

智合新天（北京）传媒广告
股份有限公司
公开转让说明书



主办券商



（湖北省武汉市新华路特 8 号长江证券大厦）

二零一三年九月

挂牌公司声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

本公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证公开转让说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称“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，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

重大事项提示

公司特别提醒投资者注意下列风险:

(一) 政策性风险

目前,国内大多数城市已出台一系列政策法规,对户外广告媒体的设置一般有严格的规定,户外媒体属于行业稀缺性资源,时效性强,市场竞争比较激烈。相应地,户外媒体资源租赁费就比较高,占户外广告传媒企业经营成本的绝大部分。随着该行业的不断发展,行业主管部门会适时调整其监管重点和发展方向,如果行业政策发生重大变化将影响户外广告传媒服务企业的经营收益。因此,政策性调整将给公司的经营带来相关风险。

(二) 市场风险

公司在成立以来,就十分重视产品和服务的开发设计,而对于营销渠道的建设相对较少。公司一直致力于发展北京市场,目前公司的客户也基本为北京本地客户,未形成以北京市场为依托,辐射全国的营销格局。北京地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩。虽然公司具有经营模式、品牌等竞争优势,但不排除公司会受到北京地区经济波动等各种因素改变的冲击,而使本公司经营受到影响。同时,随着行业的发展,市场竞争将越来越激烈,行业内企业将面临市场竞争加剧的风险。

(三) 公司治理风险

有限公司阶段,公司规模较小,人员较少,法人治理结构不完善,公司治理曾存在一些问题,如执行董事、监事任期届满未及时换届选举;执行董事、监事未定期向股东会报告工作等问题。股份公司成立后,公司逐步建立健全了法人治理结构,制定了适应企业现阶段发展的内部控制体系。但股份公司成立时间短,各项管理制度的执行需要经过一段时间的实践检验,公司治理和内部控制体系也需要在经营过程中逐步完善。随着公司快速发展,经营规模不断扩大,业务范围不断扩展,对公司治理将会提出更高的要求。因此,公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要,而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

(四) 依赖重大供应商的风险

公司自 2009 年起成功与北京市首发高速公路经营管理有限公司形成长期战略联盟合作关系,成为全市高速公路网 1300 多个收费站亭及窗贴的主要广告运

营商，也成为北京市高速公路设施广告领域主要广告传媒服务提供商。报告期内，北京市首发高速公路经营管理有限公司为公司第一大供应商，公司 2011 年、2012 年和 2013 年 1-3 月对北京市首发高速公路经营管理有限公司的采购金额分别为 7,125,030.00 元、3,587,100.00 元和 4,643,100.00 元，占公司采购总额的比例分别为 17.11%、9.72%和 46.02%；相应地，2011 年、2012 年和 2013 年 1-3 月公司高速公路户外媒体营业收入分别为 14,208,688.00 元、13,705,449.66 元和 3,351,105.65 元，占公司总收入的比重分别为 30.40%、32.76%、42.20%。公司与北京市首发高速公路经营管理有限公司的采购合同将履行至 2013 年 12 月，到期后将对公司经营收入和后续业务发展产生一定影响的风险。

公司于2012年8月的北京市市政市容管理委员会公开招标中获得北京东四环7号位户外高立柱媒体3年租赁使用权。报告期内，公司2012年对北京市市政市容管理委员会的采购金额7,040,000.00元，占公司采购金额的比重为19.07%；2013年1-3月公司北京东四环7号位户外高立柱媒体营业收入为1,523,584.91元，占公司总收入的比重为19.19%。随着公司与北京市市政市容管理委员会签订的户外媒体租赁合同将履行至2015年7月，届时，公司北京东四环7号位户外高立柱媒体业务在公司业务成本、收入中的比重可能上升，将对公司未来成本结构变动和后续业务发展产生一定影响。

（五）依赖主要客户的风险

报告期内，公司与红牛维他命饮料有限公司和北京现代汽车有限公司签订的销售合同包括：

序号	合同方	签订日期	合同金额(元)
1	红牛维他命饮料有限公司	2009 年 12 月	51,188,760.00
2	北京现代汽车有限公司	2010 年 8 月	11,640,000.00
3	北京现代汽车有限公司	2012 年 7 月	9,500,000.00
4	北京现代汽车有限公司	2011 年 7 月	9,500,000.00
5	北京现代汽车有限公司	2012 年 3 月	3,410,000.00

公司与客户签署的合作项目均为户外广告发布合同，合同内容主要为公司代理客户户外广告发布和运维服务。公司除与红牛维他命饮料有限公司签订为期 4 年的合同正在履行至 2013 年底，上述其他客户的合同周期均为一年，且已履行

完毕。

2011年、2012年和2013年1-3月，公司对红牛维他命饮料有限公司营业收入总额分别为14,208,688.00元、13,705,449.66元和3,351,105.65元，占当期收入总金额的比例分别为30.40%、32.76%和42.20%；同期，公司对北京现代汽车有限公司营业收入总额分别为19,494,200.00元、17,812,200.00元和1,098,113.21元，占当期收入总金额的比例分别为41.71%、42.58%和13.83%。由于公司服务能力的不断提升及与大客户相互依存程度的提高，公司仍然存在营业收入向少数客户集中的趋势，存在依赖主要客户的风险。

目录

释义.....	1
第一节 基本情况	1
一、公司概况.....	1
二、股票挂牌情况.....	1
三、公司股东情况.....	2
四、董事、监事、高级管理人员基本情况.....	7
五、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表.....	10
六、本次挂牌的有关机构情况.....	11
第二节 公司业务	13
一、公司主要业务、主要产品及用途.....	13
二、公司组织结构.....	19
三、公司业务流程.....	20
四、公司业务关键资源要素.....	23
五、公司收入、成本情况.....	27
六、公司商业模式.....	33
七、公司所处行业情况、市场规模、风险特征及公司在行业中所处地位.....	34
第三节 公司治理	44
一、最近两年内股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况.....	44
二、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果.....	45
三、最近两年有关处罚情况.....	47
四、公司的独立性.....	48
五、同业竞争情况及其承诺.....	48
六、公司权益是否被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业损害的说明.....	49
七、董事、监事、高级管理人员有关情况说明.....	49
八、近两年董事、监事、高级管理人员的变动情况及其原因.....	50
第四节 公司财务会计	51
一、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况.....	51

二、报告期经审计的资产负债表、利润表、现金流量表及所有者权益变动表	51
三、公司报告期采用的主要会计政策和会计估计及其变更	64
四、公司最近两年一期的主要财务数据和财务指标分析	67
五、报告期利润形成的有关情况	72
六、公司最近两年一期主要资产情况	77
七、公司最近两年一期主要负债情况	91
八、公司股东权益情况	94
九、关联方、关联方关系及关联交易	94
十、需提醒投资者关注的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	100
十一、报告期内资产评估情况	100
十二、股利分配政策和报告期分配及实施情况	101
十三、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况	101
十四、风险因素	101
第五节 有关声明	106
一、主办券商声明	106
二、律师事务所声明	107
三、会计师事务所声明	108
四、评估师事务所声明	109
五、全体董事、监事、高级管理人员声明	110
第六节 附件	111
一、主办券商推荐报告	111
二、财务报表及审计报告	111
三、法律意见书	111
四、公司章程	111
五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见及中国证监会核准文件	111
六、其他与公开转让有关的重要文件	111

释义

在本公开转让说明书中，除非另有所指，下列词语具有以下含义：

公司、智合新天	指	智合新天（北京）传媒广告股份有限公司
有限公司	指	智合新天（北京）传媒广告有限公司
股东大会	指	智合新天（北京）传媒广告股份有限公司股东大会
董事会	指	智合新天（北京）传媒广告股份有限公司董事会
监事会	指	智合新天（北京）传媒广告股份有限公司监事会
公司章程	指	智合新天（北京）传媒广告股份有限公司章程
“三会”议事规则	指	公司《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
公司法	指	2005年10月27日第十届全国人民代表大会常务委员会第十八次会议修订，2006年1月1日生效的《中华人民共和国公司法》
业务规则	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
工作指引	指	《全国中小企业股份转让系统主办券商尽职调查工作指引（试行）》
推荐报告	指	长江证券股份有限公司关于智合新天（北京）传媒广告股份有限公司股票进入全国中小企业股份转让系统挂牌的推荐报告
尽职调查报告	指	长江证券股份有限公司关于智合新天（北京）传媒广告股份有限公司股票进入全国中小企业股份转让系统挂牌的尽职调查报告
证监会	指	中国证券业监督管理委员会
全国股份转让系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
主办券商、长江证券	指	长江证券股份有限公司
LED	指	发光二极管简称为LED。由镓(Ga)与砷(AS)、磷(P)

		的化合物制成的二极管，当电子与空穴复合时能辐射出可见光，因而可以用来制成发光二极管。
刊例价	指	每家媒体官方对外报出的价格，根据媒体的知名度、发行量、发行区域等因素，每家媒体都会核定适合自己定位的刊例价格。
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。
传媒	指	传播各种信息的媒体。传播媒体或称“传媒”、“媒体”或“媒介”，指传播信息资讯的载体，即信息传播过程中从传播者到接受者之间携带和传递信息的一切形式的物质工具。
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。
信号源	指	信号发生器又称信号源或振荡器，是用来产生各种电子信号的仪器，在生产实践和科技领域中有着广泛的应用。
WTO	指	世界贸易组织(World Trade Organization WTO)，1994年4月15日，在摩洛哥的马拉喀什市举行的关贸总协定乌拉圭回合部长会议决定成立更具全球性的世界贸易组织（简称“世贸组织”，World Trade Organization-WTO），以取代成立于1947年的关贸总协定（GATT）。世界贸易组织是当代最重要的国际经济组织之一，目前拥有158个成员国，成员国贸易总额达到全球的97%，有“经济联合国”之称。
GDP	指	国内生产总值（Gross Domestic Product，简称GDP）是指在一定时期内（一个季度或一年），一个国家或

		<p>地区的经济中所生产出的全部最终产品和劳务的价值，常被公认为衡量国家经济状况的最佳指标。它不但可反映一个国家的经济表现，还可以反映一国的国力与财富。</p>
<p>广告主</p>	<p>指</p>	<p>广告主是广告活动的发布者，是在网上销售或宣传自己产品和服务的商家，是联盟营销广告的提供者。任何推广、销售其产品或服务的商家都可以作为广告主。</p>

第一节 基本情况

一、公司概况

中文名称：智合新天（北京）传媒广告股份有限公司

英文名称：Newskyunion Co.,Ltd.

法定代表人：郭宁

有限公司成立日期：2007年11月27日

股份公司成立日期：2013年5月22日

注册资本：600万元

注册地址：北京市东城区后永康胡同17号1-782A室

邮政编码：100080

电 话：86-010-64775227

传 真：86-010-64775227-8006

电子邮箱：sales@newskyunion.com

互联网网址：<http://www.newskyunion.com>

信息披露负责人：陈秀梅

所属行业：按照中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处大行业为L类：租赁和商务服务业，细分类别为：商务服务业（L72）；根据我国《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754-2011），公司属于租赁和商务服务业（L）中商务服务业（L72）下的广告业（L724）

主营业务：公司是户外广告传媒整体解决方案提供商，为客户提供户外媒体开发、项目推行、售后维护等完整的产品流程服务体系。

组织机构代码：66994099-3

二、股票挂牌情况

（一）股票代码、股票简称、股票种类、每股面值、股票总量、挂牌日期

股票代码：智合新天

股票简称：430322

股票种类：人民币普通股

每股面值：1元

股票总量：600 万股

挂牌日期：

（二）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

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

《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。”

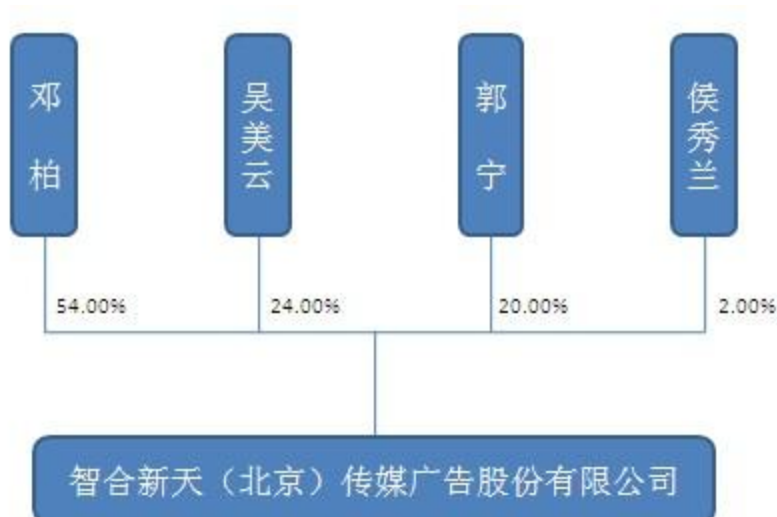
《公司章程》第二十七条规定“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起1年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起1年内不得转让。

董事、监事、总经理以及其他高级管理人员应当在其任职期间内，定期向公司申报其所持有的本公司股份及其变动情况；在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的25%；所持公司股份自公司股票上市交易之日起1年内不得转让。上述人员离职后6个月内不得转让其所持有的本公司的股份。”

除上述规定外，公司股份无其他限售安排，股东对所持股份亦无自愿锁定的承诺。

三、公司股东情况

（一）股权结构图：



（二）控股股东和实际控制人的基本情况

邓柏持有公司324.00万股，占公司股本总额的54.00%，为公司的控股股东。邓柏能够通过股东大会、董事会决议影响公司经营管理决策及管理人员的选任，为公司的实际控制人。

邓柏，男，1966年6月出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于中央美术学院，大学本科学历。1985年至1989年，就读于中央美术学院版画系；1990年至1993年，在北京广告公司设计部工作；1993年至1997年，在深圳万科企业形象设计有限公司工作；1997年至2001年，在电通（中国）广告有限公司工作；2002年至2006年，在北京华文旭通广告有限公司工作；2007年11月，创立有限公司，任总经理；2013年5月26日，经股份公司股东大会选举为董事长。

最近两年，公司的控股股东、实际控制人未发生变化，一直为邓柏。

（三）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有 5%以上股份股东的情况：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	股东性质	股份是否质押
1	邓柏	324.00	54.00	境内自然人	否
2	吴美云	144.00	24.00	境内自然人	否
3	郭宁	120.00	20.00	境内自然人	否
4	侯秀兰	12.00	2.00	境内自然人	否
合计		600.00	100.00	-	-

（四）股东之间的关联关系

公司股东之间不存在关联关系。

（五）股本的形成及其变化和重大资产重组情况

1、股本的形成及其变化

（1）有限公司成立时的股本

智合新天（北京）传媒广告有限公司由自然人邓柏、唐耀、郭宁共同出资创立，三人分别出资 27.5 万元、12.5 万元和 10 万元，注册资本合计 50 万元。2007 年 11 月 26 日，北京市华颂会计师事务所有限公司对有限公司的出资情况进行了审验，并出具[2007]华会验 A 字第[101]号《验资报告》，确认股东的出资已全部到位。

2007 年 11 月 27 日，北京市工商局东城分局为企业核发了《企业法人营业执照》（注册号为 110101010641268）。

公司成立时，股权情况如下：

股 东	出资方式	出资金额（元）	占注册资本的比例(%)
邓柏	货币	275,000.00	55.00
唐耀	货币	125,000.00	25.00
郭宁	货币	100,000.00	20.00
合 计	-	500,000.00	100.00

（2）第一次增加注册资本

2008 年 4 月 6 日，有限公司股东会通过决议，同意公司注册资本由 50 万元增至 200 万元，增加的 150 万元全部由新股东北京市盛跃金属材料供销有限责任公司以货币资金认缴。

2008 年 4 月 10 日，北京市华颂会计师事务所有限公司对本次增资情况进行审验，并出具了[2008]华会验 A 字[26]号《验资报告》，确认本次增资的资金已全部到位。

2008 年 4 月 11 日，北京市工商行政管理局东城分局核准了本次增资，并为有限公司换发了《企业法人营业执照》。

本次增资后，公司的股权结构如下：

股 东	出资方式	出资金额（元）	占注册资本的比例(%)
北京市盛跃金属材料供销 有限责任公司	货币	1,500,000.00	75.00

股 东	出资方式	出资金额（元）	占注册资本的比例(%)
邓柏	货币	275,000.00	13.75
唐耀	货币	125,000.00	6.25
郭宁	货币	100,000.00	5.00
合 计	-	2,000,000.00	100.00

(3) 第一次股权转让

2008年6月24日，北京市盛跃金属材料供销有限责任公司与其他三位股东签订《股东股权转让协议》，将其150万元出资分别转让给邓柏82.5万元、唐耀37.5万元、郭宁30万元。同日，公司召开股东会，同意本次股权转让。

本次股权转让后，公司的股权结构如下：

股 东	出资方式	出资金额（元）	占注册资本的比例(%)
邓柏	货币	1,100,000.00	55.00
唐耀	货币	500,000.00	25.00
郭宁	货币	400,000.00	20.00
合 计	-	2,000,000.00	100.00

(4) 第二次股权转让

2010年5月18日，有限公司召开股东会通过决议，同意吸收新股东吴美云，同意股东唐耀将其持有的50万元出资转让给新股东吴美云。同日，唐耀与吴美云签署了《股东股权转让协议书》。

本次股权转让后，公司股权结构如下：

股 东	出资方式	出资金额（元）	占注册资本的比例(%)
邓柏	货币	1,100,000.00	55.00
吴美云	货币	500,000.00	25.00
郭宁	货币	400,000.00	20.00
合 计	-	2,000,000.00	100.00

(5) 第二次增加注册资本

2013年1月28日，有限公司股东会通过决议，同意公司注册资本由200万元增至300万元，新增注册资本由股东邓柏出资55万元、吴美云出资25万元、郭宁出资20万元。2013年1月29日，北京市华颂会计师事务所有限公司

对本次增资进行了审验，并出具了[2013]华会验 d 字第[11]号《验资报告》，确认本次增资资金全部到位。

2013 年 1 月 30 日，北京市工商行政管理局东城分局核准了本次变更并为企业换发了《企业法人营业执照》。

本次增资后，公司的股权情况如下：

股 东	出资方式	出资金额（元）	占注册资本的比例(%)
邓柏	货币	1,650,000.00	55.00
吴美云	货币	750,000.00	25.00
郭宁	货币	600,000.00	20.00
合 计	-	3,000,000.00	100.00

(6) 第三次增加注册资本

2013 年 3 月 14 日，有限公司召开股东会通过决议，同意吸收新股东侯秀兰；同意注册资本由 300 万元增至 600 万元，新增的 300 万元由邓柏出资 159 万元、吴美云出资 69 万元、郭宁出资 60 万元、侯秀兰出资 12 万元（实际缴纳 24 万元，其余 12 万元计入资本公积）。

2013 年 3 月 19 日，北京市华颂会计师事务所有限公司对本次增资进行审验，并出具了（2013）华会验 d 字第（29）号《验资报告》，确认本次增资资金全部到位。

2013 年 3 月 19 日，北京市工商行政管理局东城分局核准了本次变更，并为有限公司换发了《企业法人营业执照》。

本次增资后，股权情况如下：

股 东	出资方式	出资金额（元）	占注册资本的比例(%)
邓柏	货币	3,240,000.00	54.00
吴美云	货币	1,440,000.00	24.00
郭宁	货币	1,200,000.00	20.00
侯秀兰	货币	120,000.00	2.00
合 计	-	6,000,000.00	100.00

(7) 整体变更时的股权情况

2013 年 4 月 26 日，有限公司召开股东会，同意由 4 位自然人股东作为发

起人将有限公司整体变更为股份有限公司。

根据中准会计师事务所有限公司出具的《审计报告》（中准审字[2013]1319号），截至2013年3月31日，公司的账面净资产值为826.17万元；根据北京北方亚事资产评估有限责任公司出具的《资产评估报告》（北方亚事评报字[2013]第061号），截至2013年3月31日，公司的净资产评估值为835.98万元。根据中准会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（中准验字[2013]1018号），截至2013年4月26日止，公司已经收到全体股东以其拥有的经审计的有限公司净资产折合的实收资本（股本）600.00万元。

2013年4月26日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，全体股东一致同意以有限公司净资产折合成股份公司股本，共计折合股本6,000,000股，每股面值人民币1元，净资产大于股本部分计入股份有限公司资本公积。整体变更设立的股份公司股本为600万元，股本总额不高于《资产评估报告》确定的评估值及《审计报告》确定的审计值。

2013年5月22日，北京市工商行政管理局核发了股份公司的《企业法人营业执照》。

股份公司设立时的股本情况如下：

序号	股 东	出资方式	持有股数（万股）	持股比例（%）
1	邓柏	净资产折股	324.00	54.00
2	吴美云	净资产折股	144.00	24.00
3	郭宁	净资产折股	120.00	20.00
4	侯秀兰	净资产折股	12.00	2.00
合计		-	600.00	100.00

2、资产重组情况

最近两年一期，公司未发生资产重组。

四、董事、监事、高级管理人员基本情况

（一）董事基本情况

邓柏，董事长，具体见上文“三、公司股东情况”之“（二）控股股东和实际控制人基本情况”。2013年4月26日，经公司股东大会选举为董事，同日，经

董事会选举为董事长，任期三年，自2013年4月26日至2016年4月25日。

郭宁，董事，男，1977年10月出生，无境外永久居留权，毕业于北京工业大学艺术设计学院，大专学历。1999年至2000年，在始创国际广告有限公司影视部从事摄影工作；2000年至2004年，在北京电通广告有限公司任公关促销部高级促销经理；2004年至2006年，在上海电通太科广告有限公司任活动部主任；2006年至2007年，在北京华文旭通国际广告有限公司任促销企划部副总监。2007年11月，与邓柏共同创立有限公司，历任执行董事。2013年4月26日，经公司股东大会选举为董事，任期三年，自2013年4月26日至2016年4月25日。

刘哲，董事，男，1954年2月出生，无境外永久居留权，毕业于澳门科技大学行政与管理学院，硕士学历；中国广告协会学术委员会学术委员、中国国际公共关系协会会员。1979年至1988年，在北京外贸局北京广告公司任SP、PR&户外部经理；1988年至1992年，在中国对外经济贸易广告协会任部长；1992年至1993年，在北京长城国际广告有限公司任国际部总经理；1993年至2003年，在北京电通广告有限公司任副总经理；2003年至2011年，在北京迪思传媒集团任执行总裁；2011年加入有限公司任副总经理。2013年4月26日，经公司股东大会选举为董事，任期三年，自2013年4月26日至2016年4月25日。

姜建萍，董事，女，1962年1月出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于北京经济管理函授学院，本科学历，助理会计师。1986年至1997年，在北京市建新化工原料公司任主管会计；1997年至1999年，在北京古建艺术微缩公司任财务经理，1999年至2001年，在北京中税达税务师事务所任税务代理；2001年至2006年在北京华尔森宾馆任财务部经理；2007年至2010年，在北京春禾酒店管理有限公司任财务总监；2011年底加入有限公司，任财务总监。2013年4月26日，经公司股东大会选举为董事，任期三年，自2013年4月26日至2016年4月25日。

陈秀梅，董事，女，1962年4月出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于北京纺织局职工大学。1980年至1997年，在北京印染厂任技术员；1997年至2012年，在北京金仁和商贸有限责任公司任会计；2012年4月加入有限公司，任公司出纳。2013年4月26日，经公司股东大会选举为董事，任期三年，自2013年4月26日至2016年4月25日。

（二）监事基本情况

周宁，监事会主席，女，1978年7月出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于北京辅仁外国语大学，本科学历。2006年至2007年，就职于北京恒实商务有限公司；2007年至2008年，就职于北京世纪先河广告有限公司；2009年3月至今，加入智合新天（北京）传媒广告有限公司从事制作设计工作。2013年4月26日，经公司职工代表大会选举为职工代表监事，同日，经监事会选举为监事会主席，任期三年，自2013年4月26日至2016年4月25日。

蔡颖，监事，女，1980年4月出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于北京广播电视大学，大专学历。2000年至2001年，在北京中建利源物资经营有限公司任出纳；2002年至今，在北京盛通恒商贸有限公司任财务会计。2013年4月26日，经公司股东大会选举为监事，任期三年，自2013年4月26日至2016年4月25日。

蒋宇星，监事，男，1978年1月出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于里贾纳大学，电子系统工程学硕士，专利工程师，专利代理人。2000年至2001年，在加拿大北方电信公司任系统工程师；2003年至2004年，在国际法律信息技术方案公司（中国）任技术顾问；2004年至2006年，在加拿大电力公司输电网控制中心任系统工程师；2006年至今，在北京英赛嘉华知识产权代理有限公司专利代理人。2013年4月26日，经公司股东大会选举为股东代表监事，任期三年，自2013年4月26日至2016年4月25日。

（三）高级管理人员的基本情况

郭宁，总经理，详见上文“四、董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）董事的基本情况”。2013年4月26日，由公司董事会聘任为总经理。

刘哲，副总经理，详见上文“四、董事、监事、高级管理人员基本情况”部分“（一）董事的基本情况”。2013年4月26日，由公司董事会聘任为副总经理。

姜建萍，财务总监，详见上文“四、董事、监事、高级管理人员基本情况”部分“（一）董事的基本情况”。2013年4月26日，由公司董事会聘任为财务总监。

陈秀梅，董事会秘书，详见上文“四、董事、监事、高级管理人员基本情况”部分“（一）董事的基本情况”。2013年4月26日，由公司董事会聘任

为董事会秘书。

五、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表

项目	2013.3.31	2012.12.31	2011.12.31
资产总计（万元）	1,807.52	1,851.67	1,277.23
负债总计（万元）	981.35	1,528.29	1,211.23
股东权益合计（万元）	826.17	323.38	66.00
归属于申请挂牌公司股东权益合计（万元）	826.17	323.38	66.00
每股净资产（元）	1.38	1.62	0.33
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	1.38	1.62	0.33
资产负债率（%）	54.29	82.54	94.83
流动比率（倍）	1.33	0.82	0.97
速动比率（倍）	1.33	0.82	0.97
项目	2013年 1-3月	2012年度	2011年度
营业收入（万元）	794.12	4,182.97	4,673.09
净利润（万元）	90.79	257.38	-19.64
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	90.79	257.38	-19.64
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	90.79	257.38	-19.62
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）	90.79	257.38	-19.62
毛利率（%）	27.86	21.81	11.72
净资产收益率（%）	17.94	132.20	-25.90
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	17.94	132.20	-25.88
基本每股收益（元/股）	0.35	1.29	-0.10
稀释每股收益（元/股）	0.35	1.29	-0.10
应收帐款周转率（次）	3.91	30.08	42.94
存货周转率（次）			
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-1,357.07	837.59	-527.75
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-2.26	4.19	-2.64

六、本次挂牌的有关机构情况

（一）主办券商

名称：长江证券股份有限公司

法定代表人：胡运钊

住所：武汉市新华路特 8 号长江证券大厦

邮政编码：430015

电话：027-65799694

传真：027-65799576

项目负责人：赵红

项目小组成员：刘淑娟、吕明明

（二）律师事务所

名称：北京市海拓律师事务所

负责人：徐斌

联系地址：北京市西城区黄寺大街 26 号德胜置业大厦 1 号楼 1706 室

邮政编码：100120

电话：010-82809361/62/63/65/66/67

传真：010-82809368

经办律师：潘修平、刘力铨

（三）会计师事务所

名称：中准会计师事务所有限公司

负责人：田雍

联系地址：北京市海淀区首体南路 22 号国兴大厦四层

邮政编码：100044

电话：010-88356126

传真：010-88354837

经办会计师：宋守东、孟令全

（四）资产评估机构

名称：北京北方亚事资产评估有限责任公司

法定代表人：袁志敏

联系地址：北京市西城区广内大街6号枫桦豪景A座

邮政编码：100053

电话：010-83557569

传真：010-83557579

经办资产评估师：朱宏杰、李祝

（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深圳分公司

住所：深圳市深南中路1093号中信大厦18楼

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

第二节 公司业务

一、公司主要业务、主要产品及用途

(一) 公司主要业务

公司所属行业为商务服务业中的广告业，公司作为户外广告传媒专业化服务提供商，致力于为客户提供户外广告传媒整体解决方案。其主营业务是为客户提供户外媒体开发、项目推行、售后维护等完整的产品流程服务体系。

公司户外广告媒体服务整体解决方案主要由户外媒体资源开发、方案设计、项目推广实施和后期维护组成。项目立项评估阶段，公司与客户共同进行市场需求分析，依据企业发展目标和顾客市场反馈的意见建议，选定目标媒体资源，并实现户外媒体资源开发；进入媒体制作设计阶段后，公司根据市场需求负责广告媒体的设计理念、投放目标、投放实施和综合评价，完成媒体资源的主题框架并形成媒体设计方案；方案设计工作完成后，公司将设计图纸交由外包生产商完成户外媒体制作和广告发布流程；公司在项目实施及后续服务阶段进行用户体验调研、产品服务更改和后续运营服务，并最终进行项目总结。由此构成户外广告传媒服务项目媒体资源开发、方案设计、推广实施及后续服务全过程。

户外媒体资源开发和方案设计为客户品牌推广提供了高质量载体，项目实施和后期维护为最终实现品牌推广提供了可能，两者一脉相承，形成完整的产品服务流程，解决了企业户外广告媒体投放的核心需求，可以有效地帮助客户扩大产品的受众范围，提升企业品牌知名度，实现企业无形资产和经济效益双丰收。

(二) 公司主要产品、服务及其用途

公司是户外广告传媒整体解决方案提供商，为客户提供户外媒体开发、项目推行、售后维护等完整的产品流程服务体系。目前提供的产品和服务主要包括：高速公路收费站亭及站棚广告业务、大型商业 LED 媒体项目、传统户外媒体项目、机场实物展示项目。公司自 2009 年起成功与北京市首发高速公路经营管理有限公司形成长期战略联盟合作关系，成为全市高速公路网 1300 多个收费站亭及窗贴的主要广告运营商，也成为北京市高速公路设施广告领域主要广告传媒服务提供商。此外，公司还利用户外广告媒体专业化服务体系的成功运营经验和市场客户覆盖优势提供公关活动服务项目。

1、高速公路收费站亭及站棚广告业务

公司高速公路收费站亭及站棚广告业务包括高速公路收费站亭、窗贴广告及收费站棚广告等三大类。高速公路收费站亭广告业务是公司的核心业务，覆盖北京市 12 条高速公路 1320 个站点，广告面积总量达到 4250 平方米。作为高速公路上的强制视觉媒体，收费站亭广告媒体网络能保证客户品牌广告投放的到达率和准确率，最大限度地面对车内受众发布广告信息，是广告主较好的户外媒体选择；高速公路收费站棚广告媒体资源涵盖北京市高速公路范围内 271 个站棚的外观改造，有效广告面积总量将达到 25000 平方米以上，将成为北京市体量最大的广告项目。

由于根据《北京市户外广告设置管理办法》的规定，北京市严格控制户外广告媒体资源的建设，因此，公司高速公路收费站亭、站棚广告项目的运营成功与否，将对公司今后的发展起着举足轻重的作用。公司凭借与北京市首发高速公路经营管理有限公司形成的长期战略联盟合作关系，掌握了高速公路设施广告媒体一手资源。

公司户外广告传媒专业化服务定位于各类大中型企业，依托北京高速公路广告媒体优势资源及对户外广告传媒行业的深刻理解，公司负责广告媒体的设计理念、投放目标、投放实施和综合评价，完成媒体资源的主题框架，并对优秀的媒体资源应用案例积极申请专利，从而进一步提高公司开发户外广告媒体资源的质量和知名度。公司资质优良、特色鲜明的高速公路媒体资源为客户户外广告投放提供了较高品质的载体，满足了客户进行品牌推广实现经济效益提升的需求。



高速公路收费站亭广告项目



高速公路收费站棚广告项目

2、大型商业LED媒体项目

LED广告是一种新媒体广告形式,是新媒体技术与户外广告发布形式的完美结合。LED显示屏(LED panel)通过控制半导体发光二极管的方式显示文字、图片和影像。LED全彩显示屏是上世纪90年代在全球迅速发展的新型信息显示媒体,

它具备环境适应能力强、高节能、寿命长、多变幻、利环保等一系列优势。我国正进入城市建设快速发展时期，LED广告与城市建设交相辉映，比肩发展。同时，广告主在广告投放上精耕细作，预算紧缩，使投放费用相对低廉的LED媒体备受广告主青睐。LED广告兼具户外广告与新媒体广告的功能，在户外广告领域已发挥其强劲的经济拉动作用。

目前，我国政府越来越重视城市品牌形象的创建，重视用科学的可持续性发展理念指导和推进关系到城市形象塑造工程的各行业发展，标识行业因此有着难得的发展机遇。

公司目前开展的大型商业LED媒体项目主要有王府井新东安商场大型户外LED项目和王府井东方广场LED站亭项目。自2009年起，公司与新鸿基集团北京新东安有限公司成功合作，在王府井商业区新东安广场设立了户外高清LED商业广告，配备专业的运营和维护队伍，还专门为北京新东城、北京精神、国家大剧院等主题进行了公益形象宣传，提高了企业的社会知名度和影响力。在持续运营期间，公司不但获得了可观的商业利益，还积累了大量的国际国内知名品牌资源，为公司的壮大和发展奠定了坚实的基础。同时，公司更勇于承担企业的社会责任，有计划地参与社会公益事业。公司于2011年6月起为北京东城区公安消防支队在王府井繁华商业区成功设立了公益与商业结合的“金街消防服务站”，公司向王府井消防支队提供可播放消防宣传片的LED站亭，公司享有播放商业广告的特定时段。自投入使用以来，金街消防服务站已成为以消防安全为主题的重点宣传推广和监督检查站点，已取得了良好的经济效益和社会效益。以此为典范，公司已经规划在全北京市消防系统设立消防LED站网，服务社会的同时拓展自身的业务模式，以取得更大的发展。



王府井新东安商场大型户外LED项目

3、传统户外媒体项目

由于政府出台了一系列政策法规，对户外广告媒体的设置一般有严格的规定，户外媒体属于行业稀缺性资源。以北京为例，2008年后政府政策允许新设立的媒体寥寥无几，因此，优质的户外媒体资源成为北京户外广告传媒服务企业获得成功的重要因素。公司目前开展的传统户外媒体项目主要为北京东四环7号位户外高立柱媒体项目。公司于2012年8月的北京市市政市容管理委员会公开招标中获得该媒体的独家经营权。该媒体具备良好的价值优势和地理优势：东四环辐射北京商业最发达地区，是广告资源优质、稀缺的区域，目前仅规划9块广告位，投放价值及效果优秀；公司所属广告位紧邻北京欢乐谷，车流量比较大，周边高档住宅区密集，并覆盖百盛、燕莎、红星美凯龙等一线商业，具备独特的地理优势，广告位性价比较高。



北京东四环 7 号位户外高立柱媒体项目

4、机场实物展示项目

实物展示广告是以商品自身为媒体的广告。商人或持所售商品，或将经营的商品悬挂于店铺门前，或陈列于顾客易见之处以招揽生意。实物广告是一种最原始的广告形式，是古代交换、推销货物时普遍应用的广告方法。机场实物展示项目是以机场内某一特定区域划为广告投放区，将商品自身置于该区域，并运用现代技术对该商品进行商业化包装、展示。公司目前已开展的机场实物展示项目主要有青岛流亭机场韩国现代进口汽车展示项目和上海浦东、虹桥机场韩国现代进口汽车展示项目。通过之前的项目，公司在机场实物展示项目领域积累了稳定的行业经验和客户资源。机场媒体业务是公司后续经营发展的重点业务，公司已将其纳入到公司的下一步经营计划，已经同包括深圳机场、杭州机场、西安机场等一二线城市新建机场进行了实质性接触，有望于 2013 年第三季度开始业务合作。



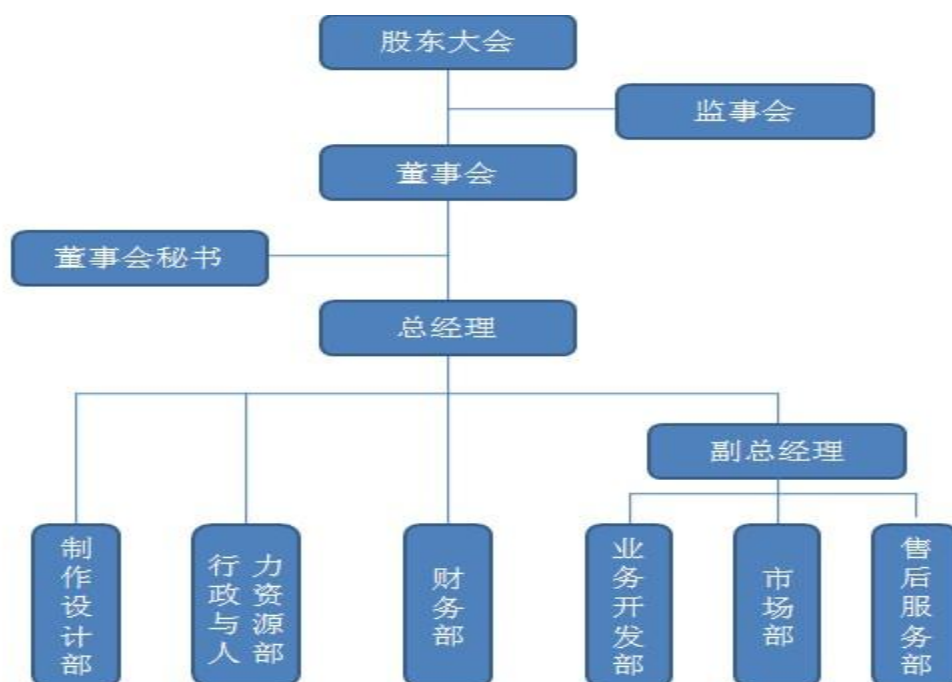
机场实物展示项目

公司的主营业务以户外广告媒体资源的开发为主，同时实现后续方案设计、项目推广和后期维护等完整化的业务流程服务。经过几年的开发积累，公司已成功对北京高速公路收费站亭及站棚广告设施进行商业化设计、改造并投入市场，目前已开始贡献收入。同时，公司将所属运营权下的广告媒体资源按不同区域、不同类别、不同受众群体、不同广告主等形式进行专业化划分满足不同行业细分领域市场的客户需求。

随着国家进一步加大对商务服务业发展的政策支持，国内市场进一步发育，广告业作为商务服务业的核心支柱产业之一，将迎来快速发展增长期。公司也将顺应政策环境和市场需求的趋势逐步进行业务调整，在目前现有业务的基础上，未来将主要发展高速公路媒体网络业务、大型商业LED媒体业务和机场实物展示业务，并依托自身在户外广告传媒行业成功运营经验和客户资源的积累，为客户提供公关活动等增值服务。

二、公司组织结构

(一) 公司的组织结构如下图所示:



(二) 公司各部门职责

公司设有市场部、行政与人力资源部、制作设计部、售后服务部、业务开发部和财务部等 6 个部门。市场部负责重点项目的媒介推广；行政与人力资源部负责日常行政及人力资源管理工作；业务开发部负责公司客户开发及媒体资源开发；财务部负责编制财务报表及财务预、决算等财务方面工作；售后服务部负责项目客户合作跟踪监测和售后服务工作；制作设计部负责完成公司媒体资源开发方案的设计和协助客户设计制作图文等。

三、公司业务流程

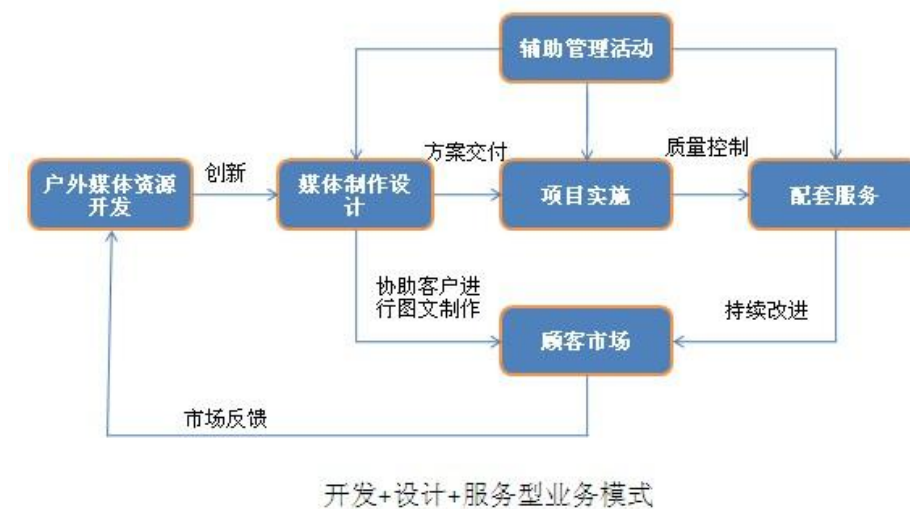
公司形成“开发+设计+服务”型业务模式。公司与客户共同进行需求分析，依据企业发展目标和顾客市场反馈的意见建议，选定目标媒体资源，并实现户外媒体资源开发。

进入媒体制作设计阶段后，公司根据市场需求负责广告媒体的设计理念、投放目标、投放实施和综合评价，完成媒体资源的主题框架。在此过程中，公司依据媒体资源目标定位并结合客户需求，协助客户进行广告图文制作，以使客户推广品牌主题与媒体资源设计目标相一致。媒体设计方案经公司内部审核通过后，媒体制作设计阶段基本完成。

方案设计工作完成后，公司将设计图纸交由外包生产商完成户外媒体资源的建设。公司在项目实施及后续服务阶段进行用户体验调研、产品服务更改和后续运营服务，并最终进行项目总结。由此构成户外广告传媒服务项目媒体资源开发、方案设计、推广实施及后续服务全过程。

在此过程中，公司对户外广告传媒服务项目推进过程进行严格的质量管理，控制各阶段项目成果的质量。进入项目后续配套服务阶段后，公司对客户企业进行公司产品和服务的满意度调研，并最终完成户外广告传媒建设运行闭环服务。

公司业务流程图：



（一）采购业务

公司采购业务成本包括户外媒体资源租赁费、广告发布费和广告制作费等。公司采购业务主要为户外媒体资源运营代理权。由于政府对户外媒体资源的设立有严格的规定，户外媒体为行业稀缺性资源且一般为国家所有。政府控制的户外媒体资源一般通过公开招标的形式将运营权出让，传统户外媒体广告企业通过参与公开竞价招标，实现对目标户外媒体资源的广告代理权限。公司进行采购业务主要有三种方式：

1、政府对其所有的户外媒体资源进行公开招标，公司通过集合竞价的方式参与招标并获得该媒体的广告代理权；

2、公司与拥有户外媒体发布资源的企业进行战略联盟合作，获得该资源的广告运营权；

3、公司客户有户外广告发布需求，公司帮助客户进行需求分析，并对其需求进行归纳总结。公司根据需求结论综合经济效益，帮助客户寻找匹配的户外媒体资源。通过与该媒体资源运营商协商获得该广告位的代理权。

对于第一、二种采购方式形成的户外媒体广告发布代理权直接通过该广告位所有者取得即为一级代理，其供应商即为政府或企业；由于第三种采购方式以公司客户的需求寻找匹配的户外媒体资源，最终匹配的户外媒体资源其广告发布权限可能已经被第三方广告公司所取得，因此，第三种方式形成的户外媒体广告发布代理权有可能为一级代理，亦有可能为二级甚至三级代理权，故公司的供应商可能为其他广告公司。

采购业务流程图：



（二）设计流程

公司制作设计部负责户外广告媒体资源开发设计工作，根据市场需求负责广告媒体的设计理念、投放目标、投放实施和综合评价，完成媒体资源的主题框架，并经公司内部审核通过后将设计图纸交由外包生产商完成户外媒体资源的建设。在此过程中，负责对工程质量进行控制。同时，制作设计部需要对客户广告图文进行评价，判断不符合项，并协助客户完成图文制作。

（三）销售流程

公司销售主要通过公司业务开发部电话拜访、市场部上门拜访与新老客户保持经常性的联系，获得客户的项目信息并向客户进行重点项目媒介推广；或者通过网络、平面媒体等手段进行宣传，有户外媒体品牌推广服务需求的客户主动联

系公司。通过公开招投标、业务洽谈等方式，公司通过提供整体服务方案满足客户需求获得订单，业务主要面向国内大中型企业。

国际和国内的大型企业基本将其广告业务外包给 4A 广告公司，4A 广告公司对该企业的广告投放业务进行整体规划，并将广告费用进行分配，并与拥有媒体广告发布代理权的广告企业签署广告业务合同。在具体签署广告业务合同时，大型企业直接或委托 4A 广告公司与拥有媒体广告发布代理权的广告企业签署广告业务合同，故公司客户可能为其他广告公司。

销售业务流程图：



四、公司业务关键资源要素

(一) 产品或服务所使用的主要技术

1、主要产品和服务的优势

公司主要产品包括高速公路收费站亭及站棚广告业务、大型商业LED媒体项目、传统户外媒体项目、机场实物展示项目。各主要产品和服务的优势情况如下：

大型商业 LED 媒体项目

项目概述	大型商业 LED 媒体项目是以 LED 显示屏为广告内容载体的广告发布形式。LED 广告是一种新媒体广告形式，是新媒体技术与户外广告发布形式的完美结合。LED 广告利用发光二极管拼成广告字样或者图片。LED 显示屏(LED panel)是一种通过控制半导体发光二极管显示文字、影像的显示屏幕。
项目服务优势	LED 多功能媒体是实体商业网络媒体的重要创新模式。LED 采用的是韩国户外 P10LED 播放设备，可以通过 LED 震撼的视听效果，达到最大的传播效果，是优秀品牌形象和产品宣传的理想选择。同时，又可以利用该设备后部宣传亭进行现场互动活动。
高速公路收费站亭、站棚广告项目	
项目概述	高速公路收费站亭、站棚广告项目指以高速公路收费站亭、收费站棚等设施为广告载体的广告发布形式。
项目服务优势	在广告发布之前为客户提供一个出色的效果预测，是能否通过资源方审核及让客户方购买的关键步骤。公司凭借丰富的广告经验及优秀的设计理念，在广告形式上不断创新，强调与环境科学的融合，不简单追求利润，坚持使用绿色环保的高新技术，充分体现企业的社会责任。目前高速公路收费站棚均使用节能环保的 LED 发光技术，与传统灯箱相比节约电力达 30%，并且光源更加均匀，色彩还原度高。
传统户外媒体项目	
项目概述	传统户外媒体项目是以户外高立柱媒体为载体的广告发布形式。
项目服务优势	通过合理的策略性媒介安排，公司户外高立柱媒体项目具备视觉冲击力强、发布时段长、千人成本低和城市覆盖率高的特性。
机场实物展示项目	
项目概述	机场实物展示项目是以机场内某一特定区域划为广告投放区，将商品自身置于该区域，并运用现代技术对该商品进行商业化包装、展示。
项目服务优势	公司已开展过一些机场实物展示项目，积累了较为丰富的行业经验。机场媒体业务是公司后续经营发展的重点业务，公司已将其纳入到公司的下一步经营计划，已经同包括深圳机场、杭州机场、西安机场等一二线城市新建机场进行了实质性接触，有望于 2013 年第三季度开始业务合作。通过机场媒体资源整合，公司可以为客户提供全方位、多地域统一的机场实物展示项目服务。

2、公司主要产品和服务可替代性

自成立之日起，公司一直专注于户外广告传媒服务行业媒体资源的开发、设计、推广和后期维护。

上游供应商层面，公司通过与资源方形成长期战略联盟合作关系，形成长期稳定的户外媒体资源供应，同时，公司在保证现有媒体资源的基础上不断开发其他类型的户外媒体资源。

下游客户层面：公司一直以提供户外媒体专业化整体服务作为主业在经营，经过几年的发展，公司积累了较为深厚的户外广告传媒服务经验和丰富的客户资源。公司以北京为基础，逐步在上海、青岛等省市开拓市场份额，在市场上初步形成较好的辐射格局和客户基础。而其他相关服务和增值服务的实现都有赖于坚实的客户基础。

公司业务流程清晰，目前已涵盖产品原创开发设计、产品制作、发布推广、产品效果评估等较为全面的业务链条，形成完整的业务闭环回路。主要产品和服务的可替代性较弱。

(二) 公司无形资产情况

正在申请注册的商标

序号	商标组成	申请人	申请号	类别	申请日期
1		有限公司	12227086	35	2013.03.07

(三) 公司业务许可、资质情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司资质情况如下：

序号	证书名称	证书编号	颁发单位	有效日期
1	高新技术企业证书	20132070019711	中关村科技园区管理委员会	2013.06.19-2016.06.18
2	中关村企业信用促进会会员证书	ECPA(4024号)	北京中关村企业信用促进会	2013.06.05-2014.06.04
3	中国广告协会会员证书	11120	中国广告协会	2013.07.01-2014.06.30

(四) 主要生产设备等重要固定资产情况

公司固定资产主要为电子设备、办公家具及其他,电子设备折旧年限为3年,办公家具及其他折旧年限为5年。电子设备主要包括电脑、投影仪、测试仪、UPS电源、打印机等。

截至2013年3月31日,固定资产状况如下:

固定资产类别	原值	累计折旧	减值准备	成新率
电子设备	82,206.00	74,024.21		12.23%
办公家具及其他	71,640.64	25,369.52		63.50%
合计	153,846.64	99,393.73		35.39%

截至2013年3月31日,公司固定资产为电子设备和办公家具,电子设备原值为82,206.00元,累计折旧74,024.21元,成新率为12.23%,办公家具及其他的原值为71,640.64元,累计折旧25,369.52元,成新率为63.50%,公司固定资产整体成新率为35.39%。电子设备成新率较低,但该设备市场供应充分,成新率不会对公司财务状况和经营能力产生重要影响。目前公司在用的固定资产均使用状态良好,不存在淘汰、更新、大修、技术升级等情况。

(五) 公司核心业务人员及员工情况

1、公司核心业务人员情况

邓柏,具体见上文“三、公司股东情况”之“(二)控股股东和实际控制人基本情况”。其持有公司324.00万股,持股比例为54.00%。

郭宁,具体见上文“四、董事、监事、高级管理人员基本情况”之“(一)董事基本情况”。其持有公司120.00万股,持股比例为20.00%

刘哲,具体见上文“四、董事、监事、高级管理人员基本情况”之“(一)董事基本情况”。

公司上述核心业务人员近两年内未发生重大变动。

2、公司员工整体情况:人数、年龄、学历结构等

截至2013年5月31日,公司共有员工13人,构成情况如下:

(1) 岗位结构

制作设计人员2人,业务、市场5人,行政人力(含管理人员)、财务6人,结构如下图:

岗位	人数	比例(%)	图示
----	----	-------	----

制作设计人员	2	15.38	
业务、市场人员	5	38.46	
行政人力、财务等人员	6	46.15	
合计	13	100.00	

(2) 学历结构

研究生学历 1 人，本科学历 7 人，大专 3 人，大专以下学历 2 人，结构如下图：

学历	人数	比例(%)	图示
研究生	1	7.69	
本科	7	53.85	
大专	3	23.08	
大专以下	2	15.38	
合计	13	100.00	

(3) 年龄结构

30 岁以下 2 人，30 至 39 岁 3 人，40 岁以上 8 人，结构如下图：

专业	人数	比例(%)	图示
30 岁以下	2	15.38	
30 岁(含)-40 岁	3	23.08	
40 岁(含)以上	8	61.54	
合计	13	100.00	

五、公司收入、成本情况

(一) 公司收入结构

公司是户外广告传媒整体解决方案提供商,主营业务是为客户提供户外媒体开发、项目推行、售后维护等完整的产品流程服务体系,提供的产品和服务主要包括高速公路收费站亭及站棚广告业务、大型商业LED媒体项目、传统户外媒体项目、机场实物展示项目。报告期内,公司主营业务收入占营业收入的比例为100%,公司主营业务突出。随着国家进一步加大对商务服务业发展的政策支持,国内市场进一步发育,广告业作为商务服务业的核心支柱产业之一,将迎来快速发展增长期。行业的特征和目前的发展情况为公司业务规模的增长创造了良好的外部条件。

公司营业收入的主要构成

单位:元

项目	2013年1-3月		2012年度		2011年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务收入	7,941,233.96	100.00	41,829,736.85	100.00	46,730,871.00	100.00
其他业务收入						
合计	7,941,233.96	100.00	41,829,736.85	100.00	46,730,871.00	100.00

公司按产品类别划分的营业收入如下:

公司各类产品收入构成

单位:元

项目	2013年1-3月		2012年度		2011年度	
	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
户外媒体	7,941,233.96	100.00	39,503,649.67	94.44	36,251,648.00	77.58
公关活动及其他			2,326,087.18	5.56	10,479,223.00	22.42
合计	7,941,233.96	100.00	41,829,736.85	100.00	46,730,871.00	100.00

报告期内,公司2011年、2012年公关活动及其他收入分别为10,479,223.00元、2,326,087.18元,占公司营业产品收入总额的比重分别为22.42%、5.56%,公司公关活动及其他项目毛利率偏低,且呈逐年下降趋势。主要原因是公司成立之初,在上游资源和下游客户均不稳定的情况下,公司为了扩大业务范围,承办

了一些如公关活动和礼品活动等毛利率很低的项目。2012 年开始，公司逐步形成了自己较为完善的业务体系、稳定的供应商和客户资源，公司逐年减少公关活动和礼品活动等项目的承办。公关活动及其他项目不是公司的主要盈利点，毛利率很低，其变动对公司整体盈利影响不大。

公司公关活动及其他业务的盈利模式主要通过不断开发上游供应商、积极拓展下游客户，帮助客户承办一些如公关活动和礼品活动等项目，赚取礼品价差和增值服务费以形成公司业务利润，促成公司业务增长，净利润增加。

公关及其他收入包括公关活动和设计制作收入及礼品活动收入等，公关活动和设计制作收入，周期较短，当活动业务完成后，确认收入，相应的活动制作成本和场租费结转到营业成本。礼品活动收入主要是客户委托公司制作指定的礼品，公司制作完成后，将礼品发放给客户指定的人员，当公司将相关的义务履行完毕后，确认收入，并将制作礼品的成本结转到营业成本。

（二）公司产品的客户及前五名客户情况

公司产品以直销的方式最终面向广告主。2011 年、2012 年和 2013 年 1-3 月，公司前五大客户营业收入总额分别为 42,442,888.00 元、39,175,512.66 元和 7,658,215.09 元，占当期收入总金额的比例分别为 90.82%、93.65%和 96.44%，公司对前五名客户营业收入金额基本保持稳定，不存在依赖单一客户的情况。

最近二年一期公司前五名客户销售基本情况

2013 年 1-3 月		
客户名称	营业收入（元）	占主营业务收入的比例（%）
红牛维他命饮料有限公司	3,351,105.65	42.20
北京现代汽车有限公司	1,098,113.21	13.83
北京伊诺盛广告有限公司	1,095,911.32	13.80
北京中信房地产有限公司	1,523,584.91	19.19
北汽福田汽车股份有限公司	589,500.00	7.42
合 计	7,658,215.09	96.44
2012 年度		
客户名称	营业收入（元）	占主营业务收入的比例（%）
北京现代汽车有限公司	17,812,200.00	42.58

红牛维他命饮料有限公司	13,705,449.66	32.76
北京伊诺盛广告有限公司	4,640,000.00	11.09
北京杰尔思行广告有限公司	1,637,863.00	3.92
盛世长城国际广告有限公司	1,380,000.00	3.30
合 计	39,175,512.66	93.65
2011 年度		
客户名称	营业收入（元）	占主营业务收入的比例（%）
北京现代汽车有限公司	19,494,200.00	41.71
红牛维他命饮料有限公司	14,208,688.00	30.40
北京伊诺盛广告有限公司	5,000,000.00	10.70
上海汽车集团股份有限公司	2,120,000.00	4.54
北京泽诚广告有限公司	1,620,000.00	3.47
合计	42,442,888.00	90.82

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术（业务）人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东均未在前五名客户中占有权益。

（三）公司成本结构及前五名供应商情况

公司成本主要为广告发布费、广告租赁费和广告制作费。具体情况见下表：

公司成本结构统计分析表

单位：元

项目	2013 年 1-3 月		2012 年度		2011 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告发布费	3,888,349.21	67.87%	25,370,832.02	77.57%	32,710,950.00	79.29%
广告租赁费	1,589,999.00	27.76%	5,600,633.00	17.13%	2,825,000.00	6.85%
广告制作费及其他	250,624.10	4.37%	1,734,949.05	5.30%	5,717,925.00	13.86%
合计	5,728,972.31	100.00%	32,706,414.07	100.00%	41,253,875.00	100.00%

公司涉及外包业务，公司外包业务主要包括户外媒体制作和户外广告发布流程部分，该部分业务不属于公司的核心业务，对具体施工人员的技术要求不高，技术含量不高，市场竞争比较充分，利润率较低，对公司整体运营影响不明显。

公司户外媒体制作、发布流程中产生的费用计入广告制作费。报告期内，公司 2011 年、2012 年和 2013 年 1-3 月广告制作费分别为 5,717,925.00 元、

1,734,949.05 元和 250,624.10 元，占公司成本支出总额的比重分别为 13.86%、5.30% 和 4.37%，对公司成本结构变动的的影响不大。

2011 年、2012 年和 2013 年 1-3 月公司对前五大供应商采购总额分别为 14,775,030.00 元、19,087,100.00 元和 9,727,500.00 元，占当期全部采购金额的比例分别为 35.48%、51.71% 和 96.41%。

最近二年一期公司前五名供应商采购基本情况

单位：元

2013 年 1-3 月		
供应商名称	采购金额	占采购总额的比例
北京市首发高速公路经营管理有限公司	4,643,100.00	46.02
北京盛通恒商贸有限公司	3,000,000.00	29.73
北京阳光汇彩文化传播中心	1,800,000.00	17.84
北京恒智金属结构有限公司	150,000.00	1.49
北京艺野威特广告制作有限公司	134,400.00	1.33
合计	9,727,500.00	96.41
2012 年		
供应商名称	采购金额	占采购总额的比例
北京市市政市容管理委员会	7,040,000.00	19.07
北京阳光汇彩文化传播中心	3,600,000.00	9.75
北京市首发高速公路经营管理有限公司	3,587,100.00	9.72
上海恰达尔广告有限公司	3,300,000.00	8.94
北京新东安有限公司	1,560,000.00	4.23
合计	19,087,100.00	51.71
2011 年		
供应商名称	采购金额	占采购总额的比例
北京市首发高速公路经营管理有限公司	7,125,030.00	17.11
北京阳光汇彩文化传播中心	3,600,000.00	8.65
北京文武贝商贸有限公司	2,100,000.00	5.04
北京新东安有限公司	1,650,000.00	3.96

上海恰达尔广告有限公司	300,000.00	0.72
合计	14,775,030.00	35.48

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术（业务）人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东均未在前五名供应商中占有权益。

报告期内，公司与前五名客户签署的合作项目均为户外广告发布合同，除与北京中信房地产有限公司、红牛维他命饮料有限公司签订的合同正在履行，其他合同均履行完毕，且已确认收入；公司与前五大供应商采购合同均为户外广告媒体代理权转让合同，除与北京市首发高速公路经营管理有限公司、北京市市政市容管理委员会签订的合同正在履行，其他合同均履行完毕，且已确认支付。公司对报告期内前五大供应商业务数据按各期合同支付金额进行统计。

（四）重大业务合同及履行情况

公司 300 万（含）以上金额的重大采购合同包括：

序号	合同方	签订日期	合同金额(元)
1	北京市首发高速公路经营管理有限公司	2009 年 7 月	24,763,200.00
2	北京市市政市容管理委员会	2012 年 7 月	10,560,000.00
3	北京阳光汇彩文化传播中心	2011 年 2 月	7,200,000.00
4	上海恰达尔广告有限公司	2012 年 2 月	3,600,000.00

备注：报告期内，公司与供应商签署的合同均为户外媒体代理合同，合同内容主要为户外媒体代理权限的转让。公司除与北京市首发高速公路经营管理有限公司、北京市市政市容管理委员会分别签订为期 4 年和 3 年的合同正在履行，上述与其他供应商的合同周期均为一年，且已履行完毕。

公司于 2012 年 7 月与北京市市政市容管理委员会签署户外媒体租赁使用合同，合同标的为 1056 万元，合同内容为公司获得北京东四环 7 号位户外高立柱媒体的租赁使用权即该户外媒体的广告发布代理权，合同期限自 2012 年 7 月至 2015 年 7 月。该合同付费情况如下：2012 年 8 月 3 日，公司向北京市市政市容管理委员会支付该广告位 2 年的租赁使用费共计 704 万元，剩余部分于今年 8 月份完成支付。报告期内，合同履行正常。

公司 300 万（含）以上金额的重大销售合同包括：

序号	合同方	签订日期	合同金额(元)
----	-----	------	---------

1	红牛维他命饮料有限公司	2009年12月	51,188,760.00
2	北京现代汽车有限公司	2010年8月	11,640,000.00
3	北京现代汽车有限公司	2012年7月	9,500,000.00
4	北京现代汽车有限公司	2011年7月	9,500,000.00
5	北京伊诺盛广告有限公司	2012年2月	5,800,000.00
6	北京伊诺盛广告有限公司	2010年12月	5,000,000.00
7	北京现代汽车有限公司	2012年3月	3,410,000.00

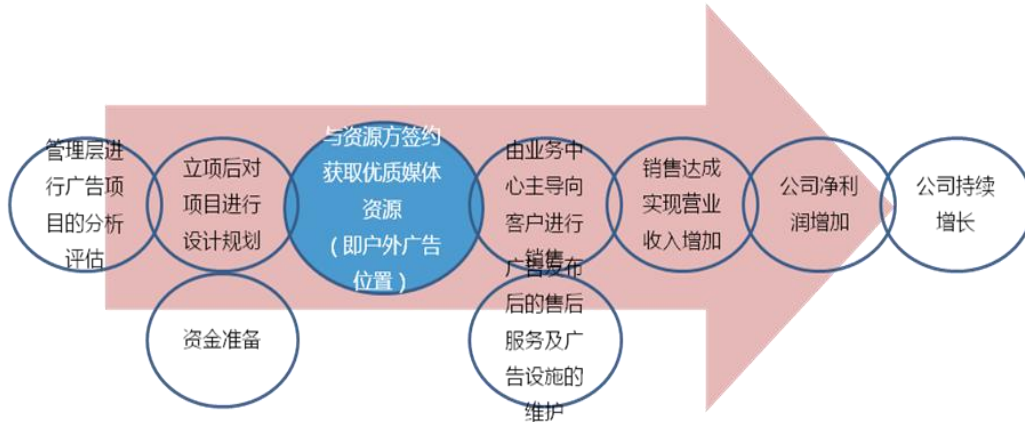
备注：报告期内，公司与客户签署的合作项目均为户外广告发布合同，合同内容主要为公司代理客户户外广告发布和运维服务。公司除与红牛维他命饮料有限公司签订为期4年的合同正在履行至2013年底，上述其他客户的合同周期均为一年，且已履行完毕。

六、公司商业模式

公司立足户外广告行业，一直致力于将自身的资源优势充分发挥，精准传达给客户的目标消费群，使客户的广告传播效果达到最大化。

公司管理层首先进行户外广告项目立项分析、评估和设计规划，并通过与政府、企业或第三方广告企业等资源方签约获取优质户外媒体资源代理权，由市场部主导向客户进行媒体推广；同时，公司对户外媒体资源进行主题框架方案设计，在此基础上协助客户进行广告图文制作，使客户推广品牌主题与媒体资源设计目标相一致，公司将设计图纸交由外包生产商完成户外媒体制作和广告发布流程并最终实现广告发布；广告发布后，公司进行售后服务及广告设施的维护；公司通过完整的户外广告业务服务最终确定销售达成，实现营业收入增加，推动公司业绩和净利润增长。公司形成的商业模式一方面使客户能够准确地判断资源的市场价值，同时也能充分保证公司自身目标利润的达成。

商业模式图：



七、公司所处行业概况、市场规模、风险特征及公司在行业中所处地位

（一）公司所处行业概况

1、公司所处行业分类情况

按照中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处大行业为L类：租赁和商务服务业，细分类别为：商务服务业（L72）；根据我国《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754-2011），公司属于租赁和商务服务业（L）中商务服务业（L72）下的广告业（L724）。

2、行业监管体制、主要法律法规及政策

（1）行政主管部门

广告业行政主管部门是国家工商行政管理总局。国家工商总局主要职责是：负责市场监督管理和行政执法的有关工作；承担依法规范和维护各类市场经营秩序的责任，负责监督管理市场交易行为和网络商品交易及有关服务的行为；承担监督管理流通领域商品质量和流通环节食品安全的责任；承担查处违法直销和传销案件的责任，依法监督管理直销企业和直销员及其直销活动；负责垄断协议、滥用市场支配地位、滥用行政权力排除限制竞争方面的反垄断执法工作（价格垄断行为除外）；负责依法监督管理经纪人、经纪机构及经纪活动；指导广告业发展，负责广告活动的监督管理工作；负责商标注册和管理，依法保护商标专用权和查处商标侵权行为，处理商标争议事宜，加强驰名商标的认定和保护工作；负责个体工商户、私营企业经营行为的服务和监督管理等。作为行业管理部门，主要是管规划、管政策、管标准，指导行业发展，但不干预企业生产经营活动。

（2）企业所在行业及业务所涉及到的主要法律法规及政策

本行业涉及的国内主要法律法规包括：《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》、《城市市容和环境卫生管理条例》、《广告管理条例实施细则》、《户外广告登记管理规定》、《国家工商行政管理局关于户外广告场地占用费问题的答复》、《建设部关于加强户外广告、霓虹灯设置管理的规定》等法律法规。

广告业列为国家鼓励发展的文化创意产业，发展和提升广告业的专业化水平，对于推动新技术与现代广告业的融合，培育和发展其他战略新兴产业，加快经济发展方式转变和产业结构调整，提高企业的国际竞争力和国家经济安全具有重要意义。国务院连续颁布了鼓励扶持该产业发展的一系列优惠政策，为该产业建立了良好的政策环境。国家主要相关政策有：

①2007年5月18日《商务部办公厅关于进一步促进服务业发展的政策措施的意见》提出要大力促进现代服务业，特别是商务服务业的发展。

②2007年6月，国家发展和改革委员会、国务院信息办《电子商务发展“十一五”规划》指出应培育服务产业，以大力发展第三方电子商务服务为切入点，培育龙头企业，发展新型服务，扩大服务领域，促进服务贸易，形成国民经济新的增长点，带动就业增长。

③2008年4月23日，国家工商行政管理总局和国家发展和改革委员会联合颁布《关于促进广告业发展的指导意见》，明确把促进广告业的发展提升为一项紧迫而长期的战略任务。

④2009年1月，国务院办公厅《关于促进服务外包产业发展问题的复函》（国办函[2009]9号）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。

⑤2009年9月26日，国务院发布《文化产业振兴规划》，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产业提升到了国家战略的层面，意义重大而深远。

⑥2011年3月17日，国家“十二五”规划纲要首次明确提出“促进广告业健康发展”。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。

⑦2011年3月27日，国家发改委发布《产业结构调整指导目录(2011年本)》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。

⑧2012年6月18日，国家工商总局印发《广告产业发展“十二五”规划》，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。

3、所处行业基本情况

(1) 户外广告行业概况

户外广告指一般把设置在户外的广告叫做户外广告。常见的户外广告有：路边广告牌、高立柱广告牌、灯箱、霓虹灯广告牌、LED看板等，现在甚至有升空气球、飞艇等先进的户外广告形式。

随着人们旅游和休闲活动的增多以及高新科技的广泛运用，户外媒体已成为广告主的新宠，其增长速度大大高于传统电视、报纸和杂志媒体。特别是分众传媒在纳斯达克成功上市后展开一系列大刀阔斧的并购，市值屡创新高之后，“户外媒体”成为风险投资商们聚焦的新热点。

21世纪，户外广告早已突破了形式单一的店招式广告牌类型，出现了更多的新型户外媒体—汽车车身广告、候车亭广告、地铁站广告、电梯广告、高立柱广告、三面翻广告、墙体广告、楼顶广告、霓虹灯、LED显示屏等，户外广告伴随城市改革开放一路走来，正在告别粗放，进入优化与整合的新发展阶段。

(2) 公司所处行业产业链及价值链

户外广告传媒行业上游供应商为各类媒体资源供应商。由于政府对户外广告媒体的设置一般有严格的规定，户外媒体属于行业稀缺性资源。同时，由于户外媒体供应商不直接从事广告代理业务，媒体资源的时效价值极高，为保证媒体资源供应业务的延续性，户外媒体供应商会积极发展高附加值合作伙伴，给予有实力的行业公司更多的业务支持和价格支持。公司是户外传媒服务整体解决方案供应商，拥有比较稳定的上游供应商。

户外广告传媒服务行业下游客户主要为各类广告主。户外媒体广告主一般为大型企业，资金实力强，市场需求大，对品牌宣传比较迫切。另外，由于大型企业基本属于业务专业化程度较高的企业，对品牌推广及服务的可靠性、稳定性要求较高。使得大型企业更希望能与有行业经验、业务流程线齐全的广告传媒服务提供商进行合作。

在业务价值实现方面，公司以品牌客户为主，客户的投放计划专业、明确、注重长远的投放效果。公司努力为客户提供其传播策略中所针对的广告位置，是客户在广告计划中重要的一环。公司寻找并提供客户需要的广告资源并将其以合理价格提供给客户并保证完善的售后服务是公司的基本经营模式。优质的广告资源及具竞争力的价格优势是公司经营的两大核心要素，公司掌握的资源基本为一手的广告媒体资源，掌握市场交易的定价权，有利于利润目标的达成。公司目前未将营运环节交给利益相关者，不存在合作关系或商业联盟的情况。

4、进入本行业的主要障碍

户外广告传媒服务行业是一个服务密集型和资本密集型行业，对参与企业在资质、资金和历史业绩等各方面都有较高的要求。进入行业的主要壁垒包括：

媒体资源壁垒：由于政府出台了一系列政策法规，对户外广告媒体的设置一般有严格的规定，故户外媒体属于行业稀缺性资源。以北京为例，2008年后政府政策允许新设立的媒体寥寥无几，新进入的广告传媒企业很难取得真正意义上有手续的合法媒体资源。

规模经济壁垒：广告行业是我国对外开放程度较高的行业之一。随着2005年底，我国广告业对外资的全面开放，跨国广告公司以其巨大的资本优势，通过购买媒体、合并收购本土广告公司等多种方式大举进入我国广告市场，在市场竞争中占据有利位置。目前，我国广告业市场第一轮的跑马圈地已经结束，部分企业对于自身强势媒体已经处于相对垄断地位。

产品差别壁垒：随着信息技术的不断发展，全球广告业与新媒体结合的方式呈现出多样化的趋势。这一现象使得我国广告媒体市场资源整合进程不断加快，资源争夺从电视、杂志、报纸、电台、互联网等形式向户外媒体高速扩张，市场竞争日趋激烈。随着市场不断细分，目前，广告媒体市场各领域已相对饱和。

资金需求壁垒：由于户外广告媒体资源时效性较高，且户外广告行业属于高投入高回报行业，初期进入需要大量的资金投入并且承担经营风险，对新进入广告企业构成资本障碍。

5、影响行业发展的有利和不利因素

有利因素：

（1）国家政策支持

广告业属于国家鼓励发展的新兴产业。近年来，为促进我国广告行业发展，国家颁布了一系列产业政策和发展规划为产业发展营造优良的政策环境。

（2）市场需求强劲

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。我国进入了工业化阶段，广告传媒服务业的发展，是社会经济进步的必然，我国优越的产业发展优势为广告传媒服务业发展奠定了基础，东盟经济圈的形成和国家加快发展广告业的产业政策给广告业的发展提供了良好的机遇。

（3）服务业的技术创新

广告业有着技术更新快、产品生命周期短的显著特点，而且每一次的技术创新和技术进步都推动着广告业不断向前发展。可以与信息技术服务企业等服务型企业紧密结合，对现代服务业中各行业的逐步渗透，为企业的生存和壮大提供了重要的竞争手段，促使产业结构升级进程加快并带动现代服务业加速融合。持续创新不断开发出功能和性能更加完善的新媒体服务模式，以满足客户更加多样化、个性化的需求。

不利因素：

（1）国际资本冲击

自2005年12月10日起，我国允许设立外商独资广告公司后，广告市场全面开放，广告业市场格局发生了重大变化。外资广告公司凭借雄厚资本与专业优势通

过控股、收购等各种方式快速扩张，给我国广告企业带来了较大冲击，尤其是给业务单一的中小广告公司带来了较大的生存压力。

（2）消费市场分化

我国消费市场呈现进一步细分的发展趋势，大众、分众、小众、碎片化的市场杂糅。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，日益需要数据库营销、精准化传播、细分化管理，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。

（3）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。

（二）户外广告行业市场规模、发展现状及趋势

户外广告已有几十年的发展历史，至今已发展成为媒体类型丰富、表现形式多样、发展速度较快的广告模式。随着电视、报纸的广告资源越来越被充分开发，户外广告因其发展质量和数量引起了各方重视。

据《2013-2017年中国户外广告行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》统计，20世纪90年代以来，我国户外广告行业取得了突飞猛进的发展，企业对户外广告的投入以年均25%的速度递增。2010年，我国户外广告投放总额达452亿元，2011年我国户外广告投放总额达515亿元，同比增长14%，其中LED户外电子屏广告市场规模达到12.15亿元，同比增长35.5%。

据易观国际预测，从2008年起，我国LED户外电子屏广告市场规模将连续7年保持年均28%以上的增长，在2012年达到15.5亿元，2015年更将增长至27.6亿元。目前，国内LED户外显示屏广告市场主要由凤凰都市、郁金香、香榭丽三家公司瓜分，这三家公司占据了全国70%以上的市场份额，仅留下26.9%给其他中小型同行，竞争激烈。

我国的户外广告整体投放自2004年以来表现出明显上升的特点。其在2008年和2010年的上升尤为明显，分别较上一年上升65%和32%。户外广告的投放量直接与城市的消费能力成正比。从城市等级来看，作为一线城市的北京、上海、

广州仍然是户外广告花费的主要流向地。2010年，一线城市户外广告投放增长45%；二线城市户外广告投放增长24%；三线城市户外广告投放变化不大。这说明户外广告花费越来越向一线城市集中。

2012年，我国经济保持了快速平稳的增长。跟随整体的经济发展局势，2012年户外广告市场也呈现了较快增长。据鹰目户外媒体网发布的《2012年中国户外媒体行业监测报告》显示，2012年度中国广告花费达到3937.6亿元人民币，较2011年增长13.4%。其中户外媒体价格呈现快速增长。

在如今国内的户外广告市场上，外资企业的户外广告投入仍然占优势，达到57%，但内资企业户外广告投放增长迅猛，2010年增长了79%。这说明内资企业的户外广告投放大有潜力。

（三）所处行业风险

1、政策风险

目前，国内大多数城市已出台一系列政策法规，对户外广告媒体的设置一般有严格的规定，户外媒体属于行业稀缺性资源，时效性强，市场竞争比较激烈。相应地，户外媒体资源租赁费就比较高，占户外广告传媒企业经营成本的绝大部分。随着该行业的不断发展，行业主管部门会适时调整其监管重点和发展方向，如果行业政策发生重大变化将影响户外广告传媒服务企业的经营收益。因此，政策性调整将给公司的经营带来相关风险。

2、市场风险

公司现阶段的主要业务集中在北京地区。该地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩。虽然公司具有经营模式、品牌等竞争优势，但不排除公司会受到北京地区经济波动等各种因素改变的冲击，而使本公司经营受到影响。同时，随着行业的发展，市场竞争将越来越激烈，行业内企业将面临市场竞争加剧的风险。

（四）公司所处地位

1、行业竞争态势

国际户外广告传媒服务行业呈现出竞争日趋激烈的现象，发达国家或地区的广告业全面进军发展中国家或地区市场，对发展中国家或地区的广告业造成了较大的压力，同时发达国家或地区由于广告行业起步较早相对发达，所以在全球国际广告行业中占有主要份额。

中国的户外广告市场已经有了白马、TOM户外、德高贝登、媒体伯乐、大贺、分众传媒、聚众传媒这些广告业大鳄，它们所占的市场份额越来越高，在楼宇电视联播网这个细分的市场甚至出现了分众传媒、聚众传媒这样的垄断集团。新户外媒体市场的巨大潜力仍在吸引更多的创业者不断加入，我国户外广告竞争越来越激烈。

户外广告传媒服务产业是商务服务业的核心产业之一，是我国重点发展扶持行业。为了加快发展商务服务产业，特别是广告业，国家对广告业在税收、出口、人才等方面实施一系列优惠政策。我国广告业发展当前正步入融合、转型和调整的新阶段，产业组织形态加速重构，企业跨界竞争愈演愈烈，新的竞争格局正在形成。在目前市场环境下，以客户企业为中心，按照客户需求动态提供全方位综合性的广告传媒服务成为服务的主要模式。公司在商务服务行业的市场大背景下专注于户外传媒服务行业，进行户外媒体资源的开发和实践，机遇与挑战并存。

2、行业市场化程度

由于政策及技术限制，目前我国户外广告传媒服务业市场集中度较低，还没有出现跨地域发展的垄断性企业，企业具备较大的成长空间。企业户外传媒服务专业化正处于市场化发展期，在户外媒体资源开发、业务资源整合和服务扩展、标准化等方面，大多数户外广告传媒服务企业提供服务仍处在服务单一、同质化现象严重等情况。总体上来看，户外广告传媒服务市场化仍处在比较初级的阶段，竞争企业较多但大多数处于较低水平竞争。目前户外广告传媒服务行业内无明显的市场龙头企业，行业标准尚处在有待规范化的阶段。

3、公司在行业竞争中的地位

公司作为专业的户外广告传媒服务整体解决方案供应商，在行业内的竞争企业主要有白马、TOM户外、德高贝登、媒体伯乐、大贺、分众传媒、聚众传媒等广告企业，这些广告企业依托自身的资本优势，纷纷抢占国内优质户外资源，加剧了户外广告行业的竞争。但由于政策及技术限制，目前我国户外广告传媒服务业市场集中度仍较低，还没有出现跨地域发展的垄断性企业，公司仍具备较大的成长空间。

4、公司竞争优势

（1）资源及成本优势

公司寻找并提供客户需要的广告资源并将其以合理价格提供给客户并保证完善的售后服务是公司的基本经营模式。优质的广告资源及具竞争力的价格优势是公司经营的两大核心要素，公司掌握的资源基本为一手的广告媒体资源，掌握市场交易的定价权。

（2）完整的业务流程优势

公司具备完整的户外媒体资源开发、方案设计、项目实施和后期维护能力。公司已经形成以户外媒体资源开发、媒体资源外观方案设计、户外广告传媒项目实施服务等为基础的完整业务服务流程。

（3）案例优势

公司产品在全国拥有多家案例客户，案例分布区域较广，在业内具备一定的优势。

5、公司竞争劣势

（1）融资渠道单一

公司是民营户外广告传媒服务企业，仍然处于快速发展期，虽然在户外媒体资源设计开发上取得了一定优势，有良好的发展前景，但由于固定资产规模较小、股东担保能力较弱，公司较难满足银行信贷审批条件，只能靠自身积累和股东投入获取资金。相对于部分拥有国企或上市背景的企业，公司在资金实力上相对较弱的劣势更为明显。由于融资渠道单一，缺乏资金，在市场开拓布局上都受到了一定限制，成为影响公司经营规模扩张的主要瓶颈之一。

（2）销售市场单一

相对于公司目前所拥有的产品和服务，公司在市场营销方面的表现相对比较薄弱。公司在成立以来，就十分重视产品和服务的开发设计，而对于营销渠道的建设相对较少。公司一直致力于发展北京市场，目前公司的客户也均为北京本地客户，未形成以北京市场为依托，辐射全国的营销格局。公司营销网络的建设与完善程度与公司的整体实力不相符，公司应加大营销团队的建设销售渠道的拓展。

6、公司采取的应对措施

公司采取的应对措施包括以下几方面：

（1）公司一方面抓住机遇提高业务服务水平、建立自身的品牌优势；另一方面依托核心优质资源服务占领市场，深入挖掘客户需求，继续优化业务模式，发挥服务优势，牢牢把握北京市场，大力拓展外部市场。

（2）多方位拓展融资渠道。较强的融资能力是公司业务发展的重要保障，公司将根据不同发展阶段的需要，优化资本结构，降低筹资成本，以股票在全国中小企业股份转让系统挂牌为契机，利用资本市场融资功能，不断拓展新的股权和债权融资渠道，为公司长远发展提供资金支持，实现股东价值最大化。

（3）逐步完善营销模式，从以前的关系营销，到一对一营销，到现在公司提出的体验式营销，一步一步改进，让客户对公司产品和服务有综合直观的体验，最终提高客户满意度。

第三节 公司治理

一、最近两年内股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

(一) 最近两年内股东大会、董事会、监事会的建立健全情况

2013年4月26日,公司召开创立大会暨第一次股东大会并通过决议,全体股东共同制定《智合新天(北京)传媒广告股份有限公司章程》、审议通过《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《重大投资决策管理办法》、《对外担保决策管理办法》、《关联交易决策管理办法》、《委托理财管理办法》;选举董事,组成董事会;选举股东代表监事,与公司职工代表大会选举的职工代表监事组成监事会。同日,公司召开第一届董事会第一次会议,选举董事长,并聘任总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员,通过了关于公司组织机构设置的议案;同日,公司召开第一届监事会第一次会议,选举监事会主席。

至此,股份公司依据《公司法》和《公司章程》的相关规定,建立健全了股份公司的股东大会、董事会、监事会制度。

(二) 最近两年内股东大会、董事会、监事会的运行状况

最近两年,公司能够依照《公司法》、《公司章程》的规定定期召开股东大会、董事会、监事会。公司股东大会现由4名股东组成,股东均为自然人;董事会由5名董事组成;监事会由3名监事组成,其中周宁为公司职工代表大会选举的职工代表监事。股份公司成立以来召开了2次股东大会、2次董事会、1次监事会。“三会”的召开程序严格遵守《公司法》、《公司章程》和三会议事规则的规定;在监事会履行职责的过程中,职工代表监事与股东代表监事享有同等权利,能够履行对董事及高级管理人员的监督职责,股东大会、董事会、监事会制度的规范运行状况良好。

为了保证投资者能够及时了解公司经营状况,参与公司治理,现行《公司章程》第十章专门规定了“投资者关系管理”,并对“投资者关系管理的内容和方式”作了专门的规定,公司管理层注重加强“三会”运作的规范性及公司制度执行的有效性。

二、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

2013年5月31日，公司召开了第一届董事会第二次临时会议，通过了《公司董事会对公司治理机制进行评估的议案》，经充分讨论评估，董事会对公司治理机制评估结果如下：

“（一）公司现有治理机制下对股东提供的保护

2013年4月26日，公司召开创立大会暨第一次股东大会并通过决议，公司依据《公司法》等法律法规制定了较为完备的《公司章程》和《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易决策管理办法》、《对外担保决策管理办法》、《重大投资管理办法》、《委托理财管理办法》、《信息披露事务管理制度》等各项决策制度。公司通过制定上述制度，建立了较为完善的治理机制。

1、对股东基本权利的保护：根据《公司章程》第二十九条，股东享有的权利：“（一）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（二）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会并行使相应的表决权；（三）对公司的经营行为进行监督，提出建议或者质询；（四）依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（五）查阅公司章程、股东名册、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议和财务会计报告；（六）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（七）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（八）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。”

2、对股东的知情权、参与权、质询权和表决权的保护：（1）股东享有知情权，《公司章程》第三十条规定知情权实现的方式，“股东提出查阅前条所述有关信息或索取资料的，应当向公司提供证明其持有公司股份的种类以及持股数量的书面文件，公司经核实股东身份后按照股东的要求予以提供。”（2）股东享有参与权、股东以股东大会提案的形式参与公司的经营管理，《公司章程》第四十二条规定，“公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。单独或者合计持有公司3%以上股份的股东，可以在股东大会召开10日前提出临时提案并书面提交董事会；董事会应当在收到提案后2日内发出股东大会补充通知，并将该临时提案提交股东大会

审议。”（3）股东享有质询权，《公司章程》第二十九条规定，股东可以对公司的经营行为进行监督，提出建议或者质询。（4）股东享有表决权，《公司章程》第四章第六节规定了股东大会的表决和决议，明确了表决事项及表决方式。

（三）公司内部管理制度的建立

1、投资者管理管理机制建设情况

《公司章程》规定了投资者关系管理制度，根据规定：（1）投资者关系管理应当遵循充分披露信息原则、合规披露信息原则、投资者机会均等原则、诚实守信原则、高效互动原则。（2）投资者关系管理工作的主要职责包括制度建设、信息披露、组织策划、分析研究、沟通与联络、维护公共关系、维护网络信息平台、其他有利于改善投资者关系的工作。（3）在遵守信息披露规则前提下，公司可建立与投资者的重大事项沟通机制，在制定涉及股东权益的重大方案时，可通过多种方式与投资者进行沟通与协商。

2、纠纷解决机制建设情况

《公司章程》规定：公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间涉及章程规定的纠纷，应当先行通过协商解决。协商不成的，应提交公司住所地有管辖权的人民法院解决。

3、累积投票制建设情况

《公司章程》规定：股东大会选举董事、监事，可以实行累积投票制。累积投票制，是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

4、关联股东、董事回避制度建设情况

《公司章程》规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东应当回避，不应当参与该关联事项的投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

《公司章程》规定：董事会审议有关关联交易事项时，关联董事应当回避，不应当参与该关联事项的投票表决。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该事项提交股东大会审议。

5、财务管理及风险控制机制建设情况

《公司章程》第八章规定财务会计制度、利润分配和审计，根据规定：（1）公司应当在每一会计年度终了时编制财务会计报告，并依法经会计师事务所审计。财务会计报告应当按照有关法律、行政法规和国务院财政部门的规定制作。

（2）公司除法定的会计账簿外，不另立会计账簿。公司的资产，不得以任何个人名义开立户存储。

（五）董事会对公司治理机制的评估结果

有限公司时期，公司管理层规范意识不足，未及时建立健全股东大会、董事会、监事会议事规则及其他公司治理制度文件，三会会议决议及记录不完整，在保护股东权益、完善公司治理机制等方面有一定不足，但公司治理机制不存在重大失误。股份公司成立后，公司根据相关法律法规、证监会、全国中小企业转让系统有限责任公司发布的相关业务规则完善公司的治理机制，并结合公司实际情况，逐步建立健全了公司法人治理结构，制定了适应公司现阶段发展的内部控制体系，并已得到有效执行。公司目前的治理机制能够给股东提供适当的保护，并保障其充分行使知情权、参与权、质询权、表决权。

公司将根据新颁布的法律、法规和规范性文件，以及监管部门的监管要求，结合公司的实际情况，相应补充完善新的内部控制制度或对现有的内部控制制度进行修订和细化，加强公司的规范运作和对股东、实际控制人、董事、高级管理人员的有效监管，规范运作意识和公司治理的自觉性，定期召开监事会，充分发挥监事的监督作用。”

三、最近两年有关处罚情况

（一）最近两年公司违法违规及受处罚情况

最近两年，公司不存在重大违法违规行为，公司无违法违规记录，未受到工商、税务、环保等行政部门的处罚。

（二）最近两年控股股东、实际控制人违法违规及受处罚情况

最近两年，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法违规行为，无违法违规记录，未受到工商、税务等行政部门的处罚。

四、公司的独立性

公司具有完整的业务流程、独立的生产经营场所；不存在影响公司独立性的重大或频繁的关联方交易。

公司的主要财产权属明晰，由公司实际控制和使用，公司的主要资产不存在被控股股东占用的情况。

公司员工的劳动、人事、工资报酬以及相应的社会保障完全独立管理，公司人员独立。公司与员工签订有劳动合同，并且按时向员工发放工资，为员工缴纳社会保险。

公司成立了独立的财务部门，专门处理公司有关的财务事项，并建立了独立的会计核算体系和财务管理制度；公司独立在银行开户，不存在与其他单位共用银行账户的情况；公司依法独立纳税；公司能够独立作出财务决策。

公司设有制作设计部、行政与人力资源部、财务部、业务开发部、市场部、售后服务部。此外，公司各部门均已建立了较为完备的规章制度。

综上，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在业务、资产、人员、财务、机构方面是分开，公司具有独立性。

五、同业竞争情况及其承诺

截至本公开转让说明书签署之日，公司的控股股东及实际控制人除智合新天外未持有其他企业的股权，不存在公司与控股股东、实际控制人及其控制的企业同业竞争的情况。

为避免日后发生潜在同业竞争情况，2013年5月31日，公司的控股股东、实际控制人出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺将不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上与公司现有及将来从事的业务相同或类似的、且会或可能会产生竞争的任何业务或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经营实体、机构、经济组织的控制权；将不在中国境内外直接或间接拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的控制权，或在经营实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术（业务）人员。

六、公司权益是否被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业损害的说明

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占款情况

截至本公开转让说明书签署之日，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）为关联方担保情况

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

（三）为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生所采取的具体安排

为防止股东及其关联方占有或者转移公司资金、资产及其他资源的行为，《公司章程》在第三十四条规定“公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司的控股股东、实际控制人对公司及其他股东负有诚信义务，不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司及其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司及其他股东的利益。”

七、董事、监事、高级管理人员有关情况说明

（一）董事、监事、高级管理人员持股情况见下表：

序号	姓名	任职情况	持股数量(万股)	持股比例(%)
1	邓柏	董事长	324.00	54.00
2	郭宁	董事、总经理	120.00	20.00
3	刘哲	董事	0	0
4	姜建萍	董事、财务总监	0	0
5	陈秀梅	董事、董事会秘书	0	0
6	周宁	监事会主席	0	0
7	蔡颖	监事	0	0
8	蒋宇星	监事	0	0
合计		—	444.00	74.00

董事、监事、高级管理人员直系亲属未以任何方式直接或间接持有本公司股份。除《公司章程》的规定外，董事、监事、高级管理人员未与公司签订股份转让限制等重要协议或作出过重要承诺。

董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

（二）与挂牌公司签定股份转让限制等重要协议或作出过重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员未与公司签定过关于股份转让限制的协议或作出过其他承诺。

（三）在其他单位兼职情况

除监事蔡颖在北京盛通恒商贸有限公司任财务会计，监事蒋宇星在北京英赛嘉华知识产权代理有限责任公司任专利代理人外，其他董事、监事、高级管理人员不在其他单位兼职。

（四）对外投资情况

公司董事、监事、高级管理人员均不存在在其他企业投资的情况。

（五）最近两年受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责情况

公司董事、监事、高级管理人员不存在最近两年受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况。

八、近两年董事、监事、高级管理人员的变动情况及其原因

最近两年，公司董事、监事、高级管理人员变动是由于股份公司的设立，变动有利于健全公司治理结构，提升公司治理水平。有限公司时期公司未设董事会，仅设1名执行董事，未设监事会，设1名监事，设总经理1名。

2013年4月26日，股东大会选举邓柏、郭宁、刘哲、姜建萍、陈秀梅等5人为董事，组成董事会，选举蔡颖、蒋宇星为股东代表监事，与职工代表监事周宁共同组成监事会。

上述变动是为了完善公司治理，使公司的治理结构符合股份公司要求，同时吸收专业人员加入管理层，在人员设置上更加科学。公司主要管理层均在公司任职多年，其中董事长邓柏、总经理郭宁（同为董事）均在公司持有股份。

第四节 公司财务会计

一、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

(一) 财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部于 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则——基本准则》和 38 项具体会计准则、其后颁布的企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定(以下合称“企业会计准则”)进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

(二) 合并报表范围及变化情况

报告期内无纳入合并范围的子公司。

(三) 会计师审计意见

公司 2013 年 1-3 月、2012 年度、2011 年度财务会计报告经具有证券期货相关业务资格的中准会计师事务所有限公司审计，并出具了中准审字[2013]1319 号标准无保留意见的审计报告。

二、报告期经审计的资产负债表、利润表、现金流量表及所有者权益变动表

(一) 资产负债表

单位：元

资 产	2013 年 3 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	2,595,303.33	9,185,177.01	146,428.09
交易性金融资产			
应收票据			
应收账款	2,617,313.03	1,446,850.00	1,334,293.67
预付款项	7,630,856.14	975,662.14	4,356,137.00
应收利息			
应收股利			
其他应收款	218,840.00	922,958.07	5,918,297.36
存货			

一年内到期的非流动资产			
其他流动资产			
流动资产合计	13,062,312.50	12,530,647.22	11,755,156.12
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			
投资性房地产			
固定资产	54,452.91	57,146.92	81,225.48
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	23,099.91	23,799.90	26,600.00
开发支出			
商誉			
长期待摊费用	4,896,328.00	5,863,327.00	638,000.00
递延所得税资产	39,028.33	41,728.53	271,395.56
其他非流动资产			
非流动资产合计	5,012,909.15	5,986,002.35	1,017,221.04
资产总计	18,075,221.65	18,516,649.57	12,772,377.16

资产负债表（续）

单位：元

负债和股东权益	2013年3月31日	2012年12月31日	2011年12月31日
流动负债：			
短期借款	8,000,000.00	5,000,000.00	4,000,000.00

交易性金融负债			
应付票据			
应付账款	69,500.00	3,244,500.00	1,223,500.00
预收款项	201,500.00	3,351,105.65	3,260,000.00
应付职工薪酬			
应交税费	481,322.43	1,156,329.99	-7,713.30
应付利息	16,000.00	11,000.00	10,423.11
应付股利			
其他应付款	1,045,174.45	2,519,914.50	3,626,126.88
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计	9,813,496.88	15,282,850.14	12,112,336.69
非流动负债:			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
专项应付款			
预计负债			
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	9,813,496.88	15,282,850.14	12,112,336.69
股东权益:			
实收资本(股本)	6,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
资本公积	120,000.00		
减:库存股			
专项储备			
盈余公积	123,379.94	123,379.94	
一般风险准备			

未分配利润	2,018,344.83	1,110,419.49	-1,339,959.53
外币报表折算差额			
股东权益合计	8,261,724.77	3,233,799.43	660,040.47
负债和股东权益总计	18,075,221.65	18,516,649.57	12,772,377.16

(二) 利润表

单位：元

项 目	2013年 1-3月	2012年度	2011年度
一、营业收入	7,941,233.96	41,829,736.85	46,730,871.00
减：营业成本	5,728,972.31	32,706,414.07	41,253,875.00
营业税金及附加	6,228.73	1,182,154.15	1,194,730.15
销售费用	413,311.98	2,377,460.53	2,431,007.82
管理费用	454,540.02	2,008,066.04	1,703,227.57
财务费用	137,015.25	336,772.03	144,844.16
资产减值损失	-10,800.79	-229,929.49	225,061.73
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）			
投资收益（损失以“-”号填列）			
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	1,211,966.46	3,448,799.52	-221,875.43
加：营业外收入			
减：营业外支出			150.00
其中：非流动资产处置损失			
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	1,211,966.46	3,448,799.52	-222,025.43
减：所得税费用	304,041.12	875,040.56	-25,657.30
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	907,925.34	2,573,758.96	-196,368.13
其中：归属于母公司所有者的净利润	907,925.34	2,573,758.96	-196,368.13
少数股东损益			

五、每股收益			
(一) 基本每股收益	0.35	1.29	-0.10
(二) 稀释每股收益	0.35	1.29	-0.10
六、其他综合收益			
七、综合收益总额	907,925.34	2,573,758.96	-196,368.13

(三) 现金流量表

单位：元

项 目	2013 年 1-3 月	2012 年度	2011 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	4,000,666.00	42,350,865.41	46,210,871.00
收到的税费返还		15,523.02	78,194.19
收到的其他与经营活动有关的现金	800,669.73	13,273,397.41	6,729,177.85
经营活动现金流入小计	4,801,335.73	55,639,785.84	53,018,243.04
购买商品、接受劳务支付的现金	15,075,420.85	33,024,340.86	42,476,925.00
支付给职工以及为职工支付的现金	374,685.85	1,857,318.28	1,273,823.80
支付的各项税费	1,021,090.54	1,096,318.28	1,315,972.33
支付的其他与经营活动有关的现金	1,900,822.43	11,285,918.70	13,229,056.43
经营活动现金流出小计	18,372,019.67	47,263,896.12	58,295,777.56
经营活动产生的现金流量净额	-13,570,683.94	8,375,889.72	-5,277,534.52
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金			
取得投资收益收到的现金			
处置固定资产、油气资产、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			
购建固定资产、油气资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,589.74	2,135.90	78,334.00
投资支付的现金			
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	3,589.74	2,135.90	78,334.00
投资活动产生的现金流量净额	-3,589.74	-2,135.90	-78,334.00
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资所收到的现金	4,120,000.00		
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			
取得借款所收到的现金	3,000,000.00	10,000,000.00	4,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	7,120,000.00	10,000,000.00	4,000,000.00
偿还债务所支付的现金		9,000,000.00	
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	135,600.00	335,004.90	151,608.89
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润			
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计	135,600.00	9,335,004.90	151,608.89
筹资活动产生的现金流量净额	6,984,400.00	664,995.10	3,848,391.11
四、汇率变动对现金的影响额			
五、现金及现金等价物净增加额	-6,589,873.68	9,038,748.92	-1,507,477.41

加：年初现金及现金等价物余额	9,185,177.01	146,428.09	1,653,905.50
六、期末现金及现金等价物余额	2,595,303.33	9,185,177.01	146,428.09

(四) 所有者权益变动表

项 目	2013年 1-3月								所有者权益合 计
	实收资本	资本公积	减：库 存股	专项 储备	盈余公积	一般风 险准备	未分配利润	其他	
一、上年年末余额	2,000,000.00				123,379.94		1,110,419.49		3,233,799.43
加：会计政策变更									
前期差错更正									
其他									
二、本年年初余额	2,000,000.00				123,379.94		1,110,419.49		3,233,799.43
三、本期增减变动金额（减少 以“-”号填列）	4,000,000.00	120,000.00					907,925.34		5,027,925.34
（一）净利润							907,925.34		907,925.34
（二）其他综合收益									
上述（一）和（二）小计							907,925.34		907,925.34
（三）所有者投入和减少资本	4,000,000.00	120,000.00							4,120,000.00
1. 所有者投入资本	4,000,000.00	120,000.00							4,120,000.00
2. 股份支付计入所有者权益									

的金额								
3. 其他								
（四）利润分配								
1. 提取盈余公积								
2. 提取一般风险准备								
3. 对所有者（或股东）的分 配								
4. 其他								
（五）所有者权益内部结转								
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. 其他								
（六）专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用								
四、本期期末余额	6,000,000.00	120,000.00			123,379.94		2,018,344.83	8,261,724.77

项 目	2012 年度								所有者权益合 计
	实收资本	资本公积	减：库 存股	专项 储备	盈余公积	一般风 险准备	未分配利润	其他	
一、上年年末余额	2,000,000.00						-1,339,959.53		660,040.47
加：会计政策变更									
前期差错更正									
其他									
二、本年年初余额	2,000,000.00						-1,339,959.53		660,040.47
三、本期增减变动金额（减少 以“-”号填列）					123,379.94		2,450,379.02		2,573,758.96
（一）净利润							2,573,758.96		2,573,758.96
（二）其他综合收益									
上述（一）和（二）小计							2,573,758.96		2,573,758.96
（三）所有者投入和减少资本									
1. 所有者投入资本									
2. 股份支付计入所有者权益									

的金额									
3. 其他									
（四）利润分配					123,379.94		-123,379.94		
1. 提取盈余公积					123,379.94		-123,379.94		
2. 提取一般风险准备									
3. 对所有者（或股东）的分配									
4. 其他									
（五）所有者权益内部结转									
1. 资本公积转增股本									
2. 盈余公积转增股本									
3. 盈余公积弥补亏损									
4. 其他									
（六）专项储备									
1. 本期提取									
2. 本期使用									
四、本期期末余额	2,000,000.00				123,379.94		1,110,419.49		3,233,799.43

项 目	2011 年度								所有者权益合计
	实收资本	资本公积	减：库存 股	专项 储备	盈余 公积	一般风 险准备	未分配利润	其 他	
一、上年年末余额	2,000,000.00						-1,143,591.40		856,408.60
加：会计政策变更									
前期差错更正									
其他									
二、本年年初余额	2,000,000.00						-1,143,591.40		856,408.60
三、本期增减变动金额（减少 以“-”号填列）							-196,368.13		-196,368.13
（一）净利润							-196,368.13		-196,368.13
（二）其他综合收益									
上述（一）和（二）小计							-196,368.13		-196,368.13
（三）所有者投入和减少资本									
1. 所有者投入资本									
2. 股份支付计入所有者权益的金									

额									
3. 其他									
（四）利润分配									
1. 提取盈余公积									
2. 提取一般风险准备									
3. 对所有者（或股东）的分配									
4. 其他									
（五）所有者权益内部结转									
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. 其他									
（六）专项储备									
1. 本期提取									
2. 本期使用									
四、本期期末余额	2,000,000.00						-1,339,959.53		660,040.47

三、公司报告期采用的主要会计政策和会计估计及其变更

（一）收入确认

1、收入确认的一般原则：

（1）销售商品

对已将商品所有权上的主要风险或报酬转移给购货方，不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，相关的收入已经取得或取得了收款的凭据，且与销售该商品有关的成本能够可靠地计量时，公司确认商品销售收入的实现。

（2）提供劳务

对在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，公司在期末按完工百分比法确认收入。

（3）让渡资产使用权

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时，公司确认收入。

（二）应收款项

1、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法：

单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准：单项金额重大是指单项金额在 200 万元(含 200 万元，关联方往来除外)以上的应收款项。

公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

2、按照组合计提坏账准备的应收款项

公司对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。

不同组合的确定依据：

项目	确定组合的依据
----	---------

项目	确定组合的依据
账龄分析组合	单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收款项, 相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征。
低信用风险组合	(1) 与生产经营项目有关且期满可以全部收回各种保证金、押金; (2) 因经营、开发项目需要以工程款作抵押的施工借款; (3) 公司与关联方之间发生的应收款项, 关联方单位财务状况良好。

公司对低信用风险组合不计提坏账准备。

3、根据信用风险特征组合确定的计提方法：按账龄分析法计提坏账准备

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1年以内(含1年)	5.00	5.00
1—2年	10.00	10.00
2—3年	30.00	30.00
3—4年	50.00	50.00
4—5年	80.00	80.00
5年以上	100.00	100.00

4、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

公司对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项，单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备

(三) 固定资产

1、固定资产确认条件

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

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

公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

2、各类固定资产的折旧方法

公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值，公司确定各类固定资产的年折旧率如下：

类别	使用年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
电子设备	3	5.00	31.67
办公家具及其他	5	5.00	19.00

其中，已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

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

4、每年年度终了，公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。

使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

5、大修理费用

公司对固定资产进行定期检查发生的大修理费用，有确凿证据表明符合固定资产确认条件的部分，计入固定资产成本，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。固定资产在定期大修理间隔期间，照提折旧。

(四) 无形资产

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

公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

公司期末预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

(五) 资产减值

公司对固定资产、无形资产等的资产减值，按以下方法确定：

公司于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于公司确定的报告分部。

减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（六）报告期内主要会计政策、会计估计的变更情况

报告期内公司主要会计政策、会计估计未发生变更。

四、公司最近两年一期的主要财务数据和财务指标分析

（一）财务状况分析

单位：元

财务指标	2013年3月31日	2012年12月31日	2011年12月31日
------	------------	-------------	-------------

流动资产	13,062,312.50	12,530,647.22	11,755,156.12
非流动资产	5,012,909.15	5,986,002.35	1,017,221.04
其中：固定资产	54,452.91	57,146.92	81,225.48
无形资产	23,099.91	23,799.90	26,600.00
总资产	18,075,221.65	18,516,649.57	12,772,377.16
流动负债	9,813,496.88	15,282,850.14	12,112,336.69
非流动负债			
总负债	9,813,496.88	15,282,850.14	12,112,336.69

公司 2013 年 3 月末资产总额 18,075,221.65 元,较 2012 年末减少 441,427.92 元,减幅为 2.38%,主要是摊销户外广告租赁费及房租减少非流动资产 966,999.00 元所致。2012 年末资产总额较 2011 年末增加 5,744,272.41 元,增幅为 44.97%,主要是非流动资产中长期待摊费用新增户外广告租赁费 5,225,327.00 元所致。从公司资产构成上看,资产构成合理,符合公司的实际情况。

公司 2013 年 3 月末负债总额较 2012 年末减少 5,469,353.26 元,主要是公司与供应商结算应付款项和公司按收入确认原则结转预收客户广告发布费相应减少应付账款和预收账款所致;公司 2012 年末负债总额较 2011 年末增加 3,170,513.45 元,主要是公司确认应付广告发布成本,同时利用商业信用增加应付账款所致。

(二) 盈利能力分析

财务指标	2013 年 1-3 月	2012 年度	2011 年度
毛利率	27.86%	21.81%	11.72%
净资产收益率	17.94%	132.20%	-25.90%
扣除非经常性损益后的净资产收益率	17.94%	132.20%	-25.88%
基本每股收益(元/股)	0.35	1.29	-0.10
基本每股收益(扣除非经常性损益)(元/股)	0.35	1.29	-0.10

公司 2013 年 1-3 月,2012 年度、2011 年度毛利率分别 27.86%、21.81%、11.72%。公司报告期内毛利率变动的原因是:

公司 2013 年 1-3 月户外媒体项目毛利率较 2012 年度提高 6.22 个百分点，2012 年度户外媒体项目毛利率较 2011 年度提高 9.46 个百分点。户外媒体广告是通过户外媒体进行视觉传达的广告，主要包括高速公路站亭、站棚、路牌、电子显示屏等。户外媒体项目毛利率变动的主要原因一是公司的户外广告业务正处于一个转型时期，随着科技化浪潮渗透到社会的每一个领域，以及人民对居住环境的要求不断提高，公司的户外广告业务正在朝新颖、美观、娱乐化和高科技的路线发展，户外广告产品的附加值有大幅提高；二是公司成立时间较短，为了积累上游资源在广告发布成本和广告租赁成本方面的初期投入较高，符合户外广告行业的特点。随着公司业务不断扩大，在与北京现代汽车有限公司、红牛维他命饮料有限公司等大客户建立稳定合作关系的基础上，公司已成功与北京市首发高速公路经营管理有限公司形成长期战略联盟并建立起长远的合作关系，公司户外广告毛利率正逐步向行业平均水平回归。

报告期内，公司公关活动及其他项目毛利率偏低，且呈逐年下降趋势。主要原因是公司成立之初，在上游资源和下游客户均不稳定的情况下，公司为了扩大业务范围，承办了一些如公关活动和礼品活动等毛利率很低的项目。2012 年开始，公司逐步形成了自己较为完善的业务体系、稳定的供应商和客户资源，公司逐年减少公关活动和礼品活动等项目的承办。公关活动及其他项目不是公司的主要盈利点，毛利率很低，其变动对公司整体盈利影响不大。

公司 2013 年 1-3 月，2012 年度、2011 年度净资产收益率分别为 17.94%、132.20%、-25.88%，2012 年度净资产收益率较 2011 年度大幅增加的主要原因系净利润增幅较大，同时净利润的增幅超过净资产的增幅所致。

公司 2013 年 1-3 月，2012 年度、2011 年度每股收益分别为 0.35 元/股、1.29 元/股、-0.10 元/股，2012 年度与 2011 年度相比，公司扭亏为盈，净利润水平大幅增加，在股本（实收资本）未发生变化的情况下，每股收益较 2011 年度有大幅增加。

（三）偿债能力分析

财务指标	2013 年 3 月 31 日	2012 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
资产负债率	54.29%	82.54%	94.83%
流动比率	1.33	0.82	0.97
速动比率	1.33	0.82	0.97

公司 2013 年 3 月末、2012 年末、2011 年末资产负债率分别为 54.29%、82.54%、94.83%，从指标上看，公司资产负债率在同行业中处于偏上水平，公司无非流动负债，流动负债主要是短期借款、应付账款、预收账款、应交税费，2013 年 3 月末、2012 年末、2011 年末上述四项合计占负债总额的比率分别为 89.19%、83.44%、69.98%，这与公司所处行业发展阶段、公司的业务特性密切相关，公司不存在重大长期偿债风险。

公司 2013 年 3 月末、2012 年末、2011 年末流动比率分别为 1.33、0.82、0.97，速动比率与流动比率相同。2013 年 3 月末较 2012 年末流动比率和速动比率有所上升，短期偿债能力水平有所改善，主要原因是公司流动资产增加，而流动负债减少所致；2012 年末与 2011 年末相比流动比率和速动比率略有下降，主要原因是公司货币资金和应收账款等流动资产的增幅低于流动负债的增幅所致。总体上看，报告期内公司短期偿债能力有一定波动，但相较于发展阶段属于正常。

(四) 营运能力分析

财务指标	2013 年 1-3 月	2012 年度	2011 年度
应收账款周转率(次)	3.91	30.08	42.94
存货周转率(次)			

公司 2013 年 1-3 月、2012 年、2011 年应收账款周转率分别为 3.91、30.08、42.94，2013 年 1-3 月应收账款周转率较 2012 年下降幅度较大，主要是公司 2013 年 1-3 月符合收入确认原则确认的应收账款尚未收回，应收账款增加较多所致；2012 年应收账款周转率较 2011 年有所下降，主要是公司应收账款随着营业收入的增加而增加，但应收账款的增幅超过营业收入的增幅所致。公司以预收款销售方式为主，赊销为辅的信用政策，公司应收账款账期较短，一般为 3-6 个月。公司客户多数和公司有着长久的合作关系，信用较好，公司回款情况良好。

报告期，公司无存货，故 2013 年 1-3 月、2012 年、2011 年存货周转率均为 0，主要是由公司所处行业和业务特点决定的，符合公司目前的发展阶段和公司的实际情况。

(五) 现金流量分析

单位：元

财务指标	2013年1-3月	2012年度	2011年度
经营活动产生的现金流量净额	-13,570,683.94	8,375,889.72	-5,277,534.52
投资活动产生的现金流量净额	-3,589.74	-2,135.90	-78,334.00
筹资活动产生的现金流量净额	6,984,400.00	664,995.10	3,848,391.11
现金及现金等价物净增加额	-6,589,873.68	9,038,748.92	-1,507,477.41

公司 2013 年 1-3 月、2012 年度、2011 年度现金及现金等价物净增加额分别为-6,589,873.68 元、9,038,748.92 元、-1,507,477.41 元。各项目的变化及原因具体如下：

(1) 公司 2013 年 1-3 月、2012 年度、2011 年度经营活动产生的现金流量净额分别为-13,570,683.94 元、8,375,889.72 元、-5,277,534.52 元。2011 年度，公司经营活动现金流净额为-527.75 万元，主要是随着公司业务规模扩大和人员的增加，公司一次性支付办公场所三年的租赁费 68.00 万元；按合同约定预付供应商北京市首发高速公路经营管理有限公司的广告发布费 703.25 万元；期末公司对关联方拆出资金金额较大；同时由于客户的原因，公司应收账款部分回款延后至 2012 年期初等原因所致。2012 年度，公司经营活动现金流净额为 837.59 万元，主要是公司销售回款较 2011 年度及时，应收账款余额与期初变动不大，大部分销售款项均已收回，并对关联方的往来款进行了清理，收回了 2011 年度拆出的往来款；按合同预付供应商北京市首发高速公路经营管理有限公司的广告发布费在 2013 年支付，减少了现金流出等原因所致。2013 年一季度，业务发展需要，按合同约定预付供应商款项增加，但由于客户原因，一季度按收入确认原则确认的大额款项尚未收回，且公司对以前年度其他应付款进行了清理，造成 2013 年一季度的经营性净现金流为-1357.07 万元。

(2) 公司 2013 年 1-3 月、2012 年度、2011 年度投资活动产生的现金流量净额分别为-3,589.74 元、-2,135.90 元、-78,334.00 元，投资活动净现金流均为负数，主要是公司扩大业务规模，购置固定资产和无形资产支付的现金。

(3) 公司 2013 年 1-3 月、2012 年度、2011 年度筹资活动产生的现金流量净额分别为 6,984,400.00 元、664,995.10 元、3,848,391.11 元，2013 年 1-3 月筹资活动产生的现金流量净额为取得借款收到的现金 4,000,000.00 元及偿付利息支付的现金 151,608.89 元；2012 年筹资活动产生的现金流量净额为取得借款收到的现金 10,000,000.00 元，偿还债务支付的现金 9,000,000.00 及偿付利息支付

的现金 335,004.90 元；2011 年筹资活动产生的现金流量净额为取得借款收到的现金 3,000,000.00 元，偿付利息支付的现金 135,600.00 元。

五、报告期利润形成的有关情况

(一) 营业收入的具体确认方法

公司营业收入的具体确认方法是根据与客户签订的广告发布合同，在广告内容见诸媒体并经客户确认，取得收款的权利，相关的经济利益很可能流入企业时，按广告发布期确认销售收入。

公司收入具体确认方法与收入确认原则相符，收入确认原则与企业会计准则相符。

(二) 营业收入的主要构成

单位：元

项 目	2013 年 1-3 月		2012 年度		2011 年度	
	金额	占 比%	金额	占 比%	金额	占 比%
主营业务收入						
其中：户外媒体	7,941,233.96	100.00	39,503,649.67	94.44	36,251,648.00	77.58
公关活动及其他			2,326,087.18	5.56	10,479,223.00	22.42
其他业务收入						
营业收入合计	7,941,233.96	100.00	41,829,736.85	100.00	46,730,871.00	100.00

公司是户外广告传媒专业化整体解决方案提供商，公司主营业务收入主要为户外媒体收入和公关活动及其他收入，报告期内，公司营业收入全部来源于主营业务收入，公司主营业务明确。

(三) 主营业务收入按产品类别计算的毛利率及变动分析

单位：元

项目	2013年1-3月			2012年度			2011年度		
	收入	成本	毛利率%	收入	成本	毛利率%	收入	成本	毛利率%
户外媒体	7,941,233.96	5,728,972.31	27.86	39,503,649.67	30,388,431.07	23.07	36,251,648.00	31,319,118.00	13.61
公关活动及其他				2,326,087.18	2,317,983.00	0.35	10,479,223.00	9,934,757.00	5.20
合计	7,941,233.96	5,728,972.31	27.86	41,829,736.85	32,706,414.07	21.81	46,730,871.00	41,253,875.00	11.72

公司2013年1-3月、2012年度、2011年度毛利率分别27.86%、21.81%、11.72%，呈逐年上升趋势，公司报告期内毛利率变动的的原因如下：

1、公司2013年1-3月户外媒体项目毛利率较2012年度提高6.22个百分点，2012年度户外媒体项目毛利率较2011年度提高9.46个百分点。户外媒体广告是通过户外媒体进行视觉传达的广告，主要包括高速公路站亭、站棚、路牌、电子显示屏等。户外媒体项目毛利率变动的主要原因一是公司的户外广告业务正处于一个转型时期，随着科技化浪潮渗透到社会的每一个领域，以及人民对居住环境的要求不断提高，公司的户外广告业务正在朝新颖、美观、娱乐化和高科技的路线发展，户外广告产品的附加值有大幅提高；二是公司成立时间较短，为了积累上游资源在广告发布成本和广告租赁成本方面的初期投入较高，符合户外广告行业的特点。随着公司业务不断扩大，在与北京现代汽车有限公司、红牛维他命饮料有限公司等大客户建立稳定合作关系的基础上，公司已成功与北京市首发高速公路经营管理有限公司形成长期战略联盟并建立起长远的合作关系，公司户外广告毛利率正逐步向行业平均水平回归。

2、报告期内，公司公关活动及其他项目毛利率偏低，且呈逐年下降趋势。主要原因是公司成立之初，在上游资源和下游客户均不稳定的情况下，公司为了扩大业务范围，承办了一些如公关活动和礼品活动等毛利率很低的项目。2012年开始，公司逐步形成了自己较为完善的业务体系、稳定的供应商和客户资源，公司逐年减少公关活动和礼品活动等项目的承办。公关活动及其他项目不是公司的主要盈利点，毛利率很低，其变动对公司整体盈利影响不大。

(四) 主营业务收入按地区类别计算的毛利率及变动分析

单位：元

地区	2013年1-3月	2012年度	2011年度
----	-----------	--------	--------

	营业收入	营业成本	毛利率%	营业收入	营业成本	毛利率%	营业收入	营业成本	毛利率%
北京	6,563,875.47	4,476,142.12	31.81	37,189,736.85	28,775,282.05	22.63	41,730,871.00	36,651,875.00	12.17
北京以外地区	1,377,358.49	1,252,830.19	9.04	4,640,000.00	3,931,132.02	15.28	5,000,000.00	4,602,000.00	7.96
合计	7,941,233.96	5,728,972.31	27.86	41,829,736.85	32,706,414.07	21.81	46,730,871.00	41,253,875.00	11.72

公司的营业收入全部来源于国内，从营业收入的地域构成来看，公司 2013 年 1-3 月、2012 年度、2011 年度来自北京的主营业务收入分别占当期主营业务收入的 82.66%、88.91%、89.30%，北京营业收入占比较高，是公司销售的主要区域。北京以外地区主营业务收入占当期主营业务收入比例较低，毛利率偏低且波动较大，主要原因是北京以外地区媒体资源成本较高，尚未与公司形成长期的战略合作关系。但随着公司在业内影响力的扩大及公司营销网络的扩展，公司将积极拓展全国的媒体资源，销售区域有望逐年扩大。

(五) 营业收入和利润总额的变动趋势及原因

公司最近两年一期营业收入及利润情况如下：

单位：元

项 目	2013 年 1-3 月	2012 年度		2011 年度
	金额	金额	增长率 (%)	金额
营业收入	7,941,233.96	41,829,736.85	-10.49	46,730,871.00
营业成本	5,728,972.31	32,706,414.07	-20.72	41,253,875.00
营业利润	1,211,966.46	3,448,799.52		-221,875.43
利润总额	1,211,966.46	3,448,799.52		-222,025.43
净利润	907,925.34	2,573,758.96		-196,368.13

公司 2012 年度营业收入较 2011 年度减少 10.49%，营业利润、利润总额和净利润较 2011 年度却有大幅提升，2012 年度公司营业利润增加 3,670,674.95 元，利润总额增加 3,670,824.95、净利润增加 2,770,127.09 元。主要原因如下：

1、毛利率上升，报告期公司毛利率从 2011 年度的 11.72% 增至 2012 年度的 21.81%。毛利率变动的原因见本转让说明书“第四节 公司财务会计”之“五、报告期利润形成的有关情况”之“(二) 主营业务收入按产品类别计算的毛利率

及变动分析”。

2、公司 2012 年度营业成本和期间费用下降幅度超过营业收入增长幅度，使公司 2012 年度营业利润较 2011 年度增加 3,670,674.95 元，2012 年度利润总额和净利润均较 2011 年度有大幅增加。期间费用变动原因见本转让说明书“第四节 公司财务会计”之“五、报告期利润形成的有关情况”之“(五) 主要费用及变动情况”。

(六) 主要费用及变动情况

公司最近两年一期主要费用及其变动情况如下：

单位：元

项目	2013 年 1-3 月	2012 年度		2011 年度
	金额	金额	增长率 (%)	金额
销售费用 (元)	413,311.98	2,377,460.53	-2.20	2,431,007.82
管理费用 (元)	454,540.02	2,008,066.04	17.90	1,703,227.57
财务费用 (元)	137,015.25	336,772.03	132.51	144,844.16
主营业务收入 (元)	7,941,233.96	41,829,736.85	-10.49	46,730,871.00
销售费用占主营业务收入比重	5.20%	5.68%		5.20%
管理费用占主营业务收入比重	5.72%	4.80%		3.64%
财务费用占主营业务收入比重	1.73%	0.81%		0.31%

公司销售费用主要包括人工费、差旅费、招待费、咨询费及其他日常费用等。报告期内，公司销售费用占营业收入的比例变化不大，2013 年 1-3 月、2012 年度、2011 年度分别为 5.20%、5.68%、5.20%。公司严格控制各项费用开支，销售费用与收入保持同比例增长，符合公司的实际情况。

公司管理费用主要包括人工费、办公费、折旧与摊销及其他日常费用等。报告期内，公司管理费用占当期营业收入比重有所增长，2013 年 1-3 月、2012 年度、2011 年度分别为 5.72%、4.80%、3.64%，主要是随着公司业务规模的不断扩大，管理员工资及福利费有所增加所致。

2013年1-3月、2012年度、2011年度，公司财务费用分别为137,015.25元、336,772.03元、144,844.16元。报告期内，除利息收入及银行手续费支出外，均为短期借款利息支出，公司财务费用占营业收入比重较小，表明公司财务负担较小。

(七) 非经常性损益情况

单位：元

项 目	2013年1-3月	2012年度	2011年度
计入当期损益的政府补助			
非流动性资产处置损益			
除上述各项之外的其他营业外收入和支出			-150.00
小 计			
减：所得税影响额			
非经常性损益净额			-150.00
净利润	907,925.34	2,573,758.96	-196,368.13
扣除非经常性损益后的净利润	907,925.34	2,573,758.96	-196,218.13
非经常性损益占利润总额的比例			0.07%

报告期内，2011年度非经常性损益为-150.00元，占当期利润总额的比例为0.07%，对公司当期财务状况和经营成果的影响很小。

非经常性损益的确认符合企业会计准则的相关规定，非经常性损益的确认真实、准确。

(八) 公司主要税项及相关税收优惠政策

1、主要税种及税率

税 种	计税依据	法定税率(%)
营业税	应税收入	5.00
增值税	应税收入	6.00
教育费附加	应纳流转税额	3.00
城市维护建设税	应纳流转税额	7.00
企业所得税	应纳税所得额	25.00
地方教育附加	应纳流转税额	2.00
文化事业建设费	应税收入	3.00

公司2011年1月至2012年8月按营业额征收营业税，税率5.00%，应北

京市东城区国家税务局东国六税通[0095]号税务事项通知书, 公司自 2012 年 9 月起认定为增值税一般纳税人, 改征增值税, 税率 6.00%, 地方教育附加从 2012 年 1 月开始征收, 税率 2.00%。

2、税收优惠政策

公司不享受税收优惠政策。

六、公司最近两年一期主要资产情况

(一) 应收账款

1、报告期内应收账款余额、账龄及坏账准备情况

单位: 元

账 龄	2013 年 3 月 31 日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
1 年以内	2,755,066.35	100.00	137,753.32	2,617,313.03
1-2 年				
2-3 年				
3-4 年				
4-5 年				
5 年以上				
合 计	2,755,066.35	100.00	137,753.32	2,617,313.03
账 龄	2012 年 12 月 31 日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
1 年以内	1,523,000.00	100.00	76,150.00	1,446,850.00
1-2 年				
2-3 年				
3-4 年				
4-5 年				
5 年以上				
合 计	1,523,000.00	100.00	76,150.00	1,446,850.00
账 龄	2011 年 12 月 31 日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
1 年以内	1,370,000.00	97.41	68,500.00	1,301,500.00
1-2 年	36,437.41	2.59	3,643.74	32,793.67
2-3 年				

3-4 年				
4-5 年				
5 年以上				
合 计	1,406,437.41	100.00	72,143.74	1,334,293.67

2013 年 3 月末, 应收账款余额 2,755,066.35 元, 较 2012 年末余额增加 1,232,066.35 元, 主要系公司 2013 年 1-3 月符合收入确认原则确认的应收账款尚未收回, 应收账款增加较多所致。

2013 年 3 月末、2012 年末、2011 年末, 公司账龄 1 年以内的应收账款占应收账款总额的比例分别为 100.00%、100.00%、97.41%。截至本转让说明书出具之日, 公司应收北京中信房地产有限公司 1,615,000.00 元和北京伊诺盛广告公司 880,000.00 元的广告款已全部收回, 公司客户多为长期合作, 且信用较好的大型企业, 发生坏账的风险较小。

报告期内公司未发生坏账损失, 公司坏账计提比例符合公司实际情况, 公司已按照既定的坏账政策计提坏账准备, 公司应收账款不存在重大损失风险。

2、应收账款前五名客户情况

截至 2013 年 3 月 31 日, 应收账款前五名客户情况如下:

单位: 元

单位名称	金额	比例 (%)	账龄	性质
北京中信房地产有限公司	1,615,000.00	58.62	1 年以内	广告款
北京伊诺盛广告公司	880,000.00	31.94	1 年以内	广告款
红牛维他命饮料有限公司	201,066.35	7.30	1 年以内	广告款
鸿鼎和广告传媒(北京)有限公司	59,000.00	2.14	1 年以内	广告款
合 计	2,755,066.35	100.00		

截至 2012 年 12 月 31 日, 应收账款前五名客户情况如下:

单位: 元

单位名称	金额	比例 (%)	账龄	性质
北汽福田汽车股份有限公司	1,464,000.00	96.13	1 年以内	广告款
鸿鼎和广告传媒(北京)有限公司	59,000.00	3.87	1 年以内	广告款
合 计	1,523,000.00	100.00		

截至 2011 年 12 月 31 日，应收账款前五名客户情况如下：

单位：元

单位名称	金额	比例 (%)	账龄	性质
威富服装深圳有限公司	650,000.00	46.22	1 年以内	广告款
北京伊诺盛广告有限公司	500,000.00	35.55	1 年以内	广告款
盛世长城国际广告有限公司	220,000.00	15.64	1 年以内	广告款
北京奥林匹克实业开发公司	36,437.41	2.59	1-2 年	广告款
合 计	1,406,437.41	100.00		

3、截至 2013 年 3 月 31 日，应收账款余额中无应收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

（二）预付账款

1、报告期内预付账款余额、账龄及坏账准备情况

单位：元

账龄	2013 年 3 月 31 日		2012 年 12 月 31 日		2011 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例%	账面余额	比例%	账面余额	比例%
1 年以内	7,630,856.14	100.00	975,662.14	100.00	4,284,950.00	98.37
1 到 2 年					71,187.00	1.63
2 到 3 年						
3 到 4 年						
4 至 5 年						
5 年以上						
合 计	7,630,856.14	100.00	975,662.14	100.00	4,356,137.00	100.00

报告期内，预付账款主要是预付广告发布费、广告制作费等，截至报告期末，预付账款账龄均为 1 年以内。

2、预付账款前五名情况

截至 2013 年 3 月 31 日，预付账款金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	金额	比例 (%)	账龄	性质
北京市首发高速公路经营管理有限	3,024,594.00	39.64	1 年以内	广告发布

公司				费
北京盛通恒商贸有限公司	3,000,000.00	39.31	1年以内	材料费
北京阳光汇彩文化传播中心	1,415,000.00	18.54	1年以内	广告发布费
北京市投资广告有限公司	141,262.14	1.85	1年以内	广告发布费
北京恒智金属结构有限公司	50,000.00	0.66	1-2年	广告制作费
合计	7,630,856.14	100.00		

截至2012年12月31日, 预付账款金额前五名的情况如下:

单位: 元

单位名称	金额	比例(%)	账龄	性质
上海恰达尔广告有限公司	600,000.00	61.50	1年以内	广告发布费
北京市投资广告有限公司	141,262.14	14.48	1年以内	广告发布费
北京艺野威特广告有限公司	234,400.00	24.02	1年以内	广告制作费
合计	975,662.14	100.00		

截至2011年12月31日, 预付账款金额前五名的情况如下:

单位: 元

单位名称	金额	比例(%)	账龄	性质
北京市首发高速公路经营管理有限公司	3,691,250.00	84.74	1年以内	广告发布费
广州時計廊有限公司	352,500.00	8.09	1年以内	广告制作费
北京精准创赢广告有限公司	150,000.00	3.44	1年以内	广告制作费
中关村科技担保有限公司	91,200.00	2.09	1年以内	贷款担保费
长丰艳力有限公司	50,367.00	1.16	1年以内	广告制作费
合计	4,335,317.00	99.52		

3、截至2013年3月31日, 预付账款余额中无预付持有公司5% (含5%) 以上表决权股份的股东单位款项。

(三) 其他应收款

1、报告期内其他应收款余额、账龄及坏账准备情况

单位: 元

账龄	2013年3月31日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
1年以内	211,200.00	89.04	10,560.00	200,640.00
1-2年				
2-3年	26,000.00	10.96	7,800.00	18,200.00
3-4年				
4-5年				
5年以上				
合计	237,200.00	100.00	18,360.00	218,840.00
账龄	2012年12月31日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
1年以内	316,162.18	31.19	15,808.11	300,354.07
1-2年	671,560.00	66.25	67,156.00	604,404.00
2-3年	26,000.00	2.56	7,800.00	18,200.00
3-4年				
4-5年				
5年以上				
合计	1,013,722.18	100.00	90,764.11	922,958.07
账龄	2011年12月31日			
	余额	比例(%)	坏账准备	净额
1年以内	5,891,997.22	94.38	289,599.86	5,602,397.36
1-2年	351,000.00	5.62	35,100.00	315,900.00
2-3年				
3-4年				
4-5年				
5年以上				
合计	6,242,997.22	100.00	324,699.86	5,918,297.36

截至2013年3月末,公司其他应收款主要是押金,账龄1年以内占比为89.04%。2013年3月末,其他应收款余额为237,200.00元,较2012年末余额减少776,522.18元,减少幅度76.60%,主要是公司收回炫彩翼北京广告有限公司借款610,000.00元所致;2012年末,其他应收款余额为1,013,722.18元,较2011年末余额减少5,229,275.04元,减少幅度83.76%。主要是公司收回炫彩翼北京广告有限公司借款2,610,000.00元、北京阳光汇彩文化传播中心借款3,067,537.70元及丰通盛钢材有限公司借款325,000.00元所致。

在有限公司期间由于公司规模较小，包括资金管理制度的各项内部控制制度尚不健全，故公司向上述公司之间拆出的资金未签订借款协议，未约定利息，也未履行内部决议程序，存在一定的不规范之处。但股份公司成立之后，公司健全了各项内部控制制度，对资金的借支和使用严格管理，未再发生类似资金拆借情况。

2、其他应收款金额前五名的情况

截至2013年3月31日，其他应收款金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	金额	比例(%)	账龄	性质
北京市市政市容管理委员会	211,200.00	89.04	1年以内	押金
梁富敏	21,000.00	8.85	2-3年	押金
北京方恒第一太平物业管理有限公司	5,000.00	2.11	2-3年	押金
合计	237,200.00	100.00		

截至2012年12月31日，其他应收款金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	金额	比例(%)	账龄	性质
炫彩翼北京广告有限公司	610,000.00	60.18	1-2年	往来款
北京市市政市容管理委员会	211,200.00	20.83	1年以内	押金
孙茜	100,163.18	9.88	1年以内	备用金
马嘉宁	61,560.00	6.07	1-2年	往来款
梁富敏	21,000.00	2.07	2-3年	押金
合计	1,003,923.18	99.03		

截至2011年12月31日，其他应收款金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	金额	比例(%)	账龄	性质
北京阳光汇彩文化传播中心	3,067,537.70	49.13	1年以内	往来款
炫彩翼北京广告有限公司	2,610,000.00	41.81	1年以内	往来款

丰通盛钢材有限公司	325,000.00	5.21	1-2 年	往来款
郭宁	100,000.00	1.60	1 年以内	备用金
马嘉宁	61,560.00	0.99	1 年以内	往来款
合 计	6,164,097.70	98.74		

3、截至 2013 年 3 月 31 日,其他应收款余额中无应收持有公司 5% (含 5%) 以上表决权股份的股东单位款项。

(四) 固定资产

1、固定资产的分类及折旧方法

公司按年限平均法计提固定资产折旧。各类固定资产的预计使用年限、残值率和年折旧率分别为:

类 别	使用年限 (年)	残值率 (%)	年折旧率 (%)
电子设备	3	5.00	31.67
办公家具及其他	5	5.00	19.00

2、固定资产及累计折旧情况

截至 2013 年 3 月 31 日,固定资产原值、折旧、净值等见下表:

单位:元

项目	2013.01.01	本期增加	本期减少	2013.3.31
一、账面原值合计	150,256.90	3,589.74		153,846.64
电子设备	82,206.00			82,206.00
办公家具及其他	68,050.90	3,589.74		71,640.64
二、累计折旧合计	93,109.98	6,283.75		99,393.73
电子设备	71,117.36	2,906.85		74,024.21
办公家具及其他	21,992.62	3,376.90		25,369.52
三、固定资产账面净值合计	57,146.92			54,452.91
电子设备	11,088.64			8,181.79
办公家具及其他	46,058.28			46,271.12
四、减值准备合计				
电子设备				
办公家具及其他				
五、固定资产账面价值合计	57,146.92			54,452.91

电子设备	11,088.64			8,181.79
办公家具及其他	46,058.28			46,271.12

截至 2012 年 12 月 31 日, 固定资产原值、折旧、净值等见下表:

单位: 元

项目	2012.01.01	本期增加	本期减少	2012.12.31
一、账面原值合计	148,121.00	2,135.90		150,256.90
电子设备	82,206.00			82,206.00
办公家具及其他	65,915.00	2,135.90		68,050.90
二、累计折旧合计	66,895.52	26,214.46		93,109.98
电子设备	57,617.58	13,499.78		71,117.36
办公家具及其他	9,277.94	12,714.68		21,992.62
三、固定资产账面净值合计	81,225.48			57,146.92
电子设备	24,588.42			11,088.64
办公家具及其他	56,637.06			46,058.28
四、减值准备合计				
电子设备				
办公家具及其他				
五、固定资产账面价值合计	81,225.48			57,146.92
电子设备	24,588.42			11,088.64
办公家具及其他	56,637.06			46,058.28

截至 2011 年 12 月 31 日, 固定资产原值、折旧、净值等见下表:

单位: 元

项目	2011.01.01	本期增加	本期减少	2011.12.31
一、账面原值合计	97,787.00	50,334.00		148,121.00
电子设备	60,266.00	21,940.00		82,206.00
办公家具及其他	37,521.00	28,394.00		65,915.00
二、累计折旧合计	38,419.35	28,476.17		66,895.52
电子设备	37,386.22	20,231.36		57,617.58
办公家具及其他	1,033.13	8,244.81		9,277.94
三、固定资产账面净值合计	59,367.65			81,225.48
电子设备	22,879.78			24,588.42

项目	2011.01.01	本期增加	本期减少	2011.12.31
办公家具及其他	36,487.87			56,637.06
四、减值准备合计				
电子设备				
办公家具及其他				
五、固定资产账面价值合计	59,367.65			81,225.48
电子设备	22,879.78			24,588.42
办公家具及其他	36,487.87			56,637.06

公司的固定资产包括电子设备、办公家具及其他。截至 2013 年 3 月 31 日，公司固定资产整体成新率为 35.39%，其中电子设备为 12.23%，家具及其他成新率为 63.50%。电子设备成新率较低，但该固定资产市场供应充分，成新率不会对公司财务状况和经营能力产生重要影响。目前公司在用的固定资产均使用状态良好，不存在淘汰、更新、大修、技术升级风险，不存在各项减值迹象，故对固定资产未计提减值准备。

(六) 无形资产

截至 2013 年 3 月 31 日，无形资产情况如下：

单位：元

项目	2013.01.01	本期增加	本期减少	2013. 3.31
一、账面原值合计	28,000.00			28,000.00
软件	28,000.00			28,000.00
二、累计摊销合计	4,200.10	699.99		4,900.09
软件	4,200.10	699.99		4,900.09
三、无形资产资产账面净值合计	23,799.90			23,099.91
软件	23,799.90			23,099.91
四、减值准备合计				
软件				
五、无形资产账面价值合计	23,799.90			23,099.91
软件	23,799.90			23,099.91

截至 2012 年 12 月 31 日，无形资产情况如下：

单位：元

项目	2011.01.01	本期增加	本期减少	2011.12.31
----	------------	------	------	------------

项 目	2011.01.01	本期增加	本期减少	2011.12.31
一、账面原值合计	28,000.00			28,000.00
软件	28,000.00			28,000.00
二、累计摊销合计	1,400.00	2,800.10		4,200.10
软件	1,400.00	2,800.10		4,200.10
三、无形资产资产账面净值合计	26,600.00			23,799.90
软件	26,600.00			23,799.90
四、减值准备合计				
软件				
五、无形资产账面价值合计	26,600.00			23,799.90
软件	26,600.00			23,799.90

截至 2011 年 12 月 31 日，无形资产情况如下：

单位：元

项 目	2011.01.01	本期增加	本期减少	2011.12.31
一、账面原值合计		28,000.00		28,000.00
软件		28,000.00		28,000.00
二、累计摊销合计		1,400.00		1,400.00
软件		1,400.00		1,400.00
三、无形资产资产账面净值合计				26,600.00
软件				26,600.00
四、减值准备合计				
软件				
五、无形资产账面价值合计				26,600.00
软件				26,600.00

报告期内，公司无形资产为外购软件，按 10 年摊销。

(七) 长期待摊费用

截至 2013 年 3 月 31 日，长期待摊费用情况如下：

单位：元

项目	2013.01.01	本期增加 额	本期摊销额	其他减 少额	2013.3.31	其他减少 的原因
房租	290,000.00		87,000.00		20,3000.00	

项目	2013.01.01	本期增加额	本期摊销额	其他减少额	2013.3.31	其他减少的原因
户外广告租赁费	5,573,327.00		879,999.00		4,693,328.00	
合计	5,863,327.00		966,999.00		4,896,328.00	

截至2012年12月31日,长期待摊费用情况如下:

单位:元

项目	2012.01.01	本期增加额	本期摊销额	其他减少额	2012.12.31	其他减少的原因
房租	638,000.00		348,000.00		290,000.00	
户外广告租赁费		7,040,000.00	1,466,673.00		5,573,327.00	
合计	638,000.00	7,040,000.00	1,814,673.00		5,863,327.00	

截至2011年12月31日,长期待摊费用情况如下:

单位:元

项目	2011.01.01	本期增加额	本期摊销额	其他减少额	2011.12.31	其他减少的原因
房租		680,000.00	42,000.00		638,000.00	
合计		680,000.00	42,000.00		638,000.00	

(八) 递延所得税资产

1、已确认递延所得税资产

单位:元

项目	2013.3.31	2012.12.31	2011.12.31
递延所得税资产:			
资产减值准备	39,028.33	41,728.53	99,210.90
可弥补亏损			172,184.66
小计	39,028.33	41,728.53	271,395.56

2、引起暂时性差异的资产项目对应的暂时性差异

单位:元

项目	2013.3.31	2012.12.31	2011.12.31
资产减值准备	156,113.32	166,914.11	396,843.60
可弥补亏损			688,738.63

(九) 资产减值准备的计提依据及计提情况

1、主要资产减值准备的计提方法

(1) 资产减值准备计提依据

①坏账准备

应收款项坏账准备计提方法见本转让说明书“第四节 公司财务会计”之“三、公司报告期采用的主要会计政策和会计估计及其变更”之“(二) 应收款项”。

应收账款坏账准备见本转让说明书“第四节 公司财务会计”之“六、公司最近两年一期主要资产情况”之“(一) 应收账款”。其他应收款坏账准备见本转让说明书“第四节 公司财务会计”之“六、公司最近两年一期主要资产情况”之“(三) 其他应收款”。

②金融资产减值

公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。

以摊余成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当期损益。预计未来现金流量现值，按照该金融资产原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失，计入当期损益。对单项金额不重大的金融资产，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。

公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不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。

可供出售金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，原直接计入资本公积的因公允价值下降形成的累计损失，予以转出，计入当期损益。该转出的累计损失，为可供出售金融资产的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。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

以成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，将该金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。发生的减值损失一经确认，不再转回。

③存货跌价准备

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

公司期末存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。公司通常按照类别存货项目计提存货跌价准备，期末，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

截至 2013 年 3 月 31 日，公司无存货。

④公司对除存货、按公允价值模式计量的投资性房地产、递延所得税资产、金融资产除外的资产减值准备

公司对除存货、按公允价值模式计量的投资性房地产、递延所得税资产、金融资产除外的资产减值准备计提方法见本转让说明书“第四节 公司财务会计”之“三、公司报告期采用的主要会计政策和会计估计及其变更”之“(二)资产减值”。

截至 2013 年 3 月 31 日，公司固定资产不存在减值情形，未计提减值准备。

(2) 资产减值准备计提情况

2013 年 1-3 月各项资产减值准备实际计提、冲销与转回明细

单位：元

项 目	2012.12.31	本年增加	本年减少		2013.03.31
			转回	冲销	
一、坏账准备	166,914.11	-10,800.79			156,113.32
其中：应收账款	76,150.00	61,603.32			137,753.32
其他应收款	90,764.11	-72,404.11			18,360.00
二、其他					
合 计	166,914.11	-10,800.79			156,113.32

2012 年各项资产减值准备实际计提、冲销与转回明细

单位：元

项 目	2011.12.31	本年增加	本年减少		2012.12.31
			转回	冲销	
一、坏账准备	396,843.60	-229,929.49			166,914.11
其中：应收账款	72,143.74	4,006.26			76,150.00
其他应收款	324,699.86	-233,935.75			90,764.11
二、其他					
合 计	396,843.60	-229,929.49			166,914.11

2011 年各项资产减值准备实际计提、冲销与转回明细

单位：元

项 目	2010.12.31	本年增加	本年减少		2011.12.31
			转回	冲销	
一、坏账准备	171,781.87	225,061.73			396,843.60
其中：应收账款	44,321.87	27,821.87			72,143.74
其他应收款	127,460.00	197,239.86			324,699.86
二、其他					
合 计	171,781.87	225,061.73			396,843.60

七、公司最近两年一期主要负债情况

(一) 短期借款

单位：元

项目	2013.3.31	2012.12.31	2011.12.31
保证借款	8,000,000.00	5,000,000.00	4,000,000.00
合计	8,000,000.00	5,000,000.00	4,000,000.00

公司分别于 2011 年 7 月 4 日、2012 年 8 月 27 日、2012 年 12 月 27 日与交通银行签订为期一年的《小企业流动资金借款合同》，贷款额分别为 400 万元、500 万元、300 万元。2011 年 7 月 4 日，北京中关村科技担保有限公司与交通银行签订《保证合同》，为公司与同日签定的 400 万元贷款提供担保，2012 年 8 月 27 日，邓柏与交通银行签订《最高额保证合同》，约定邓柏为公司在 2012 年 7 月 24 日至 2013 年 7 月 24 日间不超过 800 万元额度内的贷款担保。

(二) 应付账款

1、报告期内，应付账款余额、账龄情况

单位：元

账龄	2013.3.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1 年以内	69,500.00	100.00	3,244,500.00	100.00	1,223,500.00	100.00
1-2 年						
2-3 年						
3 年以上						
合计	69,500.00	100.00	3,244,500.00	100.00	1,223,500.00	100.00

截至 2013 年 3 月 31 日，公司应付账款余额账龄均为 1 年以内，为应付上海恰达尔广告有限公司的广告发布费。

2、截至 2013 年 3 月 31 日，应付账款前五名单位情况

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占应付账款总额的比例(%)	款项性质
上海恰达尔广告有限公司	供应商	69,500.00	1 年以内	100.00	广告发布费
合计		69,500.00		100.00	

3、截至 2013 年 3 月 31 日，应付账款余额中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

（三）预收账款

1、预收账款余额、账龄情况

单位：元

账龄	2013.3.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1 年以内	201,500.00	100.00	3,351,105.65	100.00	3,260,000.0	100.00
1-2 年						
2-3 年						
3 年以上						
合计	201,500.00	100.00	3,351,105.65	100.00	3,260,000.0	100.00

截至 2013 年 3 月 31 日，公司预收账款余额账龄均为 1 年以内，为预收客户的广告发布费。

2、截至 2013 年 3 月 31 日，预收账款前五名单位情况

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	未结算原因
北汽福田汽车股份有限公司	非关联方	196,500.00	1 年以内	未到期
北京中博巨石文化传媒有限公司	非关联方	5,000.00	1 年以内	未到期
合计		201,500.00		

3、截至 2013 年 3 月 31 日，预收账款余额中无预收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

（四）其他应付款

1、其他应付款余额、账龄情况

单位：元

账龄	2013.3.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1 年以内	727,073.32	69.56	1,371,813.37	54.44	2,356,936.05	65.00
1-2 年	318,101.13	30.44	1,000,000.00	39.68	1,269,190.83	35.00
2-3 年			148,101.13	5.88		

账龄	2013.3.31		2012.12.31		2011.12.31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
3年以上						
合计	1,045,174.45	100.00	2,519,914.50	100.00	3,626,126.88	100.00

截至2013年3月31日,期末大额其他应付款主要为应付公司控股股东邓柏的借款1,025,252.50元,截至本转让说明书出具之日,该款项已经全部归还。

2、截至2013年3月31日,其他应付款前五名单位情况

单位:元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	款项性质
邓柏	股东	707,151.37	1年以内	往来款
		318,101.13	1-2年	
代扣员工款项	非关联方	19,921.95	1年以内	社会保险及公积金
合计		1,045,174.45		

3、截至2013年3月31日,其他应付款中应付持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东款项为1,025,252.50元。

(五) 应交税费

单位:元

项目	2013.3.31	2012.12.31	2011.12.31
所得税	421,970.63	645,373.53	-15,523.02
个人所得税	8,272.57	14,609.74	7,809.72
增值税	44,850.50	297,421.04	
城建税	3,139.54	20,819.47	
教育费附加	1,345.52	8,922.63	
地方教育附加	897.01	5,948.42	
文化事业建设费	846.66	163,235.16	
合计	481,322.43	1,156,329.99	-7,713.30

(六) 应付利息

单位:元

项目	2013.3.31	2012.12.31	2011.12.31
短期借款应付利息	16,000.00	11,000.00	10,423.11

合计	16,000.00	11,000.00	10,423.11
----	-----------	-----------	-----------

八、公司股东权益情况

单位：元

项 目	2013年3月31日	2012年12月31日	2011年12月31日
实收资本或股本	6,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
资本公积	120,000.00		
盈余公积	123,379.94	123,379.94	
未分配利润	2,018,344.83	1,110,419.49	-1,339,959.53
股东权益合计	8,261,724.77	3,233,799.43	660,040.47

九、关联方、关联方关系及关联交易

(一) 关联方及关联方关系

根据《公司法》和《企业会计准则》的相关规定，结合公司的实际情况，公司关联方包括：公司控股股东；持有公司股份5%以上的其他股东；控股股东及其股东控制或参股的企业；对控股股东及主要股东有实质影响的法人或自然人；公司参与的合营企业、联营企业；公司的参股企业；主要投资者个人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员或与上述人员关系密切的人员控制的其他企业；其他对公司有实质影响的法人或自然人。

1、存在控制关系的关联方

公司的控股股东及实际控制人为邓柏，持有公司54%的股份，担任公司董事长。

2、不存在控制关系的关联方

关联方名称(姓名)	关联关系
吴美云	持有公司24%股份的股东
郭宁	持有公司20%股份的股东、总经理、董事
刘哲	副总经理、董事
姜建萍	财务总监、董事
陈秀梅	董事会秘书、董事
周宁	监事会主席

蔡颖	监事
蒋宇星	监事
孙茜	实际控制人邓柏之妻
唐耀	股东吴美云之夫

3、关联自然人

以上关联方中自然人的基本情况详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“四、董事、监事、高级管理人员基本情况”。

4、其他关联方

(1) 北京阳光汇彩文化传播中心

北京阳光汇彩文化传播中心（以下简称“阳光汇彩”）（注册号：110101001716342），企业类型：集体所有制（股份合作）；负责人：陈建华；成立日期：2000年10月18日；注册资本：100万；地址：北京市东城区东四十二条74号；主营业务：图文设计制作；组织展览展示；家居装饰设计；组织文化艺术交流；设计、制作、代理、发布广告。报告期内，控股股东邓柏之妻孙茜曾投资该企业，出资80万元，持股80%，为避免同业竞争，2013年4月，孙茜已将全部出资转让给肖波及蔡德祥，并已完成工商变更手续。现该企业股权情况如下：肖波出资65万元（持股65%）；陈建华出资19万元（持股19%）；蔡德祥出资15万元（持股15%），孙兴宇出资1万元（持股1%），根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则（试行）》第三十二条关于挂牌公司关联方的规定，该企业已不为公司的关联企业。

(2) 炫彩翼北京广告有限公司

炫彩翼北京广告有限公司（以下简称“炫彩翼”）（现名为北京瀚睿广告有限公司）（注册号：110101003593587），企业类型：有限责任公司(自然人投资或控股)；法定代表人：陈建华；成立日期：2007年2月1日；注册资本：100万；住所：北京市东城区琉璃寺9号；主营业务：设计、制作、代理、发布广告；承办展览展示；图文设计；企业形象策划；市场调查；会议服务。报告期内，控股股东邓柏之妻孙茜曾投资该企业，出资47万元，持股47%，为避免同业竞争，2013年4月，孙茜已将全部出资转让给陈建华，并已完成工商变更手续。现该公司股权情况如下：陈建华出资47万元（持股47%）；宁馨儿以货币出资38万元（持股38%）；赵卉洋出资15万元（持股15%），根据《全国中小

企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则(试行)》第三十二条关于挂牌公司关联方的规定,该企业已不为公司的关联企业。

5、主要关联方或持有公司5%以上股份股东在主要客户或供应商中占有权益情况

截至本转让说明书出具之日,主要关联方或持有公司5%以上股份股东不存在在主要客户或供应商中占有权益的情况。

(二) 重大关联方关联交易情况

1、偶发性关联交易

(1) 关联担保

报告期内,公司分别于2012年8月27日、2012年12月27日与交通银行签订为期一年的《小企业流动资金借款合同》,贷款额分别为500万元、300万元。2012年8月27日,邓柏与交通银行签定《最高额保证合同》,约定邓柏为公司在2012年7月24日至2013年7月24日间不超过800万元额度内的贷款担保。

(2) 关联方资金拆借

关联方	关联交易内容	关联交易定价方式	2013年1-3月	2012年度	2011年度
拆出					
郭宁	拆出资金	无息			200,000.00
孙茜	拆出资金	无息		100,163.18	
北京阳光汇彩文化传播中心	拆出资金	无息		3,415,762.30	4,289,537.70
炫彩翼北京广告有限公司	拆出资金	无息			2,650,000.00
拆出小计				3,515,925.48	7,139,537.70
拆入					
邓柏	拆入资金	无息		707,151.37	1,000,000.00
北京阳光汇彩文化传播中心	拆入资金	无息		119,128.30	
唐耀	拆入资金	无息		500,000.00	
拆入小计				1,326,279.67	1,000,000.00

报告期内，公司与关联方之间存在多次资金拆入拆出的行为，主要是为满足公司与其关联方之间的临时经营资金周转需要，除向公司实际控制人邓柏的拆入资金期限较长外，其他拆入拆出资金期间均较短。股份公司成立前，公司对上述款项进行了集中清理，截至转让说明书出具之日，上述拆入拆出资金已偿还完毕。

公司与实际控制人邓柏之间资金往来形成的主要原因是公司在经营初期对流动资金需求较大，邓柏为公司垫付的经营性资金，因公司现金流不足，截至报告期末，公司仍有应付实际控制人邓柏 102.53 万元的借款尚未归还。由于公司 2013 年上半年回款情况良好，公司已于 2013 年 5 月 22 日归还该笔款项；公司与郭宁和孙茜之间的资金往来均为业务备用金性质，截至 2013 年 3 月末，均已报销归还。

在有限公司期间由于公司规模较小，包括资金管理制度的各项内部控制制度尚不健全，故公司与关联方之间拆入拆出的资金未签订借款协议，未约定利息，也未履行内部决议程序，存在一定的不规范之处。但股份公司成立之后，公司健全了各项内部控制制度，对资金的借支和使用严格管理，未再发生类似资金拆借情况。

2、经常性关联交易

(1) 关联采购

关联方	关联交易类型	关联交易定价方式及决策程序	2013 年 1-3 月		2012 年度		2011 年度	
			金额	占同类交易金额的比例 (%)	金额	占同类交易金额的比例 (%)	金额	占同类交易金额的比例 (%)
阳光汇彩	关联采购	协议价	283,113.16	7.28	3,600,000.00	14.19	3,600,000.00	11.01

2011年1月，公司与阳光汇彩签订了《广告代理发布合同》，项目内容：阳光汇彩授权公司在北京市首都机场高速公路31个收费岗亭广告灯箱进行广告发布；合同金额：720万元；合同结算周期：合同签订日，支付180万元；2011年7月30日前，支付180万元；2012年1月30日前，支付180万元；2012年7月30日前，180万元；合同期间：2011年1月1日至2012年12月31日止。2013年2月，公司与阳光

汇彩续签上述《广告代理发布合同》，项目内容：阳光汇彩授权公司在北京市首都机场高速公路31个收费岗亭广告灯箱进行广告发布；合同金额：300万元；结算周期：合同签订日，支付180万元；2013年8月30日前，支付180万元；合同期间：2013年3月1日至2013年12月31日止。

有限公司时期，公司未针对关联交易等事项的决策权限及决策程序作出专门规定，上述关联交易发生时，仅根据有限公司《公司章程》的规定，执行董事有权制定公司的经营计划和投资方案，故上述交易由执行董事郭宁作出决定后，即与阳光汇彩签订合同。

公司与北京阳光汇彩文化传播中心签订的北京市首都机场高速公路31个收费亭的广告代理发布合同，每月广告代理发布费为300,000.00元。通过对比公司与独立第三方签订的相同标的的合同，合同金额一致，公司严格按照同独立第三方相同的定价政策，关联交易定价具有公允性，不存在损害公司利益的情况。且报告期内，公司2013年1-3月、2012年度、2011年度关联方采购金额占营业成本的比例分别为4.94%、11.01%、8.73%，占比较低，对公司财务状况和经营成果影响较小。

(三) 关联方往来余额

单位：元

项目	关联方	2013.03.31		2012.12.31		2011.12.31	
		金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
其他应收款	郭宁					100,000.00	1.60
	阳光汇彩					3,067,537.70	49.14
	炫彩翼			610,000.00	60.18	2,610,000.00	41.81
	孙茜			100,163.18	9.88		
其他应付款	邓柏	1,025,252.50	98.09	1,855,252.50	73.62	2,269,190.83	62.58
	阳光汇彩			119,128.30	4.73		
	唐耀			500,000.00	19.84		

预付账款	阳光 汇彩	1,415,000.00	18.54				
------	----------	--------------	-------	--	--	--	--

公司对关联方的预付账款形成的原因是公司2013年2月与北京阳光汇彩文化传播中心签订广告代理发布合同,按合同约定合同签订当日向北京阳光汇彩文化传播中心预付北京市首都机场高速公路31个收费亭广告代理发布费含税价款1,800,000.00元,2013年1-3月摊销成本283,113.16元,预付账款余额为1,516,886.84元。

(四) 关联交易决策程序执行情况

有限公司时期,公司与关联方之间存在多次资金拆入拆出的行为,主要是为满足公司与关联方之间的临时经营资金周转需要,拆入拆出期间较短,未经股东会审批,未签订借款协议,未约定利息,存在一定的不规范之处。股份公司成立前,公司对上述款项进行了集中清理,截至本转让说明书出具之日,上述拆入拆出资金已偿还完毕。

公司与股东邓柏之间的关联资金往来,主要是因为公司在经营初期对流动资金需求较大,股东为公司垫付的经营性资金;公司与郭宁和孙茜之间的资金往来均为业务备用金性质,截至2013年3月末,均已报销归还。

2013年5月31日,公司股东出具关于资金拆借及关联交易问题的承诺函,承诺“一、将严格遵守《公司法》、《公司章程》及相关法律法规的规定,本人及关联方今后将不再出现有限公司时期的借用、占用公司资金的情形。二、若未来本人及关联方与公司发生关联交易,保证按照公司相关的关联交易制度执行,并遵循市场定价原则,保证价格公允。”

2013年5月31日,公司管理层出具《管理层关于股东资金往来与清理事项及关联交易的说明与承诺》,承诺“公司将不向关联企业或其他企业进行不规范的资金拆借;公司将不再对股东、公司管理层或其他人员进行非正常经营性的个人借款;公司将结合实际经营管理情况,尽快完善货币资金管理体系,并保证严格遵守;公司将尽力减少或避免关联交易的发生,对于无法避免的关联交易,公司将严格按照《公司法》、《公司章程》、三会议事规则、《关联交易决策管理办法》的规定,严格履行相关决策审批程序,保证交易价格的公允性。”2013年5月31日,监事会出具《监事会关于近两年公司发生关联交易的专项审核意见》,

审核结论如下：“经公司监事审查，上述第（一）项交易（指关联采购）不存在损害公司利益的情况。公司与关联方之间的资金拆借问题，已经限期清理完毕，并由股东作出承诺，此后不再发生此类事项，公司将结合实际经营管理情况，尽快完善货币资金管理体系，并保证严格遵守，监事会全体成员在以后的工作中，也将重点关注此类问题，以保证公司的合法权益。”

公司管理层于2013年5月31日出具《关于对外担保、重大投资、委托理财、关联交易等事项的情况，是否符合法律法规和公司章程及其对公司影响的书面声明》，承诺“公司管理层在今后的日常管理中将严格遵守《公司章程》、《重大投资决策管理办法》、《对外担保决策管理办法》、《关联交易决策管理办法》、《委托理财管理办法》等有关规定，履行相应程序。”

十、需提醒投资者关注的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、公司股东情况”之“（五）股本的形成及其变化和重大资产重组情况”。

除上述事项外，报告期内无需提醒投资者关注的其他资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项。

十一、报告期内资产评估情况

报告期内，公司无资产评估的情况。

2013年4月25日，北京北方亚事资产评估有限责任公司对智合新天（北京）传播广告有限公司整体变更为股份公司的事宜进行了评估，并出具了北方亚事评报字[2013]第061号《资产评估报告》。该次资产评估采用成本法（资产基础法）对智合新天有限的整体资产价值进行了评估。评估结果为：截至评估基准日为2013年3月31日，智合新天有限的资产总额账面价值为1,807.52万元，评估值为1,817.33万元；负债总额账面价值为981.35万元，评估值为981.35万元，无增值；净资产账面价值为826.17万元，评估值为835.98万元，增值率为1.19%。本次评估评估值与账面值不存在重大变动。

十二、股利分配政策和报告期分配及实施情况

(一) 股利分配政策

公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- 1、弥补以前年度亏损；
- 2、提取法定盈余公积金。法定盈余公积金按税后利润的 10%提取，盈余公积金达到注册资本 50%时不再提取；
- 3、经股东大会决议，可提取任意盈余公积金；
- 4、分配股利。公司董事会提出预案，提交股东大会审议通过后实施。

(二) 报告期的分配情况

报告期内，未发生股利分配事项。

十三、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

公司无控股子公司或纳入合并报表的其他企业。

十四、风险因素

(一) 控股股东不当控制风险

邓柏先生持有公司54.00%的股份，并且担任公司董事长，是公司的控股股东及实际控制人，能够通过股东大会及董事会影响公司的发展战略、生产经营决策、人事和利润分配等重大事宜的决策，股权的集中可能会给公司、其他股东及债权人带来风险。

公司将建立完善的法人治理结构，落实董事会、监事会的决策监督职能，提高内部控制的有效性，降低公司发展中的风险，从而保证公司治理与公司发展步调一致。

(二) 市场风险

公司在成立以来，就十分重视产品和服务的开发设计，而对于营销渠道的建设相对较少。公司一直致力于发展北京市场，目前公司的客户也基本为北京本地客户，未形成以北京市场为依托，辐射全国的营销格局。北京地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩。虽然公司具有经营模式、品牌等竞争优势，但不排除公司会受到北京地区经济波动等各种因素改变的冲击，而使本公司经营受到影

响。同时，随着行业的发展，市场竞争将越来越激烈，行业内企业将面临市场竞争加剧的风险。

公司一方面将抓住机遇提高业务服务水平、建立自身的品牌优势；另一方面依托核心优质资源服务占领市场，深入挖掘客户需求，继续优化业务模式，发挥服务优势，牢牢把握北京市场，同时，积极与外部企业合作，大力拓展外部市场，构建专业度较高，业务面较宽的全国性户外广告公司。

（三）公司治理风险

有限公司阶段，公司规模较小，人员较少，法人治理结构不完善，公司治理曾存在一些问题，如执行董事、监事任期届满未及时换届选举；执行董事、监事未定期向股东会报告工作等问题。股份公司成立后，公司逐步建立健全了法人治理结构，制定了适应企业现阶段发展的内部控制体系。但股份公司成立时间短，各项管理制度的执行需要经过一段时间的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在经营过程中逐步完善。随着公司快速发展，经营规模不断扩大，业务范围不断扩展，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

公司在相关中介机构的帮助下，从变更为股份有限公司开始，参照上市公司的要求，制定了《公司章程》和相关配套的管理制度。同时，在推荐主办券商的帮助下，公司管理层对公司治理中的运作有了初步的理解。在公司股份进行报价转让后，公司将在推荐主办券商的帮助和督导下，严格按相关规则运作，以提高公司规范化水平。

（四）专业人才不足风险

目前公司正处于快速发展的阶段，项目服务种类不断丰富、销售规模不断增长、销售区域不断扩大，如果公司的人力资源不能跟随业务的增长而同步扩张，或者公司的核心人才队伍不稳定，都将可能对公司的正常经营产生不利影响。

公司一直坚持把人作为企业最重要的资源，以人的能力、特长、兴趣、心理状况等综合因素来科学地安排适合的工作。充分考虑到员工的贡献和需求，制订科学、系统的管理制度，并严格贯彻执行，使公司以人为本的管理理念有了充分的制度保障。通过全面的人力资源开发计划和企业文化建设，充分调动

员工的积极性、主动性，为员工提供有竞争力的薪酬；通过定期的内训和外训，为公司储备优秀的中级、高级管理人才。

(五) 政策性风险

目前，国内大多数城市已出台一系列政策法规，对户外广告媒体的设置一般有严格的规定，户外媒体属于行业稀缺性资源，时效性强，市场竞争比较激烈。相应地，户外媒体资源租赁费就比较高，占户外广告传媒企业经营成本的绝大部分。随着该行业的不断发展，行业主管部门会适时调整其监管重点和发展方向，如果行业政策发生重大变化将影响户外广告传媒服务企业的经营收益。因此，政策性调整将给公司的经营带来相关风险。

公司将密切关注户外广告传媒领域政策环境的变化，加强客户联系和市场研究，及时了解和把握客户市场需求动态，以提高本公司的应变能力。未来一定时期内，公司会在大型企业、政府部门等客户及供应商市场加大拓展力度，分散整体行业的政策性风险。

(六) 管理能力滞后于企业发展的风险

公司自成立以来，经过几年的行业市场开拓，逐渐形成了一支懂行业、精技术、组织结构清晰、管理水平过硬的团队，使得公司在户外广告媒体服务领域获得客户的广泛认可。然而，作为广告传媒服务型公司，管理能力相对薄弱，随着公司覆盖客户数量的不断增多和产品种类的不断丰富，现有的管理模式能否适应公司的快速扩张具有一定的不确定性。同时，行业客户业务地域跨度较大，对公司综合经营管理能力的要求不断提高。

完善现有组织架构，在销售、技术、运营管理、财务监管等方面完善各项制度建设，使得公司在进一步扩大经营规模的同时，能够弹性的调整管理体系，保证公司经营的持续稳定发展，增强公司竞争力。

(七) 应收帐款无法收回风险

公司 2013 年 3 月 31 日、2012 年 12 月 31 日、2011 年 12 月 31 日应收账款分别为 2,617,313.03 元、1,446,850.00 元、1,334,293.67 元，随着公司业务规模的扩大，应收账款逐年增加。公司客户多为战略合作伙伴和国内知名企业，且多数和公司保持着长期稳定的合作关系，信用较好，发生坏账的风险较小。但一旦应收账款无法及时回收，将增加公司的流动资金压力，对公司业绩和经营

产生不利影响。

公司对客户实行信用管理，针对不同客户给予不同授信额度和信用期限，随时了解客户的信用状况，每半年进行一次信用额度的调整；定期进行应收账款龄分析，对应收账款实行专款专人催收，紧密跟踪超期账款的催收进度；建立应收账款的奖罚机制，调动业务团队的积极性与责任感。

(八) 依赖主要客户的风险

报告期内，公司与红牛维他命饮料有限公司和北京现代汽车有限公司签订的销售合同包括：

序号	合同方	签订日期	合同金额(元)
1	红牛维他命饮料有限公司	2009年12月	51,188,760.00
2	北京现代汽车有限公司	2010年8月	11,640,000.00
3	北京现代汽车有限公司	2012年7月	9,500,000.00
4	北京现代汽车有限公司	2011年7月	9,500,000.00
5	北京现代汽车有限公司	2012年3月	3,410,000.00

公司与客户签署的合作项目均为户外广告发布合同，合同内容主要为公司代理客户户外广告发布和运维服务。公司除与红牛维他命饮料有限公司签订为期4年的合同正在履行至2013年底，上述其他客户的合同周期均为一年，且已履行完毕。

2011年、2012年和2013年1-3月，公司对红牛维他命饮料有限公司营业收入总额分别为14,208,688.00元、13,705,449.66元和3,351,105.65元，占当期收入总金额的比例分别为30.40%、32.76%和42.20%；同期，公司对北京现代汽车有限公司营业收入总额分别为19,494,200.00元、17,812,200.00元和1,098,113.21元，占当期收入总金额的比例分别为41.71%、42.58%和13.83%。由于公司服务能力的不断提升及与大客户相互依存程度的提高，公司仍然存在营业收入向少数客户集中的趋势，存在依赖主要客户的风险。

随着公司业务的发展，公司在具有比较优势的地产行业，特别是汽车行业、饮料行业细分市场进一步精耕细作，继续扩大市场份额，加强市场开发力度，扩大客户范围，进一步减少对少数大客户的依赖程度。

(九) 依赖重大供应商的风险

公司自 2009 年起成功与北京市首发高速公路经营管理有限公司形成长期战略联盟合作关系,成为全市高速公路网 1300 多个收费站亭及窗贴的主要广告运营商,也成为北京市高速公路设施广告领域主要广告传媒服务提供商。报告期内,北京市首发高速公路经营管理有限公司为公司第一大供应商,公司 2011 年、2012 年和 2013 年 1-3 月对北京市首发高速公路经营管理有限公司的采购金额分别为 7,125,030.00 元、3,587,100.00 元和 4,643,100.00 元,占公司采购总额的比例分别为 17.11%、9.72%和 46.02%;相应地,2011 年、2012 年和 2013 年 1-3 月公司高速公路户外媒体营业收入分别为 14,208,688.00 元、13,705,449.66 元和 3,351,105.65 元,占公司总收入的比重分别为 30.40%、32.76%、42.20%。公司与北京市首发高速公路经营管理有限公司的采购合同将履行至 2013 年 12 月,到期后将对公司经营收入和后续业务发展产生一定影响的风险。

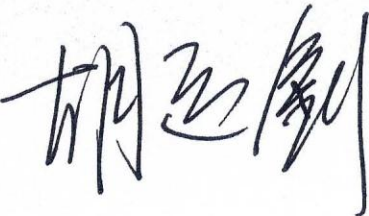
公司于 2012 年 8 月的北京市市政市容管理委员会公开招标中获得北京东四环 7 号位户外高立柱媒体 3 年租赁使用权。报告期内,公司 2012 年对北京市市政市容管理委员会的采购金额 7,040,000.00 元,占公司采购金额的比重为 19.07%;2013 年 1-3 月公司北京东四环 7 号位户外高立柱媒体营业收入为 1,523,584.91 元,占公司总收入的比重为 19.19%。随着公司与北京市市政市容管理委员会签订的户外媒体租赁使用合同将履行至 2015 年 7 月,届时,公司北京东四环 7 号位户外高立柱媒体业务在公司业务成本、收入中的比重可能上升,将对公司未来成本结构变动和后续业务发展产生一定影响。

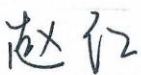
随着公司上游供应链稳步开拓,公司在具有比较优势的大型商业 LED 媒体供应市场,特别是机场户外媒体、高速公路户外媒体细分市场进一步精耕细作,继续扩大媒体运营份额,加强开发力度,扩大供应商范围,进一步减少对少数大供应商的依赖程度。


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。

法定代表人: 

项目负责人: 

项目小组成员: 

主办券商: 长江证券股份有限公司



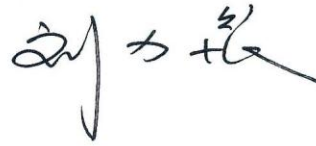
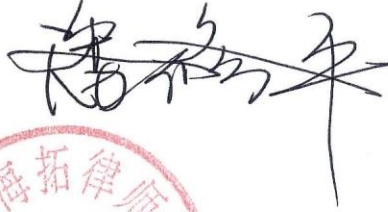
二、律师事务所声明

本机构及经办律师签字已阅读公开转让说明书, 确认公开转让说明书与本机构出具的法律意见书无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的法律意见书的内容无异议, 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。

负责人:



经办律师:




北京市海拓律师事务所



三、会计师事务所声明

本机构及签字注册会计师签字已阅读智合新天(北京)传媒广告股份有限公司公开转让说明书,确认公开转让说明书与本机构出具的中准审字[2013]1319号审计报告无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议,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。

负责人: 

签字注册会计师: 




中准会计师事务所有限公司
2013年7月10日


四、评估师事务所声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读智合新天（北京）传媒广告股份有限公司公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，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。

负责人：


签字注册资产评估师：



评估师事务所：

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及中国证监会核准文件
- 六、其他与公开转让有关的重要文件