



黑龙江龙视星传媒股份有限公司
公开转让说明书

主办券商



国泰君安证券股份有限公司

二〇一五年七月

目录

目录	
公司声明	
重大事项提示	
释义	1
第一节公司基本情况	3
一、基本情况.....	3
二、股票公开转让概况.....	4
三、公司股权及股东情况.....	7
四、董事、监事和高级管理人员基本情况.....	15
五、最近两年及一期公司主要会计数据及财务指标.....	19
六、与本次挂牌相关的机构.....	20
第二节公司业务	22
一、公司主营业务、主要产品及其用途.....	22
二、公司的组织架构及主要产品的生产流程.....	23
三、公司关键资源.....	27
四、公司主要业务相关情况.....	37
五、公司的商业模式.....	53
六、公司所处行业基本情况.....	54
第三节公司治理	74
一、最近两年内公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况.....	74

二、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果.....	75
三、违法违规及受处罚情况.....	76
四、公司的独立性.....	77
五、同业竞争.....	80
六、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业损害公司权益的说明	88
七、公司董事、监事、高级管理人员有关情况说明.....	89
第四节公司财务	93
一、最近两年及一期的主要财务报表及审计意见.....	93
二、公司主要会计政策和会计估计.....	105
三、主要会计数据和财务指标.....	130
四、最近两年及一期主要资产情况.....	145
五、最近两年及一期主要负债情况.....	159
六、股东权益情况.....	164
七、关联方、关联关系、关联交易情况.....	164
八、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....	174
九、最近两年资产评估情况.....	177
十、股利分配政策和最近两年分配情况.....	178
十一、子公司基本情况.....	180
十二、影响公司持续经营的风险因素及应对措施.....	180
第五节有关声明	188
一、主办券商声明.....	188

二、经办律所声明.....	189
三、签字会计师事务所声明.....	190
四、签字注册资产评估机构声明.....	191
第六节附件	

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。

全国股份转让系统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，公司经营与收益的变化，由公司自行负责，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

公司特别提醒投资者注意下列风险及重大事项：

一、公司连续亏损的风险

公司 2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-2 月扣除非经常性损益后的净利润分别为-2,166,443.59 元、-3,438,728.20 元和-106,618.56 元。造成公司连续亏损的主要原因是演艺业务处于调整期，市场竞争激烈造成毛利率下降，而作为公司今后重点拓展的广告业务在报告期内处于开发初期，所拥有的广告资源没有得到充分利用，以致广告收入和毛利率尚未达到应有的水平。

二、营运资金不足的风险

公司 2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-2 月经营活动产生的现金流量净额分别为 2,878,490.55 元、-7,840,360.85 元和-15,402,769.16 元，经营活动获取现金的能力持续下滑，公司因此面临营运资金不足的风险。公司经营活动产生的现金流量净额下降的主要原因是公司 2014 年起加大广告业务的开发力度，初期为获取广告资源投入了大量的资金（包括预付款和保证金）。

三、宏观经济波动风险

广告行业与商品生产、消费领域密切相关，需通过生产和消费领域的广告投放实现效益，因此广告行业与国民经济发展状况有一定的正相关关系。近年来，随着宏观经济和商品消费需求的高速增长，广告需求也出现了大幅增长。由于大多数广告客户将广告支出作为一项软性支出，在经济低迷时期，客户可能会削减其广告投放，从而导致整体广告投放需求的减少。同时广告行业的客户来自国民经济的各个行业，客户所在行业整体发展状况、产业政策和监管措施的变化，往往会影响该行业的整体广告投放，进而传导给广告行业。因此，如果宏观经济整体下滑，经济增长减速，将会影响整个广告行业的发展，进而影响公司的业务和经营。

四、广告经营风险

广告业务作为公司的主营业务，是公司目前和未来的主要收入来源。在广告

经营业务中,如果发布的广告出现重大违规内容,如涉及虚假宣传、欺骗性宣传、违反广告法规定的相关内容等,被执法部门追究,不仅公司要蒙受名誉损失和经济处罚,客户也会因受到牵连;另外户外广告需服从市政规划,在经营中可能面临广告牌被临时拆除或替换公益广告的风险。

五、市场竞争风险

随着我国广告业的蓬勃发展及市场的逐步开放,广告行业逐渐形成全国性的市场,并有越来越多的国际广告公司进入,国内广告行业的竞争日趋激烈。

六、客户集中的风险

公司报告期内的收入全部来源于黑龙江省,存在营业收入地域集中的风险;报告各期内收入前五名客户的收入占比在 60%以上,另外公司目前主要从哈尔滨地铁集团有限公司、沈阳美兰达文化传媒有限公司取得广告代理权,存在一定的客户集中风险。

七、税收优惠政策变化的风险

根据哈尔滨市南岗区地方税务局出具的哈南地税备免通[2015]22 号备案类减免税执行通知书,公司自 2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日止享受免征企业所得税政策。如果针对企业的税收优惠政策出现变动或届时不能继续享受所得税优惠政策,将对公司的经营业绩产生消极影响。

八、公司发展较快带来的管理风险

随着公司业务尤其是广告业务的发展,公司的资产规模、人员规模、业务规模会迅速扩大,销售、管理、财务人员会随之增长,对公司的管理提出了更高的要求。如果公司管理水平不能及时提高,组织形式和管理制度未能随着公司规模扩大而及时调整和完善,各类专业人员不能及时到位并胜任工作,公司将存在因快速发展而产生的管理风险。

九、同业竞争风险

公司主要从事户外广告业务(包括地铁及空间范围)。公司的关联企业中包含“设计、制作、发布、代理国内广告业务”的企业较多,详见“第三节公司治理

理五、同业竞争（一）与控股股东、实际控制人及其所控制企业的同业竞争情况”。从广告播放的载体和客户群体等方面来说，关联企业与公司从事的户外广告业务存在着显著的不同，不构成同业竞争。唯一一家构成同业竞争的关联方数字移动，其实际控制人黑龙江电视台已经出具承诺会对下属企业进行监管，保证不从事会与公司构成同业竞争的业务。为彻底解决同业竞争问题，公司已经与数字移动的实际控制人黑龙江电视台达成一致意见，公司挂牌后会将数字移动收购以彻底解决同业竞争，公司控股股东和实际控制人已经就避免同业竞争采取了措施。但是，如果公司股东和实际控制人未严格遵守承诺，或者对其下属企业监管不力，造成关联方从事相同或者相近的业务，则有可能对公司的经营能力造成不利的影响。

十、行政处罚的风险

根据《户外广告登记管理规定》的规定，户外广告发布单位应当按照工商行政管理机关核准的登记事项发布户外广告，未经变更登记或者重新登记不得擅自改变。受委托发布户外广告的，应当提交与委托方签订的发布户外广告的委托合同、委托方营业执照或者具有同等法律效力的经营资格证明文件。公司地铁项目在试运行阶段曾经存在少量户外广告未取得户外广告登记证的情形，虽然这符合目前行业的实际情况并且主管部门对此未提异议并出具无违法违规证明，但是，公司仍存在被行政处罚的风险。

十一、户外广告登记证不能重新申领的风险

有限公司作为广告发布者应办理的户外广告登记证登记权属仍在哈尔滨美兰达文化传播有限公司和龙视传媒集团名下，部分由于合同已经履行完毕无法进行更名，其余户外广告登记证重新申领的手续正在办理中。根据《户外广告登记管理规定》要求，户外广告发布者应及时办理户外广告登记证，如果公司办理不及时可能会对公司经营造成不利影响。

十二、实际控制人变更的风险

公司的实际控制人为黑龙江电视台，根据《中共黑龙江省委常委委员会第78次常委会议纪要【2014】26号》、《黑龙江省机构编制委员会关于黑龙江电视

台与黑龙江人民广播电台合并组建黑龙江广播电视台的通知【2015】21号》、《中共黑龙江省委组织部关于同意成立黑龙江广播电视台党委的通知》等文件，黑龙江电视台将与黑龙江广播电视台合并组建黑龙江广播电视台。目前，合并工作的进展工作包括成立了黑龙江广播电视台党委，确定黑龙江广播电视台的领导班子成员。两台合并后的法人资格变更手续尚未办理完毕，仍然按照各自原法人资质和各自职务分工运行，但办公室、人力、计财、经管等综合部门已经开始合署办公。

伴随着两台合并的推进，公司的实际控制人将由黑龙江电视台变更为黑龙江广播电视台，如果实际控制人对下属公司的发展规划和业务经营等部署发生变化，则可能对公司的经营产生重大影响。

释义

本公开转让说明书中，除非本文另有所指，下列词语具有如下含义：

龙视星传媒、股份公司、 本公司、公司	指	黑龙江龙视星传媒股份有限公司
龙视演艺、有限公司	指	黑龙江龙视演艺经纪有限公司
龙视传媒集团	指	黑龙江龙视文化传媒集团有限公司，为公司控 股股东
龙视旅游投资	指	黑龙江龙视旅游投资有限公司
珠江文化公司	指	黑龙江龙视珠江文化传播有限公司
珠江万嘉	指	牡丹江市珠江万嘉旅游投资发展集团有限公司
数字移动	指	黑龙江龙视数字移动传媒有限责任公司
广电网络	指	黑龙江广播电视网络股份有限公司
本次挂牌	指	公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂 牌及公开转让
全体发起人	指	龙视传媒集团、龙视旅游投资
实际控制人	指	黑龙江电视台
《公司章程》	指	《黑龙江龙视星传媒股份有限公司公司章程》
《发起人协议书》	指	龙视星传媒全体发起人于 2015 年 4 月 29 日签 订的《黑龙江龙视星传媒股份有限公司发起人 协议书》
《审计报告》	指	大华会计师事务所(特殊普通合伙)以 2015 年 2 月 28 日为基准日的财务状况进行审计后出具 的大华审字[2015] 005269 号《审计报告》
《评估报告》	指	北京华信众合资产评估有限公司就有限公司截 至 2015 年 2 月 28 日公司拟改制涉及的资产和 负债进行评估后出具的“华信众合评报字 [2015]第 1024 号”《黑龙江龙视演艺经纪有限 公司净资产价值项目资产评估报告》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
主办券商	指	国泰君安证券股份有限公司
大华会计师、会计师	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
德治律师、律师	指	黑龙江德治律师事务所
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
哈尔滨市工商局	指	哈尔滨市工商行政管理局
哈尔滨市工商局南岗分局	指	哈尔滨市工商行政管理局南岗分局
报告期	指	2013 年 1 月 1 日至 2015 年 2 月 28 日
元、万元	指	人民币元、人民币万元
广告	指	为了某种特定的需要，通过一定形式的媒体，

		公开而广泛地向公众传递信息的宣传手段。
广告主	指	是指为推销商品或者提供服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的法人、其他经济组织或者个人。
广告发布	指	广告经营者通过一定的媒体或形式，将已制作好的广告信息传递给广告对象的活动。
广告发布者	指	户外广告发布单位，包括为他人发布户外广告的单位，以及发布户外广告进行自我宣传的单位和个人。
广告代理人	指	受委托发布户外广告的单位或个人
媒体	指	是指传播信息的媒介，通俗的说就是宣传的载体或平台，能为信息的传播提供平台的就可以称为媒体了，至于媒体的内容，应该根据国家现行的有关政策，结合广告市场的实际需求不断更新，确保其可行性、适宜性和有效性。

注：如无特别说明，本公开转让说明书中涉及的部分数字保留两位小数，有关列表中数字合计与总额不一致的，系因四舍五入所致。

第一节 公司基本情况

一、基本情况

- 1、公司名称：黑龙江龙视星传媒股份有限公司
- 2、法定代表人：郭锡哲
- 3、有限公司设立日期：2008年1月3日
- 4、股份公司设立日期：2015年6月8日
- 5、注册资本：人民币1,000万元
- 6、股本：1,000万股
- 7、住所：哈尔滨经开区南岗集中区汉水路430号3层
- 8、邮编：150000
- 9、电话：0451-58894328
- 10、传真：0451-59994328
- 11、互联网网址：www.longshixing.com
- 12、电子邮箱：loongmidea@163.com
- 13、信息披露负责人：林洪波

14、所属行业：根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012年修订版)，公司业务涵盖(L72)商务服务业和(R87)文化艺术业两个细分行业。根据国民经济行业分类标准(GB/T4754-2011)，公司业务涵盖(L72)商务服务业下的广告业(7240)及(R87)广播、电视、电影和影视录音制作业下的文艺创作与表演(8710)两个细分行业。根据全国中小企业股份转让系统《挂牌公司管理型行业分类指引》(2015年)，公司业务涵盖“租赁和商务服务业”分类的“商务服务业”(行业代码：L72)及“文化、体育和娱乐业”分类的“文化艺术业”(R87)。

- 15、经营范围：演出组织，演出制作，演出营销，演出居间，演出代理，演

出行纪，演员签约，演员推广，演员代理，其他，演出经纪业务。设计、制作、发布、代理国内广告业务。

16、主要业务：户外广告（包括地铁及空间广告）、演出经纪业务。

17、组织机构代码：66568968-2

18、注册号：230103100188628

二、股票公开转让概况

（一）股票基本情况

1、股票代码：【】

2、股票简称：【】

3、股票种类：人民币普通股

4、每股面值：人民币 1.00 元

5、股票总量：1,000 万股

6、挂牌日期：

（二）公开转让方式

公司股东大会已于2015年6月9日依法作出决议，决定公司股票挂牌时采取协议转让方式。

（三）股东所持股份的限售安排

1、相关法律法规对股东所持股份的限制性规定

《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的公司股份，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、高级管理人员应当向公司申报所持有的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公司股份总数的百分之二

十五；所持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公司股份。”

《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。

因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

2、股东所持股份的限售安排

公司2015年6月8日经有限公司整体改制发起设立并取得股份公司营业执照。截至本说明书出具之日，股份公司成立时间未满一年，公司现有股东所持股份在2016年6月7日以前（含当日）均不可进行公开转让。

3、股东对所持股份自愿锁定的承诺

公司股东未就所持股份作出严于相关法律法规规定的自愿锁定承诺。

根据相关法律法规对股东所持股份的限制性规定及公司股东持股情况，本次挂牌后公司股份可公开转让情况如下：

序号	股东	挂牌前持股数量（股）	持股比例（%）	限制流通股份（股）	本次可进行股份转让数量	与公司关系
1	龙视传媒集团	9,500,000	95.00	9,500,000	-	控股股东、实际控制人
2	龙视旅游投资	500,000	5.00	500,000	-	持有5%以上股份股东
	合计	10,000,000	100.00	10,000,000	-	-

公司所有发起人股东（含实际控制人）针对上述股份的限售出具了书面承诺

函。

(二) 控股股东、前十名股东以及持有 5% 以上股份股东的情况

1、控股股东

编号	股东名称	股东情况	持股数量 (股)	持股 比例(%)	股东 性质	直接或间接持有的股份是否 存在质押或其他争议事项
1	龙视传媒集团	控股股东	9,500,000	95.00	法人	否

2、前十名股东

编号	股东名称	股东情况	持股数量 (股)	持股 比例(%)	股东 性质	直接或间接持有的 股份是否存在质押 或其他争议事项	股东之间关联 关系
1	龙视传媒集团	控股股东	9,500,000	95.00	法人	否	实际控制人的全资子公司
2	龙视旅游投资	前十名股东	500,000	5.00	法人	否	控股股东的全资子公司
合计			10,000,000	100.00	—	—	—

3、持有 5% 以上股份股东

编号	股东名称	持股数量 (股)	持股 比例 (%)	股 东 性 质	直接或间接持有的股份是否 存在质押或其他争议事项	股东之间关联 关系
1	龙视传媒集团	9,500,000	95.00	法人	否	实际控制人的全资子公司
2	龙视旅游投资	500,000	5.00	法人	否	控股股东的全资子公司
合计		10,000,000	100.00	—	—	—

根据《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条规定，私募投资基金是指在中华人民共和国境内，以非公开方式向投资者募集资金设立的投资基金；及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》第二条规定，私募投资基金系指以非公开方式向合格投资者募集资金设立的投资基金，包括资产由基金管理人或者普通合伙人管理的以投资活动为目的设立的公司或者合伙企业。龙视传媒集团由黑龙江电视台单独出资设立，不存在以非公开方式募集资金的行为，其主要经营时政新闻以外的专题、专栏、综艺、动画、电视剧等业务，且其资产均为自行管理；龙视旅游投资由龙视传媒集团以其自有资金设立，其主要经营旅游投资、旅游项目开发与经营，其资产均为自行管理。综上，公司两名法人股东均不属于

前述“私募投资基金”的范畴。

经主办券商及律师核查，股份公司由龙视传媒集团及龙视旅游投资分别以自有资金出资设立，并自行对公司资产进行管理，股份公司主营业务为户外广告（包括地铁及空间广告）、演出经纪业务，并非以投资活动为目的设立的公司，故股份公司亦不属于私募投资基金。

（三）控股股东、实际控制人情况

1、控股股东和实际控制人情况

（1）控股股东：龙视传媒集团

成立时间：2009年11月10日

注册资金：157,785,000.00元

法定代表人：刘玉平

住所：黑龙江省哈尔滨南岗区汉水路428、430号

经营范围：时政新闻以外的专题、专栏、综艺、动画、电视剧（基础资质）。设计、制作、代理、发布国内外广告，旅游投资，酒店管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

龙视传媒股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例%
1	黑龙江电视台	货币、股权	15,778.50	100.00
合计			15,778.50	100.00

（2）实际控制人：黑龙江电视台

开办资金：176,970万元

举办单位：黑龙江省新闻出版广电局

法定代表人：刘玉平

住所：哈尔滨市南岗汉水路333号

宗旨和业务范围：播映电视节目，促进社会经济文化发展。制作播出电视节目。

2、认定依据

龙视传媒集团直接持有龙视星传媒 95.00%的股份，并通过其全资子公司龙视旅游投资间接持有龙视星传媒 5.00%股份，因此龙视传媒集团为公司的控股股东。

根据黑龙江电视台的《黑龙江省行政事业单位国有资产产权登记证》指出：“根据《行政单位国有资产管理暂行办法》（财政部第35号令）和《事业单位国有资产管理暂行办法》（财政部第36号令）的规定，经审定，同意黑龙江电视台依法占有、使用国有资产，并负有维护国有资产的安全和完整，提高资产使用效益的职责。”

经主办券商和律师核查，黑龙江电视台作为事业单位（事证第1230000000541号），对龙视星传媒的控股股东龙视传媒集团履行出资人的职责；间接控制龙视传媒集团出资设立的全资子公司龙视旅游投资、控股子公司龙视星传媒，黑龙江电视台100%控制龙视星传媒的表决权。在实际经营过程中，黑龙江电视台对其投资并控股的企业，包括龙视传媒集团在人事任免、经营决策方面具有有效的控制权，而仅在重大国有资产的处置方面，包括国有资产对外转让、出售等，根据现有国有资产管理相关规定报黑龙江省财政厅批准或者备案，因此认定黑龙江电视台是公司的实际控制人。

根据《中共黑龙江省委常委委员会第 78 次常委会议纪要【2014】26 号》、《黑龙江省机构编制委员会关于黑龙江电视台与黑龙江人民广播电台合并组建黑龙江广播电视台的通知【2015】21 号》、《中共黑龙江省委组织部关于同意成立黑龙江广播电视台党委的通知》等文件，黑龙江电视台将与黑龙江广播电视台合并组建黑龙江广播电视台。目前，合并工作的进展工作包括成立了黑龙江广播电视台党委，确定黑龙江广播电视台的领导班子成员。办公室、人力、计财、经管等综合部门已经开始合署办公，但两台合并后的法人资格变更手续尚未办理完

毕，仍然按照各自原法人资质和各自职务分工运行。

3、最近两年及一期内公司控股股东及实际控制人变化情况
报告期内，公司控股股东及实际控制人未发生变化。

（四）公司股本形成及变化情况

1、公司股本形成及变化情况

龙视星传媒系由龙视演艺整体变更而来，公司设立后共经历一次增资和一次整体变更。公司股本形成及变化情况如下：

（1）2008年1月，龙视演艺设立

2007年12月4日，黑龙江省财政厅出具了《非经营性资产转经营性资产申报审批表》，批准组建龙视演艺公司。

2007年12月11日，龙视演艺唯一股东黑龙江电视台制定了有限公司章程。

2007年12月13日，黑龙江中实德会计师事务所有限公司出具黑中会验字【2007】第011号《验资报告》，经审验，截至2007年12月6日，有限公司已收到全体股东缴纳的注册资本合计100万元，出资方式为货币出资。

2008年1月3日，哈尔滨市工商局核准有限公司设立并颁发注册号为230103100188628的《企业法人营业执照》，经营范围为经营演出经纪业务；组织、策划晚会、演唱会、大型活动；转播设备、演播室的出租。

公司设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	黑龙江电视台	货币	100.00	100.00
合计			100.00	100.00

（2）2010年4月，有限公司股东变更

2010年1月10日，黑龙江桓泰资产评估有限公司出具了桓泰【评报】字【2010】第0007号《关于黑龙江电视台拟确认其在黑龙江龙视演艺经纪有限公司的股权投资价值的整体资产评估报告》，经评估，按收益法取得的龙视演艺资产在2009

年11月30日所表现的评估价值为人民币125.16万元。

2010年3月8日，黑龙江省财政厅出具黑财行资【2010】3号《省财政厅关于同意黑龙江电视台对所属企业进行增资和股权重组的批复》，同意黑龙江电视台以货币资金和股权向龙视传媒集团增资8,478.50万元，其中货币资金6,000万元，股权2,478.50万元。黑龙江电视台用于增资的股权包括龙视演艺（100%的股权）在内的四家公司，评估总值为2,478.50万元。

2010年3月12日，黑龙江电视台决定将其所持龙视演艺全部股权，以125.16万元的评估价值转让给龙视传媒集团，作为其对龙视传媒集团的股权投资。

2010年3月12日，黑龙江电视台与龙视传媒集团据此签订了《股权转让合同》。其后，龙视传媒集团根据以上决定制定了新的章程。

2010年4月9日，哈尔滨市工商局南岗分局核准了本次变更并换发了《企业法人营业执照》，经营范围为许可经营项目：经营演出经纪业务（营业性演出许可证有效期至2010年12月31日）。一般经营项目：转播设备、演播室的出租。

本次股权转让所涉股东及股权结构变化情况如下：

编号	股东	变动前出资额（万元）	变动额（万元）	变动后出资额（万元）	出资比例（%）
1	黑龙江电视台	100.00	-100.00	0.00	0.00
2	龙视传媒集团	0.00	100.00	100.00	100.00
合计		100.00	0.00	100.00	100.00

（3）2014年12月股权结构变更并第一次增资

2014年10月14日，黑龙江电视台出具《关于同意向黑龙江龙视演艺经纪有限公司增资的批复》，批准龙视传媒集团和龙视旅游投资分别向龙视演艺增资850万元和50万元，用于龙视演艺的持续经营发展。

2014年10月24日，黑龙江龙誉会计师事务所有限公司出具黑龙誉会验字【2014】第A009号《验资报告》，经审验，截至2014年10月24日，有限公司已收到龙视传媒集团缴纳的新增注册资本（实收资本）合计300万元，均以货币出

资。

2014年12月15日，黑龙江龙誉会计师事务所有限公司出具黑龙誉会验字【2014】第A010号《验资报告》，经审验，截至2014年12月15日，公司已收到龙视传媒集团及龙视旅游投资缴纳的第2期出资合计600万元，均以货币出资。至此，有限公司本次出资连同第一期出资，累计注册资本及实收资本均为人民币1,000万元。

2014年12月25日，有限公司召开股东会，作出决议将公司注册资本由100万元增至1,000万元，由龙视传媒集团和龙视旅游投资共同以货币出资，其中龙视传媒集团认缴出资由100万元增至950万元，占注册资本的95%；龙视旅游投资新认缴出资50万元，占注册资本的5%。

同日，全体股东签署了根据上述决议制定的章程。

2014年12月26日，哈尔滨市市场监督管理局开发区分局核准了本次变更并换发了《企业法人营业执照》，经营范围为经营演出经纪业务。转播设备、演播室的出租；设计、制作、发布、代理国内广告业务。

本次增资所涉股东及股权结构变化情况如下：

编号	股东	变动前(万元)	变动额(万元)	变动后出资额(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	龙视传媒集团	100.00	850.00	950.00	95.00	货币
2	龙视旅游投资	0.00	50.00	50.00	5.00	货币
	合计	100.00	900.00	1,000.00	100.00	—

根据《企业国有资本与财务管理暂行办法》第九条第二款的规定“子公司国有资本变动的，属于集团内部结构调整的，由母公司审批，涉及集团外部的，由母公司报主管财政机关审批；”有限公司本次增资经主管单位黑龙江电视台批复，龙视传媒集团及龙视旅游投资均已按公司章程的规定按时缴付了出资，经审计机构出具了《验资报告》，经哈尔滨市市场监督管理局开发区分局核准，取得了《企业法人营业执照》。本次增资于2015年5月20日在省财政厅进行了企业国有资产产权变动登记，可以视为省财政厅对本次增资的追认。主办券商和律师认为，

本次增资合法有效。

(4) 2015年6月，有限公司整体变更为股份公司

2015年2月26日，经股东会决议，有限公司全体股东一致同意以2015年2月28日为有限责任公司整体变更为股份有限公司的基准日，以截至基准日的有限公司全体股东作为发起人，以经审计的截至基准日的有限公司净资产为折股依据，将有限责任公司整体变更为股份有限公司。

2015年4月20日，大华会计师事务所(特殊普通合伙)出具大华审字【2015】005269号的《审计报告》：截至基准日，有限公司经审计的净资产为12,174,494.15元。

2015年4月29日，有限公司全体股东决议同意有限公司整体变更为股份公司的具体折股方案。同日，全体发起人签署《发起人协议》：有限公司的注册资本为1,000万元，以截至2015年2月28日有限公司经审计的净资产1,217.45万元按1:0.8214的比例折合成1,000万股，每股面值1元，其余217.45万元计入资本公积金。股份公司股本总额为1,000万股，均为人民币普通股，每股面值人民币1元，全部由发起人认购。

2015年5月15日，北京华信众合资产评估有限公司出具了华信众合评报字【2015】第1024号的《资产评估报告》：截至评估基准日2015年2月28日，龙视演艺净资产账面价值12,174,494.15元，评估值为12,452,261.72元，评估增值277,767.57元，增值率2.28%。

2015年5月18日，黑龙江省新闻出版广电局出具《关于申报黑龙江龙视演艺经纪有限公司改制为股份有限公司挂牌新三板国有股权管理方案的请示》(黑新广财发【2015】12号)，同意龙视演艺整体变更为龙视星传媒并同意申请股票在全国中小企业股份转让系统公司挂牌并公开转让。

2015年5月18日，黑龙江省财政厅出具《关于黑龙江龙视星传媒股份有限公司国有股权管理有关问题的复函》(黑财行资22号)，批准龙视演艺整体变更为股份公司。

2015年5月18日，股份公司召开创立大会暨第一次股东大会，会议决议：股

份公司股本总额为10,000,000.00元人民币，以2015年2月28日为基准日，龙视演艺经审计的净资产为人民币12,174,494.15元，其中10,000,000.00元净资产折合为股份公司1,000万股，每股面值人民币1元，作为发起人认购的股份公司的股份，净资产大于股本部分计入股份公司的资本公积，截至基准日龙视演艺的全体股东按照各自在龙视演艺的出资比例持有相应的数额的股份，成为股份公司的发起人。

2015年5月20日，大华会计师事务所(特殊普通合伙)出具了大华验字【2015】第000435号《验资报告》，验证截至2015年5月20日止，公司已收到全体出资人缴纳的注册资本(股本)合计人民币1000万元，实收资本占注册资本的100.00%。

本次净资产折股进行整体变更不涉及自然人股东纳税或公司代扣代缴个人所得税情形。

2015年6月8日，哈尔滨市市场监督管理局开发区分局核准了此次整体变更，颁发了注册号为“230103100188628”号的企业法人营业执照。公司类型为股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)，住所为哈尔滨经开区南岗集中区汉水路430号3层，法定代表人郭锡哲，注册资本1,000万元，营业期限为长期，经营范围为演出组织，演出制作，演出营销，演出居间，演出代理，演出行纪，演员签约，演员推广，演员代理，其他，演出经纪业务。设计、制作、发布、代理国内广告业务。

有限公司整体变更后，股份公司的股权结构如下：

序号	股东名称	营业执照注册号	认缴情况		实缴情况		持股比例(%)
			认购股份数(股)	出资方式	实缴股份数(股)	出资方式	
1	龙视传媒集团	23000010006861 7	9,500,000	净资产折股	9,500,000	净资产折股	95.00
2	龙视旅游投资	23000010006875 6	500,000	净资产折股	500,000	净资产折股	5.00
合计		——	10,000,000	——	10,000,000	——	100.00

四、董事、监事和高级管理人员基本情况

（一）公司董事基本情况

公司董事会包括郭锡哲、王建华、于皓、赵文博、牟海燕5位董事。其中郭锡哲担任董事长。

郭锡哲，男，生于1969年，中国国籍，无境外永久居住权，硕士研究生学历。1993年7月至2009年5月历任黑龙江电视台综合节目部编辑、主持人、社教部制片人、法制频道制片人、电视剧制作中心负责人；2009年5月至2010年7月，担任黑龙江龙视旅游公司总经理；2009年11月至今担任龙视传媒集团董事，2010年12月至2013年11月担任黑龙江梦之城影视产业园有限公司董事长；2015年5月至今担任股份公司董事长。

王建华，男，生于1967年，中国国籍，无境外永久居住权，本科学历。1993年7月至2009年11月历任黑龙江电视台经济部记者、新闻部制片人、广告部经理、卫视频道副总监；2009年11月至今担任龙视传媒集团董事；2015年5月至今担任股份公司董事。

于皓，男，生于1972年，中国国籍，无境外永久居住权，硕士研究生学历。1993年7月至2010年4月历任黑龙江人民广播电台新闻播音员、节目主持人、金融台节目部主任、音乐台节目部主任、台广告部副主任；2010年至今担任龙塔国际旅游有限公司总经理；2015年5月至今担任股份公司董事。

赵文博，男，生于1980年，中国国籍，无境外永久居住权，本科学历。2001年7月至2010年4月历任黑龙江电视台法制频道编导、记者、卫视频道执行制片人、文艺频道制片人；2010年4月至2015年5月担任龙视演艺总经理；2015年5月至今担任股份公司董事。

牟海燕，女，生于1963年，中国国籍，无境外永久居住权，本科学历。1985年7月至1994年4月担任哈尔滨电站设备设计研究所会计；1994年4月至1998年9月担任黑龙江电视广告公司会计；1998年至今担任黑龙江电视台计划财务部副主任；2015年5月至今担任股份公司董事。

（二）公司监事基本情况

公司监事会由滕威、李春宇、张欢3位监事组成。其中滕威担任监事会主席，

张欢为职工监事。

滕威，女，生于1975年，中国国籍，无境外永久居住权，本科学历。1998年7月至1998年8月担任黑龙江电视台总编室职员；1998年9月至1999年7月担任黑龙江电视台图文电视财务部会计；1999年8月至2004年8月担任黑龙江万代泉饮品公司财务部会计；2004年9月至2011年8月历任黑龙江电视台总编室财务科会计、移动电视公司财务部财务总监、审计科科长；2011年9月至今黑龙江电视台审计部主任；2015年5月至今担任股份公司监事会主席。

李春宇，男，生于1977年，中国国籍，无境外永久居住权，硕士研究生学历。2000年7月至2004年4月担任黑龙江月亮湾电视城会计；2004年4月1日至2014年8月历任黑龙江电视台总编室会计、总编室副科长、财务部计划科科长；2014年8月至今担任龙视传媒集团财务总监；2015年5月至今担任股份公司监事。

张欢，女，生于1988年，中国国籍，无境外永久居住权，本科学历。2009年7月至2012年12月历任黑龙江电视台都市频道主持人、主编，文艺频道主持人；2013年1月至2014年10月担任龙视传媒集团传媒事业部副总监；2014年10月至2015年5月龙视演艺传媒事业部副总监；现任股份公司职工监事、传媒事业部副总监。

（三）公司高级管理人员基本情况

公司高级管理人员共两名，包括总经理许冰、财务总监林洪波、董事会秘书林洪波。

许冰，总经理，男，生于1977年，中国国籍，无境外永久居住权，本科学历。2000年7月至2012年12月历任黑龙江电视台新闻部记者、责任编辑、编导、都市频道制片人和卫视频道营销推广部主任；2013年1月至2014年7月担任龙视传媒集团传媒事业部总监；2014年5月至2014年12月担任哈尔滨冰都四季文化传媒有限公司董事、总经理；2015年1月至2015年5月担任龙视演艺传媒事业部总监；现任股份公司总经理。

林洪波，财务总监兼任董事会秘书，男，生于1981年，中国国籍，无境外

永久居住权，大专学历。2000年5月至2005年3月担任哈尔滨双鹤亚麻开发服务有限公司财务部财务统计；2005年9月至2009年7月担任黑龙江中实德会计师事务所财务审计部项目经理；2009年7月至2015年3月担任龙视传媒集团运营管理部副总监；2015年3月至2015年5月担任黑龙江龙视演艺财务部总监；现任股份公司财务总监及董事会秘书。

以上公司董事、监事及高级管理人员的其余任职情况详见本公开转让说明书“第三节公司治理七、公司董事、监事、高级管理人员有关情况说明（四）董事、监事、高级管理人员对外兼职情况”。

（四）特别说明

根据我国现行事业单位人事制度改革措施相关精神及《黑龙江省事业单位人事制度改革实施方案》的规定，黑龙江省事业单位实施人才共享政策，积极推行固定与流动、专职与兼职相结合的用人方式，鼓励专业技术人员多形式发挥专业才干。事业单位可结合聘用合同制的推行，实行固定与流动、专职与兼职相结合的用人方式，促进各类专业技术人员的合理流动。允许在职人员在完成本职工作并不侵犯本单位知识产权、经济利益的前提下兼职从事管理、技术咨询、技术服务、项目开发等活动。因此，事业单位在职人员在特定条件下兼职符合现行事业单位人事制度改革的政策和精神。

董事郭锡哲、王建华、于皓、赵文博、牟海燕，监事滕威、李春宇及总经理为黑龙江电视台的事业编制身份，黑龙江电视台对此出具声明确认，以上人员在龙视星传媒的任职均已经过黑龙江电视台同意且没有影响各自在电视台的工作。为保证龙视星传媒的独立性，黑龙江电视台承诺将在龙视星传媒本次挂牌前解除总经理许冰的事业编制，并承担因员工身份转变可能发生的补偿费用。同时许冰本人承诺在本次挂牌前解除自身事业编制。**2015年8月25日，黑龙江省机构编制委员会出具编号：减员 B004186620016《机关及事业单位减员通知单》，许冰事业编正式解除。**

主办券商及律师认为以上人员事业编制身份不会影响其担任董事、监事的适格性，**公司管理层人员**符合董事、监事和高级管理人员的任职资格。

五、最近两年及一期公司主要会计数据及财务指标

公司两年及一期主要财务指标如下：

项目	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总计（万元）	2,800.99	1,328.72	746.99
股东权益合计（万元）	1,217.45	694.61	119.62
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	1,217.45	694.61	119.62
每股净资产（元）	1.22	0.69	1.20
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	1.22	0.69	1.20
资产负债率(母公司)	56.54%	47.72%	83.99%
流动比率（倍）	1.73	2.00	0.86
速动比率（倍）	1.73	2.00	0.78
项目	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
营业收入（万元）	263.48	1,024.94	272.84
净利润（万元）	199.34	-325.00	-216.64
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	199.34	-325.00	-216.64
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-10.66	-343.87	-216.64
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）	-10.66	-343.87	-216.64
毛利率（%）	17.86	7.00	37.41
净资产收益率（%）	25.04	-613.83	-87.85
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	-1.34	-649.47	-87.85
基本每股收益（元/股）	0.20	-1.66	-2.17
稀释每股收益（元/股）	0.20	-1.66	-2.17
应收账款周转率（次）	1.96	11.33	4.70
存货周转率（次）	不适用	37.75	6.76
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-1,540.28	-784.04	287.85
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-1.54	-0.78	2.88

注 1：毛利率按照“（营业收入-营业成本）/营业收入”计算。

注 2：2015年1-2月、2014年度、2013年度净资产收益率和每股收益的计算根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）要求计算；2014年、2013年每股净资产、每股经营活动产生的现金流量净额两项指标均以各期末实收资本为基础计算，2015年2月的每股净资产、归属于申请挂牌公司股东的每股净资产、每股经营活动产生的现金流量净额按照公司2015年2月股改基准日折股后的股本总额1000万元模拟测算所得；基本每股收益和稀释每股收益以归属于公司普通股股东的净利润为基数进行计算

注 3：应收账款周转率按照“当期营业收入/((期初应收账款+期末应收账款)/2)”计算。

注 4：存货周转率按照“当期营业成本/((期初存货+期末存货)/2)”计算。

注 5：每股经营活动产生的现金流量净额按照“当期经营活动产生的现金流量净额/期末注册资本”计算。

注 6：每股净资产按照“期末净资产/期末注册资本”计算。

注 7：归属于申请挂牌公司股东的每股净资产按照“当期净资产/当期实收资本”计算。

注 8：资产负债率按照“当期期末负债/当期期末资产”计算。

注 9：流动比率按照“流动资产/流动负债”计算。

注 10：速动比率按照“（流动资产-存货）/流动负债”计算。

六、与本次挂牌相关的机构

（一）主办券商

名称	国泰君安证券股份有限公司
法定代表人	杨德红
住所	中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号
联系电话	021-38676607
传真	021-38670666
项目经办人员	项目负责人：曹守军
	项目小组成员： 王吴限、管辖、张晨

(二) 律师事务所

名称	黑龙江德治律师事务所
单位负责人	韩宏舜
住所	黑龙江省哈尔滨市香坊区和平路 66 号创展国际 B 座 12 层
联系电话	0451-87016093
传真	0451-87016097
项目经办人员	项目负责人：潘悦
	项目小组成员：潘悦、付蕾

(三) 会计师事务所

名称	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
单位负责人	梁春
住所	北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼
联系电话	010-58350011
传真	010-58350006
项目经办人员	项目负责人：刘明泉
	项目小组成员：刘明泉、凌忠锋

(四) 资产评估机构

名称	北京华信众合资产评估有限公司
法定代表人	杨奕
住所	北京市朝阳区八里庄西里 100 号住邦 2000 一号楼东区 2005 室
联系电话	010-85867570
项目经办人员	项目负责人：徐岩
	项目小组成员：徐岩、邢益谱

(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北京分公司
住所	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

(六) 证券交易场所

名称	全国中小企业股份转让系统
法定代表人	杨晓嘉
注册地	北京市西城区金融大街丁 26 号
联系电话	010-63889583
传真	010-63889694

第二节 公司业务

一、公司主营业务、主要产品及其用途

(一) 公司的主营业务

公司长期致力于发展户外广告、演艺经纪综合服务，以重人才、轻资产战略的模式运行。户外广告方面，公司运用对空间管理的丰富经验，向广告客户提供综合及具有创意的户外媒体方案，力求与客户建立更紧密的联系。在掌握哈尔滨市各大户外媒体形式的基础上，已经开始向黑龙江省同类型户外媒体资源扩张，通过尽可能获得媒体资源独家及长期合约奠定竞争优势。在演艺经纪综合服务方面，随时关注演艺市场动向，寻找适合本地的演艺选题，向目标客户进行推荐，运用公司专业人才优势，实现区域市场的竞争优势。

(二) 主要产品及其用途

业务名称	业务展示	业务介绍
户外广告代理	<p>梯眉</p> <p>规格：不等（以实际为准）</p> 	为广告商提供市场调查、策划、创意、平面设计、广告视频制作、户外广告媒体代理等服务，收取服务费和代理费
户外广告媒体运营		利用公司开发和承包经营的户外广告媒体对外发布广告，收取广告费和制作服务费。

演
艺
经
纪



根据市场需求或客户需要，策划演艺选题、创作和编排文艺节目、寻求商业赞助、开展票务营销、组织实施演出。

1、户外广告代理

户外广告代理业务是指接受广告主委托，为其提供户外广告策划、设计、制作、执行、代理媒体发布等服务并收取相应佣金的业务。该业务向客户收取服务费和媒体代理佣金，广告代理成本包括人力成本和媒体购买成本。根据媒体的不同，媒体代理佣金标准一般是广告投放总金额的 3%-20% 之间。服务费主要包括策划执行费、设计制作费等。

2、户外广告媒体经营

户外广告媒体自营业务是指在公司租赁的媒体上为广告主发布户外广告并收取广告费的业务，通过销售广告空间以获取收入。户外广告媒体经营业务具有租赁媒体期限较长、独家经营的特点，其成本主要包括媒体资源租赁成本及后期运营维护成本，其利润主要源自取得的广告费收入。

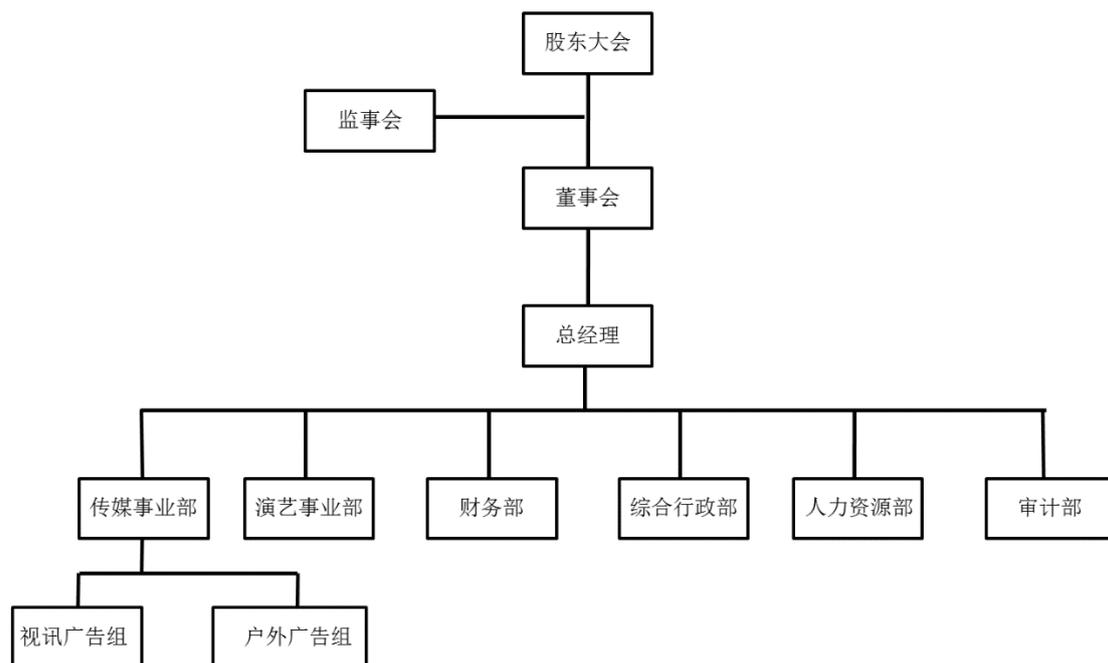
3、演艺经纪业务

(1) 晚会、商业活动承接：策划执行、录制播出各种行业晚会及企业年会、新品发布、企业奠基、行业展会、产品推广等商业活动。

(2) 演艺经纪：从事居间、行纪或者代理等演出经纪业务。根据市场需求或客户需要，策划演艺主题、创作和组织实施演出或其他商业活动，收取服务费。

二、公司的组织架构及主要生产流程

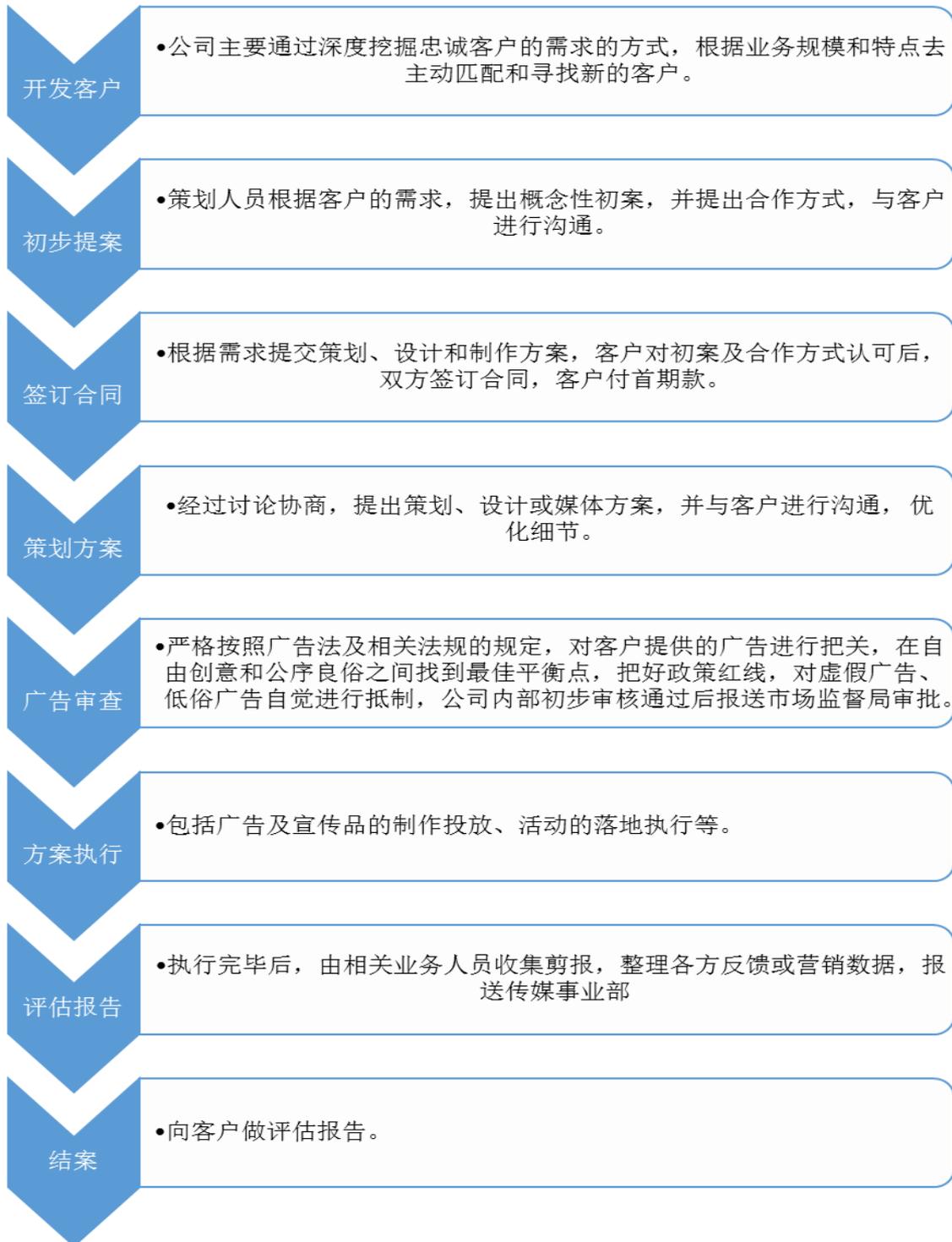
(一) 公司内部组织结构图



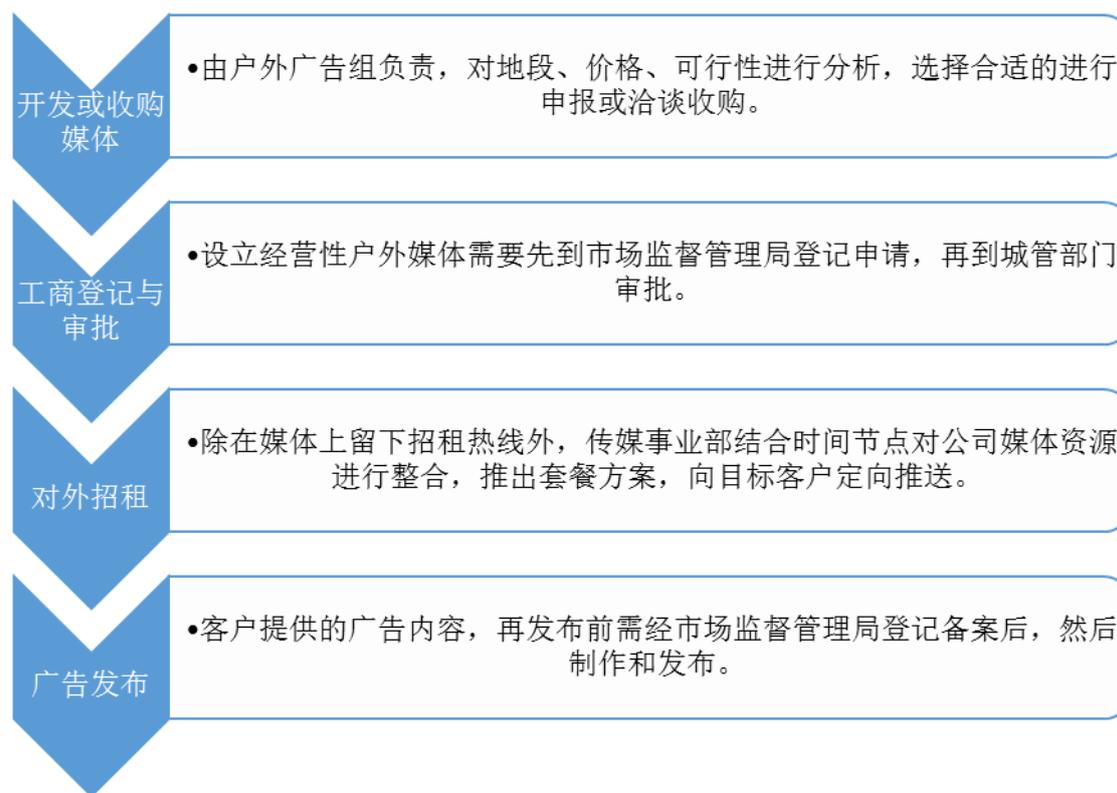
（二）公司主要产品的业务流程

1、户外广告代理

户外广告代理：为广告商提供市场调查、策划、创意、平面设计、广告视频制作、户外广告媒体代理等服务，收取服务费。



2、媒体运营：利用公司开发和承包经营的媒体（包括户外广告、地铁广告）



3、演艺经纪：其主要通过为客户提供宣传活动策划、年会策划、产品发布策划、布置宣传场地等服务，收取相应的活动策划费和承办费。



三、公司关键资源

(一) 公司产品和服务所使用的主要技术

在户外广告方面，公司为致力于提供方案设计、项目实施、媒体发布和后期维护的综合性广告公司，公司服务的主要技术含量来源于公司在广告传媒行业累积的经验和资源，拥有的优秀创新和技术优势，具体有以下几点：

1、媒体资源：公司通过招投标、直接购买等方式，拥有相对稀缺的媒体资源：(1)哈尔滨地铁1号线视讯1036块电子屏；(2)哈尔滨地铁1号线灯箱1005个，梯牌570个，梯眉92个的40%经营权；(3)哈尔滨西客站吊旗10个；(4)哈尔滨站189个灯箱；(5)哈尔滨西客站东广场地下206个灯箱。

2、客户层面：公司一直以提供户外媒体专业化和整体服务作为经营目标，积累了较为充足的户外广告传媒服务经验和丰富的客户资源。公司以哈尔滨为基础，形成较好的客户基础，正在向周边市场进行业务拓展。公司提供的各项服务都有赖于坚实的客户基础。

3、团队优势：公司的核心竞争力来自于公司管理人员在广告传媒行业所积累的丰富经验和客户资源；核心创意团队所拥有的优秀创意和先进理念；以及公司发展过程中所形成的良好口碑和影响力。

在演艺经纪方面，公司具有广大的传媒平台合作的资源优势，聚集优秀人才，加强原创人才与团队的挖掘与合作，吸引优秀创新人才加盟，加强公司的竞争力。

(二) 公司无形资产情况

1、软件

序号	软件名称	公司拥有的权利内容
1	用友软件	使用权
2	金奕德广告运营管理系统 V3.1	使用权

2、公司网站域名情况

序号	域名及通用网址	域名注册人	注册日期	到期日期
1	Longshixing.com	龙视星	2015-06-09	2020-06-09

(三) 公司业务许可资格或资质

1、营业性演出许可证

序号	公司名称	许可证名称/号	发证机关	有效期
1	龙视演艺	营业性演出许可证编号： 230000120129	黑龙江省文化厅	2014年10月10日至 2016年10月10日

2、户外广告登记证

项目名称	合同约定广告发布期限	合同编号	户外广告登记证	户外广告登记证申请人	是否履行完毕	说明
哈西吊旗项目	2014.6.15-2015.6.15	A01	哈南工商户外 14001	龙视传媒集团	完毕	无
			哈南工商户外 14008			
	2014.6.15-2015.8.15	A02	哈南工商户外 14007	龙视传媒集团	正在履行	无
			哈南工商户外 14006			
	2014.12.15-2015.12.14 2015.3.2-2016.3.1	A03	15035	龙视演艺	正在履行	无
	2014.06.15-2015.06.15	A05	哈南工商户外 14002	龙视传媒集团	完毕	无
			哈南工商户外 14003			
哈南工商户外 14004						
哈南工商户外 14005						
2014.11.01-2015.07.01	A06	哈南工商户外 14009	龙视传媒集团	完毕	无	
2014.11.01-2015.07.01	华南城	哈南工商户外 14010				
地铁灯箱梯眉项目	2014.12.6-2014.12.31	C02	未取得登记证	龙视演艺	试运行期间完毕	已履行完毕, 违规状态已消除, 未受到
	2015.2.11-2015.2.24	C03	未取得登记证	龙视演艺	试运行期间完毕	
	2015.1.4-2015.1.31	C04	未取得登记证	龙视演艺	试运行期间完毕	
	2015.1.4-2015.1.31	C05	未取得登记证	龙视演艺	试运行期间完毕	
	2015.1.4-2015.1.31	C06	未取得登记证	龙视演艺	试运行期间完毕	

						行政 处罚
2015.3.20-2015.4.16	C07	15003	哈尔滨美兰达 文化传播有限 公司	履行完 毕		无
2015.3.19-2015.4.15	C08	15005	哈尔滨美兰达 文化传播有限 公司	履行完 毕		无
2015.4.1-2015.9.20	C09	15004	哈尔滨美兰达 文化传播有限 公司	履行完 毕		无
2015.5.4-2015.12.13	C11	15013	哈尔滨美兰达 文化传播有限 公司	正在履 行		无
2015.4.1-2015.4.28	C12	15009	哈尔滨美兰达 文化传播有限 公司	履行完 毕		无
2015.5.1-2016.4.30 2015.5.1-2016.4.30	C14	15015	哈尔滨美兰达 文化传播有限 公司	履行完 毕		无
2015.5.4-2015.5.28	C16	15017	哈尔滨美兰达 文化传播有限 公司	履行完 毕		无
2015.5.11-2015.6.7	C17	15020	哈尔滨美兰达 文化传播有限 公司	履行完 毕		无
2015.5.14-2015.7.13	C19	15012	哈尔滨美兰达 文化传播有限 公司	履行完 毕		无
2015.6.1-2015.11.15	C20	15018	哈尔滨美兰达 文化传播有限 公司	正在履 行		无
2015.6.1-2015.7.11	C24	15028	龙视演艺	履行完 毕		无
2015.6.1-2015.8.23	C25	15026	龙视演艺	履行完 毕		无
梯眉 2015.5.20-2015.7.14	C26	实际履行时应办理	公司	合同延 期，尚 未实际 履行		正式 履行时

灯箱 2015.5.20-2015.11.1 5					应 办 理 登 记
2015.6.8-2015.7.5	C29	实际履行时应办理	公司	因客户 原因未 上画	同 上
博物馆站 2015.6.6-2015.7.3 其他八站 2015.6.6-2015.7.31	C30	15027	龙视演艺	履行完 毕	无
2015.5.30-2015.6.26	C31	实际履行时应办理	公司	合同延 期,未 实际履 行	正 式 履 行 时 应 办 理 登 记
2014.11.15-2015.1.1 5	C40	未取得登记证	公司	试运行 期间完 毕	已 履 行 完 毕
2014.12.1-2014.12.3 1	C41	未取得登记证	公司	试运行 期间完 毕	违 规 状 态 已 消 除
2014.12.6-2014.12.3 1	C42	未取得登记证	公司	试运行 期间完 毕	未 受 到 行 政 处 罚
2014.12.2-2014.12.3 1	C43	未取得登记证	公司	试运行 期间完 毕	

根据《户外广告登记管理规定》第三条的规定“户外广告发布单位发布户外广告应当依照本规定向工商行政管理机关申请登记,接受工商行政管理机关的监督管理。法律、法规和规章规定在登记前需经有关部门审批的,应当首先履行相关审批手续。”

上表中部分地铁、灯箱梯眉广告未能取得户外广告登记证,原因在于该批广告是为调试设备、提高地铁试运行阶段上画率而发布的。地铁试运行阶段,广告发布内容需配合地铁运营方随时调整,同一广告内容存续期间过短,无法进行常规的商业广告代理和发布,故暂未申请办理户外广告登记证,但公司声明广告内容均符合《中华人民共和国广告法》等法律法规的规定,公司未受到过行政处罚或被市场监督部门认定为违法。截至本说明书出具日,该部分合同均已履行完毕。申报律师认为,虽然有限公司此前存在户外广告登记证未取得的现象,但是此类广告期限短,处于试运营阶段内容不固定,并且哈尔滨市市场监督管理局开发区分局已经出具了无违法违规证明,有限公司不构成重大违法违规,不会对挂牌造成实质影响。

根据相关规定,有限公司作为广告发布者,本应向主管机关申请户外广告登记证,但:(1)公司与哈尔滨美兰达文化传播有限公司(下称“美兰达”)签订了《委托协议》,约定由美兰达代为办理申办广告登记证事宜;(2)有限公司与龙视传媒集团、哈尔滨铁路站车文化传媒有限公司于2014年12月31日签订三方协议,约定自2014年12月31日起,龙视传媒集团将其在《媒体资源协议书》及其补充协议中的权利义务概况转移给有限公司,其中包括龙视传媒集团已在先取得的户外广告登记证及相应的广告发布权利,权利转移之后,履行中广告合同所对应户外广告登记证的重新申请手续正在办理中。因此,截至本说明书出具之日,仍存在部分户外广告登记证登记于美兰达及龙视传媒集团名下的情形。

鉴于户外广告登记证是针对户外广告发布内容的许可,主管机关审核重点在于广告形式、期限、内容等方面,且相关规定并未禁止代办户外广告登记证的行为,亦未将户外广告发布者变更列为户外广告登记证变更的前提,故公司现有部分户外广告登记证未在公司名下并未违反相关规定,但是为了规范公司的经营活动,公司已根据有关规定办理重新申请上述户外广告登记证的手续,并建立户外

广告运营手册，派专人详细记录公司户外广告登记备案进度。

除此之外，公司作为户外广告发布者不存在未取得户外广告登记证的现象。主办券商和律师认为，虽然公司此前作为户外广告发布者在办理户外广告登记证过程中存在一定瑕疵，但是，以上未办理户外广告登记证的户外广告均已被撤换，仍在履行期限中的户外广告登记证正在办理重新申请中，并且公司已经取得了无违法违规证明，不会因此受到有关部门的处罚。公司出具承诺在未来经营中根据《广告发布合同》的签订情况，依法申请《户外广告登记证》，公司控股股东龙视传媒集团出具承诺，有限公司在办理户外广告登记证过程中存在一定瑕疵，但并未受到工商的处罚，如因上述问题致使公司遭受行政处罚，本公司愿意承担因此可能发生的法律后果。

（2）公司作为广告代理人

根据《户外广告登记管理规定》第二条、第三条规定，公司代理户外广告业务无需取得《户外广告登记证》；但依据《户外广告登记管理规定》第九条规定，公司应当与广告发布单位签订《委托合同》。公司作为户外广告代理方时，均签订了合同。主办券商和律师认为公司已经取得代理户外广告业务所需的必备手续，公司广告业务合法合规。详情见下表：

项目名称	合同约定广告发布期限	合同编号	委托合同	户外广告登记证申请人	是否履行完毕
哈西吊旗项目	2015.2.8-2016.2.7	A04	SYB-HT-DQ-12《吊旗广告发布合同》	哈尔滨心途文化传媒有限公司	正在履行
哈站平面项目	2015.02.16-2015.05.16	B01	SYB-HT-HZPM-2《哈尔滨站媒体广告发布合同》	哈尔滨心途文化传媒有限公司	完毕
地铁灯箱梯眉项目	2014.11.1-2014.12.31	C01	SYB-HT-SX-18《地铁灯箱广告发布合同》	哈尔滨工大集团广告传媒有限公司	试运行期间完毕
	2015.4.5-2016.3.5	C10	SYB-HT-DTDX-12《地铁灯箱广告发布合同》	哈尔滨世欣广告股份有限公司	正在履行
	2015.6.8-2015.8.30	C13	SYB-HT-DTDX-18《地铁灯箱广告发布合同》	黑龙江卫星广告有限公司	正在履行

梯眉 2015.4.20-2015.5.17 梯牌 2015.5.1-2015.5.20	C15	SYB-HT-DTDX-21《地铁灯箱广告发布合同》	黑龙江卫星广告办理	履行完毕
2015.4.28-2015.5.22	C18	SYB-HT-DTDX-26《地铁灯箱广告发布合同》	哈尔滨烽火天问文化传媒有限公司	履行完毕
2015.6.1-2015.8.27	C21	SYB-HT-DTDX-31《地铁灯箱广告发布合同》	黑龙江海鑫盛世国际广告有限公司	未实际履行合同
2015.5.18-2015.6.14	C22	SYB-HT-DTDX-32《地铁灯箱广告发布合同》	哈尔滨烽火天问文化传媒有限公司	履行完毕
有4站 2015.5.22-2015.12.31 博物馆站 2015.5.22-2015.6.30	C27	SYB-HT-DTDX-39《地铁灯箱广告发布合同》	哈尔滨星乔文化传播有限公司	正在履行
2015.6.1-2015.6.28	C28	SYB-HT-DTDX-40《地铁灯箱广告发布合同》	黑龙江浩然盛世文化传播有限责任公司	发布延期 2015.8.1—2016.8.28
2015.7.15-2015.8.29 2015.5.30-2015.7.14	C32	SYB-HT-DTDX-45《地铁灯箱广告发布合同》	黑龙江亚龙文化传媒有限公司	未执行，合同已解除
2015.8.1-2016.7.1	C33	SYB-HT-DTDX-47《地铁灯箱、梯眉广告发布合同》	山西乐点文化传媒有限公司	约定合同期限未到

（四）生产经营所用的主要固定资产

截至2015年2月28日止，龙视演艺的固定资产原值为171.11万元，累计折旧金额为118.87万元，减值准备金额为0元，固定资产账面净值为52.24万元。2015年2月末累计折旧占固定资产原值比重69.47%（累计折旧率），其中已提足折旧

继续使用的固定资产原值为87.02万元，占公司期末固定资产原值的比例为50.86%，已提足折旧继续使用的固定资产主要为运输工具，原值金额56.30万元。

单位：元

类别	固定资产原值	累计折旧	固定资产净值
舞台设备	98,450.00	35,852.12	62,597.88
家具用具	164,874.60	91,017.71	73,856.89
运输工具	598,032.00	535,573.11	62,458.89
电子设备	849,705.47	526,234.39	323,471.08
合计	1,711,062.07	1,188,677.33	522,384.74

截至2015年2月28日，公司主要的生产所用固定资产使用情况如下：

资产类别	细分种类	资产原值 (元)	使用情况	所属公司
运输工具	别克汽车	466,643.00	正常使用	总部
电子设备	非编辑性系统 (SOBER)	98,000.00	正常使用	总部
运输工具	赛豹汽车	96,389.00	正常使用	总部
舞台设备	结构舞台 1M 高	93,525.02	正常使用	总部
电子设备	非编辑性系统 (8401)	56,000.00	正常使用	总部
电子设备	非编辑性系统 (3401)	50,000.00	正常使用	总部

上述设备已提足折旧继续使用的固定资产主要为运输工具，原值金额 56.30 万元。上述设备虽已经提足折旧，但由于维修保养到位，仍能继续正常使用。公司的业务模式使得对固定资产的需求较小，即使未来进行更新，也不会带来较大的财务压力。

(五) 公司员工情况

公司员工构成情况如下：

1、岗位构成

岗位/专业	人数	所占比例 (%)
管理人员	5	7.60

编导	25	37.90
策划及平面设计	14	21.20
项目业务员	11	16.70
财务人员	2	3.00
行政及后勤人员	9	13.60
合计	66	100.00

2、教育程度结构

教育程度	人数	所占比例 (%)
硕士及以上	1	1.50
本科	50	75.80
大专	9	13.70
中专	3	4.50
高中及以下	3	4.50
合计	66	100.00

3、年龄结构

年龄	人数	所占比例 (%)
25岁及以下	17	25.80
26-35岁	34	51.50
36-45岁	11	16.70
46-50岁	2	3.00
51岁及以上	2	3.00
合计	66	100.00

4、员工社保缴纳说明

截至公开转让说明书签署日，公司共有 66 名员工，均已签订劳动合同，并已全部办理社会保险及住房公积金。

（六）公司高级管理人员及核心技术人员的简要情况

1、公司高级管理人员的简要情况

公司高级管理人员包括：总经理许冰、财务总监林洪波共二名，其具体情况如下：

许冰，详见本说明书“第一节公司基本情况四、董事、监事和高级管理人员

基本情况之（三）公司高级管理人员基本情况”。

林洪波，详见本说明书“第一节公司基本情况四、董事、监事和高级管理人员基本情况之（三）公司高级管理人员基本情况”。

2、公司核心技术人员的简要情况

公司目前经营规模较小，且业务类型相对较简单，公司员工的人数、教育背景、学历、职业经历等足以支持企业目前的生产经营所需，对于技术含量相对较高的设计、策划、编辑等工作，由学历较高、工作经验较丰富的员工担任，暂时未设核心技术人员。

（七）公司高级管理人员的持股情况

序号	姓名	在公司任职情况	持股数量（股）	持股比例（%）
1	许冰	总经理	0	0.00
2	林洪波	财务总监兼任董事会秘书	0	0.00
合计			0	0.00

四、公司主要业务相关情况

（一）收入构成及前五大客户情况

1、公司收入的构成

参见本说明书“第四节公司财务三、主要会计数据和财务指标（二）营业收入的主要构成、变动趋势及原因”。

2、前五大客户及其依赖情况

公司主要客户按业务分类情况：

（1）报告期内广告业务主要客户收入情况

单位：元

客户名称	2015年1-2月	
	金额	广告业务收入比例（%）
黑龙江亚龙文化传媒有限公司	1,257,861.64	51.22
哈尔滨世欣广告有限公司	628,932.06	25.61
哈尔滨心途文化传媒有限公司	132,075.47	5.38
哈尔滨贵夫人皮革广场	117,924.52	4.80

黑龙江汇智文化传媒有限公司	93,811.32	3.82
合计	2,230,605.01	90.84

续:

单位:元

客户名称	2014 年度	
	金额	广告业务收入比例 (%)
哈尔滨工大集团广告传媒有限公司	1,018,867.90	48.66
哈尔滨贵夫人皮草广场	353,773.58	16.89
黑龙江远大群力购物中心有限公司	345,283.01	16.49
上海爱上广告有限责任公司	107,547.17	5.14
黑龙江正阳家电有限公司	88,301.89	4.22
合计	1,913,773.55	91.39

公司2013年度无广告业务收入。

(2) 报告期内演艺业务主要客户收入情况

单位:元

客户名称	2015 年 1-2 月	
	金额	演艺业务收入比例 (%)
黑龙江省射击自行车击剑运动管理中心	179,245.28	100.00
合计	179,245.28	100.00

续:

单位:元

客户名称	2014 年度	
	金额	演艺业务收入比例 (%)
深圳聚智盟房地产经纪有限公司哈尔滨分公司	2,912,621.34	40.54
黑龙江森工小额贷款有限公司	943,396.20	13.13
黑龙江电视台	503,236.38	7.00
哈尔滨红博会展购物广场有限公司	471,698.10	6.57
黑龙江体育局	367,924.52	5.12

合计	5,198,876.54	72.36
----	--------------	-------

续：

单位：元

客户名称	2013 年度	
	金额	演艺业务收入比例 (%)
黑龙江电视台	706,617.60	25.90
哈尔滨工程大学	698,252.43	25.59
哈尔滨鲁商置业有限公司	319,400.00	11.71
哈尔滨天泽伟业文化传媒有限公司	291,262.14	10.68
北京寰能天宇科技发展有限公司	194,174.76	7.00
合计	2,209,706.93	80.99

公司的演出类客户具有变动性大的特点，相关业务的持续性较差。而广告类客户则具有长期、稳定的特点，客户与公司签订的合同均具有较长的期限，一般为一年（含）以上；同时公司的广告客户一般都是当地有知名度的公司，如黑龙江亚龙文化传媒有限公司、哈尔滨世欣广告有限公司、哈尔滨心途文化传媒有限公司等，其信用水平较高，未来履约能力较强，对公司未来广告业务的持续发展提供了有力保障。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东均不在上述客户任职或占有权益。

（二）成本构成及前五大供应商情况

1、公司成本的构成

参见“第四节公司财务三、主要会计数据和财务指标（三）各期主要费用及变化情况”。

2、前五大供应商及其依赖情况

（1）广告业务主要供应商情况

2015 年 1-2 月广告业务主要供应商情况：

序号	公司名称	年度采购额 (元)	采购内容	占年度广告业务采 购额比例 (%)
1	哈尔滨地铁集团有限公司	1,073,784.32	地铁广告空间	54.77
2	黑龙江电视广告公司	235,849.06	广告制作	12.03
3	哈尔滨铁路站车文化传媒有 限公司	172,955.97	广告制作	8.82
4	北京瑞麒麟会展策划服务有 限公司	107,766.99	广告制作	5.50
5	哈尔滨中扬广告有限公司	37,747.57	广告制作	1.93
	合计	1,628,103.91		83.05

2014 年度广告业务主要供应商情况：

序号	公司名称	年度采购额 (元)	采购内容	占年度广告业务 采购额比例 (%)
1	哈尔滨地铁集团有限公司	2,742,751.92	地铁广告空间	84.35
2	哈尔滨中扬广告有限公司	140,155.34	广告制作	4.31
3	哈尔滨聚贤堂文化传播有限 公司	99,999.00	广告制作	3.08
	合计	2,982,906.26		91.74

2013 年度公司无广告业务发生。

(2) 演艺业务主要供应商情况

2015 年 1-2 月份演艺业务发生一笔，主要由哈尔滨恒泰文化传播有限公司承担节目制作，发生成本 165,800.00 元。

2014 年度演艺业务主要供应商情况：

序号	公司名称	年度采购额 (元)	采购内容	占年度演艺业务 采购额比例 (%)
1	北京秉灯文化传播有限公司	698,238.00	演艺节目制作及 广告费	11.39
2	哈尔滨天泽伟业文化传媒有 限公司	437,000.00	演艺节目制作	7.13
3	哈尔滨恒泰文化传播有限公 司	330,000.00	演艺节目制作	5.38
4	黑龙江智尚星空文化传播有 限公司	200,000.00	演艺节目制作	3.26

5	黑龙江两岸三地文化传播有限公司	124,257.00	演艺节目制作	2.03
合计:		1,789,495.00		29.20

公司 2013 年演艺业务主要供应商情况:

序号	公司名称	年度采购额(元)	采购内容	占年度演艺业务采购额比例 (%)
1	哈尔滨沐合文化传播有限公司	290,000.00	演艺节目制作	16.98
2	哈尔滨九洲盛世广告有限公司	100,000.00	演艺节目制作	5.86
3	哈尔滨朝阳天下文化传播有限公司	95,500.00	演艺节目制作	5.59
4	哈尔滨嘉焯盛世文化传播有限公司	84,000.00	演艺节目制作	4.92
5	哈尔滨冠文盛世广告有限公司	74,030.00	演艺节目制作	4.34
合计:		643,530.00		37.69

公司报告期内演艺业务的采购相对分散，对主要客户的采购总比例不大，不存在对主要客户的依赖问题。公司广告业务的供应商主要是上游的媒体资源提供者，由于报告期内公司开展业务主要从哈尔滨地铁集团有限公司获取广告资源，因此从该公司采购金额占比较大。报告期内和期后公司陆续从沈阳美兰达文化传媒有限公司、哈西老工业区改造建设投资有限责任公司和哈尔滨铁路站车文化传媒有限公司获取大额、长期的广告资源代理合同，有效降低了对单一上游客户的依赖。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方及持有发行人 5% 以上股份的股东在发行人主要供应商中未拥有权益。

(2) 报告期内公司外协厂商情况如下:

外协厂商名称	2015 年 1-2 月采购额 (元)	占主营业务成本比例 %	2014 年度采购额 (元)	占主营业务成本比例 %	2013 年度采购额(元)	占主营业务成本比例 %
黑龙江电视广告公司	235,849.06	10.90				

哈尔滨铁路站车文化传媒有限公司	172,955.97	7.99				
哈尔滨恒泰文化传播有限公司	165,800.00	7.66	330,000.00	3.46		
北京瑞麒麟会展策划服务有限公司	107,766.99	4.98				
北京秉灯文化传播有限公司			998,238.00	10.47		
哈尔滨天泽伟业文化传媒有限公司			437,000.00	4.58		
哈尔滨沐合文化传播有限公司					290,000.00	16.98
哈尔滨九洲盛世广告有限公司					100,000.00	5.86
哈尔滨朝阳天下文化传播有限公司					95,500.00	5.59
哈尔滨嘉烨盛世文化传播有限公司					84,000.00	4.92
哈尔滨冠文盛世广告有限公司					74,030.00	4.34
合计:	682,372.02	31.53	1,765,238.00	18.52	643,530.00	37.69

①北京瑞麒麟会展策划服务有限公司，营业执照 110108010739204，成立于 2008 年 01 月 14 日，注册资本 100 万元，法定代表人郑德峰。经营范围：经济贸易咨询；会议服务；承办展览展示活动；组织文化艺术交流活动；设计、制作、代理、发布广告；企业管理咨询；企业策划；翻译服务；摄影扩印服务；技术开发、技术咨询、技术培训；汽车租赁；销售工艺品、日用品、电子产品；演出票务代理；包装设计。

②北京秉灯文化传播有限公司，注册号 110108009451193，成立于 2006 年 3 月 30 日，注册资本 50 万元，法定代表人历志慧。经营范围：组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；设计、制作、代理、发布广告；承办展览展示活动；会议服务；企业策划；市场调查；劳务派遣。（未取得行政许可的项目除外）北京市海淀区逸成东苑 18 号楼 10 层 1001 室。

③哈尔滨铁路站车文化传媒有限公司，营业执照号码 230199100000399，企业类型有限责任公司(国有控股)，成立于 1992 年 2 月 29 日，法定代表人葛辉，注册资本 3,000 万人民币元。经营范围：出版物批发兼零售。（有效期至 2016

年 10 月 17 日)。从事铁路客运综合延伸服务、客运代理、行包代理及咨询服务、包裹寄存、劳务派遣、旅客携带物品搬运；铁路客票代售、预定火车票及送票服务业务；铁路货物运输、装卸、搬运、仓储、铁路货物重量检测；铁路货物配送、铁路货物包装、托运；车站商务旅行候车室厅、站前停车场经营管理；从事自有场地、房屋、柜台租赁及管理；保洁服务；国内航线除香港、澳门、台湾地区航线外的航空客运销售代理业务；代销中国福利彩票；设计、制作、发布代理国内广告业务；喷绘、牌匾制作；室内外装饰；架体工程施工、礼品包装装潢服务、摄影服务、商务信息咨询；寄递业务（信件及其他具有信件性质有物品除外）（法律行政法规禁止的项目除外，法律行政法规限制的项目取得许可后方可经营）。以下项目仅限分支机构经营：旅客列车中餐制售：（热菜、凉菜），主食副食（米饭、馒头、水饺、面包、面条、面食）；西餐制售：（主菜、副菜）；快餐（餐料半成品加工）；饮品：冷饮、热饮；水果拼盘；烟酒、糖茶、水果、干果；预包装食品、散装食品、烘烤制品、预制肉酱菜制品；矿泉水、方便面；餐车酒吧、茶吧。

④哈尔滨恒泰文化传播有限公司，注册号 230106101018429，有限责任公司（自然人独资），成立于 2014 年 10 月 24 日，法定代表人袁淑芝，注册资本 50 万元，经营范围：礼仪服务；灯光音响舞台设备租赁服务；展览展示服务；企业形象设计服务；设计、制作、发布、代理国内广告业务。

⑤黑龙江电视广告公司，全民所有制，成立于 1993 年 5 月 8 日，法定代表人刘玉平，注册资本 327 万元，经营范围：节目制作和节目版权的交易、代理交易。时政新闻以外的专题、专栏、综艺、动画、电视剧（广播电视制作经营许可证有效期至 2014 年 1 月 8 日）。承担、设计制作、发布、代理国内外各类广告业务。轻工产品（不含危险品）。

（3）外协厂商与公司、董事、监事、高级管理人员的关联关系情况

公司董事、监事、高级管理人员与无关联关系。

（4）与外协厂商的定价机制

公司外协厂商加工费定价是根据提供产品与服务的质量、数量、难易程度、时限等因素在市场比价或公开招标的方式确定价格，在多家报价的情形下择优选

择。

(5) 外协在公司整个业务中所处环节和所占地位的重要性

我公司主要外协业务为平面媒体资源安装、上下画业务；视讯项目节目包装及节目制作等。公司按照客户的需求安排媒体资源发布，因客户要求的工期比较紧，服务质量专业性加强，受公司业务规模限制，公司短时间内无法自主完成生产任务，公司将相关工作交给有能力的专业外协单位进行生产。

户外广告的喷绘和安装要经过招标来选定有资质的喷绘和安装制作公司，按照客户的要求对户外平面媒体及时准确地安装到位，宣传片也是选定有能力的创意制作公司，对指定题材按时、准确的制作完成，保证地铁项目的完整性。

公司外协厂商主要承担公司演艺业务和广告业务的制作部分。与报告期内公司的主要业务构成相对应，2013和2014年度外协以演艺业务的制作为主，2015年1-2月以广告的制作为主。在报告期各期内，主要外协厂商不固定，主要是公司采取市场化招标的方式进行外协制作，不存在对主要外协厂商的依赖。

(6) 公司对外协采购的质量控制

针对每一项目，在合同签订过程中明确了质量保证条款，并通过缴纳履约保证金等方式，避免质量风险，对上下画面公司有监督巡查制度，对视频制作单位逐级审查确保对工期和质量的控制。

参见《户外媒体组工作手册(2014年11月版)》中如下内容：

“三、工作流程及具体要求

(一) 哈尔滨西站吊旗媒体工作流程：

- 1、购买意向，空位查询
- 2、确认报价
- 3、订位（3个工作日内有效）
- 4、签署合同（一次性支付总费用：包括租赁费、上画费）
- 5、客户提供广告画面的电子文件、企业法人证书等审批所需的相关资料，

我方进行审核（合同起始时间的前 10 个工作日内务必提供，10 个工作日内完成所有审核）

6、制作与上刊（5 天内完成）

备注：如若不能严格按照附件流程要求，在指定时间完成规定计划，逾期时间将视为占用合同有效期内的租赁时间。

（二）哈尔滨地铁一号线灯箱上画的工作流程及注意事项



备注：由于地铁集团的规定限制，灯箱上画仅能在每周的周四周五进行，因此合同起止时间均要定在周四周五对应的日期。每周二为灯箱上画审批日，因此每周二前必须将所有上画所涉及资料备齐，如周二当天或周二后递来的审批资料，仅能顺延至下周二进行审批，并在下周四周五进行上画安装。

1、签署合同（一次性支付总费用：包括租赁费、上画费）。

2、如上画数量在 140 块以内，广告部需在合同签订上画起始时间的前 5 个工作日提供广告画面的电子文件、画面对应的户外广告登记证复印件、详细上画点位图、广告部负责人签字的灯箱排期表。5 个工作日后即可完成上画。

(140-280 块，需提前 10 个工作日，10 个工作日后即可完成上画；280-420 块，需提前 20 个工作日，20 个工作日后即可完成上画……以此类推。)

3、接到广告画面的电子文档后：

(1) 传媒事业部负责人在灯箱排期表上签字；

(2) 户外广告登记证复印件、排期表由户外媒体组留存；

(3) 将广告画面的电子文档给王总审阅，通过后填写《站内媒体审批单》以及《轨行区媒体审批单》，立即交给制作公司，让制作公司去地铁集团审批签字。同时将上刊画面交给制作公司，如果审批通过，直接喷绘制作，之后进场安装。

4、按照地铁集团的要求，施工方仅能在每周四周五进场施工，每月单号安装轨行区灯箱，双号安装站厅、站台等轨行区外的灯箱。站台、站厅可每天 19:30 进行施工，轨行区需 21:00 后进行施工，次日凌晨 3:30 必须结束所有施工项目并完成现场清洁。

5、安装过程中，户外媒体组需派人监工，监工人数按制作方安装小组的数量而定，每个安装小组至少一名监工。监工需严格按照《灯箱安装过程项目确认表》实施，每次工程结束后监工和制作方负责人需签字确认。

6、安装完成后次日，主管经理要对每一块灯箱进行验收，不合格的灯箱画面需立即联系制作公司进行修改，并按照双方签订的合同细则进行处罚。

7、上画后为客户提供上刊照片：

(1) 140 块以内，3 个工作日内提供；

(2) 140-280 块，6 个工作日内提供；

(3) 280-420 块，9 个工作日内提供……以此类推。

四、问责机制

1、严格遵守部门制度，如违反按照部门制度处理。

2、严格履行与客户签署的合同要求，如果因个人原因违反合同中我方的责

任义务，导致部门重大的经济损失，所有损失由个人承担。

3、严格履行自己的工作职责，如因个人原因造成的工作延误，将按严重程度扣除个人年终奖。”

(三) 报告期内对持续经营有重大影响的重要业务合同及履行情况

截至 2015 年 02 月 28 日, 公司签订的重大销售合同及履行情况如下 (100 万元以上):

序号	合同名称	媒体资源经营	合同相对方	合同金额 (元)	签订时间	履行期限	履行情况
1	哈尔滨地铁 1 号线视讯媒体分行业广告代理合同	广告委托代理	黑龙江亚龙文化传媒有限公司	6,000,000.00	2014.12.20	2015.1.1 -2015.12.31	正在履行
2	哈尔滨地铁一号线视讯媒体分行业广告代理合同	广告委托代理	哈尔滨世欣广告股份有限公司	4,000,000.00	2014.10.20	2015.1.1 -2015.12.31	正在履行
3	哈尔滨地铁一号线视讯媒体分行业广告代理合同	广告委托代理	哈尔滨同心广告有限公司	2,010,000.00	2014.10.20	2015.1.1 -2015.12.31	正在履行
4	哈尔滨地铁一号线视讯媒体分行业广告代理合同	广告委托代理	哈尔滨亚龙文化传媒有限公司	2,000,000.00	2014.10.20	2015.1.1 -2015.12.31	正在履行
5	2015 年度哈尔滨地铁视讯项目广告制作协议	广告制作	黑龙江电视广告公司	1,500,000.00	2015.1.4	2015.1.1 -2015.12.31	正在履行
6	吊旗广告发布合同及补充协议书	广告代理	哈尔滨心途文化传媒有限公司	1,800,000.00	2014.12.27	2015.1.1 -2015.12.31	龙视集团与心途文化签订主合同,2015.3.5 龙视演艺与心途文化签订补充协变更履行期限为 2015.2.8 -2016.2.7, 正在履行
7	吊旗广告发布合同	广告委托代理	哈尔滨视通华纳文化传媒有限公司	1,067,000.00	2015.2.6	2015.3.2 -2016.3.1	正在履行
8	哈尔滨地铁一号线平面媒体广告合同	广告委托代理	哈尔滨工大集团广告传媒有限公司	1,080,000.00	2014.11.1	2014.11.1 -2014.12.31	履行完毕

截至 2015 年 2 月 28 日，公司签订的重大采购合同及履行情况如下（100 万元以上）：

序号	合同名称	媒体资源使用权取得	合同相对方	合同金额（元）	签订时间	履行期限	履行情况
9	哈尔滨地铁一号线视讯媒体经营权转让合同	视讯媒体经营权	哈尔滨地铁集团有限公司	70,000,000.00	2014.10.1	2014.10.1 -2024.12.31	正在履行
10	媒体资源协议书及补充协议、补充协议（II）	广告媒体资源开发与经营权	哈尔滨铁路站车文化传媒有限公司 黑龙江龙视文化传媒有限公司	6,000,000.00	2014.4.21	2014.5.1 -2017.4.29	正在履行
11	西客站东广场地下公共空间灯箱、墙面广告经营权许可合同	广告媒体经营权	哈西老工业区改造建设投资有限责任公司	8,420,000.00	2015.1.15	2015.1.20 -2023.2.19	延期履行
12	媒体资源协议书	广告媒体经营权	哈尔滨铁路站车文化传媒有限公司	3,600,000.00	2015.2.1	2015.2.1 -2018.1.31	正在履行
13	哈尔滨地铁一号线灯箱媒体经营协议书补充协议	广告媒体经营权	哈尔滨地铁集团有限公司	2,700,000.00	2015.4.17	2015.3.1 -2015.5.29	履约完毕
14	哈尔滨地铁一号线 1、2 期 8 年广告经营权代理合同	广告媒体经营权	沈阳美兰达文化传媒有限公司	181,304,000.00	2015.2.27	2015.6.1 -2023.5.30	正在履行

注：2015 年 6 月 3 日和 24 日，公司为履行《哈尔滨地铁一号线 1、2 期 8 年广告经营权代理合同》及公司分别与黑龙江都市传媒有限责任公司、黑龙江电视台广告公司及沈阳美兰达文化传媒有限公司三方补充协议，于 2015 年 6 月 3 日、24 日以及 7 月 27 日向黑龙江都市传媒有限责任公司支付款项 295.19 万元、74.4 万元和 74.4 万元，合计 443.99 万元；于 2015 年 6 月 18 日和 7 月 8 日

向黑龙江电视台广告公司分别支付款项 3.6 万元和 55.8 万元，合计 59.4 万元。2015 年 7 月 31 日，沈阳美兰达文化传媒有限公司出具确认函，确认对公司的履行情况无异议。

截至 2015 年 2 月 28 日，公司重大借款合同及履行情况如下：

序号	合同名称	合同主体		合同金额（元）	签订时间	合同期间	担保情况	履行情况
		债权方	债务方					
1	借款合同	黑龙江电视广告公司	龙视演艺	10,000,000.00	2015.2.11	2015.2.27 -2016.2.26	无担保	正在履行

截至 2015 年 2 月 28 日，公司重大租赁合同及履行情况如下：

序号	合同名称	合同主体		合同金额（元）	签订时间	合同期间	履行情况
		承租方	出租方				
1	房屋租赁合同	龙视演艺	黑龙江电视台	无偿	2007.12.3	2007.12.3 -2014.11.30	履行完毕
2	房屋租赁合同	龙视演艺	龙视传媒集团	自 2015.6.1 起，首年 60,000.00 元，每年递增 5%	2014.11.15	2014.12.1 -2024.12.31	正在履行

3	房屋租赁（转租） 合同	龙视演艺	董宇	390,550.00	2014.11.21	2014.12.1 -2015.9.30	正在履行
---	----------------	------	----	------------	------------	-------------------------	------

（四）公司未来的业务发展空间

公司未来发展的五年目标是成为国内具有鲜明特色的整合传播传媒公司，继续坚持户外广告和演艺经纪为主营业务，加大建立全国范围内的业务伙伴合作关系，不断强化主营业务的整合传播效果并形成协同效应，互相促进，跻身成为一流的综合性传媒公司。

户外广告方面，随着中国经济发展、收入水平增加以及城市化发展，更多人乘坐高铁、地铁线路及其他形式交通工具出行，中国户外广告市场将持续稳定增长。随着更多广告客户以符合成本效益的方式选择户外广告，以有效锁定高流动性的城市受众，预计户外广告将占广告开支总额的更大比例。公司未来将继续扩展户外广告业务，增加媒体网络中的高铁、地铁线路及其他媒体资源，通过签订新地铁线路或高铁媒体资源的长期租赁合同、行使现有合作下的优先续约权以获得新的或额外的媒体资源，凭借公司已积累的丰富运营经验，争取更大的市场占有率。

公司在地铁及公共空间广告的运营发展可划分为三个阶段：起步期、稳定增长期及规模增长期。起步期是指公司从媒体资源拥有者中取得媒体经营权，开始运营直至产生利润，一般而言，起步期为一至两年。起步期过后，公司进入稳定的营运增长阶段，公司在相关媒体资源已建立稳定的客户基础及营运，收入稳定增长。在城市增加地铁线路或新建新的高铁站台情况下，媒体资源会增加，公司的营运进入规模增长期，收入及利润将有更大幅度的增长。随着新的媒体资源的逐步稳定，公司收入及利润增长将回归至稳定增长阶段。

公司现阶段处于起步期向稳定增长期过渡阶段。公司已取得部分广告媒体资源，其中取得地铁视讯广告独家运营权，经营期限自 2014 年 10 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，合同总金额 7000 万元，取得地铁灯箱广告 40%经营权，经营期限自 2015 年 6 月 1 日至 2023 年 5 月 30 日，合同总金额约 1.81 亿元。上述媒体资源的获取，为公司未来的发展提供良好保障。

演艺经纪方面，公司以转型升级、注入新资源为依托，一方面通过整合产业、设备、演播室、广告资源，形成合力，另一方面继续传统业务，演出策划执行栏目制作，设备及场地租赁，演艺经纪活动，品牌性活动如中俄韩模特大赛、啤酒

节、与时尚集团的合作、冰雪秀，票务、剧场及驻场演出运营。随着“文化大发展大繁荣”国家战略的提出，演艺经纪产业迎来了难得的历史机遇，公司将秉承放眼大局、前瞻时势，积极进取、创新蜕变的发展方向，在激烈的市场竞争中，取得更高的产业地位。

五、公司的商业模式

公司通过建立数个拥有广泛企事业资源的销售团队，分别负责广告代理业务、媒体经营业务及演艺经纪业务的客户开发及维护。公司通过主动走访、客户介绍、户外媒体广告位上的招商热线等方式获得业务机会。根据客户需求为客户提供广告代理、媒体经营、演艺经纪等服务。

（一）广告代理业务

公司按照广告主的目标及要求，为广告主提供包括广告推广调研及广告策划、设计、制作、执行、代理媒体发布一揽子服务，并收取策划执行费、执行制作费等服务费。同时，如果代理广告主进行媒体发布，视发布媒体的不同向广告主收取 3%-20% 的媒体代理服务费用。广告代理业务的主要成本为广告策划、设计及制作团队的人力成本，以及广告主所处行业的广告推广调研成本。因为公司只覆盖黑龙江省内的企事业，差旅成本较低，因此广告代理业务总体成本较为稳定，经营风险较低。

（二）媒体经营业务

公司通过租赁的广告发布媒体为广告主发布广告并收取广告费，是以销售广告空间获取收入的业务。室外广告空间主要存在于公共交通枢纽、市内道路沿线及高速公路沿线，具有租赁期限长、独家经营的特点。其成本主要包括媒体资源租赁成本及后期运营维护成本。

（三）演艺经纪业务

主要从事承接策划、执行、录制播出各种商业晚会、企业年会、产品发布、行业展会等商业活动，以及居间、行纪或代理等演出经纪业务，并收取服务费用。主要成本为聘请演员的人力成本、布置演出场景的物料费用以及演出场馆的租赁费用。

六、公司所处行业基本情况

(一) 行业概况

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012年修订版),公司业务涵盖(L72)商务服务业和(R87)文化艺术业两个细分行业。根据国民经济行业分类标准(GB/T4754-2011),公司业务涵盖(L72)商务服务业下的广告业(7240)及(R87)广播、电视、电影和影视录音制作业下的文艺创作与表演(8710)两个细分行业。根据全国中小企业股份转让系统《挂牌公司管理型行业分类指引》(2015年),公司业务涵盖“租赁和商务服务业”分类的“商务服务业”(行业代码:L72)及“文化、体育和娱乐业”分类的“文化艺术业”(R87)。

1、广告行业

(1) 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管理体制,由国家工商总局监管,相关行业主管部门审批。国家工商行政管理总局是我国广告行业的主管部门,负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。其中,广告发布活动管理主要包括制定、执行、监测广告发布标准,查处违法广告;广告经营活动管理包括规范市场经营行为、取缔非法经营行为等。此外,国家工商行政管理总局还承担指导广告行业发展的职能。除国家工商行政管理总局外,还有其他部门在规范广告行业的工作中发挥重要的行政监管作用,比如食品药品监管部门对食品、药品、医疗器械广告的监管,农业行政部门对农药、兽药广告的监管等。

(2) 行业政策及法律法规

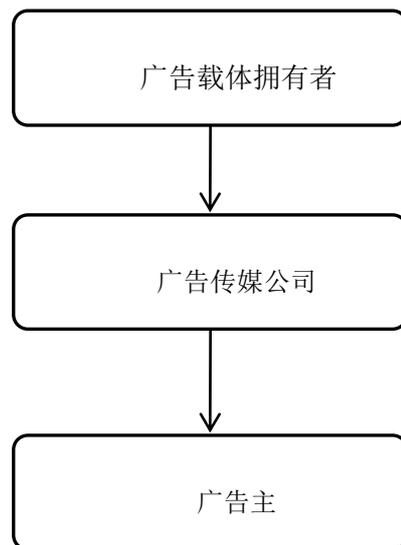
政策及法规名称	颁布时间	颁布单位	主要内容
《广告管理暂行条例》	1982年	国务院颁布	为了加强广告管理,推动广告事业的发展,有效地利用广告媒介为社会主义建设服务。
《广告管理条例》	1987年10月26日	国务院	对违反相关规定的,对广告经营者予以通报批评、没收违法所得、处一万元以下罚款;对广告客户视其情节予以通报批评、处一万元以下罚款。

《中华人民共和国广告法》	1994年10月27日	第八届全国人大常委会	为了规范广告活动,促进广告业的健康发展,保护消费者的合法权益,维护社会经济秩序,发挥广告在社会主义市场经济中的积极作用,制定本法。
最高人民检察院关于认真执行《中华人民共和国广告法》的通知	1995年1月28号	最高人民法院	《广告法》的颁布实施,对加强广告活动的管理,规范广告主、广告经营者和广告发布者的行为,促进广告业的健康发展,保护社会公众的合法权益,维护社会主义市场经济秩序,具有十分重要的意义。各级人民检察院要组织广大检察干警认真学习,提高对该法重要性的认识,准确领会立法精神和具体条款的涵义,特别要注意掌握对广告活动管理的法律规定,并密切结合检察工作实际,做好贯彻执行工作,保证其正确实施。
《广告经营资格检查办法》	1998年12月3日	国家工商行政管理总局	为加强对广告经营者、广告发布者(以下合称广告经营单位)的监督管理,促进广告业健康发展,根据《中华人民共和国广告法》和《广告管理条例》等法律、法规的规定,制定本办法。
《广告管理条例施行细则》	2004年11月30日	国家工商行政管理总局	规范了如何运用媒体进行广告发布,对广告发布的渠道进行了管理。
《广告经营许可证管理办法》	2005年1月1日	国家工商行政管理总局	为加强广告经营活动的监督管理,规范广告经营审批登记,根据《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国行政许可法》、《广告管理条例》,制定本办法。
《广告管理条例施行细则》调整有关广告监管规章相应条款的决定	2005年9月28日	国家工商行政管理总局	修改颁布后,现行广告监督管理规章中适用原《细则》的有关条款,需要依据现行《细则》中的相应条款进行调整。
《医疗广告管理办法》	2006年11月28日	中华人民共和国国家工商行政管理总局和中华人民共和国卫生部	为加强医疗广告管理,保障人民身体健康,根据《广告法》、《医疗机构管理条例》、《中医药条例》等法律法规的规定,制定本办法。

《中国广告行业自律规则》	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	禁止虚假和误导性广告,广告应当尊重他人的知识产权,尊重妇女和儿童,尊重良好道德传统。禁止以商业贿赂、诋毁他人声誉和其他不正当手段达成交易,禁止以不正当的广告投放手段干扰媒体节目、栏目等内容的安排。
《外商投资广告企业管理规定》	2008年10月1日	国家工商行政管理总局、中华人民共和国商务部	为了加强外商投资广告企业的管理,促进广告业健康发展。
《关于促进服务外包产业发展问题的复函》	2009年1月1日	国务院办公厅	指出将服务外包产业的发展提升到国家战略高度,明确要把促进服务外包产业发展作为推进结构调整、转变外贸发展方式、增加高校毕业生就业机会的重要途径。并给予包括税收、用工、市场开拓等全方位的产业政策支持。
《文化产业振兴规划》	2009年9月26日	国务院	确定将以文化创意、广告、动漫等产业为重点,加大扶持力度,完善产业政策体系,实现跨越式发展。首次把文化产业的发展规划列入国家发展战略中来,标志着把文化产业发展作为一个战略性新兴产业提升到了国家战略的层面,意义重大而深远。
国家“十二五”规划纲要首次明确提出“促进广告业健康发展”	2011年3月14日	第十一届全国人大第四次会议	规划纲要作为国家中期发展战略,对广告业发展的指导性意义深远,定位准确,方向明确。目前正在制定的“十二五”现代服务业发展规划,也将提出广告业发展的目标、任务,重大工程以及保障措施。
《产业结构调整指导目录(2011年本)》	2011年3月27日	国家发改委	已把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类,这是广告业第一次享受国家鼓励类政策,为广告业发展提供了强有力的政策支持依据和空间。
《广告产业发展“十二五”规划》	2012年6月18日	国家工商总局	明确提出广告业要提高专业化、集约化、国际化水平,推动行业健康、全面、协调、可持续发展。
《关于开展2012年现代服务业试点支持广告业发展有关问题的通知》	2012年7月1日	财政部办公厅、国家工商总局办公厅	正式开展2012年中央财政支持广告业发展试点工作。

《国家广播电影电视总局关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》	2012年7月6日	国家广播电影电视总局	国家鼓励广播电台、电视台、网络广播电视台、互联网视听节目服务单位、影视节目制作单位等各类机构,生产制作适合网络传播、体现时代精神、弘扬真善美、人民群众喜闻乐见的网络剧、微电影等网络视听节目。从事生产制作并在本网站播出网络剧、微电影等网络视听节目的互联网视听节目服务单位,应同时依法取得广播影视行政部门颁发的《广播电视节目制作经营许可证》和相应许可的《信息网络传播视听节目许可证》等。
--	-----------	------------	---

(3) 上下游行业情况



①上游行业的关联性分析

本行业的上游为广告载体资源拥有者,其在广告方面的表现形式包含了灯箱广告、户外电视广告、地铁广告及其他等。媒体的发展、渠道和信息完善的变革,引导了广告行业的不断变化,使广告行业的业务内容更加丰富。媒体行业在市场化竞争压力下推出更多更有吸引力的栏目,促进了媒体资源的优化;而众多创新性媒体的出现,使广告传播的手段更加丰富了。

A、灯箱广告

灯箱广告又名“灯箱海报”或“夜明宣传画”。国外称之为“半永久”街头

艺术。新型的柔性灯箱一改传统灯箱白天效果差，没有了图像、文字字形单调的缺憾，以其逼真的图像显示、丰富的字形，无论白天黑夜均以艳丽的色彩、强烈的质感显示出特有的装饰效果。现在灯箱广告的制作已普遍采用电脑喷绘的形式，色彩鲜艳，效果逼真。灯箱广告具有画面大、远视强、内容广、固定性和复杂性等特点。灯箱广告作为中外客商树立形象、展示优势、宣传品牌以吸引公众的重要手段而会更频繁的出现在各繁华街区、交通路口、车站码头等大众场所。

B、户外电视广告

从 2003 年起，以电视广告为表现形式的户外广告悄然兴起。从楼宇电视到卖场电视，从公交车移动电视，地铁电视到出租车上的电视，户外广告市场在不知不觉之间被带入了一个动感化，数码化的全新时代。

户外广告往往只能表现一个静止的画面，只适合告知品牌名称和简单的信息，往往在提高品牌认知度，挑动人们消费欲望的能力上是十分有限的。而户外电视的崛起，恰恰整合了户外与电视的优势，形成了一个全新的产业力量，表现出强劲的增长势头。

C、地铁广告

中国经济的快速发展以及庞大的人口基数将催生出众多大型城市，完善的地铁网络是解决大型城市交通的最佳选择，由此造就出传播能力日渐强大的地铁广告媒体，将成为企业传达品牌及产品信息的有效媒介渠道。地铁媒体有其自身特征，企业了解这些特征才能充分利用地铁广告的优势。

当经济社会由生产导向型的商品大众化时代进入消费导向型的小众化时代后，媒体广告的重心也从“消费者请注意”模式发展至“请注意消费者”模式，作为广告受众的消费者的特征成为重点。由于地铁网络通常覆盖整个市区，包含上百个站点，城市中不同地区其各自的功能不同，位于不同地区的地铁各个站点也有着自身不同的特征。

地铁广告本身丰富多彩，包含了多种媒体形式，既有传统的灯箱、贴画等，也有 LED、PDP、LCD 等数字新媒体，各有各的特点。比如大面积的墙贴、看板等能够组合成视觉冲击力强大的主题站厅、站台，表现品牌实力；灯箱覆盖范

围大，画面质量好，接触时间长，反复提示效应强；LED 大屏色彩绚丽、画面细腻华丽、场面宏大、动态视听效果强悍；LCD 电视环境封闭、可视时间长，则更适合“寓意于境”式的新媒体剧或娱乐访谈节目植入式广告。

②下游行业的关联性分析

行业下游主要为各行业广告主，下游涉及到的范围非常广泛，涵盖房地产、汽车、食品等各个行业门类的广告主。广告公司通过与上游的媒体资源平台通过共建广告载体、购买和租赁等方式获得广告载体的广告发布权，通过出租广告发布权给下游的广告主来获得收益。

③在上下游产业中的作用

广告公司在社会专业化分工的过程中产生，在广告产业链条中发挥着不可替代的枢纽作用。广告公司的出现为信息不对称的广告主和媒体双方提供了交易平台，使得原本发散的信息变得集中并可通过特定渠道传递到对方。同时，广告公司利用其创意和媒介策略技术，整合多种元素，为广告主定制针对目标市场人群的品牌形象、广告片和媒介策略，实现广告价值的最大化，提升了广告的效果。广告公司与上下游之间具有较强的关联性。

2、演艺经纪行业

演艺经纪行业是文化产业发展的润滑剂、助推器，它发现演艺界新人，并为其策划、宣传、包装、签约等，同时演艺经纪行业也是一个专业性比较强的行业，它不仅要有相关专业知识和恰当地安排演员发展机会，也应当有较强的交际能力，能够处理各种事务。与国外早已成熟的演艺经纪行业相比，中国演艺经纪行业要走的路还很远。

（1）行业监管体系

行业主管部门、监管体制：本公司所处行业的主管部门主要是文化部。

文化部的主要职能为会同其他有关部门拟订文化艺术方针政策，起草文化艺术法律法规草案；拟订文化艺术事业发展规划并组织实施，推进文化艺术领域的体制机制改革；指导、管理文学艺术事业，指导艺术创作与生产，推动各门类艺

术的发展，管理全国性重大文化活动；推进文化艺术领域的公共文化服务，规划、引导公共文化产品生产，指导国家重点文化设施建设和基层文化设施建设；拟订文化艺术产业发展规划，指导、协调文化艺术产业发展，推进对外文化产业交流与合作；拟订文化市场发展规划，指导文化市场综合执法工作，负责对文化艺术经营活动进行行业监管，指导对从事演艺活动民办机构的监管工作。

（2）行业政策及法律法规

政策及法规名称	颁布时间	颁布单位	主要内容
《经营性演出管理条例实施细则》	2005-09-01	文化部	国家依法维护营业性演出单位、演职员和观众等各方当事人的合法权益，禁止营业性演出中的不正当竞争行为。
《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》	2006-09-13	中共中央办公厅、国务院办公厅于	将演艺业确定为重点发展的文化产业之一，指出要“推进营业性演出单位资产重组”并“形成一批大型演艺产业集群”。
《关于促进民营文艺表演团体发展的若干意见》	2009-06-02	文化部	提出要“加大扶持力度，促进民营文艺表演团体发展”、“深化管理，加强服务，为民营文艺表演团体营造良好市场环境”。
《文化产业振兴规划》	2009-07-22	国务院	这是继钢铁、汽车、纺织等十大产业振兴规划后出台的又一个重要的产业振兴规划，标志着文化产业已经上升为国家的战略性产业。国家将重点推进的文化产业包括：文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等。
《经营性演出管理条例》	2009-09-03	国务院	为了加强对营业性演出的管理，促进文化产业的发展，繁荣社会主义文艺事业，满足人民群众文化生活的需要，促进社会主义精神文明建设，制定本条例。
《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》	2009-09-15	文化部、国家旅游局	加强文化和旅游的深度结合，有助于推进文化体制改革，加快文化产业发展，促进旅游产业转型升级，满足人民群众的消费需求；有助于推动中华文化遗产

			的传承保护,扩大中华文化的影响,提升国家软实力,促进社会和谐发展。
			国务院总理温家宝 2010 年 3 月 5 日在十一届全国人大三次会议上作政府工作报告时指出,要更加重视和大力加强文化建设。继承和弘扬中华民族优秀传统文化,吸收和借鉴世界各国文明成果,建设中华民族共有精神家园。
《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》	2010-03-19	中央宣传部、中国人民银行、财政部、文化部、广电总局、新闻出版总署、银监会、证监会、保监会	指出文化产业快速发展迫切需要金融业的大力支持。加大金融业支持文化产业的力度,推动文化产业与金融业的对接,是培育新的经济增长点的需要,是促进文化大发展大繁荣的需要,是提高国家软实力和维护国家文化安全的需要。各金融部门要把积极推动文化产业发展作为一项重要战略任务,作为拓展业务范围、培育新的盈利增长点的重要努力方向,大力创新和开发适合文化企业特点的信贷产品,努力改善和提升金融服务水平,促进中国文化产业实现又好又快发展。
《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》	2011-11	党的十七届六中全会	将“文化产业成为国民经济支柱性产业,整体实力和国际竞争力显著增强,公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局全面形成”作为文化改革发展奋斗的重要目标之一。
《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》	2012-02-23	文化部	提出了“十二五”时期文化部门管理的文化产业增加值至少翻一番的目标,努力推动文化产业成为国民经济支柱性产业,满足人民日益增长的多样精神文化需求。
《关于支持转企改制国有文艺院团改革发展的指导意见》	2013-06-05	文化部会同中组部、中宣部等八部门	提出政府融资担保平台要为中小转制院团融资提供担保,鼓励风险投资、私募股权基金投资转制院团,推动符合条件的演艺企业上市。
《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》	2013-11-12	十八届三中全会	审议通过的显示将加强文化领域建设。全会提出,建设社会主义文化强国,增强国家文化软实力,必须坚持社会主义先进文化前进方向,坚持中国特色社会主义文化发展道路,坚持以人民为中心的工作导向,进一步深化文化体制改革。要完善文化管理体制,建立健全现

			代文化市场体系,构建现代公共文化服务体系,提高文化开放水平。
《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》	2014-03-14	国务院	指出推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展,促进与实体经济深度融合,是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措,是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求,是促进产品和服务创新、催生新业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高生活质量的重要途径。《意见》中还特别提到要“支持开发具有地域特色和民族风情的旅游演艺精品和旅游商品。繁荣文学、艺术、影视、音乐创作与传播。加强舞美设计、舞台布景创意和舞台技术装备创新。”

(3) 上下游行业情况

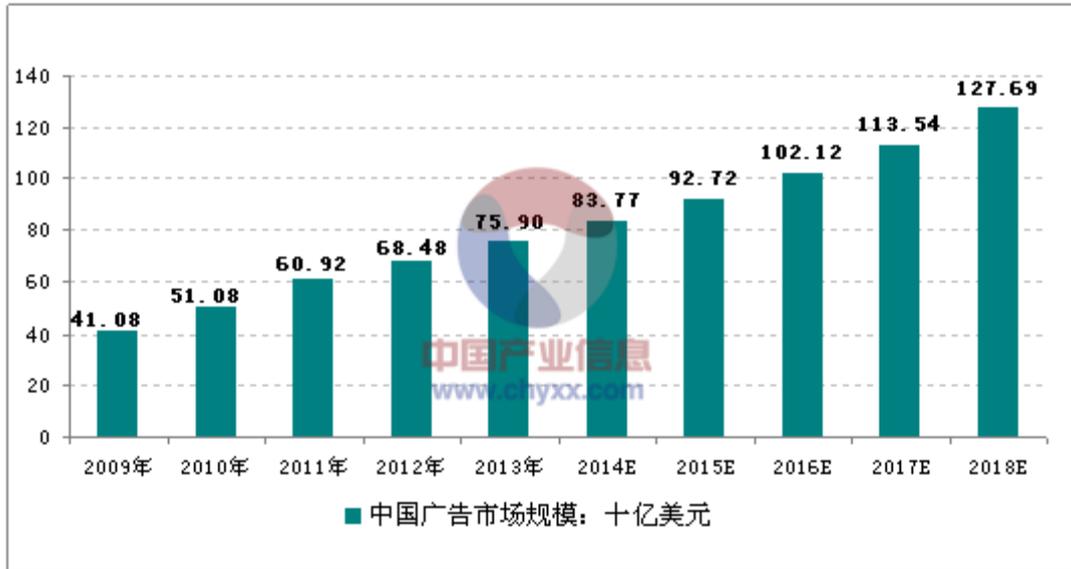
中国从事演艺业的专业创作和编演人才数量较少,相关市场推广人才也比较稀缺,演艺业的创作和编排、节目的演出、市场推广等各个环节目前还没有形成商业化运营的产业链。

(二) 行业的现状、规模以及所处的生命周期

1、广告行业

(1) 行业现状与规模

①中国产业信息网发布的《2015-2020 年中国广告服务行业市场分析与投资战略规划报告》指出:广告业在中国近年经历了快速增长,目前是全球第三大的广告市场。中国的广告市场从 2009 年的 411 亿美元增加至 2013 年的 759 亿美元,并预计到 2018 年将进一步增加至 1,277 亿美元,而本地消费和政府支出亦继续增加。2018 年中国广告市场规模将达到 1276.9 亿美元。



图片来源：中国产业信息网

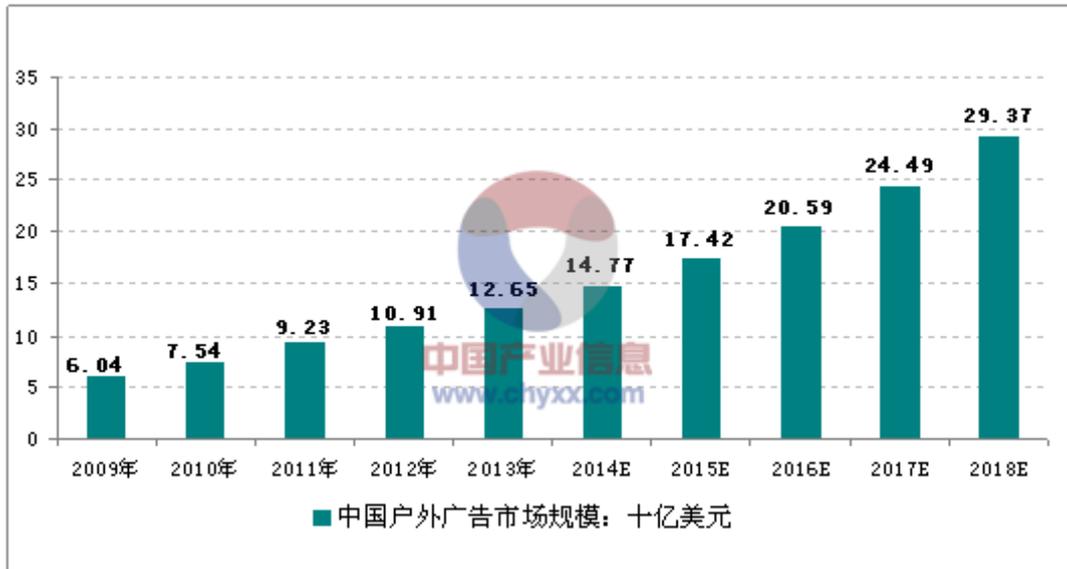
2009-2018 年广告行业细分产业市场规模测算：十亿美元

	电视及广播	报纸	互联网	户外广告	杂志	其它
2009年	19.6	2.62	3.05	6.04	8.94	0.83
2010年	22.42	3.57	5.79	7.54	10.75	1.01
2011年	26.1	3.89	8.19	9.23	12.34	1.17
2012年	28.53	3.11	11.64	10.91	12.99	1.3
2013年	30.61	2.72	16.16	12.65	12.33	1.43
2014年	32.31	1.47	21.93	14.77	11.73	1.56
2015年	34.58	1.2	25.12	17.42	12.69	1.71
2016年	37	1.1	28.01	20.59	13.56	1.86
2017年	40.14	0.87	31.58	24.49	14.42	2.04
2018年	43.58	0.89	36.18	29.37	15.4	2.27

图片来源：中国产业信息网

②中国产业信息网发布的《2014-2019 年中国户外广告行业市场分析及投资前景研究报告》指出：交通工具媒体广告，尤其是机场和地铁广告，经历了最快的市场规模增长。随着新基础设施的建设，新地铁路线已遍及中国，而现有的机场亦进行了扩充、改进和翻新，刺激了这两个户外广告市场分部的发展。机场和地铁广告市场预计将继续急速发展，而航空和地铁亦继续发展及成为更重要和方便的交通工具。同时，移动设施/ 应用程序及互联网在机场和地铁的连结改善将为广告客户在这两个市场分部创造更多的广告机会。

2018 年中国户外广告市场规模将达到 293.7 亿美元。



2009-2018 年中国户外广告行业细分市场规模测算：十亿美元

	机场	地铁	商业大厦	巴士	其它
2009年	1.2	0.22	2.54	1.43	0.65
2010年	1.34	0.31	3.37	1.62	0.9
2011年	1.65	0.39	3.65	1.61	1.93
2012年	1.97	0.48	3.89	1.65	2.92
2013年	2.21	0.58	4.43	1.72	3.71
2014年	2.8	0.76	4.75	1.7	4.76
2015年	3.06	1.26	5.36	1.82	5.92
2016年	3.31	1.92	6.17	1.96	7.23
2017年	3.52	2.87	6.57	2.17	9.36
2018年	3.78	3.84	7.36	2.36	12.03

资料来源：中国产业信息网整理

(2) 广告行业生命周期

根据行业生命周期理论，行业生命周期指行业从出现到完全退出社会经济活动所经历的时间。行业生命发展周期主要包括四个发展阶段：幼稚期，成长期，成熟期，衰退期。

由于我国的户外广告行业进入门槛低，参与广告市场竞争的企业虽然众多但大多规模较小，使得户外广告行业低端市场竞争激烈。目前我国广告行业处于幼稚期向成长期过渡阶段。

2、演艺经纪行业

(1) 行业现状与规模

演艺经纪业务是指创作或引进各类演出项目，通过演出门票或商业赞助获取收益的业务。该业务收益来源于票房收入、商业赞助、政府补贴和广告收入（演出期间的剧院现场广告、票面、节目单广告等）。成本主要包括创作编排费、导演费、演出费、演职人员差旅费、道具运输费和剧院运营成本。演艺经纪行业市场潜力巨大。在全球范围内，演艺经纪行业已经成为本世纪最有发展前景和最具市场潜力的新兴行业，是国际上公认的“金领行业”、“朝阳行业”。在中国，随着文化市场的活跃，对于文化经纪的需求骤增。由此，经纪行业市场潜力巨大，且很可能成为本世纪最有钱景”的行业之一，它已成为中国第三产业中最大的服务行业之一。而这其中，娱乐界的经纪又是其中发展最快速的。

中信建投证券 2014 年投资策略报告《2014——大文化产业年》提出，西方家庭的文化消费占家庭总支出比例的 15%-18%，据此数据推算，中国即将释放出的文化消费总量可达五万亿，而当前实际文化消费规模为 1.04 万亿元，仅占居民消费总支出的 6.60%，存在 3.96 万亿元的文化消费缺口，这一庞大经济体量令人充满想象。

（2）演艺经纪行业所处的生命周期

中国演艺业尚处于初步发展阶段，行业发展不充分、行业集中度较低，文化演艺节目数量仍较少且由各个公司分散经营。目前国内演艺经纪业务尚处于幼稚期。

（三）行业基本风险特征

广告行业

1、经济下行风险

广告行业发展与国民经济景气度具有较高的关联性，国内外宏观经济形势变化、国家宏观经济政策调整和经济增长周期性变化等都会对广告行业产生影响。如果出现国内外宏观经济环境持续欠佳，各个企业必然会削减广告预算，广告行业的经营状况亦将受到影响。

2、资金和人才短缺

资金和人才短缺成为户外广告行业的发展瓶颈。广告行业的发展，人才的创新能力和购买媒介资源所需的资金规模都有较高的要求，企业需要准备大量资金用于媒介终端等的购买。此外，实现新渠道开拓需要资金以及行业专业知识等方面的积累，既有资金实力又具备行业经验的人才，成为行业升级发展的瓶颈。

3、政策风险

广告行业是文化产业的重要组成部分。我国公布的《关于推进广告战略实施的意见》、《文化产业振兴规划》、《广告产业发展“十二五”规划》等纲领性文件均将广告产业作为促进国家文化建设，推动文化产业发展的措施，为公司的业务发展提供了良好、稳定的市场环境。如果国家宏观经济政策及相关产业政策发生较大的调整，将对公司的生产经营造成一定的影响。

4、媒体资源获得的稳定性风险

广告行业除了需要优秀的创意和设计外，还需要大量的媒介资源来承载广告的发布。随着行业的增长，客户要求不断提高，公司需要广泛获取各种媒介资源，但由于在特定时期，市场媒介资源可能存在供需不平衡，从而产生无法获取合适的媒介资源，优秀的创意和设计无法实现，影响公司稳定发展的风险。

演艺经纪业务

1、行业风险

专业化人才较少，还没有形成商业化运营的上下游产业链,中国从事演艺业的专业创作和编演人才数量较少，相关市场推广人才也比较稀缺，演艺业的创作和编排、节目的演出、市场推广等各个环节目前还没有形成商业化运营的产业链，缺少一定的行业标准，给演艺业的快速发展造成了一定障碍。

2、市场风险

在中国各个产业门类中，文化产业是开放度最弱的行业之一，也是市场化和产业化运作最晚的行业之一。若公司无法根据未来市场需求维持对观众的吸引力，或者市场营销方面发生重大失误，将会削弱公司在文化演艺市场上的竞争优势。

（四）行业发展的有利和不利因素

1、行业发展的有利因素

广告行业

（1）国家产业政策扶持

对于整个广告业来说，国家经济转型，品牌消费的崛起促使消费品公司创建品牌，尤其与生活消费类有关的企业对广告投入的增速将会超越收入增速。国家“十二五”规划明确将广告行业列入文化和经济产业之一，鼓励有优势的企业通过并购、参股、控股、整合等方式做大做强形成大型的传媒集团，随着市场的竞争加剧，具有广告载体及购买能力的公司在产业链中的优势地位会得以体现，议价能力得以提升，形成市场份额和利润率双重增长。

（2）居民消费水平日益提高

伴随我国改革开放进程的日益深化，居民的生活水平有了明显的改善，消费水平迅速提升，消费观念和消费行为由“生存型”向“享受型”、“发展型”转变，居民消费结构呈现明显的多元化、升级化趋势。一方面，居民可支配收入和消费能力的增强，提升了商品零售的购买需求；另一方面，居民在住房、旅游、交通、健康、奢侈品等方面的多元化消费局面明显，而这类商品或服务在推广和营销过程中对广告投放的需求较高，进一步推动了本行业的发展。

（3）市场需求比较强劲

近年来，我国广告行业发展迅猛。为进一步贯彻落实《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020）》和《国家“十二五”科学和技术发展规划》，加快推动现代服务业创新发展，科技部组织编制了《现代服务业科技发展“十二五”专项规划》。“十二五”是我国深化改革开放、加快经济发展方式转变、全面建设小康社会的关键时期，也是提高自主创新能力，建设创新型国家的攻坚阶段。我国广告传媒服务业是现代服务业和文化产业的重要组成部分，国家“十二五”时期文化发展规划纲要将发展广告业等9个产业作为重点文化产业，广告业的发展迎来良好的机遇。

（4）行业的季节性、区域性特征

公司服务无明显淡季和旺季的季节性特征，全年业务量较为均衡。广告服务行业区域性特征明显，北京、上海、广州、深圳等一线城市占全国广告服务市场的 50% 以上，不过二、三线城市正在快速崛起。广告行业发展与地区经济发展程度有紧密的联系，经济发达地区的城市化进程较快，机场、地铁、铁路、公交等交通运输网络逐步发达，居民消费水平不断增高，户外媒体行业的客户正在快速地向二、三线城市辐射发展。

演艺经纪业务

（1）政策支持

国务院于 2014 年 3 月 14 日发布了《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》，指出推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展，促进与实体经济深度融合，是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措，是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求，是促进产品和服务创新、催生新兴业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高人民生活质量的重要途径。

（2）市场需求增长

中国演出行业协会的《2012 年中国演出市场年度报告》指出，各国近代历史表明，当人均 GDP 超过 3,000 美元时，文化消费会快速增长，占总支出的 23%；而人均 GDP 超过 5,000 美元时，文化消费会出现“井喷”的局面。根据国家统计局报告《新世纪实现新跨越新征程谱写新篇章》的统计数据，2011 年中国人均 GDP 就已经达到了 5,414 美元，人民群众生活水平的不断提高，是演出市场能够持续发展的物质保障。

2、行业发展的不利因素

广告行业

（1）消费市场分化

我国消费市场呈现出大众、小众、碎片化细分的发展趋势，不同市场交错层叠。在这种情况下，传统市场研究中抽样的科学性和代表性不断被削弱，捕捉目标消费者越来越不容易，操作难度越来越高，日益需要精准化传播、针对性投放、细化管理，这对传统的粗放型、单一型的本土广告传播模式提出了挑战。

（2）广告行业需要树立公信力

目前，我国广告业还不够成熟，行业集中度不高，从业公司与人员的素质与专业水准还存在参差不齐的状况。一些作为广告主的企业特别是中小型企业存在着炒作意识，虚假违法广告在一些保健品、医疗等行业还比较突出。这严重影响了广告行业的公信力，广告行业的竞争秩序还有待规范。

演艺行业

（1）中国从事演艺业的专业创作和编演人才数量较少，相关市场推广人才也比较稀缺，演艺业的创作和编排、节目的演出、市场推广等各个环节目前还没有形成商业化运营的产业链，缺少一定的行业标准，给演艺业的快速发展造成了一定障碍。

（2）宏观经济波动等因素将直接影响演出市场，从而对演艺经纪业产生不利影响。

（五）公司在行业中的竞争地位

1、行业的竞争格局

由于我国的户外广告行业进入门槛低，参与广告市场竞争的企业虽然众多但大多规模较小，使得户外广告行业低端市场竞争激烈。目前还没有一些在国际市场上具有竞争力的广告公司，大多数企业规模不大、人员少、专业化程度不高。

2、公司在行业中的竞争地位

（1）行业内现有企业的竞争

黑龙江省内前五位竞争对手：

公司名称	公司介绍

<p>哈尔滨工大集团 广告传媒有限公司</p>	<p>成立于 2000 年，是哈尔滨工大集团下属一级资质子公司，依托强大媒体优势，从事户外媒体运营、企业营销策划、品牌建设管理、产品市场推广、广告设计与创意、展示制作与商务礼仪服务等，是哈尔滨首屈一指的大型综合性广告公司。工大集团广告传媒有限公司专注于媒介整合传播，2011 年公司斥资千万在华融饭店、省政府、黄河大厦、哈特商务酒店、机场路等处设立 LED 媒体，打破了现阶段传统广告牌单一化和固态化的模式，使得广告展示效果更加时尚更加便捷。</p> <p style="text-align: center;">-资料来源：企业官网</p>
<p>哈尔滨海润国际 广告传播集团有 限公司</p>	<p>哈尔滨海润国际广告传播集团有限公司于 1991 年组建，是具有国家一级广告企业经营资质的大型综合性广告企业。13 年的探索、创新与积淀，一流的专业作业水准，使海润成为行业的先锋和典范。多年来，海润人秉承“品牌管理”理念，凭借强大的整合广告代理能力，科学作业，为广告主打造适合其市场营销的广告。目前服务主要客户：哈药集团（制药六厂、三精制药、制药四厂、世一堂、中药二厂、中药三厂等）</p> <p style="text-align: center;">-资料来源：企业官网</p>
<p>哈尔滨分众广告 传媒有限公司</p>	<p>哈尔滨分众广告传媒有限公司由哈尔滨潜龙广告公司创始人投资，2004 年 3 月在哈尔滨开发区注册成立，是一家专业媒体公司。主要从事黑龙江地区高级商务楼宇液晶电视联播网分众创新媒体行销和整合经营，并代理外地知名品牌在黑龙江投放和本地知名品牌在全国投放的广告业务。哈尔滨分众传媒是 Focus Media 分众传媒（中国）控股公司的加盟商</p>

哈尔滨时刻广告有限公司	<p>哈尔滨时刻广告有限公司成立于 2008 年。公司一直致力于营销策划、创意设计、媒介整合、媒体发布、大型活动策划实施于一体的综合性广告公司。公司企业法人始终秉承的部队的优良传统，并延续到工作中。以军事化的管理、先进的营销理念、强势的媒介资源、专业热情的服务，力求满足每一位客户的需求。把每一件事情要求做的最好。项目小组以其特有的敏锐力和诚恳度，追求完美。以时代为契机，以市场为基础，以客户为中心，以强大的实力为依托，展开策划、营销和广告媒体之间的互动，不断为企业注入新的活力。</p> <p style="text-align: center;">-资料来源：企业官网</p>
哈尔滨泰克斯传媒有限责任公司	<p>哈尔滨泰克斯传媒有限责任公司是由哈尔滨市交通运输局组建而成的国有控股大型企业。承载政府投资 5000 万的全市出租汽车智能服务系统 LED 显示屏的信息发布，主要从事设计、制作、代理广告业务，实力雄厚，有着广阔的以政府为主体的市场。</p> <p style="text-align: center;">-资料来源：企业官网</p>

（2）新进入者的威胁

主要表现在两个方面，一方面在于行业产能的提升，这也就不可避免的导致了行业竞争的加剧，也就是市场的供求压力，即供求规律的影响。另一方面体现在对于媒体资源的威胁，新进企业对于媒体资源获取的压力，不可避免的要增加行业成本。

市场因素	对新进入者的威胁
规模经济	按户外广告产品来说，高端市场的新进入者威胁并非十分巨大，而低端市场的情况就相对复杂。
产品差异化优势	对于高端和低端市场而言，有无产品差异成为区分二者中新进入者威胁的重要指标。一旦企业有了自主新技术的能力，就对于高端市场产生的威胁；而相应而言，低端市场所受的威胁就与此关系不大。
资金需求	新进企业一般只有三种：一类是外资独资；一类是中外合资联合经营；另一类是民营企业。前两种一般是财力相对较为雄厚的大型企业，对于作为行业的进入威胁也就更大；而民营企业作为新进者的进入威胁相对更小。
销售渠道	行业现状在此方面还是不很排斥新进入企业，对新进入者威胁较

	小。
其他成本转换优势	在中国市场不完善的市场经济体制下，容易出现其他成本的优势转移，特别是人际关系的公关资本，因此新进入者的威胁相对较大。
现有企业的反应	现有市场的大品牌对新进入者反击力度大，高端市场难以立足，但低端市场对新进入者威胁不大。
上下游的转换成本	高端市场的进入者威胁相对较小，而中低端市场可能在未来就将要面对新进入者的挑战，尤其是广大中小企业的挑战。

（3）替代品的威胁

全息投影技术也称“虚拟成像技术”，它是利用干涉和衍射原理记录并再现物体真实的三维图像的记录和再现的技术。全息投影技术在舞台中的应用，不仅可以产生立体的空中幻像，还可以使幻像与表演者产生互动，一起完成表演，产生令人震撼的演出效果。3S DIGITAL 数字技术专家凭借三视图动漫数字舞美设计优势，结合国外最先进的全息投影技术手段，做到完美展示全息投影数字视觉的效果，使中国全息投影技术更上一层楼。

（4）供应商的议价能力

媒体资源掌控者，如哈尔滨地铁集团股份有限公司采用市场化招标手段，公司利用黑龙江电视台宣传平台，在各大频道投放招商宣传片和广告，提高客户的关注度。在市场上享有一定议价权。

（5）购买者的议价能力

户外广告的发展，经历了初期的关系经营暗箱操作，随着国际客户的进入，国内大客户全国户外投放的需求，日益提高系统化、规模化、网络化的媒体网络，而高度分散的中国户外广告市场也不能满足这种需求。

最优价值的户外媒体资源是规模化、网络化的媒体资源，受广告主青睐的程度越来越高。由于户外广告形式多样，市场经营复杂，在价格体系上差异较大，购买者的购买意向集中在位置显要、人流密集且价格最优惠的户外媒体，在这个同质化现象严重的时代，户外广告业自身的品牌意识不强，大部分还停留在价格战的浅层次上。小企业间为了生存降低价格以期吸引客户。

应对措施：公司开展以下策略以发展自身业务，并为股东实现利润及价值最大化。

①把现实的媒体资源利润最大化。

②增加及提升位于地铁、铁路系统的媒体资源。

③开拓公路系统、机场、全省铁路系统的媒体资源。

④通过运用空间管理方法，集中提供量身定制的媒体增值方案进一步改善管理系统及销售网络。

(5) 公司在行业中的竞争优势主要表现为：

①公司拥有资源的长期经营权。公司与媒体资源拥有人的合同期限一般长达1至10年。大部分合同同时授予优先续约权，以获取在相同位置新设的广告空间。为广告客户提供稳定及值得信赖的媒体资源。

②公司在省内拥有广泛的媒体资源网络。公司在黑龙江省内拥有地铁1号线视讯及灯箱、哈尔滨西客站吊旗广告、哈尔滨火车站户外大屏广告，在省内形成媒体网络资源，确保广告客户、消费受众及其他媒体拥有人关注公司在省内的行业主导地位。

③公司成熟发展的空间管理方法能为广告客户及媒体资源拥有者创造价值。公司采取一套空间管理方法，通过创意地运用空间作广告用途，美化地铁车站与列车、城市景观。公司的空间管理方法打破传统广告形式束缚，进一步扩展广告展现方式。

(6) 公司在行业中的竞争劣势主要表现为：

①资金瓶颈。由于公司属于中小型企业，固定资产较少，融资渠道较为单一，融资能力不足，缺乏获得与公司发展速度相匹配的资金支持，因此资金压力成为公司近年来快速发展和规模化经营的瓶颈。

②高端人才储备稍显不足。随着公司业务的快速发展，公司需要大量人才充实到研发、销售、管理各环节。作为中小企业，公司虽然在不断建立完善人才激励机制，但公司在吸引高端人才方面仍显不足，这对公司的长远发展提出了挑战。

第三节 公司治理

一、最近两年内公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

（一）有限公司股东会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

有限公司自 2015 年开始设立董事会、监事会，近两年董事会、监事会的变更如下：

时间	董事会			监事会		
	成员	人数	董事长	成员	人数	主席
2010-4-9	刘玉平	1	执行董事	孙胜秋	1	——
2015-5-19	郭锡哲 王建华 于皓 赵文博 牟海燕	5	郭锡哲	滕威 李春宇 张欢	3	滕威

上述机构（人员）的构成均符合法律法规和公司章程的规定，职责相对清晰，形成的决议能得到实际执行。有限公司制定了《公司章程》，在实际运作过程中，基本能够按照《公司法》和《公司章程》的规定进行运作，就股权变更、经营范围变更、整体变更等重大事项召开股东会议进行决议，但有限公司阶段，公司治理尚不完善，存在未按公司章程规定召开定期股东会、会议记录不健全、会议通知程序履行不完整等问题。上述问题未对公司决策机构的运转效力产生重大影响，不存在损害公司股东利益的情形。

（二）股份公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

2015 年 6 月 8 日公司整体改制时，由原来的执行董事变更为由 5 名董事构成的董事会，监事由原来的 1 名监事变更为由另外 3 人组成的监事会。

股份公司设股东大会，由 2 名法人股东组成，无专业投资机构；股份公司设董事会，由 5 名董事组成，董事由股东大会选举或更换，任期三年，董事会设董事长一人，由全体董事选举产生；股份公司设监事会，由三名监事组成，其中包括职工代表监事一名，公司职工监事张欢为职工大会选举产生，代表职工的利益履行监事职责；除职工监事外的监事由股东大会选举或更换，任期三年。监事会

设监事会主席一名，由全体监事选举产生。股东大会、董事会、监事会均严格依照《公司法》、《公司章程》及“三会”议事规则履行职责，股份公司设立以来，公司召开两次股东大会（包括创立大会），两次董事会，两次监事会会议，形成了有效决议，并均能得到实际执行。

二、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

（一）董事会对公司治理机制建立情况的评估结果

股份公司成立后，公司根据《公司法》及其它相关法律法规、《公司章程》规定，建立了股东大会、董事会、监事会和高管层“三会一层”的法人治理结构，并按照《公司法》、《非上市公众公司监督管理办法》及其配套指引等法律法规的规定制定了股份公司章程、三会议事规则和总经理工作细则以及《关联交易管理制度》等相关管理制度。

公司现有的治理机制基本能给所有股东提供合适的保护以及能保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。同时，相关管理制度也保护了公司资产的安全、完整，使各项生产和经营管理活动得以顺利进行，保证公司的有效运作。

（二）董事会对公司治理机制建立及执行情况的评估结果

有限公司时期，公司依据《公司法》及公司章程建立相关公司内部管理制度，治理结构相对完善；有限公司治理结构构成符合法律、法规的规定，职责清晰；有限公司章程的内容和通过程序合法合规。

股份公司于2015年6月8日设立后，公司依据《公司法》、《非上市公众公司监督管理办法》及其配套指引等法律法规的规定已通过制定《公司章程》、《股东大会会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》及《防止大股东及关联方占用公司资金的管理办法》等制度，完善了公司的各项决策制度，健全了公司治理机制。公司能够根据公司章程和相关规则的要求召开股东大会、董事会及监事会，相关决策程序、决策内容合法有效，三会运行良好。全体股东、董事、监事及高级管理人员能够积极行使公司章程及相关规则赋予的权利，履行义务。“三会”决议均能够得到执行；公司董事会参与公司战略目标的制订并建立对管理层业绩的评

估机制，执行情况良好。公司能够按照权责分明、相互制衡的原则执行治理机制，未发生损害股东、债权人及第三人合法权益的情形。

公司的治理机制对股东的知情权、参与权、质询权和表决权的保护主要体现在：首先，公司健全的治理机制有效地规范了公司的运行，股东通过股东大会对公司的重大决策起决定作用，从公司发展的角度实现了对股东的参与权及表决权的保护。其次，公司治理机制中，“三会”互相牵制，监事会也对公司董事会及高管的决策起到了监督作用，保证公司股东的利益不被侵害。再次，在公司章程中具体明确了股东知情权及质询权，当股东相关权利受到侵害时可运用司法程序来保护自己的利益。公司治理机制科学合理的保证了股东权的发挥，并从以上三方面给其权益予以保护。

（三）公司治理机制的不足及改进措施

由于股份公司成立时间尚短，具体的运用及执行中尚缺乏实际的经验。董事会针对此问题，将在未来继续加强对董事、监事及高级管理人员在公司治理和规范运作方面的培训，保证股东充分行使知情权、参与权、质询权及表决权；通过发挥监事会的作用，督促股东、董事及高级管理人员严格按照《公司法》、公司章程的相关规定，各尽其职，勤勉、忠诚地履行义务，以进一步加强公司的规范化管理，保证公司股东的合法权益。

三、违法违规及受处罚情况

（一）公司近两年及一期存在的违法违规及受处罚情况

公司自设立以来，严格遵守国家法律法规，合法生产经营。最近两年及一期，公司不存在重大违法违规行为。公司对此做出书面承诺，并已经相关行政执法部门出具无重大违法违规处罚证明予以确认。

股份公司的设立，合法合规，公司改制时以改制基准日经审计的原账面净资产额为依据，折合股本总额不高于公司净资产公司，未以评估值入资设立股份公司，未涉及以盈余公积金和未分配利润转增股本的情形，公司股东不需要缴纳个人所得税。公司历史中不存在溢价转让的股权变更行为，公司无自然人股东，不涉及缴纳个人所得税的情形，符合《挂牌条件指引》的条件。

公司在最近 24 个月内不存在劳动社保、工商等合规经营方面的问题。

（二）控股股东、实际控制人存在的违法违规及受处罚情况

公司控股股东、实际控制人最近两年及一期不存在违法违规及受处罚的情况。

（三）公司环保、安全生产和质量标准情形

公司的主营业务为户外广告（包括地铁及空间广告）、演出经纪业务，不属于环保部门审查范围，也不属于重污染行业，也不需要办理排污许可证。

公司业务无需取得安全生产许可，不涉及质量标准问题。

（四）公司未决诉讼或仲裁情形

截至本公开转让说明书出具之日，公司不存在未决诉讼和仲裁的情形。

四、公司的独立性

（一）业务独立性

公司设有传媒事业部、演艺事业部、财务部、综合行政部及人力资源部，拥有独立的业务流程系统，按公司内部有关部门流程规定完成，不受任何股东单位和关联方的干预。公司的业务独立于股东单位及其他关联方，具备独立营运所需的场所、设施、人员、机构，具有面向市场独立开展业务的能力。

（二）资产独立性

大华会计师事务所（特殊普通合伙）会计师出具的《验资报告》、北京华信众合资产评估有限公司出具的《评估报告》及相关材料均显示，公司重大资产均有相应的合同和发票，购货有相应购货申请单和购货发票；公司固定资产不存在权属争议和潜在的纠纷；公司资产独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

截至本公开转让说明书出具之日，公司与控股股东及其它股东之间产权关系明确，资产完全独立于其股东，不存在股东违规占用公司的资金、资产及其它资源的情况。

（三）人员独立性

公司根据《公司法》、《公司章程》的有关规定选举产生公司董事、监事并聘用高级管理人员，公司劳动、人事及工资管理等与股东单位完全独立。高级管理人员的选聘符合《公司章程》的规定，不存在超越股东大会和董事会而作出人事任免决定的情形；高级管理人员外均专职在公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，亦未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

经主办券商和律师核查，许冰为黑龙江电视台的事业编身份，其已承诺会在挂牌前解除事业编。黑龙江电视台亦就此出具了相关文件，说明许冰在龙视星传媒的任职均已经过电视台同意且没有影响其在电视台的工作。为保证龙视星传媒的独立性，黑龙江电视台承诺将在龙视星传媒新三板挂牌前解除许冰的事业编制，并自愿承担因员工身份转变而可能发生的全部补偿费用。2015年6月18日，黑龙江电视台党委会通过了“研究龙视星传媒有限公司挂牌新三板有关事宜”议题，该议题确认解除许冰事业编身份。**2015年8月25日，黑龙江省机构编制委员会出具编号：减员 B004186620016《机关及事业单位减员通知单》，许冰事业编制正式解除。**

主办券商和律师认为许冰事业编已经解除，公司人员独立。

（四）财务独立性

公司设有独立的财务部门，建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有较规范的财务会计制度。公司在银行独立开户，不存在与控股股东、实际控制人控制的其他企业共用银行账户的情形。公司作为独立的纳税人，依法独立纳税，不存在与控股股东、实际控制人控制的其他企业混合纳税的情况。

（五）机构独立性

公司通过股东大会、董事会、监事会制度，强化了公司的分权制衡和相互监督，形成了有效的法人治理结构。在内部机构设置上，公司建立了适应自身发展

需要的组织机构，明确了各机构职能，定员定岗，并制定了相应的内部管理与控制制度，独立开展经营活动。公司建立了健全的内部经营管理机构，管理机构是公司董事会依据其公司章程规定自主设立，并依据公司章程及规章制度独立行使各自的经营管理职权，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间机构混同的情形。

经主办券商及律师核查公司的房屋租赁合同，公司当前注册地址为龙视传媒集团名下房屋，公司虽然租用控股股东的房屋，但是公司办公空间独立，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的企业机构混同、合署办公的情形。主办券商及律师认为公司具备机构独立性。

五、同业竞争

（一）公司与控股股东、实际控制人及其所控制企业的同业竞争情况

序号	关联方名称	与公司关系	经营范围	主营业务	主营业务与龙视星传媒的分析与比较
1	龙视传媒集团	控股股东	时政新闻以外的专题、专栏、综艺、动画、电视剧（基础资质）（广播电视节目制作经营许可证有效期至2015年4月1日）。设计、制作、代理、发布国内外广告，旅游投资，酒店管理。	时政新闻以外的专题、专栏、综艺、动画、电视剧	公司虽然经营范围中包含“设计、制作、代理、发布广告”，但是公司从事的广告主要以电视为载体，与龙视星传媒从事广告业务的载体分属不同的媒体形态，并且客户群体也不完全相同，因此不构成同业竞争。
2	三亚龙视传媒有限责任公司	控股股东控制的其他公司	电视节目的制作与传播、发行，广告设计、制作、代理、发布	电视节目的制作与传播、发行，广告设计、制作、代理、发布	公司设立目的为与三亚电视台合作，制作播出电视节目，现因与三亚电视台合作期限届满，本公司现已停业，正在办理注销手续。
3	黑龙江视通广告有限责任公司	控股股东控制的其他公司	设计、制作、发布、代理电视、平面广告业务。	未实际运营	公司虽然经营范围中包含“设计、制作、代理、发布广告”，但是公司没有实际运营，因此不存在同业竞争。为避免潜在同业竞争的可能，公司已出具承诺保证不从事与龙视星传媒可能构成同业竞争的业务。
4	黑龙江龙视万象传媒有限公司	控股股东控制的其他公司	时政新闻以外的专题、专栏、综艺、动画、电视剧制作（有效期至2015年4月1日）。设计、制作、代理、发布国内外广告。	运营全民电影项目公司	公司虽然经营范围中包含“设计、制作、代理、发布广告”，但是主要业务为制作在黑龙江电视台卫视频道播出的自办节目，仅代理在该频道发布的电视广告，与龙视星传媒从事广告业务的载体分属不同的媒体形态，并且客户群体也不完全相同，因此不构成同业竞争。
5	黑龙江龙网视	控股股东控	时政新闻以外的专题、专栏、综艺、电	运营黑龙江网络广	公司虽然经营范围中包含“设计、制作、代理、

	传媒有限公司	制的其他公司	视剧（基础资质）【许可证有效期至2015年4月1日】；利用信息网络经营游戏产品【许可证有效期至2015年2月6日】。设计、制作、发布、代理国内广告业务；会议、展览服务；广播电视网络信息咨询服务；计算机软件开发、系统集成；计算机软件服务外包；计算机网页设计；销售：电子产品、计算机网络设备（以上不含国家专项审批项目）。	广播电视台	发布广告”，但是公司从事的广告主要以网络广播为载体，与龙视星传媒从事广告业务的载体分属不同的媒体形态，并且客户群体也不完全相同，因此不构成同业竞争。
6	黑龙江龙视通信有限责任公司	控股股东控制的其他公司	短信息服务业务（许可证有效期至2017年2月20日）。时政新闻以外的专题、专栏、综艺、动画、电视剧（基础资质）（广播电视节目制作经营许可证有效期至2015年4月1日）。计算机软件开发、科技信息咨询。物业管理。自有房屋出租。制造计算机网络设备；计算机系统设计与集成、安装和管理服务；设计、制作、代理、发布广告；机构商务代理服务；社会经济咨询服务；会议及展览服务。	短信息服务业务	公司虽然经营范围中包含“设计、制作、代理、发布广告”，但是公司没有实际运营，因此不存在同业竞争。为避免潜在同业竞争的可能，公司正在办理变更经营范围的手续。
7	黑龙江都市传媒有限责任公司	控股股东控制的其他公司	时政新闻以外的专题、专栏、综艺、动画片、电视剧（基础资质）。制作、代理、发布广告。房地产中介服务；票务服务；销售：玩具，米、面制品及食用油，酒、饮料及茶叶，肉制品，家用电	运营黑龙江都市频道	公司虽然经营范围中包含“设计、制作、代理、发布广告”，但是公司从事的广告主要以电视为载体，依托都市频道播放电视广告，与龙视星传媒从事广告业务的载体分属不同的媒体形态，并且客户群体也不完全相同，因此不构成同业竞争。

			器，电子产品，化妆品，汽车。		
8	哈尔滨冰都四季文化传媒有限公司	控股股东参股的其他公司	设计、代理、制作、发布国内广告业务；广告信息咨询；展览展示服务、礼仪服务；体育活动组织服务。	运营哈尔滨啤酒节项目	公司虽然经营范围中包含“设计、制作、代理、发布广告”，但是公司从事的广告仅为哈尔滨啤酒节为期约 15 日的特定区域特定时间的户外广告，不从事其他广告业务，因此不构成同业竞争。
9	黑龙江电视广告公司	实际控制人控制的其他公司	节目制作和节目版权的交易、代理交易。时政新闻以外的专题、专栏、综艺、动画、电视剧（广播电视制作经营许可证有效期至 2015 年 1 月 8 日）。承揽、设计制作、发布、代理国内外各类广告业务。轻工产品(不含危险品)	经营黑龙江电视台广告	虽然该公司主营业务也是广告运营，但其广告业务集中于黑龙江电视台广告，与龙视星传媒从事广告业务的载体分属不同的媒体形态，并且客户群体也不完全相同，因此两者之间不构成同业竞争。
10	北京龙视嘉华国际传媒广告有限公司	实际控制人控制的其他公司	批发预包装食品（食品流通许可证有效期至 2015 年 07 月 22 日）；制作，发行动画片、专题片、电视综艺，不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目（广播电视节目制作许可证有效期至 2015 年 10 月 12 日）。设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；销售电子产品、五金交电、建筑材料、文具用品、工艺品、金属材料、计算机、软件及辅助设备、日用品、服装、针纺织品；广告信息咨询；企业策划；文艺创作。	运营黑龙江电视台广告	虽然该公司主营业务也是广告运营，但其广告业务集中于黑龙江电视台广告和互联网广告，与龙视星传媒从事广告业务的载体分属不同的媒体形态，并且客户群体也不完全相同，因此两者之间不构成同业竞争。
11	黑龙江龙视购	控股股东控	食品流通。电视节目制作。经销：粮食、	经销黑龙江省绿色	公司虽然经营范围中包含“设计、制作、代理、

	物绿色食品有限公司	制的其他公司	农副产品、土特产品、办公用品、日用百货、服装鞋帽、包装材料；对农业及农产品投资；代理、设计、制作、发布国内广告业务；电子商务、会议服务、商品展览展示服务、企业营销策划、企业形象设计；计算机软硬件开发；货物进出口。	食品	发布广告”，但是公司没有实际运营广告业务，因此不存在同业竞争。为避免潜在同业竞争的可能，公司正在办理变更经营范围的手续。
12	北京龙视万象传媒有限公司	控股股东控制的其他公司	制作，发行动画片、专题片、电视综艺，不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目(广播电视节目制作许可证有效期至 2016 年 10 月 10 日)。设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议服务、承办展览展示；经济信息咨询；文艺创作。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	未实际运营	公司虽然经营范围中包含“设计、制作、代理、发布广告”，但是公司没有实际运营，因此不存在同业竞争。为避免潜在同业竞争的可能，公司正在办理变更经营范围的手续。
13	北京龙视百纳文化传媒有限公司	控股股东控制的其他公司	制作、发行动画片、电视综艺、专题片；不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目。组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、制作、代理、发布广告；影视策划；会议服务（不含食宿）；承办展览展示；影视设备租赁；技术推广服务；电脑图文设计制作；企业形象策划；市场调研；摄影及摄像服务；教育咨询（不含出国留学咨询与中介服务）；经济贸易咨询。	影视设备租赁，制作、发行动画片、电视综艺、专题片	本企业广告业务为代理在黑龙江电视台卫视频道播出的电视综艺节目“游艇汇”的电视广告，与龙视星传媒从事广告业务的载体分属不同的媒体形态，并且客户群体也不完全相同，因此两者之间不构成同业竞争。

14	广电网络	实际控制人控制的其他公司	时政新闻以外的专题、专栏、综艺、动画、电视剧（基础资质）节目制作和节目版权等交易、代理交易。广播电视信息网络的开发、建设、维护和经营管理；广播电视网络信息服务、咨询；广播电视信息网络工程设计、施工；互联网接入及相关服务；固定电信服务；增值电信业务；通信数据传送服务；载波服务；软件开发；信息系统集成；信息技术咨询；数据处理及存储服务；装卸搬运和运输代理业；仓储业；邮政基本服务；贸易经济与代理；设计、制作、代理、发布国内外各类广告；会议展览服务；销售：日用百货、食品饮料、家用电器及电子产品；通讯及广播电视设备批发；非金融机构支付服务。	有线电视传输	公司虽然也从事广告业务，但是公司经营广告的载体集中于有限电视传输，与龙视星传媒从事广告业务的载体分属不同的媒体形态，并且客户群体也不完全相同，因此两者之间不构成同业竞争。
15	数字移动	实际控制人控制的其他公司	时政新闻以外的专题、专栏、综艺、动画、电视剧（基础资质）节目制作和节目版权的交易、代理交易（广播电视节目制作经营许可证有效期至2015年4月1日）。承揽、设计、发布、代理国内外各类广告业务。	公交车载节目制作	公司主要从事公共车载节目制作的广告，从事的业务与公司较类似，为彻底解决同业竞争问题，实际控制人黑龙江电视台出具承诺和解决方案，在股份公司挂牌后彻底解决该问题。
16	黑龙江北极文化传媒有限责任公司	实际控制人参股的其他公司	专业化设计服务、商标服务、会议服务、展览服务，制作、发布、代理广告，旅游管理服务。	未实际运营	公司虽然经营范围中包含“设计、制作、代理、发布广告”，但是公司没有实际运营，因此不存在同业竞争。为避免潜在同业竞争的可能，公司正在办理变更经营范围的手续。

17	黑龙江广视文化发展有限公司	实际控制人控制的其他公司	文化艺术交流活动策划, 设计、制作、发布、代理国内广告业务, 企业管理咨询、营销策划; 计算机软硬件技术开发、技术咨询、技术服务; 计算机系统集成、网络技术服务; 房地产经纪、旅游信息咨询、餐饮企业管理咨询、投资咨询(不含期货、证券)、汽车代驾服务、汽车租赁服务、礼仪服务; 人力资源信息咨询、教育信息咨询(不含培训)、商业信息咨询; 就业指导; 家政服务、办公服务、餐饮服务、物业管理服务; 零售: 预包装食品、烟草制品; 批发兼零售: 洗涤用品、化妆品、日用百货、针纺织品、五金交电、初级农产品。	餐饮服务、物业管理服务	公司虽然经营范围中包含“设计、制作、代理、发布广告”, 但是公司没有实际运营广告业务, 因此不存在同业竞争。为避免潜在同业竞争的可能, 公司正在办理变更经营范围的手续。
18	黑龙江龙视健康产业投资有限公司	实际控制人控制的其他公司	实业投资; 营养健康咨询服务; 计算机软硬件开发; 医疗设备、生物制品和保健食品的研发。广播电视节目制作经营; 设计、制作、代理、发布国内广告。	健康咨询、医疗设备、重制制品和保健食品的研发	公司虽然经营范围中包含“设计、制作、代理、发布广告”, 公司 2015 年新增加了广告业务, 但仅从事自办节目的电视广告, 与龙视星传媒从事广告业务的载体分属不同的媒体形态, 并且客户群体也不完全相同, 因此两者之间不构成同业竞争。

（二）控股股东、实际控制人为避免同业竞争采取的措施及作出的承诺

公司关联方共计 35 家，具有相同经营范围的企业有 18 家，均为“设计、制作、代理、发布国内外广告”，从事演艺方面的没有构成或潜在同业竞争的企业。根据公司的实际经营情况，公司的主营业务为户外广告，其他关联方主要从事黑龙江电视台的广告，网络广告，或者从事哈尔滨啤酒节等特定项目的广告。对关联公司的主营业务与公司的业务在广告行业大范围下进行行业细分后，申报律师和主办券商认为除数字移动外其他关联公司与公司不构成同业竞争。

截至公开转让说明书出具日，为避免潜在同业竞争涉及到变更经营范围和办理注销登记的企业的工商手续正在办理中，尚存广告业务但没有构成同业竞争的公司及股份公司的控股股东和实际控制人已经出具了只从事专项或特定区域或特定频道的广告业务的承诺，并会认真履行。

数字移动为黑龙江电视台实际控制的广电网络全资子公司，主要业务为公交车载视频广告业务，与龙视星传媒存在同业竞争关系。为彻底解决该问题，实际控制人黑龙江电视台制定了重组方案，承诺龙视星传媒挂牌后，拟以股票或现金方式，收购广电网络持有的数字移动100%股权。收购完成后，龙视星传媒持有数字移动100%股权，则不再存在同业竞争。若龙视星传媒未能如期进行定向增发，则广电网络以持有数字移动100%股权对龙视星传媒进行增资，增资完成后，龙视星传媒持有数字移动100%股权，则不再存在同业竞争。若因市场因素或者其他原因，未能按照以上安排将移动电视100%股权注入龙视星传媒，黑龙江电视台承诺移动电视100%股权一旦具备注入龙视星传媒的标准和条件，黑龙江电视台将及时以合法及适当的方式将其注入龙视星传媒。

2015年6月18日，黑龙江电视台党委会通过了“研究龙视星传媒有限公司挂牌新三板有关事宜”议题，该议题再次确认了上述同业竞争的解决方案和承诺。

公司控股股东龙视传媒集团、实际控制人黑龙江电视台为避免未来可能出现的同业竞争可能，确保控股股东，实际控制人及其他控制的下属子公司与公司在各自的业务领域内独立经营，保证相互之间不构成竞争或潜在竞争关系，黑龙江电视台于2015年6月8日出具了《关于同业竞争的解决措施及避免同业竞争的承诺

函》，主要内容如下：

1、在龙视星传媒依法存续期间且本台仍然为龙视星传实际控制人的情况下，本台承诺，本台及本台直接或间接控制的其他企业将不以任何方式直接或间接经营任何与龙视星传媒的主营业务有竞争或可能构成竞争的业务，以避免与龙视星传媒构成同业竞争。

2、本台及本台控制的公司/企业违反本承诺的，本台及本台控制的公司/企业所获相关受益将无条件地归龙视星传媒所有；同时，若造成龙视星传媒及其下属各企业（如将来设立）损失的（包括直接损失和间接损失），本台及本台控制的其他公司/企业将无条件的承担全部赔偿责任。

3、如因本公司违反承诺函而给龙视星传媒造成损失的，本公司同意对由此而给龙视星传媒造成的损失予以赔偿。

本台在消除或避免同业竞争方面所做各项承诺，同样适用于本台下属除龙视星传媒以外的其他直接或间接控制的公司/企业，本台有义务督促并确保本台其他下属企业执行本文件所述各项事项安排并严格遵守全部承诺。

龙视传媒集团也出具了《避免同业竞争的承诺函》：

1、在龙视星传媒依法存续期间且本公司仍然为龙视星传媒控股股东的情况下，本公司承诺：本公司及本公司直接或间接控制的其他企业将不以任何方式直接或间接经营任何与龙视星传媒的主营业务有竞争或可能构成竞争的业务，以避免与龙视星传媒构成同业竞争。

2、本公司及本公司控制的公司/企业违反本承诺的，本公司及本公司控制的公司/企业所获相关受益将无条件地归龙视星传媒所有；同时，若造成龙视星传媒及其下属各企业（如将来设立）损失的（包括直接损失和间接损失），本公司及本公司控制的其他公司/企业将无条件的承担全部赔偿责任。

3、如因本公司违反承诺函而给龙视星传媒造成损失的，本公司同意对由此而给龙视星传媒造成的损失予以赔偿。

本公司在消除或避免同业竞争方面所做各项承诺，同样适用于本公司下属除

龙视星传媒以外的其他直接或间接控制的公司/企业，本公司有义务督促并确保本公司其他下属企业执行本文件所述各项事项安排并严格遵守全部承诺。

申报律师认为：黑龙江数字移动传媒股份有限公司的公交车载广告业务与龙视星传媒的地铁视讯广告业务方面相似，存在同业竞争，但在户外广告业务方面不存在同业竞争。

其他十七家关联企业经营范围中虽然存在“设计、制作、发布、代理国内广告业务”，但龙视星传媒近两年的广告业务以及未来的发展目标主要为户外广告、地铁视讯广告及地铁空间广告，与该十七家关联企业在发布广告的媒体形态、产业链结构和市场竞争环境方面有显著差异，分属不同广告媒介，在广告载体、宣传效果上有明显不同，从广告投放的策略和具体操作上，与龙视星传媒并不构成替代性市场格局，不存在竞争关系。

龙视星传媒已对同业竞争的情况进行了披露，龙视星传媒的实际控制人已出具书面承诺，在龙视星传媒本次挂牌后，通过定向增发或增资的方式，消除黑龙江数字移动传媒有限责任公司的同业竞争问题，同时龙视星传媒的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业已采取了相应的措施，避免与龙视星传媒产生潜在的同业竞争。龙视星传媒的同业竞争问题可以通过上述措施彻底消除，不影响本次挂牌。

六、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业损害公司权益的说明

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金的情况

截至本公开转让说明书出具之日，公司不存在资金、款项被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

（二）为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况

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提供担保的情况。

（三）为防止控股股东、实际控制人及其控制的其他企业损害公司权益采取的措施及作出的承诺

公司建立了《公司章程》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》及《防止大股东及关联方占用公司资金的管理办法》等制度，公司已建立健全了资金占用防范和责任追究机制，公司在机构设置、职权分配、业务流程及信息披露等各个方面均能有效监督和相互制约，有效防范了大股东及其他关联方违规占用资金现象的发生，截至本公开转让说明书出具之日，公司不存在资金、款项被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

七、公司董事、监事、高级管理人员有关情况说明

（一）董事、监事、高级管理人员存在直系亲属直接或间接持有公司股份的情况

截至本公开转让说明书出具之日，董事、监事、高级管理人员不存在直系亲属直接或间接持有公司股份的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系

截至本公开转让说明书出具之日，公司董事、监事、高级管理人员之间不存在其他亲属关系。

（三）董事、监事、高级管理人员对外投资情况

截至本公开转让说明书出具之日，公司董事、监事、高级管理人员无对外投资情况。

（四）董事、监事、高级管理人员对外兼职情况

截至本公开转让说明书出具之日，公司董事、监事、高级管理人员对外兼职情况如下：

姓名	公司内职务	兼职情况	性质
郭锡哲	董事长	黑龙江龙视万象传媒有限公司董事	控股股东控制的其他公司

		黑龙江龙视购电视购物有限责任公司执行董事、总经理	控股股东控制的其他公司
		黑龙江龙视东方电视购物有限公司董事	控股股东控制的其他公司
		黑龙江电视台机关党委书记	实际控制人
		黑龙江呼兰河影视城发展有限公司执行董事、总经理	实际控制人控制的其他公司
		黑龙江龙网视传媒有限公司董事	控股股东控制的其他公司
		黑龙江月亮湾电视城有限责任公司董事	控股股东控制的其他公司
		龙视旅游投资董事	控股股东控制的其他公司
		黑龙江龙视健康产业投资公司执行董事、经理	控股股东控制的其他公司
		珠江文化公司董事	控股股东参股的其他公司
		龙视传媒集团董事	控股股东
		黑龙江视通广告有限责任公司执行董事、总经理	控股股东控制的其他公司
		黑龙江龙视旅游汽车服务有限公司执行董事、总经理	控股股东控制的其他公司
		黑龙江龙视购物绿色食品有限公司董事长、总经理	控股股东控制的其他公司
		北京龙视万象传媒有限公司董事	实际控制人控制的其他公司
		北京龙视百纳文化传媒有限公司董事	实际控制人控制其他公司
		黑龙江梦之城影视产业园有限公司副董事长	控股股东控制的其他公司
		黑龙江龙视国际旅行社有限公司执行董事、总经理	实际控制人控制的其他公司
王建华	董事	哈尔滨冰都四季文化传媒有限公司董事	控股股东参股的其他公司
		龙视传媒集团董事	控股股东
		黑龙江电视台经营管理部副主任	实际控制人
		黑龙江龙视人才服务有限公司执行董事、总经理	控股股东控股的其他公司
于皓	董事	黑龙江月亮湾电视城有限责任公司董事	控股股东控制的其他公司
		龙视传媒集团董事	控股股东
		黑龙江龙塔国际旅游有限公司执行董事、总经理	控股股东控制的其他公司

		黑龙江龙塔餐饮有限责任公司董事长	控股股东控制的其他公司
		黑龙江广播电台广告部副主任	非关联方
赵文博	董事	珠江文化公司总经理	控股股东参股的其他公司
牟海燕	董事	黑龙江都市传媒有限责任公司监事	控股股东控制的其他公司
		黑龙江电视台计划财务部副主任	实际控制人
滕威	监事	三亚龙视传媒有限责任公司监事	控股股东控制的其他公司
		黑龙江电视台审计部主任	实际控制人
李春宇	监事	黑龙江龙视购物绿色食品有限公司监事	控股股东控制的其他公司
		黑龙江龙视健康产业投资有限公司监事	控股股东控制的其他公司
		龙视传媒集团财务总监	控股股东
许冰	总经理	哈尔滨冰都四季文化传媒有限公司董事	控股股东参股的其他公司

(五) 上述人员均未与公司签订重要协议或做出重要承诺

截至本公开转让说明书出具之日，上述人员均未与公司签订重要协议或做出重要承诺。

(六) 上述人员最近两年及一期均未受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、或受到全国股份转让系统公司公开谴责

截至本公开转让说明书出具之日，上述人员最近两年及一期均未受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、或受到全国股份转让系统公司公开谴责。

(七) 上述人员不存在其它对公司持续经营有不利影响的情形

截至本公开转让说明书出具之日，上述人员不存在其它对公司持续经营有不利影响的情形。

(八) 公司董事、监事、高级管理人员变动情况

公司及其前身于报告期内的董事、监事、高级管理人员任职及变动情况如下：

1、报告期内董事任职及变更情况

(1) 2013年1月1日至2015年5月17日，由刘玉平担任有限公司执行董事。

(2) 2015年5月18日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，会议选举郭锡哲、王建华、于皓、赵文博、牟海燕为公司董事并组成公司第一届董事会，其中郭锡哲为董事长。

2、报告期内监事任职及变更情况

(1) 2013年1月1日至2015年5月17日，由孙胜秋担任有限公司监事。

(2) 2015年5月18日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，会议选举滕威、李春宇为非职工监事，与职工大会选举的职工代表监事张欢共同组成了监事会，其中滕威为监事会主席。

3、高级管理人员任职及变更情况

(1) 2013年1月1日至2015年5月18日，由赵文博担任有限公司总经理。

(2) 2015年5月19日，公司第一届董事会第一次会议聘任许冰为公司总经理、林洪波为公司财务总监兼董事会秘书。

报告期内董事、监事、高级管理人员的变化事宜符合有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的规定，并已履行必要的法律程序，合法、有效。

第四节 公司财务

一、最近两年及一期的主要财务报表及审计意见

（一）最近两年及一期的审计意见

公司 2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-2 月的财务会计报告已经具有证券业务资格的大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了大华审字【2015】第 005269 号标准无保留的审计报告。

（二）最近两年及一期财务报表

1、公司财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营为基础进行编制，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则》及有关规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

2、公司合并报表范围确定原则

公司合并财务报表按照《企业会计准则第 33 号合并财务报表》及相关规定的要求编制，将拥有实际控制权的子公司和特殊目的主体纳入合并财务报表范围。

3、最近两年及一期合并财务报表范围

公司报告期内无纳入合并范围的子公司。

4、公司最近两年及一期主要财务报表

资产负债表

单位：元

资产	2015 年 2 月 28 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	3,301,987.30	3,710,756.86	3,726,903.91
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产			

衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	1,287,847.53	1,393,967.00	415,000.00
预付款项	11,158,675.20	4,006,488.52	
应收利息			
应收股利			
其他应收款	11,636,394.91	3,550,656.19	581,198.96
存货			504,976.00
划分为持有代售的资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产			152,620.00
流动资产合计	27,384,904.94	12,661,868.57	5,380,698.87
非流动资产：			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			
长期应收款			
长期股权投资			945,091.16
投资性房地产			
固定资产	522,384.74	520,908.61	444,285.54
在建工程			
工程物资			
固定资产清理			
生产性生物资产			
油气资产			
无形资产	102,605.69	104,380.99	5,920.48
开发支出			
商誉			
长期待摊费用			693,926.00
递延所得税资产			
其他非流动资产			
非流动资产合计	624,990.43	625,289.60	2,089,223.18
资产总计	28,009,895.37	13,287,158.17	7,469,922.05

资产负债表(续)

单位：元

负债和股东权益	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动负债：			
短期借款			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债			
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款	1,412,103.80	2,009,075.44	
预收款项	1,079,712.24	711,364.52	
应付职工薪酬	597,574.48	770,930.61	100,000.00
应交税费	-212,051.71	254,381.48	57,723.49
应付利息			
应付股利			
其他应付款	12,958,062.41	2,595,293.41	6,116,036.89
划分为持有待售的负债			
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计	15,835,401.22	6,341,045.46	6,273,760.38
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
长期应付职工薪酬			
长期应付款			
专项应付款			
预计负债			
递延收益			
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计			
负债合计	15,835,401.22	6,341,045.46	6,273,760.38
股东权益：			
股本	10,000,000.00	10,000,000.00	1,000,000.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			

资本公积	3,235,000.00		
减：库存股			
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积	370,531.36	370,531.36	370,531.36
未分配利润	-1,431,037.21	-3,424,418.65	-174,369.69
所有者权益合计	12,174,494.15	6,946,112.71	1,196,161.67
负债和所有者权益总计	28,009,895.37	13,287,158.17	7,469,922.05

利润表

单位：元

项目	2015年1-2月	2014年度	2013年度
一、营业收入	2,634,819.14	10,249,415.83	2,728,382.65
减：营业成本	2,164,261.32	9,531,972.80	1,707,616.11
营业税金及附加		44,757.76	54,553.49
销售费用			
管理费用	575,082.86	3,168,575.18	1,986,012.87
财务费用	2,093.52	-2,972.25	-8,744.65
资产减值损失		719.38	479.58
加：公允价值变动收益			
投资收益	2,100,000.00	-945,091.16	-1,154,908.84
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	2,100,000.00	-945,091.16	-1,154,908.84
二、营业利润	1,993,381.44	-3,438,728.20	-2,166,443.59
加：营业外收入		188,679.24	
其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出			
其中：非流动资产处置损失			
三、利润总额	1,993,381.44	-3,250,048.96	-2,166,443.59
减：所得税费用			
四、净利润	1,993,381.44	-3,250,048.96	-2,166,443.59
五、综合收益总额	1,993,381.44	-3,250,048.96	-2,166,443.59
六、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.1993	-1.6596	-2.1664
（二）稀释每股收益	0.1993	-1.6596	-2.1664

现金流量表

单位：元

项目	2015年1-2月	2014年度	2013年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	3,260,300.00	9,513,087.00	4,014,810.08
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	806,185.79	4,863,016.97	4,189,030.87
经营活动现金流入小计	4,066,485.79	14,376,103.97	8,203,840.95
购买商品、接受劳务支付的现金	10,169,580.00	10,581,302.20	1,612,198.30
支付给职工以及为职工支付的现金	689,355.33	2,368,654.77	1,733,702.08
支付的各项税费	279,996.22	282,907.46	129,311.58
支付其他与经营活动有关的现金	8,330,323.40	8,983,600.39	1,850,138.44
经营活动现金流出小计	19,469,254.95	22,216,464.82	5,325,350.40
经营活动产生的现金流量净额	-15,402,769.16	-7,840,360.85	2,878,490.55
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资所收到的现金	2,100,000.00		
取得投资收益收到的现金			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额			
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计	2,100,000.00		
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	6,000.40	475,786.20	275,718.00
投资支付的现金			2,100,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计	6,000.40	475,786.20	2,375,718.00
投资活动产生的现金流量净额	2,093,999.60	-475,786.20	-2,375,718.00
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金		9,000,000.00	
取得借款收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金	12,900,000.00	2,300,000.00	1,000,000.00
筹资活动现金流入小计	12,900,000.00	11,300,000.00	1,000,000.00

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			560,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金		3,000,000.00	
筹资活动现金流出小计		3,000,000.00	560,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	12,900,000.00	8,300,000.00	440,000.00
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	-408,769.56	-16,147.05	942,772.55
加：年初现金及现金等价物余额	3,710,756.86	3,726,903.91	2,784,131.36
六、期末现金及现金等价物余额	3,301,987.30	3,710,756.86	3,726,903.91

所有者权益变动表

2015年1-2月

单位：元

项目	实收资本	其他 权益 工具	资本公积	减：库 存股	其他 综合 收益	专 项 储 备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	10,000,000.00						370,531.36	-3,424,418.65	6,946,112.71
加：会计政策变更									
前期差错更正									
其他									
二、本年年初余额	10,000,000.00						370,531.36	-3,424,418.65	6,946,112.71
三、本期增减变动金额（减少以“-”填列）			3,235,000.00					1,993,381.44	5,228,381.44
（一）综合收益总额								1,993,381.44	1,993,381.44
（二）股东投入和减少资本			3,235,000.00						3,235,000.00
1、股东投入的普通股									
2、其他权益工具持有者投入									

资本									
3、股份支付计入股东权益的金额									
4、其他			3,235,000.00						3,235,000.00
(三) 利润分配									
1、提取盈余公积									
2、对股东的分配									
3、其他									
(四) 股东权益内部结转									
1、资本公积转增股本									
2、盈余公积转增股本									
3、盈余公积弥补亏损									
4、结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动									
5、其他									
(五) 专项储备									
1、本期提取									
2、本期使用									

四、本年期末余额	10,000,000.00		3,235,000.00				370,531.36	-1,431,037.21	12,174,494.15
----------	---------------	--	--------------	--	--	--	------------	---------------	---------------

所有者权益变动表

2014 年度

单位：元

项目	实收资本	其他权益工具	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00						370,531.36	-174,369.69	1,196,161.67
加：会计政策变更									
前期差错更正									
其他									
二、本年年初余额	1,000,000.00						370,531.36	-174,369.69	1,196,161.67
三、本期增减变动金额（减少以“-”填列）	9,000,000.00							-3,250,048.96	5,749,951.04
（一）综合收益总额								-3,250,048.96	-3,250,048.96
（二）股东投入和减少资本	9,000,000.00								9,000,000.00
1、股东投入的普通股	9,000,000.00								9,000,000.00

2、其他权益工具持有者投入资本									
3、股份支付计入股东权益的金额									
4、其他									
（三）利润分配									
1、提取盈余公积									
2、对股东的分配									
3、其他									
（四）股东权益内部结转									
1、资本公积转增股本									
2、盈余公积转增股本									
3、盈余公积弥补亏损									
4、结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动									
5、其他									
（五）专项储备									
1、本期提取									
2、本期使用									
四、本期末余额	10,000,000.00						370,531.36	-3,424,418.65	6,946,112.71

所有者权益变动表

2013年度

单位：元

项目	实收资本	其他权益工具	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00						370,531.36	2,634,062.90	4,004,594.26
加：会计政策变更									
前期差错更正									
其他								-81,989.00	-81,989.00
二、本年初余额	1,000,000.00						370,531.36	2,552,073.90	3,922,605.26
三、本期增减变动金额（减少以“-”填列）								-2,726,443.59	-2,726,443.59
（一）综合收益总额								-2,166,443.59	-2,166,443.59
（二）股东投入和减少资本									
1、股东投入的普通股									
2、其他权益工具持有者投入资本									
3、股份支付计入股东权益的金额									
4、其他									

(三) 利润分配								-560,000.00	-560,000.00
1、提取盈余公积									
2、对股东的分配								-560,000.00	-560,000.00
3、其他									
(四) 股东权益内部结转									
1、资本公积转增股本									
2、盈余公积转增股本									
3、盈余公积弥补亏损									
4、结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动									
5、其他									
(五) 专项储备									
1、本期提取									
2、本期使用									
四、本期末余额	1,000,000.00						370,531.36	-174,369.69	1,196,161.67

二、公司主要会计政策和会计估计

（一）财务报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和具体企业会计准则、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”)进行确认和计量，在此基础上，结合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》(2014年修订)的规定，编制财务报表。

财政部于2014年颁布下列新的及修订的企业会计准则，本公司已于2014年7月1日起执行下列新的及修订的会计准则：《企业会计准则第2号——长期股权投资》(修订)、《企业会计准则第9号——职工薪酬》(修订)、《企业会计准则第30号——财务报表列报》(修订)、《企业会计准则第33号——合并财务报表》(修订)、《企业会计准则第37号——金融工具列报》(修订)、《企业会计准则第39号——公允价值计量》、《企业会计准则第40号——合营安排》、《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》，本次会计政策变更对本公司的资产、负债、所有者权益及净利润无影响。

（二）遵循企业会计准则的声明

公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了报告期公司的财务状况、经营成果等有关信息。

（三）会计期间

自公历1月1日至12月31日为一个会计年度。本报告期为2013年1月1日至2015年2月28日。

（四）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

本公司作为合并方，在同一控制下企业合并中取得的资产和负债，在合并日

按被合并方在最终控制方合并报表中的账面价值计量。取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

在非同一控制下企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债及或有负债在收购日以公允价值计量。合并成本为本公司在购买日为取得对被购买方的控制权而支付的现金或非现金资产、发行或承担的负债、发行的权益性证券等的公允价值以及在企业合并中发生的各项直接相关费用之和（通过多次交易分步实现的企业合并，其合并成本为每一单项交易的成本之和）。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；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，首先对合并中取得的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值、以及合并对价的非现金资产或发行的权益性证券等的公允价值进行复核，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，将其差额计入合并当期营业外收入。

（六）合并财务报表的编制方法

本公司将所有控制的子公司纳入合并财务报表范围。

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

合并范围内的所有重大内部交易、往来余额及未实现利润在合并报表编制时予以抵销。子公司的所有者权益中不属于母公司的份额以及当期净损益、其他综合收益及综合收益总额中属于少数股东权益的份额，分别在合并财务报表“少数股东权益、少数股东损益、归属于少数股东的其他综合收益及归属于少数股东的综合收益总额”项目列示。

对于同一控制下企业合并取得的子公司，其经营成果和现金流量自合并当期期初纳入合并财务报表。编制比较合并财务报表时，对上年财务报表的相关项目进行调整，视同合并后形成的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

对于非同一控制下企业合并取得子公司，经营成果和现金流量自本公司取得控制权之日起纳入合并财务报表。在编制合并财务报表时，以购买日确定的各项

可辨认资产、负债及或有负债的公允价值为基础对子公司的财务报表进行调整。

本公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，在合并财务报表中，处置价款与处置长期股权投资相对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，调整资本溢价或股本溢价，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

本公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资方的控制权的，在编制合并财务报表时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资损益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资损益。

（七）合营安排分类及共同经营会计处理方法

本公司的合营安排包括共同经营和合营企业。对于共同经营项目,本公司作为共同经营中的合营方确认单独持有的资产和承担的负债，以及按份额确认持有的资产和承担的负债，根据相关约定单独或按份额确认相关的收入和费用。与共同经营发生购买、销售不构成业务的资产交易的，仅确认因该交易产生的损益中归属于共同经营其他参与方的部分。

（八）现金及现金等价物的确定标准

现金是指本公司的库存现金以及随时用于支付的存款。

现金等价物是指本公司持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金且价值变动风险很小的投资。

（九）外币业务和外币报表折算

1、外币业务核算方法

本公司外币交易均按交易发生日的即期近似汇率折算为记账本位币，该即期近似汇率指交易发生日当月月初的汇率。

在资产负债表日，按照下列规定对外币货币性项目和外币非货币性项目进行

处理：

(1) 外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期损益。

(2) 以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。

(3) 以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动处理，计入当期损益。

2、外币财务报表的折算方法

公司对境外经营的财务报表进行折算时，遵循下列规定：

(1) 资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期近似汇率折算。

(2) 利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期近似汇率折算。

按照上述方法折算产生的外币财务报表折算差额，在资产负债表中所有者权益项目下单独列示。

(十) 金融工具

在本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。金融资产和金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关的交易费用直接计入损益，对于其他类别的金融资产和金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

1、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公允价值，是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。金融工具存在活跃市场的，本公司采用

活跃市场中的报价确定其公允价值。活跃市场中的报价是指易于定期从交易所、经纪商、行业协会、定价服务机构等获得的价格，且代表了在公平交易中实际发生的市场交易的价格。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具当前的公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

2、金融资产的分类、确认和计量

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。金融资产在初始确认时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、持有至到期投资、贷款和应收款项以及可供出售金融资产。

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

包括交易性金融资产和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。

交易性金融资产是指满足下列条件之一的金融资产：①取得该金融资产的目的，主要是为了近期内出售；②属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明本公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；③属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

符合下述条件之一的金融资产，在初始确认时可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：①该指定可以消除或明显减少由于该金融资产的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；②本公司风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，对该金融资产所在的金融资产组合或金融资产和金融负债组合以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融资产相关的股利和利息收

入计入当期损益。

（2）持有至到期投资

是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。

持有至到期投资采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

实际利率法是指按照金融资产或金融负债（含一组金融资产或金融负债）的实际利率计算其摊余成本及各期利息收入或支出的方法。实际利率是指将金融资产或金融负债在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量，折现为该金融资产或金融负债当前账面价值所使用的利率。

在计算实际利率时，本公司将在考虑金融资产或金融负债所有合同条款的基础上预计未来现金流量（不考虑未来的信用损失），同时还将考虑金融资产或金融负债合同各方之间支付或收取的、属于实际利率组成部分的各项收费、交易费用及折价或溢价等。

（3）贷款和应收款项

是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。本公司划分为贷款和应收款的金融资产包括应收票据、应收账款、应收利息、应收股利及其他应收款等。

贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项、持有至到期投资以外的金融资产。

可供出售债务工具投资的期末成本按照其摊余成本法确定，即初始确认金额扣除已偿还的本金，加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额

之间的差额进行摊销形成的累计摊销额，并扣除已发生的减值损失后的金额。可供出售权益工具投资的期末成本为其初始取得成本。

可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产与摊余成本相关的汇兑差额计入当期损益外，确认为其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本进行后续计量。

可供出售金融资产持有期间取得的利息及被投资单位宣告发放的现金股利，计入投资收益。

3、金融资产减值

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司在每个资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。

本公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

（1）持有至到期投资、贷款和应收款项减值

以成本或摊余成本计量的金融资产将其账面价值减记至预计未来现金流量现值，减记金额确认为减值损失，计入当期损益。金融资产在确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，金融资产转回减值损失后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

（2）可供出售金融资产减值

当综合相关因素判断可供出售权益工具投资公允价值下跌是严重或非暂时性下跌时，表明该可供出售权益工具投资发生减值。

对于可供出售金融资产由于下列损失事项影响其预计未来现金流量减少，并且能够可靠计量，将认定其发生减值：

- ①债务人发生严重财务困难；
- ②债务人违反了合同条款,如偿付利息或本金发生违约或逾期；
- ③本公司出于经济或法律等方面因素的考虑,对发生财务困难的债务人做出让步；
- ④债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- ⑤因发行方发生重大财务困难,该金融资产无法在活跃市场继续交易；
- ⑥权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；
- ⑦权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌。

可供出售金融资产发生减值时，将原计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入当期损益，该转出的累计损失为该资产初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

在确认减值损失后，期后如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，可供出售权益工具投资的减值损失转回确认为其他综合收益，可供出售债务工具的减值损失转回计入当期损益。

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产的减值损失，不予转回。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

满足下列条件之一的金融资产，予以终止确认：（1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；（2）该金融资产已转移，且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；（3）该金融资产已转移，虽然企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产控制。

若企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且未放弃对该金融资产的控制的，则按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值及因转移而收到的对价与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额计入当期损益。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值在终止确认及未终止确认部分之间按其相对的公允价值进行分摊，并将因转移而收到的对价与应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和与分摊的前述账面金额之差额计入当期损益。

本公司对采用附追索权方式出售的金融资产，或将持有的金融资产背书转让，需确定该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬是否已经转移。已将该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产；既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则继续判断企业是否对该资产保留了控制，并根据前面各段所述的原则进行会计处理。

5、金融负债的分类和计量

金融负债在初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。初始确认金融负债，以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关的交易费用直接计入当期损益，对于其他金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

分类为交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的条件与分类为交易性金融资产和在初始确认时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的条件一致。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债采用公允价值进行后续计量，公允价值的变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

（2）其他金融负债

与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本进行后续计量。其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

（3）财务担保合同

不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，以公允价值进行初始确认，在初始确认后按照《企业会计准则第 13 号—或有事项》确定的金额和初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号—收入》的原则确定的累计摊销额后的余额之中的较高者进行后续计量。

6、金融负债的终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认的，将终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

7、衍生工具及嵌入衍生工具

衍生工具于相关合同签署日以公允价值进行初始计量，并以公允价值进行后续计量。衍生工具的公允价值变动计入当期损益。

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如未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，嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，且与嵌入衍生工具条件相同，单独存在的工具符合衍生工具定义的，嵌入衍生工具从混合工具中分拆，作为单独的衍生金融工具处理。如果无法在取得时或后续的资产负债表日对嵌入衍生工具进行单独计量，则将混合工具整体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。

8、金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

9、权益工具

权益工具是指能证明拥有本公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。本公司发行（含再融资）、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。本公司不确认权益工具的公允价值变动。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。

本公司对权益工具持有方的各种分配（不包括股票股利），减少股东权益。本公司不确认权益工具的公允价值变动额。

（十一）应收款项

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

<p>单项金额重大的判断依据或金额标准</p>	<p>单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项的确认标准：年末余额占应收款项年末余额 10% 以上的应收款项。</p>
<p>单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法</p>	<p>本公司对单项金额重大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，确认减值损失，计提坏账准备。</p>

2、按组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的类别	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提办法
按照账龄组合	对单项金额不重大的应收款项，以及单项金额重大、但经单独测试后未发生减值的应收款项，以账龄为类似信用风险特征，根据以前年度与之相同或相似的按账龄段划分的信用风险组合的历史损失率为基础，结合现时情况确定类似信用风险特征组合采用下述账龄分析法计提坏账准备。	采用账龄分析法

3、组合中，采用账龄分析法计提坏账准备情况如下

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1年以内	0%	0%
1-2年	10%	10%
2-3年	30%	30%
3-4年	50%	50%
4-5年	80%	80%
5年以上	100%	100%

4、采用其他方法计提坏账准备

组合名称	方法说明
集团内关联方	不计提
在职职工借备用金	不计提

5、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款

单项计提坏账准备的理由	对于单项金额不重大的应收款项单独进行减值测试，有客观证据表明发生了减值
坏账准备的计提方法	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

（十二）存货

1、存货的分类

存货主要分为低值易耗品、原材料、库存商品等大类。

2、存货的计价方法

本公司存货取得时按实际成本计价，存货发出时按月末一次加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

本公司于资产负债表日对存货进行全面清查，按存货成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。

库存商品、用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为计算基础，若持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计算基础；没有销售合同约定的存货（不包括用于出售的材料），其可变现净值以一般销售价格（即市场销售价格）作为计算基础；用于出售的材料等通常以市场价格作为其可变现净值的计算基础。

资产负债表日通常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，合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失，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。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品的摊销方法

低值易耗品于其领用时采用一次性摊销法摊销

（十三）长期股权投资

1、投资成本的确定

(1) 企业合并形成的长期股权投资，具体会计政策详见“第四节公司财务二、公司主要会计政策和会计估计（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”。

(2) 其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或利润）作为初始投资成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

2、后续计量及损益确认

(1) 后续计量

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算，编制合并财务报表时按照权益法进行调整。

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。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差额，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差额，计入当期损益。

被投资单位除净损益以外所有者权益其他变动的处理：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，公司按照持股比例

计算应享有或承担的部分，调整长期股权投资的账面价值，同时增加或减少资本公积（其他资本公积）。在持有投资期间，被投资单位能够提供合并财务报表的，应当以合并财务报表，净利润和其他投资变动为基础进行核算。

（2）损益确认

成本法下，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益。

权益法下，投资企业在确认应享有被投资单位的净利润或净亏损时，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，投资企业与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分，应当予以抵销，在此基础上确认投资损益；在公司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，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，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，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，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按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。

3、长期股权投资核算方法的转换

（1）公允价值计量转权益法核算

本公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。

原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间

的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

按权益法核算的初始投资成本小于按照追加投资后全新的持股比例计算确定的应享有被投资单位在追加投资日可辨认净资产公允价值份额之间的差额，调整长期股权投资的账面价值，并计入当期营业外收入。

（2）公允价值计量或权益法核算转成本法核算

本公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，或原持有对联营企业、合营企业的长期股权投资，因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，在编制个别财务报表时，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

购买日之前持有的股权投资按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

（3）权益法核算转公允价值计量

本公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

（4）成本法转权益法

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行

调整。

（5）成本法转公允价值计量

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

4、长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款之间的差额，应当计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- （1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- （2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- （3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- （4）一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，不属于一揽子交易的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额计入当期损益。处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

（2）在合并财务报表中，对于在丧失对子公司控制权以前的各项交易，处置价款与处置长期股权投资相应对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，调整资本公积（股本溢价），资本公积不足冲减的，

调整留存收益；在丧失对子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

(1) 在个别财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

(2) 在合并财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

5、共同控制、重大影响的判断标准

如果本公司按照相关约定与其他参与方集体控制某项安排，并且对该安排回报具有重大影响的活动决策，需要经过分享控制权的参与方一致同意时才存在，则视为本公司与其他参与方共同控制某项安排，该安排即属于合营安排。

合营安排通过单独主体达成的，根据相关约定判断本公司对该单独主体的净资产享有权利时，将该单独主体作为合营企业，采用权益法核算。若根据相关约定判断本公司并非对该单独主体的净资产享有权利时，该单独主体作为共同经营，本公司确认与共同经营利益份额相关的项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政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。本公司通过以下一种或多种情形，并综合考虑所有事实和情况后，判断对被投资单位具有重大影响。

(1) 在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表；(2) 参与被投资单位财务和经营政策制定过程；(3) 与被投资单位之间发生重要交易；(4) 向被投资单位派出管理人员；(5) 向被投资单位提供关键技术资料。

（十四）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、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。本公司在固定资产满足下列条件时予以确认：

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产初始计量

本公司固定资产按成本进行初始计量。其中，外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

3、固定资产后续计量及处置

（1）固定资产折旧

固定资产折旧按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。

本公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

各类固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
电子设备	直线法	3	5	31.67
运输设备	直线法	4	5	23.75

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
舞台设备	直线法	5	5	19.00
家具用具	直线法	5	5	19.00

（2）固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的，在发生时计入当期损益。

（3）固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给本公司。

（2）本公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定本公司将会行使这种选择权。

（3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

（4）本公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。

（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。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。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，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，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提融资租入固定资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用寿命内计提折旧。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使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

（十五）收入

1、提供劳务收入的确认依据和方法

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已经发生的成本占估计总成本的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

- （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）交易的完工进度能够可靠地确定；
- （4）交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

- （1）已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。
- （2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品

部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

2、确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

(1) 利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

(2) 使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3、销售商品收入确认时间的具体判断标准

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。

(十六) 政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。根据相关政府文件规定的补助对象，将政府补助划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、政府补助的确认

对期末有证据表明公司能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金的，按应收金额确认政府补助。除此之外，政府补助均在实际收到时确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额（人民币 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。

3、会计处理方法

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，按照所建造或购买的资产使用年限分期计入营业外收入；

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期营业外收入；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期营业外收入。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十七）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

1、确认递延所得税资产的依据

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减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：（1）该交易不是企业合并；（2）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。

对于与联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：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且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。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括：

(1) 商誉的初始确认所形成的暂时性差异；

(2) 非企业合并形成的交易或事项，且该交易或事项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）所形成的暂时性差异；

(3) 对于与子公司、联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

(十八) 经营租赁、融资租赁

1、经营租赁会计处理

(1) 公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

(2) 公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

2、融资租赁会计处理

(1) 融资租入资产：公司在承租开始日，将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，其差额作为未确认的融资费用。

公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。

(2) 融资租出资产：公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入，公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始计量中，并减少租赁期内确认的收益金额。

(十九) 主要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

财政部于 2014 年颁布下列新的及修订的企业会计准则，本公司已于 2014 年 7 月 1 日起执行下列新的及修订的会计准则：

《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》（修订）

《企业会计准则第 9 号——职工薪酬》（修订）

《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》（修订）

《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》（修订）

《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（修订）

《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》

《企业会计准则第 40 号——合营安排》

《企业会计准则第 41 号——在其他主体中权益的披露》

本次会计政策变更对本公司的资产、负债、所有者权益及净利润无影响。

2、会计估计变更

本报告期主要会计估计未发生变更。

三、主要会计数据和财务指标

(一) 主要财务指标

公司最近两年及一期的主要财务指标情况：

项目	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总计（万元）	2,800.99	1,328.72	746.99
股东权益合计（万元）	1,217.45	694.61	119.62
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	1,217.45	694.61	119.62
每股净资产（元）	1.22	0.69	1.20
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	1.22	0.69	1.20
资产负债率（母公司）	56.54%	47.72%	83.99%
流动比率（倍）	1.73	2.00	0.86
速动比率（倍）	1.73	2.00	0.78
项目			
营业收入（万元）	263.48	1,024.94	272.84
净利润（万元）	199.34	-325.00	-216.64
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	199.34	-325.00	-216.64
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-10.66	-343.87	-216.64
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）	-10.66	-343.87	-216.64
毛利率（%）	17.86	7.00	37.41
净资产收益率（%）	25.04	-613.83	-87.85
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	-1.34	-649.47	-87.85
基本每股收益（元/股）	0.20	-1.66	-2.17
稀释每股收益（元/股）	0.20	-1.66	-2.17
应收账款周转率（次）	1.96	11.33	4.70
存货周转率（次）	不适用	37.75	6.76
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-1,540.28	-784.04	287.85
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-1.54	-0.78	2.88

注：①上表中 2015 年 2 月末的每股净资产、每股经营活动产生的现金流量净额按照公司 2015 年 2 月 28 日股份基准日折股后的股本总额 1000 万元模拟测算所得。

②2015 年 1-2 月、2014 年度、2013 年度净资产收益率和每股收益的计算根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）要求计算，2015 年 1-2 月、2014 年、2013 年每股净资产、每股经营活动产生的现金流量净额两项指标均以各期末实收资本为基础计算。

1、盈利能力分析

（1）报告期内公司盈利能力一般，公司最近两年毛利率、净资产收益率及每股收益如下：

项目	2015 年 1-2 月	2014 年度	2013 年度
毛利率	17.86%	7.00%	37.41%
加权平均净资产收益率	25.04%	-613.83%	-87.85%
每股收益	0.20	-1.66	-2.17

目前公司提供广告业务和演艺经纪业务服务。2015年1-2月份、2014年度、2013年度公司综合毛利率分别为17.86%、7.00%、37.41%，2014年度较2013年度降低30.71%，2015年1-2月较2014年提高10.86%。公司财务指标主要受到广告业务服务收入占比提高及毛利率提高所致：

单位：元

项目	2015 年 1-2 月	2014 年度	2013 年度
广告业务收入	2,455,573.86	2,094,009.40	
毛利率	20.17%	-55.28%	
收入占比	93.20%	20.43%	
演出业务收入	179,245.28	7,184,995.92	2,728,382.65
毛利率	-13.75%	14.71%	37.41%
收入占比	6.80%	70.10%	100.00%
其他业务收入		970,410.51	
毛利率		84.27%	
收入占比		9.47%	
综合毛利率	17.86%	7.00%	37.41%

最近两年及一期毛利率变化的主要原因有：2014年度毛利率急剧下滑主要是受到政策影响，行政性演出市场急剧萎缩，商业演出市场出现了极为激烈的竞争局面，演艺业务毛利率大幅下滑；同时广告业务处于开发初期，代理的广告资源没有得到充分利用，因此按照直线法摊销的代理成本占收入的比例高，造成广告毛利率为负值；2015年1-2月毛利率出现大幅度增长，主要是公司经过前期对广告业务的大力拓展，同哈尔滨世欣广告有限公司（年度合同金额400万元）、哈尔滨亚龙文化广告有限公司（年度合同总金额800万元）等客户的合同从2015年起进入执行期，当期广告收入比重急剧提升，同时毛利率也随着较为固定的代理成本所占收入比例的下降而提高，而演出业务当期只发生一笔，虽然毛利率为负，但收入和金额所占比例均较小。

公司聘请的会计师对公司报表进行审计，并发表了标准无保留意见审计报告，认为公司的收入、成本确认真实、准确、完整，不存在利用提前或滞后确认相关收入、成本的手段调节利润的情形。报告期内毛利率变动情况与公司实际经营情况相符。

最近两年及一期净资产收益率变化的主要原因有：2013年度和2014年度净利润为负值且净资产较少，故净资产收益率较低；2015年1-2月净利润为正值，净资产收益率相应转为正值。

(2) 同行业可比公司湖北上层广告传媒利润财务指标如下：

项目	湖北上层广告传媒			龙视演艺		
	2015年1-2月	2014年度	2013年度	2015年1-2月	2014年度	2013年度
毛利率	42.46%	29.31%	31.91%	17.86%	7.00%	37.41%
净资产收益率	6.68%	24.21%	24.64%	25.04%	-613.83%	-87.85%
每股收益	-0.06	1.49	1.36	0.20	-1.66	-2.17

公司2015年1-2月、2014年度、2013年度综合毛利率和净资产与可比公司相比波动幅度较大，主要原因是公司2013和2014年度以演出业务为主，期间因为国家政策调整，演出市场萎缩，市场竞争加剧，造成毛利率急剧下滑，同时2014年下半年起公司增加广告业务投入，处于业务拓展期，广告资源没有得到充分利用，广告业务毛利率为负值。2015年起随着公司前期签订的大额广告合同进入执

行期，广告业务收入大幅增长，同时毛利率也随着代理成本占收入比例的下降而提高。同行业可比公司湖北上层广告传媒股份有限公司相应期间的毛利率为42.46%、29.31%和31.91%，同样呈现出下降后上升的趋势，但波动幅度较公司小，主要原因是可比公司的广告业务和公关业务在报告期内的占比比较均衡，而公司的广告业务和演艺业务在报告期内所占收入比例变化较大。

综上所述，从盈利能力看，公司经过业务重心转移后已进入正常的平稳发展期，同时加强成本费用的控制，可以保持比较稳定的盈利能力。

2、偿债能力分析

2015年2月末、2014年末和2013年末公司的资产负债率分别为56.54%、47.72%和83.99%。2014年较2013年降低比较明显，主要原因是公司2014年度经过增资，股东权益增加较多；2015年2月末资产负债率上升，主要原因是因业务发展需要向关联公司借款1,000万元增加负债。

项目	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产负债率（母公司）	56.54%	47.72%	83.99%
流动比率（倍）	1.73	2.00	0.86
速动比率（倍）	1.73	2.00	0.78

公司长短期偿债能力较好。债务主要为经营性流动负债，即为往来款及应付款项。

体现长期偿债能力的资产负债率呈下降的趋势，2013年末、2014年末和2015年2月末公司的资产负债率分别为83.99%、47.72%和56.54%。2014年较2013年降低比较明显，主要原因是公司2014年度货币增资900万元；2015年2月末资产负债率有所上升，主要原因是因业务发展需要向关联公司借款1,000万元。

公司2013年末、2014年末和2015年末的流动比率分别为0.86、2.00和1.73。2014年末的流动比率大幅提高，主要原因是2014年经过现金增资900万元，该增资到位后以预付账款和其他应收款（主要为履约保证金）等流动资产的形式存在。2015年2月末的流动比率有所下降，主要是因业务发展需要向关联公司借款1,000万元增加了流动负债。

公司各期末的速动比率基本与流动比率保持一致，主要是公司的业务模式不需要保持存货。因此，速动比率的变化趋势与流动比例基本保持一致。

同行业可比公司湖北上层广告传媒股份有限公司偿债能力财务指标如下：

项目	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产负债率（%）	6.81	36.75	44.49
流动比率（倍）	14.06	2.56	2.21
速动比率（倍）	13.51	2.56	2.21

从偿债能力上来看，公司的资产负债率高于湖北上层广告传媒股份有限公司，流动比率和速动比率低于湖北上层广告传媒股份有限公司，但上述指标均处于正常水平，公司的长短期偿债能力较好。

3、营运能力分析

2013年度、2014年度、2015年1-2月份公司的存货周转率分别为4.70次、11.33次和1.96次，2013年度、2014年度应收账款周转率为6.76次、37.75次。

项目	2015年1-2月	2014年度	2013年度
应收账款周转率（次）	1.96	11.33	4.70
存货周转率（次）	不适用	37.75	6.76

公司的客户以政府机构、集团、企业等团体客户为主，其中演艺业务在与客户签订合同，完成合同约定的服务并开具发票后确认当期收入和应收款项，广告业务一般签订较长期限的合同，大多要求客户预付部分广告费用，按照当年度实际提供的广告业务量确认收入，因此很少有应收账款产生。2014年度应收账款周转率较2013年度提高较多，主要原因是2013年度以演艺业务为主，而该业务产生的应收账款相对较高，2014年下半年起开展的广告业务收款以预收款形式为主，产生应收账款较少。

公司的经营模式不需要保持存货。2013年度和2014年度存货周转率存在的原因是2013年公司受龙视传媒集团委托制作萨满项目纪录片，所发生的成本暂在存货项目中归集，造成2013年末公司账面反映存货价值504,976.00元，2014年公司与传媒集团完成相关项目交接手续后，公司账面无存货。

综上所述，公司营运能力稳定，为公司稳定的发展打下了坚实基础。

4、获取现金能力分析

目前公司获取现金能力较为一般，主要原因是公司的广告业务处于开发的初期，前期投入较多。2013年度、2014年度和2015年1-2月经营性活动净现金流量分别为287.85万元、-784.04万元和-1,540.28万元，波动较大。2013年经营活动现金流量为正值，主要原因是当期收到关联方的往来款项（如当期收到龙视传媒集团的往来款项400万元）；2014年度和2015年1-2月份公司的经营性活动现金流量为负值且金额较大，主要原因是公司2014年下半年起增加广告业务投入，获取了关键广告资源，为此向沈阳美兰达文化传媒有限公司和哈尔滨地铁集团有限公司支付了大额的履约保证金和预付款项（如向沈阳美邦达公司支付履约保证金和预付款项合计金额1,590.4万元，向哈尔滨地铁集团支付保证金和预付账款合计850万元），这也为公司锁定了长期的关键性的广告资源，为广告业务的长期健康发展打下良好的基础。

综上，报告期内公司经营活动获取现金能力的指标符合该公司的业务特征和发展阶段。

（二）营业收入的主要构成、变动趋势及原因

1、公司最近两年一期的营业收入构成情况

单位：元

项目	2015年1-2月		2014年度		2013年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
广告业务收入	2,455,573.86	93.20	2,094,009.40	20.43		
演艺业务收入	179,245.28	6.80	7,184,995.92	70.10	2,728,382.65	100.00
其他业务收入			970,410.51	9.47		
合计	2,634,819.14	100.00	10,249,415.83	100.00	2,728,382.65	100.00

公司以广告和演出为主营业务，报告期内广告业务呈现快速增长的态势，而演艺业务则处于调整期。2013以前公司以演艺为主要业务，随着国家政策的调整，演艺业务进入调整期，同时公司于2014年下半年起增加了对广告业务的投入，广告业务收入占比从2014年度的20.43%提升至2015年1-2月份的93.20%，已成为最重要的业务收入来源。另外，2014年度因收取龙视传媒集团萨满项目委托费产生

收入970,410.51元。

公司演艺业务收入确认原则：收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认营业收入实现。公司演艺业务客户以政府机构、集团、企业等团体客户为主，业务周期一般较短，公司与客户签订合同并在约定的期限内完成合同内容后确认收入。

公司广告业务收入确认原则：收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认营业收入实现。公司一般与客户签订较长期限的广告合同，如果合同期间超过报告期间，则在报告期间内按照实际履行期间占合同总期间的比例确认当期收入。

2、公司收入、利润变动调整情况

最近两年一期公司收入及利润总额变动情况：

单位：元

项目	2015年1-2月	2014年度	2013年度
营业收入合计	2,634,819.14	10,249,415.83	2,728,382.65
营业成本合计	2,164,261.32	9,531,972.80	1,707,616.11
利润总额	1,993,381.44	-3,250,048.96	-2,166,443.59
净利润	1,993,381.44	-3,250,048.96	-2,166,443.59

2015年1-2月公司净利润由亏损转为盈利的主要原因是广告业务收入快速增长以及毛利率的提升，同时该报告期内转让股权投资实现投资收益210万元。

2015年1-2月、2014年度和2013年度收入类别毛利率

单位：元

类别	2015年1-2月				2014年度				2013年度			
	金额	成本	毛利	毛利率%	金额	成本	毛利	毛利率%	金额	成本	毛利	毛利率%
广告业务	2,455,573.86	1,960,361.32	495,212.54	20.17	2,094,009.40	3,251,550.08	-1,157,540.68	-55.28				
演出业务	179,245.28	203,900.00	-24,654.72	-13.75	7,184,995.92	6,127,802.72	1,057,193.20	14.71	2,728,382.65	1,707,616.11	1,020,766.54	37.41
其他业务					970,410.51	152,620.00	817,790.51	84.27				
合计	2,634,819.14	2,164,261.32	470,557.82	17.86	10,249,415.83	9,531,972.80	717,443.03	7.00	2,728,382.65	1,707,616.11	1,020,766.54	37.41

公司2014年度营业收入较2013年度增加752.10万元，增幅275.66%，主要是公司根据市场情况调整演出业务策略，加大对商业性演出业务的开发力度，演出业务收入实现恢复性增长，同时在2014年下半年起增加广告业务开发力度，当年度实现广告收入209.40万元。2015年公司的主要广告合同进行执行阶段，1-2月份的收入已经超过2014年全年广告收入。

2015年1-2月、2014年度、2013年度公司综合毛利率分别为17.86%、7.00%、37.41%，期间内波动幅度较大，由业务收入构成的变化以及相应业务毛利率变动共同导致。

2013年度整体毛利率较高，主要由于当年虽处于演出市场的调整期，整体收入急剧下滑，但当年业务由于惯性仍保持较高的毛利率。

2014年度整体毛利率较低，主要因为演出业务市场竞争激烈，毛利率较低；广告业务处于开发的初期，所拥有的媒体资源没有达到预期的利用水平，当期摊销的成本占收入的比重高，导致广告业务整体亏损；2014年度全面改征增值税，相应减少了收入。另外虽然当期根据2013年公司同龙视传媒集团签订的项目委托协议，公司承担龙视传媒集团的“萨满文化村装饰工程”、“大型实景演出剧《萨满印象》”和大型纪录片《大萨满》”三个项目应收取项目服务费收入970,410.51元，虽然毛利率较高，但所占当期收入比例较小。

2015年1-2月整体毛利率上升，主要原因是随着主要广告合同（如与哈尔滨亚龙文化广告有限公司年广告合同金额800万元、哈尔滨世欣广告有限公司年广告合同金额400万元）进入履行期，广告收入比重急剧提高，同时毛利率提高到正常水平；而毛利率较低的演出经纪业务所占比重较小。

(1) 公司2015年1-2月前五名客户情况：

单位：元

客户名称	2015年1-2月	
	金额	比例(%)
黑龙江亚龙文化传媒有限公司	1,257,861.64	47.74
哈尔滨世欣广告有限公司	628,932.06	23.87
黑龙江省射击自行车击剑运动管理中心	179,245.28	6.80

哈尔滨心途文化传媒有限公司	132,075.47	5.01
哈尔滨贵夫人皮草广场	117,924.52	4.48
合计	2,316,038.97	87.90

2015年1-2月份的前五大客户中，除黑龙江省射击自行车击剑运动管理中心为演出业务客户外，其他均为广告客户。

(2) 公司2014年度前五名客户情况：

客户名称	2014 年度	
	金额（元）	比例（%）
深圳聚智盟房地产经纪有限公司哈尔滨分公司	2,912,621.34	28.42
龙视传媒集团	1,118,005.22	10.91
哈尔滨工大集团广告传媒有限公司	1,018,867.90	9.94
黑龙江森工小额贷款有限公司	943,396.20	9.20
黑龙江电视台	569,274.12	5.55
合计	6,562,164.78	64.02

2014 年度的前五大客户中，除龙视传媒集团和哈尔滨工大集团广告传媒有限公司外，其他均为演出业务客户。

(3) 公司2013年度前五名客户情况：

客户名称	2013 年度	
	金额（元）	比例（%）
黑龙江电视台	706,617.60	25.90
哈尔滨工程大学	698,252.43	25.59
哈尔滨鲁商置业有限公司	319,400.00	11.71
哈尔滨天泽伟业文化传媒有限公司	291,262.14	10.68
北京寰能天宇科技发展有限公司	194,174.76	7.00
合计	2,209,706.93	80.99

2013年度的前五大客户均为演出业务客户。

公司的演出类客户具有变动性大的特点，业务的持续性较差。而广告类客户则具有长期、稳定的特点，客户与公司签订的合同均具有较长的期限，一般为一年。

年（含）以上；同时公司主要的广告客户包括黑龙江亚龙文化传媒有限公司、哈尔滨世欣广告有限公司、哈尔滨心途文化传媒有限公司等，都是黑龙江省内有知名度的公司，其信用水平高，履约能力强，对公司未来广告业务的持续发展提供了有力保障。

3、分地区收入情况

公司的收入全部产生于黑龙江省内区域，存在一定的营业收入地域集中风险。

（三）各期主要费用和变化情况

1、最近两年一期主要费用及占收入比重情况

单位：元

项目	2015年1-2月	2014年度	2013年度
销售费用			
管理费用	575,082.86	3,168,575.18	1,986,012.87
财务费用	2,093.52	-2,972.25	-8,744.65
营业收入	2,634,819.14	10,249,415.83	2,728,382.65
比重及变化	2015年1-2月	2014年度	2013年度
销售费用占比			
管理费用占比	21.83%	30.91%	72.79%
财务费用占比	0.08%	-0.03%	-0.32%

报告期内公司演艺业务的承揽工作主要由公司的高级管理人员承担，地铁视讯广告业务主要通过招标方式将资源按行业性质发包给其他广告代理公司，灯箱广告和吊旗媒体资源主要通过招商公告形式吸引潜在客户，公司以以上方式开展业务所需人员数量较少且主要以高级管理人员为主完成；为弥补销售力量的不足，公司采取了全员销售的政策，鼓励各岗位人员进行招商。鉴于报告期内公司规模相对较小，专职销售人员与销售人员界限模糊，公司因此没有单独设立销售部门。

随着公司业务规模的扩大，现有的销售模式已不能满足业务开展的需要，公司已计划在2015年下半年招聘专职的销售人员，届时公司将单列销售部门并核算相关的费用。

公司的管理费用主要包括工资薪金、社保金、折旧费用等。2013年度、2014

年度、2015年1-2月管理费用占营业收入的比重分别为72.79%、30.91%和21.83%。2014年度管理费用占营业收入的比重下降41.88%，减幅57.54%，主要原因是2014年度收入1,024.94万元较2013年度收入272.84万元大幅增长268.15%；2015年1-2月管理费用占营业收入的比重下降9.08%，减幅29.38%，主要原因是当期收入较去年同期增长。

财务费用项目包括利息收入和银行手续费。公司的财务费用总体金额很小，2013年度、2014年度、2015年1-2月财务费用占营业收入的比重分别为-0.32%、-0.03%和0.08%。因为银行结息周期的原因，2015年1-2月份的利息收入没有预计计入账务，但预计金额较小；另外2015年2月27日公司向关联方黑龙江电视广告公司借款1,000万元，年利率3%，报告期内应计提的利息金额1,643.84元，利息金额较小，公司未计提利息费用。上述两项对公司当期利润和财务状况影响很小。

公司2013年度、2014年度、2015年1-2月计提折旧占收入比重为11.13%、1.70%和1.50%，呈下降的趋势，原因是报告期内固定资产的增加较少，且有部分资产逐步提足折旧，而同期营业收入的增幅较大。

报告期内增加的固定资产主要是电子设备和舞台设备，金额不大。2015年2月末固定资产的主要类别是电子设备和运输工具，均为公司经营使用，符合公司实际情况。

公司的业务模式对固定资产的需求较小，即使未来进行更新，也不会带来较大的财务压力。

2、公司营业成本的构成及成本计量依据

公司主要业务为广告业务和演出业务，其中演出业务的主要成本包括外协制作费、劳务费等，广告业务的主要成本为代理成本和外协制作成本。

公司两年一期主要业务成本构成情况表：

单位：元

类别	2015年1-2月		2014年度		2013年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
广告业务	1,960,361.32	90.58	3,251,550.08	34.11		
演出业务	203,900.00	9.42	6,127,802.72	64.29	1,707,616.11	100.00

其他业务			152,620.00	1.60		
合计	2,164,261.32	100.00	9,531,972.80	100.00	1,707,616.11	100.00

(1)广告业务成本主要构成如下：

单位：元

项目	2015年1-2月		2014年度		2013年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
代理成本	1,457,963.59	74.37	2,855,756.64	87.83		
外协成本	303,396.63	15.48	240,154.34	7.39		
人员工资	199,001.10	10.15	155,639.10	4.78		
合计	1,960,361.32	100.00	3,251,550.08	100.00		

公司在2014年9月份和11月份同哈尔滨地铁集团签订广告代理协议，代理哈尔滨地铁集团的视讯广告资源和灯箱广告资源（试运行）。由于初期广告业务不饱和，资源利用率不高，因此代理成本在总成本中所占比例较高，2015年随着广告业务的开展，代理成本在总成本中所占比例逐渐下降。

(2)演出业务成本主要构成如下：

单位：元

项目	2015年1-2月		2014年度		2013年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
外协制作费	165,800.00	81.31	2,550,213.00	41.61	540,390.00	31.64
人员工资	38,100.00	18.69	286,526.43	4.68	198,715.81	11.64
劳务费			392,000.98	6.40	500,019.00	29.28
租赁费			407,389.00	6.65	84,000.00	4.92
差旅费			393,151.90	6.42	51,338.40	3.01
广告费			698,238.00	11.39	0	0.00
其他			1,400,283.41	22.85	333,152.90	19.51
合计	203,900.00	100.00	6,127,802.72	100.00	1,707,616.11	100.00

外协制作费在演出业务成本中所占比例较高，主要是公司在从事演出业务时委托外部单位承担制作部分所发生的支出；人员工资是公司直接参加演出业务项目的策划、协调等人员发生的工资；2014年度劳务费在总成本中的比例降低主要是因为公司在演出业务中更多采用外协的方式进行；2014年度发生广告费用较高，主要是该公司2014年度承担模特大赛活动委托其他公司进行广告宣传活动

（如委托北京秉灯文化传播有限公司进行广告宣传发生费用30万元）所产生。2015年1-2月的演出业务收入较少，相应成本也较低。

公司按照合同项目进行成本核算。其中与演出项目相关的制作费、劳务费等发生时归集，待演出项目满足收入确认条件时转入成本；与广告发布业务的制作费发生时归集，并在广告业务满足收入确认条件时转入成本，取得广告资源时产生的代理费在合同期间内按直线法摊销计入当期的代理成本。

（四）非经常性损益

最近两年及一期内公司非经常损益情况如下：

单位：元

项目	2015年1-2月	2014年度	2013年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分			
除上述各项之外的其他营业外收入和支出		188,679.24	
其他符合非经常性损益定义的损益项目	2,100,000.00		
非经常性损益合计			
减：所得税影响额			
非经常性损益净额（影响净利润）	2,100,000.00	188,679.24	

1、根据公司2014年10月份与哈尔滨国美龙广告传媒有限责任公司签订的广告代理合同，哈尔滨国美龙广告传媒有限责任公司应于2014年12月1日前向公司缴纳履约保证金94.5万元；由于国美龙未按照合同规定向公司支付履约保证金，双方于2014年12月10日签订合同解除协议，同时国美龙于2014年10月15日支付的部分履约保证金20万元作为违约金支付给公司。公司将扣除相应税金后的余额188,679.24元计入营业外收入。

2、2015年1-2月其他符合经常性损益定义的损益项目210万元，系公司转让黑龙江龙视珠江文化传播有限公司30%的长期股权投资所致。珠江文化公司是公司于2013年6月出资210万元与牡丹江市珠江万嘉旅游投资发展集团有限公司共同设立的有限责任公司（注册资本700万元人民币），公司享有30%的权益，采用权益法进行核算。由于被投资公司连续亏损，截至2014年末公司该笔长期股权投资的账面价值已经为0，以2014年12月31日为评估基准日的评估报告书也显示被投资公司的净资产评估值为-230.40万元。2015年2月份，通过黑龙江省财政厅

有关国有股权协议转让的批复后，公司以210万元的价格将该30%的股权转让给公司的控股股东黑龙江龙视传媒集团有限公司，并在当期确认投资收益210万元。由于该笔资产转让给关联方的价格超过资产的公允价值，故作为非经常性损益披露。

3、随着公司业务重点向广告倾斜的效果逐渐显现，公司的广告收入大幅增加，毛利率提高，公司主营业务已实现盈利。非经常性损益项目对公司利润表的影响将会越来越小。

（五）各项税收政策及缴纳的主要税种

主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物、提供应税劳务收入和应税服务收入	6%
城市维护建设税	实缴流转税额	7%
教育费附加	实缴流转税额	3%
地方教育费附加	实缴流转税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%

1、公司所属行业为商务服务业，在2013年8月份之前为营业税纳税人。根据国家税务总局和哈尔滨当地税务局的有关通知，公司于2013年9月份正式办理营改增手续，变更为增值税一般纳税人。根据《国家税务总局关于营业税改征增值税试点增值税一般纳税人资格认定有关事项的通知》（国家税务总局公告2013年第75号）的规定，营改增试点实施前应税服务年销售额超过500万元的试点纳税人，应向国税主管税务机关申请办理增值税一般纳税人资格认定手续，由于公司2013年变更为增值税一般纳税人之前12个月应税服务营业额没有达到500万元的标准，因此公司被认定为增值税小规模纳税人，按应税收入的3%计缴增值税。

2013年10月份至2014年9月份期间，公司的应税服务累计销售额超过500万元，故于2014年10月份向哈尔滨市南岗区国家税务局提出增值税一般纳税人认定申请，11月17日，该国税局认定公司符合增值税一般纳税人条件，同意办理相关变更手续；公司于2014年12月份变更为增值税一般纳税人后按照6%的税率计缴增值税。

公司制订了比较完善的财务管理制度，按照相关制度要求进行规范的会计核算，编制报表并及时报税，被认定为增值税小规模纳税人并非由于存在《增值税暂行条例实施细则》中规定的无法提供准确税务资料情形。2015年4月8日，公司取得哈尔滨市南岗区地方税务局出具的纳税情况证明，证明公司为正常纳税企业；2015年5月20日，公司取得哈尔滨经济技术开发区国家税务局出具的纳税证明，证明公司正常纳税，未欠税，未受税务处罚。因此，公司不存在因缴税行为不规范被税务机关处罚的风险。

2、根据哈尔滨市南岗区地方税务局出具的哈南地税备免通[2011]284号备案类减免税执行通知书，公司自2011年1月1日至2013年12月31日享受免征企业所得税政策。

3、根据哈尔滨市南岗区地方税务局出具的哈南地税备免通[2015]22号备案类减免税执行通知书，公司自2014年1月1日至2018年12月31日享受免征企业所得税政策。

四、最近两年及一期主要资产情况

（一）货币资金

单位：元

项目	2015年1-2月	2014年12月31日	2013年12月31日
现金	3,618.67	1,751.88	2,176.18
银行存款	3,298,368.63	3,709,004.98	3,724,727.73
其他货币资金			
合计	3,301,987.30	3,710,756.86	3,726,903.91

截至2015年2月28日，本公司不存在质押、冻结、委托理财和存放境外等使用有限制，或有潜在收回风险的货币资金。2013年末、2014年末和2015年2月末货币资金维持在300万元的水平，没有大幅度波动。

（二）应收账款

公司对单项金额重大应收款项单项计提坏账准备；对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的单项金额重大的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收款项组合的实

际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备，按账龄分析法划分为若干组合，再按这些应收款项组合余额的一定比例计算确定减值损失，计提坏账准备，计入当期损益。

公司最近两年及一期公司按账龄分析法计提坏账准备情况如下：

单位：元

账龄	2015年2月28日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	账面余额	坏账准备	账面余额	账面余额	账面余额	坏账准备
1年以内	1,287,847.53	0.00	1,393,967.00	0.00	415,000.00	0.00
1至2年						
2至3年						
3年以上						
合计	1,287,847.53	0.00	1,393,967.00	0.00	415,000.00	0.00

截至2015年2月28日止，公司应收账款主要为应收节目制作费。2013年末、2014年末和2015年2月末公司应收账款余额分别为41.5万元、139.39万元和128.78万元，其中2014年末应收账款较2013年末增加97.89万元，增幅235.90%，主要为增加对黑龙江森工小额贷款有限责任公司的应收款项100万元所致。2015年5月公司已收回该笔款项。除该笔应收账款外，公司其他的应收账款项目金额均较小，且对方均具有较高的信用度和较好的偿付能力，产生坏账的风险很小。

公司的客户以企业客户为主。其中演艺业务在与客户签订合同并提供相应服务后确认收入和应收账款，并采取积极的措施催收应收账款，各期末没有一年以上账龄的应收账款。对于广告客户一般与公司签订长期的广告代理合同，并采取收取保证金的方式确保应收款项顺利收回。

截至2015年2月28日止，公司对实际控制人黑龙江电视台的应收账款余额为60,200元。除此之外，无应收持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东单位及关联方的账款的情况。

应收账款中欠款金额前五名的单位情况：

截至2015年2月28日，应收账款中欠款金额前五名情况：

单位：元

单位名称	与公司关系	2015年2月28日	账龄	占总额的比例(%)
黑龙江森工小额贷款有限责任公司	非关联单位	1,000,000.00	1年以内	77.65
黑龙江亚龙文化传媒有限公司	非关联单位	188,680.53	1年以内	14.65
黑龙江电视台	关联单位	60,200.00	1年以内	4.67
大庆鸣笛游艇有限公司	非关联单位	38,967.00	1年以内	3.03
合计		1,287,847.53	—	100.00

截至2014年12月31日止，应收账款中欠款金额前五名情况：

单位：元

单位名称	与公司关系	2014年12月31日	账龄	占总额的比例(%)
黑龙江森工小额贷款有限责任公司	非关联单位	1,000,000.00	1年以内	71.73
哈西万达广场	非关联单位	355,000.00	1年以内	25.47
大庆鸣笛游艇有限公司	非关联单位	38,967.00	1年以内	2.80
合计		1,393,967.00	—	100.00

截至2013年12月31日止，应收账款中欠款金额前五名情况：

单位：元

单位名称	与公司关系	2013年12月31日	账龄	占总额的比例(%)
黑龙江电视台	关联单位	360,000.00	1年以内	86.75
哈西万达广场	非关联单位	40,000.00	1年以内	9.64
哈尔滨工业大学	非关联单位	15,000.00	1年以内	3.61
合计		415,000.00	—	100.00

(三) 其他应收款

公司最近两年及一期其他应收款情况如下：

单位：元

账龄	2015年2月28日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)

1年以内	11,635,915.33	99.98	3,550,176.61	99.93	400,000.00	68.68
1—2年(含)					180,000.00	30.91
2—3年(含)						
3—4年(含)					2,397.92	0.41
4—5年(含)	2,397.92	0.02	2,397.92	0.07		
合计	11,638,313.25	100.00	3,552,574.53	100.00	582,397.92	100.00

公司除对离职员工连勇的其他应收款 2,397.92 元计提坏账准备外，其他应收款账龄在一年以内或者是应收内部职工款项，按照公司的坏账政策不计提坏账准备。

公司应收关联方及内部职工款项的情况如下表：

单位：元

账龄	2015年2月28日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
应收关联方款项	75,900.00	0.65				
应收内部职工款	62,413.25	0.54	52,574.53	1.48	580,000.00	99.59
合计	138,313.25	1.19	52,574.53	1.48	580,000.00	99.59

公司2014年末和2015年2月末大额其他应收款的性质为支付的合同履行保证金，大额保证金的支付造成了各期末其他应收款的大幅增长。如公司2015年2月末、2014年末的其他应收款余额分别比上年度增加808.57万元和297.02万元，增长比例为227.60%和509.99%，主要原因为公司于2014年起加大了广告业务的开发力度，于2014年10月份同哈尔滨地铁集团签订了哈尔滨地铁一号线视讯媒体经营权转让合同，根据合同规定向哈尔滨地铁集团支付履约保证金350万元；于2015年2月份同沈阳美兰达文化传媒有限公司签订了哈尔滨地铁一号线1、2期8年广告经营权代理合同，根据合同规定向沈阳美兰达文化传媒有限公司支付履约保证金800万元。正是上述大额履约保证金的支付导致公司其他应收款余额的大幅增长。公司上述大额合同正常执行，合同对方经营正常，发生坏账损失的可能性很小。

截至2015年2月28日止，除支付给哈尔滨电视广告公司的履约保证金7.59万元外，公司无应收其他持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东单位及关联方的款项情况。截至2015年2月28日止，除支付给哈尔滨电视广告公司的履约保证金7.59万元外，公司无应收其他持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东单位及

关联方的款项情况。2015年3月11日，随着相关合同履行完毕，该履约保证金转作合同支付款项，连同剩余款项683,100.00元结转计入当月主营业务成本。

截至2015年2月28日止，其他应收款欠款金额前五名情况：

单位：元

单位名称	与公司关系	2015/2/28	账龄	占总额的比例(%)
沈阳美兰达文化传媒有限公司	非关联方	8,000,000.00	1年以内	68.74
哈尔滨地铁集团有限公司	非关联方	3,500,000.00	1年以内	30.07
黑龙江电视广告公司	关联方	75,900.00	1年以内	0.65
许冰	关联方	23,000.00	1年以内	0.20
刘丽敏	非关联方	4,800.00	1年以内	0.04
合计		11,603,700.00		99.70

截至2014年12月31日止，其他应收款欠款金额前五名情况：

单位：元

单位名称	与公司关系	2014/12/31	账龄	占总额的比例(%)
哈尔滨地铁集团有限公司	非关联方	3,500,000.00	1年以内	98.52
李晨曦	非关联方	25,000.00	1年以内	0.70
连勇	非关联方	2,397.92	1年以内	0.07
纪晔	非关联方	1,575.65	1年以内	0.04
张欢	非关联方	890.68	1年以内	0.03
合计		3,529,864.25	--	99.36

截至2013年12月31日止，其他应收款欠款金额前五名情况：

单位：元

单位名称	与公司关系	2013/12/31	账龄	占总额的比例(%)
赵文博	关联方	450,000.00	1年以内 /1-2年	77.27
刘雁	非关联方	130,000.00	1-2年	22.32
连勇	非关联方	2,397.92	3-4年	0.41
合计		582,397.92	--	100.00

应收赵文博和刘雁款项的性质为业务备用金，刘雁于2014年10月份、赵文博于2014年11月归还上述款项。连勇为离职员工，公司对其应收款项按照账龄计提了坏账准备，并采取了积极的催收措施。

(四) 预付账款

公司最近两年及一期预付账款情况如下：

单位：元

账龄	2015年2月28日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	11,158,675.20	100.00	4,006,488.52	100.00		
1—2年(含)						
2—3年(含)						
3—4年(含)						
4—5年(含)						
合计	11,158,675.20	100.00	4,006,488.52	100.00	-	-

公司2015年2月末、2014年末的预付账款余额分别比上年度增加715.22万元和400.65万元，2015年2月份增长比例为178.52%，主要原因为公司于2014年起加大了广告业务的开发力度，于2014年10月份同哈尔滨地铁集团签订了哈尔滨地铁一号线视讯媒体经营权转让合同，根据合同规定于2014年11月向哈尔滨地铁集团支付首期经营许可费500万元，该笔付款根据租赁会计准则的规定摊销计入成本后2014年末余额3,389,323.52元，2015年2月末余额2,032,520.20元；除此之外公司于2015年2月份同沈阳美兰达文化传媒有限公司签订了哈尔滨地铁一号线1、2期8年广告经营权代理合同，根据合同规定向沈阳美兰达文化传媒有限公司首期付款1590.4万元（除履约保证金800万元外，其余的790.4万元计入预付账款）。公司上述大额合同的对方经营正常，合同正常执行。

公司截至2015年2月28日止预付款项期末余额1,115.87万元，款项性质主要为预付广告代理费。公司预付款项中无持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东单位的款项。

截至2015年2月28日止，预付款项金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与公司关系	2015/2/28	账龄	占总额比例(%)
沈阳美兰达文化传媒有限公司	非关联方	7,904,000.00	1年以内	70.83
哈尔滨地铁集团有限公司	非关联方	2,032,520.20	1年以内	18.21
黑龙江电视广告公司	关联方	683,100.00	1年以内	6.12
国泰君安证券股份有限公司	非关联方	300,000.00	1年以内	2.69
黑龙江德治律师事务所	非关联方	100,000.00	1年以内	0.90
合计	——	11,019,620.20	——	98.75

其中预付沈阳美兰达文化传媒有限公司、哈尔滨地铁集团有限公司的款项性质为广告代理费，黑龙江电视广告公司的款项性质为广告费，其他为预付的费用。

截至2014年12月31日止，预付款项金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与公司关系	2014/12/31	账龄	占总额比例(%)
哈尔滨地铁集团有限公司	非关联方	3,389,323.52	1年以内	84.59
国泰君安证券股份有限公司	非关联方	300,000.00	1年以内	7.49
董宇	非关联方	117,165.00	1-3年	2.92
大华会计师事务所	非关联方	100,000.00	1年以内	2.50
黑龙江德治律师事务所	非关联方	100,000.00	1年以内	2.50
合计		4,006,488.52	--	100.00

其中预付董宇的款项性质为房租用于办公。根据2014年11月21日公司与董宇签订的房屋租赁合同，公司向董宇租赁位于哈尔滨市美顺街36号的建筑面积481.08平方米四层楼，建筑面积481.08平方米，租赁期限从2014年12月1日至2015年9月30日，租赁费用总额390,550.00元，首期房租156,220.00元于2014年11月28日支付给董宇。公司2014年度计入费用的房租金额39,055.00元，2014年末余额117,165.00元。

（五）存货、其他流动资产和长期待摊费用

根据公司2013年与龙视传媒集团签订的项目委托协议，由公司承担萨满文化村装饰工程、大型实景演出剧《萨满印象》和大型纪录片《大萨满》三个项目的制作，资金预算400万元，完成期限为2014年11月30日；上述项目完工经龙视传媒集团验收后支付给公司项目服务费100万元。2014年4月公司收到项目款400万

元并在其他应付款中核算。上述项目中，大型实景演出剧和大型纪录片于2013年内完成，萨满文化村装饰工程于2014年内开工并完成。2014年10月31日黑龙江龙誉会计师事务所为“萨满文化项目”资金使用情况专项审计报告（“黑龙誉会审字【2014】第071号”），报告显示公司为完成上述三个委托项目共发生费用3,998,770.17元，结余资金1,229.83元。2014年末龙视传媒集团在公司的移交报告上签字确认接收上述项目。公司报表存货、其他流动资产、长期待摊费用为上述萨满项目委托所产生；萨满文化村装饰工程在“在建工程”中核算，由于其在年内开工并完成，时点报表中没有反映。

1、存货

公司为非生产型企业，日常办公用物品的消耗金额较小，于购买时计入当期费用。2013年末库存商品金额504,976.00元为接受龙视传媒集团的委托制作的《神鹰祭》节目所发生的制作费用。该节目在2013年末尚未得到龙视传媒集团的验收，因此暂在库存商品中列示；2014年该节目经验收后移交给龙视传媒集团，公司2014年末库存商品余额为零。

2、其他流动资产

公司2013年度为完成大型实景演出剧《萨满印象》和大型纪录片《大萨满》制作，发生的不能直接列入项目成本的管理人员工资等合计152,620.00元。2013年末实景演出剧和纪录片项目尚未得到龙视传媒集团验收，因此当年度发生的上述费用暂在报表“其他流动资产”项目列示。2014年项目经验收后移交给龙视传媒集团，在“其他流动资产”列示的152,620.00元转入当期成本。

3、长期待摊费用

公司2013年度完成大型实景演出剧《萨满印象》117场，为此租用设备、雇佣人工等发生费用共计693,926.00元。由于2013年末项目尚未得到龙视传媒集团验收，因此该实景演出剧发生的直接费用暂在报表长期待摊费用中列示，2014经验收后该项目无余额。

（六）对外投资

公司对外投资情况如下：

企业全称	核算方法	投资时间	注册资本	企业性质	持股比例	表决权比率	是否纳入合并范围
珠江文化公司	权益法	2013年6月	700万元	有限责任公司	30%	30%	否

珠江文化公司系有限公司于2013年6月18日与珠江万嘉共同出资设立的有限责任公司，公司注册资本700万元人民币，业务范围为：影视基地经营；影视设备、灯光、音响、服装租赁；非营利性群众文艺演出活动；群众性文化龙视培训；戏剧、表演、舞蹈艺术培训。有限公司以货币形式出资210万元，持有珠江文化公司30%的股权；珠江万嘉以货币形式出资490万元，持有珠江文化公司70%的股权。公司对珠江文化公司的投资采用权益法核算，确认初始投资成本为210万元。

2013年度，根据经会计师审计的珠江文化公司2013年度会计报表，珠江文化公司当年度净利润为-3,849,696.14元，公司根据持股比例对此确认投资收益-1,154,908.84元。2014年度，根据经会计师审计的珠江文化公司2014年度会计报表，珠江文化公司当年度净利润为-14,746,899.63元。根据公司章程规定，公司对珠江文化承担有限责任，且没有对珠江文化公司其他的债权，因此有限公司对被珠江文化公司的亏损以初始投资额为限确认2014年的投资收益-945,096.16元，其余未确认的投资损失在备查簿中记录。

因为珠江文化传媒公司主要业务为少儿艺术培训，不符合公司确立的战略和发展方向，因此公司于2014年12月经过公司股东会讨论通过，决定将所持珠江文化公司30%股权进行转让并通知珠江万嘉；珠江万嘉对此书面声明放弃优先购买权。2014年12月，有限公司的股东龙视传媒集团决定以210万元的价格受让公司持有的珠江文化公司30%的股权，哈尔滨隆飞资产评估有限公司为此次股权转让出具了资产评估报告书，报告书显示珠江文化公司净资产评估值为-230.40万元。2015年2月份黑龙江省财政厅下达了同意有限公司以210万元价格协议转让珠江文化公司国有股权的批复。据此，公司在2015年2月确认210万元的投资收益。

（七）固定资产

2015年1-2月固定资产情况如下表：

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年2月28日
一、账面原值合计：	1,670,061.67	41,000.40	-	1,711,062.07
其中：舞台设备	98,450.00			98,450.00
家具用具	158,874.20	6,000.40		164,874.60
运输工具	563,032.00	35,000.00		598,032.00
电子设备	849,705.47			849,705.47
二、累计折旧合计：	1,149,153.06	39,524.27	-	1,188,677.33
其中：舞台设备	32,734.62	3,117.50		35,852.12
家具用具	88,815.61	2,202.10		91,017.71
运输工具	534,880.40	692.71		535,573.11
电子设备	492,722.43	33,511.96		526,234.39
三、固定资产账面净值合计	520,908.61	-	-	522,384.74
其中：舞台设备	65,715.38			62,597.88
家具用具	70,058.59			73,856.89
运输工具	28,151.60			62,458.89
电子设备	356,983.04			323,471.08
四、减值准备合计				
其中：舞台设备				
家具用具				
运输工具				
电子设备				
五、固定资产账面价值合计	520,908.61			522,384.74
其中：舞台设备	65,715.38			62,597.88
家具用具	70,058.59			73,856.89
运输工具	28,151.60			62,458.89
电子设备	356,983.04			323,471.08

2014年固定资产情况如下表：

单位：元

项目	2013年12月31日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
一、账面原值合计：	1,418,690.00	251,371.67		1,670,061.67
其中：舞台设备	98,450.00			98,450.00
家具用具	93,458.00	65,416.20		158,874.20
运输工具	563,032.00			563,032.00
电子设备	663,750.00	185,955.47		849,705.47
二、累计折旧合计：	974,404.46	174,748.60		1,149,153.06
其中：舞台设备	14,029.13	18,705.49		32,734.62

家具用具	87,975.99	839.62		88,815.61
运输工具	534,880.40			534,880.40
电子设备	337,518.94	155,203.49		492,722.43
三、固定资产账面净值合计	444,285.54			520,908.61
其中：舞台设备	84,420.87			65,715.38
家具用具	5,482.01			70,058.59
运输工具	28,151.60			28,151.60
电子设备	326,231.06			356,983.04
四、减值准备合计				
其中：舞台设备				
家具用具				
运输工具				
电子设备				
五、固定资产账面价值合计	444,285.54	-	-	520,908.61
其中：舞台设备	84,420.87			65,715.38
家具用具	5,482.01			70,058.59
运输工具	28,151.60			28,151.60
电子设备	326,231.06			356,983.04

2013年度固定资产情况如下表：

单位：元

项目	2012年12月31日	本期增加	本期减少	2013年12月31日
一、账面原值合计：	991,040.00	427,650.00		1,418,690.00
其中：舞台设备		98,450.00		98,450.00
家具用具	93,458.00			93,458.00
运输工具	563,032.00			563,032.00
电子设备	334,550.00	329,200.00		663,750.00
二、累计折旧合计：	670,614.17	303,790.29	-	974,404.46
其中：舞台设备		14,029.13		14,029.13
家具用具	79,898.45	8,077.54		87,975.99
运输工具	403,389.52	131,490.88		534,880.40
电子设备	187,326.20	150,192.74		337,518.94
三、固定资产账面净值合计	320,425.83			444,285.54
其中：舞台设备				84,420.87
家具用具	13,559.55			5,482.01
运输工具	159,642.48			28,151.60
电子设备	147,223.80			326,231.06
四、减值准备合计				

其中：舞台设备				
家具用具				
运输工具				
电子设备				
五、固定资产账面价值合计	320,425.83	-	-	444,285.54
其中：舞台设备				84,420.87
家具用具	13,559.55			5,482.01
运输工具	159,642.48			28,151.60
电子设备	147,223.80			326,231.06

1、公司最近两年及一期固定资产变化不大。公司无自有房产，以租赁方式取得经营场所；固定资产主要由电子设备和运输工具构成。截至2015年2月末电子设备和运输工具占固定资产原值总额的84.61%，其他的办公家具和专用舞台设备金额较小。公司主营的广告业务所需服务采取外包方式，无需公司自行制作；演艺业务所需设备主要为电子设备。公司的固定资产与公司经营活动相匹配。

2、公司固定资产折旧方法采用年限平均法。根据各类固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。公司的电子设备、运输设备、舞台设备和家具用具的折旧年限分别为3、4、5、5年，预计净残值率5%。

3、截至2015年2月28日止，公司的固定资产原值为171.11万元，累计折旧金额为118.87万元，减值准备金额为0元，固定资产账面净值为52.24万元。2015年2月末累计折旧占固定资产原值比重69.47%（累计折旧率），其中已提足折旧继续使用的固定资产原值为87.02万元，占公司期末固定资产原值的比例为50.86%，已提足折旧继续使用的固定资产主要为运输工具，原值金额56.30万元。上述设备虽已经提足折旧，但由于维修保养到位，仍能继续正常使用。

公司的业务模式对固定资产的需求较小，即使未来进行更新，也不会带来较大的财务压力。

4、固定资产抵押情况：截至2015年2月28日，公司无固定资产对外抵押的情况。期末公司不存在暂时闲置的固定资产、通过融资租赁租入的固定资产、通过经营租赁租出的固定资产以及持有待售的固定资产。期末固定资产不存在减值迹

象。

5、截至2015年2月末公司固定资产净额中电子设备占61.92%，家具用具占14.14%，专业工具占11.98%，运输工具占11.96%。

（八）无形资产

最近两年及一期，公司无形资产为购买的计算机软件

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加额	本期减少额	2015年2月28日
一、无形资产原价	106,518.00			106,518.00
软件	106,518.00			106,518.00
二、无形资产累计摊销	2,137.01	1,775.30		3,912.31
软件	2,137.01	1,775.30		3,912.31
三、无形资产账面净值	104,380.99			102,605.69
软件	104,380.99			102,605.69
四、无形资产减值准备				
五、无形资产账面价值	104,380.99			102,605.69

（续上表）

项目	2013年12月31日	本期增加额	本期减少额	2014年12月31日
一、无形资产原价	6,518.00	100,000.00		106,518.00
软件	6,518.00	100,000.00		106,518.00
二、无形资产累计摊销	597.52	1,539.49		2,137.01
软件	597.52	1,539.49		2,137.01
三、无形资产账面净值	5,920.48			104,380.99
软件	5,920.48			104,380.99
四、无形资产减值准备				
五、无形资产账面价值	5,920.48			104,380.99

（续上表）

项目	2012年12月31日	本期增加额	本期减少额	2013年12月31日
一、无形资产原价		6,518.00		6,518.00
软件		6,518.00		6,518.00
二、无形资产累计摊销		597.52		597.52
软件		597.52		597.52
三、无形资产账面净值				5,920.48
软件				5,920.48

四、无形资产减值准备				
五、无形资产账面价值				

公司的无形资产有两项，一是 2012 年购入的用友财务软件，入账金额 6,518.00 元；二是 2014 年购入的金奕德广告运行管理系统 V3.1，入账金额 100,000.00 元。以上两项无形资产的使用期限均为 10 年，目前正常使用，公司按照 10 年的期限摊销计入费用。

（九）资产减值准备

1、公司按照《企业会计准则》的规定及要求，公司每年按照该会计政策的要求计提资产减值准备。2013年度、2014年度和2015年1-2月计提资产减值准备情况如下：

单位：元

项目	2015年1-2月	2014年度	2013年度
坏账准备	0.00	719.38	479.58

公司的坏账准备项目产生于其他应收款-连勇社保款（连勇为该公司已离职员工，所欠社保费金额为 2397.92 元），公司对其应收款项按照账龄分析计提坏账准备。

2、公司对应收款项采取积极的收款政策，报告期各时点末账龄绝大部分都在一年以内，公司按照既定的坏账政策计提坏账准备。

3、公司按照账龄组合及单项金额虽不重大但单项计提坏账准备方法对报告期的应收款项计提减值准备。

4、公司对存货按账面价值与可变现净值的差额计提跌价准备。

5、公司对固定资产每年估计其可收回金额并进行减值测试，可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额是根据该资产的预计可变现净值确定的。

6、公司计提减值准备的方法和比例无随意变更现象，金额没有异常，公司计提资产减值的情况与资产质量状况基本相符，库存商品未出现减值迹象，公司不存在利用资产减值准备调节利润的情形。

五、最近两年及一期主要负债情况

(一) 应付账款

公司应付账款主要是制作费和代理费等，最近两年及一期应付账款余额情况如下：

单位：元

项 目	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	1,412,103.80	2,009,075.44	
1至2年			
2至3年			
3年以上			
合计	1,412,103.80	2,009,075.44	

截至2015年2月28日止，应付账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与公司关系	2015年2月28日	账龄	占总额的比例(%)
哈尔滨天泽伟业文化传媒有限公司	非关联方	437,000.00	1年以内	30.95
哈尔滨恒泰文化传播有限公司	非关联方	200,000.00	1年以内	14.16
黑龙江智尚星空文化传播有限公司	非关联方	200,000.00	1年以内	14.16
哈尔滨铁路站车文化传媒有限公司	非关联方	172,955.97	1年以内	12.25
黑龙江电视广告公司	关联方	117,924.53	1年以内	8.35
合计		1,127,880.50		79.87

截至2014年12月31日止，应付账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与公司关系	2014年12月31日	账龄	占总额的比例(%)
哈尔滨地铁集团有限公司	非关联方	1,132,075.44	一年以内	56.35
哈尔滨天泽伟业文化传媒有限公司	非关联方	437,000.00	一年以内	21.75
哈尔滨恒泰文化传媒有限公司	非关联方	200,000.00	一年以内	9.95
黑龙江智尚星空文化传播有限公司	非关联方	200,000.00	一年以内	9.95
哈尔滨金弈德科技发展有限公司	非关联方	40,000.00	一年以内	1.99
合计		2,009,075.44		100.00

公司最近两年及一期的应付款项账龄均在一年以内。公司2014年末应付账款

增加200余万元，主要原因是从2014年起公司增加了对广告业务的投入，同相关单位签订了相关的广告合同，并根据合同确认了应付账款。其中应付哈尔滨地铁集团有限公司113.2万元为根据于2014年12月份签订的“哈尔滨地铁一号线灯箱媒体经营协议书”的有关约定应向哈尔滨地铁集团有限公司支付的经营费用共计113.2万元，该笔经营费用已于2015年1月支付。

应付哈尔滨天泽伟业文化传媒有限公司款项43.7万元、哈尔滨恒泰文化传媒有限公司20万元、黑龙江智尚星空文化传播有限公司20万元，为根据公司与有关公司签订的协议，委托对方在2014年6月和11月至12月期间制作节目产生的应付款项，上述款项已于2015年4、5月份支付。

公司在多年经营中能在约定时间内支付应付款项，不存在账龄较长的大额应付款项，应付款项欠付风险较小。

（二）其他应付款

截至2015年2月28日，公司其他应付款账龄情况如下：

单位：元

项 目	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	12,957,062.41	2,594,293.41	6,115,036.89
1至2年			
2至3年			
3年以上	1,000.00	1,000.00	1,000.00
合计	12,958,062.41	2,595,293.41	6,116,036.89

公司其他应付款主要为往来款、收取保证金、项目款等。截至2015年2月28日止，账龄在1年以内的其他应付款占比99.99%。

报告期内其他应付款中应付关联方款项情况如下：

单位：元

关联方名称	与公司关系	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
黑龙江电视广告公司	同受同一控制人控制	10,000,000.00		
黑龙江电视台	实际控制人	25,840.00		
龙视传媒集团	控股股东		300,000.00	5,954,504.85

合计	10,025,840.00	300,000.00	5,954,504.85
----	---------------	------------	--------------

截至2015年2月28日止，其他应付款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	金额	占总额的比例 (%)	款项性质	是否关联方	账龄
黑龙江电视广告公司	10,000,000.00	77.17	借款	关联方	1年以内
黑龙江亚龙文化传媒有限公司	1,000,000.00	7.72	保证金	非关联方	1年以内
哈尔滨世欣广告股份有限公司	600,000.00	4.63	保证金	非关联方	1年以内
哈尔滨同心广告有限公司	402,000.00	3.10	保证金	非关联方	1年以内
哈尔滨心途文化传媒有限公司	270,000.00	2.08	保证金	非关联方	1年以内
合计	12,272,000.00	94.70	--	--	--

截至2014年12月31日止，其他应付款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	金额	占总额的比例 (%)	款项性质	是否关联方	账龄
黑龙江亚龙文化传媒有限公司	660,000.00	25.43	保证金	非关联方	1年以内
哈尔滨世欣广告股份有限公司	600,000.00	23.12	保证金	非关联方	1年以内
哈尔滨同心广告有限公司	402,000.00	15.49	保证金	非关联方	1年以内
黑龙江龙视文化传媒集团	300,000.00	11.56	往来款	关联方	1年以内
黑龙江汇智文化传媒有限公司	180,000.00	6.94	保证金	非关联方	1年以内
合计	2,142,000.00	82.53	--	--	--

截至2013年12月31日止，其他应付款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	金额	占总额的比例 (%)	款项性质	是否关联方	账龄
黑龙江龙视文化传媒集团有限公司	5,954,504.85	97.35	项目款及往来款	关联方	1年以内
哈尔滨鸿伟文化传媒有限公司	158,450.00	2.59	设备款	非关联方	1年以内
李琨	1,041.02	0.02	社保款	非关联方	1年以内
赵孝子	1,041.02	0.02	社保款	非关联方	1年以内
安利(中国)用品有限公司	1,000.00	0.02	节目款	非关联方	3年以上
合计	6,116,036.89	100.00	--	--	--

公司的其他应付款项目核算的主要项目包括：单位往来款、保证金和应收职

工的社会保险费；其中往来款主要是与关联方的资金往来，保证金为收取下游广告公司的合同执行保证金。公司两年一期末的其他应收款变动幅度较大，主要原因在于与关联方的资金往来余额变动较大，以及随着广告业务规模的扩大相应收取合同保证金的增加。

2013年末其他应付款的主要内容为控股股东龙视传媒集团向本公司支付的用于执行“萨满文化项目委托协议的项目资金400万元以及其他往来款100万元。其中项目至2014年末已执行完毕。

2015年2月末其他应付款的主要项目为关联方黑龙江电视广告公司向该公司提供的借款。根据2015年2月27日签订的协议，黑龙江电视广告公司对本公司提供为期一年、金额为1000万元的资金，并按3%的年利率向本公司收取资金使用费。由于该笔借款在报告期内应计提的利息金额较小（1,643.84元），本公司未予计提。

（三）预收账款

公司预收账款主要为节目费和广告费，最近两年及一期预收账款情况如下：

单位：元

项 目	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	1,079,712.24	711,364.52	
1至2年			
2至3年			
3年以上			
合计	1,079,712.24	711,364.52	

截至2015年2月28日止，预收账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	金额	占总额的比例 (%)	款项性质	账龄
黑龙江省青少年文化艺术教育活动中心	720,000.00	66.68	预收演出制作费	1年以内
哈尔滨视通华纳文化传媒有限公司	188,679.24	17.47	预收广告费	1年以内
哈尔滨中旗影视艺术文化传播有限公司	97,200.00	9.00	预收广告费	1年以内
哈尔滨同心广告有限公司	28,000.00	2.59	预收广告费	1年以内

黑龙江汇智文化传媒有限公司	25,000.00	2.32	预收广告费	1年以内
合计	1,058,879.24	98.07		

截至2014年12月31日止，预收账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	金额	占总额的比例 (%)	款项性质	账龄
黑龙江亚龙文化传媒有限公司	333,333.00	46.86	预收广告费	1年以内
哈尔滨世欣广告股份有限公司	166,667.00	23.43	预收广告费	1年以内
哈尔滨贵妇人皮草广场	117,924.52	16.58	预收广告费	1年以内
哈尔滨工大集团广告传媒有限公司	50,000.00	7.03	预收广告费	1年以内
黑龙江汇智文化传媒有限公司	24,440.00	3.44	预收广告费	1年以内
合计	692,364.52	97.33		

公司预收款项产生于根据合同预收节目制作客户和广告客户的款项所致。一般情况下，节目制作的周期较短，会计年度内大多能完成合同规定的工作任务，期末预收账款项目较少；而广告的合同期间一般为一年以上（含），公司根据广告合同的实际履约期限按照权责发生制原则确认当期的收入，因此期末会有较多的预收账款客户。

公司2013年末无预收账款，2014年预收账款余额711,364.52元，2015年2月末预收账款余额1,079,712.24元，较2014年增长51.78%，主要是增加对黑龙江省青少年文化艺术教育中心预收的节目制作费所致，但总体金额不大。

公司具有较强的履约能力，预收款项不能转为收入的可能性很小。

（四）应交税金

公司应交税金最近两年情况如下：

单位：元

项目	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
增值税	-208,137.79	221,461.98	49,606.02
城市维护建设税		15,502.34	3,472.42
教育费附加		11,073.10	2,480.30
企业所得税			
个人所得税	-3,913.92		161.71
其他税费		6,344.06	2,003.04

合计	-212,051.71	254,381.48	57,723.49
----	-------------	------------	-----------

2014年末应缴税费较2013年末增加196,657.99元,主要是2014年度收入增加,应交增值税增加所致。2015年2月末应交税费负数的原因是公司当期增值税进项税额超过销项税额,造成留抵税额较大;应交个人所得税负数为多缴纳个人所得税所致。

六、股东权益情况

最近两年一期,公司股东权益情况如下:

单位:元

股东权益	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
股本	10,000,000.00	10,000,000.00	1,000,000.00
资本公积	3,235,000.00		
盈余公积	370,531.36	370,531.36	370,531.36
未分配利润	-1,431,037.21	-3,424,418.65	-174,369.69
合计	12,174,494.15	6,946,112.71	1,196,161.67

(一) 股本变化情况

参见本公开转让说明书“第一节公司基本情况三、公司股权及股东情况之(四)公司股本形成及变化情况”。

(二) 资本公积变化情况

报告期内公司资本公积的变化为2015年2月份龙视传媒集团向公司赠与现金等320万元,以及2015年1月份接受本公司关联方黑龙江龙视人才服务中心捐赠价值3.5万元别克轿车一辆所形成,合计金额323.5万元。

(三) 盈余公积变化情况

报告期内盈余公积没有变化,报表列示的盈余公积为公司报告期以前年度利润根据公司法 and 公司章程规定所计提的法定盈余公积。

七、关联方、关联关系、关联交易情况

(一) 公司关联方及关联关系

1、股东和实际控制人

股东	投资额（元）	投资比例	关联方关系
龙视传媒集团	9,500,000.00	95%	控股股东
龙视旅游投资	500,00.00	5%	持有公司 5%以上股份的股东

公司的控股股东龙视传媒集团为黑龙江电视台的全资子公司，公司的实际控制人为黑龙江电视台。

2、控股股东、实际控制人控制的其他企业

单位/个人	关联方关系
黑龙江电视台	最终控制方
黑龙江广播电视网络股份有限公司	共同受黑龙江电视台控制
黑龙江电视广告公司	共同受黑龙江电视台控制
北京龙视嘉华国际广告有限公司	共同受黑龙江电视台控制
黑龙江龙视万象传媒有限公司	控股股东子公司
黑龙江龙网视传媒有限公司	控股股东子公司
黑龙江龙视购物绿色食品有限公司	控股股东子公司
黑龙江龙视通信有限公司	控股股东子公司
黑龙江都市传媒有限责任公司	控股股东子公司
黑龙江龙视旅游投资有限公司	控股股东子公司
黑龙江亚布力国际广电中心有限公司	控股股东子公司
黑龙江月亮湾电视城有限公司	控股股东子公司
黑龙江龙塔国际旅游有限公司	控股股东子公司
三亚龙视传媒有限公司	控股股东子公司
黑龙江呼兰河影视城发展有限公司	控股股东子公司
黑龙江龙视健康产业投资有限公司	控股股东子公司
黑龙江视通广告有限公司	控股股东子公司
黑龙江广视网络技术开发有限公司	控股股东子公司
黑龙江龙视人才服务有限公司	控股股东子公司
黑龙江龙视购电视购物有限公司	控股股东子公司
北京龙视万象传媒有限公司	控股股东子公司
北京龙视百纳文化传媒有限公司	控股股东子公司
黑龙江龙视旅游汽车服务有限公司	控股股东子公司
黑龙江龙视旅行社有限公司	控股股东子公司
黑龙江龙塔餐饮有限公司	控股股东子公司
黑龙江龙视东方电视购物有限公司	控股股东子公司
黑龙江梦之城影视产业园有限公司	控股股东子公司
哈尔滨冰都四季文化传媒有限公司	控股股东参股公司
珠江文化公司	控股股东参股公司
数字移动	最终控制方间接控制企业

黑龙江广视文化发展有限公司	最终控制方间接控制企业
黑龙江北极文化传媒有限责任公司	最终控制方间接参股企业
黑龙江北方文化产权交易所有限公司	最终控制方间接参股企业
北京吉视汇通科技有限责任公司	最终控制方间接参股企业

3、子公司

报告期内，公司无纳入合并范围的子公司。

4、公司董事、监事、高级管理人员持股情况：

序号	姓名	在公司任职情况	持股数量（股）	持股比例(%)
1	郭锡哲	董事长	0	0.00
2	王建华	董事	0	0.00
3	于皓	董事	0	0.00
4	赵文博	董事	0	0.00
5	牟海燕	董事	0	0.00
6	滕威	监事会主席	0	0.00
7	李春宇	监事	0	0.00
8	张欢	职工监事	0	0.00
9	许冰	总经理	0	0.00
10	林洪波	财务总监兼任董 事会秘书	0	0.00
合计			0	0.00

（二）关联方交易

1、经常性关联方交易

（1）定价政策

关联方交易按照市场价格定价。

（2）向关联方提供服务

关联方名称	交易内容	2015年1-2月		2014年度		2013年度	
		金额（元）	占营业收入金额的比例	金额（元）	占营业收入金额的比例	金额（元）	占营业收入金额的比例

黑龙江龙视东方电视购物有限公司	广告制作及发布	23,773.58	0.90%				
黑龙江电视台	广告制作及发布	56,792.45	2.16%	569,274.12	5.55%	706,617.60	25.90%
黑龙江龙视健康投资有限公司	广告制作及发布	23,773.58	0.90%				
龙视传媒集团	演出经纪业务			147,594.71	1.44%		
龙视传媒集团	项目服务费			970,410.51	9.47%		
北京龙视百纳文化传媒有限公司	演出经纪业务			38,834.95	0.38%		
哈尔滨冰都四季文化传媒有限公司				359,223.31	3.50%		
合计		104,339.61	3.96%	2,085,337.60	20.35%	706,617.60	25.90%

公司在2013和2014年度以演艺为主要业务，而关联方如黑龙江电视台和龙视传媒集团均有演艺业务的需求，因此报告期内公司向关联方提供的服务以演艺业务为主。随着公司业务重心向广告业务转移，公司向关联方提供的演艺业务服务的金额和比重呈逐年下降的趋势。

① 2013年度向关联方提供服务情况如下：

2013年度公司向黑龙江电视台提供演艺节目制作收入706,617.60元，主要是为黑龙江电视台承担当年度的“舞动龙江”和“声动龙江”节目制作的收入，其提供服务发生成本总计495,876.41元，总体毛利率29.82%，与公司当年度演出业务毛利率水平37.41%相近。

② 2014年度向关联方提供服务项目情况如下表：

关联方	项目	收入（元）	成本（元）	毛利率
黑龙江电视台	舞动龙江节目制作	323,760.54	200,543.88	38.06

黑龙江电视台	地铁一号线灯箱广告	66,037.74	66,037.74	0.00
黑龙江电视台	扑克派栏目制作	17,475.73	13,333.56	23.70
黑龙江电视台	第九届中国龙江国际文化艺术产业博览会节目制作	85,903.88	51,101.98	40.51
黑龙江电视台	2014 中国龙江美丽时尚文化周节目制作	76,096.23	57,271.54	24.74
龙视传媒集团	2014 中国龙江美丽时尚文化周集团推介相关活动节目	8,613.21	9,976.00	-15.82
龙视传媒集团	电影最后决战开机仪式	28,301.89	39,706.00	-40.29
龙视传媒集团	哈尔滨啤酒节活动节目制作	110,679.61	109,607.45	0.97
龙视传媒集团	萨满项目委托服务收入	970,410.51	152,620.00	84.27
北京龙视百纳文化传媒公司	中俄帆船嘉年华暨游艇及时尚生活方式展节目制作	38,834.95	37,093.47	4.48
哈尔滨冰都四季文化传媒有限公司	哈尔滨啤酒节活动节目制作	359,223.31	319,752.55	10.99
合计		2,085,337.60	1,057,044.17	49.31

2014年度公司向关联方提供服务的收入中有1,048,889.35元（除电视台地铁一号线灯箱项目和龙视传媒集团萨满项目委托服务收入）为演出业务收入，成本838,386.43元，总体毛利率为20.07%，与当期演艺业务的总体毛利率14.71%差别不大，但按项目核算的毛利率差别较大。对比公司同期与其他无关联关系公司签订的演艺合同，不同项目的毛利率也有很大的差异，如：

非关联方	项目收入 (元)	项目成本 (元)	毛利率
北京寰能天宇科技发展有限公司	97,087.38	116,438.00	-19.93
哈尔滨哈西万达广场有限公司	348,543.69	344,533.89	1.15
黑龙江祥云皮肤病医院有限公司	318,464.93	300,300.00	5.70
深圳聚智盟房地产经纪有限公司哈尔滨分公司	2,912,621.34	2,397,695.66	17.68
中国平安财产保险股份有限公司黑龙江分公司	156,114.56	73,527.28	52.90
哈尔滨师范大学	277,953.11	240,369.82	13.52
黑龙江文化体制改革和发展工作领导小组	48,543.69	6,788.67	86.02
黑龙江森工小贷有限公司	943,396.20	837,000.00	11.28
哈尔滨红博会展购物广场有限公司	471,698.10	471,698.11	0.00

综上，公司与关联方以及非关联方签订合同的毛利率不同与签订合同时的市场情况相关。公司2014年度的上述关联交易定价遵循了市场化原则。

另外，公司2014年度从龙视传媒集团取得收入970,410.51元，产生于2013年同龙视传媒集团签订的萨满项目委托协议。根据该委托协议的内容，公司完成龙

视传媒集团委托的三个项目预算总额为400万元，龙视传媒集团为此向公司支付项目服务费100万元（含税）。公司为完成上述项目发生的管理人员工资合计152,620.00元，项目毛利率84.27%。公司与龙视传媒集团的该笔业务具有偶发性质，单纯的毛利率也不足以反映公司为此付出的机会成本，以项目服务费占委托项目经费的比例来衡量更具实际意义。该笔业务中项目服务费占项目经费的比例为25%，这个比例是合理的。

③2015年1-2月公司向关联方黑龙江龙视东方电视购物有限公司、黑龙江电视台、黑龙江龙视健康投资有限公司提供灯箱广告发布服务，合计金额104,339.61元，合同规定合同期间灯箱广告制作和发布费费用为700元/块。而与无关联关系公司上海爱上广告有限责任公司签订的广告合同规定一个月期间的需支付灯箱广告制作和发布费用为5000元/块，另外需支付上画费700元/块。关联方与非关联方灯箱广告合同价格差异较大的原因是由于2015年初公司的地铁灯箱项目处于试运行阶段，广告上画率不高，同期哈尔滨市处于创建文明城市的特殊时期，公司根据有关方面的要求需提高灯箱广告的上画率，因此公司为提高上画率为目的向关联公司提供灯箱广告的收费以覆盖制作成本为原则。上述业务不具有持续性，也没有对公司造成不利影响。

（3）向关联方采购

关联方名称	交易内容	2015年1-2月		2014年度		2013年度	
		金额(元)	占采购金额的比例	金额(元)	占采购金额的比例	金额(元)	占采购金额的比例
黑龙江电视广告公司	广告制作	235,849.06	10.90%	113,004.72	1.19%		
合计		235,849.06	10.90%	113,004.72	1.19%		

黑龙江电视广告公司是一家专业从事电视广告制作和播放的公司。公司因地铁视讯项目播放公益广告需对外采购相关的电视动画短片，于2015年1月4日与黑龙江电视广告公司签订“2015年度哈尔滨地铁视讯项目广告制作协议”，约定公司委托黑龙江电视广告公司在2015年度制作150条60秒长度的高清版本3D动画形式的电视广告，每条广告制作收费1万元（含税）。该价格处于正常市场报价（60秒长度的3D动画短片的制作费市场报价在7000元到2万元不等）之间。

2014年度公司因地铁视讯和地铁灯箱广告资源招商需要,委托黑龙江电视广告公司进行广告推广,为此产生广告费113,004.72元。

2、偶发性关联方交易

(1) 向关联方租赁房屋

根据公司与黑龙江电视台于2007年12月3日签订的房屋使用协议书,黑龙江电视台将位于哈尔滨市开发区333号A楼1020室交由公司无偿使用,合同未约定具体的使用期限。截至2014年11月30日公司已不再使用该处房产。

根据公司与龙视传媒集团于2014年11月15日签订的房屋租赁合同,龙视传媒集团将位于哈尔滨市南岗区汉水路430号3楼的房屋三间租赁给公司作为办公场所。该租赁房屋面积72平方米,租赁期限为2014年12月1日至2024年12月31日止,初始年房租为6万元,之后每年房租费用递增5%。该房屋租金按照当地市场情况公允定价。

(2) 向关联方拆借资金

关联方	拆入金额(元)	起始日	到期日	说明
龙视传媒集团	1,000,000.00	2013年12月24日	2014年1月27日	无偿使用
龙视传媒集团	1,800,000.00	2014年6月18日	2015年1月31日	无偿使用
黑龙江龙视购电视购物有限责任公司	500,000.00	2014年6月13日	2014年8月12日	无偿使用
黑龙江电视广告公司	10,000,000.00	2015年2月27日	2016年2月26日	年利率3%
合计	13,300,000.00			

公司在报告期内存在向关联方拆入资金的行为,其中2013、2014年度拆入资金金额较小,期限较短;2015年2月27日公司向关联方黑龙江电视广告公司拆入资金1000万元,并按照3%的年利率支付利息,利率低于同期银行贷款利率。上述资金拆借是公司控股股东及其关联方对公司业务发展的支持,有利于公司的发展。

(3) 关联方应收应付款项

单位:元

项目	关联方	2015年2月28日	2014年12月31日	2013年12月31日
应收账款	黑龙江电视台	60,200.00		360,000.00
预付账款	黑龙江电视广告公司	683,100.00		
其他应收款	黑龙江电视广告公司	75,900.00		
其他应收款	赵文博			450,000.00
其他应收款	许冰	23,000.00		
应付账款	黑龙江电视广告公司	117,924.53		
其他应付款	龙视传媒集团		300,000.00	5,954,504.85
其他应付款	黑龙江电视广告公司	10,000,000.00		
其他应付款	黑龙江电视台	25,840.00		

赵文博为股份公司现任董事，应收其款项性质为业务备用金，上述备用金已于2014年11月归还公司；许冰为股份公司现任总经理，应收其款项性质为购买设备暂借款。

(4) 公司接受关联方赠与

①2015年2月15日，龙视传媒集团赠与公司320万元，用于扶持公司的业务发展。2015年2月15日，黑龙江电视台出具《关于同意龙视传媒集团向黑龙江龙视演艺经纪有限公司赠与的批复》。

②2015年1月12日，黑龙江龙视人才有限公司赠与公司二手车一台，由哈尔滨中顺二手车交易市场有限公司评估作价35000元。车辆已过户至公司名下。

(5) 关联方业务合同转让

公司控股股东龙视传媒集团于2014年4月和12月与哈尔滨铁路站车文化传媒有限公司签订协议，获取后者位于哈尔滨西站10米层候车大厅上方吊幅广告媒体资源的开发及经营权，期限从2014年7月1日起至2017年6月30日止。2014年12月31日，我公司与龙视传媒集团和哈尔滨铁路站车文化传媒有限公司签订三方协议，约定龙视传媒集团从哈尔滨铁路站车文化传媒有限公司获取的哈尔滨西站10米层候车大厅上方吊幅广告媒体资源的开发及经营权利在原合同有效内转让给我公司，我公司由此获得了2015年1月1日至2017年6月30日期间上述媒体资源的开发及经营权。

该合同中约定龙视传媒集团不再要求我公司支付2015年1月1日至2015年4月30日以前期间的媒体资源使用费。由于2014年末至2015年年初为哈尔滨市创建文

明城市的关键时期，应有关部门的要求，哈尔滨的窗口地区（车站、地铁等）要投放大量的公益性广告。在此背景下，龙视传媒集团不要求我公司支付相应期间的媒体资源使用费。

（6）公司与关联方之间的股权转让交易

2014年12月24日，公司与龙视传媒集团签订《股权转让协议》，约定公司基于资产重组之目的向龙视传媒集团转让其持有的珠江文化30%股权，转让价格为210万元，转让款在协议生效后15个工作日内由龙视传媒集团一次性支付。详见本公开转让说明书“第四节公司财务四、最近两年及一期主要资产情况（六）对外投资”。

公司与关联方发生日常性关联交易遵循了市场定价的原则，交易真实、公允。在有限公司阶段，公司与关联方发生的一些偶发性关联交易，如接受捐赠、无息借款、转让股权等体现了大股东和关联方对公司的支持，没有造成对公司的损害；上述偶发性关联交易发生于有限公司阶段，随着公司盈利能力的提高，实力的增强，预计该类关联交易今后将会较少发生。

另外，公司主要业务合同的签订主要通过市场招标、招商等方式实现，执行主要依靠自身的力量完成，关联交易没有对公司业务的完整性造成不利影响。改制为股份公司后，公司按照《关联交易管理制度》、《公司章程》等规则对关联交易进行规范化运作，将有效减少关联交易对公司的影响。

（三）关联交易决策程序执行情况

1、公司整体变更为股份公司前关联交易决策程序执行

公司整体变更为股份公司以前，公司对于与关联公司发生的交易行为未制定特别的决策程序，存在不规范现象。

2、公司整体变更为股份公司后关联交易决策程序执行情况

股份公司成立后，公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联方交易管理制度》中明确了关联股东和董事对关联交易事项表决权回避制度，关联方交易金额审议、批准和执行标准及程序，制定了关联方

交易的披露的规定。公司按照《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联方交易管理制度》对关联方交易的有关规定进行关联交易决策、并执行相关的程序。

（四）关联方交易的定价机制、合规和公允性

1、关联方交易的定价机制

公司制定了《关联方交易管理制度》，公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》中，对关联交易的定义、关联交易价格的确定和管理、关联交易的审批权限、关联交易的报告、关联股东或董事的回避表决等进行了明确的规定。

2、关联方交易合规性

公司整体变更为股份公司后，根据全体股东表决通过的《关联方交易管理制度》、《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》规定，交易双方根据关联交易事项的具体情况确定定价方法，并在相关的关联交易协议中明确交易双方的权利义务及法律责任。

3、公司关联方交易定价的公允性

《关联方交易管理制度》规定关联交易应遵循以下基本原则：

- （1）诚实信用的原则；
- （2）不损害公司及非关联股东合法权益的原则；
- （3）关联方如享有公司股东大会表决权，应当回避表决；
- （4）有任何利害关系的董事，在董事会对该事项进行表决时，应当回避；
- （5）公司董事会应当根据客观标准判断该关联交易是否对公司有利，必要时应当聘请专业评估师或财务顾问；
- （6）独立董事（如有，下同）对重大关联交易需明确发表独立意见。

公司应采取有效措施防止关联方以垄断采购或销售业务渠道等方式干预公司的经营，损害公司和非关联股东的利益。关联交易的价格或收费原则应不偏

离市场独立第三方的价格或收费的标准。公司应对关联交易的定价依据予以充分披露。

4、关联方为公司提供贷款担保

最近两年及一期，公司无对外贷款，关联方无向公司提供贷款担保的情况。

(五) 减少和规范关联方交易的具体安排

公司整体变更为股份公司后，经股东大会表决通过的《关联交易管理制度》、《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》，公司对减少和规范关联方交易进行了具体规定。

八、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

(一) 日后事项

1、2015年3月13日，公司与黑龙江都市传媒有限责任公司和沈阳美兰达文化传媒有限公司签订三方协议，约定公司在结清与美兰达公司《代理合同》中2015年度未冲抵款项后代沈阳美兰达文化传媒有限公司向黑龙江都市传媒有限责任公司支付2015年度广告代理费用6,077,900.00元，支付期间为2015年2月28日至2015年12月31日；同时公司此项支付的款项冲抵因与沈阳美兰达文化传媒有限公司签订《哈尔滨地铁一号线1、2期8年广告经营权代理合同》所产生的应支付给该公司款项的等额部分。2015年6月3日和24日以及7月27日，公司向黑龙江都市传媒有限责任公司分别支付款项295.19万元、74.4万元和74.4万元，合计443.99万元。

2、2015年3月13日，公司与黑龙江电视广告公司和沈阳美兰达文化传媒有限公司签订三方协议，约定公司在结清与美兰达公司《代理合同》中2015年度未冲抵款项后代沈阳美兰达文化传媒有限公司向黑龙江电视广告公司支付广告费用4,558,500.00元，支付期间为2015年2月27日至2015年12月31日；同时根据沈阳美兰达文化传媒有限公司出具的情况说明，公司此项支付的款项冲抵因与沈阳美兰达文化传媒有限公司签订《哈尔滨地铁一号线1、2期8年广告经营权代理合同》所产生的应支付给该公司款项的等额部分。2015年6月18

日和7月8日，公司向黑龙江都市传媒有限责任公司分别支付款项3.6万元和55.8万元，合计59.4万元。

沈阳美兰达文化传媒有限公司是公司重要的广告资源提供者，公司出于与其长期合作关系考虑，应其要求签订上述三方补充协议。上述三方协议的签订没有改变公司年度内支付的总金额，仅调整了付款期限。公司依照三方补充协议约定，按照沈阳美兰达文化传媒有限公司与两个关联方签订的原合同付款进度向关联方支付款项，三方协议均不存在违约风险，不涉及关联方利益输送问题，也不存在关联方交易定价不公允的现象。

3、2015年4月3日，根据公司与中国银行股份有限公司哈尔滨动力支行签订的借款合同，公司从该行取得借款1000万元，借款期限12个月，利率约定为浮动利率，按照实际提款日前一工作日全国银行间同业拆借中心发布的贷款基准利率报价平均利率加59个基点，借款方式为信用。4月3日公司已收到1000万元借款。

公司因开展广告业务获取广告资源，前期需要较大的资金投入。通过银行借款方式取得借款所履行的手续较多，经历时间较长，因此在取得银行借款之前，公司向关联方取得资金以补充流动资金的不足；在取得银行借款之后，公司按照实际偿还能力向关联方偿还了部分借款，并按照市场利率情况对剩余借款的利率进行了调整。

4、2015年4月7日，公司与龙视传媒集团和黑龙江电视广告公司签订三方协议，就2015年2月27日公司与黑龙江电视广告公司签订的1000万元借款合同进行补充约定。根据该三方协议约定，黑龙江电视广告公司将对公司的1000万元借款（债权）中的500万元转让给龙视传媒集团，并约定公司对龙视传媒集团的该笔500万元借款本金于2015年4月7日支付。公司对黑龙江电视广告公司的剩余500万元借款，利率约定为6%，本金及利息于2016年2月26日支付。公司根据三方协议约定，于2015年4月7日偿还了龙视传媒集团500万元。

针对本公开转让说明书“第四节公司财务八、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项（一）日后事项”1-3项，主办券商于2015年7月31日出具

《关于黑龙江龙视星股份有限公司资产负债表日后事项督促中介机构更正报告并补充披露说明》，对以上事项已督促中介机构更正审计报告，出具补充法律意见书并督促公司进行以上补充披露。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）于 2015 年 7 月 31 日出具大华特字【2015】003643 号《关于黑龙江龙视星传媒股份有限公司资产负债表日后事项的情况说明》，发表明确意见如下：

1、上述公司于 2015 年 3 月 13 日分别与黑龙江都市传媒有限责任公司、黑龙江电视台广告公司及沈阳美兰达文化传媒有限公司签订的三方协议，虽然使公司与沈阳美兰达文化传媒有限公司签订合同的支付对象发生变化，但未改变合同总金额及年度付款金额。

2、上述借款是企业日常经营借款，其性质为流动资金借款，不用于固定资产投资等其他用途，且借款为信用借款，该借款的取得可以缓解公司日常生产经营活动中的现金流压力。

黑龙江德治律师事务所于 2015 年 7 月 31 日出具《关于黑龙江龙视星传媒股份有限公司在报告期后补充披露事项的专项说明》，发表明确意见如下：

公司的贷款到帐后，用于支付地铁一号线灯箱、梯眉、梯牌广告经营权项目的相关款项，有效缓解了公司日常生产经营活动的现金流压力，公司广告业务的收入稳定，公司业务在逐步扩展，公司按借款合同约定按期支付了相应利息，借款合同正常履行中，预期能够按照约定还清中国银行借款。

本所律师核查后认为，该笔借款是基于双方真实意思表示，合同合法有效，贷款的取得有利于公司生产经营活动的开展，《借款合同》履行了内部审批程序，

合同履行不存在重大法律障碍和履行风险。

关于《三方协议》对公司履行《代理合同》的影响：

本所律师核查后认为，公司签订的上述两份《三方协议》是公司在履行《代理合同》中，应美兰达的要求签订的补充协议，公司在履行《三方协议》时，根据美兰达与关联方之间的广告播出进度情况付款，从付款的实际情况上对《代理合同》的付款周期进行了调整。除首年付款周期调整以外，《代理合同》总付款金额及其他主要权利义务不变，因此，《三方协议》的签订对公司《代理合同》不构成重大变更，公司的履行符合合同约定，且公司的履行已获得美兰达的确认，不存在违约情形和潜在纠纷。

（二）或有事项及其他重要事项

1、截至本公开转让说明书出具之日，公司新签了一系列广告合同，合计金额 15,532,507.00 元（含税）。其中与哈尔滨地铁集团有限公司签订的地铁一号线灯箱媒体经营协议书使公司获得哈尔滨地铁一号线站内 300 个灯箱 2015 年 3 月 1 日至 5 月 29 日期间的经营权，合同金额 270 万元；公司对外签订的地铁灯箱广告发布合同合计金额 12,282,507.00 元，执行期限自 2015 年 3 月份至 2016 年 5 月份不等，其中金额较大的合同列示如下：

签约方	签约日期	合同期限	合同金额（元）
省广先锋（青岛）广告股份有限公司	2015 年 4 月 24 日	2015.4.1—2015.5.31	1,620,000.00
中国人民解放军第二一医院	2015 年 4 月 7 日	2015.4.20—2016.1.24	850,000.00
哈尔滨星乔文化传播有限公司	2015 年 5 月 22 日	2015.5.22—2015.12.31	756,205.00
山西乐点文化传媒有限公司	2015 年 6 月 1 日	2015.8.1—2016.7.1	679,500.00
哈尔滨世欣广告股份有限公司	2015 年 3 月 30 日	2015.4.5—2016.3.5	607,420.00
哈尔滨市太阳岛风景区资产经营有限公司	2015 年 5 月 19 日	2015.6.1—2015.8.23	487,650.00

哈尔滨绿山川农业科技发 展公司	2015年6月3日	2015.12.3—2016.2.24	465,850.00
哈尔滨贵生堂中医医院	2015年4月15日	2015.5.20—2015.11.15	446,600.00
齐齐哈尔一生水饮品有限 公司	2015年6月3日	2015.6.26—2015.10.15	400,000.00
黑龙江省吉圣康医药有限 公司	2015年4月13日	2015.5.1—2016.4.30	319,900.00
哈尔滨奥雅文化传媒有限 公司	2015年6月1日	2015.6.1—2016.5.29	1,000,000.00
山西乐点文化传媒有限公 司	2015年6月26日	2015.7.20—2015.8.1 6	491,400.00
汉雅星空文化科技有限公 司	2015年7月7日	2015.8.1—2015.8.28	488,000.00
合计			8,612,525.00

2、截至本公开转让说明书出具之日，本公司无或有事项。

九、最近两年资产评估情况

2015年4月15日，公司为股份制改造目的，聘请北京华信众和资产评估有限公司对公司2015年2月28日为评估基准日的全部股东权益的市场价值进行评估。北京华信众和资产评估有限公司采用资产基础法对公司的净资产进行评估，并于2015年5月15日出具编号为“华信众和评报字【2015】第1024号”的《资产评估报告书》。公司经审计后的总资产账面价值2,800.99万元，评估值2,828.77万元，评估增值27.78万元，增值率0.99%；总负债账面价值1,583.54万元，评估值1,583.54万元，评估增值0万元；净资产账面价值1,217.45万元，评估值1,245.23万元，评估增值27.78万元，增值率2.28%，此次评估结果仅作为公司变更为股份有限公司折股参考，公司未根据评估结果进行账务处理。

十、股利分配政策和最近两年分配情况

（一）股利分配政策

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

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

公司的利润分配政策为：

1、股利分配原则：公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展；

2、利润分配的形式：公司采取现金、股票或现金股票相结合的方式分配股利，并优先考虑采取现金方式分配股利；

3、决策机制与程序：公司股利分配方案由董事会制定及审议通过后报由股东大会批准；

4、公司采取股票或现金股票相结合的方式分配股利时，需经公司股东大会以特别决议方式审议通过。

（二）股利分配情况

公司在2013年度进行了利润分配。根据公司董事会于2013年4月形成的《黑龙江龙视演艺经纪有限公司利润分配方案》和股东会决定，公司2013年度向股东

分配利润56万元。

（三）公开转让后的股利分配政策

公司股份公开转让后将按照公司章程关于利润分配的相关规定，在满足公司正常生产经营所需资金的前提下，实行持续、稳定的利润分配政策。公司采取现金或者股票的方式分配利润，积极推行现金分配的方式。

十一、子公司基本情况

报告期内，公司无纳入合并范围的子公司。

十二、影响公司持续经营的风险因素及应对措施

（一）公司连续亏损的风险

公司 2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-2 月扣除非经常性损益后的净利润分别为-2,166,443.59 元、-3,438,728.20 元和-106,618.56 元。造成公司连续亏损的主要原因是演艺业务处于调整期，市场竞争激烈造成毛利率下降，而作为公司今后重点的广告业务在报告期内处于开发初期，所拥有的广告资源没有得到充分利用，以致广告收入和毛利率尚未达到应有的水平。

公司为应对盈利能力较弱的风险，采取的应对措施：

1、继续加大对广告业务的开发力度，通过提升广告业务收入和提高毛利率增加营业利润。截至 2015 年 6 月，公司当年度累计收入达到 1,547.16 万元，营业利润达到 417.79 万元（此处数据未经审计），已全面超过 2014 年度水平。另外报告期后至 2015 年 7 月 31 日，公司新签了一系列广告合同，合计金额 15,532,507.00 元（含税）。其中与哈尔滨地铁集团有限公司签订的地铁一号线灯箱媒体经营协议书使公司获得哈尔滨地铁一号线站内 300 个灯箱 2015 年 3 月 1 日至 5 月 29 日期间的经营权，合同金额 270 万元；同时公司对外签订地铁灯箱广告发布合同，合计金额 12,282,507.00 元。以上大额广告合同的签订为公司的可持续发展提供了坚实基础。

2、股份公司阶段，公司内部建立了与业务性质和规模相适应的组织结构，公司将各项业务主体划分为不同的部门，并要求各部门严格执行预算管理制度，

加强成本费用的控制，从而进一步改善公司盈利能力一般的问题。

（二）营运资金不足的风险

公司 2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-2 月经营活动产生的现金流量净额分别为 2,878,490.55 元、-7,840,360.85 元和-15,402,769.16 元，经营活动获取现金的能力持续下滑，公司因此面临营运资金不足的风险。公司经营活动产生的现金流下降的主要原因是公司 2014 年起公司加大广告业务的开发力度，初期为获取广告资源投入了大量的资金（包括预付款和保证金）。

公司的应对措施：针对已经获取的广告资源加大推广力度，提升资源利用率，以获取更多的广告收入和经营现金流量。

另外公司计划搭建多元化的融资渠道，提高自身的综合融资能力，通过打通银行融资渠道，积极与券商、融资租赁机构、信用评级机构、担保机构沟通，为未来的项目融资、债券融资或以资产证券化的方式进行融资做好相关准备。2015 年 4 月 3 日，根据公司与中国银行股份有限公司哈尔滨动力支行签订的借款合同，公司从中国银行取得信用借款 1000 万元。上述借款的取得有效缓解了公司营运资金的不足。

（三）宏观经济波动风险

广告行业与商品生产、消费领域密切相关，并通过生产和消费领域的广告投放实现效益，因此广告行业与国民经济的增长有一定的正相关关系。近年来，随着宏观经济和商品消费需求的高速增长，广告需求也出现了大幅增长。由于大多数广告客户将广告支出作为一项软性支出，在经济低迷时期，客户可能会削减其广告投放，从而导致整体广告投放需求的减少。同时广告行业的客户来自国民经济的各个行业，客户所在行业整体发展状况、产业政策和监管措施的变化，往往会影响该行业的整体广告投放，进而传导给广告行业。因此，如果宏观经济整体下滑，经济增长减速，将会影响整个广告行业的发展，进而影响公司的业务和经营。

应对措施：目前公司主要媒体资源分为 4 种，随着业务拓展，还会增加 2—3 种媒体资源，这些媒体资源所面对的客户也不一样，快消品和大众消费品在经济

增长减速，宏观经济下滑的前提下，传统媒体会受影响，户外的平面媒体和新媒体是这类产品首选，不是选择不投放广告，而是要选择既节约成本又能达到宣传目的的媒体，另外，一些大的品牌广告也都会选择目标人群相对匹配的媒体资源，来宣传，我们现有的媒体是客户定位比较精准，高到达的几种媒体，客户反响和认知程度也比较好，符合不同要求的客户群体。

（四）广告经营风险

广告业务作为公司的主营业务，是公司目前和未来的主要收入来源。在广告经营业务中，如果发布的广告出现重大违规内容，如涉及虚假宣传、欺骗性宣传、违反广告法规定的相关内容等，被执法部门追究，不仅公司要蒙受名誉损失和经济处罚，客户也会因此受到牵连；另外户外广告需服从市政规划，在经营中可能面临广告牌被临时拆除或替换公益广告的风险。

应对措施：

公司针对虚假广告风险，专门设定审计部，确保所有广告发布之前经过审计部严格的审核，通过多层级审核人员一致同意后，方可对外发布。另外，公司针对难以确认其合法合规性产品，也会咨询外部专家和当地工商局的意见，以符合《中华人民共和国广告法》的规定：广告应当真实、合法，不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者。对于敏感行业审慎对待，并按照政府规定的程序及时进行申报。

（五）市场竞争风险

随着我国广告业的蓬勃发展及市场的逐步开放，广告行业逐渐形成全国性的市场，并有越来越多的国际广告公司进入，国内广告行业的竞争日趋激烈。

应对措施：争取扩大在黑龙江省内户外广告资源的占比，与4A级广告公司合作黑龙江市场，立足区域市场，做大细分市场，力争先成为黑龙江省内户外广告市场的领先者，再逐渐向其他细分市场拓展。

（六）客户集中的风险

公司报告期内的收入全部来源于黑龙江省，存在营业收入地域集中的风险；另外公司目前主要从哈尔滨地铁集团有限公司、沈阳美兰达文化传媒有限公司取

得广告代理权，存在一定的主要合同依赖风险。

应对措施：由于公司主营业务的调整 14 年开始与哈尔滨地铁集团有限公司合作，从 15 年开始陆续与哈尔滨铁路站车文化传媒有限公司合作，与哈尔滨市政合作，开发其他的户外广告媒体，目前做大省内市场，开发全国客户，在户外广告行业稳固省内地位，待条件成熟时向全国扩张；争取多元化的广告资源，降低对上游客户的依赖性。

（七）税收优惠政策变化的风险

根据哈尔滨市南岗区地方税务局出具的哈南地税备免通[2015]22 号备案类减免税执行通知书，公司自 2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日止享受免征企业所得税政策。如果针对企业的税收优惠政策出现变动或届时不能继续取得所得税优惠政策，将对公司的经营业绩产生消极影响。

应对措施：通过加强经营管理，提高自身盈利能力以降低税收优惠政策变动带来的风险。

（八）公司发展较快带来的管理风险

随着公司业务尤其是广告业务的发展，公司的资产规模、人员规模、业务规模会迅速扩大，销售、管理、财务人员会随之增长，对公司的管理提出了更高的要求。如果公司管理水平不能及时提高，组织形式和管理制度未能随着公司规模扩大而及时调整和完善，各类专业人员不能及时到位并胜任工作，公司将存在因快速发展而产生的管理风险。

应对措施：

1、优化组织结构，实现高效能动管理。公司将现有的组织结构进行进一步调配，

促进分级管理，明确各部门职责及责任人，将责任落实到个人，保证管理的有序和高效。人力资源部需根据公司制度规定，与业务部门共同制定部门职责及岗位说明书；人力资源部需定期对各部门职责和岗位设置适应性进行评估，确保部门职责和岗位设置符合公司发展需求。

2、严格实施管理，规范各部门及人员的工作要求和 workflows，保证所有工作有章可依、有据可查，使公司管理更趋于规范化。

3、引进高水平管理人才，并对管理手段实施持续改进，不断提升管理效益。公司根据自身发展战略，结合广告、演艺经纪业务现状和未来需求预测，计划建立人力资源发展目标，进而实现人力资源的合理配置，全面提升公司核心竞争力。

（九）同业竞争风险

公司主要从事户外广告业务（包括地铁及空间范围）。公司的关联企业中包含“设计、制作、发布、代理国内广告业务”的企业较多。从广告播放的载体和客户群体等方面来说，关联企业与公司从事的户外广告业务存在着显著的不同，不构成同业竞争。唯一一家构成同业竞争的关联方数字移动，其实际控制人黑龙江电视台已经出具承诺会对下属企业进行监管，保证不从事会与公司构成同业竞争的业务。为彻底解决同业竞争问题，公司已经与数字移动的实际控制人黑龙江电视台达成协议，公司挂牌后会将数字移动收购以彻底解决同业竞争，公司控股股东和实际控制人已经就避免同业竞争采取了措施。但是，如果公司股东和实际控制人未严格遵守承诺，或者对其下属企业监管不力，造成关联方从事相同或者相近的业务，则有可能对公司的经营能力造成不利的影响。

应对措施：为避免今后出现同业竞争的现象，公司的控股股东出具了《避免同业竞争的承诺函》，实际控制人黑龙江电视台也出具了《关于同业竞争的解决措施及避免同业竞争的承诺函》，针对现存同业竞争的数字移动出具了重组方案，会在公司挂牌后予以解决。为避免潜在的同业竞争，黑龙江电视台承诺龙视星传媒将秉承户外广告及演艺经纪业务作为发展、整合本台下属相关资产的唯一平台的战略规划部署，持续推进龙视星传媒在户外广告及演艺经纪业务方面的整合并且其在消除或避免同业竞争方面所做各项承诺，同样适用于其下属除龙视星传媒以外的其他直接或间接控制的公司/企业，黑龙江电视台会督促并确保其控制的下属企业执行避免同业竞争安排并严格遵守全部承诺。

（十）行政处罚的风险

根据《户外广告登记管理规定》的规定，户外广告发布单位应当按照工商行政管理机关核准的登记事项发布户外广告，未经变更登记或者重新登记不得擅自改变。受委托发布户外广告的，应当提交与委托方签订的发布户外广告的委托合同、委托方营业执照或者具有同等法律效力的经营资格证明文件。公司地铁项目在试运行阶段曾经存在少量户外广告未取得户外广告登记证的情形，虽然这符合目前行业的实际情况并且主管部门对此未提异议并出具无违法违规证明，但是，公司仍存在被相关行政处罚的风险。

应对措施：公司在试运行阶段存在少量发布户外广告未取得户外广告登记证的情形，该批户外广告发布时间短，处于试运行的特殊时期并且早已全部下架，主管部门对此未提异议，并且出具无违法违规证明。截至公开转让报告出具之日，公司作为户外广告发布者已不存在未经登记备案擅自发布户外广告的情形。为遵守《户外广告登记管理规定》的规定，公司已建立户外广告运营手册，派专人详细记录公司户外广告登记备案进度。并且公司的控股股东龙视传媒集团已承诺，如有关部门对公司未经登记擅自发布户外广告进行任何罚款或损失，控股股东愿承担全部责任而无须公司支付任何对价。

十一、户外广告登记证不能重新申领的风险

有限公司作为广告发布者应办理的户外广告登记证登记权属仍在哈尔滨美兰达文化传播有限公司和龙视传媒集团名下，部分由于合同已经履行完毕无法进行更名，其余户外广告登记证重新申领的手续正在办理中。根据《户外广告登记管理规定》要求，户外广告发布者应及时办理户外广告登记证，如果公司办理不及时可能会对公司经营造成不利影响。

应对措施：公司已建立户外广告运营手册，派专人详细记录公司户外广告登记证备案进度，上述仍在履行期间的户外广告登记证重新申领在办理中。

十二、实际控制人变更的风险

公司的实际控制人为黑龙江电视台，根据《中共黑龙江省委常委委员会第78次常委会议纪要【2014】26号》、《黑龙江省机构编制委员会关于黑龙江电视台与黑龙江人民广播电台合并组建黑龙江广播电视台的通知【2015】21号》、《中

共黑龙江省委组织部关于同意成立黑龙江广播电视台党委的通知》等文件，黑龙江电视台将与黑龙江广播电视台合并组建黑龙江广播电视台。目前，合并工作的进展工作包括成立了黑龙江广播电视台党委，确定黑龙江广播电视台的领导班子成员。两台合并后的法人资格变更手续尚未办理完毕，仍然按照各自原法人资质和各自职务分工运行，但办公室、人力、计财、经管等综合部门已经开始合署办公。

伴随着两台合并的推进，公司的实际控制人将由黑龙江电视台变更为黑龙江广播电视台，如果实际控制人对下属公司的发展规划和业务经营等部署发生变化，则可能对公司的经营产生重大影响。

应对措施：公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》等制度，强化了公司独立运营以及对董事会和经理层的约束和监督。在此基础上，公司还制定了《信息披露管理制度》、《关联交易管理制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》等公司内部管理制度，均能够保证公司依法规范运营，从而确保了公司治理的有效性和独立性。

公司主要经营户外广告（包括地铁及空间广告）、演出经纪业务，公司获得户外广告业务主要通过市场化的招投标方式，并不依赖实际控制人获取广告资源。公司已取得并且正在洽谈获取更多的长期户外广告代理资源，即使两台合并后，基于这些长期的合同和优质资源，从有利于实际控制人下属企业发展的整体方向和市场化竞争的角度来看，实际控制人也不会对公司业务发展做出较大的变更，两台合并不会对公司持续经营能力和业务稳定性造成重大影响。

(本页无正文，为黑龙江龙视星传媒股份有限公司公开转让说明书全体董事、监事及高级管理人员签字盖章页。)

全体董事签字：

李进忠 孙 伟 于伟 孙海强 王进华

全体监事签字：

滕威 李 强 张 冰

全体高级管理人员签字：

孙 冰 林进波


黑龙江龙视星传媒股份有限公司
2015年8月24日

第五节有关声明

一、主办券商声明

本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。



国泰君安证券股份有限公司（公章）

法定代表人：

刘一

项目小组负责人：

曹守军

项目小组成员：

王美玲
管轶
张晨

2015年8月24日

二、经办律所声明

本律师事务所及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律师事务所出具的法律意见书无矛盾之处。本律师事务所及经办律师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。

黑龙江德治律师事务所（公章）



机构负责人：

A handwritten signature in black ink, appearing to be "韩宏伟" (Han Hongwei).

经办律师：

A handwritten signature in black ink, appearing to be "潘悦" (Pan Yue).

A handwritten signature in black ink, appearing to be "肖" (Xiao).

2015年8月25日

三、签字会计师事务所声明

声明函

大华特字[2015]第003345号

本会计师事务所及签字注册会计师已阅读黑龙江龙视星传媒股份有限公司《公开转让说明书》，确认公开转让说明书与本会计师事务所出具的大华审字[2015]005269号审计报告无矛盾之处。本会计师事务所及签字注册会计师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。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）（公章）

机构负责人：

签字注册会计师

签字注册会计师：

2015年8月24日

四、签字注册资产评估机构声明

本资产评估公司及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资产评估公司所出具的资产评估报告无矛盾之处。本资产评估公司及签字注册资产评估师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。

北京华信众和资产评估有限公司（公章）

机构负责人：



Handwritten signature of the institution's responsible person.

签字注册资产评估师：



Handwritten signature of 邢益谱 (Xing Yispu).



Handwritten signature of 徐岩 (Xu Yan).

2015年8月24日

第六节附件

- 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
- 五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见
- 六、其他与公开转让有关的重要文件

(正文完)

(以下无正文)

黑龙江龙视星传媒股份有限公司

2015年8月24日

