月至今，担任台湾华速创投基金总经理（现兼任）；2010年11月加入重庆华犇合伙人（现兼任）。现兼任公司董事。

上述公司董事的任期均为三年，自2012年9月14日至2015年9月13日。

## （二）公司监事

1、张金鑫：男，中国籍，无境外永久居留权。出生于1971年，毕业于北京交通大学，博士研究生学历。1994年7月至1997年9月，任煤炭科学研究总院职业医学研究所助理研究员；2000年3月至2001年9月任联想集团企划部市场分析员；2004年2月至2005年8月，任第一创业证券有限责任公司业务董事；2005年8月至今，任北京交通大学经济管理学院会计系讲师。现任公司监事会主席。

2、张展铭：男，中国籍，无境外永久居留权。出生于1978年，毕业于哈尔滨工业大学，硕士研究生学历。2001年9月至2005年4月，任光大银行黑龙江分行红博支行国际业务负责人；2005年4月至2005年9月，待业；2005年9月至2007年7月，就读于哈尔滨工业大学计算机专业，取得硕士研究生学历；2007年9月至2009年2月，任北京中传基业投资公司首席运营总监；2009年3

月至2010年2月，任江海证券股份有限公司上海研发中心；2010年2月至今，任中科招商投资管理集团有限公司高级副总裁。现任公司监事。

3、梁娜：女，中国籍，无境外永久居留权。出生于1980年，毕业于北京经济管理研修学院，本科学历，会计从业资格。2005年9月至2008年3月，任北京成业康联商贸中心客服兼财务；2008年5月加入北京随视传媒科技有限公司任会计。现任公司职工监事。

上述公司监事的任期均为三年，自2012年9月14日至2015年9月13日。

### （三）公司高级管理人员

1、段嘉瑞：详见本公开转让说明书第一章之“三、主要股东情况”之“（三）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有5%以上股份的股东持股情况及股东间相互关联关系”之“3、控股股东、实际控制人基本情况及认定依据”，现任公司董事长。目前全职在公司工作并在公司领薪。

2、沈雁：详见本公开转让说明书第一章之“三、主要股东情况”之“（三）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有5%以上股份的股东持股情况及股东间相互关联关系”之“3、控股股东、实际控制人基本情况及认定依据”，现任公司董事兼副总经理。目前公司下属子公司随视广告工作并在随视广告领薪。

3、翁启育：详见本公开转让说明书第一章之“三、主要股东情况”之“（三）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有5%以上股份的股东持股情况及股东间相互关联关系”之“3、控股股东、实际控制人基本情况及认定依据”，现任公司董事兼副总经理。目前全职在公司工作并在公司领薪。

4、王宏泰，男，中国籍，无境外永久居留权。出生于1971年，毕业于太原理工大学，本科学历。1996年3月至1999年9月，任联合利华（中国）有限公司物流主管；1999年9月至2001年4月，任北京乐友达康科技有限公司物流经理；2001年5月至2004年12月，任新产业综合物流股份有限公司规划部经理；2005年1月至2007年12月，任中信大东宽带网络技术有限公司。现任公司董事会秘书兼财务总监，目前在公司下属子公司随视广告工作并在随视广告领薪。

公司高级管理人员任期三年，自2012年9月14日至2015年9月13日。

## 六、最近两年主要会计数据及财务指标简表

财务数据/指标	2012 年度	2011 年度
营业收入（万元）	11,881.47	10,129.90
净利润（万元）	575.44	969.81
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	575.44	969.81
扣除非经常性损益后的净利润(万元)	568.05	899.09
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	568.05	899.09
毛利率	34.84%	38.24%
净资产收益率	5.28%	15.41%
扣除非经常性损益后净资产收益率	5.21%	14.29%
基本每股收益（元/股）	0.14	0.24
稀释每股收益（元/股）	0.14	0.24
应收账款周转率（次）	1.79	2.42
存货周转率（次）	--	--
经营活动产生的现金流量净额(万元)	-1,077.43	-1,135.36
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.27	--
<b>财务数据/指标</b>	<b>2012 年 12 月 31 日</b>	<b>2011 年 12 月 31 日</b>
总资产（万元）	14,521.58	9,433.54
股东权益合计（万元）	13,053.18	7,189.02
归属于申请挂牌公司股东权益合计（万元）	13,053.18	7,189.02
每股净资产（元/股）	3.26	--
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	3.26	--
资产负债率（母公司）	4.21%	4.48%
流动比率	7.48	3.09

速动比率	7.48	3.09
------	------	------

## 七、中介机构情况

### （一）主办券商

主办券商： 东方花旗证券有限公司  
主管领导： 潘鑫军  
住所： 上海市中山南路318号东方国际金融广场24楼  
电话： 021-23153888  
传真： 021-23153500  
项目负责人： 詹朝军  
项目小组成员： 詹朝军、张亚波、王紫雾、蔡军强、刘京卫、臧晓飞

### （二）律师事务所

律师事务所： 北京安杰律师事务所  
负责人： 陈行法  
住所： 北京市建国门外大街甲6号中环世贸中心D座26层A\B单元  
电话： 010-85675988  
传真： 010-85675999  
经办律师： 戴志文、黄再再

### （三）会计师事务所

会计师事务所： 中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）  
法定代表人： 顾仁荣  
住所： 北京市东城区永定门西滨河路8号院7楼中海地产广场西塔  
3-9层  
电话： 010-88095588  
传真： 010-88091190  
经办注册会计师： 刘兴武、赵海宾

### （四）资产评估机构

资产评估机构： 北京北方亚事资产评估有限责任公司  
法定代表人： 闫全山

住所：北京市东城区崇文门西大街7号2门303室

电话：010-83557569

传真：010-83549215

经办人员：毛维涛、李柷、袁志敏

**（五）证券登记结算机构**

名称：中国证券登记结算有限责任公司

法定代表人：戴文华

住所：深圳市深南中路1093号中信大厦18层

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

## 第二节 公司业务

### 一、公司主要业务、主要产品及服务流程

#### （一）公司的主要业务

随视传媒是国内知名的联网媒体精准营销及互联网营销的专业广告技术、数据和服务平台提供商，公司集专业技术和数据服务于一体，自成立以来，一直致力于推动互联网广告由传统的粗放式投放管理向定向、智能、精细化转型。公司基于自主开发的 AdMan 智能广告网管理平台衍生出以人为本的跨媒体、跨平台、跨终端智能营销平台，以整合性的效果网络平台精准+、社会化营销管理工具平台社交+为主要业务产品，为超过 500 家的国内外知名品牌客户提供服务，服务内容包括精准广告投放、会员数据库营销、个性整合效果营销及社会化全案营销服务等。

随视传媒作为母公司，主要负责公司技术与产品的研发、战略资源的整合与协作，并基于 AdMan 智能广告网管理平台向子公司或外部客户提供数据分析与系统应用。随视广告、随视科技作为随视传媒的全资子公司，依托母公司提供的技术与产品支持，开展具体业务实施。安布斯沛作为随视传媒参股公司，其向电商客户提供的精准营销业务由随视传媒 AdMan 平台提供数据与技术支持。

#### （二）主要产品介绍及服务流程

##### 1、精准+

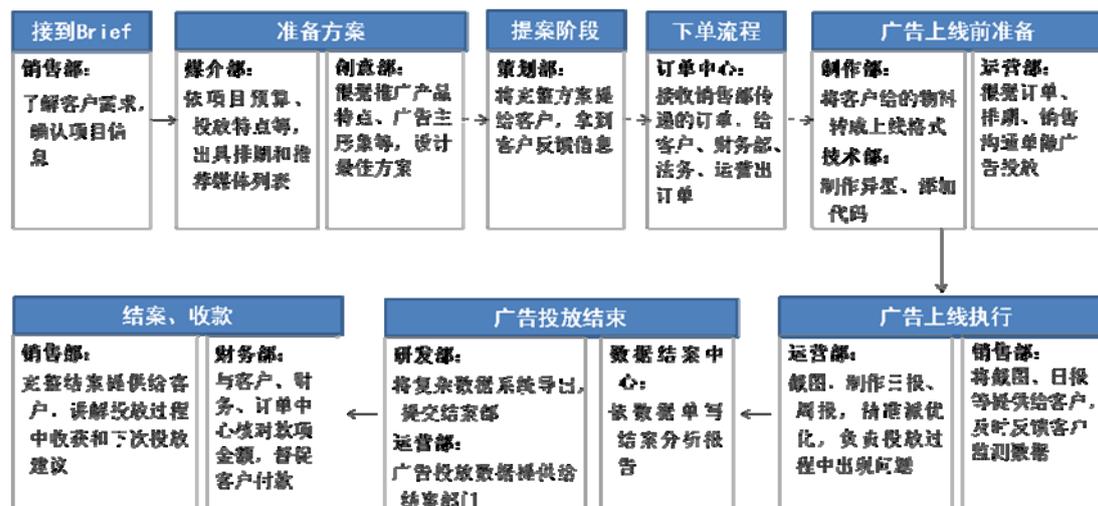
精准+是基于公司 AdMan 智能广告网管理平台积累的海量用户数据和跨平台、跨终端、跨媒体的用户定向技术，向客户提供精准化的广告投放和营销的整合性效果网络平台。精准+业务主要应用于数字广告及营销领域，可通过互联网、移动互联网，未来可延展至数字户外联网媒体和数字电视网络渠道，向品牌广告主、效果广告主和国际及地区性广告代理公司提供精准营销服务。

在技术层面上，精准+可通过整合浏览、搜索和社会化数据，实现在海量媒体资源中选择和受众最相关的媒体；拥有 18 维定向机制，完美实现最相关和最相近的受众广告体验；通过接入中国三大广告交易平台（谷歌 (ADEX)、淘宝 (TANX)、腾讯 (Mindex)）和百度联盟，实现投放控制和支持视频和富媒体展现；

具备兼顾视觉冲击力和广告标准化的视频和富媒体创意形式；可以按照客户不同营销需求，提供多维度和高附加值的定期和结案数据分析；实现全自动算法自学习和半自动人工干预的媒体、版位、素材、成本、受众、地域和时间优化。在功能上，精准+替代了传统单站式互联网广告形式，替代了粗放的包月或包天媒体售卖形式，替代了人力密集型的广告投放操作，替代了无法进行准确效果衡量的营销沟通方式，实现了互联网广告从策划、投放到效果管理、数据挖掘的精准化、一站式实施。

整个精准+业务涉及公司销售、媒介、创意、策划、订单中心、制作、技术、运营、研发、数据结案、财务 11 个部门分工协作，包含接到 Brief、准备方案、提交方案、下单、广告上线前准备、广告上线执行、广告投放结束、结案与收款共 8 个步骤的流程，具体的流程如下图所示。

随视展示类广告（精准+）运作流程图



## 2、社交+

社交+是基于公司 AdMan 智能广告网管理平台海量的社会化媒体用户数据、精准的用户定向技术以及与新浪微博、腾讯微博、微信、人人网等主流社会化媒体高级战略伙伴合作关系，针对企业在社会化媒体营销的需求推出的系统化产品。目前，社交+主要有四种产品模式：1、内容流（Feeds）广告+意见领袖（KOLs）推广的整合营销；2、微信 O2O 营销服务；3、微博客服产品包；4、社会化媒体整合传播策划方案。

### （1）内容流（Feeds）广告+意见领袖（KOLs）推广的整合营销

内容流广告是将过去以官方口吻发布的单纯宣传性内容打造成社交媒体受众喜欢的语言风格和内容,巧妙的将广告主需要推广的信息在更加吸引用户的内容中传播。公司基于自身跨平台、跨媒体的 AdMan 智能广告网管理平台对社会化媒体用户的洞察能力,利用与新浪、腾讯、人人网等主流社会化媒体的合作关系,将关于企业新品发布、品牌宣传、事件营销、互动活动、产品促销、危机公关等信息,融进诸如“微博粉丝头条”、“置顶新鲜事”等社交媒体中最高关注度的分享内容中,从而在第一时间将品牌信息在精准定向的受众人群中曝光,并更加易于被用户接受和分享。

KOLs 系统是公司针对名人在社交传播中的巨大影响力,推出的横跨演艺明星资源及社会化红人资源管理平台。KOLs 系统有以下 3 个功能:

1) 明星直通车: 明星名人和商业品牌在社会化媒体传播中具备各自的号召力和影响力,让其有效、无缝地配合、对接与互动,一方面使品牌内涵文化借助明星名人的影响力得到更大的传播和美誉,另一方面明星在商业品牌雄厚的策划和传播资源下得到最大化的商业价值兑现。

2) 草根红人管理系统: 草根红人管理系统针对当前社会化媒体营销的发展趋势,通过研究微博用户的人口特征(如地域、年龄、性别等数据)及行为属性(如兴趣、博文、话题等数据)等六大维度,为广告主提供最匹配的微博红人,通过参与推广以达成高效精准传播目的,强调微博营销的“真实”驱动力,是一个社会化媒体精准营销平台。

企业主任务管理: 企业广告主可根据推广目标,定位、挑选已加盟的博主,设定投放时间将微博内容广告发布到微博上。

3) KOLs 系统通过独有的草根红人、明星名人管理系统,确保找到合适的社交名人,利用其意见领袖的影响力将企业信息转变成用户信息,在大量的粉丝中进行二次传播,从而提高信息扩散速度与范围。将 KOLs 系统与内容流广告有效的组合运用,可以有效扩大品牌客户的社会化媒体影响力。

## (2) 微信 O2O 营销

微信 O2O 营销是公司基于与腾讯的高级战略合作关系,通过现今主流社交平台——微信平台,利用企业官方的微信账号发展目标受众、实时推送营销激励信息并进行一对一服务,进而有效地帮助品牌客户进行品牌推广与营销的一系列业

务产品。

微信 O2O 营销包括建立官方微信账号及功能开发、吸引目标受众成为微信好友、通过精准互动激活微信好友、企业客服管理微信平台 4 个主要流程。

1) 建立官方微信账号及功能开发：帮助企业建立官方微信账号，包括设计微信徽章形象，吸引微信用户的眼球；简洁全面描述企业概况，帮助用户快速认识品牌，建立良好的用户初印象。基于企业官方微信账号的自定义接口，为企业开发微信应用，实现用户自助查询、在线预订等功能，方便企业与用户的互动。

2) 建立微信用户关联：吸引微信用户成为企业官方微信账号的好友，一般通过三种方式发展微信受众，一种是在企业宣传海报、线下物料和线上网站、官方微博、产品包装等自有媒体上提供可以扫描的二维码，发展用户成为好友；一种是在企业户外广告、展会柜台和传单广告位置等购买媒体上印刷供用户扫描的二维码，发展用户成为好友；第三种是通过用户分享企业微信公众账号给朋友或发布到朋友圈、微博的方式，吸引更多的用户成为好友。

3) 精准互动，激活微信好友：基于对社会化媒体用户数据的积累和对用户特征的洞察，公司的微信 O2O 平台可以针对不同地域、不同电信运营商的微信用户，进行精准定向，利用“分享奖励、抽大奖、优惠”等奖励措施，鼓励用户将信息转发、分享，以获得更多的奖励，进而实现广告信息的二次传播，使品牌信息指数化的在微信用户中快速蔓延。

4) 建立企业客服平台，实现一对一客户服务：官方微信帐号逐步增加在线客服，为企业提供微信客户关系管理工具，从而更加有针对性、精准、高效地管理用户，并将客户提问分类转给企业的客服并处理。企业可以在第一时间精准选定目标受众发布的对其品牌口碑、服务、质量等方面的微信评价内容，并通过微信平台，与其目标受众进行一对一的客服服务，进而达到口碑传播范围与效果的最大化与最优化。

### (3) 微博客服产品包

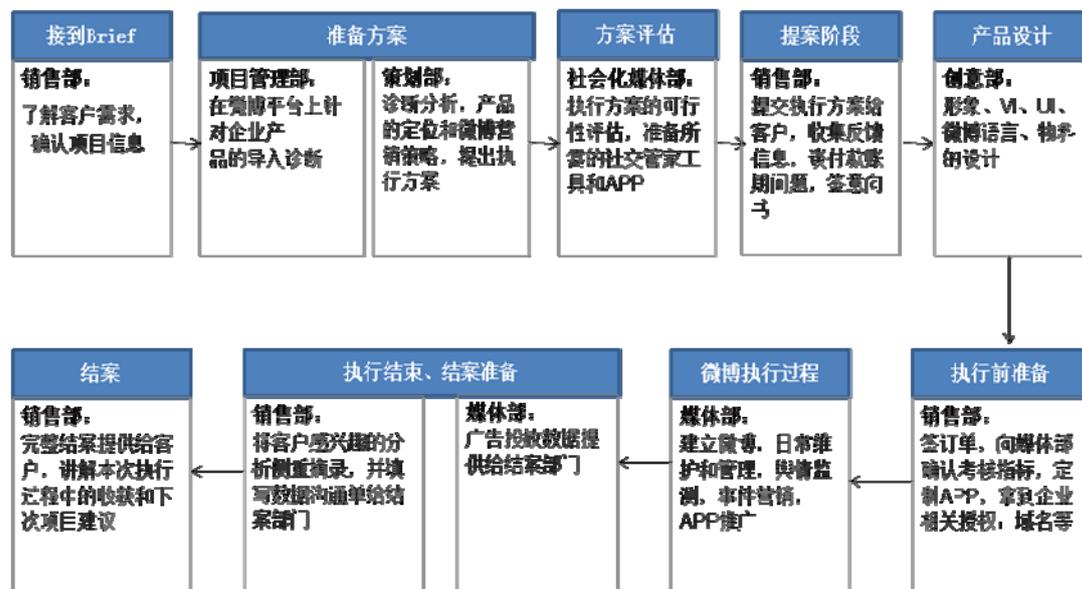
微博客服产品包是公司通过与腾讯、新浪的战略合作伙伴关系，自主研发的企业微博管理工具，能便捷、有效地把微博平台变成客户服务和关系管理系统，帮助企业及时了解客户的反馈信息，降低二次营销成本，满足企业微博营销的必要需求。公司的微博客服产品包通过舆情监测，帮助企业第一时间获知顾客的投

诉与建议,利用私信等微博方式及时回复并解决用户问题,有效地防止客户流失;通过与企业粉丝的积极互动,协助品牌客户赢得微博受众的好评和信任,有效地提高人气,降低二次营销成本;通过发掘企业顾客中的意见领袖并与之沟通、合作从而影响更多潜在用户,带动品牌口碑的广泛传播。

#### (4) 社会化媒体整合传播策划方案

整合传播策划业务是在公司多年积累的社会化媒体用户数据的支持下,通过划分和定位目标受众群体,竭力为客户提供社会化营销的全案服务,包括代运营、红人推广、APP 开发等内容。整个策划过程需要经历设立营销目标、消费者属性素描、分析传播路径、定位消费者踪迹、制定销售策略、媒介选择计划、方案执行、结案八个步骤,寻找社会化营销过程中客户面临的<sup>最大传播挑战</sup>、最有价值的消费者群体、消费者可能接受的传播模式和消费者的消费决策,确定吸引消费者的内容与形式、营销过程采用的媒体通路、方案具体执行计划,最后对整个传播策划的效果进行衡量与反馈。

社交+运作流程图



## 二、主要业务相关的资源要素

### (一) 产品或服务所使用的主要技术

#### 1、AdMan 自有技术的平台

AdMan 平台是公司自主研发的跨媒体、跨终端、跨平台的综合技术、数据平

台，它是由 DMP (Data Management Platform) 和 DSP (Demand-side Platform) 组成。DMP 用于提供非 RTB 和 RTB 广告库存购买的决策数据支持，包括实时数据收集、动态数据更新、受众数据展示和受众决策数据输出对接等功能。DSP 用于提供一个技术化的广告库存采购和广告投放解决方案，允许广告主或者代理公司实现在单一广告曝光层面实现实时和自动化决策和执行。其中，决策包括竞价购买和数据化匹配，执行包括多形式投放和结算。

DMP 类似于定价器，DSP 是连接器和投放器，两者结合起来作为公司进行精准营销与投放的技术基础。DMP 的数据被用来判断 DSP 连通流量的营销价值，DSP 按照 DMP 确定的价值实现价格的自动调整和竞价，DSP 在竞价购买或者直接购买媒体资源后进行广告投放。在广告投放的过程中，数据会被再次收集到 DMP 进行重新整理。

基于公司多年的技术与数据积累以及对 AdMan 平台的不断升级与完善，该平台已经成为公司业务开展的核心与基础。AdMan 平台在应用效果方面有如下优势表现：

(1) 数据覆盖能力强：平台日均覆盖 5,000 万互联网浏览人群，透过合作伙伴覆盖日均 10 亿搜索请求，累计 350 亿社会化用户关系数据，覆盖网络用户浏览、搜索和社会化应用的主要媒介触点。

(2) 数据应用能力高：平台将用户数据转化成在数字营销中为品牌和效果广告主提供受众定向、受众接触和受众分析的实际应用。通过对搜索、浏览、社会化数据的横向结合，平台可帮助广告主制定有竞争力的市场策略，进而衍生相应的媒介策略和购买指导。

(3) 数据变现能力强：平台数据通过 DMP 和 DSP 平台直接用于广告主的受众购买和衡量，通过竞品情报报告和舆情监控实现广告主订阅和相关咨询项目，通过研究分析报告直接带来销售线索。

(4) 跨媒体及设备终端用户识别平台：通过广告投放、广告监测、社会化应用及工具、移动应用等平台数据集成，平台可实现不同媒体平台及设备终端用户信息的有效关联，提高了用户数据分析的精准度及用户数据的关联度。

(5) 优秀的数据扩展性和增长性：结构化和非结构化数据的应用层、数据表格、数据库架构、数据处理方式、数据存储方式和数据接口方式采用扩展性优

异的前瞻性设计，数据量越大、关系越复杂、查询次数越多，越能体现其优势。

## 2、18 维定向精准投放技术

公司拥有多达 4 个大类、18 个细分维度的丰富精准展示定向策略，包括定向类策略（具体包括重定向、创意轮播定向、曝光频次控制、族群定向、搜索行为定向、浏览行为定向、品牌偏好定向、网购倾向定向）、内容定向类策略（具体包括平台定向、内容分类定向、频道分类定向、固定版位定向、创意尺寸定向、广告形式定向）、IP 定向类策略（具体包括地域定向、接入方式定向）和时间定向类策略（具体包括时间点定向、时间情境定向）。根据实际需要，采用不同的策略组合能够有效降低媒体资源竞价成本，提高营销效率，保证品牌客户广告投放回报率的最大化。

## 3、CDN 网络技术

CDN（Content Delivery Network）即内容分发网络，在现有的互联网基础之上，通过在网络各处放置节点服务器所构成的智能虚拟网络，实时地根据网络流量和各节点的连接、负载状况以及到用户的距离和响应时间等综合信息将用户的请求重新导向离用户最近的服务节点上。其核心是尽可能避开互联网上有可能影响数据传输速度和稳定性的瓶颈和环节，使内容传输的更快、更稳定。其目的是使用户可就近取得所需内容，解决 Internet 网络拥挤的状况，提高用户访问网站的响应速度。

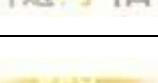
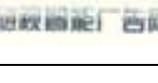
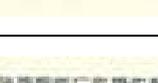
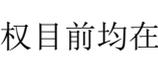
## 4、大数据与云计算技术的应用

AdMan 平台拥有海量数据并针对数据进行深度挖掘、分析、形成报表，在数据的存储与管理方面有很高的技术与实施要求。平台基于分布式系统基础架构的 Hadoop 平台实现数据的处理与分析。Hadoop 平台不仅提供了强大的分布式数据存储和计算能力外，还提供动态调整能力，随时根据数据量变化情况，通过增加或减少服务器节点，扩展或缩小整个平台的存储和计算能力，以达到最佳的服务器配比。公司通过在全国 300 多台服务器构建的分布式云平台架构，完成广告投放只需 1 毫秒，并可同时处理超过 15,000 并发、实时处理 24 维度的数据报表。

### （二）主要无形资产情况

#### 1、已获得注册的商标

截至本公开转让说明书出具之日，公司拥有注册商标 15 项，具体情况如下：

序号	商标名称	类别	有效期限	注册证号	注册人
1		35	2010.01.21-2020.01.20	5398505	公司
2		42	2009.09.14-2019.09.13	5398506	公司
3		35	2010.01.28-2020.01.27	5398507	公司
4		42	2009.09.14-2019.09.13	5398508	公司
5		35	2010.03.21-2020.03.20	5398509	公司
6		35	2011.04.21-2021.04.20	8163796	公司
7		38	2011.04.21-2021.04.20	8163831	公司
8		38	2011.04.21-2021.04.20	8163864	公司
9		38	2011.04.21-2021.04.20	8163888	公司
10		38	2011.10.28-2021.10.27	8762758	随视广告
11		35	2012.03.07-2022.03.06	9145193	公司
12		35	2012.03.14-2022.03.13	9191901	公司
13		35	2012.03.14-2022.03.13	9191902	公司
14		38	2012.07.28-2022.07.27	9542961	公司
15		35	2012.07.28-2022.07.27	9542962	公司

《商标法》规定：“注册商标的有效期为10年，自核准注册之日起计算。”

上述商标权目前均在法律规定的有效保护期限内。

## 2、已拥有的计算机软件著作权情况

截至本公开转让说明书出具之日，公司拥有 36 项计算机软件著作权，其中主要的著作权有：

计算机软件著作权名称	登记号	申请人证书编号	首次发表日期	取得方式
媒体推荐系统 V2.0	2011SR041444	软著登字第 0305118 号	2009/7/9	原始取得
AdMan 智能广告 网管理平台系统 V1.0	2011SR041929	软著登字第 0305603 号	2010/12/25	原始取得
AdMan—U 云视 频管理平台系统 V1.0	2011SR041445	软著登字第 0305119 号	2011/1/26	原始取得
TV 电视补点系 统 V1.0	2011SR041928	软著登字第 0305602 号	2011/2/28	原始取得
媒体推荐系统 V1.0	2009SR021473	软著登字第 0148472 号	2009/3/1	原始取得
广告数据系统 V2.3	2009SR017936	软著登字第 0144935 号	2007/6/1	原始取得
广告匹配系统 V1.0	2009SR017935	软著登字第 0144934 号	2008/6/1	原始取得
广告发布系统 V1.0	2009SR021357	软著登字第 0148356 号	2008/1/1	原始取得
数据分析系统 V2.0	2009SR021358	软著登字第 0148357 号	2009/2/1	原始取得
广告监播系统 V1.0	2009SR020994	软著登字第 0147993 号	2008/1/1	原始取得
精准派系统	2011SR100061	软著登字第 0363735 号	2011/11/20	原始取得
云视频系统	2011SR099189	软著登字第 0362863 号	2011/10/1	原始取得
红人管理系统	2012SR057126	软著登字第 0425162 号	2011/12/6	原始取得
索引系统 V1.0.0	2012SR057130	软著登字第 0425166 号	2012/2/3	原始取得
微诊断系统 V1.0	2012SR057121	软著登字第 0425157 号	2012/12/6	原始取得
微博工具软件 V1.0	2012SR061979	软著登字第 0430015 号	2012/2/3	原始取得
随视传媒微洞察 系统	2012SR063391	软著登字第 0431427 号	2011/12/6	原始取得

微舆情系统 V1.0	2012SR063779	软著登字第 0431815号	2011/12/26	原始取得
云平台数据分析 系统 V1.0.0.0	2012SR078813	软著登字第 0446849号	2012/2/3	原始取得

《著作权法》规定：“法人或者非法人单位的作品、著作权（署名权除外）由法人或者非法人单位享有的职务作品，其发表权、使用权和获得报酬权的保护期为五十年，截止于作品首次发表后第五十年的十二月三十一日，保护期限为50年。”上述共计36项计算机软件著作权，均在法律规定的有效保护期限内，且权利范围皆为全部权利，11项软件著作权通过受让取得，25项软件著作权通过自主研发原始取得。

### 3、主要无形资产期末账面价值

截止2012年12月31日无形资产原值、折旧、净值情况表

单位：元

项目	2012年1月1日	本期增加	本期减少	2012年12月31日
<b>账面原价合计</b>	<b>7,781,121.39</b>	-	-	<b>7,781,121.39</b>
软件著作权	7,651,810.39	-	-	7,651,810.39
软件	129,311.00	-	-	129,311.00
<b>累计摊销合计</b>	<b>2,506,061.74</b>	<b>1,440,951.01</b>	-	<b>3,947,012.75</b>
软件著作权	2,484,667.85	1,415,088.85	-	3,899,756.70
软件	21,393.89	25,862.16	-	47,256.05
<b>无形资产账面净值合计</b>	<b>5,275,059.65</b>	-	-	<b>3,834,108.64</b>
软件著作权	5,167,142.54	-	-	3,752,053.69
软件	107,917.11	-	-	82,054.95
<b>减值准备合计</b>	-	-	-	-
软件著作权	-	-	-	-
软件	-	-	-	-
<b>无形资产账面价值合计</b>	<b>5,275,059.65</b>	-	-	<b>3,834,108.64</b>
软件著作权	5,167,142.54	-	-	3,752,053.69
软件	107,917.11	-	-	82,054.95

### (三) 业务许可资质、特许经营权

随视广告因有独立域名，已取得《电信与信息服务业务经营许可证》，具体信息如下：

经营许可证编号	京 ICP 证 110019 号
经营单位名称	北京随视广告有限公司
业务种类	因特网信息服务业务
服务项目	除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械和 BBS 以外内容
网站名称及网址	随视广告 (ww.ebaidutv.com)
有效期	2011 年 1 月 6 日至 2016 年 1 月 6 日

除此外，随视传媒及其全资子公司随视广告、随视科技经营范围中不涉及业务许可资质及特许经营权项目。

《广告管理条例》第六条规定：“经营广告业务的单位和个体工商户，应当按照本条例和有关法规的规定，向工商行政管理机关申请，分情况办理审批登记手续：1、专营广告业务的企业，发给《企业法人营业执照》；2、兼营广告业务的事业单位，发给《广告经营许可证》。”而《广告经营许可证管理办法》第二条规定：“从事广告业务的下列单位，应依照本办法的规定向广告监督管理机关申请，领取《广告经营许可证》后，方可从事相应的广告经营活动：1、广播电台、电视台、报刊出版单位；2、事业单位；3、法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的单位。”

因此，专营广告业务且不属于《广告经营许可证管理办法》第二条列举的企业无需向广告监督管理机关申请取得《广告经营许可证》，公司全资子公司随视广告和随视科技经营范围中虽有发布广告内容，但无需申领《广告经营许可证》。

#### （四）主要固定资产使用情况

截止 2012 年 12 月 31 日固定资产原值、折旧、净值情况见下表：

单位：元

项 目	2012 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2012 年 12 月 31 日
一、账面原值合计	19,618,586.70	9,875,176.35	383,791.00	26,131,422.89

电子及其他设备	19,618,586.70	9,875,176.35	-	26,131,422.89
<b>二、累计折旧合计</b>	<b>7,252,830.95</b>	<b>6,549,561.52</b>	<b>364,601.45</b>	<b>13,437,791.02</b>
电子及其他设备	7,252,830.95	6,549,561.52	364,601.45	13,437,791.02
<b>三、固定资产账面净值合计</b>	<b>12,365,755.75</b>	<b>3,325,614.83</b>	<b>19,189.55</b>	<b>15,672,181.03</b>
电子及其他设备	12,365,755.75	3,325,614.83	19,189.55	15,672,181.03

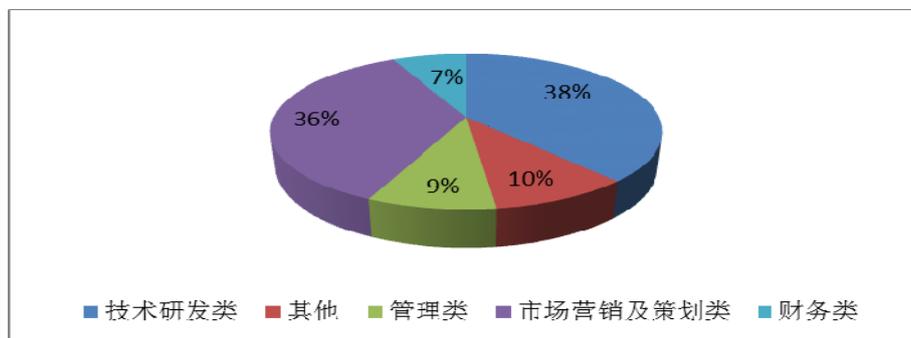
公司的固定资产包括电子及其他设备等，使用状况良好。截止 2012 年 12 月 31 日未发现固定资产存在减值迹象，固定资产成新率情况如下：

固定资产成新率		
类别	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
电子设备及其他设备	85.74%	63.03%

### （五）员工情况

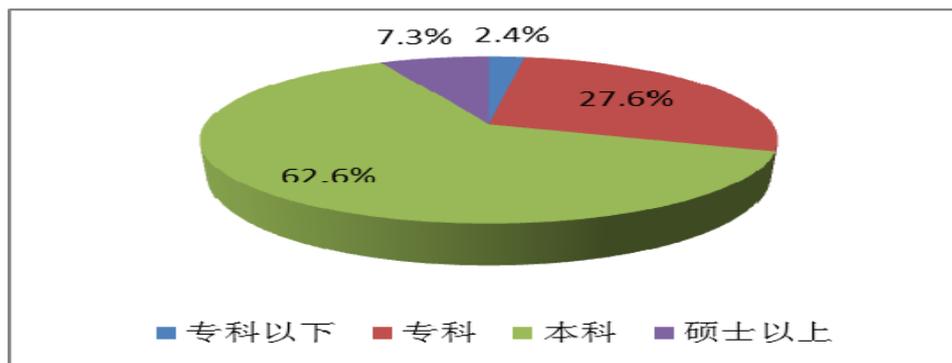
截至本公开转让说明书出具之日，公司共有员工 123 人，其具体结构如下：

#### 1、按业务岗位划分



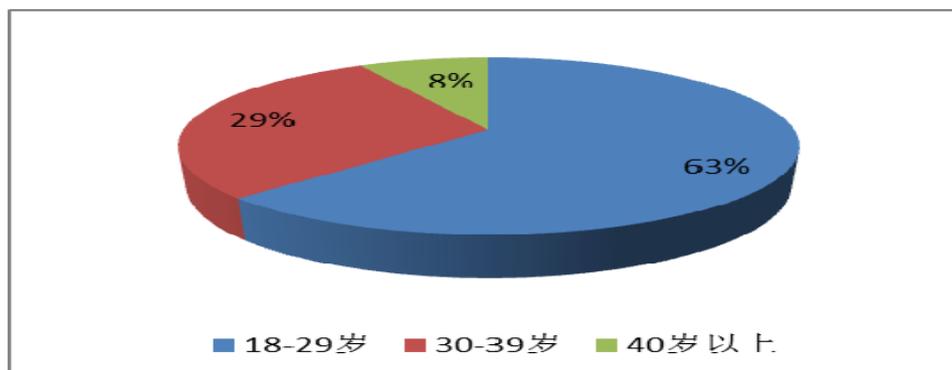
业务岗位	人数	比例 (%)
技术研发类	47	38%
其他（人事、行政、后勤）	12	10%
管理类	11	9%
市场营销及策划类	44	36%
财务类	9	7%
合计	123	100%

#### 2、按受教育程度划分



受教育程度	人数	比例 (%)
专科以下	3	2.4%
专科	34	27.6%
本科	77	62.6%
硕士及以上	9	7.3%
合计	123	100.0%

### 3、按年龄划分



年龄段	人数	比例 (%)
18-29岁	77	63%
30-39岁	36	29%
40岁及以上	10	8%
合计	123	100%

### 4、公司核心技术人员

(1) 翁启育：详见本公开转让说明书第一章之“三、主要股东情况”之“(五) 控股股东、实际控制人基本情况及认定依据”，现任公司董事兼副总经理。

(2) 黄俊：男，1977年7月出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于湖北师范学院，本科学历。2000年7月至2003年5月于北京融海世纪信息技术有效公司任软件工程师；2003年6月至2003年10月于北京合力金桥软件信息技术有限公司任架构工程师；2003年11月至2004年10月于北京明天高软信息技术有限公司任高级软件工程师；2004年11月至2006年4月于北京惠讯时代企业科技有限公司任项目经理；2006年7月加入有限公司，现任股份公司研发总监。主要负责互联网广告平台相关系统的研发管理工作；主要参与了百度TV、云视频、精准派、AdMan、DigiEQ、精准+、Panel项目。

(3) 周冠雄：男，1985年4月出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于北京邮电大学，专科学历。2006年6月加入有限公司，现任股份公司研发经理。主要负责数据处理；并行计算；数据分析；主要参与了Panel、DigiEQ、精准+项目。

(4) 何钟强：男，1986年4月出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于沈阳师范大学，本科学历。2008年7月至2009年10月于北京华育国际任软件工程师及IT讲师；2009年11月加入有限公司，现任股份公司研发经理。主要负责社会化媒体云平台技术架构和实现；研发二部java部分的技术方案和管理；主要参与了百度TV的媒体推荐、adman/digieq开发、adman广告监测平台的设计和开发、社交管家的开发和管理、社会化媒体云平台数据的设计和实现项目。

(5) 李建林：男，1980年12月出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于兰州理工大学，硕士学历。2010年7月至2011年7月于北京亮点时间科技有限公司任软件工程师；2011年7月加入有限公司，现任股份公司高级软件工程师。主要负责负责海量数据存储，分析及云分析平台的集群维护；搭建和维护云搜索平台，负责基于云搜索平台的数据存储，项目的架构设计和搜索服务的提供；；主要参与了基于云平台的社交媒体项目项目。

(6) 张文昌：男，1979年12月出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于清华大学，本科学历。2005年7月至2006年7月于清华大学汽车工程开发研究院任软件工程师；2006年7月至2007年11月于北京指云时代科技有限公司任软件工程师；2007年11月至2008年5月，待业；2008年5月加入有限公司，现任股份公司高级软件工程师。主要负责云平台的维护和优化；solomo相关的

分析；新分析技术学习和研究；其它配合性的方案讨论；数据支持；主要参与了社会化媒体云平台、广告平台匹配系统项目。

核心技术团队在近两年内未发生重大变动。

### 三、业务相关情况

#### (一) 业务收入的构成情况

收入项目	2012 年度		2011 年度	
	金额（元）	占比	金额（元）	占比
展示性广告	41,842,518.31	35.22%	46,637,076.05	46.04%
效果营销	8,023,373.19	6.75%	7,713,597.83	7.61%
社会化媒体	53,328,163.32	44.88%	39,040,816.57	38.54%
技术服务	15,620,640.46	13.15%	7,907,502.92	7.81%
合计	118,814,695.28	100%	101,298,993.37	100%

报告期内，公司的收入主要由展示型广告收入、效果营销收入、社会化媒体收入与技术服务收入组成。

展示性广告收入是指以展示类广告形式进行精准营销收入；公司针对电子商务客户开展的精准营销业务，能够实现效果营销收入；社会化媒体收入是指按照为客户在社会化媒体上进行推广而收取的广告收入（具体产品有社交+等）；技术服务收入是指为客户提供技术服务如数据分析、平台订制开发等服务的收入。

#### (二) 产品或服务的主要消费群体和前五名客户情况

##### 1、主要消费群体

公司的精准+与社交+产品主要应用于联网媒体与社会化媒体的整合营销领域，主要面向对互联网广告、社会化媒体营销有需求的广告代理或各类企业客户，从整体上看，客户群体不具有明显的行业偏向。

##### 2、前五名客户的销售情况

2011年、2012年公司前五大客户的销售收入占营业收入的比例分别为38.12%、21.97%，且每年单一客户的销售收入都比较低。因此公司对主要客户或单一客户不存在依赖。

#### 2011年公司前五名客户的营业收入情况

项 目	销售收入(万元)	占公司营业收入的比例(%)
众合互动广告传媒(北京)有限公司	1029.00	10.16
广东凯络广告有限公司	608.84	6.01
盛世长城国际广告有限公司	736.71	7.27
安索帕(上海)广告传播有限公司	542.64	5.36
上海李奥贝纳广告有限公司	943.84	9.32
<b>合 计</b>	<b>3,861.02</b>	<b>38.12</b>

### 2012年公司前五名客户的销售情况

项 目	销售收入(万元)	占公司营业收入的比例(%)
四三九九网络股份有限公司	1,137.74	9.58
众合互动广告传媒(北京)有限公司	1,037.74	8.73
安索帕(上海)广告传播有限公司	494.61	4.16
联想(上海)电子科技有限公司	459.76	3.87
广东凯络广告有限公司	380.26	3.20
<b>合 计</b>	<b>3,510.10</b>	<b>29.54</b>

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方及持股5%以上股份的股东均不在上述客户中任职或拥有权益。

### (三) 报告期主营业务成本构成及前五名供应商的采购情况

#### 1、主营业务成本构成情况表

项目	2012年		2011年	
	金额 (万元)	占成本比例 (%)	金额 (万元)	占成本比例 (%)
媒体成本	6,805.94	87.91	5,355.29	85.61
人工成本	541.09	6.99	430.53	6.88
技术服务成本	395.14	5.10	6.98	0.11
其他服务成本	-	-	462.95	7.40
合计	7,742.16	100.00	6,255.74	100.00

公司开展精准+业务与社交+业务，主要成本由媒体成本、人工成本、技术服务成本、其他服务成本构成。其中，媒体成本是主要成本因素，维持在85%左右；人工成本、技术服务成本与其他服务成本则占比较小。公司成本构成稳定，期间变化不大，成本总额随着业务规模的扩大而相应增加。

#### 2、供应商情况

公司2011年及2012年，前五大供应商采购金额占当期采购额的比例分别为50.90%、35.76%。随着业务的不断扩展，公司对单一供应商的依赖程度逐渐

降低，前五大供应商采购金额占比也在逐年下降，公司对主要供应商有一定的依赖性。

2011 年公司前五名供应商的情况：

供应商名称	金额（万元）	占采购总额的比例（%）
百度在线网络技术(北京)有限公司	1,231.25	21.02
北京无线互联广告有限公司	858.42	14.66
北京百度网讯科技有限公司	470.55	8.04
广州市太平洋广告有限公司北京分公司	210.80	3.60
北京智德典康电子商务有限公司	210.00	3.59
<b>合 计</b>	<b>2,981.02</b>	<b>50.90</b>

2012 年公司前五名供应商的情况：

供应商名称	金额（万元）	占采购总额的比例（%）
北京无线互联广告有限公司	962.19	12.43
安索帕(上海)广告传播有限公司	514.90	6.65
北京若博佰思咨询有限公司	511.80	6.61
北京智推网络技术有限公司	394.30	5.09
中视君翠（北京）广告传媒有限公司	385.66	4.98
<b>合 计</b>	<b>2,768.85</b>	<b>35.76</b>

\*安索帕是国际知名的广告代理 4A 公司，行业地位较强，向部分大型网站采购议价能力较强，公司通过与其联合采购会有效降低采购成本，2012 年公司向其采购金额为 514.90 万元，占公司采购金额比重较小。公司形成产品后再通过安索帕渠道销售给最终客户。因此安索帕在公司采购及销售合作伙伴中都有较为重要的地位。以后，公司会保持与大型 4A 公司进行联合采购模式，合作方不限于安索帕一家。

报告期内，股份公司董事张东晨出任百度集团（Baidu, Inc.）总裁助理职务，在百度集团的工作职责是协助公司 CEO 开展各项工作，定位于公司发展战略层面的内容制定与执行，参与公司重大经营决策，经授权后代表公司进行重大商务与公共关系活动等。张东晨不负责业务部门的日常管理与经营活动。2012 年后，股份公司的五大供应商之一由百度在线网络技术(北京)有限公司变为北京百度

网讯科技有限公司。张东晨不参与百度在线网络技术(北京)有限公司、北京百度网讯科技有限公司的业务与日常管理，不具备对上述合作事项的审批管理权限，且未参与该合作事项的洽谈与审批。同时张东晨已经签署了《避免同业竞争承诺函》承诺避免与股份公司产生同业竞争行为，并签署了《承诺函》承诺其担任随视传媒公司董事期间，不存在利益输送或损害公司利益的情形，未来承诺不采取导致利益输送或损害公司利益的任何行为。

除上述情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方及持股 5%以上股份的股东均不在上述客户中任职或拥有权益。

#### (四) 报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

序号	合同性质	合同相对方	主要内容	金额(万元)	签订日期	履行情况
1	销售合同	魅惠所贸易(上海)有限公司	在约定媒介发布网络广告	--	2012.12.26	正在履行
2	销售合同	北京趣拿软件科技有限公司	在约定媒介发布网络广告	800	2012.12.27	正在履行
3	销售合同	四三九九网络股份有限公司	在约定媒介发布网络广告	741	2012.8.15	正在履行
4	框架协议	广东凯络广告有限公司、上海知世营销咨询有限公司、安索帕(上海)广告传播有限公司	约定在协议签署之日起两年内，安吉斯集团将其广告在北京随视广告的平台发布，有限公司为安吉斯集团提供互联网广告管理及监测服务，并在广告投放完成后为安吉斯集团提供监测数据及报告。	-	2010.12.10	正在履行
5	框架协议	浙江华谊兄弟影业投资有限公司	双方约定结为战略合作伙伴，合作期限自2012年6月1日至2015年5月31日。浙江华谊兄弟影业投资有限公司将委托有限公司利用其特有的互联网媒体资源、营销能力和客户资源代理与浙江华谊兄弟影业投资有限公司的电视剧情节相吻合的植入广告及其他与电视剧有关的广告业务。	-	2012.7.2	正在履行
6	框架协议	北京千橡网景科技发展有限公司	一号店在网络投放广告	-	2012.12.12	正在履行

## 四、经营模式

### (一) 商业模式

公司作为一家联网媒体精准营销及互联网营销的专业广告技术、数据和服务平台提供商，基于公司积累的海量用户数据和精准化营销技术，将广告主客户数字营销的需求通过公司自主开发的跨平台、跨媒体、跨终端的 AdMan 智能广告网管理平台，与相应的媒体资源相接合，并针对品牌最有价值的消费群体帮助广告主进行品牌、产品、活动的广告投放与营销。目前，公司主要为广告主客户提供精准+、社交+两大业务产品。公司的不同业务产品具有不同的盈利模式：

(1) 精准+业务通过为客户提供广告的精准投放服务和提供精准化营销服务收取费用。公司基于自身海量用户数据积累和大数据处理能力形成的用户上网特征洞察，为企业广告主提供效果出色的精准化广告投放，帮助企业降低投放成本，获得额外增值服务收益，从而增加盈利空间。

(2) 社交+业务将包括 APP 工具、官方账号代运营、KOLs 推广等多种社会化营销服务组合成产品包整体销售给企业广告主，并按季度、年度收取费用从而获得收入。公司通过将产品功能更加简单实用化、不断扩大市场份额等方式，不断提高公司盈利水平。

## (二) 销售模式

公司针对精准+和社交+两种业务产品有不同的销售模式。进行展示类广告精准营销的精准+业务主要是通过各类 4A 广告公司向品牌广告主进行销售。进行社会化媒体营销的社交+业务则存在两类销售方式：第一类是将整合多种社会化营销服务的社交+产品包通过 4A 广告公司对企业广告主进行销售；第二类就是直接向公司现有客户销售公司的社交+产品服务。

在销售渠道方面，公司立足于北京、上海，逐步建立完善的销售网络体系，目前已设立华南、华北、华东三大营销中心，并设立了大客户服务部，结合地域与客户属性，及时跟进、定期走访现有与潜在客户，加强沟通，促进服务不断优化，树立公司良好形象，使客户对公司产品的满意度和忠诚度最大化。

其中，随视广告主要负责北京、广州等地的客户，随视科技主要负责上海地区客户。随视传媒则根据与子公司签订的技术服务合同及补充协议内容收取相应的技术服务费。此外，随视传媒也会根据客户需要，直接向外外部客户提供 AdMan 数据分析与系统应用并确认相关技术服务收入。

## (三) 采购模式

公司开展精准+业务需要采购展示类广告媒体资源，主要分为两种方式：第

一种是通过竞价方式购买网页广告位、广告流量（根据双方约定的曝光率、点击率等要求提供流量）。竞价购买情况下，公司向客户提供的广告资源相对灵活，根据不同媒体资源的广告位与流量的实时竞价情况进行有效组合与营销推广。第二种是根据公司向客户提供的营销方案对不同媒体资源的需求，购买指定的网页广告位及流量。随视广告与随视科技根据各自销售情况与资源需求，分别进行媒体资源采购。

公司与新浪微博、腾讯微博、微信、人人网等主流社会化媒体深度合作，开展社交+业务，不存在采购平台资源的情况。公司基于社交+产品提供社会化媒体的营销服务，一方面实现了企业客户在社会化媒体平台上的营销效果，另一方面也增加了社会化媒体平台的企业用户规模，有助于提高该平台的市场影响力。

## 五、所处行业基本情况

### （一）互联网广告行业的概况

#### 1、行业概况

互联网广告是伴随 IT 技术的发展在美国诞生的新型广告模式。目前网络媒体在全球范围内正处于蓬勃发展阶段，新媒体应用在全世界很多国家和地区不断涌现，互联网广告产业不断进化。相对于传统广告，互联网广告更加有活力，增长速度相对更快。

我国的互联网广告行业在国家政策的支持与引导下，市场规模一直保持高速增长。根据艾瑞咨询《2011-2012 年中国互联网广告业年度监测报告》数据显示，在 2004 年至 2011 年期间，除 2009 年受金融危机影响增速放缓外，国内互联网广告的市场增长率基本保持在 55%以上，2011 年中国互联网广告市场整体规模更是突破 500 亿，达到 512.9 亿，相比 2010 年增长 57.6%，达到一个新量级。预计未来几年市场规模将会逐步增长并达到千亿级别，但增速会逐年下降，在未来更长的时期里进入行业生命周期的成熟发展阶段。

#### 2、行业产业链情况

我国互联网广告产业经过多年的发展，已经形成了一条完整的产业链。这条产业链基本包括以下一系列环节：上游是媒体资源平台，提供各类联网媒体资源，如网页广告位、广告流量等；中游是广告策划、投放、营销、数据分析与技术服

务等环节，提供专业化的互联网广告服务；下游是互联网广告的需求方，一般是广告代理或企业客户。

在这样一条产业链中，广告主（广告代理或企业客户）处于相对优势地位。随着互联网的发展，更多行业客户和更多中小企业客户将成为网络广告的主力军，成为整个互联网广告市场发展的催化剂。随着技术的发展，媒体资源平台拥有越来越多的展现形式与发展模式。但总体而言，媒体资源呈现结构型短缺态势，优质资源供应相对不足，较多的网络广告围绕主流媒体平台开展业务。处于中游的专业服务类公司将广告主需求与媒介资源相结合，基于自身具备的数据处理与分析、精准营销或技术服务能力，开展具体的网络广告业务。

### 3、行业监管体系

目前，我国广告行业实行政府监管与行业自律相结合的监管体制。

（1）国家工商总局监管、相关行业主管部门审批

（2）中国广告协会、中国商务广告协会、中国 4A 协会等主要广告行业自律组织领导行业自律

（3）ISP、ICP 自律

ISP(Internet Service Provider)即互联网服务提供商，是向广大用户综合提供互联网接入业务、信息业务和增值业务的电信运营商；ICP（Internet Content Provider）即网络内容服务商，是向广大用户综合提供互联网信息业务和增值业务的电信运营商。ISP、ICP 的自律包括两层含义，一是 ISP、ICP 自身必须遵守广告法和相关法规，抵制不正当竞争和虚假、欺骗性广告；二是 ISP、ICP 应当在经营的范围内，规制所托管的主页，当发现恶意广告行为时要履行与承担相应的法律义务与责任。

### 4、行业法律法规

我国的广告业法律法规为政府三层法律体系，同时已制定广告行业自律规则。

1982 年国务院颁布《广告管理暂行条例》，1987 年国务院重新颁布《广告管理条例》，1995 年 2 月 1 日《中华人民共和国广告法》正式施行。至此，我国建立了国家广告法律和行政管理法规体系。该体系由全国人大常委会通过的国家法律、国务院发布的法律规章、国家工商行政管理规章和有关职能部门发布的关于

广告管理的规范性文件等三个层次构成。此外，地方政府根据国家法律法规制定适用于本地管理的地方法规和规章。

2008年2月9日，中国广告协会第五次会员代表大会审议通过了最新的《中国广告行业自律规则》。

## 5、互联网广告行业细分市场情况

### (1) 国内互联网行业的现状

#### 1) 国内网民数量增速放缓，增长空间依然巨大

由CNNIC发布的《第30次中国互联网发展状况统计报告》数据显示，截至2012年6月，中国网民数量达5.38亿，互联网普及率为39.9%。在普及率达到约四成的同时，中国网民增长速度延续了自2011年以来放缓的趋势，2012年上半年网民增量为2450万，普及率提升1.6个百分点。

#### 2) SNS社交网站规模缩减，微博、微信成为社会化媒体用户发展的主力

中国的SNS社交网站在早期的发展中依靠偷菜、抢车位等游戏功能迅速争取了大量用户，然而并没有像Facebook演变成一个社交平台。从2010年开始社交网站应用热潮逐步冷却，用户增长明显放缓，进入2011年后这一趋势愈加明显。现在，社会化媒体热已经开始向微信等社交媒体转移。

#### 3) 移动互联网的崛起

随着移动网络技术的发展、智能手机的普及、电信运营商的积极推动，国内移动互联网的用户数量一直在高速增长。根据CNNIC发布的《第30次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至2012年6月底，中国手机网民规模已达到3.88亿，较2011年底增加了约3,270万人。同时，网民中用手机接入互联网的用户占比也由2011年底的69.3%提升至72.2%。手机网民数量已经超过了电脑上网用户，手机一跃成为我国网民第一大上网终端。

### (2) 互联网广告未来的发展趋势

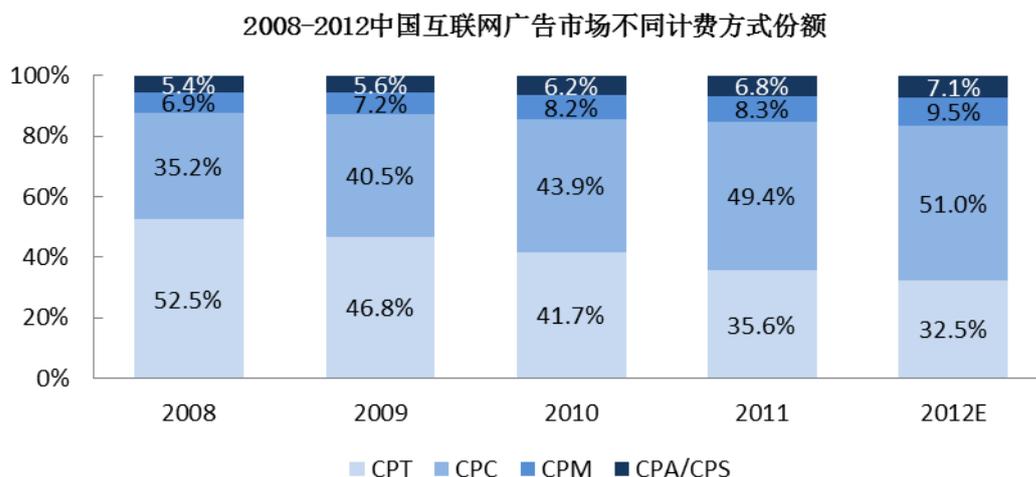
#### 1) 互联网广告细分市场的结构变化趋势

互联网广告是基于互联网媒体资源所投放的广告，主要包括展示类广告和搜索引擎广告。展示类广告指通过图形、视频等方式进行直接展示的广告，包括品牌图形广告、富媒体广告和视频贴片广告等形式；搜索引擎广告则主要包括通用搜索广告和垂直搜索广告。

包括品牌图形广告、富媒体广告、视频贴片广告在内的展示类广告在 2011 年互联网广告总体份额中占据了 46.3%，市场份额在过去几年逐年降低。随着搜索引擎广告业务的发展，关键字搜索广告的市场份额逐年增加，预计 2012 年其市场份额将超过品牌图形广告。

## 2) 互联网广告计费方式的变化趋势

如下图所示，不同互联网广告形式市场份额的变化也影响了广告计费方式的变化。由于搜索、垂直搜索等广告形式的高速增长，其采用的 CPC 计费方式的市场份额进一步扩大到 49.4%，而目前品牌图形广告等广告形式所主要采用的 CPT 计费方式市场份额则进一步萎缩到 35.6%；视频、电子商务的发展分别带动了 CPM 以及 CPA/CPS 等计费方式的增长；预计未来 CPC、CPA/CPS 等效果付费方式会进一步增长，CPM 由于计费更精准，会逐渐替代 CPT 这种计费方式。



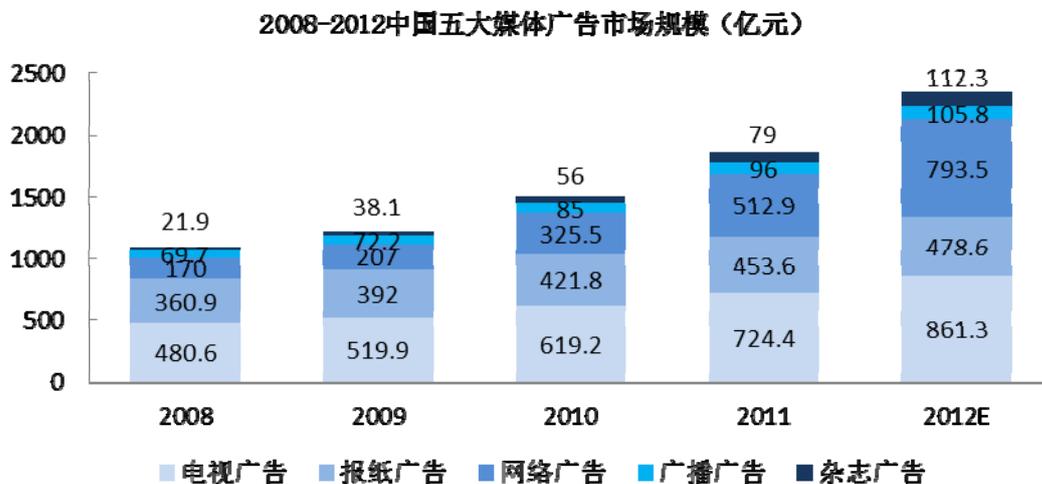
数据来源：艾瑞咨询 《2011-2012年中国网络广告业年度监测报告》

## (二) 互联网广告市场规模

### 1、市场需求方面

网络媒体作为新兴广告平台，在全球范围内正处于蓬勃发展阶段。据艾瑞咨询数据，2011 年全球互联网广告同比增长 13.9%，规模达到 728.4 亿美元，并且预计未来几年将会保持 16%左右的增长速度。相比全球市场，2011 年中国电视、报纸、网络、广播、杂志的广告营收均保持着较快增长，其中以互联网广告市场增速最快，增速远远高于其他传统媒体平台。2011 年中国互联网广告市场规模为 512.9 亿元，比报纸广告市场规模高出 59.3 亿元。预计 2012 年互联网广告市

场规模会达到近 800 亿元，超过平面媒体并且逼近电视广告的规模，中国的互联网广告市场需求空间巨大。



数据来源：艾瑞咨询 《2011-2012 年中国网络广告业年度监测报告》

## 2、互联网用户基础方面

近些年，中国的互联网用户数量一直保持高速增长，这为互联网广告的发展提供了庞大受众群体。根据 CNNIC 发布的《第 29 次中国互联网络发展情况统计报告》显示，截至 2011 年 12 月底，中国网民数量突破 5 亿，达到 5.13 亿，全年新增网民 5580 万。。当前互联网在全民中的普及率不到全国人口的四成，未来网民增长还有十分广阔的空间。

总体而言，目前互联网广告市场呈现供不应求的局面。一方面，广告市场总体规模扩展迅速，互联网广告更是以超过传统媒体的增速发展，市场空间巨大。同时，随着互联网广告业务的快速发展，品牌客户纷纷调整其广告预算结构，增大其对互联网广告的投入比例，进一步推动了互联网广告市场需求的扩大；另一方面，由于互联网广告市场尚处于发展初期阶段，拥有海量用户数据积累，具备优质技术服务能力，能够帮助广告主整合多种媒体资源，节约广告营销成本，提高投入产出效果的互联网广告服务商数量不多，进而形成了目前互联网广告市场供不应求的现状。

### （三）影响行业发展的有利和不利因素

#### 1、有利因素

##### （1）国民经济的稳定增长

广告行业是一个国家和地区经济的晴雨表，广告市场规模往往伴随着国民经

济和消费能力的增长而扩大。近些年，在国际经济不景气的大环境下，作为拉动我国经济增长重要支点的出口业务受到了一定影响，业务增长速度有所减缓。但在政府稳定经济增长的政策引导下，扩大投资、拉动内需等一系列措施的实施能够保障我国经济体系的持续健康运行，有利于广告行业的不断发展。

### （2）国家政策大力支持

广告业一直是国家政策重点支持的对象且支持力度在不断加大。“十一五”时期文化发展规划纲提出大力发展广告业等9个重点文化产业，并要求发挥各类媒体的作用，积极促进广告业的健康发展，努力扩大广告产业规模，提高媒体广告的公信力，广告营业额有了较快增长。继“十二五”规划纲要提出“促进广告业健康发展”后，最新的《产业结构调整指导目录（2011年本）》又把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类。目前正在制定的“十二五”现代服务业发展规划，又将提出广告业务未来的发展目标、任务、重大工程以及保障措施。国家对广告产业的政策支持，将很可能转化为现实的经济利益，如金融机构信贷支持、税收优惠等，引导资源向广告产业流动，促使广告产业快速发展。

### （3）技术的进步拓展广告的空间

数字、通信、互联网等领域新技术的快速发展给广告行业的未来发展创造了巨大成长空间。一方面，信息技术的发展给广告业带来了一系列新的展现平台和形式。互联网广告就是互联网技术发展的直接产物，并伴随着技术的发展，不断衍生出新的模式。另一方面，大数据、云计算等先进技术的行业应用，让互联网广告服务商能够更好地对海量用户数据进行深度挖掘与分析，不断提高精准营销的效率与效果，提高媒体资源的利用效率，进而提升产业链整体价值。

## 2、不利因素

### （1）互联网广告行业的法律法规建设尚不健全

由于互联网广告行业发展时间较短，目前国内尚未出台专门针对互联网广告的法律，虽然少数地方出台了《互联网广告管理办法》，但大多数省市仍然依据很少涉及互联网广告业务的《广告法》和《广告管理条例》进行互联网广告市场的监督管理。目前市场上存在大量网络公司在互联网上自行发布和经营广告的混乱现象。随着互联网广告行业的快速发展，如果相应的法律法规体系无法及时建

立并有效运行，混乱的互联网广告发布与经营将对互联网广告市场的健康发展造成负面影响，降低互联网广告的投放效果，不利于互联网广告行业的长远发展。

### （2）缺乏权威的第三方评测机构

当前互联网广告行业尚没有建立科学、完整的广告效果测评体系。从理论上讲，互联网广告效果测评比传统媒体测评更易操作，目前对互联网广告效果进行测评主要基于网站自身数据，缺乏第三方的审计和认证，无法给广告主和广告代理商提供综合、准确和公正的调研数据，公正性不足。从实际操作上看，因特网的规模、用户分布、上网习惯、网站的访问率、热门的网页与栏目、访问繁忙时段等参数是客户投放广告的基本依据，但是中国至今尚无标准化的网站访客统计及分析系统，也缺乏专业权威的审计机构来公正地评估诸多网站的访客流量，并提出一个通用可信的统计标准。权威的第三方评测机构以及相应服务的缺失，不利于互联网广告行业的发展。

### （3）市场的无序竞争

互联网广告行业发展时间较短，目前尚处于初期发展阶段，市场规则与监管制度建设尚不完善，因而存在着一定的市场无序竞争问题。例如，一些企业为了抢占市场份额，采用低价策略甚至是亏本经营的方式来争取客户项目，但项目质量与实施效果缺乏保障，不利于行业良性竞争环境的建立与维护。

## 六、公司所处行业面临的风险

公司所处行业为互联网精准营销行业，此行业的发展与互联网行业的发展息息相关，其面临的风险的主要有：

### （一）传统 PC 互联网向移动互联网转移可能导致互联网精准营销模式变化的风险

近年来，随着 3G、4G 移动通讯产业的快速发展和普及，传统 PC 端互联网正加速向移动互联网转移。全球移动互联网流量已经超过 PC 端互联网流量。原有基于 PC 互联网产业形成的精准营销模式面临向适应移动互联网的模式转型，这种转型给行业带来一定的风险。

### （二）市场规模偏小且竞争较激烈

互联网精准营销行业主要的收入最终来源于互联网广告，在整个广告产业中，尽管近年来互联网广告占比在持续上升，但仍只占较小份额，而电视、报纸

等传统媒体仍占据大多数份额。另外，在互联网领域，像谷歌、百度、腾讯、阿里巴巴等大公司占据了大部分广告市场份额，而类似本公司这样的第三方广告平台和技术类公司面临市场份额有限且竞争较激烈的风险。

### （三）对媒体资源依赖度较高的风险

海量数据是从事互联网精准营销的基础，拥有了大量的数据，行业内的公司才可以对数据进行分析整合，然后才能保证广告投放的精准性。因此，数据的来源对于行业内公司来说尤其重要。第三方广告平台和技术类公司自身产生的流量有限，主要依赖合作的媒体带来流量和数据。

## 七、公司在行业中的竞争地位

### 1、公司在行业中地位

目前，我国还没有一些在国际市场上具有竞争力的互联网广告公司，虽然全国从事互联网广告投放和营销推广的公司有数千家，但是，大多数企业规模不大，人员少、摊子小、专业化程度不够。经过激烈的市场竞争，行业中有一批企业脱颖而出，这些企业凭借多年的经验积累形成了较高的技术能力，拥有大量技术储备，并且拥有了丰富的优质客户和上下游资源，能通过前瞻性的产品研发引导行业发展方向。随视传媒凭借多年的行业积累和团队优势，在行业内处于第一梯队。

总体来看，中国互联网广告业仍处于较低的发展水平，突出表现在：互联网广告营业额占国内生产总值比重远低于发达国家水平；产业创新意识和能力不足，专业化程度不高，缺乏具有国际运作经验的高端人才以及具有国际竞争实力的大型广告企业；市场经营秩序不够规范等等。

### 2、公司在行业中的竞争优势

#### （1）数据优势

通过 AdMan 智能广告网管理平台，公司每日可覆盖用户约 5000 万、累积约 4.3 亿用户数据（包含用户的基础属性数据、浏览行为数据、兴趣爱好数据、品牌偏好数据、购物倾向数据、搜索行为数据、地域访问数据、用网习惯、用网偏好及社交行为数据等）、累积约 5 亿（新浪 2 亿、腾讯 3 亿）社会化用户数据及超过 350 亿的用户关系数据。从数据量及数据分析的广度、深度都已经形成了规模化的竞争壁垒。主要数据来源包括超过五年的百度联盟媒体投放数据（超过 3000 家媒体、超过 500 家企业），三年以上 4A 广告公司平台的广告监测数据（超

过 500 家企业，每年超过 10 亿元预算），两年的新浪微博、腾讯微博对接数据（其中新浪微博 2 亿用户数据、腾讯微博 3 亿用户数据，超过 350 亿的用户关系数据）。

## （2）技术优势

公司具有较强的技术优势，目前主要有以下技术：基于互联网和 IP 的数字营销相关技术，“以人为本”的网络媒体 UV 管理技术和社会化媒体 ID 管理，从计划、投放、监播到数据报表的全流程富媒体广告技术，18 维定向精准投放技术，高速和低成本的视频发布和承载技术，跨越互联网、移动互连网、社交网络、数字电视、平板、手机和数字户外大屏广告存货聚合和价值实现技术，在云架构上的海量数据处理能力和高速缓存技术。这些技术能够实现海量数据采集及处理，达到目标人群细分和精准定向效果，全面支撑公司的精准营销与社会化营销业务。截至目前，公司已经拥有了 36 项计算机软件著作权。

## （3）产品优势

公司致力于联网媒体的精准营销和社会化营销，基于 AdMan 智能广告网管理平台，衍生出以人为本的跨媒体、跨平台、跨终端智能营销平台，以整合性的效果网络平台精准+、社会化营销管理工具平台社交+为主要业务产品，建立了丰富的产品体系，能够提供包括精准广告投放、会员数据库营销、个性整合效果营销及社会化全案营销服务等业务内容。

## （4）服务优势

公司为超过 500 家的国内外知名品牌客户提供服务，服务内容包括精准广告投放、会员数据库营销、个性整合效果营销及社会化全案营销服务等，技术水平与服务质量得到众多合作客户的认可，建立了良好的长期合作关系。

## （5）团队优势

公司四位创始人均在互联网、IT、广告领域具有 10 至 18 年行业经验。公司技术团队共有 48 人，且团队结构稳定。曾成功策划过可口可乐、阿迪达斯、喜达屋酒店、慈铭、人头马等多个成功营销案例。

### 3、公司在行业中的竞争劣势

#### （1）管理和人才劣势

由于产业竞争激烈，业务与技术骨干得到同行业人才市场追捧。针对此情况，公司不断加强优秀人才的培养、员工职业生涯的规划及人才梯队的建立，形成一

个稳固的制度与完善的体系，一方面让人员流动降到最低，一方面以梯队形式降低人员流动造成的衔接成本。

### （2）融资渠道匮乏劣势

目前，公司融资主要依赖商业银行贷款与股权投资公司的投资交易。面对日益激烈的市场竞争，公司需要继续巩固、扩大其在数据、技术、产品等方面的竞争优势与核心竞争力，这就要求公司拓宽融资渠道，提高资金融通效率与资本运作水平。公司对接资本市场能够有效搭建融资平台，提高企业融资能力与抗风险能力，进而提高公司的市场竞争力。

### （3）销售渠道的劣势

相对于公司目前所拥有的数据和技术优势，公司在市场营销方面的表现相对较为薄弱。公司自成立以来，就十分重视数据的积累和技术的开发，而对于营销渠道的建设相对较少，营销网络的建设与完善程度与公司的整体实力不相符，公司应该加大营销团队的建设 and 销售渠道的拓展。

## 第三节 公司治理

### 一、三会运行情况

#### （一）股东大会、董事会、监事会制度的建立健全及运行情况

有限公司阶段，自有限公司 2006 年 6 月 29 日成立起至有限公司整体变更为股份有限公司，共召开了 31 次股东会、2 次董事会以及 1 次职工代表大会，在职工代表大会上，职工监事的选举依法履行了职工代表大会审批程序。

有限公司阶段，公司召开“三会”未根据相关法律法规和公司章程按期发布通知，部分会议中，股东会、董事会、监事会职责混淆不清，出现数次应由董事会决议的事项却提请至股东会审议的情况。且三会会议届次不规范，存在一定瑕疵，但因历次会议决议内容基本完备且经股东、董事签名确认，因认为其程序的瑕疵不影响其内容的真实、有效。

2012 年 9 月 14 日，股份公司召开创立大会，依据《公司法》的相关规定，经全体股东表决通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会工作细则》、《关联交易管理办法》、《对外担保管理办法》等制度。

同日，股份公司召开第一届董事会第一次会议，选举产生了董事长及副董事长，经董事长提名，董事会聘任了公司总经理、副总经理兼财务负责人、董事会秘书。

在职工代表大会上，选举产生了 1 名职工监事。

在第一届监事会第一次会议上，经选举产生了股份公司的监事会主席。

股份公司目前治理机制执行情况良好，公司能够根据法律法规和公司章程发布通知并按期召开“三会”；股份公司成立新的董事会和监事会后还未进行过换届选举；股份公司已召开 3 次股东大会、4 次董事会、1 次监事会，会议记录完整，会议记录中时间、地点、出席人数等要件齐备，会议文件完整归档保存并正常签署；股份公司成立后，已制定《关联交易管理办法》，未来的关联交易将会严格按照该制度执行审批和回避的程序；股份公司已成立监事会并有效运行；股份公司的“三会”决议执行情况良好。

在有限公司整体变更为股份公司过程中，公司管理层着重学习和加强股东大

会的规范运作意识，重视加强完善内部控制制度，目前已经建立了一系列较为完整、合理及有效的内部控制制度。

为了保证公司运作的规范化、制度化、法制化，公司按照现代企业制度的要求并依据《公司法》和《公司章程》，先后制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会工作细则》、《关联交易管理办法》、《对外担保管理办法》等公司内部管理制度，这些制度覆盖了公司所有部门和生产经营环节，使公司在经营运作中实现了制度化控制和管理。

因此，目前公司的各项制度已大幅提高了公司治理水平，符合公司发展的要求，今后公司将继续严格按照相关法律和制度规范运行，更有效的推动公司未来经营目标的实现。

## （二）上述机构和相关人员履行职责情况

公司股东大会和董事会能够较好的履行自己的职责，对公司的重大决策事项作出决议，从而保证了公司的正常发展。公司监事会能够较好的履行监管职责，保证公司治理的合法合规。

上述机构的成员符合《公司法》的任职要求，能够勤勉的履行职责和义务。

## （三）投资者参与公司治理情况

2012年9月14日，股份公司召开创立大会暨第一次股东大会，会议决议通过了股份公司《北京随视传媒科技股份有限公司章程》（下称“《公司章程》”）。2013年3月4日，股份公司召开2013年第一次临时股东大会，审议并通过了《投资者关系管理制度》。

股份公司成立至今，已召开一次创立大会、一次临时股东会 and 一次年度股东大会。三次股东会均按照《公司章程》及相关规定程序通知并召开。股份公司共有13名法人及自然人股东，全部出席并参与表决。股份公司已制作会议记录并供股东查阅。股东的表决权得到充分保护。

股份公司股东中，共有东方星空、重庆华犇电等六家专业投资机构。其中，东方星空、重庆华犇持股比例均超过10%，在董事会各有一名董事席位，并拥有一票表决权。股份公司董事会共有董事7人，除段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁四名实际控制人外，张东晨、李庆、戴伟衡分别来自外部投资机构百联奇奥、东方星空和重庆华犇。股份公司的治理机制切实保证专业投资机构能有效参与监督公

司运营。

#### （四）职工代表监事履行责任情况

原有限公司未设监事会，股份公司成立后，在职工代表大会上选举产生了 1 名职工监事。股份公司至今召开过一次监事会，职工监事出席并参与表决，选举了监事会主席。

## 二、公司董事会对公司治理情况的评估

公司董事会已出具《北京随视传媒科技股份有限公司董事会对公司治理机制执行情况的评估报告》，主要内容如下：

2012 年 9 月 14 日，股份公司召开创立大会暨第一次股东大会，会议决议通过了股份公司《北京随视传媒科技股份有限公司章程》（下称“《公司章程》”）。2013 年 3 月 4 日，股份公司召开 2013 年第一次临时股东大会，审议并通过了《投资者关系管理制度》。

《公司章程》、《投资者关系管理制度》等对于股东会的权利做了详细规定，保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。股份公司股东享有获得利益分配、参与股东大会并行使表决权、对公司的经营进行监督、提出建议和质询、查阅股东会会议记录等公司文件等权利，以保证其对股份公司的运营情况充分了解，并按程序监督、建议、质询的权利。

《投资者关系管理制度》规定，股份公司与投资者沟通的方式包括但不限于：定期报告与临时报告、投资者说明会、股东大会、公司网站、一对一沟通、邮寄资料、电话查询、现场参观等，以确保股东知情权、监督权、建议和质询权。

股份公司成立至今，已召开一次创立大会、一次临时股东会 and 一次年度股东大会。三次股东会均按照《公司章程》及相关规定程序召开。股份公司共有 13 名法人及自然人股东，全部出席并参与表决。股份公司已制作会议记录并供股东查阅。股东的表决权得到充分保护。

股份公司股东中，共有东方星空、重庆华犇等六家专业投资机构。其中，东方星空、重庆华犇均在董事会有一名董事席位（股份公司董事会共有七人），并拥有一票表决权。股份公司的治理机制切实保证专业投资机构能有效参与监督公司运营。

《公司章程》对投资者纠纷解决机制做了规定，股份公司董事、高级管理人员或其他人员行为造成股份公司利益被侵犯的，股东可以向人民法院提起诉讼。公司股东滥用股东权利给公司或其他股东造成损失的，依法承担赔偿责任。

股份公司设有董事会秘书，领导公司投资者关系管理人员。董事会秘书在全面深入了解公司运作和管理、经营状况、发展战略等情况下，负责策划、安排和组织各类投资者关系管理活动和日常事务。

有限公司阶段，公司治理情况存在一定的瑕疵：

1、自有限公司成立以来，“三会”会议届次不规范，存在一定瑕疵；

2、有限公司召开的股东会和董事会均有决议，但未制作会议记录，管理层规范运作意识不强；

3、有限公司阶段，《公司章程》并未对关联交易做出明确规定，也未制定相关的关联交易管理制度进行规范。

股份公司成立后，完善了内部管理制度，制定了股份公司的《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事细则》、《总经理工作细则》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《财务管理制度》以及《董事会秘书工作制度》、《投资者关系管理制度》等，完善了公司的各项决策、监管制度，进一步切实保证了股东的各项权利。

《关联交易决策制度》、《公司章程》中规定了关联董事、股东的回避制度。

2013年5月6日，股份公司召开2012年度股东大会，通过了《公司章程修正案》。修改后的《公司章程》内容符合《非上市公众公司监管指引第3号——章程必备条款》的规定。

有限公司时期的历次会议决议内容基本完备且经与会人员签名确认，因此其程序的瑕疵不影响其内容的真实、有效。该情况随着专业投资机构的进入和公司的规模扩大已逐步规范。

公司还将对管理层在公司治理和规范运作方面进行培训，进一步发挥监事会的作用，督促股东、董事和高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》等相关规定履行职责，使公司规范治理更加完善。

### 三、控股股东及实际控制人诚信情况

公司控股股东及实际控制人最近两年未因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则等受到刑事、民事、行政处罚或纪律处分；不存在因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情况；最近两年内不存在对所任职（包括现任职和曾任职）的公司因重大违法违规行为而被处罚负有责任；不存在个人负有数额较大债务到期未偿还的情形；不存在欺诈或其他不诚信行为等。

公司控股股东及实际控制人已对此作出了书面声明并签字承诺。

### 四、公司独立经营情况

公司控股股东百视欣为实际控制人段嘉瑞、薛晨、翁启育、沈雁四人出资设立，注册资本为 273.4923 万元，法定代表人段嘉瑞，股东有：段嘉瑞，中国台湾公民，持有该公司 38.0126%股份；薛晨，持有 35.9272%股份；翁启育，中国台湾公民，持有 14.3317%；沈雁，持有 11.7285%。百视欣为注册地址为北京市朝阳区建国路 93 号院 8 号楼，法定代表人为段嘉瑞。百视欣除持有随视传媒股份外，并未从事任何实际业务，无任何公司资产、人员、运营机构。

公司实际控制人薛晨、沈雁还参与设立并同时持有随业视金、随视通、随欣视同的股份。薛晨在随业视金、随视通、随欣视同分别持有 18.58%、19.49%、41.04%的股份；沈雁在随业视金、随视通、随欣视同分别持有 22.70%、61.28%、58.78%的股份。

随业视金注册地址为北京市朝阳区关东店 11 号楼四层（呼家楼集中办公区 171 号）；随视通注册地址为北京随视通管理咨询有限公司，注册地址为北京市海淀区大钟寺 13 号院 1 号楼 8C2；随欣视同注册地址为北京市海淀区大钟寺 13 号院 1 号楼 8B9 室。以上三家公司法定代表人均为薛晨，除持有随视传媒股份外，并未从事任何实际业务，无任何公司资产、人员、运营机构。

百视欣、随业视金、随视欣、随欣视同四家公司注册地址与公司不同，且无任何资产、人员、实际业务、运营机构，因此公司在业务、资产、财务、人员、机构方面经营独立。

公司控股股东和实际控制人无其他控制的企业。

## 五、同业竞争情况

(一) 公司控股股东百视欣为实际控制人段嘉瑞、薛晨、翁启育、沈雁四人出资设立；公司实际控制人薛晨、沈雁参与设立并同时持有随业视金、随视通、随欣视同的股份。

百视欣、随业视金、随视通、随欣视同除持有随视传媒股份外，并未从事其他业务，因此不存在与公司同业竞争的情况。公司控股股东和实际控制人无其他控制的企业。

### (二) 安布思沛在报告期内对公司业务的影响

安布思沛的成立，旨在通过将安索帕的搜索营销能力和随视传媒的 AdMan 技术平台相结合在中国开发数字效果营销业务机遇。

2012年8月30日，随视科技、随视广告两个子公司与上海随视广告（安布思沛改名前）签订《转售协议》及《补充协议》、《软件即服务协议》。随视传媒将转售协议有效期内的电子商务和效果营销类服务转移至安布思沛，并在《转售协议》及其《补充协议》有效期内，随视传媒承诺除与安布思沛的协议服务外，不经销或出售任何拥有电子商务和效果营销能力的服务。

转售流程如下：1. 经安布思沛事先书面同意，随视传媒直接接受《转售协议》的“附件5客户”（被转售协议的客户）的下单并与其签订合同；2. 随视传媒接受安布思沛的指示，以随视传媒的名义代表“附件5客户”与媒介（该媒介限于随视传媒为“附件5客户”提供服务所必须的媒介）签订媒介购买协议/向媒介下单以购买随视传媒产品；3. 随视传媒向安布思沛下单，由安布思沛履行转售协议约定的协议服务。

在此流程中，随视传媒仅负责与客户及媒介签署相关协议，具体服务由安布思沛完成。

其中，随视传媒从客户合同金额中保留一定比例作为客户发展与服务费（该比例根据转售协议附件确定），同时按照转售协议附件要求，根据合同情况向安布思沛支付相应费用。

根据双方签订的《软件及服务协议》，随视传媒基于自主拥有的 AdMan 平台，向安布思沛及其授权用户提供技术与数据服务，如：自生效日起向安布思沛提供使用平台所需的所有相关平台账户登录和密码信息、实时充分提供 Cookie 数据

库、每日对平台或 Cookie 数据库上保存或上传的所有数据进行备份等服务内容。技术服务费用的结算按照双方约定的浮动比例，根据安布思沛使用平台和数据服务产生的季度营业额确认并结算。

由此可见，安布思沛成立后，随视传媒除已不参与实际执行效果类营销客户的服务，在所提供产品与客户群体上与安布思沛有严格划分，并在《转售协议》中做出相应承诺。且随视传媒及其子公司在安布思沛中仅占有 40% 股权，拥有两个董事席位（共 5 席），无一票否决权，对其运营不构成实际控制。

因此，双方不存在同业竞争关系。

### （三）公司为避免同业竞争并出于规范治理的考虑已采取以下措施：

1、公司控股股东百视欣、实际控制人段嘉瑞、薛晨、沈雁、翁启育出具了《避免同业竞争承诺函》，表示除已披露情况外，目前未从事或参与与股份公司存在同业竞争的行为，并承诺：将不在中国境内外，直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务及活动；将不直接或间接开展对公司有竞争或可能构成竞争的业务、活动或拥有与公司存在同业竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益；或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权；或在该经济实体、机构、经济组织中担任总经理、副总经理、财务负责人、营销负责人及其他高级管理人员或核心技术人员。

2、公司持股 5% 以上的主要股东百联奇奥、东方星空等出具了《避免同业竞争承诺函》，表示目前未从事或参与与股份公司存在同业竞争的行为，并承诺：将不在中国境内外，直接或间接从事或参与任何在商业上对股份公司构成竞争的业务及活动；将不直接或间接开展对股份公司有竞争或可能构成竞争的业务、活动或拥有与股份公司存在同业竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益；或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权。

### （四）关联方占款情况

截至本公开转让说明书出具之日，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。

### （五）为关联方担保情况

截至本公开转让说明书出具之日，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

## （六）公司防止关联方占用资金的机制安排

公司章程明确规定：“公司控股股东及实际控制人对公司和其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。” 公司章程还规定，股东、实际控制人及其关联方提供的担保须经股东大会审议通过，并规定了关联股东和董事的回避制度。

股份公司设立后，公司制定了《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》，详细规定了关联交易、对外担保的决策程序、回避措施等。

《关联交易决策制度》第十一条至第十三条规定如下：

“第十一条 下列关联交易由总经理决定并报董事会备案：

（一）与关联自然人发生的交易金额低于 30 万元的关联交易（公司提供担保除外）；

（二）与关联法人发生的交易金额低于 300 万元，或者低于公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%的关联交易（公司提供担保除外）。

第十二条 除了按照法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的相关规定必须由股东大会审议批准的事项之外，董事会有权决策下列关联交易：

（一）与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（公司提供担保除外）；

（二）与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易（公司提供担保除外）；

（三）虽属于总经理有权决定的关联交易，但董事会或监事会认为应当提交董事会审核的；

（四）股东大会特别授权董事会判断的关联交易，在股东大会因特殊事宜导致非正常运作，且基于公司整体利益，董事会可做出判断并实施交易。

第十三条 应提交股东大会审议的关联交易：

（一）公司与关联自然人发生的交易金额在 300 万元以上的关联交易（公司提供担保除外）；

（二）与关联法人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额

在 3000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易；

(三) 虽属于总经理、董事会有权决策的关联交易，但监事会认为应当提交股东大会审议的；

(四) 属于董事会决策的关联交易，但董事会认为应提交股东大会审议或者董事会因特殊事宜无法正常运作的，该关联交易应提交股东大会审议。

属于本条前款第 1 项的关联交易，除应当及时披露外，还应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行审计或者评估，并将该关联交易提交股东大会审议。

公司与关联人进行的与日常经营相关的关联交易事项，可以不进行审计或评估。

公司将严格按照上述规定执行与关联方有关的交易，防止股东及其关联方占用或转移公司资金、资产及其他资源的行为。”

《对外担保管理制度》第十六条规定如下：

“第十六条 应由股东大会审批的对外担保，必须经出席董事会会议的三分之二以上董事审议通过后，方可提交股东大会审批。须经股东大会审批的对外担保，包括但不限于下列情形：

(一) 本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；

(二) 公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；

(三) 为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

(四) 单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；

(五) 连续十二个月内担保金额超过本公司最近一期经审计总资产的 30%；

(六) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 5,000 万元；

(七) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的

其他股东所持表决权的半数以上通过。其中，对于公司在一年内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%的，应当由股东大会做出决议，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

公司在十二个月内发生的对外担保应当按照累积计算的原则适用本条的规定。”

## 六、董事、监事、高级管理人员持股情况

公司董事、监事、高级管理人员持股情况如下：

姓名	任职			持有股份（万股）	持股比例（%）
	董事	监事	高管		
段嘉瑞	√		√	未直接持有公司股份	11.51（间接持有）
翁启育	√		√	未直接持有公司股份	4.34（间接持有）
薛晨	√			未直接持有公司股份	11.63（间接持有）
沈雁	√		√	未直接持有公司股份	4.76（间接持有）
李庆	√				-
张东晨	√				-
戴伟衡	√				-
王宏泰			√	20（直接持有）	0.50（直接持有） 0.3041（间接持有）
张金鑫		√			-
张展铭		√			-
梁娜		√		未直接持有公司股份	0.02（间接持有）
合计				20	57.59

## 七、董事、监事、高级管理人员兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员兼职情况如下：

姓名	任职	兼职情况
----	----	------

	董事	监事	高管	
段嘉瑞	√		√	无
翁启育	√		√	无
薛晨	√			无
沈雁	√		√	无
李庆	√			东方星空总经理
张东晨	√			百度总裁助理兼执行总监
戴伟衡	√			华联亚洲管理顾问(股)公司 创始及管理合 伙人、位速科技股份有限公司(富士康集团) 董事、重庆华彝合伙人
王宏泰			√	无
张金鑫		√		北京交通大学经济管理学院会计系讲师
张展铭		√		中科招商投资集团增值服务中心总经理
梁娜		√		无

公司董事、监事、高级管理人员不存在以下事项：

- (一) 本人的直系亲属以任何方式直接或间接持有申请公司股份；
- (二) 董事、监事、高级管理人员相互之间存在亲属关系；
- (三) 与公司签订重要协议或做出重要承诺
- (四) 除上述披露情况外，在其他单位兼职；
- (五) 对外投资与公司存在利益冲突；
- (六) 最近两年受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责；
- (七) 其它对公司持续经营有不利影响的情形。

## 八、报告期内董事、监事、高级管理人员变化情况

### (一) 第一次董事、监事变更

2010年11月22日，公司召开股东会，形成决议：

新增董事：同意选举沈皓瑜、丁纯、沈雁为公司新董事；同意董事会人数由3人变更为6人；

新加监事：同意免去沈雁监事职务；同意增加王宏泰、黄俊、宋永征为公司新监事，由王宏泰、黄俊、宋永征组成公司监事会；

2010年12月9日，北京市工商管理局海淀分局对上述变更进行了核准。本次董事、监事变更合法合规。

## **（二）第二次董事、监事变更**

2010年11月22日，公司召开董事会，形成决议：

同意免去薛晨公司董事长职务，选举段嘉瑞为公司董事长，选举薛晨为副董事长。

2010年11月22日，公司召开监事会，形成决议：

同意由王宏泰、黄俊、宋永征组成公司监事会，选举王宏泰为公司监事会主席。

2010年12月9日，北京市工商管理局海淀分局对上述变更进行了核准。本次董事、监事变更合法合规。

## **（三）第三次董事、监事变更**

2010年12月17日，公司召开股东会，形成决议：

变更董事：同意选举段嘉瑞、薛晨、沈皓瑜、丁纯、沈雁、翁启育、蒋国兴为董事，董事会人数由6人变更为7人；

2010年12月24日，北京市工商管理局海淀分局对上述变更进行了核准。本次董事、监事变更合法合规。

## **（四）第四次董事、监事变更**

2011年1月8日，公司召开股东会，形成决议：

变更监事：同意免去宋永征监事职务，同意选举王宏泰、黄俊、沈莉莉担任监事。

2011年1月17日，北京市工商管理局海淀分局对上述变更进行了核准。本次董事、监事变更合法合规。

## **（五）第五次董事、监事变更**

2012年4月19日，公司召开股东会，形成决议：

变更董事：同意丁纯不再担任公司董事，同意戴伟国担任新的董事，董事成员人数不变，仍为7位。

2012年5月09日，北京市工商行政管理局海淀分局对上述变更进行了核准。本次董事、监事变更合法合规。

#### **（六）整体变更为股份公司并选举新的董事、监事、高级管理人员**

2012年9月14日，股份公司召开第一届董事会第一次会议，选举段嘉瑞为董事长。经董事长提名，董事会聘任段嘉瑞为总经理，翁启育、沈雁为副总经理。王宏泰任财务总监兼董事会秘书。

同日，股东会选举监事会成员。张金鑫、张展铭为监事，梁娜为职工代表大会选出的职工监事。第一次监事会议选举张金鑫为监事会主席。

## 第四节 公司财务

### 一、最近两年的审计意见及主要财务报表

#### （一）审计意见

公司已聘请中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）对近两年合并及母公司的资产负债表、利润表、现金流量表进行了审计。中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）出具编号为中瑞岳华审字[2013]第 7532 号的标准无保留意见《审计报告》。

中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）认为：“随视传媒财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了北京随视传媒科技股份有限公司及其子公司 2012 年 12 月 31 日、2011 年 12 月 31 日的合并财务状况以及 2012 年度、2011 年度的合并经营成果和合并现金流量，以及北京随视传媒科技股份有限公司 2012 年 12 月 31 日、2011 年 12 月 31 日的财务状况以及 2012 年度、2011 年度的经营成果和现金流量。”

#### （二）最近两年主要财务报表

##### 合并资产负债表

单位：元

项 目	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
流动资产：		
货币资金	33,307,29.76	12,154,216.15
应收账款	62,878,060.47	57,782,260.88
预付款项	6,877,274.97	3,691,906.10
其他应收款	3,457,710.89	2,033,679.88
其他流动资产	3,000,000.00	
<b>流动资产合计</b>	<b>109,520,776.09</b>	<b>75,662,063.01</b>
非流动资产：		

长期股权投资	3,751,323.66	
在建工程	5,470,900.00	
固定资产	15,672,181.03	12,365,755.75
无形资产	3,834,108.64	5,275,059.65
开发支出	4,334,167.41	-
长期待摊费用	201,666.67	28,647.26
递延所得税资产	2,430,723.09	1,003,831.96
<b>非流动资产合计</b>	<b>35,695,070.5</b>	<b>18,673,294.62</b>
<b>资产总计</b>	<b>145,215,846.59</b>	<b>94,335,357.63</b>

## 合并资产负债表（续）

单位：元

项 目	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
流动负债：		
应付账款	11,193,373.88	19,678,807.27
预收款项	442,660.05	1,347,756.93
应付职工薪酬	1,328,629.34	1,438,839.58
应交税费	1,412,012.36	1,460,569.37
其他应付款	261,457.39	532,296.76
<b>流动负债合计</b>	<b>14,638,133.02</b>	<b>24,458,269.91</b>
非流动负债：		
递延所得税负债	45,935.16	
<b>非流动负债合计</b>	<b>45,935.16</b>	
<b>负债合计</b>	<b>14,684,068.18</b>	<b>24,458,269.91</b>

所有者权益（或股东权益）：		
实收资本（或股本）	40,000,000.00	8,126,161.00
资本公积	90,331,597.02	69,680,385.84
未分配利润	200,181.39	-7,929,459.12
<b>归属于母公司所有者权益合计</b>	<b>130,531,778.41</b>	<b>69,877,087.72</b>
少数股东权益	-	-
所有者权益合计	<b>130,531,778.41</b>	<b>69,877,087.72</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>145,215,846.59</b>	<b>94,335,357.63</b>

## 资产负债表（母公司）

单位：元

项 目	2012年12月31日	2011年12月31日
流动资产：		
货币资金	23,893,024.16	8,686,496.65
应收账款	43,781,028.03	21,925,006.41
预付款项	3,843,036.66	1,328,002.00
其他应收款	24,223,938.72	17,395,859.89
其他流动资产	3,000,000.00	-
<b>流动资产合计</b>	<b>98,741,027.57</b>	<b>49,335,364.95</b>
非流动资产：		
长期股权投资	6,177,040.02	3,500,000.00
固定资产	15,316,265.99	11,987,913.86
在建工程	5,470,900.00	-
无形资产	3,771,020.58	5,192,803.63

开发支出	4,334,167.41	-
长期待摊费用	-	-
递延所得税资产	1,237,374.39	884,428.01
<b>非流动资产合计</b>	<b>36,306,768.39</b>	<b>21,565,145.50</b>
<b>资产总计</b>	<b>135,047,795.96</b>	<b>70,900,510.45</b>

## 资产负债表（续母公司）

单位：元

项 目	2012年12月31日	2011年12月31日
流动负债：		
应付账款	1,333,864.91	687,665.00
预收款项	151,745.75	866,967.76
应付职工薪酬	576,581.93	516,795.11
应交税费	1,543,860.39	277,605.27
其他应付款	2,082,923.06	824,944.15
<b>流动负债合计</b>	<b>5,688,976.04</b>	<b>3,173,977.29</b>
非流动负债：	-	
递延所得税负债	44,438.90	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>44,438.90</b>	<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>5,733,414.94</b>	<b>3,173,977.29</b>
所有者权益（或股东权益）：	-	
实收资本（或股本）	40,000,000.00	8,126,161.00
资本公积	90,327,108.24	69,680,385.84
减：库存股	-	

专项储备	-	
盈余公积	-	
一般风险准备	-	
未分配利润	-1,012,727.22	-10,080,013.68
所有者权益合计	<b>129,314,381.02</b>	<b>67,726,533.16</b>
负债和所有者权益总计	<b>135,047,795.96</b>	<b>70,900,510.45</b>

## 合并利润表

单位：元

项 目	2012 年度	2011 年度
一、营业收入	<b>118,814,695.28</b>	<b>101,298,993.37</b>
减：营业成本	77,421,605.09	62,557,444.82
营业税金及附加	3,221,554.16	6,161,503.38
销售费用	10,460,807.13	10,222,975.34
管理费用	21,781,008.49	13,097,344.46
财务费用	-80,153.89	-260,715.86
资产减值损失	792,062.66	590,000.02
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	696,418.34	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-35,420.73	
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	<b>5,914,229.98</b>	<b>8,930,441.21</b>
加：营业外收入	261,000.00	709,519.42
减：营业外支出	143,346.75	2318.85
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	<b>6,031,883.23</b>	<b>9,637,641.78</b>
减：所得税费用	277,447.99	-60,423.93

<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>5,754,435.24</b>	<b>9,698,065.71</b>
归属于母公司所有者的净利润	5,754,435.24	9,698,065.71
少数股东损益		
<b>五、每股收益</b>		
基本每股收益	0.14	--
稀释每股收益	0.14	--
<b>六、其他综合收益</b>	256,309.23	
<b>七、综合收益总额</b>	<b>6,010,744.47</b>	<b>9,698,065.71</b>
归属于母公司所有者的综合收益总额	6,010,744.47	9,698,065.71
归属于少数股东的综合收益总额	-	-
<b>七、综合收益总额</b>	<b>6,010,744.47</b>	<b>9,698,065.71</b>

### 利润表（母公司）

单位：元

项    目	2012 年度	2011 年度
<b>一、营业收入</b>	<b>34,232,409.17</b>	<b>22,453,171.14</b>
减：营业成本	4,834,041.87	5,540,684.67
营业税金及附加	1,383,886.73	1,239,908.42
销售费用	665,043.97	810,435.08
管理费用	15,435,768.12	9,041,013.73
财务费用	-64,626.98	-257,681.08
资产减值损失	4,775,807.80	112,384.23
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	697,119.74	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>7,899,607.40</b>	<b>5,966,426.09</b>

加：营业外收入	-	706,020.00
减：营业外支出	143,346.75	2,288.74
其中：非流动资产处置损失	-	
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>7,756,260.65</b>	<b>6,670,157.35</b>
减：所得税费用	1,064,179.46	-884,428.01
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>6,692,081.19</b>	<b>7,554,585.36</b>
五、其他综合收益	251,820.45	
<b>六、综合收益总额</b>	<b>6,943,901.64</b>	<b>7,554,585.36</b>

## 合并现金流量表

单位：元

项 目	2012 年度	2011 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>		
销售商品、提供劳务收到的现金	117,976,534.53	73,209,770.03
收到的税费返还	-	6,793.00
收到其他与经营活动有关的现金	12,608,199.34	764,862.63
经营活动现金流入小计	130,584,733.87	73,981,425.66
购买商品、接受劳务支付的现金	83,945,056.61	48,465,580.78
支付给职工以及为职工支付的现金	20,982,225.98	15,809,192.09
支付的各项税费	12,097,091.85	8,796,821.75
支付其他与经营活动有关的现金	24,334,685.32	12,263,422.32
经营活动现金流出小计	141,359,059.76	85,335,016.94
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-10,774,325.89</b>	<b>-11,353,591.28</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>		
收回投资收到的现金	144,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	731,839.07	-

处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	10,170.00	-
投资活动现金流入小计	144,742,009.07	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	15,962,285.35	12,860,235.26
投资支付的现金	162,489,283.64	-
投资活动现金流出小计	178,451,568.99	12,860,235.26
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-33,709,559.92</b>	<b>-12,860,235.26</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>	-	
吸收投资收到的现金	53,637,399.42	20,000,000.00
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	53,637,399.42	20,000,000.00
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	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	700,304.27
筹资活动现金流出小计	-	700,304.27
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>53,637,399.42</b>	<b>19,299,695.73</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	-	-
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>9,153,513.61</b>	<b>-4,914,130.81</b>
加：期初现金及现金等价物余额	12,154,216.15	17,068,346.96
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>21,307,729.76</b>	<b>12,154,216.15</b>

## 现金流量表（母公司）

单位：元

项 目	2012 年度	2011 年度
-----	---------	---------

<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>		
销售商品、提供劳务收到的现金	12,197,097.79	22,391,305.84
收到其他与经营活动有关的现金	13,327,024.69	1,990,985.56
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>25,524,122.48</b>	<b>24,382,291.40</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	7,233,368.70	13,568,404.33
支付给职工以及为职工支付的现金	8,093,345.94	3,848,655.89
支付的各项税费	4,754,599.75	2,769,982.41
支付其他与经营活动有关的现金	22,391,393.33	17,624,381.93
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>42,472,707.72</b>	<b>37,811,424.56</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-16,948,585.24</b>	<b>-13,429,133.16</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>		
收回投资收到的现金	144,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	731,839.07	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	10,170.00	
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>144,742,009.07</b>	<b>-</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	15,809,295.74	11,752,717.15
投资支付的现金	162,415,000.00	2,500,000.00
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>178,224,295.74</b>	<b>14,252,717.15</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-33,482,286.67</b>	<b>-14,252,717.15</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>		
吸收投资收到的现金	53,637,399.42	20,000,000.00
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	<b>53,637,399.42</b>	<b>20,000,000.00</b>
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	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	700,000.00
筹资活动现金流出小计	-	<b>700,000.00</b>
筹资活动产生的现金流量净额	<b>53,637,399.42</b>	<b>19,300,000.00</b>
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	<b>3,206,527.51</b>	<b>-8,381,850.31</b>
加：期初现金及现金等价物余额	<b>8,686,496.65</b>	<b>17,068,346.96</b>
六、期末现金及现金等价物余额	<b>11,893,024.16</b>	<b>8,686,496.65</b>

## 所有者权益变动表（2012年度）

单位：元

项目	股本	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	8,126,161.00	69,680,385.84					-7,929,459.12	69,877,087.72
加： 1. 会计政策变更								
2. 前期差错更正								
3. 其他								
二、本年年初余额	8,126,161.00	69,680,385.84					-7,929,459.12	69,877,087.72
三、本年增减变动金额(减少以“-”号填列)	31,873,839.00	20,651,211.18					8,129,640.51	60,654,690.69
（一）净利润							5,754,435.24	5,754,435.24
（二）其他综合收益								256,309.23
上述（一）和（二）小计							5,754,435.24	6,010,744.47
（三）所有者投入和减少资本	902,907.00	53,741,039.22						54,643,946.22
1. 所有者投入资本	902,907.00	52,734,492.42						53,637,399.42

2. 股份支付计入所有者权益的金额								
3. 其他								
(四) 利润分配								
1. 提取盈余公积								
2. 提取一般风险准备								
3. 对所有者（或股东）的分配								
4. 其他								
(五) 所有者权益内部结转	30,970,932.00	-33,346,137.27					2,375,205.27	-
1. 资本公积转增资本（或股本）								
2. 盈余公积转增资本（或股本）								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他	30,970,932.00	-33,346,137.27					2,375,205.27	-
(六) 专项储备								
1. 本期提取								

2. 本期使用								
四、本年年末余额	40,000,000.00	90,331,597.02					200,181.39	130,531,778.41

## 所有者权益变动表（2011 年度）

单位：元

项目	实收资本	资本公积	减：库 存股	专项 储备	盈余 公积	一般风 险准备	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	7,337,235.00	50,162,765.00	-	-	-	-	-17,627,524.83	39,872,475.17
加： 1. 会计政策变更								-
2. 前期差错更正								-
3. 其他								-
二、本年年初余额	7,337,235.00	50,162,765.00	-	-	-	-	-17,627,524.83	39,872,475.17
三、本年增减变动金额(减少以“-”号填列)	788,926.00	21,530,714.53	-	-	-	-	9,698,065.71	32,017,706.24
（一）净利润							9,698,065.71	9,698,065.71
（二）其他综合收益								-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	-	-	-	9,698,065.71	9,698,065.71

(三) 所有者投入和减少资本	788,926.00	21,530,714.53	-	-	-	-	-	22,319,640.53
1. 所有者投入资本	788,926.00	18,511,074.00						19,300,000.00
2. 股份支付计入所有者权益的金额		3,019,640.53						3,019,640.53
3. 其他								
(四) 利润分配								
1. 提取盈余公积								
2. 提取一般风险准备								
3. 对所有者(或股东)的分配								
4. 其他								
(五) 所有者权益内部结转								
1. 资本公积转增资本(或股本)								
2. 盈余公积转增资本(或股本)								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								

(六) 专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用								
<b>四、本年年末余额</b>	8,126,161.00	71,693,479.53	-	-	-	-	-7,929,459.12	71,890,181.41

## 二、财务报表编制基础、合并报表范围及变化情况

### （一）财务报表的编制基础和方法

公司以持续经营假设为基础编制，根据实际发生的交易和事项，按照财政部于 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则—基本准则》和 38 项具体会计准则、其后颁布的企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）、以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号—财务报告的一般规定》（2010 年修订）的披露规定编制。

根据企业会计准则的相关规定，本集团会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，本财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

### （二）合并财务报表范围及变化情况

#### 1、合并报表编制方法

按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》的有关要求执行，即以合并期间本公司及纳入合并范围各控股子公司的个别财务报表为基础，根据其他有关资料，按照权益法调整对子公司的长期股权投资后，由母公司进行编制。合并时将母、子公司之间的投资、重大交易和往来及未实现利润相抵销，逐项合并，并计算少数所有者权益（损益）。

合并时，如纳入合并范围的子公司与本公司会计政策不一致，按本公司执行的会计政策对其进行调整后合并。

子公司的股东权益中不属于母公司所拥有的部分作为少数股东权益在合并财务报表中股东权益项下单独列示。

本公司通过同一控制下的企业合并增加的子公司，自合并当期期初纳入本公司合并财务报表，并调整合并财务报表的年初数或上年数；通过非同一控制下企业合并增加的子公司，自购买日起纳入本公司合并财务报表。本公司报告期转让控制权的子公司，自丧失实际控制权之日起不再纳入合并范围。

## 2、合并报表范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。公司将全部子公司纳入合并财务报表的合并范围。截至 2012 年 12 月 31 日，纳入公司合并财务报表的子公司的基本情况如下：

子公司全称	子公司类型	注册地	主营业务	注册资本(万元)	期末实际出资额(万元)	表决权比例(%)
北京随视广告有限公司	一人有限责任公司	北京	广告业	100	100	100
上海随视科技有限公司	一人有限责任公司	北京	广告业	100	100	100

子公司全称	总资产(万元)		净资产(万元)		营业收入(万元)		净利润(万元)	
	2012年12月31日	2011年12月31日	2012年12月31日	2011年12月31日	2012年	2011年	2012年	2011年
北京随视广告有限公司	4,558.26	3,673.02	-342.38	182.97	4,712.50	5,975.17	-525.35	82.97
上海随视科技有限公司	2,184.78	2,181.99	439.93	382.08	5,607.31	3,255.85	57.40	132.08

## 3、合并报表范围

全资子公司随视广告成立于 2010 年 7 月 27 日，随视广告自 2010 年纳入合并；随视科技成立于 2011 年 3 月 18 日，随视科技自 2011 年纳入公司合并范围。

## 三、主要会计政策和会计估计

### (一) 会计期间

本公司采用公历年制，即自每年 1 月 1 日至 12 月 31 日为一个会计年度。

### (二) 记帐本位币

本公司以人民币为记账本位币。

### (三) 记账基础及会计计量属性

本公司会计核算以权责发生制为记账基础，一般采用历史成本作为计量属性，当所确定的会计要素金额符合企业会计准则的要求、能够取得并可靠计量时，

可采用重置成本、可变现净值、现值、公允价值计量。

#### **（四）企业合并的会计处理方法**

##### **（1）同一控制下的企业合并的会计处理方法**

本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方的账面价值计量。本公司取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发生股份面值总额）的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

##### **（2）非同一控制下的企业合并的会计处理方法**

本公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，首先对取得的被购买方的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额应当计入当期损益。

#### **（五）合并财务报表的编制方法**

##### **（1）合并范围的确定**

合并财务报表按照 2006 年 2 月颁布的《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》执行。以控制为基础确定合并财务报表的合并范围，合并了本公司及本公司直接或间接控制的子公司、特殊目的主体的财务报表。控制是指本公司有权决定被投资单位的财务和经营政策，并能据以从该企业的经营活动中获取利益。

有证据表明母公司不能控制被投资单位的，不纳入合并报表范围。

##### **（2）购买或出售子公司股权的处理**

本公司将与购买或出售子公司股权所有权相关的风险和报酬实质上发生转移的时间确认为购买日和出售日。对于非同一控制下企业合并取得或出售的子公司，在购买日后及出售日前的经营成果及现金流量已适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中；对于同一控制下企业合并取得的子公司，自合并当期期初至合并日的经营成果和现金流量也已包括在合并利润表和合并现金流量表中，合并财务报表的比较数也已作出了相应的调整。

购买子公司少数股权所形成的长期股权投资，公司在编制合并财务报表时，因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整所有者权益

(资本公积)，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

(3) 当子公司的会计政策、会计期间与母公司不一致时，对子公司的财务报表进行调整。

如果子公司执行的会计政策与本公司不一致，编制合并财务报表时已按照本公司的会计政策对子公司财务报表进行了相应的调整；对非同一控制下企业合并取得的子公司，已按照购买日该子公司可辨认的资产、负债及或有负债的公允价值对子公司财务报表进行了相应的调整。

#### (4) 合并方法

在编制合并财务报表时，本公司与子公司及子公司相互之间的所有重大账户及交易将予以抵销。

被合并子公司净资产属于少数股东权益的部分在合并财务报表的股东权益中单独列报。少数股东分担的亏损如果超过其在子公司的权益份额，如该少数股东有义务且有能力弥补，则冲减少数股东权益；否则有关超额亏损将由本公司承担。

### (六) 现金等价物的确定标准

本公司现金等价物指公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

### (七) 金融资产和金融负债

#### (1) 金融资产和金融负债的分类

公司按照取得或承担金融资产和金融负债的目的，将其划分为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；贷款和应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

#### (2) 金融资产和金融负债的确认和计量

##### ①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

#### ②持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

#### ③应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，按从购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

#### ④可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末将公允价值变动计入资本公积（其他资本公积）。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

#### ⑤其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

### （3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。在判断金融资产转移是否满足会计准则规定的金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产

转移区分为金融资产整体转移和部分转移。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

①所转移金融资产的账面价值；

②因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分（在此种情况下，所保留的服务资产视同未终止确认金融资产的一部分）之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

①终止确认部分的账面价值；

②终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

#### （4）金融资产和金融负债公允价值的确定方法

本公司采用公允价值计量的金融资产和金融负债全部直接参考活跃市场中的报价。

#### （5）金融工具的汇率风险

本公司在报告期内不存在承担汇率波动风险的金融工具。

#### （6）金融资产的减值准备

①持有至到期投资的减值准备

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

②可供出售金融资产的减值准备

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，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，确认减值损失。

③减值损失转回

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(如债务人的信用评级已提高等)，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得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。

#### (7) 应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

本公司对应收账款、其他应收款的应收款项，单项金额重大(人民币 200 万元以上)的应收款项单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值的，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。对单项金额不重大的应收款项风险重大，可以单独进行减值测试，确认减值损失，计提坏账准备；也可以与经单独测试后未减值的应收款项一起按类似信用风险特征划分为若干组合，再按应收款项组合于资产负债表日账龄按以下的比例计算确定减值损失，计提坏账准备。

账 龄	计提比例%
3 个月以内 (含 3 个月)	0
3-12 个月 (含 12 月)	2
1 年至 2 年 (含 2 年)	10
2 年至 3 年 (含 3 年)	30
3 年至 4 年 (含 4 年)	50
4 年至 5 年 (含 5 年)	80
5 年以上	100

#### ②坏账的确认标准

对因债务人撤销、破产，依照法律清偿程序后确实无法收回的应收款项；因债务人死亡，既无遗产可清偿，又无义务承担人，确实无法收回的应收款项；因债务人逾期未履行偿债义务并有确凿证据表明，确实无法收回的应收款项，按照本公司管理权限批准核销。

#### (八) 长期股权投资核算方法

(1) 长期股权投资的初始计量：本公司对企业合并取得的长期股权投资按照企业合并的有关规定区分同一控制与非同一控制进行初始计量。其他方式取得的长期股权投资，区分不同的取得方式以实际支付的购买价款、发行权益性证券的公允价值、投资合同或协议约定的价值等确定初始投资成本。与取得长期股权

投资直接相关的费用、税金及其他必要支出也记入初始投资成本。实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未领取的现金股利或利润，作为应收项目单独核算，不作为取得的长期股权投资的成本。

(2) 长期股权投资的后续计量及收益确认：

A. 长期股权投资的成本法核算

本公司对被投资单位能够实施控制、不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的，长期股权投资采用成本法核算。采用成本法核算的长期股权投资按照初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。对投资后被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

本公司编制合并财务报表时，对能够实施控制被投资单位的投资按权益法进行调整。

B. 长期股权投资的权益法核算

本公司对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。

权益法核算的长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

本公司在取得长期股权投资后，按照享有或分担的被投资单位实现的净损益的份额，确认投资损益，并调整长期股权投资的账面价值。在确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先冲减长期股权投资的账面价值，其次，如果长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，第三，经过上述处理后，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现盈利的，在扣除未确认的亏损分担额后，按照与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值，同时确认投资收益。

本公司在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在进行有关调整时，一般只考虑取得投资时被投资单位固定资产、无形资产的公允价值为基础计提的折旧额或摊销额以及减值准备的金额对被投资单位净利润的影响，其他项目如为重要的，也进行调整。本公司在无法可靠确定投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值或公允价值与其账面价值之间的差额较小或其他原因导致无法对被投资单位净损益进行调整的，按照被投资单位的账面净损益与持股比例计算确认投资损益，并披露此事实及其原因。

本公司对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动，在持股比例不变的情况下，按照持股比例与被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动额计算应享有或承担的部分，调整长期股权投资的账面价值，同时计入资本公积。

#### C. 长期股权投资权益法核算与成本法核算的转换

本公司对因减少投资等原因对被投资单位不再具有共同控制或重大影响的，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，改按成本法核算。

本公司对因追加投资等原因能够对被投资单位实施共同控制或重大影响但不构成控制的，改按权益法核算。

#### D. 长期股权投资的处置

本公司处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入投资收益。对采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比例转入投资收益。

#### (3) 被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

按照合同约定对某项经济活动所共有的控制，仅在与该项经济活动相关的重要财务和经营决策需要分享控制权的投资方一致同意时存在，则视为与其他方对被投资单位实施共同控制；对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，则视为投资企业能够对被投资单位施加重大影响。

### (九) 固定资产

#### (1) 固定资产的确认条件

本公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

#### (2) 固定资产计价

本公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

#### (3) 固定资产分类及折旧政策

本公司采用年限平均法计提折旧。本公司对未计提减值准备的固定资产，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值计提折旧，本公司确定各类固定资产的年折旧率如下：

固定资产类别	使用年限	净残值率	年折旧率
电子设备及其他设备	3-5年	5%	19.00%-31.67%

在使用年限内变更预计折旧年限或预计残值率，以及已计提减值准备的固定资产，按照该固定资产的账面价值以及尚可使用寿命重新计算确定折旧率和折旧额。因固定资产减值准备而调整固定资产折旧额时，对此前已计提的累计折旧不作调整。

对于实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，确认为融资租赁；其他租赁为经营租赁。

融资租入的固定资产，能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

每年年度终了，本公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

#### (4) 固定资产的后续支出

本公司的固定资产后续支出是指固定资产在使用过程中发生的更新改造支出、修理费用等。

固定资产的更新改造等后续支出，满足上述固定资产确认条件的，计入固定资产成本，如有被替换的部分，应扣除其账面价值；不满足上述固定资产确认条件的固定资产修理费用等，在发生时计入当期损益。

#### （5）固定资产减值准备

本公司在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，如由于市价大幅度下跌，或陈旧过时、损坏、长期闲置等原因导致其可收回金额低于账面价值的，按单项固定资产可收回金额低于账面价值的差额计提固定资产减值准备。固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

### （十）无形资产

#### （1）无形资产的计价方法

本公司无形资产按照取得时的实际成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。

#### （2）无形资产使用寿命及摊销

①. 来源于合同性权利或其他法定权利的无形资产，其使用寿命不超过合同性权利或其他法定权利的期限；如果合同性权利或其他法定权利能够在到期时因续约等延续，且有证据表明企业续约不需要付出大额成本，续约期计入使用寿命。

②合同或法律没有规定使用寿命的，本公司综合各方面情况，聘请相关专家进行论证、或与同行业的情况进行比较、以及参考历史经验等，确定无形资产为本公司带来未来经济利益的期限。

③经过上述努力仍无法合理确定无形资产所带来经济利益期限的，将其作为使用寿命不确定的无形资产。

#### （3）无形资产减值准备

本公司在资产负债表日对存在减值迹象的使用寿命有限的无形资产按单项资产进行减值测试，如果资产的可收回金额低于其账面价值，按其差额提取减值准备，确认资产减值损失。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

本公司对使用寿命不确定的无形资产不进行摊销，无论是否存在减值迹象，

每个会计期间都进行减值测试，并按其公允价值重新确定其成本，公允价值与原账面价值的差额提取减值准备，确认资产减值损失。在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，重新估计其使用寿命，并按使用寿命有限的无形资产的规定处理。

#### (4) 研究开发项目研究阶段支出与开发阶段支出的划分标准

本公司内部研究开发项目的支出，区分研究阶段支出与开发阶段支出。内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产，否则于发生时计入当期损益：

- ①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- ②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- ③无形资产存在产生经济利益的方式；
- ④有能力完成该无形资产的开发；有能力使用或出售该无形资产；
- ⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

### (十一) 收入

#### (1) 提供劳务收入

在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，于完成相关劳务时确认相关收入。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：①收入的金额能够可靠地计量；②相关的经济利益很可能流入企业；③交易的完工程度能够可靠地确定；④交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

#### (2) 使用费收入

根据有关合同或协议，按权责发生制确认收入。

本集团的主要业务为互联网精准营销广告和技术服务，主要的服务类型为展示型广告、社会化媒体广告、效果营销广告及相关技术服务，具体确认收入标准如下：

(1) 展示型广告、社会化媒体广告收入：在相关的广告见诸互联网媒体，完成广告任务时确认收入，每月末按照公司为客户完成的广告投放确认收入。

(2) 效果营销广告收入：依据公司的互联网营销广告为客户带来的销售收入和约定的分配比例，每月末与客户确认后确认收入。

(3) 技术服务收入：相应的技术服务提供完毕，客户签署确认单时确认收入。

## (十二) 租赁

本公司将租赁分为经营租赁和融资租赁。

(1) 经营租赁：经营租赁的租金在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益。作为承租人发生的初始直接费用，计入管理费用，或有租金于发生时确认为当期费用。

(2) 融资租赁：在租赁开始日，公司（承租人）将租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产的价值。公司采用实际利率法将未确认融资费用在租赁期内各个期间进行分摊，计入当期损益，或有租金在实际发生时计入当期损益。

## (十三) 所得税的会计处理方法

(1) 本公司采用资产负债表债务法核算所得税。

(2) 本公司在取得资产、负债时，确定其计税基础。资产、负债的账面价值与其计税基础存在的暂时性差异，按照规定确认所产生的递延所得税资产或递延所得税负债。

(3) 递延所得税资产的确认

①本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：

- A. 该项交易不是企业合并；
- B. 交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

②本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，

同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：

- A. 暂时性差异在可预见的未来很可能转回；
- B. 未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

③对于按照税法规定可以结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

#### （4）递延所得税负债的确认

①除下列交易中产生的递延所得税负债以外，本公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：

- A. 商誉的初始确认；
- B. 同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：
  - a. 该项交易不是企业合并；
  - b. 交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

②本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认相应的递延所得税负债。但是，同时满足下列条件的除外：

- ①投资企业能够控制暂时性差异转回的时间；
- ②该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

#### （5）所得税费用的计量

本公司将当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：

- ①企业合并；
- ②直接在所有者权益中确认的交易或事项。

#### （6）递延所得税资产的减值

①在资产负债表日应当对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法取得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。除原确认时计入所有者权益的递延所得税资产部分，其减记金额也应计入所有者权益外，其他的情况应减记当期的所得税费用。

②在很可能取得足够的应纳税所得额时，减记的递延所得税资产账面价值可以恢复。

#### （十四）政府补助

（1）与资产相关的政府补助：本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，按照公允价值计量，公允价值不能可靠取得的，按照名义金额（1元）计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。对其他与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。

（2）与收益相关的政府补助：本公司取得的与资产相关的政府补助之外的政府补助，按照收到或应收的金额计量。用于补偿本公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益。用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（3）政府补助的返还：本公司已确认的政府补助需要返还的，分别两种情况处理：存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益。不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

### 四、会计政策、会计估计变更及前期差错更正

#### （一）会计政策变更

本公司报告期末未发生会计政策变更的相关事项。

#### （二）会计估计变更

本公司报告期末未发生会计估计变更的相关事项。

#### （三）前期重大差错更正

本公司报告期末未发生前期重大差错更正的相关事项。

### 五、最近两年主要财务指标

主要财务指标表

财务指标	2012 年度	2011 年度
综合毛利率	34.84%	38.24%
净资产收益率	5.28%	15.41%
每股收益（元/股）	0.14	--

财务指标	2012 年度	2011 年度
每股净资产（元/股）	0.14	--
应收账款周转率（次）	1.79	2.42
存货周转率（次）	--	--
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	--	--
资产负债率（母公司）	4.21%	4.48%
资产负债率（合并）	10.11%	25.39%
流动比率	7.48	3.09
速动比率	7.48	3.09

主要财务指标分析见本公开转让说明书“第一章 公司基本情况”。

## 六、报告期利润形成的有关情况

### （一）营业收入的概况

报告期内，公司营业收入构成如下：

单位：元

项 目	2012 年		2011 年度	
	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	118,814,695.30	100%	101,298,993.37	100%
其他业务收入	-	-	-	-
营业收入合计	118,814,695.30	100%	101,298,993.37	100%

公司所处行业为互联网广告业。从上表可以看出，报告期内营业收入保持了较快的增长趋势，其主要来源于主营业务收入快速增长。报告期内主营业务收入占营业收入比例均为 100%，公司主营业务突出。

#### 1、主营业务收入按产品结构分析

##### 主营业务收入构成情况表：

单位：元

项 目	2012 年度		2011 年度	
	金额	占比	金额	占比
展示性广告收入	41,842,518.31	35.22%	46,637,076.05	46.04%
效果营销收入	8,023,373.19	6.75%	7,713,597.83	7.61%
社会化媒体收入	53,328,163.32	44.88%	39,040,816.57	38.54%
技术服务收入	15,620,640.46	13.15%	7,907,502.92	7.81%
合计	118,814,695.28	100%	101,298,993.37	100.00%

报告期内，公司的收入主要由展示型广告收入、效果营销收入、社会化媒体收入与技术服务收入组成。

展示性广告收入是指展示类广告形式进行精准营销收入；公司针对电子商务客户开展的精准营销业务，能够实现效果营销收入；社会化媒体收入是指按照为客户在社会化媒体上进行推广而收取的广告收入（具体产品有社交+等）；技术服务收入是指为客户提供技术服务如数据监测、平台订制开发等收入的收入。

## 2、主营业务收入的变动分析

报告期初，公司的收入主要由展示性广告收入构成，随后，收入呈现多元化增长态势，展示性广告收入的比重在逐渐下降，由 2011 年的 46.04% 下降到 2012 年的 35.22%；而随着微博、微信 2011 年与 2012 年爆发性增长，广告主在该类媒体上的广告预算也急剧增长，使得公司的社会化媒体收入由 2011 年的 38.54% 上升到 2012 年的 44.88%，提升较快，已成为最重要的收入来源。

## 3、具体收入确认及成本结转确认原则

（1）展示型广告、社会化媒体广告业务的收入成本确认原则：在相关的广告见诸互联网媒体，完成广告任务时确认收入，每月末按照公司为客户完成的广告投放确认收入。在相关的广告见诸互联网媒体，完成广告任务时确认相关的成本，每月末按照合作媒体完成的广告投放和约定的价格确认应结转的合作媒体成本。

（2）效果营销广告收入成本确认原则：依据公司的互联网营销广告为客户带来的销售收入和约定的分配比例，每月末与客户确认后确认收入。公司将电商客户的广告内容发布在公司采购的媒体上，每月末与媒体供应商核对一致后，依

据约订的媒体价格计算确定成本。

(3) 技术服务收入成本：相应的技术服务提供完毕，客户签署确认单时确认收入。对技术服务业务公司按照具体的项目归集核算相应的人工、差旅及其他实施费用，于技术服务提供完毕时，结转该项目对应的技术服务成本。

## (二) 主营业务毛利率分析

主营业务毛利率情况表

单位：元

行业分类		展示性广告收入	效果营销收入	社会化媒体收入	技术服务收入	合计
2012年	收入	41,842,518.31	8,023,373.19	53,328,163.32	15,620,640.46	118,814,695.28
	成本	28,594,680.76	5,855,867.82	38,330,285.77	4,640,770.74	77,421,605.09
	毛利率	31.66%	27.01%	28.12%	70.29%	34.84%
2011年度	收入	46,637,076.05	7,713,597.83	39,040,816.57	7,907,502.92	101,298,993.37
	成本	28,356,463.76	2,838,020.23	27,406,812.21	3,956,148.62	62,557,444.82
	毛利率	39.20%	63.21%	29.80%	49.97%	38.24%

公司 2011 年度、2012 年度主营业务毛利率分别为 38.24% 和 34.84%，营业务毛利率基本保持稳中有升的趋势。分产品中，展示性广告收入毛利率有所下降，社会化媒体收入毛利率保持稳定，技术服务收入毛利率快速上升。

效果营销收入的毛利率从 2011 年的 63.21% 降低到 2012 年的 27.01%，主要是因为 2011 年电商客户大规模开拓市场，在媒体投放上力度较大，对效果要求较低，使得公司的毛利率较高；2012 年开始整体市场逐渐恢复平稳，合同金额有所下降，使得毛利率有所下降；

技术服务收入的毛利率从 2011 年的 49.97% 上升到 2012 年的 70.29%，上升较为迅速，这主要是因为从 2011 年是公司开展技术服务的早期，前期投入较大，从 2012 年开始，技术逐渐成型优化，所消耗的宽带流量与耗用的人工成本有所降低，使得毛利率有所上升。

## (三) 营业收入和利润的变动趋势及原因

单位：元

项 目	2012 年度		2010 年度
	金额	增长率 (%)	金额

营业收入	118,814,695.3	17.29%	101,298,993.37
营业成本	77,421,605.09	23.76%	62,555,914.82
营业利润	5914229.98	-33.77%	8,930,441.21
利润总额	6,031,883.23	-37.41%	9,637,641.78
净利润	5,754,435.24	-40.66%	9,698,065.71

2011年，公司的营业收入同比增加105.60%，营业成本同比增加103.60%，2012年，营业收入同期增长17.29%，营业成本同期增长23.76%，收入与成本增长的幅度较为匹配；2011年营业利润、利润总额与净利润增长较多，2012年有所下降，主要是基于如下原因：（1）2010年收入与利润基数较低，使得2011年增长率较快；（2）2012年，整体宏观经济形势疲软，该行业与宏观经济行业相关性较强，整体增长有所放缓。

#### （四）主要费用及变动情况

公司最近两年的期间费用及变动情况如下：

单位：元

项目	2012年度		2011年度
	金额	增长率	金额
销售费用	10,460,807.13	2.33%	10,222,975.34
管理费用	21,781,008.49	66.30%	13,097,344.46
财务费用	-80,153.89	-69.26%	-260,715.86
营业收入	118,814,695.28	17.29%	101,298,993.37
销售费用占营业收入比重	8.80%	-1.29%	10.09%
管理费用占营业收入比重	18.33%	5.40%	12.93%
财务费用占营业收入比重	-0.07%	0.19%	-0.26%
费用占营业收入比重	27.07%	4.31%	22.76%

销售费用主要由人工成本、办公费与差旅费组成。报告期内，销售费用占当年营业收入的比重较为稳定。

公司的管理费用主要是由人工成本，研发费用、累计折旧、房租与无形资产摊销组成，该五部分组成占管理的比重为80%左右。管理费用总额逐年增加，主要基于以下原因：（1）公司近年来加大了研发投入力度，使得研发费用增长较快；（2）报告期内，公司为扩大经营，购入一定固定资产，使得公司累计折旧增长较快；（3）报告期内，公司的无形资产有所增长，使得无形资产摊销增长较快。

公司的财务费用主要由利息支出、利息收入和银行手续费构成，占营业收入的比重较低。

2011 年度三项费用合计为 2,305.96 万元，占营业收入的比重为 22.76%，2012 年度三项费用合计为 3,216.17 万元，占营业收入的比重为 27.07%，公司总的费用支出占营业收入的比重在报告期内保持稳定，费用配比情况基本合理。

#### （五）非经常性损益情况

单位：元

项 目	2012 年度	2011 年度
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)	261,000.00	700,000.00
非流动性资产处置损益	-9,019.55	
其他营业外收入和支出	-134,327.20	7,200.57
小 计	117,653.25	707,200.57
减：所得税影响金额	43,747.99	867.33
扣除所得税后的非经常性损益合计	73,905.26	706,333.24
扣除非经常性损益后的净利润	5,680,529.98	8,990,865.14

报告期公司的非经常性损益金额 2011 年度、2012 年度公司的非经常性损益金额占公司净利润的 7.28%和 0.06%。非经常性损益主要由政府补助构成，其中 2011 年非经常性损益金额较大的原因是 2011 年公司获得海淀区文化创意产业扶持基金 70 万元。

从报告期公司营业利润、利润总额和净利润的金额和增长情况看，公司盈利并不依赖非经常性损益。

#### （六）主要税项和享受的税收优惠政策

报告期内，公司主要税种及税率如下表所示：

税种	计税依据	税率
营业税	应税营业收入	5%
增值税	应税收入	6%
企业所得税	应纳税所得额	15%、25%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
文化建设事业费	广告收入	3%

报告期内，公司享受的税收优惠为：

2009年9月4日，经北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局批准，本公司被认定为高新技术企业，有效期三年，证书编号：GR200911001214。北京市海淀区国家税务局第九税务所2010年5月27日下发海国税 201009JMS1600107号《企业所得税减免税备案登记书》，公司自2009年1月1日起至2009年12月31日止免征企业所得税，自2010年1月1日起至2011年12月31日止减半征收企业所得税和享受国家需要重点扶持的高新技术业。

2012年7月9日，公司已取得北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局及北京市地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》；目前公司已申报办理所得税优惠备案并获取备案回执，提请备案的享受税收优惠期间为2012年1月1日至2014年12月31日。

报告期内，公司的所得税费用为：

项 目	2012 年度	2011 年度
当期所得税费用	1,704,339.12	943,408.03
递延所得税费用	-1,426,891.13	-1,003,831.96
合 计	277,447.99	-60,423.93

## 七、报告期公司主要资产情况

### （一）货币资金

最近两年货币资金情况分析如下：

项 目	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
库存现金	122,578.91	49,280.13
银行存款	21,185,150.85	12,104,936.02
其他货币资金*	12,000,000.00	
合 计	33,307,729.76	12,154,216.15

\*本公司在招商银行北京静安里支行办理定期存单 12,000,000.00 元，并质押给北京中关村科技担保有限公司。

### （二）应收账款

1、最近两年的应收账款情况分析如下：

单位：元

账 龄	2012 年 12 月 31 日			2011 年 12 月 31 日		
	账面余额		坏账准备	账面余额		坏账准备
	金额	比例 (%)		金额	比例 (%)	
3 个月以内	19,021,428.51	29.57		30,448,447.32	52.08	-
3-12 个月	40,013,814.97	62.22	800,276.30	26,707,628.95	45.68	534,152.58
1-2 年	4,867,859.94	7.57	486,702.99	1,261,485.76	2.16	126,148.57
2-3 年	359,909.06	0.56	107,972.72	-	-	-
3-4 年				50,000.00	0.09	25,000.00
4-5 年	50,000.00	0.08	40,000.00			
合 计	64,313,012.48	100.00	1,434,952.01	58,467,562.03	100	685,301.15

2011 年末扣除坏账准备后应收账款净额为 5,778.23 万元；2012 年 12 月 31 日未扣除坏账准备后应收账款净额为 6,287.81 万元，较 2011 年末增长 8.82%，报告期公司应收账款净额增幅较大，其主要原因在于公司销售收入增长。

公司主营产品生产销售周期包括签订订单-制作广告-广告投放-客户验收-销售回款，整个周期较长。公司主要客户为广告代理公司，客户信誉度较好，应收账款发生坏账损失的风险较小。

## 2、公司应收账款账龄短，坏账准备计提充分

最近两年账龄在一年以内的应收账款占比分别为 97.76%与 91.79%，一年以内的应收账款占比很高而且稳定，这主要是由于公司非常重视对应收账款的管理，对于已到回款期的款项，公司采取多种有力措施予以回收，使账龄结构保持了较为理想的状态。

公司坏账准备计提政策谨慎、稳健，公司应收账款账龄短，账龄结构良好，对应的客户商业信誉好，公司的应收账款质量较高，发生坏账的风险小。公司应收账款的坏账准备计提政策与可比公司相比谨慎、稳健，计提比例充分合理，公司已按会计政策足额计提了坏账准备。

## 3、公司对应收账款余额增长的应对措施

公司加强应收款项管理的具体措施为：1.公司内控部门成立专门应收账款催收小组，每周定期与销售人员进行收款进度确认，同时将收款进度与公司的关键业绩考核指标及奖励基金挂钩；2.公司严格控制代理商与客户的信用额度，具体表现

为：公司对每个客户建立信用额度，并进行信用评级。对于信用评级较差的客户采取预收货款等方式进行销售；对于超过信用额度的客户，要求其先偿还逾期账款方可接受新入订单。

公司加强应收款项管理，严格信用政策后，对于销售额短期内会有一定影响，但从长期整体来看，该举措会减少公司应收账款发生坏账的可能性，是保证公司利润的必要措施。

#### 4、2011年12月31日应收账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占应收账款总额比例(%)
上海李奥贝纳广告有限公司	非关联方	10,029,040.31	1年以内	17.15
广东凯络广告有限公司	非关联方	4,906,387.93	1年以内	8.39
盛世长城广告有限公司	非关联方	4,597,239.68	1年以内	7.86
凯蒂珂广告有限公司	非关联方	4,179,208.34	1年以内	7.15
安索帕(上海)广告传播有限公司	联营企业 控股股东	3,572,758.34	1年以内	6.11
<b>合计</b>		<b>27,284,634.60</b>		<b>46.67%</b>

#### 5、2012年12月31日应收账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占应收账款总额比例(%)
斯之普兴科技有限公司	非关联方	3,900,600.00	1年以内	6.07
上海福履信息技术有限公司	非关联方	3,720,600.00	1年以内	5.79
联想(上海)电子科技有限公司	非关联方	2,923,500.00	1年以内	4.55
众合互动广告传媒(北京)有限公司	非关联方	2,485,057.00	1年以内	3.85
北京同舟酷讯传媒广告有限公司	非关联方	2,320,000.00	1年以内	3.61
<b>合计</b>		<b>15,349,757.00</b>		<b>23.87</b>

### (三) 预付款项

#### 1、预付款项按账龄列示如下：

单位：元

账龄	2012年12月31日		2011年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	6,641,274.97	96.57	3,691,906.10	100.00%
1-2年	236,000.00	3.43	-	-
合计	6,877,274.97	100.00	3,691,906.10	100.00%

本报告期末预付款项中无持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东款项。

## 2、2012年12月31日预付款项金额较大单位情况：

单位：元

单位名称	款项性质	年末金额	占应收账款总额的比例%
艾默雷(北京)科技有限公司	技术研发预付	2,200,000.00	31.99%
北京正和吉志广告有限公司	媒体预付	1,520,000.00	22.10%
郑州市绿林客信息技术有限公司	灾备机房预付	1,000,000.00	14.54%
北京森华易腾通信技术有限公司	服务托管款项	388,536.00	5.65%
北京若博佰思咨询有限公司	媒体预付	378,396.31	5.50%
合计		5,486,932.31	79.78%

2012年12月31日,预付款较大增长主要算是公司因在郑州建立灾备中心,预付相关设备建设款。

## (四) 其他应收款

### 1、最近两年的其他应收款情况分析如下：

单位：元

账龄	2012年12月31日			2011年12月31日		
	账面余额		坏账准备	账面余额		坏账准备
	金额	比例		金额	比例	
3个月以内	244,301.39	6.73%		1,276,314.72	59.09%	-
3-12个月	2,347,930.02	64.75%	46,958.60	291,297.00	13.49%	5,825.94
1-2年	942,761.53	26.00%	94,276.15	439,361.00	20.34%	43,936.10
2-3年	91,361.00	2.52%	27,408.30	-	-	-
3-4年				152,938.41	7.08%	76,469.21
合计	3,626,353.94	100.00%	168,643.05	2,159,911.13	100.00%	126,231.25

截至 2011 年末与 2012 年末，账龄在 1 年以内的其他应收款余额占期末余额的比例依次为 72.58%和 71.48%，账龄主要集中在一年以内，该款项主要为应收服务商的相关款项。

## 2、2011 年 12 月 31 日金额较大的其他应收款情况：

单位：元

单位名称	款项性质	金额	年限	占其他应收款总额比例 (%)
中介机构上市费用	服务商	750,000.00	1 年以内	34.72%
华鑫泰源(北京)国际投资顾问有限公司	服务商	300,000.00	1 年以内	13.89%
赵荣辉	房租	245,600.00	1 年以内	11.37%
合 计		1,295,600.00		59.98%

## 3、2012 年 12 月 31 日较大的其他应收款情况：

单位：元

单位名称	关系	金额	年限	占其他应收款总额比例 (%)
上市中介机构款项	非关联方	1,578,679.24	1 年以内	43.53%
浙江华谊兄弟影业投资有限公司	参股股东控制的企业	1,000,000.00	1 年以内	27.58%
合 计		2,578,679.24		71.01

5、报告期末，无持公司 5%(含 5%)以上表决权股份的股东单位欠款。

## (五) 固定资产

1、截止 2011 年 12 月 31 日固定资产原值、折旧、净值情况见下表：

单位：元

项 目	2011 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2011 年 12 月 31 日
一、账面原值合计	11,175,303.00	8,443,283.70	-	19,618,586.70
电子及其他设备	11,175,303.00	8,443,283.70	-	19,618,586.70
二、累计折旧合计	3,403,817.71	3,849,013.24	-	7,252,830.95

电子及其他设备	3,403,817.71	3,849,013.24	-	7,252,830.95
<b>三、固定资产账面净值合计</b>	<b>7,771,485.29</b>	<b>4,594,270.46</b>	-	<b>12,365,755.75</b>
电子及其他设备	7,771,485.29	4,594,270.46	-	12,365,755.75

2、截止 2012 年 12 月 31 日固定资产原值、折旧、净值情况见下表：

单位：元

项 目	2012 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2012 年 12 月 31 日
<b>一、账面原值合计</b>	19,618,586.70	9,875,176.35	383,791.00	26,131,422.89
电子及其他设备	19,618,586.70	9,875,176.35	-	26,131,422.89
<b>二、累计折旧合计</b>	7,252,830.95	6,549,561.52	364,601.45	13,437,791.02
电子及其他设备	7,252,830.95	6,549,561.52	364,601.45	13,437,791.02
<b>三、固定资产账面净值合计</b>	<b>12,365,755.75</b>	<b>3,325,614.83</b>	<b>19,189.55</b>	<b>15,672,181.03</b>
电子及其他设备	12,365,755.75	3,325,614.83	19,189.55	15,672,181.03

公司的固定资产包括电子及其他设备等；采用直线法计提折旧，使用年限为 3-5 年，按照 3 或 5 年计提累计折旧。净残值率 5%。公司固定资产使用状况良好，截止 2012 年 12 月 31 日未发现固定资产存在减值迹象。

(六) 无形资产

公司无形资产主要包括外购的软件及自主开发的软件著作权。

1、截止 2011 年 12 月 31 日无形资产原值、折旧、净值情况见下表：

单位：元

项 目	2011 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2011 年 12 月 31 日
<b>账面原价合计</b>	<b>4,538,939.54</b>	<b>3,242,181.85</b>	-	<b>7,781,121.39</b>
软件著作权	4,505,468.54	3,146,341.85	-	7,651,810.39
软件	33,471.00	95,840.00	-	129,311.00
<b>累计摊销合计</b>	<b>1,612,281.13</b>	<b>893,780.61</b>	-	<b>2,506,061.74</b>
软件著作权	1,610,607.57	874,060.28	-	2,484,667.85
软件	1,673.56	19,720.33	-	21,393.89

项目	2011年1月1日	本期增加	本期减少	2011年12月31日
<b>无形资产账面净值合计</b>	<b>2,926,658.41</b>	-	-	<b>5,275,059.65</b>
软件著作权	2,894,860.97	-	-	5,167,142.54
软件	31,797.44	-	-	107,917.11
<b>减值准备合计</b>	-	-	-	-
软件著作权	-	-	-	-
软件	-	-	-	-
<b>无形资产账面价值合计</b>	<b>2,926,658.41</b>	-	-	<b>5,275,059.65</b>
软件著作权	2,894,860.97	-	-	5,167,142.54
软件	31,797.44	-	-	107,917.11

2、截止2012年12月31日无形资产原值、折旧、净值情况见下表：

单位：元

项目	2012年1月1日	本期增加	本期减少	2012年12月31日
<b>账面原值合计</b>	<b>7,781,121.39</b>			<b>7,781,121.39</b>
软件著作权	7,651,810.39			7,651,810.39
软件使用权	129,311.00			129,311.00
<b>累计摊销合计</b>	<b>2,506,061.74</b>	<b>1,440,951.01</b>		<b>3,947,012.75</b>
软件著作权	2,484,667.85	1,415,088.85		3,899,756.70
软件	21,393.89	25,862.16		47,256.05
<b>减值准备累计金额合计</b>				
软件著作权				
软件				
<b>账面价值合计</b>	<b>5,275,059.65</b>			<b>3,834,108.64</b>
软件著作权	5,167,142.54			3,752,053.69
软件	107,917.11			82,054.95

公司无形资产主要包括外购的软件及自主开发的软件著作权。采用直线法摊销，使用年限为3-5年，净残值率0。本报告期内，公司账面价值为2,396,484.89元的无形资产质押给北京中关村科技担保有限公司作为其为公司银行借款提供担保的反担保，除此之外公司无形资产无质押、担保及其他所有权受限制的情况。

## (七) 开发支出

## 1、截止 2011 年 12 月 31 日开发支出情况见下表：

单位：元

项目	2011年1月1日	本期增加	本期减少		2011年12月31日
			计入当期损益	确认为无形资产	
精准派系统 V1.0	-	1,673,398.08	-	1,673,398.08	-
微博管家(微舆情、微诊断系统)	-	644,995.29	-	644,995.29	-
云视频系统 V1.0	-	827,948.48	-	827,948.48	-
合计	-	3,146,341.85	-	3,146,341.85	-

## 3、截止 2012 年 12 月 31 日开发支出情况见下表：

单位：元

项目	2011年1月1日	本期增加	本期减少		2012年12月31日
			计入当期损益	确认为无形资产	
微博管家系统-v2.0		649,888.78			649,888.78
KOL 红人管理系统		792,692.98			792,692.98
微博管家运营管理系统		914,420.61			914,420.61
移动应用加载器及移动应用监测系统		1,977,165.04			1,977,165.04

项目	2011年1月1日	本期增加	本期减少		2012年12月31日
			计入当期损益	确认为无形资产	
合计		4,334,167.41			4,334,167.41

公司按照开发阶段与开发支出项目支出归总，开发支出主要为开发人员的相关人工成本。

### （八）长期股权投资

根据公司于2012年7月19日与安索帕、随视科技分别签署的股东协议，公司与安索帕、随视科技共同出资1,725万元设立上海随视广告有限公司。2012年12月31日公司长期股权投资情况如下所示：

被投资单位名称	核算方法	初始投资成本	在被投资单位持股比例	在被投资单位表决权比例	本期现金红利
上海随视广告有限公司	权益法	3,484,500.00	25.19%	25.19%	-

### （九）长期待摊费用

#### 1、截至2012年12月31日的长期待摊费用情况：

单位：元

项目	2011年12月31日	本年增加额	本年摊销额	其他减少额	2011年12月31日
装修费	28,647.26	225,800.00	52,780.59		201,666.67
合计	28,647.26	225,800.00	52,780.59		201,666.67

### （十）递延所得税资产

已确认的递延所得税资产和递延所得税负债：

单位：元

项目	2012年12月31日	2011年12月31日
资产减值准备	330,150.71	169,491.44
股份支付产生的差异	301,964.05	
长期股权投资	5,383.25	
无形资产	163,743.77	150,982.03
可抵扣亏损	1,629,481.31	683,358.49

合 计	2,430,723.09	1,003,831.96
-----	--------------	--------------

公司递延所得税资产主要由计提坏账准备、股份支付与尚可抵扣的亏损产生。

### （十一）资产减值准备

#### 1、资产减值准备计提政策

##### （1）坏账准备计提政策：

公司对应收款项计提坏账准备，公司应收款项主要包括应收账款和其他应收款。在资产负债表日有客观证据表明其发生了减值的，应当根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额确认减值损失。

##### 1) 单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法：

公司于资产负债表日，将应收账款大于200万元的应收款项划分为单项金额重大的应收款项，逐项进行减值测试，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。

2) 单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收款项坏账准备的确定依据、计提方法：

根据信用风险特征组合确定的应收款项坏账准备计提方法：公司对于单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收款项通过对应收款项进行账龄分析，并结合债务单位的实际财务状况及现金流量情况确定应收款项的可回收金额，确认减值损失，计提坏账准备。

对单项金额重大并单项计提减值准备外的应收款项，公司统一采用账龄分析法对应收账款计提坏账准备，计提的比例如下：

账龄	应收账款计提比例%
3个月以内（含3个月）	-
3-12个月（含12月）	2
1年至2年（含2年）	10
2年至3年（含3年）	30
3年至4年（含4年）	50
4年至5年（含5年）	80
5年以上	100

3) 对于其他应收款项（包括应收票据、预付款项、应收利息、长期应收款

及其他应收款中员工差旅费借款、押金、保证金等), 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

**(2) 存货跌价准备计提政策:**

资产负债表日, 公司存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时, 提取存货跌价准备。公司按照单个存货项目计提存货跌价准备, 对于数量繁多、单价较低的存货, 按照存货类别计提存货跌价准备; 与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的, 且难以与其他项目分开计量的存货, 则合并计提存货跌价准备。

计提存货减值准备以后, 如果以前减记存货价值的影响因素已经消失的, 减记的金额予以恢复, 并在原已计提的存货跌价准备金额内转回, 转回的金额计入当期损益。

**(3) 固定资产减值准备计提政策:**

公司在资产负债表日对各项固定资产进行判断, 当存在减值迹象, 估计可收回金额低于其账面价值时, 账面价值减记至可收回金额, 减记的金额确认为资产减值损失, 计入当期损益, 同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认, 在以后会计期间不再转回。当存在下列迹象的, 表明固定资产资产可能发生了减值:

1) 资产的市价当期大幅度下跌, 其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌;

2) 企业经营所处的经济、技术或法律等环境以及资产所处的市场在当期或将在近期发生重大变化, 从而对企业产生不利影响;

3) 市场利率或者其他市场投资回报率在当期已经提高, 从而影响企业用来计算资产预计未来现金流量现值的折现率, 导致资产可收回金额大幅度降低;

4) 有证据表明资产已经陈旧过时或其实体已经损坏;

5) 资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置;

6) 企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期, 如: 资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润(或者损失)远远低于预计金额等; 其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

**2、坏账准备实际计提情况:**

单位：元

时间	期初	本期计提额	其他变动额		期末
			转回	转销	
2012年12月31日	811,532.40	792,062.66	-	-	1,603,595.06
2011年12月31日	221,532.38	590,000.02	-	-	811,532.40

## 八、报告期公司主要债务情况

### (一) 应付账款

#### 1、应付账款按账龄列示如下：

单位：元

账龄	2012年12月31日		2011年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	11,088,110.88	99.06%	19,678,807.27	100%
1-2年	105,263.00	0.94%	-	-
2-3年	-	-	-	-
合计	11,193,373.88	100.00%	19,678,807.27	100%

#### 2、2011年12月31日应付账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占应付账款总额的比例(%)
北京百度网讯科技有限公司	服务商	4,052,833.82	1年内	20.59%
北京智德典康电子商务有限公司	服务商	1,350,000.00	1年内	6.86%
上海卡芙广告有限公司	服务商	1,164,200.00	1年内	5.92%
海南天涯社区网络科技股份有限公司	服务商	1,112,500.00	1年内	5.65%
北京无线互联广告有限公司	服务商	1,146,000.00	1年内	5.82%
合计		8,825,533.82		44.84%

#### 3、2012年12月31日应付账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占应付账款总额的比例(%)
北京无线互联广告有限公司	服务商	3,500,898.13	一年内	31.28%
安布斯沛(上海)广告传媒有限公司	广告商	1,325,500.00	一年内	11.84%
北京智推网络技术有限公司	广告商	900,000.00	一年内	8.04%
乐视网信息技术(北京)股份有限公司	广告商	808,782.00	一年内	7.23%
湖南通力凯顿系统集成有限公司	供应商	660,377.36	一年内	5.90%
合计		7,195,557.49		64.28%

本报告期内，应付账款中无应付持有本公司5%(含5%)以上表决权股份的股东。

## (二) 预收款项

预收款项按账龄列示如下：

单位：元

账龄	2012年12月31日	2011年12月31日
1年以内	295,664.30	1,347,756.93
1年以上	146,995.75	-
合计	442,660.05	1,347,756.93

截至2012年12月31日，预收款项中无应付持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东单位。

## (三) 应交税费

单位：元

税种	2012年12月31日	2011年12月31日
企业所得税	1,020,057.82	436,839.60
营业税	229,817.27	675,793.26
城市维护建设税		30,125.25
教育费附加	13,608.91	26,000.56
个人所得税	11,490.87	103,296.16
文化事业建设费	66,582.67	185,651.16
河道管理费	70,454.82	2,863.38

合 计	1,412,012.36	1,460,569.37
-----	--------------	--------------

#### (四) 其他应付款

其他应付款按账龄列示如下：

单位：元

账 龄	2012年12月31日		2011年12月31日	
	金额	比例	金额	比例
1年以内	129,857.39	49.67%	532,296.76	100%
1-2年	131,600.00	50.33%	-	-
合 计	261,457.39	100.00%	532,296.76	100%

本报告期末其他应付款中应付持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东款项。

### 九、报告期股东权益情况

单位：元

所有者权益	2012年12月31日	2011年12月31日
股本	40,000,000.00	8,126,161.00
资本公积	90,331,597.02	71,693,479.53
减：库存股	-	-
专项储备	-	-
盈余公积	-	-
一般风险准备	-	-
未分配利润	200,181.39	-7,929,459.12
所有者权益合计	131,203,715.68	71,890,181.41

2012年9月14日，有限公司召开股东会，一致同意以全体股东作为发起人，有限公司以2012年7月31日经审计的净资产131,081,834.68元按1:0.3052的比例折合成股本4,000.00万元，其余91,081,834.68元记入资本公积。完成变更后，股份公司注册资本为4,000.00万元。

### 十、现金流量表补充资料

单位：元

1、将净利润调节为经营活动现金流量的信息

项 目	2012 年	2011 年
<b>将净利润调节为经营活动现金流量：</b>		
净利润	5,754,435.24	9,698,065.71
加：资产减值准备	792,062.66	590,000.02
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	6,549,561.52	3,849,013.24
无形资产摊销	1,440,951.01	893,780.61
长期待摊费用摊销	52,780.59	17,227.74
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	9,019.55	
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）		
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）		
财务费用（收益以“-”号填列）		
投资损失（收益以“-”号填列）	-696,418.34	
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-1,426,891.13	-1,003,831.96
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	45,935.16	
存货的减少（增加以“-”号填列）		
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-15,178,590.40	-35,102,425.33
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-8,117,171.75	9,704,578.69
其他		
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-10,774,325.89</b>	<b>-11,353,591.28</b>
<b>不涉及现金收支的重大投资和筹资活动：</b>		
债务转为资本		
一年内到期的可转换公司债券		
融资租入固定资产		
<b>现金及现金等价物净变动情况：</b>		
现金的年末余额	21,307,729.76	12,154,216.15
减：现金的年初余额	12,154,216.15	17,068,346.96
加：现金等价物的年末余额		
减：现金等价物的年初余额		
<b>现金及现金等价物净增加额</b>	<b>9,153,513.61</b>	<b>-4,914,130.81</b>

## (2) 现金及现金等价物的构成

项 目	年末数	年初数
现金	21,307,729.76	12,154,216.15
其中：库存现金	122,578.91	49,280.13
可随时用于支付的银行存款	21,185,150.85	12,104,936.02
可随时用于支付的其他货币资金		
现金等价物		
其中：三个月内到期的债券投资		
年末现金及现金等价物余额	21,307,729.76	12,154,216.15

## 十一、关联方及关联交易

### （一）关联方

#### 1、控股股东

关联方名称	关联方与本公司关系	持股比例（%）
百视欣	控股股东	30.29%

#### 2、实际控制人

公司的实际控制人为段嘉瑞、翁启育、薛晨、沈雁。

#### 3、本公司的子公司

子公司名称	注册资本	持股比例（%）
北京随视广告有限公司	100 万	100.00
上海随视科技有限公司	250 万	100.00

#### 4、本公司的联营企业

子公司名称	注册资本	持股比例（%）
上海随视广告有限公司	1,383.45 万	24.68

#### 5、其他关联方

其他关联方名称或姓名	其他关联方与本公司关系	组织机构代码

百联奇奥	参股股东	66560609-0
东方星空	参股股东	68165596-8
天津百富源	参股股东	55344936-9
上海宇海企业发展集团有限公司	参股股东	67621442-0
中科长江	参股股东	55714949-4
重庆华犇电子信息创业投资中心（有限合伙）	参股股东	56560247-1
华谊兄弟	参股股东	76869118-7
浙江银江辉皓	参股股东	57439363-x
随视通	参股股东	57519465-1
随欣视同	参股股东	57124169-2
随业视金	参股股东	55850086-4
王宏泰	参股股东	
安索帕（上海）广告传播有限公司	公司联营企业的控制人	
安布思沛（上海）广告传媒有限公司	公司联营企业	05122651-X
浙江华谊兄弟影业投资有限公司	参股股东控制的公司	
北京百度网讯科技有限公司	与间接持股 5% 以上的股东受同一人控制	80210043-3
百度在线网络技术（北京）有限公司	与间接持股 5% 以上的股东受同一人控制	71774346-9

## （二）关联交易情况

### 1、购销商品、提供和接受劳务的关联交易

关联方	关联交	关联交易定	本年发生额	上年发生额
-----	-----	-------	-------	-------

	易内容	价原则及决策程序	金额(万元)	占同类交易金额的比例(%)	金额(万元)	占同类交易金额的比例(%)
北京百度网讯科技有限公司	采购媒体	市场价	235.80	3.05	470.55	8.04
百度在线网络技术(北京)有限公司	采购媒体	市场价	-	-	1,231.25	21.03
浙江华谊兄弟影业投资有限公司	采购媒体	市场价	58.86	0.76	-	-
安布思沛(上海)广告传媒有限公司	采购媒体	市场价	200.61	2.59	-	-

## 2、关联方应收应付款项(账面余额):

单位:元

项目名称	关联方	2012年12月31日	2011年12月31日
其他应收款	浙江华谊兄弟影业投资有限公司	1,000,000.00	-
应付账款	北京百度网讯科技有限公司	8,596.32	4,412,106.11
	浙江华谊兄弟影业投资有限公司	624,000.00	
	安布思沛(上海)广告传媒有限公司	1,692,191.40	

## 4、关联交易的持续性和公允性

公司与北京百度网讯科技有限公司的关联交易不具有持续性,2012年11月9日,公司、随视广告、随视科技(统称乙方)与北京百度网讯科技有限公司(简称甲方)签署了关于百度“鸿媒体”业务战略合作协议的终止协议,百度“鸿媒体”业务不再继续。

公司与浙江华谊兄弟影业投资有限公司的关联交易属于首次发生,是否可持续取决于本次合作效果,因此具有不确定性。

公司与安索帕的关联交易具有持续性。

公司对关联方与对独立第三方价格一致,定价公允。

## 十二、重大担保、诉讼、其他或有事项和期后事项对公司的影响

无。

### 十三、资产评估情况

2012年9月，本公司整体变更为股份有限公司时，北京北方亚事资产评估有限责任公司对公司整体资产及相关负债进行了评估，并出具了北方亚事评报字[2012]第232号《资产评估报告书》，本次评估的基准日为2012年7月31日，评估方法采用成本法。

本次资产评估结果如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增减率%
流动资产	6,633.89	6,633.89	-	-
持有至到期投资	4,000.00	4,015.98	15.98	4.38
长期股权投资	591.55	876.47	284.92	48.17
固定资产	1,409.63	1,404.94	-4.69	-0.33
无形资产	434.29	434.29	-	-
其他非流动资产	321.08	321.08	-	-
资产总计	13,390.45	13,686.66	296.21	2.21
流动负债	282.26	282.26	-	-
长期负债	-	-	-	-
负债合计	282.26	282.26	-	-
净资产	13,108.18	13,404.40	296.21	2.26

### 十四、股利分配政策和最近两年分配及实施情况

#### （一）股利分配的一般政策

##### 1、母公司股利分配政策

公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- （1）弥补以前年度亏损；
- （2）提取法定盈余公积金。法定盈余公积金按税后利润的10%提取，盈余公积金达到注册资本50%时不再提取；

（3）提取任意盈余公积金；

（4）分配股利。公司董事会提出预案，提交股东大会审议通过后实施。

##### 2、子公司股利分配政策

股东按照实缴的出资比例分取利润。

### 3、安布思沛股利分配政策

(1) 公司应根据中国适用法律从公司的税后利润中提取法定公积金和任意公积金。

(2) 在支付税费并提取公积金后，公司股息分配应每年由董事会提议并由股东通过决议批准。作为一般原则，除非股东另行书面同意，公司应在提取审慎和适当准备金（包括股东在每年做出的下一会计年度预算预测中商定的未来充足营运资金准备和税务准备金）后将公司每年可分配利润的至少百分之三十（30%）作为股息分配给股东。

(3) 在公司以往会计年度的亏损未得到弥补前，公司不得分配利润。以往会计年度的未分配利润可与当年的利润一并分配。

#### (二) 最近两年分配情况

公司及子公司、安布思沛报告期内未发生股利分配事项。

## 十五、纳入合并报表的子公司情况

项目	北京随视广告有限公司	上海随视科技有限公司
注册资本	100 万	250 万
股份公司持股比例 (%)	100.00	100.00
主要业务	设计、制作、代理、发布广告；经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动；承办展览展示活动	网络技术领域的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，计算机服务（除互联网上网服务营业场所），软件开发，计算机系统集成，网络科技（不得从事科技中介），商务咨询，文化艺术交流策划，展览展示服务。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）

2012年总资产（元）	45,582,556.24	21,847,811.68
2012年净资产（元）	-3,423,806.30	4,399,296.44
2012年营业收入（元）	47,125,031.35	56,073,144.36
2012年净利润（元）	-5,253,537.50	573,984.30

## 十六、管理层对可能影响公司持续经营的风险因素的评估

### （一）宏观经济减速带来的风险

互联网精准营销行业的发展受宏观经济波动影响，也受到实体经济整体发展状况的制约。2008年国际金融危机导致全球经济整体下滑，经济增长明显放缓，各国实体经济都受到不同程度的冲击。对于我国来说，虽然国家出台了一系列经济刺激计划，经济也有所复苏，但仍存在实体经济的下滑和波动风险。如果未来国内宏观经济环境继续恶化，实体经济的发展受阻，各个企业必然会削减广告预算，广告产业的需求必然下降，从而影响公司产品的市场需求，公司将面临因宏观经济环境变化而导致的行业需求萎缩风险。

公司管理层充分认识到近年来宏观经济波动对公司业务带来的不利影响，采取措施积极应对市场风险。一是控制人员扩张，加强管理，强化业绩考核，降低运营成本；二是大力开发新产品，拓展移动互联网市场的业务。

### （二）技术更新快带来的风险

公司业务模式与互联网技术息息相关，互联网技术发展迅速，导致互联网广告的业务模式及产品更新换代较快。公司如不能长期保持持久的研发投入、技术更新和业务人员水平的提高，则可能面临业务模式落后的危险，从而影响业绩。

公司主要从事精准投放和数字营销的技术及数据服务，技术含量高，且升级更新快，与互联网技术和新媒体技术的发展紧密相连。公司面临着因互联网技术更新换代过快导致公司产品过时的风险，或者是技术落后的风险。例如，随着移动互联网的兴起，客户放在移动互联网上的广告预算可能随着移动互联展示技术的完善而增加，公司必须开发和推广新的技术和服务，开拓新的媒体资源平台，

以保持自身的竞争地位。

公司管理层认为，公司必须保持与互联网行业发展同步的技术开发，针对发展状况推出适合不同技术发展阶段的精准营销平台，不断创新产品、创新业务模式。公司过去几年在技术投入上相对公司拥有的资源来说是适当的，也使公司在业内保持了一定程度上的技术先进性。公司也加大了在移动互联网产品领域的拓展，努力跟上移动互联网技术的发展。公司未来将进一步保持技术的较高投入和加大开发力度，同时以较先进的机制引进市场优秀人才的加盟。

### （三）数据采集和使用的风险

公司采用多种技术从媒体端及合作方合法获取互联网用户的浏览历史记录等信息，并据此将用户群体进行类别划分。基于公司收集到的海量数据，才能做到广告的精准投放。然而，某些媒体可能会禁止或限制公司收集或使用数据，特定的用户端软件或程序的广泛应用也可能影响公司数据获取的能力范围。此外，随着政府与个人对隐私权认识的进步，如政府对互联网公司的数据采集和使用行为有详细的法律法规及惩罚措施出台，部分互联网公司采集和使用数据的方式可能需调整以符合相关法律法规的要求。

公司开展互联网广告精准投放业务的基础数据主要包括互联网用户的基础属性数据、浏览行为数据、兴趣爱好数据、品牌偏好数据、购物倾向数据、搜索行为数据、地域访问数据、用网习惯、用网偏好及社交行为数据等。主要数据来源包括超过五年的百度联盟媒体投放数据（超过 3000 家媒体、超过 500 家企业）、三年以上 4A 广告公司平台的广告监测数据（超过 500 家企业，每年超过 10 亿元预算）和两年的新浪微博、腾讯微博对接数据（其中新浪微博 2 亿用户数据、腾讯微博 3 亿用户数据，超过 350 亿的用户关系数据）。公司数据的收集方式主要包括：1、与互联网信息服务商进行战略合作，由互联网信息服务商提供互联网用户浏览记录；2、公司经互联网信息服务商同意，通过在合作网站上附着主动程序收集互联网用户浏览记录 3、与微博等社会化媒体平台进行战略合作，收集社会化媒体平台开放的用户信息和操作记录等。

公司对上述数据的使用方式为通过 ADMan 平台和公司其他技术手段对数据进行运算和分析，并根据客户需求对互联网用户进行分类，以达到对客户广告投放行为进行精确导向（包括用户导向和媒体导向）和提高广告投放效果的目标。

公司通过互联网采集的数据主要由互联网信息服务提供商提供，公司为数据的间接收集和使用方。互联网信息服务提供者在收集用户个人信息前一般会取得互联网用户的点击同意，虽然相关用户往往不注意相关内容，但互联网信息服务提供者经互联网用户同意收集相关信息不存在违法情形。此外，公司获得的相关数据不涉及真正的敏感个人信息，个人信息一般是指可为计算机信息系统所处理、与特定自然人相关、能够单独或通过与其它信息结合识别该特定自然人的计算机数据，分为敏感信息和一般信息，而个人敏感信息是指一旦遭到泄露或修改，会对标识的个人信息主体造成不良影响的个人信息。公司目前收集的用户数据，并未涉及个人敏感信息，且为批量分析使用，不针对某特定主体，也不会指向某特定主体。

北京安杰律师事务所就公司收集和使用互联网数据出具了《补充法律意见书（一）》，其结论为：“本所律师认为，公司通过互联网采集相关数据的行为符合现有法律、法规对互联网用户个人信息的保护的相关规定。”“基于境外互联网用户个人信息保护的实践，我国对于互联网用户个人信息的保护会趋于更加严格，但互联网本身基于数据解读和传输构建的，相关数据的编排、采集、分析、维护是保证互联网应有功能的基础，因此，本所律师认为，合法的经过互联网用户同意的信息或数据采集和利用行为不应也不会被禁止，但未经互联网用户同意的个人信息采集和转让获利行为将逐渐被限制或禁止。”“本所律师认为，即使未来我国在互联网用户个人信息保护方面采取更加严格的要求和限制，亦不会对公司业务产生重大影响。”

#### （四）对媒体资源依赖度较高的风险

海量数据是从事互联网精准营销的基础，拥有了大量的数据，公司才可以对数据进行分析整合，然后才能保证广告投放的精准性。因此，数据的来源对于公司来说尤其重要，目前，公司已经和新浪、腾讯等大型媒体建立了长期合作的关系，公司的大部分数据也是来自于这些大型媒体，对其依赖程度较高。虽然和这些媒体资源解除合作关系的可能性小，但公司还是面临着数据来源不稳定的风险。

针对此项风险，公司管理采取的措施：1、公司要加强和媒体资源的合作，尤其是要和重要的媒体资源建立起长期合作关系，使得公司的数据有比较稳定的

来源。2、公司应该在维护现有媒体资源合作关系的基础上，进一步拓展合作伙伴，降低公司对大型的媒体资源依赖程度。

#### **（五）媒体平台使用费大量支付而带来的风险**

公司目前已与新浪微博、腾讯微博、微信等媒体平台签署了战略合作协议，但尚未支付这些平台相关使用费，预计未来这些平台将实行有偿使用方式，届时公司会支付部分使用费，可能对公司营运资金产生一定压力。

公司管理层采取的对策：公司会针对未来需要支出的平台使用费用进行合理的估算，并作出准确、长期的公司财务规划，保证公司现金流的稳定，从而避免未来应付账款大量支付给公司正常运营带来的影响。

#### **（六）数据安全方面的风险**

目前，公司对从互联网获得的数据和客户信息能够进行有效管理和保护，公司已经采取安全的数据库服务器和其他相关措施。但公司的服务器还是有可能遭受安全攻击、计算机病毒和类似的干扰问题，影响数据的完整性或中断，甚至造成数据的丢失泄露。

公司高度重视数据安全工作，正积极进行灾备中心的扩建，加大硬件、软件投入，提高数据安全的保护措施。

#### **（七）应收账款余额较大的风险**

公司2011年末扣除坏账准备后应收账款净额为5,778.23万元；2012年12月31日末扣除坏账准备后应收账款净额为6,287.81万元，较2011年末增长8.82%，报告期公司应收账款净额增幅较大，其主要原因在于公司销售收入增长。

公司是互联网广告企业。该类企业从签订订单-制作广告-广告投放-客户验收-回款的整个周期较长，客观上导致了公司的应收账款余额较大，周转率较低。随着公司业务的发展，应收账款可能有进一步扩大的风险。

公司拟加强对客户信用分级管理，做好经营计划和资金规划。同时，加强账款催收，对业务员加强资金加收的考核，有效控制应收账款的增长。

#### **（八）人才流失风险**

由于公司从事的主要业务技术含量较高，技术人员不仅需要具备相关专业知识，同时还须具备多年的行业实践经验；销售人员不仅需要具备较强的市场营销能力，还需要掌握产品的相关技术原理、熟悉产品性能等，因此，技术人员和销

售人员对于公司来讲尤为重要。尽管公司此前六年技术人员团队稳定，且已经对技术人员团队采取了股权激励等措施。但由于人员流动率高为该行业的普遍现象，公司也不能保证在未来不出现此类情况，一旦核心技术人员或销售人员大量流失，将对公司的业务发展造成一定影响。

公司已经采取的核心技术人员间接持股的方式来稳定技术人才。未来将进一步探索和实施扩大技术人才持股，持有股份合法合规流通的路径。为技术人才提供更好的工作环境，创造更好的工作条件，提供更多的晋升机会，多方面措施来稳定队伍。

### （九）自参股公司撤资的风险

2012年，公司及其上海全资子公司上海随视科技有限公司，与外商独资企业安索帕（上海）广告传播有限公司合资设立安布思沛（上海）广告传媒有限公司。现因合资公司经营未达到预期效果，公司及其子公司拟自合资公司撤资。

公司及其子公司共持有安布思沛40%股权，承诺出资额690万元，两年内缴清，现已实际出资348.45万元，现在撤资可能会对公司财务造成一定影响。

截至本公开转让说明书出具之日，公司仍未确定撤资方案，合资双方也未签署任何协议。根据合资公司设立前股东签署的协议，2017年1月1日后，安索帕对公司及其子公司所持有的40%股份享有优先回购权而无需书面通知，公司亦有要求安索帕回购其所持有的40%股权的出售选择权而无需书面通知。但由于合资公司经营日期未到优先购买选择权及出售选择权生效日，因此该条款对公司撤资方案无影响。

公司管理层正积极与合资方沟通，争取通过协商和谈判以最有利于公司的方式从合资公司撤回投资，最大限度降低撤资带来的风险。

### （十）现金流不足的风险

公司的收入实现模式使得应收账款账期较长，同时公司发展业务需要支付的各项费用中现金支出较多，这导致了公司的应收账款余额较大，报告期内公司现金流较为紧张，2011年、2012年经营活动净现金流分别为-1,135.36万元、-1,077.43万元。公司近年发展资金主要靠融资所得。

针对上述风险，公司管理层采取的措施：加大应收账款回收力度，合理安排采购等现金支出，保持采购和销售的密切联系，最大限度地压缩媒体采购资金的

占用，改善经营现金流状况，同时合理运用外部资金来改善企业现金流量状况。

#### **(十一) 业绩季节性波动风险**

下半年特别是四季度是互联网广告购买及投放的高峰期。基于客户市场需求因素的影响，公司的收入呈现较明显的季度不均衡的分布特征，公司收入的实现主要体现在下半年尤其是第四季度，而第一季度由于客户预算制定和假期等因素影响收入较少。

针对上述风险，管理层采取的措施：通过加强自身经营管理与市场预测，积极开拓各类市场，并尽量与客户建立起长期战略合作关系，广告淡季采取多种措施增加收入，减少季节波动对公司业绩造成的影响。

### **十七、公司经营计划**

公司计划依托股份改制并在国内上市实现融资渠道的扩展与畅通，增强公司的资金实力。同时，以上市公司平台为基础，巩固公司的市场品牌效应，吸引行业人才组建更具有战斗力与竞争力的团队，实现人力资源与资本运作两方面的突破。在此基础上，加大公司在产业链中的话语权与市场占有率，提高公司与品牌客户、4A 广告公司、媒体资源等方面的黏着程度，提高公司在数据处理方面的技术水平与运维能力，不断完善 AdMan 平台对数据深度挖掘分析的能力，提高互联网营销业务的精准度，以增强客户对公司产品的依赖程度，实现良性循环。同时，努力整合媒介资源，扩大公司媒介资源池规模，进一步扩展业务发展空间与风险承担能力。

(正文完)

(本页无正文，为北京随视传媒科技股份有限公司公开转让说明书的签字、盖章页)

(董事、监事、高级管理人员签字)

张嘉瑞  
张永青  
张东成  
戴佳衡  
张金鑫  
张磊

李庆  
李庆  
沈雁  
张展铭  
张展铭

(签章)



北京随视传媒科技股份有限公司

2013年6月5日



# 会计师事务所对《北京随视传媒科技股份有限公司公开转让说明书》

## 真实性、准确性和完整性的说明

本机构及经办人员（签字注册会计师）已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的专业报告（审计报告）无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让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，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

中瑞岳华会计师事务所（盖章）  
机构负责人签字：



注册会计师签字：



2013年6月5日

## 律师事务所对《北京随视传媒科技股份有限公司公开转让说明书》真实性、准确性、完整性的声明

本机构及经办人员（经办律师）已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的专业报告（法律意见书）无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让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，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

北京安杰律师事务所（盖章）



机构负责人签字：

经办律师签字：

二零一三年6月5日

## 资产评估机构对《北京随视传媒科技股份有限公司公开转让说明书》真实性、准确性、完整性的声明

本机构及经办人员（签字注册资产评估师）已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的专业报告（资产评估报告）无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让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，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

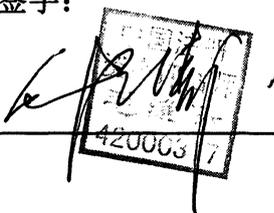
北京北方亚事资产评估有限责任公司

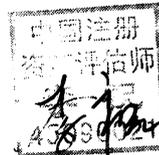


机构负责人签字：

  
0753

签字注册资产评估师签字：

  
4200037



2013年6月5日

## 附 件

一、主办券商推荐报告

二、财务报表及审计报告

三、法律意见书

四、公司章程及章程修正案

五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见及中国证监会核准文件