

# 上海剧星传媒股份有限公司

## 公开转让说明书

vision Star

申万宏源

主办券商



申万宏源证券有限公司

二〇一五年七月

## 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。

全国中小企业股份转让系统有限责任公司对本公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

## 重大事项提示

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

### 一、公司治理风险

股份公司成立后，公司建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组  
成的公司治理结构，制定了较为完备的《公司章程》、“三会”议事规则、《关联  
交易管理办法》等规章制度，明确了“三会”的职责划分。但股份公司成立时间  
较短，特别是公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌后，将对公司治理提出  
了更高的要求，而公司管理层对相关制度的完全理解和全面执行有一个过程。因  
此，短期内公司治理仍存在不规范的风险。

### 二、公司内部控制的风险

股份公司设立前，公司的法人治理结构不完善，内部控制欠缺，股份有限公  
司设立后，逐步建立健全了法人治理结构，制定了适应企业现阶段的内部控制体  
系。但是，随着公司业务规模的不断扩大，公司需要对媒体采购、市场开拓、财  
务管理等内部控制流程进行同步升级完善以匹配扩大的产能和规模，这将对各部  
门工作的协调性、严密性、连续性提出更高的要求。如果公司管理层水平不能适  
应公司规模扩张的需要，组织模式和管理制度未能随公司规模的扩大而及时调整  
和完善，公司将面临经营管理风险。

随着公司规模的扩张，公司管理层将加强内部管理，在主办券商的协助下，  
不断加强学习，严格遵守各项规章制度，以提高公司规范化水平。

### 三、市场竞争进一步加剧风险

公司的核心业务是网络视频广告代理，作为新媒体平台，近几年行业市场处  
于快速增长阶段；公司业务也因此有了快速发展，公司 2014 年营业收入比 2013  
年增长了 164.11%。但由于传统媒体广告市场增长空间有限，越来越多的传统媒  
体广告代理公司业务延伸到网络视频广告代理，一些广告代理巨头的进入，将  
给我公司的业务拓展和盈利水平带来较大的挑战。

## 四、应收账款风险

报告期内，公司 2013 年末和 2014 年末应收账款净额分别为 18,468,273.60 元和 120,218,269.38 元，占资产总额比例分别为 29.74% 和 68.21%。公司应收账款增加较多，主要是因为营业收入的大幅增加和公司主要客户付款周期的延长。

随着公司业务规模的不断增加，预计公司未来应收账款会继续保持在较高水平，如果应收账款不能如期收回或最终无法收回，将会给公司经营业绩代理不利影响。

## 五、财务流动性风险

报告期内，公司 2013 年末、2014 年末，公司资产负债率（母公司报表）为 56.45%、74.78%。2014 年末公司资产负债率大幅上升，且增加负债均为流动负债，公司流动负债 2014 年末比 2013 年末增加 9,604.06 万元，增幅 273.95%，主要为应付账款，同比增加 9,037.60 万元，增幅 1183.88%。公司应付账款的大幅增加主要是因为公司对媒体采购金额的大幅增长和客户收款周期的延长，相应对媒体付款周期有所延长。

如果公司不能增加应收账款的回收能力以及公司的短期融资能力，当媒体加强对公司应付账款的催收时，会给公司带来财务流动性风险。

## 六、人才资源风险

广告媒体行业最核心的资源就是人力资源，创新能力和对市场变化的敏锐判断是公司的重要竞争力。公司作为成立不久的新创公司，公司核心竞争力的市场和技术人才主要集中于创始股东的少数人，而公司普通员工比较年轻、行业经验相对较少。

随着公司业务的不断发展，需要越来越多的高级专业人才，若公司的人才培养跟不上公司业务的增长，将对公司业务的进一步发展带来一定的风险。

## 目录

声 明 .....	ii
重大事项提示 .....	iii
一、公司治理风险 .....	iii
二、公司内部控制的风险 .....	iii
三、市场竞争进一步加剧风险 .....	iii
四、应收账款风险 .....	iv
五、财务流动性风险 .....	iv
六、人才资源风险 .....	iv
目录 .....	v
释义 .....	vii
第一节 基本情况 .....	8
一、公司简介 .....	8
二、股票挂牌情况 .....	8
三、公司股权基本情况 .....	10
四、公司历史沿革 .....	11
五、公司重大资产重组情况 .....	15
六、公司控股子公司历史沿革 .....	15
六、公司董事、监事、高级管理人员基本情况 .....	18
七、公司最近两年主要数据及财务指标 .....	21
八、与本次挂牌有关的机构 .....	21
第二节 公司业务 .....	24
一、公司主营业务、主要产品或服务及其功能用途 .....	24
二、公司内部组织结构图、生产或服务流程及方式 .....	28
三、公司业务相关的关键资源要素 .....	30
四、公司业务具体状况 .....	33
五、公司的商业模式 .....	45
六、所处细分行业基本情况 .....	46
第三节 公司治理 .....	63
一、公司三会建立健全及运行情况、三会机构及其人员履行职责情况 .....	63
二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果 .....	63
三、公司及控股股东、实际控制人最近两年内的违法违规及受处罚的情况 .....	64
四、公司独立性 .....	64

五、同业竞争 .....	65
六、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占款、担保情况 .....	66
七、防止股东及其关联方占用或转移公司资源的具体安排 .....	67
八、董事、监事、高级管理人员的其它情况 .....	67
九、最近两年董事、监事、高级管理人员变化情况 .....	70
第四节 公司财务 .....	71
一、最近两年的审计意见、主要财务报表和主要会计政策、会计估计及其变更情况 ..	71
二、最近两年的主要财务指标分析 .....	119
三、报告期利润形成的有关情况 .....	123
四、公司主要资产情况 .....	130
五、公司重大债务情况 .....	138
六、公司股东权益情况 .....	142
七、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况 .....	143
八、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项 .....	146
九、资产评估情况 .....	146
十、股利分配政策和最近两年分配及实施情况 .....	148
十一、母公司主要资产情况 .....	149
十二、控股子公司的基本情况 .....	150
十三、公司持续经营风险因素自我评估及公司应对措施计划 .....	151
第五节 有关声明 .....	155
第六节 附件 .....	160
一、主办券商推荐报告 .....	160
二、财务报表及审计报告 .....	160
三、法律意见书 .....	160
四、公司章程 .....	160
五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见 .....	160
六、其他与公开转让有关的重要文件 .....	160

## 释义

除非本公开转让说明书另有所指，下列简称具有如下含义：

公司、股份公司、剧星传媒	指	上海剧星传媒股份有限公司
有限公司	指	股份公司的前身上海剧星文化传播有限公司。
搜秀传播	指	上海搜秀文化传播有限公司
剧星辉煌	指	剧星辉煌文化传播（天津）有限公司
睿岳堂广告	指	上海睿岳堂广告有限公司
睿岳堂投资	指	上海睿岳堂投资管理有限公司
辉煌尚实	指	辉煌尚实广告传媒（天津）有限公司
奕扬尚实	指	奕扬尚实广告传媒（天津）有限公司
拉芳家化	指	拉芳家化股份有限公司
高级管理人员、高管	指	公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书
管理层	指	公司董事、监事、高级管理人员
三会	指	股东大会、董事会、监事会
证监会	指	中国证券监督管理委员会
主办券商、申万宏源	指	申万宏源证券有限公司
内核小组	指	申万宏源证券有限公司全国中小企业股份转让系统推荐挂牌项目内部审核小组
元	指	人民币元

注：本公开转让说明书中合计数与各单项加总不符均由四舍五入所致。

## 第一节 基本情况

### 一、公司简介

中文名称：上海剧星传媒股份有限公司

英文名称：Shanghai Vision Star Media Co., Ltd.

法定代表人：查道存

有限公司成立日期：2011年4月12日

股份公司设立日期：2015年3月26日

注册资本：3,000.00万元

住所：上海市普陀区甘泉路40号2022室

邮编：200065

电话：021-6139 7858

传真：021-6139 7861

互联网网址：<http://www.visionstar.cn/>

董事会秘书：周敏

组织机构代码：57269135-3

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），公司所

属行业可归类为：I 信息传输、软件和信息技术服务业 I64 互联网和相关服务；

根据《国民经济行业分类与代码》（GB\_T\_4754-2011）的分类标准，公司所属行业可归类为：I 信息传输、软件和信息技术服务业 I64 互联网和相关服务 I6420 互联网信息服务。

主营业务：以网络视频广告为核心，融合电视、搜索、门户、网络社交、媒体咨询顾问的全案代理

### 二、股票挂牌情况

（一）股票代码：

（二）股票简称：剧星传媒

（三）股票种类：人民币普通股

（四）每股面值：1.00元

(五) 股票总量: 3,000.00 万股

(六) 挂牌日期:

(七) 股东对所持股份自愿锁定的承诺: 无

(八) 股东所持股份限售情况

《公司法》第一百四十一条规定：“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、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；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》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。公司股份转让需符合国家法律、行政法规、国务院决定以及其他主管部门及监管部门的相关规定。

公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

除上述情况，公司全体股东所持股份无冻结、质押或其他转让限制情况。

股份公司成立于 2015 年 3 月 26 日，截至公司股份在全国股份转让系统挂牌之日，股份公司成立未满一年，公司无可转让股份。

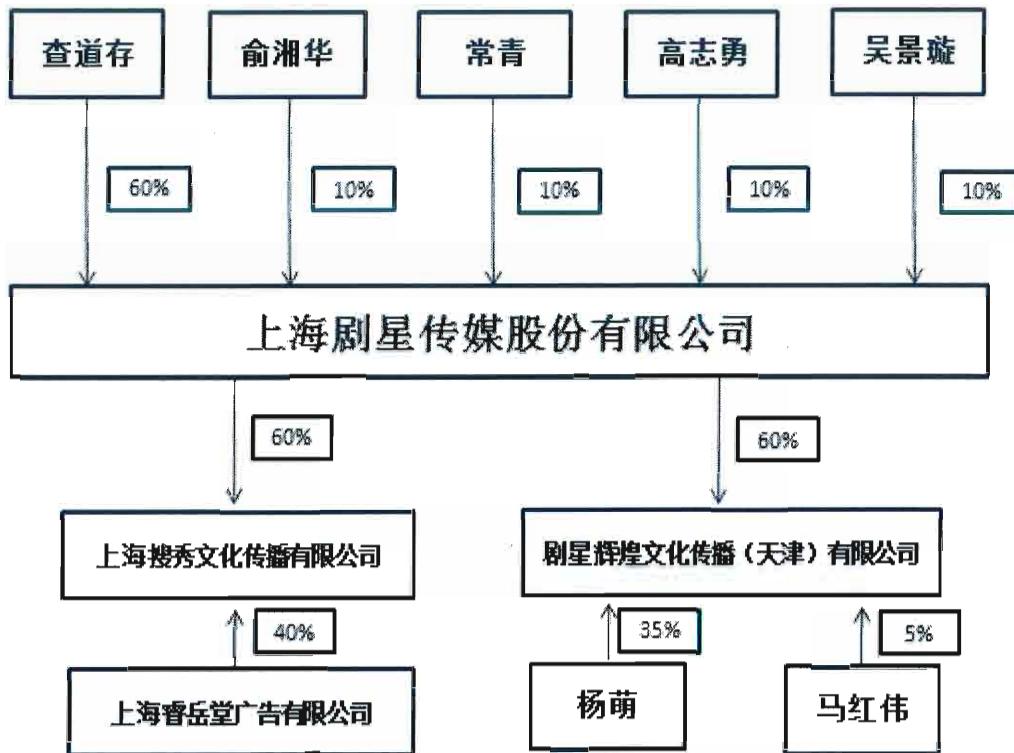
(九) 公司股票转让方式

公司已于 2015 年 3 月 26 日召开第一届董事会第二次会议、2015 年 4 月 10

日召开 2015 年第一次临时股东大会确定公司在全国中小企业股份转让系统挂牌并进行公开转让时采取协议转让方式。

### 三、公司股权基本情况

#### (一) 公司股权结构图



#### (二) 控股股东、实际控制人、前十名股东及持股 5.00%以上股东的持股情况

1、控股股东、前十名股东及持股 5.00%以上股东的持股情况如下：

序号	股东	股数(万股)	出资比例(%)	股东性质	是否存在质押或其他 争议事项
1	查道存	1,800.00	60.00	境内自然人	无
2	俞湘华	300.00	10.00	境内自然人	无
3	吴景璇	300.00	10.00	境内自然人	无
4	常青	300.00	10.00	境内自然人	无
5	高志勇	300.00	10.00	境内自然人	无
合计		3,000.00	100.00	—	—

#### 2、上述股东之间的关联关系

公司股东之间不存在关联关系。

#### 3、公司控股股东、实际控制人基本情况

公司股东查道存持有公司 60.00%的股份，为公司的控股股东。公司股东查道存对公司经营决策均具有实际控制能力。因此，认定为查道存为公司的实际控制人。

(1) 查道存，男，1974 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。1989 年 9 月至 1992 年 7 月，于安徽省霍山一中学习；1992 年 9 月至 1996 年 7 月，于阜阳师范学院政治法律系学习；1996 年 7 月至 1998 年 6 月，于安徽大学企业管理专业学习；1998 年 7 月至 2011 年 5 月，于安徽电视台广告中心历任企划部经理、业务部经理、中心主任等职务，其中 2004 年 9 月至 2006 年 7 月于复旦大学管理学院学习高级工商管理硕士。现任公司董事长、总经理，任期三年，自 2015 年 2 月 28 日至 2018 年 2 月 27 日。

#### 4、公司控股股东及实际控制人最近两年内没有发生变化

自 2011 年 4 月至今，公司控股股东一直为查道存、实际控制人一直为查道存，持有公司股份一直为 60.00%。因此，最近两年内公司控股股东及实际控制人未发生变化。

### 四、公司历史沿革

#### (一) 有限公司成立

上海剧星文化传播有限公司成立于 2011 年 4 月 12 日，经上海市工商行政管理局普陀分局核准依法登记成立，公司的注册资本为 200.00 万元，由自然人股东查道存货币出资 120.00 万元、自然人股东俞湘华货币出资 20.00 万元、自然人股东吴景璇货币出资 20.00 万元、自然人股东高志勇货币出资 20.00 万元、自然人股东常青货币出资 20.00 万元成立。

2011 年 4 月 1 日，经上海荣审会计师事务所有限责任公司审验，截至 2011 年 3 月 25 日，自然人股东查道存货币出资 120.00 万元、自然人股东俞湘华货币出资 20.00 万元、自然人股东吴景璇货币出资 20.00 万元、自然人股东高志勇货币出资 20.00 万元、自然人股东常青货币出资 20.00 万元，合计注册资本 200.00 万元已全部到位，并出具了荣审字【2011】第 01-086 号《验资报告》。公司法定代表人为俞湘华。公司经营范围为：一般经营项目：文化艺术交流策划（除演出、经纪），会展服务，市场营销策划，商务信息咨询、教育信息咨询（不得从事教育培训、中介、家教）（以上咨询均除经济），设计、制作、代理、发布各类广

告，电脑图文设计制作，多媒体设计制作，动漫设计，计算机多媒体领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，销售电子产品、文体用品、工艺品（除专项）。【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】

有限公司设立时的出资情况如下表：

序号	股东	出资额(万元)	出资方式	持股比例(%)
1	查道存	120.00	货币	60.00
2	俞湘华	20.00	货币	10.00
3	吴景璇	20.00	货币	10.00
4	高志勇	20.00	货币	10.00
5	常青	20.00	货币	10.00
合计		200.00	—	100.00

## (二) 有限公司第一次股权转让

2012年11月12日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意股东吴景璇将其持有的10.00%股权转让给刘文菁，其他股东放弃优先购买权。

2012年11月12日，吴景璇和刘文菁签订《股权转让协议》，股权转让价格为双方协商确定，作价每股1.00元。本次股权转让实为吴景璇委托刘文菁代持股权。2015年3月，吴景璇出具《上海剧星文化传播有限公司2012年股权变更说明》，2012年11月上海剧星文化传播有限公司股东吴景璇持有的全部股权由刘文菁代持，代持原因是因计划出国学习，不方便签字表决等履行股东义务。

2012年11月26日，上海市工商行政管理局普陀分局对以上变更予以登记。

本次股权转让完成后，有限公司的股权结构如下表：

序号	股东	出资额(万元)	出资方式	持股比例(%)
1	查道存	120.00	货币	60.00
2	俞湘华	20.00	货币	10.00
3	刘文菁代持 (吴景璇)	20.00	货币	10.00
4	高志勇	20.00	货币	10.00
5	常青	20.00	货币	10.00
合计		200.00	—	100.00

## (三) 有限公司增资

2014年8月26日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意注册资本由200.00万元增加至500.00万元，股东查道存认缴180.00万元，股东俞湘华认缴30.00万元，股东刘文菁认缴30.00万元，股东高志勇认缴30.00万元，股东常青认缴30.00万元，合计增资300.00万元，出资方式均为未分配利润转增；股东需在2015年12月31日之前足额缴纳公司章程规定的出资额。

2015年2月12日，上海铭瑞会计师事务所有限公司出具了铭会验字(2015)第004号《验资报告》，对此次增资予以审验。经审计，截至2014年10月31日止，公司已收到全体股东缴纳的新增注册资本合计人民币300.00万元，各股东以未分配利润转增股本。

2014年9月16日，上海市工商行政管理局普陀分局对以上变更予以登记。

本次增资完成后，有限公司的股权结构如下表：

序号	股东	出资额(万元)	出资方式	持股比例(%)
1	查道存	300.00	货币、未分配利润转增	60.00
2	俞湘华	50.00	货币、未分配利润转增	10.00
3	刘文菁代持 (吴景璇)	50.00	货币、未分配利润转增	10.00
4	高志勇	50.00	货币、未分配利润转增	10.00
5	常青	50.00	货币、未分配利润转增	10.00
合计		500.00	—	100.00

注：有限公司已经代扣代缴未分配利润转增股本的股东个人所得税。根据刘文菁和吴景璇出具的声明，前述刘文菁认缴的30.00万元的出资额以吴景璇持有的股权产生的未分配利润缴纳，双方确认该30.00万元对应的股权为吴景璇持有。

#### (四) 有限公司第二次股权转让

2014年12月30日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意股东刘文菁将其持有的公司的10.00%股权转让给吴景璇，其他股东放弃优先购买权。

同日，吴景璇和刘文菁签订《股权转让协议》，约定以出资额的价格转让。

本次股权转让实为刘文菁将吴景璇委托其代持的股权还原给吴景璇，吴景璇和刘文菁股权委托代持关系解除。

2015年2月25日，上海市工商行政管理局普陀分局对以上变更予以登记。

本次股权转让完成后，有限公司的股权结构如下表：

序号	股东	出资额(万元)	出资方式	持股比例(%)
1	查道存	300.00	货币、未分配利润	60.00
2	俞湘华	50.00	货币、未分配利润	10.00
3	吴景璇	50.00	货币、未分配利润	10.00
4	高志勇	50.00	货币、未分配利润	10.00
5	常青	50.00	货币、未分配利润	10.00
合计		500.00	—	100.00

#### (五) 有限公司整体变更为股份公司

有限公司召开股东会，全体股东一致同意以2014年12月31日为整体变更基准日经审计的公司净资产人民币按照相应比例折成发起人股，作为变更后的股份公司的注册资本，各股东在股份公司中的持股比例与整体变更前各股东的出资比例相同，公司名称拟变更为“上海剧星传媒股份有限公司”。

2015年2月11日，华普天健会计师事务所(特殊普通合伙)出具了会审字[2015]0625号《审计报告》，有限公司2014年12月31日经审计的账面净资产为42,373,921.17元。

2015年2月13日，中水致远资产评估有限公司出具了中水致远评报字[2015]第2028号《资产评估报告》，有限公司2014年12月31日经评估的净资产为4,288.74万元，净资产增值42.13万元，增值率0.99%。

2015年2月13日，各发起人签署了关于设立上海剧星传媒股份有限公司的《发起人协议》，以经审计的账面净资产42,373,921.17元，折合股本3,000.00万元，整体变更为股份有限公司，净资产高于股本的12,373,921.17元计入资本公积。

2015年2月28日，公司召开了职工代表大会，选举了股份公司第一届职工代表监事。

2015年2月28日，公司各发起人依法召开了股份公司创立大会暨第一次股东大会，审议通过了股份公司章程，并选举了公司第一届董事会成员及第一届股东代表监事。

2015年2月28日，华普天健会计师事务所(特殊普通合伙)出具了会验字[2015]0944号《验资报告》，验证截至2015年2月28日，股份公司股本已全部到位。

2015年3月26日，上海市工商行政管理局向股份公司核发了《企业法人营业执照》，注册号为310107000617736。

股份公司成立时的股本结构如下：

序号	股东	出资额(万元)	出资方式	持股比例(%)
1	查道存	1,800.00	净资产	60.00
2	俞湘华	300.00	净资产	10.00
3	吴景璇	300.00	净资产	10.00
4	高志勇	300.00	净资产	10.00
5	常青	300.00	净资产	10.00
合计		3,000.00	—	100.00

注：公司2015年3月26日完成股改，目前尚未进行股东的个人所得税代扣代缴，股东均已出具《股东关于股改缴纳个税的承诺书》，承诺承担公司整体变更为股份有限公司的过程中产生的个人所得税；如有关税务机关向本人追缴公司整体变更为股份有限公司所涉的个人所得税，本人将无条件地缴纳相关税款，并依法承担相关责任；如公司因本人未缴纳相关税款而受到税务部门的处罚并给公司造成经济损失的，本人将赔偿公司因此遭受的全部经济损失。

## 五、公司重大资产重组情况

报告期内，公司不存在重大资产重组情况。

## 六、公司控股子公司历史沿革

### (一) 剧星辉煌

## 1、剧星辉煌设立

剧星辉煌文化传播（天津）有限公司成立于 2012 年 12 月 4 日，经天津市工商行政管理局武清分局核准依法登记成立，剧星辉煌的注册资本为 100.00 万元，由法人股东辉煌尚实货币出资 50.00 万元、法人股东有限公司货币出资 40.00 万元、自然人股东马红伟货币出资 10.00 万元成立。

2012 年 11 月 27 日，经天津市诺晟诚会计师事务所有限公司审验，截至 2012 年 11 月 27 日，由法人股东辉煌尚实货币出资 50.00 万元、法人股东有限公司货币出资 40.00 万元、自然人股东马红伟货币出资 10.00 万元，合计注册资本 100.00 万元已全部到位，并出具了津诺晟诚验字(2012)第 W-483 号《验资报告》。剧星辉煌法定代表人为杨萌。剧星辉煌经营范围为：组织文化艺术交流活动，会展服务、市场营销策划、商务信息咨询、教育信息咨询、计算机图文设计、动漫设计、企业管理咨询，从事广告业务【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】。

剧星辉煌设立时的出资情况如下表：

序号	股东	出资额（万元）	出资方式	持股比例（%）
1	辉煌尚实	50.00	货币	50.00
2	有限公司	40.00	货币	40.00
3	马红伟	10.00	货币	10.00
合计		100.00	—	100.00

备注：辉煌尚实成立于 2011 年 3 月 28 日，注册资本 100.00 万元，经营范围为广告业务（以上经营范围涉及行政许可的凭许可证件，在有效期限内经营，国家有专项专营规定的按规定办理）辉煌尚实的股权分别由杨萌持有 90.00 万股、杨军持有 10.00 万股，前述股权已转让，股权转让双方不存在关联关系，双方出具承诺上述股权转让真实有效，股权转让款已经支付完毕。

## 2、剧星辉煌第一次股权转让暨第一次增资

2014 年 8 月 18 日，剧星辉煌召开股东会，全体股东一致同意股东辉煌尚实将其持有剧星辉煌 20.00% 的股权以 20.00 万元转让给有限公司，股东辉煌尚实将其持有剧星辉煌 30.00% 的股权以 30.00 万元转让给杨萌，股东马红伟将其持有剧星辉煌 5.00% 的股权以 5.00 万元转让给杨萌，其他股东放弃优先购买权；公司注册资本由 100.00 万元人民币增至 500.00 万元人民币，其中增加部分为有

限公司以货币认缴出资 240.00 万人民币，由股东杨萌以货币认缴出资 140.00 万元，由股东马红伟以货币认缴出资 20.00 万元人民币，并于 2014 年 12 月 31 日前缴足。

2014 年 8 月 18 日，为解决同业竞争问题，辉煌尚实和刷星传媒、辉煌尚实和杨萌、马红伟和杨萌分别签订《股权转让协议》。2014 年 8 月 18 日股权转让前，各方股东已经一致同意，将经营产生的未分配利润分配给原股东，股权转让价格根据剩余的净资产（即接近注册资本的金额）确定为每股 1.00 元。杨萌为辉煌尚实控股股东，此外，其他股权转让双方不存在关联关系。

2014 年 8 月 19 日，天津市工商行政管理局武清分局对以上变更予以登记。

本次股权转让及增资完成后，刷星辉煌的股权结构如下表：

序号	股东	认缴金额 (万元)	认缴比 例 (%)	实缴金 额(万 元)	实缴比 例 (%)	出资方式
1	有限公司	300.00	60.00	300.00	60.00	货币
2	杨萌	175.00	35.00	175.00	35.00	货币
3	马红伟	25.00	5.00	25.0	5.00	货币
合计		500.00	100.00	500.00	—	100.00

备注：上述出资已于 2014 年 12 月 31 日缴纳完毕。

## （二）搜秀传播

### 1、搜秀传播设立

上海搜秀文化传播有限公司成立于 2014 年 9 月 26 日，经上海市工商行政管理局普陀分局核准依法登记成立，搜秀传播的注册资本为 200.00 万元，由法人股东有限公司货币出资 120.00 万元、法人股东睿岳堂货币出资 80.00 万元成立。根据公司章程，前述出资应于 2015 年 5 月 29 日前缴足。上述出资已于 2014 年 12 月 31 日缴纳完毕。

搜秀传播法定代表人为宋晓军。搜秀传播经营范围为：一般经营项目：文化艺术交流策划（除演出、除经纪），会展服务，市场营销策划，商务信息咨询（除经纪），广告设计、制作、代理、发布，电脑图文设计制作，多媒体设计，动漫设计，计算机、多媒体专业领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，销售：电子产品、文体用品、工艺品（除专项）。

搜秀传播设立时的出资情况如下表：

序号	股东	认缴金额(万元)	认缴比例(%)	实缴金额(万元)	实缴比例(%)	出资方式
1	有限公司	120.00	60.00	120.00	60.00	货币
2	睿岳堂	80.00	40.00	80.00	40.00	货币
合计		200.00	100.00	200.00	100.00	—

备注：睿岳堂成立于 2005 年 5 月 30 日，注册资本 50.00 万元，经营范围为设计、制作、代理、发布各类广告；广告材料、文化办公用品、包装材料、工艺品、电子产品的销售；企业形象策划，电脑图文制作，会务服务，展览展示及礼仪服务。（以上凡涉及行政许可的凭许可证经营）睿岳堂的股权分别由王锦荣持有 45.00 万股、吕珊持有 5.00 万股。

## 2、缴足资本

2015 年 1 月 26 日，上海铭瑞会计师事务所有限公司出具了铭会验字(2015)第 003 号《验资报告》，截至 2015 年 1 月 26 日，搜秀传播已收到全体股东缴纳的新增注册资本（实收资本）合计人民币 200.00 万元，股东均以货币出资。

序号	股东	认缴金额(万元)	认缴比例(%)	实缴金额(万元)	实缴比例(%)	出资方式
1	有限公司	120.00	60.00	120.00	60.00	货币
2	睿岳堂	80.00	40.00	80.00	40.00	货币
合计		200.00	100.00	200.00	100.00	—

## 六、公司董事、监事、高级管理人员基本情况

### （一）董事

1、查道存，现任公司董事长、总经理，基本情况详见本节“三、公司股权基本情况”之“（二）控股股东、实际控制人、前十名股东及持股 5.00%以上股东的持股情况”。

2、俞湘华，男，1974 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。1990 年 9 月至 1993 年 7 月，于浙江省东阳中学学习；1993 年 9 月至 1997 年 7 月，于合肥工业大学管理工程系学习；1997 年 7 月至 1998 年 10 月，于合肥工业大学精密仪器系任政治辅导员；1998 年 11 月至 2011 年 3 月，于安徽电视台广告中心担任推广部经理；2011 年 3 月至 2015 年 2 月，于有限公司担

任执行董事、总经理。现任公司董事、副总经理、搜秀传播监事，任期三年，自2015年2月28日至2018年2月27日。

3、常青，女，1978年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1993年9月至1996年7月，于安徽颍上一中学习；1996年9月至1999年7月，于北京广播学院学习电视制作；1998年6月至2011年7月，历任安徽电视台广告中心职员、企划经理，其中2001年9月至2004年1月，于北京广播学院学习广告学；2009年6月至2011年7月，于复旦大学管理学院学习高级工商管理硕士专业；2011年8月至今，担任公司董事、副总经理。现任公司董事、副总经理，任期三年，自2015年2月28日至2018年2月27日。

4、高志勇，男，1972年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1987年7月至1990年6月，于浙江萧山义盛中学学习；1990年11月至1994年11月，于中国人民解放军海军服役；1992年9月至1994年10月，经海军委派至北京广播学院播音系进修；1994年12月至2002年3月，于杭州有线电视台担任播音员、记者，其中1998年9月至2001年6月于浙江广播电视台学习编播专业；2002年4月至2003年2月，于浙江美时广告公司担任客户总监；2003年3月至2011年5月，于浙江电视台广告部历任业务员、主任助理；2011年5月至今，于有限公司担任副总经理。现任公司董事、副总经理，任期三年，自2015年2月28日至2018年2月27日。

5、吴景璇，女，1976年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1996年6月至1998年12月，于汕头熊猫音像有限公司担任商务部经理；1999年1月至今，于拉芳家化股份有限公司任副总裁、于广东晨盛化工用品有限公司任执行董事兼经理。现任公司董事，任期三年，自2015年2月28日至2018年2月27日。

## （二）监事

1、杨萌，女，1970年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1985年9月至1988年7月，于天津医科大学护理专业学习；1988年7月至1996年8月，于天津市第三医院担任护师；1996年8月至2001年8月，于北京国安广告有限责任公司任总经理；2002年1月至2006年10月，于天津市辉煌时代广告有限公司任总经理；2006年11月至2008年2月，于天津市睿联广告传媒有限公司任总经理；2008年3月至2012年11月，于奕扬尚实广告传媒（天津）

有限公司任总经理；2012年12月至今，于剧星辉煌文化传播（天津）有限公司任总经理。现任公司监事会主席，任期三年，自2015年2月28日至2018年2月27日。

2、李辉，男，1980年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1995年9月至1998年7月，于安徽滁州市供销干校学习；1998年8月至2001年3月，于安徽明光市供销社任职员；2001年4月至2004年4月，于安徽合肥盛世广告公司从事广告销售；2004年5月至2011年8月，于安徽金鹃国际广告有限公司从事广告销售；2011年8月至今，于公司任安徽分公司总经理。现任公司监事（职工监事），任期三年，自2015年2月28日至2018年2月27日。

3、刘滢滢，女，1985年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2002年9月至2007年6月，于安徽工业大学学习会计学；2007年6月至2012年2月，于安徽龙禧广告传媒有限公司担任企划部经理；2012年3月至今，于有限公司历任主管、经理、高级经理、副总监、总监。现任公司职工监事，任期三年，自2015年2月28日至2018年2月27日。

### （三）高级管理人员

1、查道存，现任公司董事长、总经理，基本情况详见本节“三、公司股权基本情况”之“（二）控股股东、实际控制人、前十名股东及持股5.00%以上股东的持股情况”。

2、俞湘华，现任公司董事、副总经理，基本情况详见本节“六、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）董事”。

3、常青，现任公司董事、副总经理，基本情况详见本节“六、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）董事”。

4、高志勇，现任公司董事、副总经理，基本情况详见本节“六、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）董事”。

5、周敏，男，1980年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1996年9月至1999年7月，于上海市中国中学学习；1999年9月至2003年7月，于上海大学学习；2003年8月至2011年6月，于上海东苑房地产开发集团有限公司任财务经理；2011年7月至今，于有限公司任财务总监。现任公司董事会秘书、财务总监，任期三年，自2015年2月28日至2018年2月27日。

## 七、公司最近两年主要数据及财务指标

单位：元

财务指标	2014 年度	2013 年度
营业收入	541, 217, 799. 57	204, 922, 084. 60
净利润	35, 205, 432. 23	16, 854, 312. 99
归属于申请挂牌公司股东的净利润	35, 055, 245. 83	16, 854, 312. 99
扣除非经常性损益后的净利润	32, 982, 448. 67	16, 543, 375. 32
归属于申请挂牌公司股东扣非后的净利润	32, 832, 262. 27	16, 543, 375. 32
毛利率 (%)	15. 45	19. 82
净资产收益率 (%)	<b>90. 83</b>	85. 98
净资产收益率(扣除非经常性损益) (%)	<b>85. 07</b>	84. 58
应收账款周转率(次)	7. 80	13. 33
存货周转率(次)	-	-
基本每股收益(元/股)	7. 01	8. 43
稀释每股收益(元/股)	-	-
经营活动产生的现金流量净额	1, 863, 934. 71	11, 770, 075. 75
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	0. 37	5. 89
项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
总资产	176, 247, 614. 66	62, 101, 625. 28
股东权益合计	45, 149, 387. 17	27, 043, 954. 94
归属于申请挂牌公司股东权益合计	42, 599, 200. 77	27, 043, 954. 94
每股净资产(元/股)	9. 03	13. 52
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产(元/股)	8. 52	13. 52
资产负债率(母公司)(%)	74. 78	56. 45
流动比率	1. 30	1. 70
保守速动比率	1. 30	1. 70

注：1. 净资产收益率=净利润÷加权平均净资产；

2. 每股收益=净利润÷加权平均股份总数；

3. 每股净资产=净资产÷期末股份总数。

## 八、与本次挂牌有关的机构

### (一) 主办券商

名称：申万宏源证券有限公司

法定代表人：李梅

住所：上海市徐汇区长乐路 989 号 45 层

联系电话：021-33389888

传真：021-54043534

项目小组负责人：陈毓

项目小组成员：陈毓、周峰、叶超、贺华成

#### （二）律师事务所

名称：北京金诚同达（上海）律师事务所

负责人：朱有彬

住所：上海市世纪大道 201 号渣打银行大厦 7 楼

联系电话：021-60795656

传真：021-58878852

经办律师：李红、侣化昌

#### （三）会计师事务所

名称：华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：肖厚发

住所：北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外经贸大厦 901-22 至 901-26

联系电话：010-66001391

传真：010-66001392

经办注册会计师：张婕、潘胜国

#### （四）资产评估事务所

名称：中水致远资产评估有限公司

负责人：肖力

住所：北京市海淀区大钟寺十三号华杰大厦十三层 B8

联系电话：010-62169669

传真：010-62196466

经办评估师：张峰、张旭军

#### （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

电话：010-58598980

传真：010-58598977

#### （六）证券挂牌场所

名称：全国中小企业股份转让系统有限责任公司  
法定代表人：杨晓嘉  
住所：北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦  
邮政编码：100044  
电话：010-63889512  
传真：010-63889514

## 第二节 公司业务

### 一、公司主营业务、主要产品或服务及其功能用途

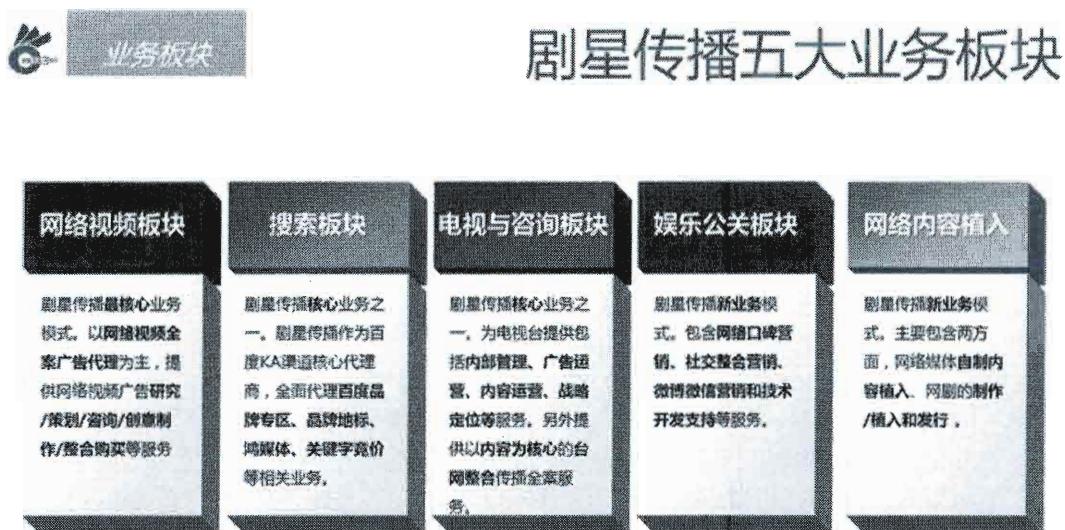
#### (一) 公司主营业务

上海剧星文化传播有限公司是一家以网络视频广告为核心，融合电视、搜索、门户、网络社交、媒体咨询顾问的全案代理公司，致力于成为跨媒体营销领域的领导者。剧星传媒成立于 2011 年 5 月 18 日，总部位于上海，在北京、天津、广州、合肥、厦门、深圳设有分公司，公司员工 150 余人。

公司经营范围：文化艺术交流策划（除演出、除经纪），会展服务，市场营销策划，商务信息咨询、教育信息咨询（不得从事教育培训、中介、家教）（以上咨询均除经纪），设计、制作、代理、发布各类广告，电脑图文设计制作、多媒体设计制作、动漫设计，计算机多媒体领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，销售电子产品、文体用品、工艺品（除专项）。

#### (二) 公司主要服务及用途

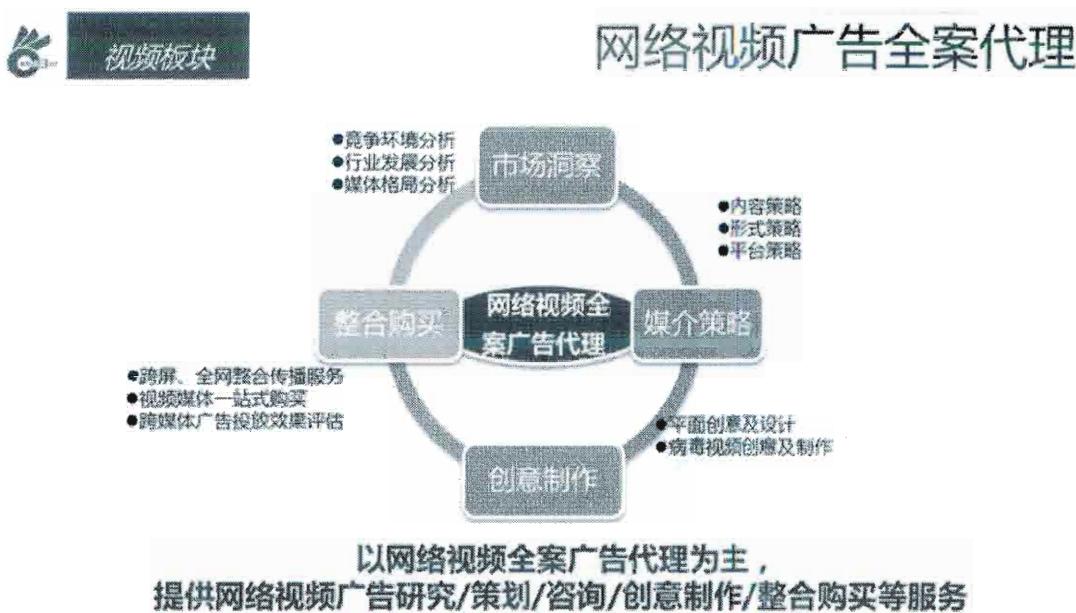
公司业务主要分为五大板块：



#### 1、网络视频广告全案代理

剧星传媒最核心业务模式。以网络视频全案广告代理为主，提供网络视频广告研究/策划/咨询/创意制作/整合购买等服务，包含竞争环境、行业反战、媒体

格局等市场洞察，内容、形式、平台等媒介策略，跨屏/全网整合传播服务、视频媒体一站式购买、跨媒体广告投放效果评估等整合购买，平面创意及设计、病毒视频脚本创意及制作等创意工作。



## 2、百度 KA 渠道核心代理商

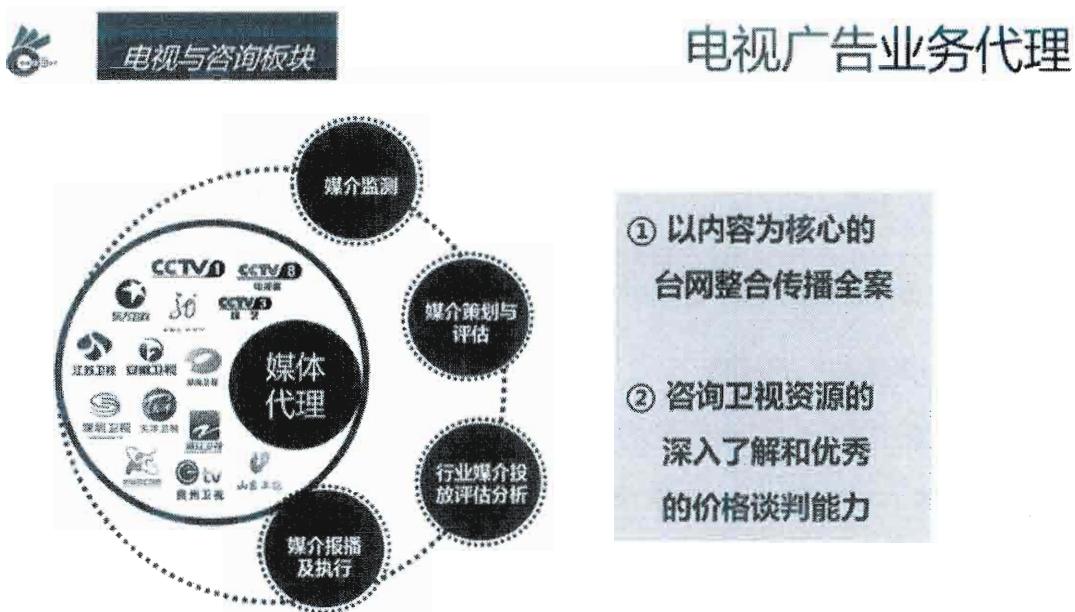
剧星传媒 2014 年百度 KA 渠道核心代理商之一，全面代理百度主动响应类产品如搜索推广、品牌专区、搜索 SEM 优化、品牌华表、手机搜索等，战略合作类如百度阿拉丁、黄金资源合作，追踪曝光类如网盟、鸿媒体等，另外导航推广、贴吧推广等百度相关业务。



### 3、电视顾问咨询与广告代理

(1) 电视顾问与咨询：跨媒体咨询顾问为主，集合战略定位（包含并不限于频道的定位等），内容运营（投资与购买、内容编排、受众推广等）、广告营销（产品策划设计与定价、广告推广建议、会议营销、销售管理等）、内部管理（企业文化、组织架构、内部培训、绩效考核等）四位一体的服务范围，服务CCTV-3、CCTV-8、江苏卫视、天津卫视、黑龙江卫视、东方卫视等领先电视品牌，全方位提升频道价值。

(2) 电视广告代理：常规电视广告如硬广合作、栏目合作、内容联合推广等业务。



### 4、娱乐公关板块

- (1) 网络口碑营销：社会化媒体口碑推广综合解决方案
- (2) 社交整合营销：创意性事件/活动，迅速提升品牌知名度，提供社交媒体策略、创意、执行整套服务
- (3) 微博微信营销：微博营销、微信公众号及微活动APP开发，微博微信代运营
- (4) 技术开发支持：自主开发S-CRM系统，全面运维社交媒体，强大社交媒体资源，第一时间处理公关危机，微信账号管理平台，全面支持微信运营



## 5、网络内容植入业务

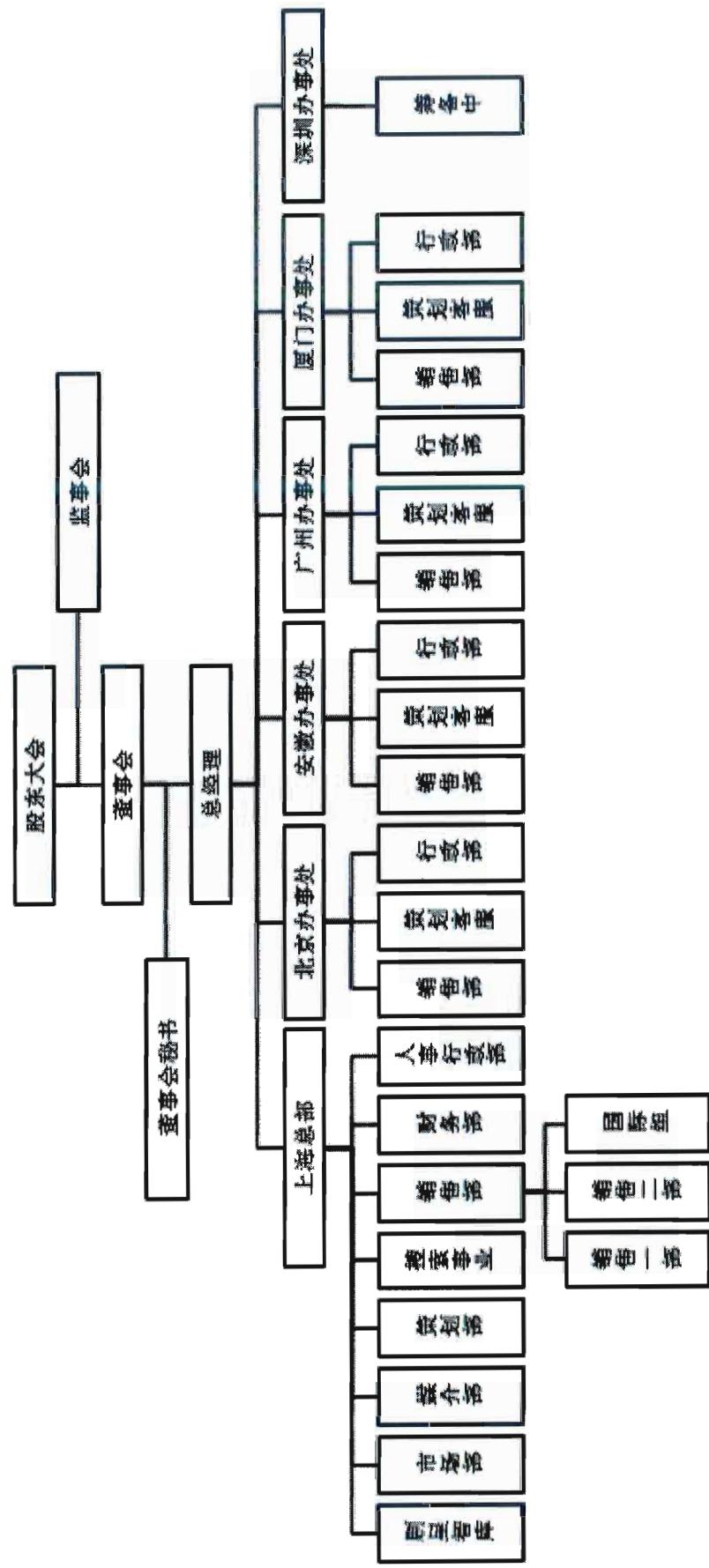
(1) 网络媒体自制内容植入：主要联合视频媒体，针对已成型或相对成熟项目，进行包含不限于产品植入、场景植入、剧情植入、人物植入等多方面内容植入。

(2) 网剧的制作、植入和发行：由剧星传媒自主拍摄网剧（已取得影视制作许可证），集合前期剧本创作、拍摄团队确立、拍摄、后期制作及发行于一体。

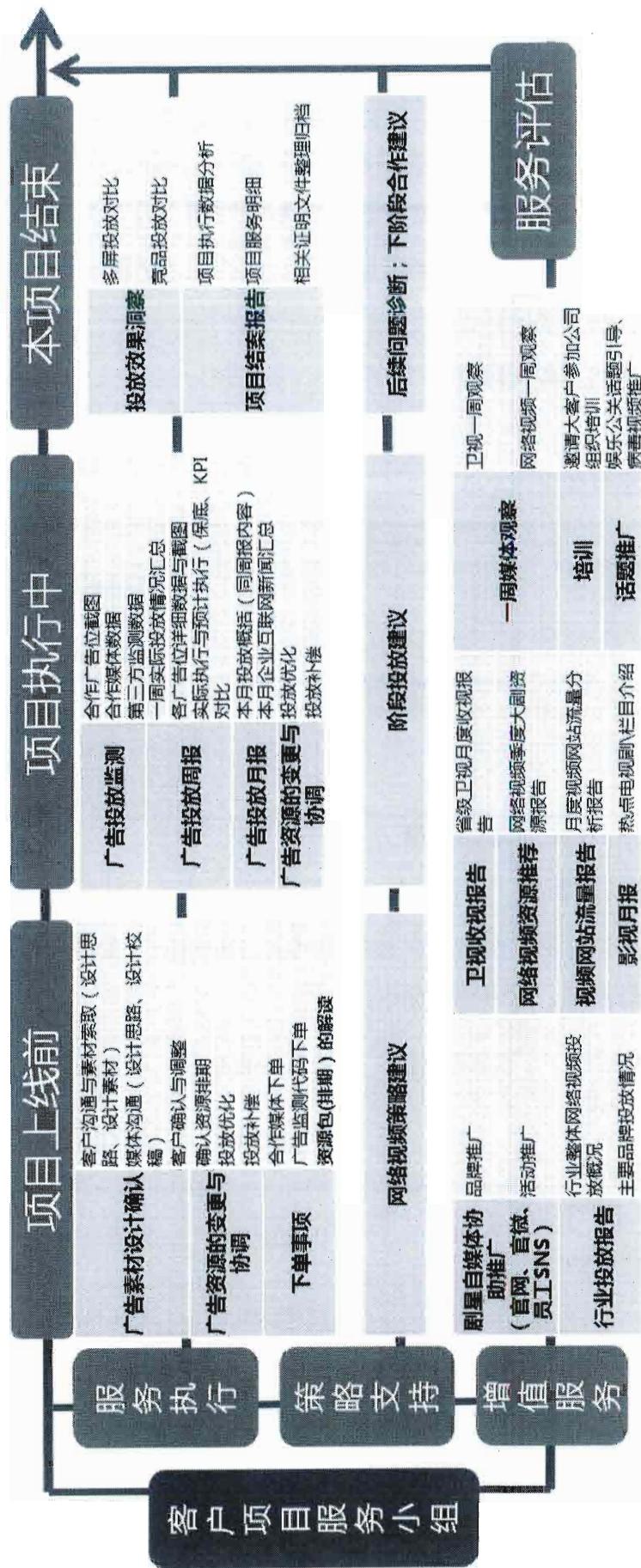


## 二、公司内部组织结构图、生产或服务流程及方式

### (一) 公司内部组织结构图



(二) 主要服务流程及方式  
1、项目流程



### 三、公司业务相关的关键资源要素

#### (一) 公司产品或服务所使用的主要技术

公司处于起步阶段，目前各项技术正在开发中，目前公司通过使用自己的统计及计算法建立了剧星智库，该程式通过搜集网络播放数据采集、热度话题实时采集、热度指数计算、未播先火的话题为公司项目策划提供大数据支持。目前公司技术人员正在研发多项程式。

#### (二) 公司的主要无形资产

##### 1、商标权

公司的商标权如下：

名称	证号	有效期	取得方式	类号及范围
Vision Star 剧星传播	第 11230260 号	2013.12.14-2023.12.13	原始取得	第 35 类：户外广告；广告；广告宣传；广告代理；计算机网络上的在线广告；广告稿的撰写；广告版面设计；广告片制作；广告设计；广告策划；商业管理和组织咨询；商业管理咨询；市场分析；商业研究；公共关系；商业管理顾问；商业专业咨询；组织商业或广告展览；商业信息

备注：上述商标权无账面价值。

##### 2、正在申请的商标

根据国家工商行政管理总局商标局出具的《商标注册受理通知书》，公司正在申请 3 项注册商标，具体情况如下：

序号	商标图样	国际分类号	注册号/申请号	申请日期	申请人
1		35	15783244	2014.11.25	剧星传媒
2		35	15783203	2014.11.25	剧星传媒
3		35	15783286	2014.11.25	搜秀传播

##### 4、主要无形资产、经营资质、知识产权及域名的权属情况

公司所使用的商标，已经向有关部门办理了登记，并取得相应的权利证书，公司知识产权权属清晰，不存在权利瑕疵、权属争议纠纷或权属不明的情形。公司主要无形资产、经营资质、知识产权权利所有人为公司本身，公司改制完成

后，相关权属由原来的“有限公司”名下变更到“股份公司”名下，明确归属“上海剧星传媒股份有限公司”，部分变更正在办理中，不存在变更障碍，公司不存在知识产权纠纷的诉讼或仲裁，公司持续经营能力稳定。

### （三）公司的资质情况

2014年12月2日，上海市文化广播影视管理局向公司颁发了编号为（沪）字第1156号《广播电视台节目制作经营许可证》，该证经营范围为：广播电视台节目制作、发行，经营方式：制作、发行。有效期限至2017年4月1日。

### （四）公司重要固定资产

截至2014年12月31日，公司主要生产设备等重要固定资产情况如下：

名称	原值(元)	成新率(%)	使用情况
房屋及建筑物	19,253,371.82	86.54	使用中
电子设备	1,131,098.86	41.94	使用中
办公设备	222,248.00	40.76	使用中
合计	20,606,718.68	83.60	—

### （五）公司员工情况

#### 1、员工人数及结构

截至2014年12月31日，公司有员工157人（含子公司），具体结构如下：

##### （1）年龄结构

年龄	人数(人)	比例(%)
20-29岁	103	65.60%
30-39岁	44	28.00%
40岁以上	10	6.40%
合计	157	100.00

##### （2）任职结构（请按照公司实际情况添加减少岗位）

专业结构	人数(人)	比例(%)
管理人员	5	3.20%
高层人员	30	19.10%
策划人员	42	26.80%
销售人员	54	34.40%
客服人员	7	4.50%
媒介人员	7	4.50%
行政及人事人员	8	5.00%
财务人员	4	2.50%
合计	157	100.00

### (3) 学历学位结构

学历学位	人数(人)	比例(%)
研究生	9	5.70%
本科	98	62.40%
大专	43	27.40%
中专及以下	7	4.50%
合计	157	100.00

### (4) 地域结构

地域	人数(人)	比例(%)
上海	72	45.90%
安徽	22	14.00%
广州	18	11.50%
北京	17	10.80%
厦门	6	3.80%
深圳	2	1.30%
天津	20	12.70%
合计	157	100.00

### (5) 按工龄结构

年 龄	人数(人)	比例(%)
1 年以下	65	41.40%
1 年	41	26.10%
2 年	19	12.10%
3 年以上	32	20.40%
合计	157	100.00

公司员工专业结构以策划及销售人员为主，年龄以 20 至 29 岁的青年为主，学历主要为本科及以下，员工的主要工作地点在上海，员工结构呈现技术化的特征。公司是一家服务型企业，所在行业为制造业，公司人员结构符合业务特征。

## 2、公司核心技术人员基本情况

高利萍，女，1980 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，汉族，大专学历。1995 年 9 月至 1997 年 7 月，于厦门港口职业学校就读广告学专业；1997 年 7 月至 1998 年 7 月，于厦门包装印刷集团担任职员；1998 年 9 月至 2001 年 7 月，于福建师范大学就读广告学专业；2001 年 7 月至 2002 年 5 月，于厦门海沧野生动物园担任营销策划主管；2002 年 5 月至 2003 年 3 月，于厦门海龙服装有限公司担任媒介主管；2003 年 7 月至 2005 年 9 月，于山西桂龙医药有限公司担

任媒介助理；2005年9月至2009年4月，于厦门银鹭食品集团有限公司历任广告部专员、广告部经理助理、广告部经理；2009年5月至2010年1月，待业；2010年2月至2010年12月，于厦门雅瑞光学有限公司担任媒介总监；2010年12月至2012年7月，于厦门银鹭食品集团有限公司担任媒介采购部经理；2012年9月至今，于公司担任华东销售总经理。

赵汝建，男，1982年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，汉族，大专学历。1997年9月至2000年7月，于烟台师范学院（现鲁东大学）就读公共关系专业；2002年8月至2008月7月，于山东金彩虹广告有限公司担任业务员、主管、广告资源销售总监职务；2008年8月至2008年12月，于北京龙媒盛世广告公司担任广告资源销售主管职务；2009年1月至2012年7月，于北京龙媒盛世广告公司担任电视广告销售经主管、网络部销售总监职务；2013年10月至今，于公司担任PHP程序员职务。

徐琨，女，1985年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，回族，本科学历。2004年9月至2008年6月，于山东青岛科技大学就读广告学专业；2008年9月2013年6月，于青岛先锋广告股份有限公司担任策划经理职务；2013年6月至2013年9月，于上海远誉广告有限公司担任策划经理职务；2013年9月至今，于公司担任策划总监职务。

### 3、核心技术业务人员持有公司股份情况

截至本公开转让说明书签署日，公司核心技术人员均未持有公司股份。

### 4、核心技术团队变动情况

报告期内，公司核心技术团队未发生较大变动，较为稳定。

## 四、公司业务具体状况

### （一）公司业务收入构成、各期主要产品或服务的规模、销售收入

报告期内，公司营业业务收入构成情况如下：

单位：元

项目	2014年度	2013年度
营业收入	541,217,799.57	204,922,084.60
主营业务收入	541,217,799.57	204,922,084.60
其他业务收入	-	-
主营业务成本	457,582,548.85	164,311,860.79

2014 年度、2013 年度公司的主营业务占总销售收入的百分比分别为 100.00%、100.00%。公司业务明确，且自公司成立以来未发生变化。

## (二) 公司产品的主要消费群体、前五名客户情况

### 1、产品的主要消费群体

公司产品的消费群体主要为国内外品牌商和零售商等有广告需求的企业单位。

### 2、公司前五名客户情况

2014年度，公司对前五大客户合计销售金额占主营业务收入的38.81%，具体的销售金额及占主营业务收入的比如下

序号	2014 年度前五名客户	金额(元)	比例 (%)
1	云南白药集团医药电子商务有限公司	46,245,283.19	8.54
2	广东美的制冷设备有限公司	45,502,678.41	8.41
3	刷星辉煌文化传播(天津)有限公司	40,506,766.13	7.48
4	拉芳家化股份有限公司	39,464,591.64	7.29
5	统一企业(中国)投资有限公司	38,347,936.70	7.09
前五名客户合计		210,067,256.07	38.81
2014 年度主营业务收入		541,217,799.57	

2013 年，公司对前五大客户合计销售金额占主营业务收入的 59.70%，具体的销售金额及占主营业务收入的比如下

序号	2013 年前五名客户	金额(元)	比例 (%)
1	拉芳家化股份有限公司	61,842,988.88	30.18
2	云南白药集团医药电子商务有限公司	22,915,094.42	11.18
3	上海百雀羚日用化学有限公司	14,150,943.45	6.91
4	上海家化销售有限公司	13,997,430.18	6.83
5	雅士利国际集团有限公司	9,433,962.30	4.60
前五名客户合计		122,340,419.23	59.70
2013 年主营业务收入		204,922,084.60	

公司除与拉芳家化股份有限公司、刷星辉煌文化传播(天津)有限公司存在关联关系外，与其他前五大客户不存在关联关系。公司与前述两家关联方的关联交易公允性详见本公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“八、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“(二) 关联交易”。

2013 年拉芳家化股份有限公司销售额占公司总收入 30.18%，其中拉芳家化股份有限公司占比较大的主要原因因为公司与其在 2013 年度签订了一份较大的合

作协议为其媒体平台上发布较多的广告项目。公司 2014 年获得新的客户来源，拉芳公司收入占比于 2014 年下降至 7.29%，公司不存在对公司部分股东关联交易的依赖情况。

报告期内，公司不存在对单个客户的销售额占当期销售总额的比例超过 50.00%，或严重依赖少数客户的情况。

上述前五大客户均不是公司持股 5.00%以上的股东。公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员和公司持股 5.00%以上的股东未持有上述前五大客户权益。

### （三）主要产品的原材料、能源及其供应情况以及公司前五名供应商情况

#### 1、主要产品的原材料、能源及其供应情况

公司的主营业务为在网站首页及各网站频道等页面上通过文字链接、图片、富媒体等表现形式为包括为企业、政府、创业者等客户提供项目推广服务、营销策划等网络服务，公司自身并不直接涉及生产环节。因此，公司并不涉及原材料或大量能源消耗事宜。报告期内，供应商的供应情况良好。

#### 2、公司前五名供应商情况

2014 年度月公司从前五大供应商合计采购额占当期采购总额的 68.05%，具体的采购金额及占采购总额的比例如下：

编号	2014 年度前五名供应商	金额(元)	比例(%)
1	上海全土豆文化传播有限公司	101,804,406.89	22.25
2	中央电视台	60,936,667.90	13.32
3	上海爱奇艺文化传媒有限公司	57,857,731.85	12.64
4	深圳市世纪凯旋科技有限公司	50,529,503.59	11.04
5	飞狐信息技术(天津)有限公司	40,239,033.69	8.79
前五名供应商合计		311,367,343.92	68.05
2014 年采购总额		457,582,548.85	

2013 年公司从前五大供应商合计采购额占当期采购总额的 66.84%，具体的采购金额及占采购总额的比例如下：

编号	2013 年前五名供应商	金额(元)	比例(%)
1	上海全土豆文化传播有限公司	35,370,040.41	21.53
2	飞狐信息技术(天津)有限公司	28,735,809.32	17.49
3	中央电视台	18,867,924.52	11.48
4	上海爱奇艺文化传媒有限公司	13,561,639.36	8.25
5	江苏省广播电视台(集团)电视传媒中心	13,295,596.22	8.09
前五名供应商合计		109,831,009.83	66.84
2013 年采购总额		164,311,860.79	

公司所使用的网络视频平台土豆网、中央电视台、爱奇艺网、腾讯网及搜狐

网均为当前市场中影响力较大的网络平台，因此公司主要供应商较为集中。

上述前五大供应商均不是公司持股 5.00%以上的股东。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员和持有公司 5.00%以上的股东未持有上述前五大供应商权益。

#### (四) 公司重大业务合同及履行情况

报告期内及期后对公司持续经营有重大影响的销售合同及报告期内及期后履行情况如下：

##### 1、采购合同

序号	合同方	合同相对方	合同名称	合同标的	合同金额(元)	签订年月	履行情况
1	剧星传媒	深圳市世纪凯旋科技有限公司	2015 年腾讯广告执行合同	腾讯广告发布(贵州神奇)	4,200,000.00	2015.03.23	正在履行
2	剧星传媒	深圳市世纪凯旋科技有限公司	2015 年腾讯广告执行合同	腾讯广告发布(三九药业)	5,000,000.00	2015.03.23	正在履行
3	剧星传媒	天津凤凰铭道文化传播有限公司	网络广告发布合同	凤凰网广告发布	4,000,000.00	2015.03.18	正在履行
4	剧星传媒	飞狐信息技术(天津)有限公司	网络广告发布合同	搜狐视频广告发布	3,000,000.00	2015.03.16	正在履行
5	剧星传媒	北京百度网讯科技有限公司	网络发布服务合同	百度广告发布	5,952,000.00	2015.01.30	正在履行
6	剧星传媒	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司广告发布合同	芒果 TV 广告发布(华润三九、友臣)	20,000,000.00	2015.01.09	正在履行
7	剧星传媒	天视卫星传媒股份有限公司、天津广播电视台卫视频道	广告发布合同(单一品牌)	天津卫视广告发布(拉芳)	10,000,000.00	2015.01.09	正在履行
8	剧星传媒	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司广告发布合同	芒果 TV 广告发布(拉芳)	5,000,000.00	2014.12.31	正在履行
9	剧星传媒	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司广告发布	芒果 TV 广告发布(百雀羚)	15,000,000.00	2014.12.18	正在履行

			合同				
10	剧星传媒	北京长江传媒有限公司	湖北卫视广告发布合同	湖北卫视广告发布(拉芳、雨洁)	1,000,000.00	2014.12.03	正在履行
11	剧星传媒	上海全土豆文化传播有限公司	网络广告发布合同	广告发布合同(统一绿茶)	3,444,799.90	2014.4.9	履行完毕
12	剧星传媒	深圳市世纪凯旋科技有限公司	2014年腾讯广告执行合同	腾讯广告发布(华素片)	20,000,000.00	2014.3.6	履行完毕
13	剧星传媒	上海全土豆文化传播有限公司	网络广告发布合同	广告发布合同(拉芳)	3,500,000.00	2014.3.1	履行完毕
14	剧星传媒	上海爱奇艺文化传媒有限公司	网络广告发布合同	广告发布合同	1,200,120.00	2013.3.22	履行完毕
15	剧星传媒	上海爱奇艺文化传媒有限公司	网络广告发布合同	广告发布合同	1,750,000.00	2013.5.15	履行完毕

## 2、销售合同

序号	合同方	合同相对方	合同名称	合同内容	合同金额(元)	签订年月	履行情况
1	剧星传媒	拉芳家化股份有限公司	广告发布合同	投放广告	20,000,000	2014.11.19	正在履行
2	剧星传媒	拉芳家化(滁州)有限公司	湖北卫视广告发布合同书	投放湖北卫视电视广告	10,000,000	2014.12.3	正在履行
3	剧星传媒	安徽口子酒营销有限公司	安徽口子酒营销有限公司广告发布	广告投放	45,458,000	2014.12.17	正在履行
4	剧星传媒	拉芳家化股份有限公司	广告发布业务合同	投放广告	10,000,000	2014.12.26	正在履行
5	剧星传媒	上海百雀羚日用化学有限公司	2015网络广告委托发布合同	网络广告服务	15,000,000	2014.12.30	正在履行
6	剧星传媒	俏十岁生物科技(北京)股份有限公司	2014网络广告委托发布合同	网络广告服务	5,952,000	2014.12.30	正在履行
7	剧星传媒	四平宏宝莱饮品股份有限公司	2015网络广告委托发布合同	网络广告服务	7,000,000	2015.1.1	正在履行
8	剧星传媒	安徽桂龙医药经营有限公司	网络广告委托发布合同	网络广告服务	15,000,000	2015.1.14	正在履行
9	剧星传媒	云南白药集团医药电子	网络广告投放服务	互联网广告投放服务	27,320,000	2015.3.10	正在履行

		商务有限公司	合同				
10	剧星传媒	雅士利国际集团有限公司	网络广告项目合同	互联网广告投放	30,600,000	2015.3.10	正在履行
11	剧星传媒	上海百雀羚日用化学有限公司	网络广告委托发布合同	腾讯视频	20,000,000.00	2014.7.5	履行完毕
12	剧星传媒	拉芳家化股份有限公司	广告发布业务合同	广告投放	43,000,000.00	2014.1.1	履行完毕
13	剧星传媒	安徽口子酒营销有限公司	安徽口子酒营销有限公司广告发布	广告投放	29,534,950.00	2014.8.1	履行完毕
14	剧星传媒	雅士利国际集团有限公司	网络广告项目合同	互联网广告投放	21,700,000.00	2014.1.1	履行完毕
15	剧星传媒	北京紫竹医药经营有限公司	网络广告项目合同	互联网广告投放服务	10,000,000.00	2014.1.1	履行完毕

3、报告期内，公司代理的需要前置审批的广告主要涵盖医疗、药品、保健食品行业，公司未从事医疗器械、农药、兽药等行业的广告代理活动，具体广告前置审批取得情况如下：

#### (1) 药品广告代理业务

##### 相对方为广告主的药品广告代理合同

序号	合同相对方	批准文号	申请单位名称	审批机关	履行情况
1.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第2013080098号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
2.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第2013100157号/粤药广审(视)第2014020016号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
3.	贵州金桥药业有限公司	黔药广审(视)第2012060036号/黔药广审(视)第2013050016号	贵州金桥药业有限公司	贵州省食品药品监督管理局	履行完毕
4.	贵州金桥药业有限公司	黔药广审(视)第2014010006号	贵州神奇药业有限公司	贵州省食品药品监督管理局	履行完毕
5.	贵州金桥药业有限公司	黔药广审(视)第2014010006号	贵州神奇药业有限公司	贵州省食品药品监督管理局	履行完毕
6.	贵州金桥药业有限公司	黔药广审(视)第2014010006号	贵州神奇药业有限公司	贵州省食品药品监督管理局	履行完毕

7.	贵州神奇药业有限公司	黔药广审(视)第 2014100034号	贵州神奇药业有限公司	贵州省食品药品监督管理局	履行完毕
8.	桂龙药业(安徽)有限公司	皖药广审(视)第 2013070015号/皖 药广审(视)第 2014070016号	桂龙药业(安徽)有限公司	安徽省食品药品监督管理局	履行完毕
9.	太极集团重庆涪陵制药厂有限公司	渝药广审(视)第 2014050022号	太极集团重庆涪陵制药厂有限公司	重庆市食品药品监督管理局	履行完毕
10.	太极集团重庆涪陵制药厂有限公司	渝药广审(视)第 2014050022号	太极集团重庆涪陵制药厂有限公司	重庆市食品药品监督管理局	履行完毕
11.	太极集团重庆涪陵制药厂有限公司	渝药广审(视)第 2014050022号	太极集团重庆涪陵制药厂有限公司	重庆市食品药品监督管理局	履行完毕
12.	海南快克药业有限公司	浙药广审(视)第 2012100106号	浙江亚峰药厂有限公司	浙江省食品药品监督管理局	履行完毕
13.	广州朗圣药业有限公司	粤药广审(视)第 2014070084号	广州朗圣药业有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
14.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第 2014030036号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
15.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第 2013080098号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
16.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第 2014060074号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
17.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第 2014060074号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
18.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第 2014030036号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
19.	深圳华润三九医药贸易有限公司	川药广审(视)第 2014010001号	雅安三九药业有限公司	四川省食品药品监督管理局	履行完毕
20.	湖北远大天天明制药有限公司	鄂药广审(视)第 2014040019号	湖北远大天天明制药有限公司	湖北省食品药品监督管理局	履行完毕
21.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第 2012110219号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
22.	神威药业集团有限公司	冀药广审(视) 2014040030号/冀 药广审(文) 2014040030号	神威药业集团有限公司	河北省食品药品监督管理局	履行完毕

23.	太极集团重庆涪陵制药厂有限公司	渝药广审(视)第2012100059	太极集团重庆涪陵制药厂有限公司	重庆市食品药品监督管理局	履行完毕
24.	太极集团重庆涪陵制药厂有限公司	渝药广审(视)第2013100067号	太极集团重庆涪陵制药厂有限公司	重庆市食品药品监督管理局	履行完毕
25.	西南药业股份有限公司	渝药广审(视)第2013120079号	西南药业股份有限公司	重庆市食品药品监督管理局	履行完毕
26.	西南药业股份有限公司	渝药广审(视)第2014010025号	西南药业股份有限公司	重庆市食品药品监督管理局	履行完毕
27.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第2014030036号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
28.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第2014030036号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
29.	吉林正仁医药有限公司	吉药广审(视)第2014070107号	修正药业集团股份有限公司	吉林省食品药品监督管理局	履行完毕
30.	亚宝药业集团股份有限公司	晋药广审(视)第2012080017号	亚宝药业集团股份有限公司	山西省食品药品监督管理局	履行完毕
31.	亚宝药业集团股份有限公司	晋药广审(视)第2013070006号	亚宝药业集团股份有限公司	山西省食品药品监督管理局	履行完毕
32.	亚宝药业集团股份有限公司	晋药广审(视)第2013080007号	亚宝药业集团股份有限公司	山西省食品药品监督管理局	履行完毕
33.	亚宝药业集团股份有限公司	晋药广审(视)第2013080007号	亚宝药业集团股份有限公司	山西省食品药品监督管理局	履行完毕
34.	亚宝药业集团股份有限公司	晋药广审(视)第2012080017号	亚宝药业集团股份有限公司	山西省食品药品监督管理局	履行完毕
35.	中国妇女发展基金会	晋药广审(视)第2013080007号	亚宝药业集团股份有限公司	山西省食品药品监督管理局	履行完毕
36.	江西珍视明药业有限公司	赣药广审(视)第2014010007号	江西珍视明药业有限公司	江西省食品药品监督管理局	履行完毕
37.	北京紫竹医药经营有限公司	京药广审(视)第2014040062号	华润紫竹药业有限公司	北京市药品监督管理局	履行完毕
38.	北京紫竹药业有限公司	京药广审(视)第2013040041号	北京紫竹药业有限公司	北京市药品监督管理局	履行完毕
39.	太极集团重庆涪陵制药厂有	渝药广审(视)第2013100067号	太极集团重庆涪陵制药厂有	重庆市食品药品监	履行完毕

	限公司		限公司	督管理局	
40.	葵花药业集团 (衡水)得菲尔有限公司	黑药广审(视)第 2015010004号	黑龙江葵花药业股份有限公司	黑龙江省食品药品监督管理局	履行完毕
41.	江西汇仁药业有限公司	赣药广审(视)第 2014120073号	江西汇仁药业有限公司	江西省食品药品监督管理局	履行完毕
42.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第 2015010011号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
43.	深圳华润三九医药贸易有限公司	桂药广审(视)第 2014110087号	桂林华润天和有限公司	广西省食品药品监督管理局	履行完毕
44.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第 2014070093号/粤 药广审(视)第 2015020050号/粤 药广审(视)第 2015010001号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	正在履行
45.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第 2015020007号/川 药广审(视)第 2014110040号	华润三九医药股份有限公司、雅安三九药业有限公司	广东省食品药品监督管理局、四川省食品药品监督管理局	履行完毕
46.	华润三九医药股份有限公司	粤药广审(视)第 2015010011号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	正在履行
47.	华润三九医药股份有限公司	粤药广审(视)第 2015010011号	华润三九医药股份有限公司	广东省食品药品监督管理局	履行完毕
48.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第 2015020007号/川 药广审(视)第 2014110040号	华润三九医药股份有限公司、雅安三九药业有限公司	广东省食品药品监督管理局、四川省食品药品监督管理局	正在履行
49.	深圳华润三九医药贸易有限公司	粤药广审(视)第 2015020007号/川 药广审(视)第 2014110040号	华润三九医药股份有限公司、雅安三九药业有限公司	广东省食品药品监督管理局、四川省食品药品监督管理局	正在履行
50.	葵花药业集团 (冀州)有限公司	黑药广审(视)第 2015010003号	黑龙江葵花药业股份有限公司	黑龙江省食品药品监督管理局	履行完毕
51.	贵州金桥药业有限公司	黔药广审(视)第 2014100033号	贵州神奇药业有限公司	贵州省食品药品监	履行完毕

				督管理局	
--	--	--	--	------	--

备注：上述药品广告的合同相对方委托代办人代办药品广告批准文件，符合《药品广告审查办法》（2007）的相关规定。

#### 相对方为一级代理商的药品广告代理合同

序号	合同相对方	批准文号	申请单位名称	审批机关	履行情况
1.	上海橙视文化传媒有限公司	桂药广审(视)第2013120086号	广西玉林制药集团有限责任公司	广西壮族自治区食品药品监督管理局	履行完毕
2.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	京药广审(视)第2013070064号	北京华素制药股份有限公司	北京市食品药品监督管理局	履行完毕
3.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	京药广审(视)第2014060070号	北京华素制药股份有限公司	北京市食品药品监督管理局	履行完毕
4.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	京药广审(视)第2013040038号/京药广审(视)第2013040040号	北京华素制药股份有限公司	北京市食品药品监督管理局	履行完毕
5.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	京药广审(文)第2014030188号	北京华素制药股份有限公司	北京市食品药品监督管理局	履行完毕
6.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	京药广审(文)第2014030188号	北京华素制药股份有限公司	北京市食品药品监督管理局	履行完毕
7.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	京药广审(文)第2013080473号	北京华素制药股份有限公司	北京市食品药品监督管理局	履行完毕

#### (2) 医疗广告代理业务

#### 相对方为广告主的医疗广告代理合同

序号	合同相对方	批准文号	申请单位名称	审批机关	履行情况
1.	上海健桥医院有限公司	沪医广[2013]第12-12-A81号	上海健桥医院	上海市卫生和计划生育委员会	履行完毕
2.	无锡虹桥医院有限公司	(苏)医广[2013]第01-11-004号	无锡虹桥医院	江苏省卫生厅	履行完毕
3.	无锡虹桥医院有限公司	(苏)医广[2013]第01-11-004号	无锡虹桥医院	江苏省卫生厅	履行完毕
4.	上海长江医院	沪医广[2013]第05-14-A41号	上海长江医院	上海市卫生和计划生育委员会	履行完毕
5.	上海闵行虹桥医院有限公司	沪医广[2014]第02-24-A4号	上海虹桥医院	上海市卫生和计划生育委员会	履行完毕

## 相对方为一级代理商的医疗广告代理合同

序号	合同相对方	批准文号	申请单位名称	审批机关	履行情况
1.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	冀医广[2014]第8-8-134号	保定同济医院	河北省卫生和计划生育委员会	履行完毕
2.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	辽医广[2013]第09-30-07号	大连建国肿瘤医院	辽宁省卫生厅	履行完毕
3.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	辽医广[2013]第09-30-07号	大连建国肿瘤医院	辽宁省卫生厅	履行完毕
4.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	辽医广[2013]第09-30-07号	大连建国肿瘤医院	辽宁省卫生厅	履行完毕
5.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	辽医广[2013]第09-30-07号	大连建国肿瘤医院	辽宁省卫生厅	履行完毕
6.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	辽医广[2013]第09-30-07号	大连建国肿瘤医院	辽宁省卫生厅	履行完毕
7.	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	辽医广[2013]第09-30-07号	大连建国肿瘤医院	辽宁省卫生厅	履行完毕
8.	苏州市巽蓝网络科技服务有限公司	(苏)(中)医广[2012]第11-19-022号/(苏)医广[2013]第11-25-35号	苏州东吴中西医结合医院	江苏省中医药局、江苏省卫生厅	履行完毕
9.	苏州市巽蓝网络科技服务有限公司	(苏)(中)医广[2012]第11-19-022号/(苏)医广[2013]第11-25-35号	苏州东吴中西医结合医院	江苏省中医药局、江苏省卫生厅	履行完毕
10.	苏州市巽蓝网络科技服务有限公司	(苏)(中)医广[2012]第11-19-022号/(苏)医广[2013]第11-25-35号	苏州东吴中西医结合医院	江苏省中医药局、江苏省卫生厅	履行完毕
11.	苏州市巽蓝网络科技服务有限公司	(苏)(中)医广[2012]第11-19-022号/(苏)医广[2013]第11-25-35号	苏州东吴中西医结合医院	江苏省中医药局、江苏省卫生厅	履行完毕
12.	上海雅视广告有限公司	沪医广[2013]第12-12-A81号	上海健桥医院	上海市卫生和计划生育委员会	履行完毕
13.	思美传媒股	(苏)医广[2013]	苏州同济医院	江苏省卫	履行完毕

	份有限公司	第 01-11-010 号		生厅	
14.	思美传媒股 份有限公司	(苏)医广[2013] 第 01-11-010 号	苏州同济医院	江苏省卫 生厅	履行完毕
15.	厦门旌扬文 化传播有限 公司	(闽)医广[2013] 第 04-15-84 号	厦门思明美莱 医疗美容门诊 部	福建省卫 生厅	履行完毕
16.	厦门旌扬文 化传播有限 公司	(闽)医广[2013] 第 04-15-84 号	厦门思明美莱 医疗美容门诊 部	福建省卫 生厅	履行完毕
17.	思美传媒股 份有限公司	(苏)医广[2013] 第 02-27-043 号	苏州理想眼科 医院	江苏省卫 生厅	履行完毕
18.	芜湖突破营 销策划咨询 有限公司	(皖)医广[2013] 第 9-18-189 号	芜湖协和医院	安徽省卫 生厅	履行完毕
19.	南京慧凯文 化传播有限 公司	(鄂)中医广 [2012]第 04-10-010 号	武汉黄浦中西 医结合医院	湖北省卫 生厅	履行完毕
20.	安徽银杏文 化传播有限 公司	(皖)医广[2013] 第 09-10-181 号	合肥喜得儿孕 育医院	安徽省卫 生厅	履行完毕

### (3) 保健食品广告代理业务

#### 相对方为广告主的保健食品广告代理合同

序号	合同相对方	批准文号	申请单位名称	审批机关	履行情况
1.	浙江保灵药业 有限公司	浙食健广审(视) 第 2012050035 号 /浙食健广审(视) 第 2013030011 号	杭州保灵集团 有限公司	浙江省食 品药品监 督管理局	履行完毕
2.	浙江保灵药业 有限公司	浙食健广审(视) 第 2013030011 号	杭州保灵集团 有限公司	浙江省食 品药品监 督管理局	履行完毕
3.	黑龙江碧生源 商贸有限公司	京食健广审(视) 第 2013090076 号 /京食健广审(视) 第 2013090077 号	北京澳特舒尔 保健品开发有 限公司	北京市药 品监督管 理局	履行完毕
4.	上海健久生物 科技有限公司	苏食健广审(视) 第 2013090036 号	无锡健特药业 有限公司	江苏省食 品药品监 督管理局	履行完毕
5.	黑龙江碧生源 商贸有限公司	京食健广审(视) 第 2015040023 号	北京澳特舒尔 保健品开发有 限公司	北京市食 品药品监 督管理局	履行完毕

备注:上述发布保健食品广告的合同相对方均系保健食品批准证明文件持有人所委托的法人,符合《保健食品广告审查暂行规定》的相关规定。

#### 相对方为一级代理商的保健食品广告代理合同

序号	合同相对方	批准文号	申请单位名 称	审批机关	履行情况
1	上海新网迈广告	苏食健广审	无锡健特药	江苏省食	履行完毕

	传媒有限公司	(视)第 2013090036号	业有限公司	品药品监 督管理局	
--	--------	---------------------	-------	--------------	--

## 五、公司的商业模式

### (一) 经营模式

公司的主营业务是为客户提供以视频广告代理为核心的整合营销传播服务，具体包括网络视频广告全案代理、百度全国KA渠道核心代理、剧星智库跨媒体咨询服务、电视广告业务代理、网络社交营销业务、网络内容植入业务、视频DSP平台等七大类业务。其中，剧星智库跨媒体咨询及网络社交营销业务服务是以提升客户品牌价值和产品销售为目标，为客户提供品牌策略、品牌规划、品牌识别系统(CIS)设计、品牌诊断，广告策划、创意、设计、制作，市场调研、市场营销策略。网络视频广告全案代理、百度全国KA渠道核心代理、电视广告业务代理、网络内容植入业务、视频DSP平台等媒介代理业务是为客户的广告投放进行媒介数据分析，制定媒介策略、媒介创新、媒介投放计划，并按照客户确认的广告投放计划代理客户实施媒介购买、媒介投放及媒介监测工作。

### (二) 采购模式

公司的大宗采购基本上集中在媒体购买领域。这部分基本上以直接向电视台、视频网站或者其它互联网媒体直接购买的模式进行。公司通过先与客户确定广告方案并与电视台或视频网站签订框架协议，公司会按照对企业的评估策划方案，针对指定受众，选择合适的媒体渠道，以确定当年采购广告位、播放日期及天数、支付模式等。

### (三) 销售模式

公司目前成立有专门的销售团队，总部位于上海，在北京、天津、广州、合肥、厦门、深圳设有分支机构，合作客户已超过130家，公司的核心团队成员在业内有多年的经验，凭借其专业技能对项目的把控，剧星传媒很快在客户中形成良好的口碑。公司将根据发展战略的部署，在潜在客户集中的部分重点地区增销售服务团队。

### (四) 盈利模式

公司盈利分为两种，一种是获得合作媒体支付给公司的代理服务费，属于媒介代理业务收入类项；另一种是以顾问费、策划费、服务费、活动执行、展览制

作等形式直接收取客户费用，属于整合传播业务。

## 六、所处细分行业基本情况

根据《中国证监会上市公司行业分类指引》(2012 年修订)，公司所属行业可归类为：I 信息传输、软件和信息技术服务业 I64 互联网和相关服务；根据《国民经济行业分类与代码》(GB/T\_4754-2011) 的分类标准，公司所属行业可归类为：I 信息传输、软件和信息技术服务业 I64 互联网和相关服务 I6420 互联网信息服务。

### (一) 所处行业概况

广告行业作为创意服务产业，其发展状态与国民经济的发展水平紧密相关。随着消费品种的日益丰富和市场竞争的不断加剧，客户将通过不断增加广告投放量来吸引消费者的目光。同时，相关部门在《关于促进广告业发展的指导意见》提出了“到 2015 年，广告业营业额相对 GDP 比重力争达到 1.5%”的发展目标。数据显示，2010 年我国广告业营业额占 GDP 的比例不到 1%，与美国等广告业发达国家 2%的占比存在较大差距。因此，在外部政策支持和行业市场需求相互结合的条件下，未来几年我国广告市场的发展前景利好，市场规模增长潜力显著。

行业将面临重新洗牌，整合与集中是必然选择。资源整合与业务集中并行将是广告行业发展的主流趋势。随着广告市场资源整合速度的进一步加快，强大的资金和媒体资源是广告公司在未来竞争中获得掌握主动权的基本保障。未来，国内广告行业将会逐步分化为两股力量：一是外资集团通过资本运作不断兼并收购中国本土的优质广告企业，最终逐渐形成大型的广告集团；二是中国本土企业通过和国外广告巨头博弈积累经验，不断通过整合其他广告公司，形成具有本土特色的广告集团。

资本化经营成为广告公司发展的助推力。在媒体资源相对稀缺和市场竞争日益激烈的环境下，雄厚的资金实力无疑是支撑广告公司发展的重要保障。单纯依靠内生增长提供发展资金的模式已无法满足广告公司在激烈市场环境中快速成长的需求。未来，通过发行上市筹集发展资金逐步成为了广告行业的共识和趋势。

以电视为主的传统媒体传播在中国广告市场中仍然居于主导地位，2005-2010 年，电视媒体在主要广告媒体市场规模中的比例均接近 50%，连续 6 年位居市场第一。尽管面临户外广告和新媒体的强劲冲击，但由于普及率高、受

众群体大、成本低等诸多优势，未来几年传统媒体的主导地位仍将延续。

新兴技术催生新兴媒体，并加速各类媒体全面融合。网络技术、通讯技术、多媒体技术等新兴技术将不断催生出以互联网、移动终端以及户外电子媒体等为代表的新兴媒体形式。这些媒体具有无法比拟的高速、精准和高效的特征，能极大地提高广告信息的传输能力和表现形式。新兴技术将有利于电视媒体、平面媒体、互联网媒体之间的融合，使广告产业更加集约化，促进广告多种表现形式的全面融合。

## 1、行业主管部门、监管体制及主要法规及政策

### (1) 行业主管部门及监管体制

公司作为一家为客户提供以视频广告代理为核心的整合营销传播服务网络信息服务企业，所处行业为互联网信息服务业。行业的监管体制为行业主管部门统一监管，主管部门为中华人民共和国商务部（商务部）。商务部电子商务和信息化司负责具体相关工作，包括电子商务行业标准、规则和政策的制定，市场运行状态的监管，商品供求体系的建设等。公司同时还涉及广告视频拍摄等业务，该方面归于广播电影电视总局管理，其主要职责包括研究并拟定广播电视宣传和影视创作的方针政策，把握舆论导向；指导广播电视宣传和广播影视创作并协调其题材规划；指导广播电影电视管理体制改革。研究并起草广播电影电视事业管理的法律、法规；制订广播电影电视管理规章和事业的发展规划；监督管理广播电视节目、卫星电视节目收录和通过信息网络向公众传播的视听节目等。

### (2) 主要法律法规及政策

公司所在行业的相关政策有：

2009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。

2009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，标志着把文化产业作为战略性产业提升到了国家战略的层面，意义重大而深远。

2011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。

2011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。

2012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。

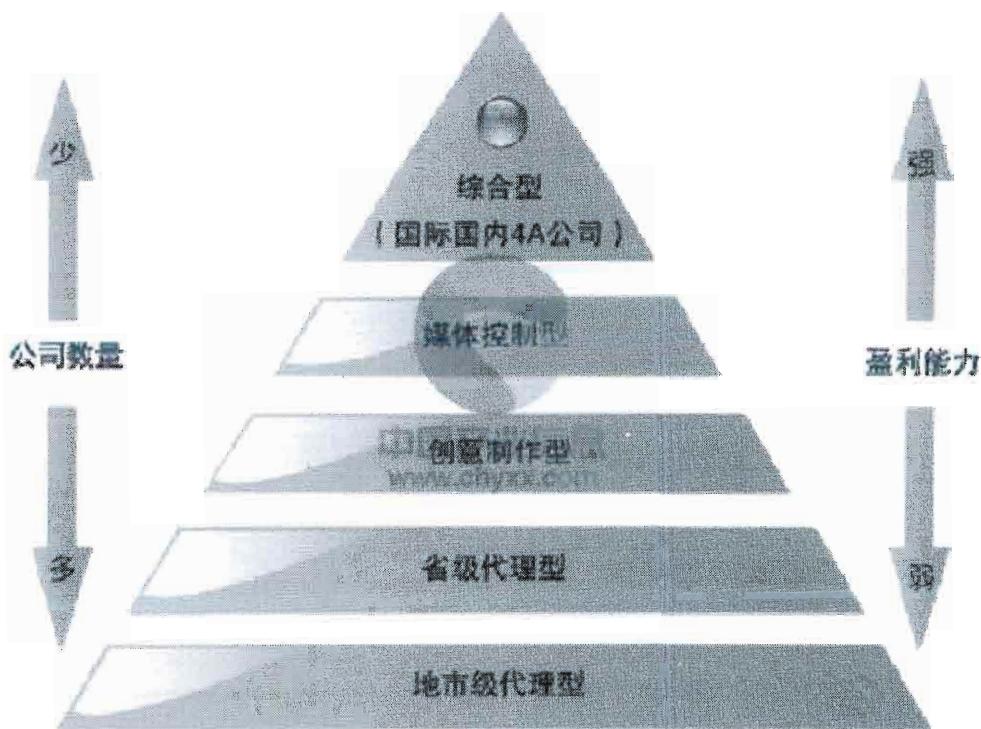
2012年7月，财政部办公厅、国家工商总局办公厅日前印发《关于开展2012年现代服务业试点支持广告业发展有关问题的通知》（以下简称《通知》），正式开展2012年中央财政支持广告业发展试点工作。

公司已获得法律法规和政策性文件要求的业务资质，目前的交易方式、业务模式等符合法律法规和相关政策性文件的规定。

## 2、行业竞争性状况

广告行业进入门槛低，参与广告市场竞争的企业众多但大多规模较小，行业低端市场竞争激烈，基本处于完全竞争状态。1998年至2008年，我国广告公司数量由3.3万户发展到11.72万户，年均增长了13.52%。截至2013年底，国内广告经营者共计44.5万户，广告从业人员262万人。电视广告行业与我国整个广告行业的情况类似，市场参与者众多，市场竞争激烈，行业内企业发展水平参差不齐，大部分的中小电视广告公司服务单一，大型的综合型广告公司较少。国内电视媒体广告公司的类型如下图所示：

国内电视媒体广告公司类型



中国产业信息网 (<http://www.chyxx.com>) 发布的《2015-2020 年中国电视广告市场运行态势及发展前景预测报告》中显示：我国电视媒体广告公司分媒介代理、广告创意制作和综合型三种。省级、地市级媒介代理公司多属区域性公司，数量众多、规模不大、竞争激烈、生存压力越来越大；广告创意制作类公司专业度高、竞争压力小、盈利能力较强、但很难形成规模效益；媒体控制型公司因拥有长期经营的媒体资源，如：未来广告公司作为央视下属广告公司，经营稳定、盈利能力强；综合型公司兼营媒介代理和创意制作，能整合电视媒体广告资源、为客户提供从市场研究、品牌管理、创意设计、影视制作、广告策略、广告执行、广告评估等广告全案服务，大多是国际 4A 公司及中国 4A 公司，这些公司广告资源整合力强、规模化、专业化程度高、竞争力强。

#### 广告行业主要竞争主体

我国广告市场的竞争格局主要体现为国际 4A 公司较为强势和竞争主体多元化、市场集中度较高的特征，行业内部又体现出细分的竞争格局。

##### 1、国际 4A 公司日益强势

我国按照 WTO 有关规定，从 2005 年底允许设立外商独资广告公司，截至目前，几乎所有国际 4A 公司都已进入中国；这些外资广告公司带来了强大的资金、先进的企业管理制度和成熟完备的文化理念，抢占了我国广告市场的主导权。

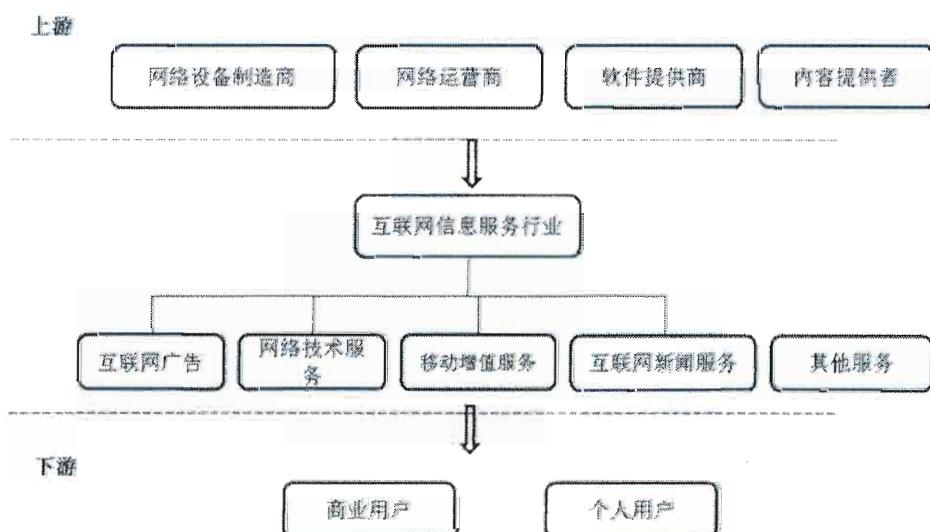
由于中国市场庞大，国际 4A 公司在中国的发展很快，从基础上已经占据了中国广告业营业额的较大份额；国际著名品牌在其全球战略的影响下，大多选择与国际 4A 公司合作，占据媒体投放绝大部分份额。品牌优势推动国际 4A 公司在华发展日益强大。

## 2、市场参与者较多，但市场较为集中

目前，国内的广告公司在经营业态上已经出现了比较明显的分化。虽然参与者众多，但行业集中度较高，一些拥有资本和规模优势的公司不断收购兼并其他广告公司或拓展分支机构，规模不断扩张。在近几年的中国广告企业（非媒体服务类）广告营业额前 20 强名中，主要为国际 4A 在中国的合资公司以及几个国内广告公司，市场较为集中。

## 3、行业与行业上下游的关系

互联网信息服务行业的上游行业主要是网络设备制造商、网络运营商、内容提供商、软件提供商，下游行业主要为终端用户，包括个人用户和商业用户，如下图所示：



网络制造商及软件提供商主要为互联网信息服务行业的发展提供硬件、软件设备，网络运营商主要指中国联通、中国电信和中国移动，内容提供商主要包括各类可供网站转载新闻的新闻单位。下游终端用户主要包括手机用户、网络用户及政府、各行业的企事业单位。上下游行业供应量充足，对本行业影响程度较小。

## 4、行业壁垒

### (1) 技术壁垒

企业开展互联网信息服务涉及到软件和硬件配置、网站建设、网站运营维护

等专业技术问题。互联网信息服务行业主要是基于淘宝、天猫、京东、拍拍等第三方电子商务平台开展业务，必须积累相应的数据抓取、系统开发、平台对接、数据服务、日常存货管理和发货管理等经验和技术，才能为传统品牌企业提供相应的一体化解决方案及具体环节的专业服务。尽管互联网信息服务行业所利用的这些技术都是现有科技水平下公开技术知识，但如何实现技术知识与该行业特征各维度全面契合仍具有一定的壁垒。

#### (2) 人才壁垒

作为互联网信息服务行业，其核心技术在于由专业人才组建的服务团队。通过对互联网渠道大数据分析、深入的市场调研、对企业和产品进行综合评估等专业技术考量，为企业订制方案，提供营销活动策划，招募优质网商、微商，从而提高销售份额，增加企业市场占有率。因此，具有专业的服务团队对于进入互联网信息服务行业至关重要。

#### (3) 外部渠道资源壁垒

互联网信息服务行业必须具有充分外部资源和资源整合能力，包括全网分销渠道、跨地域资源、媒体资源、与第三方深度合作能力以及客户资源等。只有具备充分的外部资源，该行业企业才可能构筑完善的服务体系，才能够帮助传统品牌企业迅速开拓电子商务市场，拓展销售渠道和扩大品牌影响力。

#### (4) 品牌推广壁垒

网络媒体品牌主要包括公信力、影响力、忠诚度等。公信力是网络媒体赖以生存的核心价值，体现了用户对媒体的信任度；影响力反映网络媒体的传播渠道能力；忠诚度则反映用户访问量及用户的黏性，是提升媒体价值的重要因素。民营资本开设的各类商业网站在网民覆盖面、网站影响力方面相对较难达到一定规模，可能会带来一定壁垒。

#### (5) 用户资源壁垒

基于互联网信息服务运营商需要积累较大规模的用户群，才能提升其所运营的网络媒体价值和渠道价值，获得收益和回报。对于市场新进入者，难以在短期内获得客户足够的认可并改变其使用习惯，这对市场进入者构成了用户资源壁垒。

以上虽不足以称之为行业壁垒，但也对行业的进入起到一定的要求作用。

### 5、影响行业发展的有利因素和不利因素

### (1) 有利因素

#### 1) 政府政策扶持带来的机遇

随着互联网信息服务的兴起，国家不断出台一系列扶持互联网信息服务行业政策，如《互联网行业“十二五”发展规划》、关于印发下一代互联网“十二五”发展建设的意见的通知（发改办高技[2012]705号）、《2006-2020年国家信息化发展战略》（2006年）、《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》（国办发〔2005〕2号）、《商务部“十二五”电子商务发展指导意见》（商电发〔2011〕375号）、《国务院办公厅转发商务部等部门关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策意见的通知》等，地方各省市也不断出台新规，切实扶持电子商务和互联网信息服务的发展，通过电子商务方式以消费拉动内需。

#### 2) 传统产业转型带来的机遇

许多传统企业已经意识到消费者的消费习惯出现转变，许多实体店开始成为消费者网购前的体验店。为顺应时代发展的需要，企业开始寻求销售转型，开辟线上市场，将线上交易与线下销售相结合。

但传统产业在着手线上销售时，必然会遇到种种困难，需要专业的团队为其订制电子商务销售方针和提供专业的互联网渠道运营服务，快速切入互联网渠道、对接更多资源，从而大幅节省人力物力成本，提升品牌、促进线上销售量。

### (2) 不利因素

#### 1) 未来税收政策的变化

目前国家尚未对互联网信息服务行业提出明确的税收政策，因此目前部分企业仍存在一些在互联网销售的纳税不规范现象。随着国家对互联网信息服务行业的重视以及纳税不规范问题的日趋显著，未来国家将逐步完善互联网信息服务行业税收政策。而对互联网信息服务行业税收政策的变化可能导致企业经营成本上涨，甚至会导致部分企业退出互联网信息服务行业，从而有可能影响公司未来业务的稳定性。

#### 2) 入行门槛低

目前，我国广告市场存在着相对混乱的行业结构。如何拓展公司业务，提高员工士气，培养留住人才已成为行业共同思考的主要问题。而如何做大做强，赚取更大的利润，更是成为了广告公司自身难以突破的发展瓶颈。

#### 3) 结构单一，同质化严重

目前，国内广告公司的主营业务普遍以广告制作为主，只有少数的广告公司以创意设计和策划为主营业务。而在这些少数的广告公司中，从事 4A 广告业务的广告公司更是稀少，这直接导致了广告行业的深度市场潜力尚未被充分挖掘。相对残酷的生存环境已赤裸裸地摆在了广告公司经营管理者的面前，能否继续生存，或者改变创新经营思路，已是迫在眉睫的问题。

#### 4) 生产工艺相对复杂

相对而言，广告公司的生产工艺极为复杂。然而广告行业也尚未制订统一的工艺标准，这主要与广告公司服务的客户群体存在较大的关联。广告公司要满足客户不同的需求，假如有 100 个客户，那么就要有 100 种不同的个性化需求。客户的个性化需求是导致广告公司复杂生产工艺的主要原因，进而导致了传统广告公司经营管理的低效率。

#### 5) 广告公司利润低

由于广告行业的进入门槛相对较低，行业综合经营风险不高，传统业务市场相对稳定等特点，导致了国内大多数广告公司的经营项目单一，以价格战为主要方式的恶性市场竞争日益明显，进而引发了广告行业低利润的趋势日益明显。在此压力下，广告公司的经营管理者经常处于一种极度焦虑的状态，创意难以得到有效发挥。

#### 6) 人才不稳定

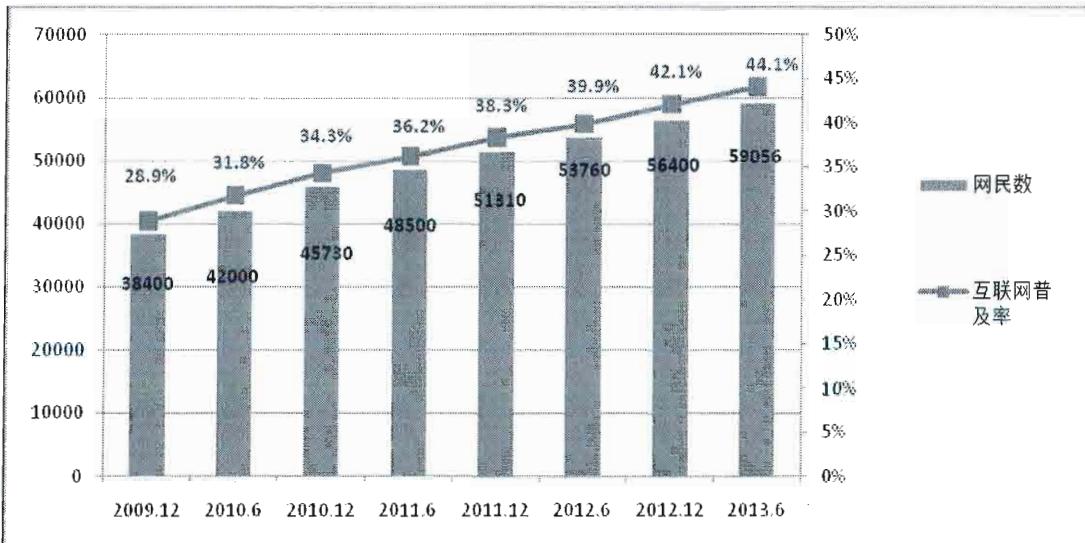
广告行业是一个创意服务行业，人才对广告公司的发展具有举足轻重的作用。如何引进人才，培养人才和留住人才，是广告公司应解决的首要问题。目前，由于广告行业缺乏良好的规范性，广告公司的经营利润不景气，直接影响了广告从业人员的工作积极性和稳定性。

### （二）行业市场规模

1、网民及手机用户规模持续扩大，为互联网服务行业的市场需求提供了有利保障

#### （1）网民规模持续扩大

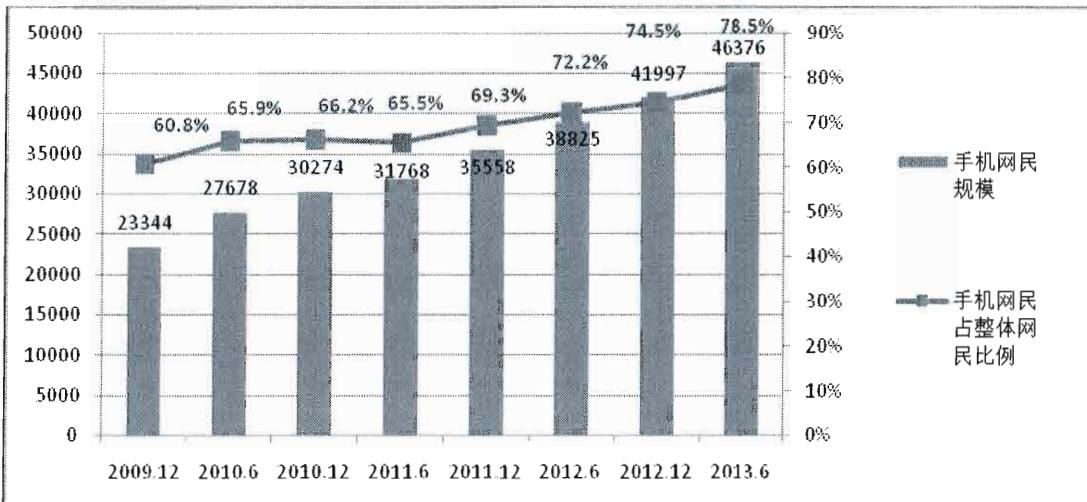
CNNIC 数据显示，截至 2013 年 6 月底，我国网民规模达 5.91 亿，互联网普及率为 44.1%，较 2012 年底提升了 2.0 个百分点。中国网民规模和互联网普及率图表如下：



资料来源：CNNIC

## (2) 手机网民规模持续上升

中国手机网民已经形成庞大規模，并保持快速发展的态势。截至 2013 年 6 月底，我国手机网民规模达 4.64 亿，较 2012 年底增加约 4379 万人，网民中使用手机上网人群占比由 74.5% 提升至 78.5%。中国手机网民规模及其占网民比例图如下：



资料来源：CNNIC

## 2、互联网广告行业的市场规模

根据艾瑞咨询数据，2012 年，中国互联网广告行业市场规模达到 753.1 亿元，较去年增长 46.8%，网络广告市场进入相对平稳的增长期。2006-2016 中国互联网广告市场规模及与预测数据如下：



数据来源：iresearch

### 3、电子商务行业市场规模

截至 2013 年底，中国电子商务市场交易规模达 10.2 万亿，同比增长 29.9%。其中，B2B 电子商务市场交易额达 8.2 万亿元，同比增长 31.2%。网络零售市场交易规模达 18851 亿元，同比增长 42.8%。排在前十的省份（含直辖市）分别为：广东省、江苏省、北京市、上海市、浙江省、山东省、湖北省、福建省、四川省、湖南省。

截至 2013 年 12 月，电子商务服务企业直接从业人员超过 235 万人。由电子商务间接带动的就业人数，已超过 1680 万人。

2013 年电子商务市场细分行业结构中，B2B 电子商务占比 80.4%；网络零售交易规模市场份额达到 17.6%；网络团购占比 0.6%；其他占 1.4%。

仅以 2014 年 11 月 11 日的“双十一”活动为例，阿里巴巴集团旗下中国及国际零售商务平台上，通过支付宝结算的商品成交额达 571.12 亿元，较 2013 年增长 63.14%。

### 4、电子商务服务行业市场规模

随着电子商务广泛应用于日常工作生活之中，电子商务服务行业应运而生。截至 2013 年 12 月底，我国网络购物用户规模达到 3.02 亿人，同比增长 24.7%，使用率从 42.9% 提升至 48.9%。因此，互联网也成为了企业重要的销售渠道之一。

据 CNNIC 统计，截至 2012 年 12 月底，中小企业利用互联网开展营销推广活动的比例为 23.0%，早已超越传统纸媒，并以其多元化的展现形式、相对较低的推广门槛和可评估的推广效果等优势，一举超越以电视为代表的立体媒体，成为我国中小企业进行营销推广业务的重要媒介之一。

根据阿里研究中心《协同扩张：2012 年电子商务服务业报告》数据显示，2012 年，中国电子商务服务业营业收入规模为 2,463 亿元，相比 2011 年同比增长 72%。电子商务服务业营业收入规模跃升背后的动力，来自以电子商务交易服务平台为核心的电子商务服务业生态中各类服务种群的协同扩张。在网络零售服务领域，交易服务平台普遍实施数据开放战略，大大推动了服务种群的协同扩张。以淘宝服务市场为例，2012 年，淘宝开放平台上聚集的第三方服务商达到 49 万家，服务 900 多万家免费用户和 100 万家企业收费用户，依托淘宝平台的衍生服务营收规模约 152 亿元。

### 5、网络招商行业市场规模

自2003年开始，随着互联网和连锁加盟行业的持续快速发展，网络招商行业也保持着快速的增长势头，年平均增长率几乎都在30%左右。网络招商依靠网络的强互动性、高时效性、巨大信息量等特点，打破了招商过程中距离的限制，对招商者来讲大大节约了引资成本，对创业投资者来讲增加了选择机会，降低了投资风险。因此，网络招商行业越来越成为企业进行渠道建设不可或缺的一环。一方面，品牌大客户的进入为市场带来了新的突破，而网络招商的高成功率也使得越来越多的企业从传统招商向网络招商尝试进行转变。另一方面，成熟的经销商以其丰富的经验和资源强势进入网络招商行业，也带动了整个行业的快速发展。

2014年上半年，我国网络招商市场规模增长速度保持在20%以上，预计2014年全年网络招商市场规模将达33.2亿元，较2013年增长约29.7%。2004-2014年网络招商行业十年市场规模及增长率如下图：



数据来源:渠道网络研究院

### (三) 行业基本风险

#### 1、互联网系统风险

互联网具有开放性,若受到网络恶意攻击等人为破坏行为将有可能导致网络瘫痪,同时互联网基础设施出现的故障、软件漏洞等其他系统风险也会影响互联网环境的稳定性,导致运营失误甚至涉及到交易与支付结算的安全问题。

因此,公司应提前制定好应对方案,通过更新应用软件、冗余接入网络、备份相关数据等方式实现事先预防准备。同时,由专业技术人员定期进行系统维护,以便最大限度的降低系统风险所造成的损失。

#### 2、法律制度缺失带来的风险

首先,我国在互联网行业法制建设相对滞后,存在政府监管归属权不明晰、监管效率低下等现象。而互联网交易支付的安全性、产品质量保证、售后服务等问题也成为亟待政府规制的一项风险。

其次,互联网的开放特性使得行业进入退出环节壁垒薄弱,具有电商资质的ICP证或其他资格门槛较低,因此更需要政府出具相关法律规范,对电商企业资质严格把控,筛选合格优质的企业。

再次,目前国家尚未对电子商务行业提出明确的税收政策,因此目前部分企业仍存在一些在互联网销售的纳税不规范现象。随着国家对电子商务的重视以及纳税不规范问题的日趋显著,未来国家将逐步完善电子商务行业税收政策。

而对电子商务行业税收政策的变化可能导致企业经营成本上涨，甚至会导致部分企业退出电子商务行业，从而影响公司未来业务的稳定性。

因此，电子商务行业未来法律法规的完善对于互联网服务行业来讲既是机遇也是挑战。机遇在于电子商务行业市场准入机制的完善能够促进行业优胜劣汰，为互联网渠道管理服务行业实现为优质客户提供专业服务的行业发展需求，而挑战则在于市场容量可能会缩小，对服务的专业性要求更高，从而行业竞争愈加激烈。

### 3、行业竞争风险

随着视频行业的快速发展，视频广告越来越丰富的广告形式越来越多的受到广告主认可，使得视频广告市场规模越来越大。互联网传统门户型代理公司、国际 4A 代理公司相继进入视频广告市场，使得公司面临一定的市场竞争压力。随着竞争的不断升级，广告主对于策略、制作、代理等整合型代理公司的要求进一步提升，公司作为以策略和代理为主的业务，也面临不能满足客户整合型需求的压力。

因此，公司通过开发剧星智库，搜集市场大数据，研究不同目标客户关注热点，为客户提供准确的广告项目投放方向。另外，公司高管研究出剧星“上下左右”发展方案，全面开发在行业各方面业务的承接能力，使公司在承接各类型业务上更具有竞争力。

### 4、政策波动风险

国家广电总局对网络视频播出内容的规范和限制，如 2012 年 7 月、2014 年 1 月，国家有关部门先后两次下发通知，要求加强网络剧、微电影等网络视听节目管理；今年 3 月，广电总局再发通知，重申强化网络剧、微电影等网络视听节目内容审核，除了网站自制剧和国产剧集，各大网站争相购买的美剧、英剧也将被审查。4 月，如《生活大爆炸》等美剧相继被下架。9 月广电总局正式下发“封杀劣迹艺人”的通知，由“劣迹艺人”参与制作的电视剧、电影、电视节目、网络剧、微电影等被要求暂停播出。

看似苛刻的监管条令也彰显着广电总局对互联网行业的紧密关注，这既是视频网站的政策风险，同时也能激励视频行业尽早走上绿色生态的道路。

## （四）公司在所处细分行业中的竞争地位

## 1、公司的竞争对手及潜在竞争对手

公司目前在其视频广告行业中处于领先地位，竞争力较强，目前公司在其他领域的竞争对手主要分为三类：

(1) 互联网搜索转型公司：华扬联众、聚胜万合、好耶；

华扬联众

华扬联众数字技术股份有限公司，前身为北京华扬联众广告有限公司，成立于1994年，自2002年以来一直专注于为客户提供互联网综合营销服务，目前已发展成为国内互联网营销领域内最具竞争力的领先企业之一。总部设在北京，在上海、广州、深圳等地设有分公司。

聚胜万合

聚胜万合以不断提高网络营销的投资回报率为目<sub>标</sub>，以尖端的互联网技术开发为基础，汇聚广告主、网站主、代理商和消费者的多方数据，在亿万的数据信息中发现价值，实现对目标消费群体的精细分类和定向广告效果的动态优化。公司营销及研发总部位于上海，并在北京、深圳、广州、南京设有分支机构。

好耶

好耶成立于1998年10月，2000年初获得国际著名风险投资商IDGVC的投资，在之后的五年里，好耶保持了每年超过50%的高速增长。2005年9月，IDGVC与OAK投资合伙基金对好耶追加投资3千万美金。2005~2010年好耶连续6年业务额排名第一。2010年银湖资本控股好耶，以投资人身份全面支持好耶在技术和管理上的独立运营。

目前好耶集团在上海、北京、深圳、广州、成都、西安、杭州、南京、美国都设有分支机构，共拥有超过1100名的雇员。

(2) 原电视广告代理：

昌荣传播

昌荣传播创立于1995年，是中国领先的综合广告和媒体服务商。10次获得CCTV十佳代理公司第一名，并成功向其他优质电视媒体及数字新媒体资源拓展。2010年1月，昌荣传播积极进军新媒体领域，构建了一个以电视媒体、互联网媒体、数字新媒体为框架的新型传播网络。昌荣拥有员工数量近700人，在北京、上海、广州、天津、重庆、杭州、武汉等多个重点区域有服务网点，年营业超过50亿人民币。

引力媒体传播机构

引力媒体传播机构是一家综合型的全案广告公司，服务项目涵盖媒介策略、计划与购买，网络广告、电视广告、体育营销、品牌管理、文化建设、影视广告创意创作、平面设计等领域，经验丰富，服务专业全面。引力(中国)传播集团是以综合型全案广告公司为基础、以内容创造和多媒体技术研发为发展导向的传媒企业。2005年8月份成立；2009年营业规模逾10亿元；2010年1-6月份，产值7亿多元，预计全年实现营收将达15亿元左右。目前主要服务客户：修正药业（集团）、新华制药股份、新华人寿保险、长安汽车、燕京啤酒、齐鲁制药、中国移动山东公司、中国电信等。

### 三人行传媒

三人行广告传媒有限公司是由2007年《赢在中国》第二季晋级10强、第二届陕西十大杰出青年、西安青年创业形象大使钱俊冬先生创办，是西安首家在校本科生创立的公司，是致力于大型户外媒体发布、校园活动策划实施、企业形象宣传设计、平面设计、展览装饰工程、企业网站建设维护、专业彩色印刷、巨幅喷绘写真制作为一体的专业化广告公司。经过几年的不懈奋斗，现已发展成为一家以西安总公司为立足点，在北京、上海、合肥、南京、上海拥有分公司，全面开发和整合全国高校资源的全国性综合传媒公司。

### （3）国际型代理公司：

#### 群邑

群邑是WPP旗下企业，是中国领先的媒介传播机构，包括凯帝珂、迈势、尚扬、竞立及传立在内的WPP旗下媒体公司整合成立的母公司。在中国的媒介承揽额超过40亿美元，在中国8个城市设有分支机构，在中国拥有1500多名员工。群邑是WPP集团的一员，是整合了迈势、竞立、尚扬、传立及凯帝珂这五家媒体公司而成立的母公司。

#### 博瑞

成都博瑞传播股份有限公司（简称“博瑞传播”）是上海证券交易所正式挂牌的上市公司。博瑞传播自1999年实施重大重组以来，坚持对产业结构进行优化调整，通过参股、控股及重大资产置换，注入具有高成长性和高回报的优质传媒经营资产，完成了产业转型和升级，确立了公司传媒经营主业的发展优势。截至2008年底，公司总资产13.92亿元、净资产10.19亿元、实现归属于上市公司股东的净利润1.92亿元，在上市公司“文化传播行业”中以其综合效益指标

排名第一。

### 安吉斯

安吉斯媒体 (Aegis Media) 全球领先的以媒体和数字营销为核心的传播集团，1968 年成立于英国，业务遍及全球 130 个国家，拥有逾 15,000 名员工。安吉斯媒体以“创新品牌成功之道”为愿景，立足旗下五个全球品牌：凯络 (Carat)、伟视捷 (Vizeum)、安布思沛 (iProspect)、博视得 (Posterscope) 及安索帕 (Isobar)，为客户提供涵盖数字营销的创新沟通策略、媒介策划与购买、品牌追踪、社交媒体激活及市场营销分析在内的全方位沟通服务。

### 宏盟

宏盟集团 (奥姆尼康集团，纽约证交所代码：OMC)，总部设在纽约。旗下拥有 BBDO, TBWA \Chiat\Day, DDB, 凯旋公关 (Ketchum), Fleishman-Hillard 等广告代理商。

宏盟集团是全球广告、行销和公司传播领域的领导者。Omnicom 通过其全球网络和下属的众多专业公司在 100 多个国家为超过 5000 个客户提供广告、战略性媒体计划和购买、直效行销、促销、公共关系和其它专业传播咨询服务。

## 2、公司的竞争优势与劣势

公司的竞争优势如下：

### (1) 客户资源优势

公司高管曾为某电视台高管人员，离开电视台后，公司仍与原单位及一些高端客户保持良好关系，公司从成立开始便从一些高端客户中一些广告项目订单，并保持了长期合作关系。

### (2) 合作资源优势

公司与中央电视台以及百度、土豆、爱奇艺等网络公司保持良好的合作关系，是其长期的合作伙伴，公司曾多次获得百度、土豆、爱奇艺等网络公司颁布的最佳客户等奖项。公司能以相对较低的价格以及较优先的地位获取供应商的广告资源。

公司的竞争劣势如下：

### (1) 成立时间较短，市场占有率及业务范围仍需提高

公司由于成立于 2011 年，各项业务仍在发展中，公司目前主要业务市场占有率达到一定的份额，但还有待进一步扩大，公司未来将通过北京等全国

各城市布局，更好的树立公司良好形象，进一步提高公司的经营规模和市场占有率，增强公司核心竞争力。

#### （2）人员及技术储备较为劣势

公司由于成立时间较短，在技术及人才储备上与市场中同类竞争者相比较弱，虽然从创业初期公司便注重技术及人员的培养，通过多方面努力，在技术及人员培养方面公司已经逐步建立完整的体系，虽然与市场上其他规模较大的竞争者仍有一定差距。

### 第三节 公司治理

#### 一、公司三会建立健全及运行情况、三会机构及其人员履行职责情况

有限公司阶段，公司按照《公司法》和《公司章程》的规定建立了公司的基本架构：公司股东会由全体股东组成；公司设一名执行董事和一名监事。有限公司阶段，历次股权变更、经营范围变更、住所变更及历次章程修改等事项均履行了股东会审议程序并及时办理了工商变更登记。有限公司阶段，公司治理也存在一定瑕疵，比如有限公司执行董事、监事也未在有限公司期间形成相应的书面决定等。

股份公司阶段，公司建立健全了股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理架构，并制定了相应的公司治理制度。截至本公开转让说明书签署日，股份公司共召开了 2 次股东大会会议、2 次董事会会议、2 次监事会会议。公司三会机构依照《公司法》、《公司章程》的规定，对公司董事、监事、高级管理人员的选举或聘任、经营期限变更、三会及其他重要制度的建立、拟申请进入全国股转系统挂牌与公开转让等重要事项均履行了审议程序，三会决议均能够得到切实执行。职工代表监事通过出席监事会会议和列席股东大会、董事会会议履行了监督责任。

综上，目前公司治理机制健全，运行情况良好，三会机构及其人员、高级管理人员能够认真、切实履行《公司法》和《公司章程》规定的职责。

#### 二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

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》、《董事会秘书工作规则》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《重大投资和交易决策制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等重要制度，公司各部门也制定了内部规章制度。

《公司章程》第二十九条至第三十四条，就保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利作出原则性安排，并在三会议事规则和总经理工作细则等其他制度作出具体安排；《公司章程》第一百八十九条亦就纠纷解决机制作

出原则性的规定；公司就投资者关系管理制定了专门的《投资者关系管理制度》；公司主要在《关联交易决策制度》及三会议事规则中建立了较为详细、可行的表决权回避制度，包括回避事项、回避程序、回避请求权等内容。

公司当前规模较小，并未制定专门的风险识别与评估体系，目前公司所制定的规章制度基本可以涵盖经营的各方面，业务风险控制主要体现在各项业务和职能部门的管理制度中。公司目前尚未建立累积投票制、独立董事制度，未来将适时建立。

有限公司阶段，公司治理存在的瑕疵已经整改。股份公司阶段，公司三会召开情况规范；第一届董事会、监事会任期尚未结束；三会会议文件完整，会议记录要件齐全，档案保管良好；三会各项文件均能够正常签署；未曾发生应当回避而未回避的情形；监事会能够较好地履行监管职责；三会决议均能够得到有效执行。

公司董事会认为：目前公司的治理机制健全，能够保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利，能够给所有股东提供合适的保护；公司建立了较为完善的投资者关系管理制度和内部管理制度；公司治理机制执行情况良好。

### 三、公司及控股股东、实际控制人最近两年内的违法违规及受处罚的情况

公司合法规范经营，最近两年内不存在因违反国家法律、行政法规、规章的行为，而受到刑事处罚或没收违法所得、没收非法财物以上行政处罚的情形；也不存在涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见的情形。

公司最近两年内不存在其它因违反国家法律、行政法规、规章的行为，而受到行政处罚的情形。

公司控股股东及实际控制人遵守国家法律、行政法规、规章，最近两年内不存在因违反国家法律、行政法规、规章的行为，而受到刑事处罚或与公司规范经营相关的属于没收违法所得、没收非法财物以上行政处罚的情形；也不存在涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见的情形。

### 四、公司独立性

目前公司业务、资产、人员、财务、机构已与控股股东及实际控制人控制的

其他企业、法人股东严格分开。

#### 1、公司业务具有独立性

公司具有完整的业务流程、独立的生产经营场所以及独立研发、采购、业务部门和渠道；不存在影响公司独立性的重大或频繁的关联方交易。

#### 2、公司资产具有独立性

公司资产产权关系明晰，截至本公开转让说明书签署日，公司不存在资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用或者为其提供担保的情形。公司拥有开展业务所需的技术、场所和必要设备、设施，具有与生产经营有关的知识产权，核心技术和产品具有自主知识产权。

#### 3、公司人员具有独立性

公司高级管理人员、财务人员不存在在实际控制人控制的其他企业领取薪酬的情形。公司董事、监事及高级管理人员的选举、任免程序符合《公司法》和公司章程的规定。公司现任总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均只在公司工作并仅在公司领取薪酬。公司建立了独立完整的劳动、人事和工资管理制度。公司依法独立与员工签署劳动合同，已依法缴纳社保，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。

#### 4、公司财务具有独立性

公司设立了独立的财务会计机构，建立了独立的会计核算体系和财务管理制度，能够独立进行财务决策；公司开具了独立的基本存款账户，依法独立进行纳税申报和履行纳税义务。

#### 5、公司机构具有独立性

公司设置了独立的、符合股份公司要求和适应公司业务发展需要的组织机构，股东大会、董事会、监事会独立行使相应职权。公司拥有独立的经营和办公场所，不存在与控股股东及实际控制人控制的其他企业混合经营、合署办公的情况。

综上所述，公司资产完整，人员、财务、机构、业务独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力及风险承受能力。

## 五、同业竞争

公司控股股东为查道存，实际控制人为查道存，未对外投资其他企业。公司

不存在同业竞争情况。

为避免产生潜在的同业竞争，公司的控股股东及实际控制人查道存于 2015 年 2 月 28 日出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺：“本人及本人关系密切的家庭成员，将不在中国境内外，直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务及活动；将不直接或间接开展对公司有竞争或可能构成竞争的业务、活动或拥有与公司存在同业竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益；或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权；或在该经济实体、机构、经济组织中担任总经理、副总经理、财务负责人、营销负责人及其他高级管理人员或核心技术人员。本人作为股份公司股东期间，本承诺持续有效。本人愿意承担因违反以上承诺而给股份公司造成的全部经济损失。”

公司董事、监事、高级管理人员于2015年2月28日出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺如下：

“(1) 本人承诺本人及本人关系密切的家庭成员，将不在中国境内外，直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务及活动；将不直接或间接开展对公司有竞争或可能构成竞争的业务、活动或拥有与公司存在同业竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益；或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权；或在该经济实体、机构、经济组织中担任总经理、副总经理、财务负责人、营销负责人及其他高级管理人员或核心技术人员。

(2) 本人在担任股份公司董事、监事、高级管理人员期间以及辞去上述职务六个月内，本承诺为有效之承诺。

(3) 本人愿意承担因违反以上承诺而给股份公司造成的全部经济损失。”

## 六、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占款、担保情况

报告期内，控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占款、担保情况详见本公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“七、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“(三) 偶发性关联方交易”。

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

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。

## 七、防止股东及其关联方占用或转移公司资源的具体安排

《公司章程》第三十八条规定，“公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系或其他各种方式损害公司和其他股东利益。违反规定的，给公司及其他股东造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司和公司其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。

对于公司与控股股东或者实际控制人及关联方之间发生资金、商品、服务、担保或者其他资产的交易，公司应严格按照有关关联交易的决策制度履行内部审议程序，防止公司控股股东、实际控制人及关联方占用公司资产的情形发生。

公司董事会建立对大股东所持股份“占用即冻结”的机制，即发现控股股东侵占公司资产应立即申请司法冻结，凡不能以现金清偿的，通过变现股权偿还侵占资产。公司董事、监事、高级管理人员有义务维护公司资金不被控股股东及其附属企业占用。公司董事、高级管理人员协助、纵容控股股东及其附属企业侵占公司资产时，公司董事会应当视情节轻重对直接责任人给予通报、警告处分，对于负有严重责任的董事应提请公司股东大会予以罢免。”

为规范公司与关联方的关联交易，保证关联交易符合公开、公平、公正的原则，避免关联方占用或转移公司资源，公司制定了《关联交易决策制度》，详细规定了关联方和关联交易的界定方法、关联交易价格的确定和管理、关联交易的批准与回避。

## 八、董事、监事、高级管理人员的其它情况

### (一) 公司管理层本人及其直系亲属持有公司股份情况

序号	姓名	任职	持股数量(万股)	持股比例(%)
1	查道存	董事长、总经理	1,800.00	60.00
2	俞湘华	董事	300.00	10.00
3	吴景璇	董事	300.00	10.00
4	常青	董事	300.00	10.00
5	高志勇	董事	300.00	10.00

6	杨萌	监事会主席	0.00	0.00
7	李辉	监事	0.00	0.00
8	刘滢滢	职工监事	0.00	0.00
9	周敏	财务总监、董事会秘书	0.00	0.00
合计			3,000.00	100.00

公司董事、监事、高级管理人员的直系亲属均未直接或间接持有公司股权。

#### (二) 公司管理层人员之间的亲属关系

截至本说明书签署之日，公司管理层人员之间不存在亲属关系或其他关联关系。

#### (三) 公司管理层与公司签订的重要协议或做出的重要承诺

1、公司董事、监事、高级管理人员于 2015 年 2 月 28 日出具了《避免同业竞争承诺函》，详见本节“五、同业竞争”。

2、公司董事、监事、高级管理人员于 2015 年 2 月 28 日出具了《规范关联交易承诺函》，承诺如下：

- “(1) 本人及与本人关系密切的家庭成员；
- “(2) 本人直接或间接控制的其他企业；
- “(3) 本人担任董事、监事、高级管理人员的其他企业；
- “(4) 与本人关系密切的家庭成员直接或间接控制的，或担任董事、高级管理人员的其他企业；

上述各方将尽可能减少与公司之间的关联交易。对于确实无法避免的关联交易，将依法签订协议，并按照《公司法》、《公司章程》、《关联交易管理办法》及其他相关法律法规的规定，履行相应的决策程序。”

3、公司管理层于 2015 年 2 月 28 日出具了《关于不占用公司资产、资金或由公司提供担保的承诺》，承诺：“本人、本人关系密切的家庭成员及本人实际控制的其他企业，未来不占用公司资产、资金或由公司提供担保”。

#### (四) 公司管理层在其他单位兼职情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司管理层人员除吴景璇外均未在其它单位兼职，兼职情况详见详见本节“六、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“(一) 董事”。

#### (五) 公司管理层对外投资与公司存在利益冲突的情况

报告期内，吴景璇和杨萌存在对外投资情况。截至本公开转让说明书签署之

日，除吴景璇和杨萌外公司管理层不存在对外投资，不存在与公司利益冲突的情况。吴景璇和杨萌的对外投资情况如下所示：

编号	公司名称	股权结构	经营范围	利益冲突情况
1	柏亚有限公司	吴景璇持股 16.80%	仓储服务（不含危险化学品）；销售：塑料原料、塑料制品；项目投资；计算机网络软件设计及研发；货物进出口、技术进出口。	主营业务不同，不存在利益冲突
2	广东晟盛化工用品有限公司	吴景璇持股 13.00%	销售：塑料原料、塑料制品、五金机电、家用电器、电子产品、工艺制品、纸、建筑材料。	主营业务不同，不存在利益冲突
3	辉煌尚实广告传媒（天津）有限公司	2015 年 2 月 15 日前杨萌持股 90.00%	广告业务。（以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件，在有效期内经营，国家有专项专营规定的按规定办理）	杨萌已于 2015 年 2 月 15 日，将该公司的全部股权转让给方莉，目前不存在利益冲突情况
4	奕扬尚实广告传媒（天津）有限公司	2015 年 3 月 2 日前杨萌持股 90.00%	从事广告业务，组织文化艺术交流活动，会展服务，市场营销策划，商务信息咨询，企业管理咨询，教育信息咨询，电脑图文设计、制作，室内装潢设计，动漫设计，计算机软件技术开发、咨询、转让、金属标牌、灯箱制作、电子产品、计算机及辅助设备、体育用品、办公用品、工艺品批发兼零售。（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）	杨萌已于 2015 年 3 月 2 日，将该公司的全部股权转让给袁恩惠，目前不存在利益冲突情况
5	天津市睿联广告传媒有限公司	2015 年 2 月 15 日前杨萌持有 50.00%	广告业务、会议服务、展览展示服务。（国家有专项经营规定，按规定执行）	杨萌已于 2015 年 2 月 15 日，将该公司的全部股权转让给袁恩惠，目前不存在利益冲突情况

#### （六）公司管理层最近两年内受到监管机构行政处罚、市场禁入或公开谴责情况

公司管理层最近两年内不存在受到中国证监会行政处罚或被采取证券市场禁入措施，或者受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况。

#### （七）公司管理层存在的对公司持续经营能力有不良影响的情形。

截至本公开转让说明书签署之日，公司管理层不存在对公司持续经营能力有

不良影响的情形。

## 九、最近两年董事、监事、高级管理人员变化情况

最近两年董事、监事、高级管理人员变动情况如下：

变更时间	变更前	变更后	变更原因
2015年2月28日	执行董事、总经理俞湘华 监事高志勇	董事长、总经理查道存 董事、副总经理俞湘华 董事、副总经理常青 董事、副总经理高志勇 董事吴景璇 监事会主席杨萌 监事李辉 职工监事刘滢滢 财务总监、董事会秘书周敏	整体变更

2015年2月，董事、监事、高级管理人员变更系公司整体改制为股份有限公司原因所致，整体变更后股份公司新增管理层均为有限公司员工。因此，最近两年，公司管理层未发生重大变化。

## 第四节 公司财务

### 一、最近两年的审计意见、主要财务报表和主要会计政策、会计估计及其变更情况

#### (一) 最近两年的审计意见

公司执行财政部颁布的《企业会计准则》。公司 2013 年度和 2014 年度财务会计报告经具有证券、期货相关业务资格的华普天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》(华普天健会字(2015)0977号)。

#### (二) 财务报表的编制基础、合并财务报表的范围及变化情况

##### 1、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《企业会计准则》及其应用指南和准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

##### 2、公司合并报告范围确定原则、最近两年合并财务报表范围

本公司根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》的规定确定合并范围。

报告期内，公司合并范围子公司情况如下：

序号	子公司全称	子公司简称	报告期间	纳入合并范围原因
1	上海搜秀文化传播有限公司	搜秀传播	2014 年度	投资新设
2	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	剧星辉煌	2014 年 9-12 月	非同一控制下企业合并

#### (三) 最近两年的资产负债表、利润表、现金流量表以及所有者权益变动表

##### 合并资产负债表

单位：元

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产：		
货币资金	16,364,235.94	16,532,884.24
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	17,685,255.40	15,430,000.00
应收账款	120,218,269.38	18,468,273.60

预付款项	8,740,145.46	6,086,455.40
应收利息		
应收股利		
其他应收款	7,331,166.64	2,477,787.03
买入返售金融资产		
存货		
划分为持有待售的资产		
一年内到期的非流动资产		
其他流动资产	599,486.52	756,538.30
流动资产合计	170,938,559.34	59,751,938.57
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		333,201.85
投资性房地产		
固定资产	1,858,236.61	574,977.68
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		
开发支出		
商誉		
长期待摊费用		
递延所得税资产	3,450,818.71	1,056,607.18
其他非流动资产		384,900.00
非流动资产合计	5,309,055.32	2,349,686.71
资产总计	176,247,614.66	62,101,625.28

## 合并资产负债表（续）

项目	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	98,011,311.07	7,633,964.08
预收款项	491,963.67	18,150,640.16
应付职工薪酬	7,127,661.03	3,104,456.66
应交税费	14,680,348.72	6,034,298.77
应付利息		
应付股利	10,529,180.46	
其他应付款	257,762.54	134,310.67
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	131,098,227.49	35,057,670.34
非流动负债:		
长期借款		
应付债券		
其中: 优先股		
永续债		
长期应付款		
长期应付职工薪酬		
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	131,098,227.49	35,057,670.34
所有者权益:		
实收资本	5,000,000.00	2,000,000.00
其他权益工具		
其中: 优先股		
永续债		
资本公积		
减: 库存股		
其他综合收益		
专项储备		
盈余公积	2,500,000.00	1,000,000.00

一般风险准备		
未分配利润	35,099,200.77	24,043,954.94
归属于母公司所有者权益合计	42,599,200.77	27,043,954.94
少数股东权益	2,550,186.40	
所有者权益合计	45,149,387.17	27,043,954.94
负债和所有者权益总计	176,247,614.66	62,101,625.28

母公司资产负债表

单位:元

项目	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动资产:</b>		
货币资金	11,134,863.31	16,532,884.24
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	17,090,974.90	15,430,000.00
应收账款	114,281,460.57	18,468,273.60
预付款项	8,674,745.46	6,086,455.40
应收利息		
应收股利	352,786.98	
其他应收款	7,329,266.64	2,477,787.03
存货		
划分为持有待售的资产		
一年内到期的非流动资产		
其他流动资产	599,486.52	756,538.30
<b>流动资产合计</b>	<b>159,463,584.38</b>	<b>59,751,938.57</b>
<b>非流动资产:</b>		
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	3,600,000.00	333,201.85
投资性房地产		
固定资产	1,852,231.51	574,977.68
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		
开发支出		
商誉		
长期待摊费用		
递延所得税资产	3, 104, 704. 97	1, 056, 607. 18
其他非流动资产		384, 900. 00
非流动资产合计	8, 556, 936. 48	2, 349, 686. 71
资产总计	168, 020, 520. 86	62, 101, 625. 28

母公司资产负债表（续）

单位:元

项目	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	94, 756, 240. 87	7, 633, 964. 08
预收款项	389, 435. 67	18, 150, 640. 16
应付职工薪酬	6, 509, 059. 07	3, 104, 456. 66
应交税费	13, 805, 383. 79	6, 034, 298. 77
应付利息		
应付股利	10, 000, 000. 00	
其他应付款	186, 480. 29	134, 310. 67
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	125, 646, 599. 69	35, 057, 670. 34
非流动负债:		
长期借款		
应付债券		
其中: 优先股		
永续债		
长期应付款		
长期应付职工薪酬		
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	125,646,599.69	35,057,670.34
所有者权益:		
实收资本	5,000,000.00	2,000,000.00
其他权益工具		
其中: 优先股		
永续债		
资本公积		
减: 库存股		
其他综合收益		
专项储备		
盈余公积	2,500,000.00	1,000,000.00
未分配利润	34,873,921.17	24,043,954.94
所有者权益合计	42,373,921.17	27,043,954.94
负债和所有者权益总计	168,020,520.86	62,101,625.28

## 合并利润表

单位:元

项目	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	541,217,799.57	204,922,084.60
减: 营业成本	457,582,548.85	164,311,860.79
营业税金及附加	539,801.38	359,928.76
销售费用	9,425,926.68	5,020,018.87
管理费用	25,417,345.57	12,449,379.05
财务费用	-183,830.08	-50,209.61
资产减值损失	4,733,235.43	489,640.76
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)	647,763.21	-17,214.59
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“-”)	44,350,534.95	22,324,251.39

号填列)		
加：营业外收入	2,735,800.00	380,000.00
其中：非流动资产处置利得		
减：营业外支出		15,000.00
其中：非流动资产处置损失		
<b>三、利润总额(亏损总额以“-”号填列)</b>	<b>47,086,334.95</b>	<b>22,689,251.39</b>
减：所得税费用	11,880,902.72	5,834,938.40
<b>四、净利润(净亏损以“-”号填列)</b>	<b>35,205,432.23</b>	<b>16,854,312.99</b>
归属于母公司所有者的净利润	35,055,245.83	16,854,312.99
少数股东损益	150,186.40	
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>		
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额		
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额		
(一)以后不能重分类进损益的其他综合收益		
1.重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动		
2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额		
(二)以后将重分类进损益的其他综合收益		
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额		
2.可供出售金融资产公允价值变动损益		
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益		
4.现金流量套期损益的有效部分		
5.外币财务报表折算差额		
6.其他		
<b>六、综合收益总额</b>	<b>35,205,432.23</b>	<b>16,854,312.99</b>
归属于母公司所有者的综合收益总额	35,055,245.83	16,854,312.99
归属于少数股东的综合收益总额	150,186.40	

## 母公司利润表

单位:元

项目	2014 年度	2013 年度
<b>一、营业收入</b>	536,394,055.17	204,922,084.60
减：营业成本	455,202,361.37	164,311,860.79
营业税金及附加	522,085.94	359,928.76
销售费用	9,037,000.41	5,020,018.87
管理费用	23,830,198.10	12,449,379.05
财务费用	-178,657.99	-50,209.61
资产减值损失	4,787,788.72	489,640.76
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）	647,763.21	-17,214.59
其中：对联营企业和合营企业的投资收益		
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	43,841,041.83	22,324,251.39
加：营业外收入	2,735,800.00	380,000.00
其中：非流动资产处置利得		
减：营业外支出		15,000.00
其中：非流动资产处置损失		
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	46,576,841.83	22,689,251.39
减：所得税费用	11,746,875.60	5,834,938.40
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	34,829,966.23	16,854,312.99
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>		
(一)以后不能重分类进损益的其他综合收益		
1.重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动		
2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额		
(二)以后将重分类进损益的其他综合收益		
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额		

2.可供出售金融资产公允价值变动损益		
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益		
4.现金流量套期损益的有效部分		
5.外币财务报表折算差额		
6.其他		
六、综合收益总额	34,829,966.23	16,854,312.99

## 合并现金流量表

单位:元

项目	2014 年度	2013 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量:</b>		
销售商品、提供劳务收到的现金	442,739,400.02	215,060,663.88
收到的税费返还		
收到其他与经营活动有关的现金	2,809,011.87	487,303.62
经营活动现金流入小计	445,548,411.89	215,547,967.50
购买商品、接受劳务支付的现金	383,602,611.43	179,544,809.12
支付给职工以及为职工支付的现金	14,777,986.45	7,603,301.93
支付的各项税费	17,513,639.14	8,986,065.95
支付其他与经营活动有关的现金	27,790,240.16	7,643,714.75
经营活动现金流出小计	443,684,477.18	203,777,891.75
经营活动产生的现金流量净额	1,863,934.71	11,770,075.75
<b>二、投资活动产生的现金流量:</b>		
收回投资收到的现金	10,000,000.00	13,000,000.00
取得投资收益收到的现金	228,178.08	49,583.56
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	4,207,122.13	64,128.12
投资活动现金流入小计	14,435,300.21	13,113,711.68
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,267,883.22	728,608.73
投资支付的现金	10,200,000.00	13,000,000.00
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	11,467,883.22	13,728,608.73
投资活动产生的现金流量净额	2,967,416.99	-614,897.05
<b>三、筹资活动产生的现金流量:</b>		
吸收投资收到的现金	2,000,000.00	
取得借款收到的现金		
收到其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流入小计	2,000,000.00	
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	7,000,000.00	
支付其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流出小计	7,000,000.00	
筹资活动产生的现金流量净额	-5,000,000.00	
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>		
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	-168,648.30	11,155,178.70
加: 期初现金及现金等价物余额	16,532,884.24	5,377,705.54
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	16,364,235.94	16,532,884.24

母公司现金流量表

单位:元

项目	2014 年度	2013 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量:</b>		
销售商品、提供劳务收到的现金	448,897,240.69	215,060,663.88
收到的税费返还		
收到其他与经营活动有关的现金	2,787,969.62	487,303.62
经营活动现金流入小计	451,685,210.31	215,547,967.50
购买商品、接受劳务支付的现金	398,290,382.00	179,544,809.12
支付给职工以及为职工支付的现金	14,118,862.43	7,603,301.93
支付的各项税费	17,102,727.95	8,986,065.95
支付其他与经营活动有关的现金	16,538,670.04	7,643,714.75
经营活动现金流出小计	446,050,642.42	203,777,891.75
经营活动产生的现金流量净额	5,634,567.89	11,770,075.75
<b>二、投资活动产生的现金流量:</b>		
收回投资收到的现金	10,000,000.00	13,000,000.00
取得投资收益收到的现金	228,178.08	49,583.56

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	203,099.23	64,128.12
投资活动现金流入小计	10,431,277.31	13,113,711.68
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,263,866.13	728,608.73
投资支付的现金	13,200,000.00	13,000,000.00
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	14,463,866.13	13,728,608.73
投资活动产生的现金流量净额	-4,032,588.82	-614,897.05
<b>三、筹资活动产生的现金流量:</b>		
吸收投资收到的现金		
取得借款收到的现金		
收到其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流入小计		
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	7,000,000.00	
支付其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流出小计	7,000,000.00	
筹资活动产生的现金流量净额	-7,000,000.00	
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>		
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	-5,398,020.93	11,155,178.70
加：期初现金及现金等价物余额	16,532,884.24	5,377,705.54
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	11,134,863.31	16,532,884.24

2014年度合并所有者权益变动表

单位：元

项目	2014年度					所有者权益合计
	实收资本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	
一、上年期末余额	2,000,000.00			1,000,000.00	24,043,954.94	27,043,954.94
加：会计政策变更						
前期差错更正						
其他						
二、本年期初余额	2,000,000.00			1,000,000.00	24,043,954.94	27,043,954.94
三、本期增减变动金额(减少以“_”号填列)	3,000,000.00	1,500,000.00	11,055,245.83	2,550,186.40	18,105,432.23	
(一)综合收益总额			35,055,245.83	150,186.40	35,205,432.23	
(二)所有者投入和减少资本	3,000,000.00			2,400,000.00	5,400,000.00	
1. 所有者投入资本	3,000,000.00			2,400,000.00	5,400,000.00	
2. 其他权益工具持有者投入资本						
3. 股份支付计入所有者权益金额						
4. 其他						
(三)利润分配		1,500,000.00	-24,000,000.00		-22,500,000.00	
1. 提取盈余公积		1,500,000.00	-1,500,000.00			
2. 对所有者(或股东)的分配				-22,500,000.00	-22,500,000.00	
3. 其他						

(四) 所有者权益内部结转				
1. 资本公积转增资本（或股本）				
2. 盈余公积转增资本（或股本）				
3. 盈余公积弥补亏损				
4. 其他				
(五) 专项储备				
1. 本期提取				
2. 本期使用				
(六) 其他				
四、本期期末余额	5,000,000.00		2,500,000.00	35,099,200.77
				2,550,186.40
				45,149,387.17

2013年度合并所有者权益变动表

项目	归属于母公司所有者权益				所有者权益合计
	实收资本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	
一、上年期末余额	2,000,000.00			818,964.20	7,370,677.75
加：会计政策变更					10,189,641.95
前期差错更正					
其他					
二、本年期初余额	2,000,000.00			818,964.20	7,370,677.75
三、本期增减变动金额(减少以“-”号)				181,035.80	16,673,277.19
					16,854,312.99

单位:元

填列)							
(一) 综合收益总额					16,854,312.99		16,854,312.99
(二) 所有者投入和减少资本							
1. 所有者投入资本							
2. 其他权益工具持有者投入资本							
3. 股份支付计入所有者权益金额							
4. 其他							
(三) 利润分配					181,035.80	-181,035.80	-181,035.80
1. 提取盈余公积					181,035.80	-181,035.80	-181,035.80
2. 对所有者(或股东)的分配							
3. 其他							
(四) 所有者权益内部结转							
1. 资本公积转增资本(或股本)							
2. 盈余公积转增资本(或股本)							
3. 盈余公积弥补亏损							
4. 其他							
(五) 专项储备							
1. 本期提取							
2. 本期使用							
(六) 其他							
四、本期期末余额	2,000,000.00				1,000,000.00	24,043,954.94	27,043,954.94

2014年母公司所有者权益变动表

项目	实收资本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年期末余额	2,000,000.00			1,000,000.00	24,043,954.94	27,043,954.94
加：会计政策变更						
前期差错更正						
其他						
二、本年期初余额	2,000,000.00			1,000,000.00	24,043,954.94	27,043,954.94
三、本期增减变动金额(减少以“-”号填列)	3,000,000.00			1,500,000.00	10,829,966.23	15,329,966.23
(一)综合收益总额					34,829,966.23	34,829,966.23
(二)所有者投入和减少资本	3,000,000.00					3,000,000.00
1. 所有者投入资本	3,000,000.00					3,000,000.00
2. 其他权益工具持有者投入资本						
3. 股份支付计入所有者权益金额						
4. 其他						
(三)利润分配				1,500,000.00	-24,000,000.00	-22,500,000.00
1. 提取盈余公积				1,500,000.00	-1,500,000.00	-1,500,000.00
2. 对所有者(或股东)的分配					-22,500,000.00	-22,500,000.00
3. 其他						
(四)所有者权益内部结转						
1. 资本公积转增资本(或股本)						

2. 盈余公积转增资本（或股本）						
3. 盈余公积弥补亏损						
4. 其他						
(五) 专项储备						
1. 本期提取						
2. 本期使用						
(六) 其他						
四、本期期末余额	5,000,000.00		2,500,000.00	34,873,921.17	42,373,921.17	

2013年度母公司所有者权益变动表						单位：元
项目	实收资本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年期末余额	2,000,000.00			818,964.20	7,370,677.75	10,189,641.95
加：会计政策变更						
前期差错更正						
其他						
二、本年期初余额	2,000,000.00			818,964.20	7,370,677.75	10,189,641.95
三、本期增减变动金额(减少以“-”号填列)				181,035.80	16,673,277.19	16,854,312.99
(一)综合收益总额					16,854,312.99	16,854,312.99
(二)所有者投入和减少资本						
1. 所有者投入资本						

2. 其他权益工具持有者投入资本			
3. 股份支付计入所有者权益的金额			
4. 其他			
(三) 利润分配			
1. 提取盈余公积	181,035.80	-181,035.80	
2. 对所有者(或股东)的分配			
3. 其他			
(四) 所有者权益内部结转			
1. 资本公积转增资本(或股本)			
2. 盈余公积转增资本(或股本)			
3. 盈余公积弥补亏损			
4. 其他			
(五) 专项储备			
1. 本期提取			
2. 本期使用			
(六) 其他			
四、本期期末余额	2,000,000.00	1,000,000.00	24,043,954.94 27,043,954.94

#### (四) 报告期内采用的主要会计政策和会计估计及其变更情况

##### 1. 会计期间

本公司会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

##### 2. 记账本位币

本公司的记账本位币为人民币。

##### 3. 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

###### (1) 同一控制下的企业合并

本公司在企业合并中取得的资产和负债，在合并日按取得被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。其中，对于被合并方与本公司在企业合并前采用的会计政策不同的，基于重要性原则统一会计政策，即按照本公司的会计政策对被合并方资产、负债的账面价值进行调整。本公司在企业合并中取得的净资产账面价值与所支付对价的账面价值之间存在差额的，首先调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积（资本溢价或股本溢价）的余额不足冲减的，依次冲减盈余公积和未分配利润。

###### (2) 非同一控制下的企业合并

本公司在企业合并中取得的被购买方各项可辨认资产和负债，在购买日按其公允价值计量。其中，对于被购买方与本公司在企业合并前采用的会计政策不同的，基于重要性原则统一会计政策，即按照本公司的会计政策对被购买方资产、负债的账面价值进行调整。本公司在购买日的合并成本大于企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债公允价值的差额，确认为商誉；如果合并成本小于企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债公允价值的差额，首先对合并成本以及在企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债的公允价值进行复核，经复核后合并成本仍小于取得的被购买方可辨认资产、负债公允价值的，其差额确认为合并当期损益。

##### 4. 合并财务报表的编制方法

###### (1) 合并范围的确定

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，不仅包括根据表决权（或类似表决权）本身或者结合其他安排确定的子公司，也包括基于一项或多项合同安排决定的结构化主体。

控制是指本公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。子公司是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分，以及企业所控制的结构化主体等），结构化主体是指在确定其控制方时没有将表决权或类似权利作为决定性因素而设计的主体（注：有时也称为特殊目的主体）。

## 5. 现金及现金等价物的确定标准

现金指企业库存现金及可以随时用于支付的存款。现金等价物指持有的期限短（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、价值变动风险很小的投资。

## 6. 外币业务和外币报表折算

### （1）外币交易时折算汇率的确定方法

本公司外币交易初始确认时采用交易发生日的即期汇率或即期汇率的近似汇率折算为记账本位币。

### （2）资产负债表日外币货币性项目的折算方法

在资产负债表日，对于外币货币性项目，采用资产负债表日的即期汇率折算。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。

### （3）外币报表折算方法

对企业境外经营财务报表进行折算前先调整境外经营的会计期间和会计政策，使之与企业会计期间和会计政策相一致，再根据调整后会计政策及会计期间编制相应货币（记账本位币以外的货币）的财务报表，再按照以下方法对境外经营财务报表进行折算：

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汇率或即期汇率的近似汇率折算。

③产生的外币财务报表折算差额，在编制合并财务报表时，在合并资产负债表中所有者权益项目下单独列示“其他综合收益”。

④外币现金流量以及境外子公司的现金流量，采用现金流量发生日的即期汇率或即期汇率的近似汇率折算。汇率变动对现金的影响额应当作为调节项目，在现金流量表中单独列报。

## 7. 金融工具

### （1）金融资产的分类

#### 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直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，前者主要是指本公司为了近期内出售而持有的股票、债券、基金以及不作为有效套期工具的衍生工具投资。这类资产在初始计量时按照取得时的公允价值作为初始确认金额，相关的交易费用在发生时计入当期损益。支付的价款中包含已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息但尚未领取的债券利息，单独确认为应收项目。在持有期间取得利息或现金股利，确认为投资收益。资产负债表日，本公司将这类金融资产以公允价值计量且其变动计入当期损益。这类金融资产在处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

#### ②持有至到期投资

主要是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司具有明确意图和能力持有至到期的国债、公司债券等。这类金融资产按照取得时的公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付价款中包含的已到付息期但尚未发放的债券利息，单独确认为应收项目。持有至到期投资在持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。处置持有至到期投资时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

#### ③应收款项

应收款项主要包括应收账款和其他应收款等。应收账款是指本公司销售商品或提供劳务形成的应收款项。应收账款按从购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额。

#### ④可供出售金融资产

主要是指本公司没有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、贷款和应收款项的金融资产。可供出售金融资产按照取得该金融资产的公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付的价款中包含的已到付息期但尚未领取的债券利息或已宣告但尚未发放的现金股利，单独确认为应收项目。可供出售金融资产持有期间取得的利息或现金股利计入投资收益。

可供出售金融资产是外币货币性金融资产的，其形成的汇兑损益应当计入当期损益。采用实际利率法计算的可供出售债务工具投资的利息，计入当期损益；可供出售权益工具投资的现金股利，在被投资单位宣告发放股利时计入当期损益。资产负债表日，可供出售金融资产以公允价值计量，且其变动计入其他综合收益。处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间差额计入投资收益；同时，将原计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资收益。

### （2）金融负债的分类

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和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；这类金融负债初始确认时以公允价值计量，相关交易费用直接计入当期损益，资产负债表日将公允价值变动计入当期损益。

②其他金融负债，是指以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的金融负债。

### （3）金融资产的重分类

因持有意图或能力发生改变，使某项投资不再适合划分为持有至到期投资的，本公司将其重分类为可供出售金融资产，并以公允价值进行后续计量。持有

至到期投资部分出售或重分类的金额较大，且不属于《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十六条所指的例外情况，使该投资的剩余部分不再适合划分为持有至到期投资的，本公司应当将该投资的剩余部分重分类为可供出售金融资产，并以公允价值进行后续计量，但在本会计年度及以后两个完整的会计年度内不再将该金融资产划分为持有至到期投资。

重分类日，该投资的账面价值与公允价值之间的差额计入其他综合收益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。

#### （4）金融负债与权益工具的区分

除特殊情况外，金融负债与权益工具按照下列原则进行区分：

①如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。

②如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定本公司须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或合同义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除本公司自身权益工具的市场价格以外变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

#### （5）金融资产转移

金融资产转移是指下列两种情形：

- A. 将收取金融资产现金流量的合同权利转移给另一方；
- B. 将金融资产整体或部分转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的合同权利，并承担将收取的现金流量支付给一个或多个收款方的合同义务。

### ①终止确认所转移的金融资产

已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，或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，但放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产。

在判断是否已放弃对所转移金融资产的控制时，注重转入方出售该金融资产的实际能力。转入方能够单独将转入的金融资产整体出售给与其不存在关联方关系的第三方，且没有额外条件对此项出售加以限制的，表明企业已放弃对该金融资产的控制。

本公司在判断金融资产转移是否满足金融资产终止确认条件时，注重金融资产转移的实质。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.所转移金融资产的账面价值；

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

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

A.终止确认部分的账面价值；

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

### ②继续涉入所转移的金融资产

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，且未放弃对该金融资产控制的，应当按照其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。

### ③继续确认所转移的金融资产

仍保留与所转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，应当继续确认所转移金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

该金融资产与确认的相关金融负债不得相互抵销。在随后的会计期间，企业应当继续确认该金融资产产生的收入和该金融负债产生的费用。所转移的金融资产以摊余成本计量的，确认的相关负债不得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。

### (6) 金融负债终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。

将用于偿付金融负债的资产转入某个机构或设立信托，偿付债务的现时义务仍存在的，不终止确认该金融负债，也不终止确认转出的资产。

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。

对现存金融负债全部或部分的合同条款作出实质性修改的，终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

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) 金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

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。

不满足终止确认条件的金融资产转移，转出方不得将已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

#### （8）金融资产减值测试方法及减值准备计提方法

①金融资产发生减值的客观证据：

A.发行方或债务人发生严重财务困难；

B.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等；

C.债权人出于经济或法律等方面的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

D.债务人可能倒闭或进行其他财务重组；

E.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；

F.无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量；

G.债务人经营所处的技术、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；

H.权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；

I.其他表明金融资产发生减值的客观证据。

②金融资产的减值测试（不包括应收款项）

A. 持有至到期投资减值测试

持有至到期投资发生减值时，将该持有至到期投资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，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。

预计未来现金流量现值，按照该持有至到期投资的原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（取得和出售该担保物发生的费用予以扣除）。原实际利率是初始确认该持有至到期投资时计算确定的实际利率。对于浮动利率的持有至到期投资，在计算未来现金流量现值时可采用合同规定的现行实际利率作为折现

率。

即使合同条款因债务方或金融资产发行方发生财务困难而重新商定或修改，在确认减值损失时，仍用条款修改前所计算的该金融资产的原实际利率计算。

对持有至到期投资确认减值损失后，如有客观证据表明该持有至到期投资价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关（如债务人的信用评级已提高等），原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

持有至到期投资发生减值后，利息收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。

#### C.可供出售金融资产减值测试

在资产负债表日本公司对可供出售金融资产的减值情况进行分析，判断该项金融资产公允价值是否持续下降。通常情况下，如果可供出售金融资产的期末公允价值相对于成本的下跌幅度已达到或超过 50%，或者持续下跌时间已达到或超过 12 个月，在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，可以认定该可供出售金融资产已发生减值，确认减值损失。可供出售金融资产发生减值的，在确认减值损失时，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，计入资产减值损失。

可供出售债务工具金融资产是否发生减值，可参照上述可供出售权益工具投资进行分析判断。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不得通过损益转回。

可供出售债务工具金融资产发生减值后，利息收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。

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。

#### （9）金融资产和金融负债公允价值的确定方法

本公司以主要市场的价格计量相关资产或负债的公允价值，不存在主要市场的，本公司以最有利市场的价格计量相关资产或负债的公允价值。

主要市场，是指相关资产或负债交易量最大和交易活跃程度最高的市场；最有利市场，是指在考虑交易费用和运输费用后，能够以最高金额出售相关资产或者以最低金额转移相关负债的市场。本公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

### ①估值技术

本公司采用在当期情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，使用的估值技术主要包括市场法、收益法和成本法。本公司使用与其中一种或多种估值技术相一致的方法计量公允价值，使用多种估值技术计量公允价值的，考虑各估值结果的合理性，选取在当期情况下最能代表公允价值的金额作为公允价值。

本公司在估值技术的应用中，优先使用相关可观察输入值，只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。可观察输入值，是指能够从市场数据中取得的输入值。该输入值反映了市场参与者在对相关资产或负债定价时所使用的假设。不可观察输入值，是指不能从市场数据中取得的输入值。该输入值根据可获得的市场参与者在对相关资产或负债在对相关资产或负债定价时所使用假设的最佳信息取得。

### ②公允价值层次

本公司将公允价值计量所使用的输入值划分为三个层次，并首先使用第一层次输入值，其次使用第二层次输入值，最后使用第三层次输入值。第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价。第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值。第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。

## 8. 应收款项的减值测试方法及减值准备计提方法

在资产负债表日对应收款项的账面价值进行检查，有客观证据表明其发生减值的，计提减值准备。

### （1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：本公司将单项金额占期末应收款项总

额 10%及 10%以上且超过 100 万元的应收款项确定为单项金额重大的应收款项。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项，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，并据此计提相应的坏账准备。

短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小的，在确定相关减值损失时，可不对其预计未来现金流量进行折现。

### （2）按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

#### ①确定组合的依据：

对单项金额重大单独测试未发生减值的应收款项汇同单项金额不重大的应收款项，本公司以账龄作为信用风险特征组合。

#### 按组合计提坏账准备的计提方法：账龄分析法

根据以前年度按账龄划分的各段应收款项实际损失率作为基础，结合现时情况确定本年各账龄段应收款项组合计提坏账准备的比例，据此计算本年应计提的坏账准备。

各账龄段应收款项组合计提坏账准备的比例具体如下：

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1 年以内	5%	5%
1-2 年	10%	10%
2-3 年	20%	20%
3-4 年	30%	30%
4-5 年	50%	50%
5 年以上	100%	100%

#### ②应收关联方款项组合

确定组合的依据：本公司对于按照《企业会计准则第 36 号——关联方披露》界定的关联方，与之产生的应收款项。

按组合计提坏账准备的计提方法：本公司对于应收控股子公司的款项及控股子公司之间的应收款项不计提坏账准备。对于除控股子公司外的应收其他关联方款项，进行单项减值测试，经测试未发生减值的，参照账龄分析法计提坏账准备。

### （3）单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

对单项金额不重大但已有客观证据表明其发生了减值的应收款项，按账龄分析法计提的坏账准备不能反映实际情况，本公司单独进行减值测试，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，并据此计提相应的坏账准备。

## 9.存货

### (1) 存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等，包括原材料、库存商品、周转材料等。

### (2) 发出存货的计价方法

本公司存货发出时采用加权平均法计价；周转材料在领用时采用一次摊销法摊销。

### (3) 存货的盘存制度

本公司存货采用永续盘存制，每年至少盘点一次，盈亏及盈亏金额计入当年度损益。

### (4) 存货跌价准备的计提方法

资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

①产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，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。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果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量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

②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。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

③存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

④资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

#### （5）周转材料的摊销方法

①低值易耗品摊销方法：在领用时采用一次转销法。

②包装物的摊销方法：在领用时采用一次转销法。

### 10. 长期股权投资

本公司长期股权投资包括对被投资单位实施控制、重大影响的权益性投资，以及对合营企业的权益性投资。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，为本公司的联营企业。

#### （1）确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断所有参与方或参与方组合是否集体控制该安排，如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排。其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

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。在确定能否对被投

资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50% 的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响。

## （2）初始投资成本确定

### ① 企业合并形成的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

A. 同一控制下的企业合并，合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

B. 同一控制下的企业合并，合并方以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

C. 非同一控制下的企业合并，以购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值确定为合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。合并方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

### ② 除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

A. 以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支

出；

B. 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；

C. 通过非货币性资产交换取得的长期股权投资，如果该项交换具有商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能可靠计量，则以换出资产的公允价值和相关税费作为初始投资成本，换出资产的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益；若非货币资产交换不同时具备上述两个条件，则按换出资产的账面价值和相关税费作为初始投资成本。

D. 通过债务重组取得的长期股权投资，按取得的股权的公允价值作为初始投资成本，初始投资成本与债权账面价值之间的差额计入当期损益。

### （3）后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算。本公司对联营企业的权益性投资，其中通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的部分，以公允价值计量且其变动计入损益，并对其余部分采用权益法核算。

#### ①成本法

采用成本法核算的长期股权投资，追加或收回投资时调整长期股权投资的成本；被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

#### ②权益法

按照权益法核算的长期股权投资，一般会计处理为：

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

本公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；

本公司按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，应按照本公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益等。本公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。本公司与被投资单位发生的未实行内部交易损失属于资产减值损失的，应全额确认。

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应当转入改按权益法核算的当期损益。

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。

## 11. 投资性房地产

### (1) 投资性房地产的分类

投资性房产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产。主要包括：

- ①已出租的土地使用权。
- ②持有并准备增值后转让的土地使用权。
- ③已出租的建筑物。

### (2) 投资性房地产的计量模式

本公司采用成本模式对投资性房地产进行后续计量。

本公司对投资性房地产成本减累计减值及净残值后按直线法，以估计可使用年限计算折旧或摊销，计入当期损益。

## 12. 固定资产

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年的单位价值较高的有形资产。

### (1) 确认条件

固定资产在同时满足下列条件时，按取得时的实际成本予以确认：

①与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业。

②该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产发生的后续支出，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。

### (2) 各类固定资产的折旧方法

本公司从固定资产达到预定可使用状态的次月起按年限平均法计提折旧，按固定资产的类别、估计的经济使用年限和预计的净残值率分别确定折旧年限和年折旧率如下：

类 别	折旧方法	预计净残值率(%)	预计使用年限	年折旧率(%)
电子设备	年限平均法	5	3	31.67
运输设备	年限平均法	5	4	23.75
办公家具	年限平均法	5	5	19.00

对于已经计提减值准备的固定资产，在计提折旧时扣除已计提的固定资产减值准备。

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。

### (3) 融资租入固定资产的认定依据、计价方法和折旧方法

本公司在租入的固定资产实质上转移了与资产有关的全部风险和报酬时确

认该项固定资产的租赁为融资租赁。融资租赁取得的固定资产的成本，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者确定。融资租入的固定资产采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。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使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

### 13. 在建工程

(1) 在建工程以立项项目分类核算。

(2) 在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。包括建筑费用、机器设备原价、其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出以及在资产达到预定可使用状态之前为该项目专门借款所发生的借款费用及占用的一般借款发生的借款费用。本公司在工程安装或建设完成达到预定可使用状态时将在建工程转入固定资产。所建造的已达到预定可使用状态、但尚未办理竣工决算的固定资产，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

### 14. 借款费用

(1) 借款费用资本化的确认原则和资本化期间

本公司发生的可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或生产的借款费用在同时满足下列条件时予以资本化计入相关资产成本：

①资产支出已经发生；

②借款费用已经发生；

③为使资产达到预定可使用状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

其他的借款利息、折价或溢价和汇兑差额，计入发生当期的损益。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，停止其借款费用的资本化；以后发生的借款费用于发生当期确认为费用。

#### （2）借款费用资本化率以及资本化金额的计算方法

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或者进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定为专门借款利息费用的资本化金额。

购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，一般借款应予资本化的利息金额按累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

### 15. 无形资产

#### （1）无形资产的计价方法

按取得时的实际成本入账。

#### （2）无形资产使用寿命及摊销

①使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项目	预计使用寿命	依据
土地使用权	40-50 年	法定使用权
计算机软件	5 年	参考能为公司带来经济利益的期限确定使用寿命

每年年度终了，公司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。经复核，本期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

②无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。对于使用寿命不确定的无形资产，公司在每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果重新复核后仍为不确定的，于在资产负债表日

债表日进行减值测试。

### ③无形资产的摊销

对于使用寿命有限的无形资产，本公司在取得时判定其使用寿命，在使用寿命内采用直线法系统合理摊销，摊销金额按受益项目计入当期损益。具体应摊销金额为其成本扣除预计残值后的金额。已计提减值准备的无形资产，还应扣除已计提的无形资产减值准备累计金额，残值为零。但下列情况除外：有第三方承诺在无形资产使用寿命结束时购买该无形资产或可以根据活跃市场得到预计残值信息，并且该市场在无形资产使用寿命结束时很可能存在。

对使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命并在预计使用年限内系统合理摊销。

### （3）划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

①本公司将为进一步开发活动进行的资料及相关方面的准备活动作为研究阶段，无形资产研究阶段的支出在发生时计入当期损益。

②在本公司已完成研究阶段的工作后再进行的开发活动作为开发阶段。

### （4）开发阶段支出资本化的具体条件

开发阶段的支出同时满足下列条件时，才能确认为无形资产：

A.完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

B.具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

C.无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

D.有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

E.归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

## 16. 长期资产减值

### (1) 长期股权投资减值测试方法及会计处理方法

本公司在资产负债表日对长期股权投资进行逐项检查，根据被投资单位经营政策、法律环境、市场需求、行业及盈利能力等的各种变化判断长期股权投资是否存在减值迹象。当长期股权投资可收回金额低于账面价值时，将可收回金额低于长期股权投资账面价值的差额作为长期股权投资减值准备予以计提。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

### (2) 投资性房地产减值测试方法及会计处理方法

资产负债表日按投资性房产的成本与可收回金额孰低计价，可收回金额低于成本的，按两者的差额计提减值准备。如果已经计提减值准备的投资性房地产的价值又得以恢复，前期已计提的减值准备不得转回。

### (3) 固定资产的减值测试方法及会计处理方法

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

- ①长期闲置不用，在可预见的未来不会再使用，且已无转让价值的固定资产；
- ②由于技术进步等原因，已不可使用的固定资产；
- ③虽然固定资产尚可使用，但使用后产生大量不合格品的固定资产；
- ④已遭毁损，以至于不再具有使用价值和转让价值的固定资产；
- ⑤其他实质上已经不能再给公司带来经济利益的固定资产。

### (4) 在建工程减值测试方法及会计处理方法

本公司于资产负债表日对在建工程进行全面检查，如果有证据表明在建工程已经发生了减值，估计可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。存在下列一项或若干

项情况的，对在建工程进行减值测试：

- ①长期停建并且预计在未来3年内不会重新开工的在建工程；
- ②所建项目无论在性能上，还是在技术上已经落后，并且给企业带来的经济利益具有很大的不确定性；
- ⑤其他足以证明在建工程已经发生减值的情形。

#### (5) 无形资产减值测试方法及会计处理方法

当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。存在下列一项或多项以下情况的，对无形资产进行减值测试：

- A. 该无形资产已被其他新技术等所替代，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；
- B. 该无形资产的市价在当期大幅下跌，并在剩余年限内可能不会回升；
- C. 其他足以表明该无形资产的账面价值已超过可收回金额的情况。

#### (6) 商誉减值测试

企业合并形成的商誉，至少在每年年度终了进行减值测试。本公司在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，按以下步骤处理：

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，并与相关资产账面价值比较，确认相应的减值损失；然后再对包含商誉的资产组或者资产组这组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，就其差额确认减值损失。减值损失金额首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值；再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

## 17. 长期待摊费用

长期待摊费用核算本公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。

本公司长期待摊费用在受益期内平均摊销，各项费用摊销的年限如下：

项目	摊销年限
经营租赁方式租入的固定资产改良支出	3年，但不得超过租赁期限

## 18. 职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。本公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

### （1）短期薪酬的会计处理方法

#### ①职工基本薪酬（工资、奖金、津贴、补贴）

本公司在职工为其提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。

#### ②职工福利费

本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。

#### ③医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及工会经费和职工教育经费

本公司为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为其提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

#### ④短期带薪缺勤

本公司在职工提供服务从而增加了其未来享有的带薪缺勤权利时，确认与累

积带薪缺勤相关的职工薪酬，并以累积未行使权利而增加的预期支付金额计量。本公司在职工实际发生缺勤的会计期间确认与非累积带薪缺勤相关的职工薪酬。

#### ⑤短期利润分享计划

利润分享计划同时满足下列条件的，本公司确认相关的应付职工薪酬：

A.企业因过去事项导致现在具有支付职工薪酬的法定义务或推定义务；

B.因利润分享计划所产生的应付职工薪酬义务金额能够可靠估计。

### （2）离职后福利的会计处理方法

#### ①设定提存计划

本公司在职工为其提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

根据设定提存计划，预期不会在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内支付全部应缴存金额的，本公司参照相应的折现率（根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率确定），将全部应缴存金额以折现后的金额计量应付职工薪酬。

#### ②设定受益计划

##### A. 确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本

根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等做出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的归属期间。本公司按照相应的折现率（根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率确定）将设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本。

##### B.确认设定受益计划净负债或净资产

设定受益计划存在资产的，本公司将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。

设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的

孰低者计量设定受益计划净资产。

C.确定应计入资产成本或当期损益的金融

服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中，除了其他会计准则要求或允许计入资产成本的当期服务成本之外，其他服务成本均计入当期损益。

设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务的利息费用以及资产上限影响的利息，均计入当期损益。

D.确定应计入其他综合收益的金额

重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动，包括：

(a) 精算利得或损失，即由于精算假设和经验调整导致之前所计量的设定受益计划义务现值的增加或减少；

(b) 计划资产回报，扣除包括在设定受益计划净负债或净资产的利息净额中的金额；

(c) 资产上限影响的变动，扣除包括在设定受益计划净负债或净资产的利息净额中的金额。

上述重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动直接计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但本公司可以在权益范围内转移这些在其他综合收益中确认的金额。

**(3) 辞退福利的会计处理方法**

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：

①企业不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；

②企业确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月内不能完全支付的，参照相应的折现率(根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃

市场上的高质量公司债券的市场收益率确定)将辞退福利金额予以折现,以折现后的金额计量应付职工薪酬。

#### (4) 其他长期职工福利的会计处理方法

##### ①符合设定提存计划条件的

本公司向职工提供的其他长期职工福利,符合设定提存计划条件的,将全部应缴存金额以折现后的金额计量应付职工薪酬。

##### ②符合设定受益计划条件的

在报告期末,本公司将其他长期职工福利产生的职工薪酬成本确认为下列组成部分:

A.服务成本;

B.其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额;

C.重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动。

为简化相关会计处理,上述项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

### 19. 预计负债

#### (1) 预计负债的确认标准

如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件,本公司将其确认为预计负债:

①该义务是本公司承担的现时义务;

②该义务的履行很可能导致经济利益流出本公司;

③该义务的金额能够可靠地计量。

#### (2) 预计负债的计量方法

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量,并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。每个资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。有确凿证据表明该账面价值不能反映当前最佳估计数的,按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

## 20. 收入确认原则和计量方法

### (1) 销售商品收入

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。

### (2) 提供劳务收入

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。

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

本公司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。

### (3) 让渡资产使用权收入

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。

#### (4) 收入确认的具体方法

##### ① 广告代理收入

本公司对媒介代理业务收入确认的程序如下：公司承接业务后，按照与客户确认的投放计划，选择媒体并与其签订广告发布业务合同，经客户对媒体投放排期表进行再次确认后，由媒体按照投放计划执行广告发布。广告发布后，公司媒介部门收集媒体监测报告、第三方监测证明等媒体投放证明，经客户确认，送公司业务部门、财务部门核实广告发布情况后确认收入。

##### ② 策划咨询收入

本公司在按照合同约定提供策划咨询服务后，确认策划咨询收入。

##### ③ 市场推广收入

本公司对市场推广收入确认的程序如下：公司承接业务后，按照与客户确认的推广计划，选择供应商并与其签订推广合同。推广内容发布后，公司获得供应商的推广效果证明，经客户核实后确认收入。

### 21. 政府补助

公司将从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本作为政府补助核算。

政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

#### (1) 与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

本公司从政府取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的补助，确认为与资产相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，以名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

#### (2) 与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

本公司将从政府取得的各种奖励、定额补贴、财政贴息、拨付的研发经费(不包括购建固定资产)等与资产相关的政府补助之外的政府补助,确认为与收益相关的政府补助。

与收益相关的政府补助,分别下列情况处理:

- ①用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的,确认为递延收益,并在确认相关费用的期间,计入当期损益;
- ②用于补偿公司已发生的相关费用或损失的,计入当期损益。

## 22. 递延所得税资产和递延所得税负债

本公司通常根据资产与负债在资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异,采用资产负债表债务法将应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异对所得税的影响额确认和计量递延所得税负债或递延所得税资产。本公司不对递延所得税资产和递延所得税负债进行折现。

### (1) 递延所得税资产的确认

对于可抵扣暂时性差异,其对所得税的影响额按预计转回期间的所得税税率计算,并将该影响额确认为递延所得税资产,但是以本公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限。

同时具有下列特征的交易或事项中因资产或负债的初始确认所产生的可抵扣暂时性差异对所得税的影响额不确认为递延所得税资产:

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

本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异,同时满足下列两项条件的,其对所得税的影响额(才能)确认为递延所得税资产:

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

资产负债表日,有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用以抵扣可抵扣暂时性差异的,确认以前期间未确认的递延所得税资产。

在资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

### （2）递延所得税负债的确认

本公司所有应纳税暂时性差异均按预计转回期间的所得税税率计量对所得税的影响，并将该影响额确认为递延所得税负债，但下列情况的除外：

①因下列交易或事项中产生的应纳税暂时性差异对所得税的影响不确认为递延所得税负债：

A.商誉的初始确认；

B.具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

②本公司对与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，其对所得税的影响额一般确认为递延所得税负债，但同时满足以下两项条件的除外：

A.本公司能够控制暂时性差异转回的时间；

B.该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

### （3）特定交易或事项所涉及的递延所得税负债或资产的确认

①与企业合并相关的递延所得税负债或资产

非同一控制下企业合并产生的应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异，在确认递延所得税负债或递延所得税资产的同时，相关的递延所得税费用（或收益），通常调整企业合并中所确认的商誉。

②直接计入所有者权益的项目

与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的当期所得税和递延所得税，计入所有者权益。暂时性差异对所得税的影响计入所有者权益的交易或事项包括：可供出售金融资产公允价值变动等形成的其他综合收益、会计政策变更采用追溯

调整法或对前期（重要）会计差错更正差异追溯重述法调整期初留存收益、同时包含负债成份及权益成份的混合金融工具在初始确认时计入所有者权益等。

### ③可弥补亏损和税款抵减

#### A.本公司自身经营产生的可弥补亏损以及税款抵减

可抵扣亏损是指按照税法规定计算确定的准予用以后年度的应纳税所得额弥补的亏损。对于按照税法规定可以结转以后年度的未弥补亏损（可抵扣亏损）和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理。在预计可利用可弥补亏损或税款抵减的未来期间内很可能取得足够的应纳税所得额时，以很可能取得的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产，同时减少当期利润表中的所得税费用。

#### B.因企业合并而形成的可弥补的被合并企业的未弥补亏损

在企业合并中，本公司取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日不符合递延所得税资产确认条件的，不予以确认。购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产，计入当期损益。

### ④合并抵销形成的暂时性差异

本公司在编制合并财务报表时，因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

### ⑤以权益结算的股份支付

如果税法规定与股份支付相关的支出允许税前扣除，在按照会计准则规定确认成本费用的期间内，本公司根据会计期末取得信息估计可税前扣除的金额计算确定其计税基础及由此产生的暂时性差异，符合确认条件的情况下确认相关的递延所得税。其中预计未来期间可税前扣除的金额超过按照会计准则规定确认的与

股份支付相关的成本费用，超过部分的所得税影响应直接计入所得税权益。

### 23. 重要会计政策和会计估计的变更

#### (1) 重要会计政策变更

2014年1月至7月，财政部发布了《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》等8项会计准则。根据财政部的要求，本公司自2014年7月1日起开始执行上述各项准则，并依据上述各项准则的规定对相关会计政策进行变更。

公司2013年度及2014年度已按照上述准则的规定进行了核算和披露，上述新准则的实施不会对公司2013年度财务报表项目金额产生影响，本公司对于比较报表未进行调整。《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》适用于企业在子公司、合营安排、联营和未纳入合并财务报表范围的结构化主体中权益的披露。采用《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》将导致企业在财务报表附注中作出更广泛的披露。本财务报表已按该准则的规定进行披露，并对可比年度财务报表的附注进行了相应调整。

#### (2) 重要会计估计变更

本报告期内，本公司无重大会计估计变更。

## 二、最近两年的主要财务指标分析

财务指标	2014 年度	2013 年度
毛利率(%)	15.45	19.82
净资产收益率(%)	90.83	85.98
扣除非经常性损益净资产收益率(%)	85.07	84.58
每股收益(元/股)	7.01	8.43
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	0.37	5.89

应收账款周转率(次)	6.98	13.25
存货周转率(次)	-	-
财务指标	2014年12月31日	2013年12月31日
每股净资产(元/股)	9.03	13.52
资产负债率(母公司)(%)	74.78	56.45
流动比率	1.30	1.70
速动比率	1.30	1.70

### (一) 盈利能力分析

单位 元

项目	2014年度	增长率(%)	2013年度
营业收入	541,217,799.57	164.11	204,922,084.60
销售毛利	83,635,250.72	105.95	40,610,223.81
销售毛利率	15.45%	-22.05	19.82%
费用总额	34,659,422.17	98.97	17,419,188.31
费用收入占比	6.40%	-24.71	8.50%
营业利润	44,350,534.95	98.67	22,324,251.39
营业利润率	8.19%	-24.79	10.89%
净利润	35,205,432.23	108.88	16,854,312.99
净利润率	6.50%	-20.92	8.22%

2013 年度和 2014 年度，公司实现营业收入分别为 204,922,084.60 元和 541,217,799.57 元，增长率为 164.11%。公司收入的大幅增长主要有两方面原因：一是网络视频广告行业整体市场的快速增长，越来越多的客户提高网络视频广告的投放比例。二是公司业务规模进行了扩张，新增客户较多，其中年销售额千万以上的客户由 2013 年的 4 家增加至 2014 年的 17 家。2013 年度和 2014 年度整体销售毛利分别为 40,610,223.81 元和 83,635,250.72 元，增长率为 105.95%；但毛利率分别为 19.82%、15.45%，增长率为-22.05%。毛利率降低的原因主要在于以下两个方面：一是网络视频广告业务日趋成熟，各大视频网站降低了推广力度，降低给广告代理企业的返点率；二是因为行业竞争加剧，公司为了业务快速扩张，部分项目投标价格有所下降。

2013 年和 2014 年的三类费用总和分别为 17,419,188.31 元和 34,659,422.17 元，三类费用的增加主要由于人员数量及收入水平的增加，使得管理费和销售费增幅较大。虽然三类费用增长率达到 98.97%，但由于公司营业收入更大比例的增加，使得费用收入占比由 8.50% 下降到 6.25%，降幅为 24.71%。

说明了公司的业务快速扩张过程中，费用得到了有效的控制。

虽然费用收入占比有所下降，但由于毛利率的降低，营业利润率由 2013 年的 10.89%下降至 2014 年的 8.19%，净利润率由 2013 年的 8.22%下降至 2014 年 6.50%，增长率分别为-24.79%和-20.92%。同时，由于销售额的大幅增加，营业利润和净利润的绝对值有了大比例的增加，营业利润由 2013 年的 22,324,251.39 元增加至 2014 年的 44,350,534.95 元，净利润由 2013 年的 16,854,312.99 元增加至 2014 年的 35,205,432.23 元，增长率分别为 98.67% 和 108.88%。

综上，报告期内公司具有较强的盈利能力。

## (二) 偿债能力分析

流动比率	2014年12月31日	2013年12月31日
现金比率	0.12	0.47
流动比率	1.30	1.70
速动比率	1.30	1.70
偿债能力比率	2014年12月31日	2013年12月31日
资产负债率(%)	74.78	56.45

公司没有长期借款，偿债能力风险集中体现在短期流动性上。公司作为广告代理公司，没有存货，且固定资产占资产总额不到 1%。公司流动资产主要为应收账款、应收票据和货币资金；而流动负债主要为应付账款和应交税费。

从流动比率和速动比率看，虽然 2014 年比 2013 年有所减少，但仍然超过 1，达到 1.30。从资产负债率看，由 2013 年末的 56.45%增加至 2014 年末的 74.78%，有较大幅度的增加。上述指标变差的原因是由于公司业务的快速增长和客户延长付款周期，应收账款和应付账款的大幅增加所导致。其中，应收账款由 2013 年末的 18,468,273.60 元增加至 2014 年末的 120,218,269.38 元，增长率为 550.94%；应付账款由 2013 年末的 7,633,964.08 元增加至 2014 年末的 98,011,311.07 元，增长率为 1183.88%。

从资产质量看，2014 年末应收账款净额占总资产的 68.21%，其账龄均为 1 年以内，且大部分为长期合作客户，此前从未发生过坏账。

综上所述，报告期内公司偿债能力有所下降，但从其资产结构和资产质量来看，公司偿债能力仍较强。

### (三) 营运能力分析

经营效率比率	2014 年度	2013 年度
总资产周转率	4.54	4.75
应收账款周转率	7.80	13.33

公司 2013 年度和 2014 年度的应收账款周转率分别为 13.33 和 7.80，公司应收账款周转率下降较多，主要由于公司客户延长了付款周期，从 2013 年的平均 1 个月左右的付款周期，延长至 2014 年的平均 3 个月左右。收款周期延长的主要原因在于：1、受宏观经济环境影响，客户的资金压力增加，从而影响其支付广告款周期；2、公司新增客户较多，新客户的付款周期相对较长。

受应收账款的周转率大幅下降的影响，总资产周转率略有下降。

综上，报告期内公司的应收账款周转率和总资产周转率均有所下降，但总体营运状况良好。

### (四) 现金流量分析

单位：元

项目	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	1,863,934.71	11,770,075.75
每股经营活动产生的现金流量净额	0.37	5.89
投资活动产生的现金流量净额	2,967,416.99	-614,897.05
筹资活动产生的现金流量净额	-5,000,000.00	-
现金及现金等价物净增加额	-168,648.30	11,155,178.70
期末现金及现金等价物余额	16,364,235.94	16,532,884.24

公司 2013 年度和 2014 年度期末现金及现金等价物余额相差不大，分别为 16,532,884.24 元和 16,364,235.94 元。

公司 2013 年度和 2014 年度经营活动产生的现金流量净额分别为 11,770,075.75 元和 1,863,934.71 元，每股经营活动产生的现金流为 5.89 元和 0.37 元。经营活动现金流净额减少主要由于公司业务扩展，支付给职工现金、支付税费及支付其他经营活动相关现金均大幅增加，超过提供劳务收到的现金和接受劳务支付现金之间差额的增加。

2014 年投资活动现金流净额 2,967,416.99 元，主要原因是合并剧星辉煌 2014 年 8 月 31 日账面货币资金余额 3,996,264.28。2014 年筹资活动现金流净额 -5,000,000.00 元为公司支付股利 7,000,000.00 元和剧星辉煌、搜秀传播收

到投资款 2,000,000.00 元。

综上，在公司业务快速增长的情况下，公司现金及现金等价物余额保持稳定，经营现金流净额为正数，报告期内现金流良好。

### 三、报告期利润形成的有关情况

#### (一) 营业收入的主要构成及确认方法

项目	2014 年度		2013 年度		单位：元
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	
网络视频广告代理	390,399,925.43	72.13	131,362,711.95	64.10	
搜索门户广告代理	21,081,680.91	3.90	6,750,694.35	3.29	
电视广告代理	121,326,201.50	22.42	58,791,957.29	28.69	
策划咨询	8,204,056.57	1.52	7,922,381.39	3.87	
市场推广	205,935.16	0.04	—	—	
主营业务收入小计	541,217,799.57	100.00	204,827,744.98	99.95	
其他业务收入	—	—	94,339.62	0.05	
合计	541,217,799.57	100.00	204,922,084.60	100.00	

公司 2013 年度和 2014 年度主营业务收入分别为 204,827,744.98 元和 541,217,799.57 元，2014 年度的主营业务收入较 2013 年增长了 164.23%。公司收入的大幅增长主要有两方面原因：一是网络视频广告行业整体市场的快速增长，越来越多的客户提高网络视频广告的投放比例。二是公司业务规模进行了扩张，新增客户较多，其中年销售额千万以上的客户由 2013 年的 4 家增加至 2014 年的 17 家。报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比例均在 99%以上，公司主营业务明确，如按类型划分，可分为网络视频广告代理、搜索门户广告代理、电视广告代理、策划咨询和市场推广。主营业务收入虽然规模增长比例大，但收入结构在报告期内没有发生本质变化，仍然以网络视频广告代理为核心，2013 年和 2014 年度网络视频广告代理分别占营业收入的 64.10% 和 72.13%。2014 年新增了市场推广业务 205,935.16 元，主要来自于控股子公司搜秀传播。

媒介代理业务收入确认程序如下：公司承接业务后，按照与客户确认的投放计划，选择媒体并与其签订广告发布业务合同，经客户对媒体投放排期表进行再次确认后，由媒体按照投放计划执行广告发布。广告发布后，公司媒介部门收集

媒体监测报告、第三方监测证明等媒体投放证明，经客户确认，送公司业务部门、财务部门核实广告发布情况后确认收入。

策划咨询收入确认程序如下：公司在按照合同约定提供策划咨询服务后，确认策划咨询收入。

市场推广收入确认程序如下：公司承接业务后，按照与客户确认的推广计划，选择供应商并与其签订推广合同。推广内容发布后，公司获得供应商的推广效果证明，经客户核实后确认收入。

2013 年的其他业务收入为收到龙视嘉华和优酷视频所支付的会议服务费。2013 年在南京举办的中国广告节，剧星传媒、北京龙视嘉华国际传媒广告有限公司（以下简称“龙视嘉华”）及优酷视频在同一分会场，相关会务费由剧星传媒承担。

## （二）营业收入分类

按客户分类

单位：元

2014 年度		
客户名称	收入金额	占营业收入的比例 (%)
云南白药集团医药电子商务有限公司	46,245,283.19	8.54
广东美的制冷设备有限公司	45,502,678.41	8.41
剧星辉煌文化传播（天津）有限公司*	40,506,766.13	7.48
拉芳家化股份有限公司	39,464,591.64	7.29
统一企业（中国）投资有限公司	38,347,936.73	7.09
合计	210,067,256.07	38.81
2014 年度营业收入	541,217,799.57	

\*2014 年 8 月 31 日剧星传媒公司收购剧星辉煌前实现的收入。

单位 元

2013 年度		
客户名称	收入金额	占营业收入的比例 (%)
拉芳家化股份有限公司	61,842,988.88	30.18
云南白药集团医药电子商务有限公司	22,915,094.42	11.18
上海百雀羚日用化学有限公司	14,150,943.45	6.91
上海家化销售有限公司	13,997,430.46	6.83
雅士利国际集团有限公司	9,433,962.30	4.60
合计	122,340,419.23	59.70

2013 年度营业收入	204,922,084.60
-------------	----------------

2013 年度、2014 年度公司前五大客户销售总额占营业收入的比例分别为 59.70%、38.81%；2013 年拉芳家化和云南白药单一客户收入占营业收入分别为 30.18% 和 11.18%，2014 年没有单一客户收入占营业收入超过 10%。由于客户数量的增加，大客户集中度相对降低。

### (三) 营业收入和利润总额的变动趋势及原因

公司最近两年的营业收入及利润情况如下：

单位：元

项 目	2014 年度		2013 年度
	金额	增长率(%)	金额
营业收入	541,217,799.57	164.11	204,922,084.60
营业成本	457,582,548.85	178.48	164,311,860.79
营业利润	44,350,534.95	98.67	22,324,251.39
利润总额	47,086,334.95	107.53	22,689,251.39
净利润	35,205,432.23	108.88	16,854,312.99

公司 2014 年度营业收入 541,217,799.57 元，较 2013 年增长了 164.11%；业务成本 457,582,548.85 元，较 2013 年增长了 178.48%。行业的快速发展和公司规模的扩张，导致公司营业收入有了大幅度的增加。公司营业成本为支付给媒体的广告投放费，公司合作媒体大多采用“返点”模式结算，会计计量时将“返点”冲减营业成本。由于部分媒体 2014 年降低了返点的比率，所以营业成本较营业收入有更大幅度的增长，并导致公司毛利率由 2013 年的 19.82% 下降至 2014 年的 15.45%。

公司最近两年收入毛利情况如下：

单位：元

项目	2014 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率(%)
网络视频广告代理	390,399,925.43	316,868,024.67	18.84
搜索门户广告代理	21,081,680.91	18,579,031.35	11.87
电视广告代理	121,326,201.50	117,198,297.10	3.40
策划咨询	8,204,056.57	4,783,857.90	41.69
市场推广	205,935.16	153,337.83	25.54
合计	541,217,799.57	457,582,548.85	15.45

单位：元

项目	2013 年度
----	---------

	营业收入	营业成本	毛利率(%)
网络视频广告代理	131,362,711.95	99,418,452.44	24.32
搜索门户广告代理	6,750,694.35	6,493,896.80	3.80
电视广告代理	58,791,957.29	53,735,150.53	8.60
策划咨询	7,922,381.39	4,664,361.02	41.12
市场推广	—	—	—
其他业务收入	94,339.62	—	—
合计	204,922,084.60	164,311,860.79	19.82

公司毛利率由 2013 年的 19.82%下降至 2014 年的 15.45%，主要受网络视频广告代理业务和电视广告代理业务毛利率下降影响。

网络视频广告代理毛利率由 2013 年的 24.32%下降至 2014 年的 18.84%。主要有以下三方面原因：一是公司合作的媒体中返点率最高的为迅雷（返点率为 35%），2013 年在迅雷的投放金额占公司视频广告销售额的 4.7%，而 2014 年仅占 1.1%；二是公司为了获得国际性公司的业务，通过让利竞争，2014 年获得统一集团约 3,850 万元的网络视频广告代理业务，占公司 2014 年网络视频广告销售额的 9.9%，而此业务的平均毛利率约为 10%；三是 2014 年 1-8 月与剧星辉煌的关联交易金额较大，此业务获得媒体返点全部返还给剧星辉煌（详见本节“八、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”）。

电视广告代理业务毛利率由 2013 年的 8.60%下降至 2014 年的 3.4%。主要是公司代理的电视广告投放媒体主要是上星电视台（央视、湖南卫视、浙江卫视、广告卫视等），并未买断经营权，与电视台的议价能力不强，媒体资源的非持续性和采购成本的不可控导致毛利率下降；公司 2014 年在央视的累计下单金额较 2013 年大幅增加，占电视广告代理业务的比例超过 50%，但毛利较低，拉低了整体毛利率；此外，2014 年存在为拓展市场发展客户而与其他代理商低价竞争的情况，也导致了毛利率的下降。

搜索门户广告代理毛利率由 2013 年的 3.8%上升至 2014 年的 11.87%，主要是原因是 2014 年投放百度的广告代理收入大幅增加，且其中许多为新增客户。根据百度公司的返点政策，分为基本返点、业务考核返点和新增客户奖励返点等。2013 年公司对百度的广告投放额约为 675 万元，未完成业务预定指标，所以仅获得基本返点；而 2014 年对百度的广告投放额约为 2,100 万元，达到业务指标，且新增客户可获得 8%的奖励返点，所以返点率大幅提高。

#### (四) 主要费用及变动情况

公司最近两年主要费用及其变动情况如下：

单位：元

项目	2014 年度		2013 年度
	金额	增长率 (%)	金额
销售费用	9,425,926.68	87.77	5,020,018.87
管理费用	25,417,345.57	104.17	12,449,379.05
财务费用	-183,830.08	-266.13	-50,209.61
营业收入	541,217,799.57	164.11	204,922,084.60
销售费用与营业收入之比 (%)	1.74	-28.98	2.45
管理费用与营业收入之比 (%)	4.70	-22.70	6.08
财务费用与营业收入之比 (%)	-0.03	-50.00	-0.02
销、管费用之和与营业收入之比 (%)	6.40	-24.71	8.50

销售费用方面，公司 2013 年度、2014 年度的销售费用分别为 5,020,018.87 元和 9,425,926.68 元，2014 年较 2013 年增长了 87.77%；2013 年度、2014 年度销售费用占营业收入的比重分别为 2.45% 和 1.74%，2014 年度较 2013 年度下降了 28.98%，公司的销售费用主要为销售人员的薪酬及差旅费用，没有发生宣传广告费。

管理费用方面，公司 2013 年度、2014 年度的管理费用分别为 12,449,379.05 元和 25,417,345.57 元，2014 年较 2013 年增长了 104.17%；2013 年度、2014 年度管理费用占营业收入的比重分别为 6.08% 和 4.70%，2014 年度较 2013 年度下降了 22.70%。

公司 2013 年度和 2014 年度财务费用分别为 -50,209.61 元和 -183,830.08 元，均为负数。公司没有对外借款，财务费用为公司存款利息，由于收入的增加，利息也有所增加。

2014 年相对于 2013 年，销售费用和管理费用绝对值的大幅增加均因为公司人员增多、薪酬提高导致，公司人员由 2013 年的 73 人增加至 2014 年的 122 人；占营业收入的比重均大幅下降均因为营业收入的更大比例的增加。从数据中可以看出，公司对费用的控制有效。

## (五) 重大投资收益和非经常性损益情况

### 1、公司投资收益情况

公司 2014 年度投资收益 647,763.21 元，其中根据剧星辉煌 2014 年 1-8 月净利润确认的投资收益 419,585.13 元；购买银行理财产品取得投资收益 228,178.08 元。

2014 年，公司购买的银行理财产品明细如下：

单位：元

产品名称	2014 年度		
	金额	期间	收益金额
中信理财之信盈系列(对公)步步高升 3 号	10,000,000.00	2014.9.24-2014.12.29	228,178.08
合计	10,000,000.00		228,178.08

公司 2013 年度投资收益-17,214.59 元，其中由于剧星辉煌 2013 年亏损确认投资收益-66,798.15 元；购买银行理财产品取得投资收益 49,583.56 元。

2013 年，公司购买的银行理财产品明细如下：

单位：元

产品名称	2013 年度		
	金额	期限	收益金额
利得盈 VIP 尊享保本 13 年 175 募集户	3,000,000.00	2013.4.25-2013.5.30	9,994.52
利得盈 VIP 尊享保本 13 年 224 募集户	5,000,000.00	2013.6.6-2013.7.9	17,534.25
利得盈 VIP 尊享保本 13 年 295 募集户	5,000,000.00	2013.7.30-2013.9.4	22,054.79
合计	13,000,000.00		49,583.56

由于收支的时点不完全一致，当公司账上有较多富余资金时，财务部会统计媒介采购部门、业务部门短期内（3 个月内）的资金支出计划，统计后向公司总经理汇报，由总经理决定是否购买理财产品及金额。公司购买理财产品没有通过董事会、股东会等决策程序。

### 2、公司非经常性损益情况

单位：元

项目	2014 年度	2013 年度
计入当期损益的政府补助(与企业业务密切相关,按照国家有关规定可以作为国家财政性资金管理的,按照国家有关规定可以作为国家财政性资金管理的)	2,670,000.00	380,000.00

国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)		
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	65,800.00	-15,000.00
非经常性损益总额	2,732,800.00	365,000.00
其他符合非经常性损益定义的损益项目	228,178.08	49,583.56
所得税影响额	-740,994.52	-103,645.89
非经常性损益影响数	2,222,983.56	310,937.67
归属于普通股股东的非经常性损益	2,222,983.56	310,937.67
归属于母公司股东的净利润	35,205,432.23	16,854,312.99
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	32,832,262.27	16,543,375.32
非经常性损益占净利润的比例	6.31%	1.84%

公司报告期内非经常性损益金额较小，非经常性损益主要为政府财政补贴、理财产品投资收益和“三代”手续费等。其中，2014年65,800.00元营业外收入为收到的“三代”手续费；2013年15,000.00元的营业外支出为2012年对公司“营改增税负增加后财政补贴”的退回。

公司在2013年度、2014年度的非经常性损益净额占当年归属于公司普通股股东净利润的比例分别为1.84%、6.31%，占比很小，公司盈利能力对非经常性损益不存在依赖性。

公司报告期内直接计入当期损益的政府补助见下表：

单位：元

项 目	2014 年度	2013 年度	与资产相关/与收益相关
产业发展专项资金	840,000.00	—	与收益相关
产业扶持专项资金	1,830,000.00	380,000.00	与收益相关
合计	2,670,000.00	380,000.00	

## (六) 公司主要税项及相关税收优惠政策

### 1、公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率
增值税	应税收入	6%
文化事业建设费	计费销售额	3%
城建税	应缴流转税税额	7%
教育费附加	应缴流转税税额	5%
企业所得税	应纳税所得额	25%

## 2、税收优惠及批文

无

## 四、公司主要资产情况

### (一) 应收款项

#### 1、应收票据

单位：元

种类	2014年12月31日	2013年12月31日
银行承兑汇票	17,685,255.40	15,430,000.00

报告期内，公司应收票据均为银行承兑汇票，截止到2014年12月31日，公司应收票据余额为17,685,255.40元，均为销售款。

截至2014年12月31日，应收票据前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	期末金额	年度发生金额	背书金额	贴现金额
湖北远大天天明制药有限公司	6,034,290.44	9,539,781.34	-	-
桂龙药业（安徽）有限公司	4,075,787.00	11,347,541.56	500,000.00	-
北京紫竹医药经营有限公司	2,886,185.21	7,283,562.31	130,000.00	-
安徽口子酒营销有限公司	1,500,000.00	3,000,000.00	-	-
神威药业集团有限公司	1,150,000.00		-	-

截至2013年12月31日，应收票据前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	期末金额	年度发生金额	背书金额	贴现金额
云南白药集团医药电子商务有限公司	7,000,000.00	7,000,000.00	1,000,000.00	-
亚宝药业集团股份有限公司	4,000,000.00	7,000,000.00	-	-
桂龙药业（安徽）有限公司	2,000,000.00	2,000,000.00	600,000.00	-
贵州金桥药业有限公司	1,600,000.00	4,900,000.00	-	-
华润紫竹药业有限公司	6,800,000.00	2,290,000.00	-	-

截止2014年12月31日，公司已背书转让尚未到期的银行承兑汇票金额为448,257.00元，具体如下：

单位：元

出票单位	出票日期	到期日期	被背书单位	金额
深圳华润三九医药贸易有限公司	2014.10.24	2015.1.24	上海前景广告有限公司	448,257.00

## 2、应收账款

单位：元

项目	坏账准备计提比率(%)	2014年12月31日			
		余额	比例(%)	坏账准备	净额
1年以内	5.00	126,545,546.72	100.00	6,327,277.34	120,218,269.38
1-2年	10.00	-	-	-	-
2-3年	20.00	-	-	-	-
3-4年	30.00	-	-	-	-
4-5年	50.00				
5年以上	100.00				
合计		126,545,546.72	100.00	6,327,277.34	120,218,269.38

单位：元

项目	坏账准备计提比率(%)	2013年12月31日			
		余额	比例(%)	坏账准备	净额
1年以内	5.00	19,440,288.00	100.00	972,014.40	18,468,273.60
1-2年	10.00	-	-	-	-
2-3年	20.00	-	-	-	-
3-4年	30.00	-	-	-	-
4-5年	50.00				
5年以上	100.00				
合计		19,440,288.00	100.00	972,014.40	18,468,273.60

公司2014年应收账款比2013年大幅增加主要原因在于以下两个方面：一、营业收入的大幅增长；二、客户付款期的延长，2013年客户平均付款周期1个月左右，2014年客户平均付款周期3个月左右；付款周期的延长主要受宏观经济环境变差以及新客户增多的影响。

截至2014年12月31日，应收账款前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
广东美的制冷设备有限公司	非关联方	22,615,835.00	1年以内	17.87
上海家化销售有限公司	非关联方	14,978,389.45	1年以内	11.84
江苏苏宁易购电子商务有限公司	非关联方	10,613,823.00	1年以内	8.39
上海优力广告有限公司	非关联方	9,054,560.00	1年以内	7.16
陕西吉瑞林饮料股份有限公司	非关联方	6,784,582.00	1年以内	5.36
合计	-	64,047,189.45		50.62

截至 2013 年 12 月 31 日，应收账款前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
上海家化销售有限公司	非关联方	5,321,690.00	1年以内	27.37
拉芳家化股份有限公司	非关联方	3,370,661.00	1年以内	17.34
桂龙药业（安徽）有限公司	非关联方	2,710,514.00	1年以内	13.94
广西黑五类食品集团有限责任公司	非关联方	1,050,000.00	1年以内	5.40
浙江艾莱依商贸有限公司	非关联方	1,000,000.00	1年以内	5.14
合计	-	13,452,865.00		69.20

报告期内，应收账款中无持公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位及个人款项。

### 3、预付款项

单位：元

账 龄	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1 年以内	8,740,145.46	100.00	6,086,455.40	100.00
1 至 2 年	-	-	-	-
2 至 3 年	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-
合 计	8,740,145.46	100.00	6,086,455.40	100.00

单位：元

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
预付款项	8,740,145.46	6,086,455.40
总资产	176,247,614.66	62,101,625.28
营业收入	541,217,799.57	204,922,084.60
预付款项占总资产比率(%)	4.96	9.80
预付款项占营业收入比率(%)	1.61	2.97

公司预付账款项均为支付给广告投放媒体的预付款，2014 年末预付款项比 2013 年末预付款项增长 43.60%，主要由于 2014 年电视广告投放规模比 2013 年增加所致。2013 年末、2014 年末预付款项占总资产的比例分别为 9.77% 和 4.54%；2013 年末、2014 年末预付款项占营业收入的比例分别为 2.97% 和 1.61%。报告期内预付款项相对比例较小，且期限均在一年以内。

截至 2014 年 12 月 31 日，预付款项金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	金额	占预付账款总额的比例 (%)	账龄	款项性质
中央电视台	5,011,635.00	57.34	1年以内	广告费
湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司	1,677,800.00	19.20	1年以内	广告费
天津广播电视台	766,667.00	8.77	1年以内	广告费
广东卫视传媒有限公司	575,000.00	6.58	1年以内	广告费
北京龙视嘉华国际传媒广告有限公司	222,600.03	2.55	1年以内	广告费
合计	8,253,702.03	94.44	-	-

截至 2013 年 12 月 31 日，预付款项金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	金额	占预付款项总额的比例 (%)	账龄	款项性质
中央电视台	3,727,924.00	61.25	1年以内	广告费
天津文传世纪文化传播有限公司	1,574,370.00	25.87	1年以内	广告费
北京龙视嘉华国际传媒广告有限公司	420,420.00	6.91	1年以内	广告费
北京紫凤凰广告有限公司	291,067.00	4.78	1年以内	广告费
北京百度网讯科技有限公司	56,000.00	0.92	1年以内	广告费
合计	6,069,781.00	99.73	-	-

报告期内，预付款项中无持有公司 5.00%以上表决权股份的股东单位及个人款项。

#### 4、其他应收款

单位：元

项目	坏账准备计提比率(%)	2014 年 12 月 31 日			
		余额	比例 (%)	坏账准备	净额
1 年以内	5.00	6,306,780.29	80.61	315,339.01	5,991,441.28
1-2 年	10.00	1,368,440.00	17.49	136,844.00	1,231,596.00
2-3 年	20.00	40,374.70	0.52	8,074.94	32,299.76
3-4 年	30.00	108,328.00	1.38	32,498.40	75,829.60
4-5 年	50.00				
5 年以上	100.00				
合计	-	7,823,922.99	100.00	492,756.35	7,331,166.64

单位：元

项目	坏账准备计提比率(%)	2013 年 12 月 31 日			
		余额	比例 (%)	坏账准备	净额

1年以内	5.00	2,476,992.00	94.26	123,849.60	2,353,142.40
1-2年	10.00	40,424.70	1.54	4,042.47	36,382.23
2-3年	20.00	110,328.00	4.20	22,065.60	88,262.40
3-4年	30.00				
4-5年	50.00				
5年以上	100.00				
合计	-	2,627,744.70	100.00	149,957.67	2,477,787.03

公司其他应收款主要为投标保证金、广告保证金、房租押金和备用金等。其中，期限3-4的108,328.00元的其他应收款为上海办公地房租押金。截至2014年12月31日和2013年12月31日，公司其他应收款净额占主营业务收入比重分别为1.21%和1.35%，占当期总资产的比重分别为4.16%和3.99%，占比较低。公司2014年末其他应收款净额较2013年末增加较多，主要是因为业务的增加，保证金支付金额较高。

截至2014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	与本公司关系	金额	账龄	占其他应收款总额的比例(%)	款项性质
中央电视台	非关联方	3,300,000.00	1年以内	42.18	保证金
华润三九医药股份有限公司	非关联方	1,100,000.00	1年以内	14.06	保证金
广东美的制冷设备有限公司	非关联方	1,000,000.00	1-2年	12.78	保证金
北京百度网讯科技有限公司	非关联方	645,500.00	1年以内	8.25	保证金
高利萍	非关联方	384,625.95	1年以内	4.92	备用金
合计	-	6,430,125.95		82.19	-

截至2013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	与本公司关系	金额	账龄	占其他应收款总额的比例(%)	款项性质
广东美的制冷设备有限公司	非关联方	1,000,000.00	1年以内	38.06	保证金
中央电视台	非关联方	600,000.00	1年以内	22.83	保证金
统一企业(中国)投资有限公司	非关联方	500,000.00	1年以内	19.03	保证金

常青	股东	167,650.00	1年以内	6.38	备用金
吴建明	非关联方	60,000.00	1年以内	2.28	备用金
合计	-	2,327,650.00		88.58	-

2013年末股东常青备用金已返还，2014年末高利萍的备用金已于2015年1月返还。截至2014年12月31日，其他应收款中无持公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位及个人款项。

## （二）其他流动资产

单位：元

其他流动资产	2014年12月31日	2013年12月31日
留抵增值税	314,141.18	525,059.30
预付房租	285,345.34	231,479.00
合计	599,486.52	756,538.30

单位：元

项目	2014年12月31日	2013年12月31日
其他流动性资产	599,486.52	756,538.30
总资产	176,247,614.66	62,101,625.28
其他流动性资产占比	0.34%	1.22%

2014年12月31日，公司其他流动资产金额是599,486.52元，其中增值税待抵扣进项税额314,141.18元，办公室的预付房租285,345.34元，共占总资产比重0.34%。2013年12月31日，其他流动资产756,538.30元，其中增值税待抵扣进项税额525,059.30元，办公室的预付房租231,479.00元，共占总资产比重1.22%。报告期内，其他流动资产占总资产占比重较低。

## （三）固定资产

### 1、固定资产类别及估计使用年限、预计残值率及年折旧率

固定资产类别	折旧年限(年)	残值率	年折旧率(%)
电子设备	3	5	31.67
运输设备	4	5	23.75
办公家具	5	5	19.00

公司固定资产按取得时的实际成本入账，固定资产折旧采用直线法计提，并按估计使用年限和预计净残值率确定其折旧率。

## 2、固定资产及累计折旧情况

单位：元

项目	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>一、账面原值合计</b>	2,567,456.72	910,686.50
电子设备	812,552.12	572,270.42
运输设备	1,369,761.17	-
办公家具	385,143.43	338,416.08
<b>二、累计折旧合计</b>	709,220.11	335,708.82
电子设备	479,219.82	279,659.71
运输设备	105,106.23	-
办公家具	124,894.06	56,049.11
<b>三、减值准备合计</b>	-	-
<b>四、固定资产账面净值合计</b>	1,858,236.61	574,977.68
电子设备	333,332.30	292,610.71
运输设备	1,264,654.94	-
办公家具	260,249.37	282,366.97

单位：元

项目	2014年12月31日	2013年12月31日
固定资产净值	1,858,236.61	574,977.68
总资产	176,247,614.66	62,101,625.28
固定资产占比（%）	1.05	0.93

公司固定资产分为电子设备、运输设备和办公家具。公司的电子设备主要为电脑、投影仪、打印机等；运输设备为一辆别克商务车和一辆奔驰轿车，分别为2014年2月和2014年10月购买；办公家具主要为办公桌椅等。公司固定资产占资产总额比较较小，净值变化平稳，未见异常。

公司现有固定资产处于良好状态，不存在减值迹象，故未对固定资产计提减值准备。

### (四) 递延所得税资产

单位：元

项目	2014年12月31日		2013年12月31日	
	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异及可抵扣亏损	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异及可抵扣亏损
资产减值准备	1,705,008.43	6,820,033.69	280,493.02	1,121,972.07
应付职工薪酬	1,679,375.33	6,717,501.32	776,114.16	3,104,456.66

累计税务亏损*	66,434.95	265,739.79	—	—
合计	3,450,818.71	13,803,274.80	1,056,607.18	4,226,428.73

\*累计税务亏损为子公司搜秀传播 2014 年度发生的亏损。

公司 2013 年末、2014 年末递延所得税资产余额分别为 1,059,059.98 元和 3,450,818.70 元。公司报告期内的暂时性差异由应收款项的减值准备、应付职工薪酬和累计税务亏损引起，递延所得税资产的变动金额均计入当期损益。

### （五）资产减值准备计提情况

#### 1、主要资产减值准备计提依据

##### （1）坏账准备

###### A. 按应收款项个别认定计提坏账准备

个别认定计提坏账准备的范围：对于按照《企业会计准则第 36 号——关联方披露》界定的关联方，与之产生的应收款项。

坏账准备的计提方法：对于应收控股子公司的款项及控股子公司之间的应收款项不计提坏账准备。对于除控股子公司外的应收其他关联方款项，进行单项减值测试，经测试未发生减值的，参照账龄分析法计提坏账准备。

###### B. 按组合测试计提坏账准备

确定组合的依据	
组合 1	除按个别认定适用范围外，按账龄段划分的类似信用风险特征组合
按组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1	账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1 年以内	5%	5%
1-2 年	10%	10%
2-3 年	20%	20%
3-4 年	30%	30%
4-5 年	50%	50%
5 年以上	100%	100%

##### （2）存货跌价准备

资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的

可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

### (3) 固定资产减值准备

公司在每期末判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象。

固定资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与固定资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当固定资产的可收回金额低于其账面价值的，将固定资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为固定资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的固定资产减值准备。

固定资产减值损失确认后，减值固定资产的折旧在未来期间作相应调整，以使该固定资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的固定资产账面价值（扣除预计净残值）。

固定资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项固定资产可能发生减值的，企业以单项固定资产为基础估计其可收回金额。企业难以对单项固定资产的可收回金额进行估计的，以该固定资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

## 2、主要资产减值准备实际计提情况

单位：元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
坏账准备	6,820,033.69	1,121,972.07
合计	6,820,033.69	1,121,972.07

除以上减值准备外，公司未对其他资产计提减值准备。

## 五、公司重大债务情况

### (一) 应付账款

单位：元

账龄分析	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	97,913,566.27	99.90	7,617,464.08	99.78
1-2 年	81,244.80	0.08	16,500.00	0.22
2-3 年	16,500.00	0.02	--	--

3 年以上	-	-	-	-
合计	98,011,311.07	100.00	7,633,964.08	100.00

公司应付账款主要为应向媒体支付的广告发布费以及零星的咨询顾问费和服务等。2014年末应付账款余额较2013年末增长1183.88%，主要在于以下两方面原因：一是由于2014年由于业务规模大幅增长，媒体采购金额大幅增加；二是由于对客户收款周期的延长，公司向媒体申请相应延长了付款周期，2013年对媒体付款周期平均1个月左右，2014年对媒体的付款周期平均3个月左右。报告期内，公司应付账款账龄1年以内的均占99%以上，账龄结构合理。

截至2014年12月31日，应付账款金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	金额	占应付款总额的比例 (%)	账龄	款项性质
上海全土豆文化传播有限公司	37,480,173.88	38.24	1年以内	广告发布费
上海爱奇艺文化传媒有限公司	28,649,074.72	29.23	1年以内	广告发布费
飞狐信息技术（天津）有限公司	8,414,287.70	8.59	1年以内	广告发布费
天津聚力传媒技术有限公司	6,124,481.70	6.25	1年以内	广告发布费
上海爱奇艺文化传媒有限公司 北京分公司	4,496,062.47	4.59	1年以内	广告发布费
合计	85,164,080.47	86.89	-	-

截至2013年12月31日，应付账款金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	金额	占应付款总额的比例 (%)	账龄	款项性质
深圳市世纪凯旋科技有限公司	2,397,246.96	31.40	1年以内	广告发布费
飞狐信息技术（天津）有限公司	2,130,352.09	27.81	1年以内	广告发布费
上海爱奇艺文化传媒有限公司	1,598,255.77	20.94	1年以内	广告发布费
北京搜狐东林广告有限公司	775,997.01	10.17	1年以内	广告发布费
深圳市迅雷网络科技有限公司	285,996.83	3.75	1年以内	广告发布费
合计	7,187,848.66	94.16	-	-

报告期内，应付账款中无持有公司5.00%以上表决权股份的股东单位及个人款项。

## （二）预收款项

单位：元

项目	2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1年以内	491,963.67	100.00	18,150,640.16	100.00

1-2 年	-	-	-	-
合计	491,963.67	100.00%	18,150,640.16	100.00%

公司预收款项均为预收广告发布费。**2014**年末预收款项余额较**2013**年末减少**97.29%**，主要由于公司**2014**年为提升市场竞争力，对于长期合作的客户给予了相对优惠的付款条件。

截至**2014**年**12**月**31**日，预收款项的情况如下：

单位：元

单位名称	金额	占预收款总额的比例 (%)	账龄
上海大川文化传播有限公司	149,574.00	30.40	1年以内
江苏四季沐歌太阳能有限公司	60,000.00	12.20	1年以内
湖南华强文化科技有限公司	51,750.00	10.52	1年以内
广东光石传媒广告有限公司	49,439.98	10.05	1年以内
浙江绿源电动车有限公司	44,173.29	8.98	1年以内
合计	354,937.27	72.15	-

截至**2013**年**12**月**31**日，预收款项的情况如下：

单位：元

单位名称	金额	占预收款总额的比例 (%)	账龄
云南白药集团医药电子商务有限公司	15,000,000.00	82.64	1年以内
西安唐韵饮品有限公司	3,050,640.16	16.81	1年以内
友臣（福建）食品有限公司	100,000.00	0.55	1年以内
合计	18,150,640.16	100	-

报告期内，预收款项中不含应付持公司5.00%以上表决权股份的股东单位及个人款项。

### （三）其他应付款

单位：元

账 龄	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	207,762.54	80.60	134,310.67	100.00
1-2 年	50,000.00	19.40	-	-
2-3 年	-	-	-	-
合计	257,762.54	100.00	134,310.67	100.00

报告期公司的其他应付款主要为暂收飞机票返点、广告费押金及社保公积金、代垫资金。其中暂收飞机票返点为公司通过上海君旅商务咨询有限公司代理订购机票，该公司给予的返点。

具体款项金额如下：

单位：元

项目	2014年10月31日	2013年12月31日
暂收飞机票返点	100,650.79	31,072.63
代垫资金	62,002.71	48,255.04
押金	50,000.00	50,000.00
代扣社保公积金	45,108.98	4,983.00
合计	257,762.54	134,310.67

截至 2014 年 12 月 31 日，其他应付款余额前五名的情况如下：

单位：元

项目	金额	占其他应付款总额的比例 (%)	款项性质	账龄
上海君旅商务咨询有限公司	100,650.79	39.05	暂收飞机票返点	1年以内
苏州市翼蓝网络科技服务有限公司	50,000.00	19.40	押金	1-2年
代扣社保公积金	45,108.98	17.50	社保公积金	1年以内
王璐	30,240.00	11.73	代垫资金	1年以内
游瑞华	20,000.00	7.76	代垫资金	1年以内
合计	245,999.77	95.44		

截至 2013 年 12 月 31 日，其他应付款余额前五名的情况如下：

单位：元

项目	金额	占其他应付款总额的比例 (%)	款项性质	账龄
苏州市翼蓝网络科技服务有限公司	50,000.00	37.23	押金	1年以内
马春冰	39,000.00	29.04	代垫资金	1年以内
上海君旅商务咨询有限公司	31,072.63	23.13	暂收飞机票返点	1年以内
孙发后	9,255.04	6.89	代垫资金	1年以内
代扣社保公积金	4,983.00	3.71	社保公积金	1年以内
合计	134,310.67	100.00		

报告期内，其他应付款中不含应付持公司 5.00%以上表决权股份的股东单位及个人款项。

#### (四) 应交税费

单位：元

税费项目	2014年12月31日	2013年12月31日
增值税	138,672.35	—
企业所得税	11,985,874.59	5,994,061.56
个人所得税	2,466,866.69	40,232.85
城市维护建设税	9,709.35	2.30
教育费附加	6,935.29	1.69
文化事业建设费	70,903.36	—
河道管理费	1,387.09	0.37
合计	14,680,348.72	6,034,298.77

2014年末应交税费较2013年末增长143.28%，主要由于公司2014年度利润增加、企业所得税相应增加，以及代扣分配股利形成的个人所得税较大所致。

#### 六、公司股东权益情况

单位：元

项目	2014年12月31日	2013年12月31日
实收资本（或股本）	5,000,000.00	2,000,000.00
资本公积	—	—
盈余公积	2,500,000.00	1,000,000.00
未分配利润	35,099,200.77	24,043,954.94
归属于母公司所有者权益合计	42,599,200.77	27,043,954.94
少数股东权益	2,550,186.40	—
所有者权益合计	45,149,387.17	27,043,954.94

根据华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）【简称“华普天健所”】出具的会审字[2015]0625号《审计报告》，截至2014年12月31日，母公司经审计的净资产为人民币42,373,921.17元。公司决定以经华普天健所审计的截至2014年12月31日上海剧星文化传播有限公司净资产人民币42,373,921.17元为基础，折为股份3,000万股计入注册资本，差额部分人民币12,373,921.17元计入资本公积金，整体变更设立“上海剧星传媒股份有限公司”。

报告期内股东持股结构如下（投资额为股改后金额）：

单位：元

股东名称	对本公司投资额	对本公司的持股比例(%)	对本公司的表决权比例(%)
查道存	1,800.00	60.00	60.00

俞湘华	300.00	10.00	10.00
吴景璇	300.00	10.00	10.00
高志勇	300.00	10.00	10.00
常青	300.00	10.00	10.00
合计	30,000,000.00	100.00	100.00

## 七、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况

### (一) 公司主要关联方

#### 1、存在控制关系的关联方

公司实际控制人	与本公司关系	持股数量(股)	持股比例(%)
查道存	法定代表人、董事长、总经理	18,000,000.00	60.00
合计		18,000,000.00	60.00

#### 2、不存在控制关系的关联方

关联方名称(姓名)	与本公司关系
俞湘华	持股 5%以上股东、董事、副总经理
吴景璇	持股 5%以上股东、董事
高志勇	持股 5%以上股东、副总经理
常青	持股 5%以上股东、副总经理
杨萌	监事会主席
李辉	监事
刘滢滢	职工监事
周敏	董秘、财务负责人
奕扬尚实广告传媒(天津)有限公司	监事会主席为该公司实际控制人
辉煌尚实广告传媒(天津)有限公司	监事会主席为该公司实际控制人
拉芳家化股份有限公司	吴景璇在该公司任职总裁
广东拉芳个人护理用品有限公司	拉芳家化股份有限公司的全资子公司
拉芳家化(滁州)有限公司	拉芳家化股份有限公司全资子公司

注：2015年2月15日，公司监事会主席杨萌已将持有辉煌尚实广告传媒(天津)有限公司90%的股权转让给非关联方自然人方莉；2015年3月2日，公司监事会主席杨萌已将持有奕扬尚实广告传媒(天津)有限公司90%的股权转让给非关联方自然人袁恩惠。

### (二) 关联交易

#### 1、偶发性关联交易

##### (1) 关联方采购

单位：元

关联方	关联交易内容	关联交易定价原则	2014年度	2013年度
			金额	金额

奕扬尚实广告传媒（天津）有限公司	广告代理	市场价格	2,226,415.10	-
辉煌尚实广告传媒（天津）有限公司	广告代理		3,900,816.00	
合 计			6,127,231.10	-

上述采购为剧星辉煌委托奕扬尚实广告传媒（天津）有限公司代为采购天津地方电视台广告发布；剧星辉煌委托辉煌尚实广告传媒（天津）有限公司代为采购辽东、黑龙江、哈尔冰、青岛及河南地方电视台广告发布。从公司长期经营情况来看，报告期内仅发生过一次交易行为，以后发生的可能性也很小，该交易属于偶发性交易。

### （2）关联方资金拆借及关联方担保

报告期内，发生过一笔关联方资金拆借，2013年1月俞湘华向公司借款100万元，并于2013年10月归还，该笔借款没有计算利息。除此，报告期内没有发生过其他的关联方资金拆借及关联方担保情况。

## 2、经常性关联交易

### （1）关联方销售

单位：元

关联方	关联交易 内容	关联交易定 价原则	2014 年度	2013 年度
			金额	金额
剧星辉煌文化传播（天津）有限公司	广告代理	市场价格	40,506,766.13	4,317,146.98
辉煌尚实广告传媒（天津）有限公司	广告代理	市场价格	7,775,353.77	-
拉芳家化股份有限公司	广告代理	市场价格	39,464,591.64	61,842,988.88
广东拉芳个人护理用品有限公司	广告代理	市场价格	2,706,424.53	-
拉芳家化（滁州）有限公司	广告代理	市场价格	882,075.47	-
合计			91,335,211.54	66,160,135.86

注：本公司向剧星辉煌文化传播（天津）有限公司提供的广告代理服务自2014年9月1日起不再归入关联交易。

## 3、关联方往来款项余额

### （1）应收项目

项目名称	关联方	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日

		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	拉芳家化股份有限公司	925,000.00	46,250.00	3,370,661.00	168,533.05
其他应收款	常青	—	—	167,650.00	8,382.50
其他应收款	高志勇	—	—	15,000.00	750.00
其他应收款	查道存	—	—	12,258.99	612.95

## (2) 应付项目

项目名称	关联方	2014年12月31日	2013年12月31日
应付账款	奕扬尚实广告传媒(天津)有限公司	2,360,000.00	—
应付账款	辉煌尚实广告传媒(天津)有限公司	780,163.20	—

## (三) 关联交易对公司经营成果和财务状况的影响

### (1) 关联采购的影响

剧星辉煌与辉煌尚实、奕扬尚实的关联采购，查阅了相关合同，均为代理在地方电视台投放广告，其定价原则为在电视台公布的刊例价上给予一定的折扣作为定价依据，该关联采购价格与市场采购价格相当。

报告期内，关联采购金额相对较小，且按市场价格定价，对公司经营成果较小。

### (2) 关联销售的影响

关联销售中分为两类：

一是，剧星传媒对剧星辉煌和辉煌尚实的销售。

此两家公司自身也属于广告代理公司，由于它们自身业务量较小，可以获得媒体的销售返点相对较低，故通过剧星传媒与媒体进行合作以获得更多返点，剧星传媒对此项业务获得的媒体销售返点全部返还给剧星辉煌和辉煌尚实；而对于剧星传媒来说，由于大多数媒体的返点率是阶梯性的，在媒体的广告投放量越大返点率越高，虽然此项业务没有直接产生利润，但由于增加了公司业务量可以提高整体返点率，从而给公司带来收益。

二是，对拉芳家化股份公司及其两家子公司的销售。

此项关联交易是公司常规业务，2013年、2014年占营业收入比例分别为30.18%和7.95%。作为广告代理公司，公司定价原则为向客户的销售价格与向媒体的采购价格相同（“平进平出”），获利来自于媒体向公司的返点。与拉芳家化的交易也是按照上述“平进平出”原则进行定价，所以该交易价格是公允的，其

对经营成果影响与其占营业收入的比例相当。

根据成交金额的绝对值和相对值比较，公司与拉芳家化之间 2014 年的交易量较 2013 年下降较多，从趋势来看，关联交易影响正在逐渐减弱，且不构成依赖。随着公司业务的发展，公司与拉芳家化交易额占营业收入的比例将会进一步下降。

#### （四）关联交易决策、执行情况

有限公司阶段公司章程没有关于关联交易的规定，公司也未制定关联交易制度。上述发生于有限公司阶段的关联交易均未经执行董事书面决定或股东会决议通过。

#### （五）减少和规范关联交易的具体安排

公司在有限公司阶段的章程未就关联交易决策程序作出明确规定。股份公司成立后，为规范公司与关联方的关联交易，保证关联交易符合公开、公平、公正的原则，避免关联方占用或转移公司资源，公司制定了《关联交易管理办法》，详细规定了关联方和关联交易的界定方法、关联交易价格的确定和管理、关联交易的批准与回避。

公司持股 5.00%以上的股东、管理层人员作出了承诺“尽可能减少与公司之间的关联交易。对于确实无法避免的关联交易，将依法签订协议，并按照公司法、公司章程、关联交易管理办法及其他相关法律法规的规定，履行相应的决定程序”。

### 八、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

截至本公开转让说明书出具日，公司无需披露的期后事项、或有事项和其他重要事项。

### 九、资产评估情况

#### 1、收购剧星辉煌评估

2014 年 9 月，公司收购剧星辉煌 20%股权，委托中水致远评估有限公司对

公司的全部资产及负债进行了资产评估，评估基准日为 2014 年 8 月 31 日，并于 2014 年 2 月 28 日出具了中水致远评报字[2015]第 2025 号资产评估报告。该次评估主要采用资产基础进行评估，评估结果如下：

资产评估结果汇总表

单位:万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
	A	B	C=B-A	D=C/A×100%
流动资产	2,233.18	2,233.18	—	—
非流动资产	24.36	24.41	0.05	0.21
其中：固定资产	0.24	0.29	0.05	20.83
递延所得税资产	24.12	24.12	—	—
资产总计	2,257.54	2,257.59	0.05	0.00
流动负债	2,157.54	2,157.54	—	—
非流动负债	0.00	0.00	—	—
负债合计	2,157.54	2,157.54	—	—
净资产（所有者权益）	100.00	100.05	0.05	0.05

## 2、股改评估

2015 年 3 月，公司改制成为股份公司，委托中水致远评估有限公司对公司全部资产及负债进行了资产评估，评估基准日为 2014 年 12 月 31 日，并于 2015 年 2 月 28 日出具了中水致远评报字[2015]第 2028 号资产评估报告。该次评估主要采用资产基础进行评估，评估结果如下：

资产评估结果汇总表

单位:万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
	A	B	C=B-A	D=C/A×100%
1 流动资产	18,939.85	18,939.85	—	—
2 非流动资产	868.81	910.94	42.13	4.85
3 长期股权投资	360.00	383.20	22.57	6.27
4 固定资产	185.22	203.23	19.56	10.56
5 递延所得税资产	323.59	323.59	—	—
6 资产总计	19,808.67	19,850.79	42.13	0.21
7 流动负债	15,562.05	15,562.05	—	—
8 非流动负债	—	—	—	—
9 负债合计	15,562.05	15,562.05	—	—
10 净资产（所有者权益）	4,246.61	4,288.74	42.13	0.99

股份公司设立时，未按上述评估结果调整本公司的资产、负债的账面值。

## 十、股利分配政策和最近两年分配及实施情况

### (一) 股利分配的一般政策

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 10.00% 提取，盈余公积金达到注册资本 50.00% 时不再提取；
- 3、提取任意盈余公积金；
- 4、分配股利。公司董事会提出预案，提交股东大会审议通过后实施。

### (二) 公开转让后的股利分配政策

- 1、利润分配原则：公司实行持续稳定的利润分配政策，公司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、利润分配形式：公司采取积极的现金或股票股利分配政策，视公司经营和财务状况，可以进行中期分配；
- 3、公司董事会未作出现金利润分配预案的，应当在近期定期报告中披露原因。
- 4、存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。
- 5、公司董事会在考虑对全体股东持续、稳定、科学回报的基础上，制定利润分配方案并提交股东大会审议通过后实施。

### (三) 最近两年分配情况

近 2 年利润分配情况如下：

单位：元

项目	2014 年度	2013 年度
刷星传媒	22,500,000.00	-
刷星辉煌	881,967.44	-

刷星传媒 2014 年进行了 3 次利润分配，第一次为 2014 年 1 月进行了利润分

配 6,250,000.00 元；第二次为 2014 年 9 月通过未分配利润转增股本，进行了利润分配 3,750,000 元，其中 3,000,000.00 转增股本，750,000.00 代缴个人所得税；第三次为 2014 年 12 月进行了利润分配 12,500,000.00 元。

剧星传媒 2013 年末盈余公积为 1,000,000.00 元，2014 年末盈余公积为 2,500,000 元，均已达到当年注册资本的 50%。

剧星辉煌 2014 年 8 月进行了利润分配 881,967.44 元，分配时剧星传媒持有剧星辉煌 40% 股权。

## 十一、母公司主要资产情况

### (一) 应收账款

单位：元

种类列示	2014 年 12 月 31 日			
	账面余额		坏账准备	净额
	金额	比例 (%)		
以账龄作为信用风险特征组合	125,402,961.44	92.29	6,270,148.07	119,132,813.37
应收关联方款项	11,356,476.29	7.71	—	11,356,476.29
合计	136,759,437.73	100.00	6,270,148.07	130,489,289.66

单位：元

账龄列示	2014 年 12 月 31 日			
	账面余额		坏账准备	净额
	金额	比例 (%)		
1 年以内	136,759,437.73	100	6,270,148.07	130,489,289.66
1 至 2 年	—	—	—	—
合计	136,759,437.73	100	6,270,148.07	130,489,289.66

单位：元

种类列示	2013 年 12 月 31 日			
	账面余额		坏账准备	净额
	金额	比例 (%)		
以账龄作为信用风险特征组合	19,636,512.00	100.00	981,825.60	18,654,686.40
应收关联方款项	—	—	—	—
合计	19,636,512.00	100.00	981,825.60	18,654,686.40

单位：元

账龄组合	2013年12月31日			
	账面余额		坏账准备	净额
	金额	比例(%)		
1年以内	19,636,512.00	100.00	981,825.60	18,654,686.40
1至2年	-	-	-	-
合计	19,636,512.00	100.00	981,825.60	18,654,686.40

截至2014年12月31日，母公司应收账款前5名的情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
广东美的制冷设备有限公司	非关联方	22,615,835.00	1年以内	16.54
深圳市世纪凯旋科技有限公司	非关联方	17,491,936.45	1年以内	12.79
上海家化销售有限公司	非关联方	14,978,389.45	1年以内	10.95
剧星辉煌文化传播(天津)有限公司	关联方	11,356,476.29	1年以内	8.30
上海优力广告有限公司	非关联方	9,054,560.00	1年以内	6.62
合计		75,497,197.19		55.20

## 十二、控股子公司的基本情况

### (一) 剧星辉煌文化传播(天津)有限公司

#### 1. 基本情况

单位：元

公司名称	剧星辉煌文化传播(天津)有限公司
法定代表人	杨萌
注册资本	5,000,000元
实缴资本	5,000,000元
股权结构	剧星传媒持股60%
主营业务	广告代理
组织机构代码	05871565-8

#### 2. 财务数据

单位：元

财务数据	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总额	22,544,474.35	1,420,182.32
负债总额	16,805,448.02	587,177.70
所有者权益	5,739,026.33	833,004.62

财务数据	2014 年度	2013 年度
营业收入	67,663,124.47	5,227,031.84
净利润	1,787,989.15	-166,995.38

## (二) 上海搜秀文化传播有限公司

### 1. 基本情况

(三) 单位: 元

公司名称	上海搜秀文化传播有限公司
法定代表人	宋晓军
注册资本	2,000,000 元
实缴资本	1,000,000 元
股权结构	剧星传媒持股 60%
主营业务	广告设计、制作、代理、发布
组织机构代码	31247750-2

### 2. 财务数据

(四) 单位: 元

财务数据	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资产总额	991,882.72	-
负债总额	355,443.05	
所有者权益	636,439.67	
财务数据	2014 年度	2013 年度
营业收入	205,935.16	
净利润	-363,560.33	

## 十三、公司持续经营风险因素自我评估及公司应对措施计划

### (一) 公司治理风险

股份公司成立后，公司建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理结构，制定了较为完备的《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易管理办法》等规章制度，明确了“三会”的职责划分。但股份公司成立时间较短，特别是公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌后，将对公司治理提出了更高的要求，而公司管理层对相关制度的完全理解和全面执行有一个过程。因此，短期内公司治理仍存在不规范的风险。

为降低公司治理风险，公司管理层将严格按照《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易管理办法》等规章制度执行。公司还将通过加强对管理层培训等方式提高公司治理水平，防范公司治理风险。

## （二）公司内部控制的风险

股份公司设立前，公司的法人治理结构不完善，内部控制欠缺，股份有限公司设立后，逐步建立健全了法人治理结构，制定了适应企业现阶段的内部控制体系。但是，随着公司业务规模的不断扩大，公司需要对媒体采购、市场开拓、财务管理等内部控制流程进行同步升级完善以匹配扩大的产能和规模，这将对各部门工作的协调性、严密性、连续性提出更高的要求。如果公司管理层水平不能适应公司规模扩张的需要，组织模式和管理制度未能随公司规模的扩大而及时调整和完善，公司将面临经营管理风险。

随着公司规模的扩张，公司管理层将加强内部管理，在主办券商的协助下，不断加强学习，严格遵守各项规章制度，以提高公司规范化水平。

## （三）市场竞争进一步加剧风险

公司的核心业务是网络视频广告代理，作为新媒体平台，近几年行业市场处于快速增长阶段；公司业务也因此有了快速发展，公司 2014 年营业收入比 2013 年增长了 164.11%。但由于传统媒体广告市场增长空间有限，越来越多的传统媒体广告代理公司将业务延伸到网络视频广告代理，一些广告代理巨头的进入，将给我公司的业务拓展和盈利水平带来较大的挑战。

为了应对竞争竞争的风险，公司计划从以下几方面着手：一、利用本公司的人才和经验优势，进一步强化公司广告投放方案的策划能力；二、随着公司规模的增大，增强了公司对于媒体资源采购的谈判竞争力，从而增强了公司的价格竞争力；三、通过业务整合，以内容为核心，进行网台联动、整合上下游资源，从而增强公司的产业链整合能力。

#### （四）应收账款风险

报告期内，公司 2013 年末和 2014 年末应收账款净额分别为 18,468,273.60 元和 120,218,269.38 元，占资产总额比例分别为 29.74% 和 68.21%。公司应收账款增加较多，主要是因为营业收入的大幅增加和公司主要客户付款周期的延长。

随着公司业务规模的不断增加，预计公司未来应收账款会继续保持在较高水平，如果应收账款不能如期收回或最终无法收回，将会给公司经营业绩代理不利影响。

为了降低应收账款风险，一方面，加强与重大客户的沟通，尽量加快应收款项的回收，同时，在合同中明确超期支付的责任条款，以保证应收账款不会逾期；对于以前没有合作的新客户，进行严格的客户信用分析，对于信用风险较大的客户，采取严格的信用政策，如提高预付账款的比例，缩短信用期等。另一方面，与媒体进行沟通，延长我司对媒体支付的周期，与应收账款回款期相匹配，从而减小公司资金压力。

#### （五）财务流动性风险

报告期内，公司 2013 年末、2014 年末，公司资产负债率（母公司报表）为 56.45%、74.78%。2014 年末公司资产负债率大幅上升，且增加负债均为流动负债，公司流动负债 2014 年末比 2013 年末增加 9,604.06 万元，增幅 273.95%，主要为应付账款，同比增加 9,037.60 万元，增幅 1183.88%。公司应付账款的大幅增加主要是因为公司对媒体采购金额的大幅增长和客户收款周期的延长，相应对媒体付款周期有所延长。

如果公司不能增加应收账款的回收能力以及公司的短期融资能力，当媒体加强对公司应付账款的催收时，会给公司带来财务流动性风险。

为了降低财务流动性风险，公司目前没有对外借款，未来计划通过增加公司对外融资的手段，以增强公司的财务流动性。

#### （六）人才资源风险

广告媒体行业最核心的资源就是人力资源，创新能力和对市场变化的敏锐判断是公司的重要竞争力。公司作为成立不久的新创公司，公司核心竞争力的

市场和技术人才主要集中于创始股东的少数人，而公司普通员工比较年轻、行业经验相对较少。

随着公司业务的不断发展，需要越来越多的高级专业人才，若公司的人才培养跟不上公司业务的增长，将对公司业务的进一步发展带来一定的风险。

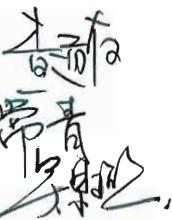
为了应对人力资源风险，公司通过轮岗、挂职等形式给予员工更多锻炼机会，提高公司员工应对、解决问题的能力；同时，公司处于高速发展的阶段，员工成长较快、发展的机会较多，未来公司将适时吸收骨干员工持有公司股份，鼓励员工与公司共同发展、共享利益。

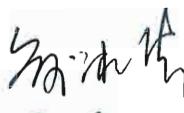
## 第五节 有关声明

### 公司全体董事、监事、高级管理人员的声明

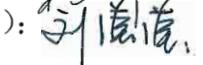
本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本公开转让说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签字：

查道存（签署）：  
常青（签署）：  
吴景璇（签署）：

俞湘华（签署）：  
高志勇（签署）：

全体监事签字：

杨萌（签署）：  
刘滢滢（签署）：

李辉（签署）：

全体高级管理人员签字：

查道存（签署）：  
常青（签署）：  
周敏（签署）：

俞湘华（签署）：  
高志勇（签署）：

上海剧星传媒股份有限公司（盖章）

法定代表人（签署）：  
2016年8月8日

### 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。

项目小组成员：（签字）

陈毓  
陈毓

周峰  
周峰

叶超  
叶超

施妍  
施妍

项目负责人：（签字）

陈毓  
陈毓



法定代表人或授权代表（签字）：

李忠

2015年7月8日

### 会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的审计报告无矛盾之处。本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。



1、华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）（盖章）

2、会计师事务所负责人签字

3、经办注册会计师签字

### 律师事务所声明

本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所出具的法律意见书无矛盾之处。本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。

1、北京金诚同达（上海）律师事务所（盖章）：

2、律师事务所负责人签字：

3、经办律师签字：

2015.7.8

### 资产评估机构声明

本机构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所出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构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。

1. 中水致远资产评估有限公司（盖章）

2. 资产评估机构负责人签字

3. 经办注册资产评估师签字



江力

2015.7.8

## 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