



四川蓝源广告传媒股份有限公司

# 公开转让说明书

(申报稿)

主办券商

中信建投证券股份有限公司



中信建投证券股份有限公司  
CHINA SECURITIES CO., LTD.

二零一五年七月

## 释 义

在本说明书中，除非另有所指，下列词语具有如下含义：

公司、蓝源传媒、股份公司	指	四川蓝源广告传媒股份有限公司
蓝源有限、有限公司	指	四川蓝源广告传媒有限公司（系蓝源传媒前身）
宁波蓝源	指	公司子公司宁波新蓝源广告传媒有限公司
传驰网络	指	公司子公司传驰网络技术（上海）有限公司
彤悦网络	指	彤悦网络技术顾问（上海）有限公司
瑞树投资	指	瑞树投资管理咨询（上海）有限公司
蓝源中国	指	蓝源传媒（中国）有限公司
股东大会	指	四川蓝源广告传媒股份有限公司股东大会
股东会	指	四川蓝源广告传媒有限公司股东会
董事会	指	四川蓝源广告传媒股份有限公司董事会
监事会	指	四川蓝源广告传媒股份有限公司监事会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
全国股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统
主办券商、中信建投证券	指	中信建投证券股份有限公司
元、万元	指	人民币元、人民币万元
最近两年、报告期	指	2013 年度、2014 年度、2015 年 1-4 月
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《公司章程》	指	最近一次由股东大会会议通过的《四川蓝源广告传媒股份有限公司章程》
三会	指	股东（大）会、董事会、监事会

三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
国家工商总局	指	中华人民共和国国家工商行政管理总局
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
媒体	指	传播信息的媒介，是人们借助并用来传递信息与获取信息的工具、渠道、载体、中介物或技术手段
互动新媒体	指	基于互联网技术，能够与用户实时互动以实现广告信息推送的新型媒体
LCD	指	Liquid Crystal Display 的简称，即液晶显示器
广告发布	指	根据广告主的要求，选择特定的目标用户和区域，采用文字、图片或视频三种形式，将广告发布至用户的行为
广告媒体	指	用于向公众发布广告的传播载体
到达率	指	广告到达率，用来衡量在一定时期内，目标受众当中有多大比例会看到、读到或听到所传播的广告信息
千人成本	指	千人成本是将一种媒体或媒体排期表送达 1000 人或“家庭”的成本计算单位，是衡量广告投入成本的实际效用的方法。
受众	指	信息传播的接收者，包括报刊和书籍的读者、广播的听众、电影电视的观众、网民
广告主	指	广告活动的发布者
媒介代理	指	广告公司接受媒介的委托销售版面或时段
陆金所	指	全称上海陆家嘴国际金融资产交易市场股份有限公司，平安集团旗下成员，是国内知名网络投融资平台
思念食品	指	郑州思念食品有限公司，主营为速冻食品生产
鸿星尔克	指	福建鸿星尔克体育用品有限公司，主营为运动服饰
奥美世纪	指	奥美世纪（北京）广告有限公司，主营为创意公关服务
新加坡美都	指	Metro Education Pte. Ltd.

上海美都	指	上海美都管理咨询有限公司
分众传媒	指	分众传媒控股有限公司
微信营销	指	网络经济时代企业或个人的一种营销模式
BBS 营销	指	利用论坛交流的平台，通过文字、图片、视频等方式发布企业的产品和服务的信息的一种营销方式
微博营销	指	微博营销是指通过微博平台为商家、个人等创造价值而执行的一种营销方式

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。

## 目 录

声明 .....	10
重大事项提示 .....	11
(一) 收入规模较小及客户集中度风险.....	11
(二) 互动新媒体市场竞争风险.....	12
(三) 政策风险.....	12
(四) 公司经营管理风险.....	12
(五) 公司业绩风险.....	13
(六) 长途客运站媒介可持续性获取的风险.....	13
(七) 公司净资产为负的风险.....	13
(八) 长途客运站客流量下降风险.....	13
(九) 媒体资源价格增高风险.....	14
(十) 宏观经济下行带来的风险.....	14
(十一) 资金需要高可能导致的经营风险.....	14
(十二) 关联交易风险.....	14
(十三) 实际控制人股权稀释风险.....	15
(十四) 应收账款过高风险.....	15
(十五) 应收账款集中度过高风险.....	15
(十六) 互联网媒体平台运营风险.....	16
(十七) 互联网媒体市场竞争风险.....	16
(十八) 场站租赁诉讼风险.....	16
第一节 基本情况 .....	18
一、公司基本情况 .....	18
二、本次挂牌情况 .....	19
三、公司股权结构图 .....	19
四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况 .....	21
(一) 控股股东及实际控制人基本情况.....	21
(二) 公司前十名股东及持有 5% 以上股份股东持股数量、持股比例 .....	22
(三) 公司的机构投资者基本情况.....	22
五、公司设立以来股本的形成及变化情况 .....	23
(一) 有限公司成立.....	23
(二) 有限公司第一次增资.....	24

(三) 有限公司第一次股权转让.....	24
(四) 有限公司整体变更为股份公司.....	26
(五) 股份公司第一次增资.....	27
<b>六、公司董事、监事和高级管理人员情况 .....</b>	<b>28</b>
(一) 董事基本情况.....	28
(二) 监事基本情况.....	29
(三) 高级管理人员基本情况.....	30
<b>七、最近两年及一期主要会计数据和财务指标 .....</b>	<b>30</b>
<b>八、与本次挂牌有关的机构 .....</b>	<b>32</b>
(一) 主办券商.....	32
(二) 律师事务所.....	33
(三) 会计师事务所.....	33
(四) 资产评估机构.....	33
(五) 证券登记结算机构.....	34
(六) 证券交易场所.....	34
<b>第二节 公司业务 .....</b>	<b>35</b>
<b>一、公司主要业务及产品和服务情况 .....</b>	<b>35</b>
(一) 主营业务情况.....	35
(二) 主要产品和服务.....	35
<b>二、公司组织结构及主要运营流程 .....</b>	<b>41</b>
(一) 组织结构.....	41
(二) 主要运营流程.....	41
<b>三、公司主要技术、资产和资质情况 .....</b>	<b>42</b>
<b>四、公司员工情况 .....</b>	<b>45</b>
<b>五、销售及采购情况 .....</b>	<b>46</b>
(一) 商品和服务销售及主要客户情况.....	46
(二) 采购情况.....	48
(三) 报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况.....	51
<b>六、商业模式 .....</b>	<b>54</b>
(一) 业务模式.....	54
(二) 采购模式.....	55
(三) 销售模式.....	55
(四) 盈利模式.....	55
<b>七、公司所处行业情况 .....</b>	<b>56</b>
(一) 行业概况.....	56

(二) 行业发展现状.....	58
(三) 行业特征.....	60
(四) 公司行业竞争状况.....	64
<b>八、公司未来业务发展 .....</b>	<b>67</b>
(一) 线下传媒转线上传媒.....	68
(二) 移动互联网线上业务.....	69
<b>第三节 公司治理 .....</b>	<b>71</b>
<b>一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况 .....</b>	<b>71</b>
<b>二、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果 .....</b>	<b>71</b>
(一) 董事会对现有公司治理机制的讨论.....	71
(二) 董事会对公司治理机制执行情况的评估.....	74
<b>三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年内违法违规及受处罚的情况 .....</b>	<b>74</b>
<b>四、公司独立情况 .....</b>	<b>74</b>
(一) 业务独立.....	74
(二) 资产独立.....	75
(三) 人员独立.....	75
(四) 财务独立.....	75
(五) 机构独立.....	75
<b>五、同业竞争 .....</b>	<b>75</b>
(一) 同业竞争情况.....	75
(二) 避免同业竞争承诺.....	76
<b>六、公司报告期内资金占用和对外担保情况 .....</b>	<b>76</b>
<b>七、为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生所采取的具体安排 .....</b>	<b>76</b>
<b>八、董事、监事、高级管理人员对公司持续经营影响因素分析 .....</b>	<b>77</b>
(一) 董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况.....	77
(二) 董事、监事、高级管理人员之间存在亲属关系.....	77
(三) 公司与董事、监事、高级管理人员的相关协定、承诺及履行情况 .....	77
(四) 董事、监事、高级管理人员的兼职情况.....	77
(五) 董事、监事、高级管理人员的对外投资情况.....	78
(六) 董事、监事、高级管理人员的违法违规情况.....	78
(七) 董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况.....	78
<b>第四节 公司财务 .....</b>	<b>80</b>

一、最近两年及一期的财务会计报表 .....	80
(一) 合并财务报表.....	80
(二) 母公司财务报表.....	92
二、最近两年及一期财务会计报告的审计意见 .....	103
(一) 最近两年及一期财务会计报告的审计意见.....	103
(二) 合并报表范围.....	103
三、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况和对公司利润的影响 .....	103
(一) 报告期内采用的主要会计政策、会计估计.....	103
四、报告期利润形成的有关情况 .....	115
(一) 营业收入及毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析.....	115
(二) 期间费用分析.....	117
(三) 报告期内重大投资收益情况.....	120
(四) 报告期非经常性损益情况.....	120
(五) 适用的主要税收政策.....	121
五、财务状况分析 .....	121
(一) 资产的主要构成及减值准备.....	122
(二) 负债的主要构成及其变化.....	133
(三) 股东权益.....	141
六、管理层分析 .....	142
(一) 盈利能力分析.....	142
(二) 偿债能力分析.....	143
(三) 营运能力分析.....	143
(四) 现金流量分析.....	144
七、关联方、关联方关系及关联交易 .....	144
(一) 关联方和关联关系.....	144
(二) 报告期的关联交易.....	146
(一) 关联交易决策程序执行情况.....	148
八、提请投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项.....	148
九、报告期内资产评估情况 .....	151
(一) 2015 年有限公司整体变更为股份公司.....	151
十、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况及公开转让后的股利分配政策.....	151
(一) 报告期内股利分配政策： .....	151
(二) 报告期内公司的股利分配情况： .....	152

(三) 公开转让后的股利分配政策: .....	152
<b>十一、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况 .....</b>	<b>152</b>
<b>十二、可能影响公司持续经营的风险因素 .....</b>	<b>154</b>
(一) 收入规模较小及客户集中度风险.....	154
(二) 互动新媒体市场竞争风险.....	156
(三) 政策风险.....	156
(四) 公司经营管理风险.....	156
(五) 公司业绩风险.....	156
(六) 长途客运站媒介可持续性获取的风险.....	157
(七) 公司净资产为负的风险.....	157
(八) 长途客运站客流量下降风险.....	157
(九) 媒体资源价格增高风险.....	157
(十) 宏观经济下行带来的风险.....	158
(十一) 资金需要高可能导致的经营风险.....	158
(十二) 关联交易风险.....	158
(十三) 实际控制人股权稀释风险.....	159
(十四) 应收账款过高风险.....	159
(十五) 应收账款集中度过高风险.....	159
(十六) 互联网媒体平台运营风险.....	159
(十七) 互联网媒体市场竞争风险.....	160
(十八) 场站租赁诉讼风险.....	160
<b>第五节 有关声明 .....</b>	<b>162</b>
一、申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明 .....	162
二、主办券商声明 .....	163
三、申请挂牌公司律师声明 .....	164
四、会计师事务所声明 .....	165
五、评估机构声明 .....	166
<b>第六节 附件 .....</b>	<b>167</b>

## 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、误导性陈述和重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

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

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

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

## 重大事项提示

本公司特别提醒广大投资者注意以下重大事项：

### （一）收入规模较小及客户集中度风险

2013 年度、2014 年度公司处于业务拓展期，营业收入分别为 168.78 万元、422.41 万元，收入规模较小；2015 年 1-4 月，公司业务进入成长期，收入达到 1,345.98 万元，超过 2014 年度全年收入总和。2013 年、2014 年及 2015 年 1-4 月公司前五大客户销售额占主营业务收入的比例分别为 81.80%、87.57% 和 98.42%。且公司 2015 年一期主营业务收入主要来自于思念食品、鸿星尔克，公司存在客户集中度过高的风险。

2013 年、2014 年公司业务处于业务拓展期，相应客户数量较少且处于广告试投放阶段，2015 年公司自有媒体网络基本建成，获得原客户思念食品及新增客户鸿星尔克，签订年度投放合同，合同金额较大，导致客户集中度过高。

报告期内，公司与中思念食品、前锦网络信息技术（上海）有限公司广州分公司、鸿星尔克等客户签订的广告发布合同，情况如下：

序号	签约主体	合同对方	内容	合同期限	履行情况	合同金额 (万元)
1.	蓝源有限	鸿星尔克	广告发布	2015.01.01 -2015.12.31	正在履行	2,000.00
2.	蓝源有限	思念食品	广告发布	2015.01.15 -2016.01.14	正在履行	1,500.00
3.	蓝源有限	前锦网络信息技术（上海）有限公司广州分公司	广告发布	2013.10 -2015.07	正在履行	439.53
4.	宁波蓝源	奥美世纪	广告发布	2015.03.31 -2015.12.31	正在履行	24.30

鸿星尔克与思念食品属于消费品行业知名企业、前锦网络信息技术（上海）有限公司为人力资源服务行业知名企业，为广告投放客户；奥美世纪为全球知名传播集团的在华子公司，为广告代理投放商。以上客户与公司的合作方式为

签订年度框架合同，确定广告投放周期、投放的区域、单个媒体投放次数及金额，客户最终通过每次投放的时间与次数与公司按月进行结算。公司与思念食品、前锦网络信息技术（上海）有限公司保持长年稳定的业务往来，具有一定的客户粘性。

同时，公司不断开发新客户，积极开拓快速消费品等相关行业的新客户市场，努力改善公司客户集中度较高的现状。随着公司自有媒体的布局完成，公司未来获取订单数额可观，具备持续发展的能力。

## （二）互动新媒体市场竞争风险

互动新媒体已成为中国发展最快的产业之一。对宏观经济增长的依赖也表现在对区域的依赖上：互动新媒体广告投放目前主要集中于北京、上海、广州、深圳等经济发达地区的一线城市。公司现阶段的主要业务全集中在一、二线城市长途汽车客运站（上海、广州、深圳、杭州、南京、武汉等），这部分地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩。虽然公司具有经营模式、品牌等竞争优势，但不排除公司会受到竞争对手的冲击，影响公司经营业绩。

## （三）政策风险

互动新媒体由于其面向公众的特性，受政府行政调控影响较大，如构建文明城市，规范治理市容市貌等将会对行业造成影响，现阶段政策变动较为频繁。公司在开展互动新媒体广告业务的过程中已办理了相关手续及获取了相应资质和经营权利，但若未来地方政府对互动新媒体行业进行大范围政策变动和调节，进而影响到公司互动新媒体广告资源的延续，将对公司该业务的可持续经营产生较大的不利影响。

## （四）公司经营管理风险

公司变更为股份有限公司时间尚短，各项管理控制制度的执行需要经过一段时间的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐步完善。特别是公司股份申请公开转让后，对公司治理会提出更高的要求，而公司在对相关制度的执行中尚需进一步理解、熟悉，公司治理存在一定的风险。

### （五）公司业绩风险

报告期内，公司为抢占渠道场地资源布局数量极多的广告播放终端设备，进行了一些前期投入，报告期内公司由于前期业务开拓导致净资产为负，2015年1-4月份公司业绩已经大幅改善，且公司的前期布局能够保证一定时期内公司在行业中的优势地位，但由于公司历史业绩波动较大，仍存在未来业绩下滑的风险。

### （六）长途客运站媒介可持续性获取的风险

公司主要以和城市长途汽车客运站的管理部门建立长期战略合作的形式获得长途客运站的媒介资源。虽然公司与长途汽车客运站签订5到10年的长期广告合同，后来者难以在短时间内进入类似场地，但不排除因外部环境发生突变或重大事件而中断合作，并且在合同到期后公司是否能持续获得与长途客运站的合作仍存在较大变数，如若公司在经营过程中无法持续稳定获取长途客运站的媒介资源，或购买媒介资源的成本大幅度上升，均会对公司的经营及盈利产生一定的影响。

### （七）公司净资产为负的风险

公司为在2013年与2014年为取得行业优势，抢占渠道场地资源，因布局过程中尚无成规模的收入，导致2013年末与2014年末净资产为负。虽然公司在2015年通过增资，归还股东借款大幅降低了负债，但公司目前仍将在互联网营销领域继续布局，未来仍存在债务大幅上涨的风险。

### （八）长途客运站客流量下降风险

公司目前主营业务系在长途汽车客运站为广告商系统提供多媒体广告投放业务，因此广告投放的主要受众为搭乘长途汽车的旅客。然而，近年来国家大力发展高铁及飞机等更加方便快捷的交通网络，随着国家铁路网和民用飞行路线的不断完善和扩充，并且高铁和飞机的出行成本不断降低，采用长途客运汽车出行的乘客有可能逐渐减少，公司会面临客户在长途客运站投放广告意愿降低，而导致收入下降的风险。

### （九）媒体资源价格增高风险

随着互动新媒体行业的不断发展,互动新媒体的需求量日益增加,因而互动新媒体的价格也随之不断增高,该行业的采购成本在日益提升。相对于传统媒体,互动新媒体的千人成本低是该行业的一大竞争优势,随着媒体资源价格的增高,互动新媒体行业的价格优势被削弱,可能降低互动新媒体对企业客户的吸引力,因而降低互动新媒体的投放预算,对该行业的发展造成不利影响。

另外,互动新媒体采购价格的增加,也降低了互动新媒体企业的利润,增加了互动新媒体企业采购的门槛,从而增加了互动新媒体企业资金运作和经营的难度,不利于互动新媒体企业的生存和发展。因此,公司存在媒体资源价格增高的风险。

### （十）宏观经济下行带来的风险

互动新媒体行业的发展与宏观经济状况息息相关,宏观经济持续的下行压力,给公司带来相应的收入下滑的风险。国家宏观的经济形势对消费及广告产业状况有着巨大影响,经济发展的速度一旦趋于缓慢,首先企业客户的资金运作能力将随之下降,企业对于互动新媒体投放的预算也随之收紧,其次企业和媒体进行广告投放的需求量也将随着居民消费能力的下降而下降,以上两点可能导致互动新媒体行业业务和利润的减少,因而对互动新媒体行业的发展造成不利影响。

### （十一）资金需要高可能导致的经营风险

公司目前主营业务系在长途汽车客运站为广告商系统提供多媒体广告投放业务,并且互动新媒体行业属于资金密集型行业。行业普遍的盈利模式为前期抢占渠道场地资源,布局数量极多的广告播放终端设备,后期通过签订广告合同回收成本,产生盈利。这就导致互动新媒体行业前期投入资金回笼周期长,对资金实力要求高。未来如果公司不能持续取得资金,则有可能在后续的竞争落后于行业对手。

### （十二）关联交易风险

报告期内,公司与其控股股东彤悦网络存在设备采购、场站租赁的关联交易

及资金往来。通过核对了彤悦网络与相关客户的场站租赁协议和设备采购合同，结果与公司的采购价格一致，为平价交易。公司与关联方上海美都的关联交易系 2012 年签订按调研次数计量的总计 5 万元的调研合同和 2014 年签订的 5 万元的广告投放合同，价格与其他客户并无显著差异，所以对公司财务状况不产生重大影响。虽然上述关联交易属于公司布局期间的阶段性安排，对公司财务状况不产生重大影响，且公司现已取得相关的经营性资产和权利，已不存在对控股股东依赖，但彤悦网络作为公司第一大股东，未来公司仍存在与股东发生大额关联交易的风险。

### （十三）实际控制人股权稀释风险

公司实际控制人余福康先生通过彤悦网络间接持有蓝源传媒 41.85% 的股权，无直接持有股权，合计持有蓝源传媒 41.85% 的股权。因此，蓝源传媒传媒实际控制人持股比例不足 50%，公司股权较为分散。未来公司再融资后，实际控制人股权会进一步面临稀释。如果由于股权稀释，引发公司实际控制人与核心管理人员变动，将会对公司业绩产生不利影响。

### （十四）应收账款过高风险

2013 年末，2014 年末与 2015 年 4 月 30 日，公司应收账款账面价值分别为 1,900 元，76,000 元与 5,593,816.54 元，2015 年 4 月 30 日公司应收账款较上期增加 7260.28%，2015 年 1-4 月，公司应收账款周转为 4.75 次。虽然公司应收账款增加是业务大幅扩张的正常结果且客户均系知名品牌，但由于应收账款余额占当期销售收入比重较高，公司仍然存在因部分应收账款不能收回影响公司业绩的风险。

### （十五）应收账款集中度过高风险

截止 2015 年 4 月 30 日，公司应收账款余额全部来自鸿星尔克、思念食品与奥美世纪，其中与福建鸿星尔克体育用品有限公司的应收账款账面余额为 4,538,461.54，占应收账款合计数的比例为 77.07%。公司应收账款账面余额较大，存在应收账款集中度过高的风险。

### （十六）互联网媒体平台运营风险

报告期内，公司在互动新媒体投放业务外积极拓展互联网媒体平台媒介代理业务，如手机微信平台以及移动端广告等。虽然公司在传统互动新媒体运营方面有充分经验与丰富人才储备，为发展互联网媒体业务打下坚实基础，但互联网媒体平台对公司而言尚属新业务，公司在相关方面人才储备较少，缺少相关经验，可能造成互联网媒体平台运营不当的风险。

### （十七）互联网媒体市场竞争风险

公司在报告期内积极开展互联网媒体平台媒介代理业务，丰富利用手机微信的移动广告资源。近几年互联网媒体快速发展，由于互联网媒体平台准入壁垒低，受众广，影响力大，互联网平台成为各广告商争相抢夺的媒体资源，竞争程度较互动新媒体相比更加激烈。公司依靠行业经验、客户资源和创新能力进入该领域，但作为互联网媒体平台的后入者，可能面临巨大的互联网媒体市场竞争风险。

### （十八）场站租赁诉讼风险

报告期内，公司存在的与上海大众广告有限公司的相关诉讼情况如下，上海市浦东新区人民法院（以下称“浦东法院”）于2014年11月5日作出《上海市浦东新区人民法院民事判决书》（[2014]浦民二[商]初字第1795号），浦东法院就上海大众广告有限公司诉蓝源传媒广告合同纠纷一案，判决被告蓝源传媒应于该判决生效之日起十日内支付原告上海大众阵地费用人民币452,551.49元，电费人民币66,367.50元，逾期付款违约金人民币33,432.86元，违约金人民币70,000元，驳回原告上海大众的其余诉讼请求。

浦东法院于2015年1月28日向蓝源传媒发出《执行通知书》（[2015]浦执字第2194号），责令蓝源传媒支付上海大众阵地费用人民币452,551.49元，电费人民币66,367.50元，逾期付款违约金人民币33,432.86元，违约金人民币70,000元及迟延履行期间的加倍债务利息；负担案件受理费、财产保全费人民币8,394元、申请执行费人民币4,735.28元。

蓝源传媒与上海大众于2015年2月10日达成执行和解协议，蓝源传媒自

2015年3月20日起至2015年12月20日分10笔，每月分别向上海大众偿还人民币12,351.85元、2万元、2万元、2万元、7万元、9.5万元、12万元、11.5万元、10万元、5万元。如蓝源传媒未按上述方案履行，上海大众则就未履行的部分及利息向法院申请恢复执行。

根据蓝源传媒提供的网上银行电子回单，蓝源传媒于2015年4月划款52,351.58元用于偿还3月、4月和5月的款项，于6月划款2万元用于偿还5月的款项。

## 第一节 基本情况

### 一、公司基本情况

中文名称：四川蓝源广告传媒股份有限公司

英文名称：Oob Media( SiChuan ) Company Limited

法定代表人：余福康

有限公司成立日期：2008年11月6日

股份公司成立日期：2015年6月3日

注册资本：人民币 3,412,499.00 元

住所：成都市锦江区红星中路 35 号附 1 号

邮编：610000

信息披露事务负责人：郭立君

所属行业：根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为商务服务业（L72）；根据《国民经济行业分类》（GB T4754—2011），公司所属行业为广告业（L724）；根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为广告业（L7240）；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为广告（13131010）。

主要业务：公司作为长途客运站广告传媒专业服务提供商，致力于为客户提供广告传媒整体解决方案，主营业务系为客户提供长途客运站媒体资源开发、广告发布等服务。

经营范围：设计、制作、发布、代理国内各类广告；文化艺术交流；企业形象设计、策划；市场营销策划；会务服务；展览展示服务；礼仪服务；商务礼仪咨询；图文制作（以上经营范围不含国家法律、行政法规，国务院决定禁止或限制的项目，依法须批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

## 二、本次挂牌情况

### （一）挂牌股票情况：

股票代码：【】

股票简称：蓝源传媒

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00 元

股票总量：3,412,499 股

挂牌日期：【】

转让方式：协议

### （二）股票限售情况：

《公司法》第一百四十二条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员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。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份做出其他限制性规定。”

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第二章第八条规定：“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份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。

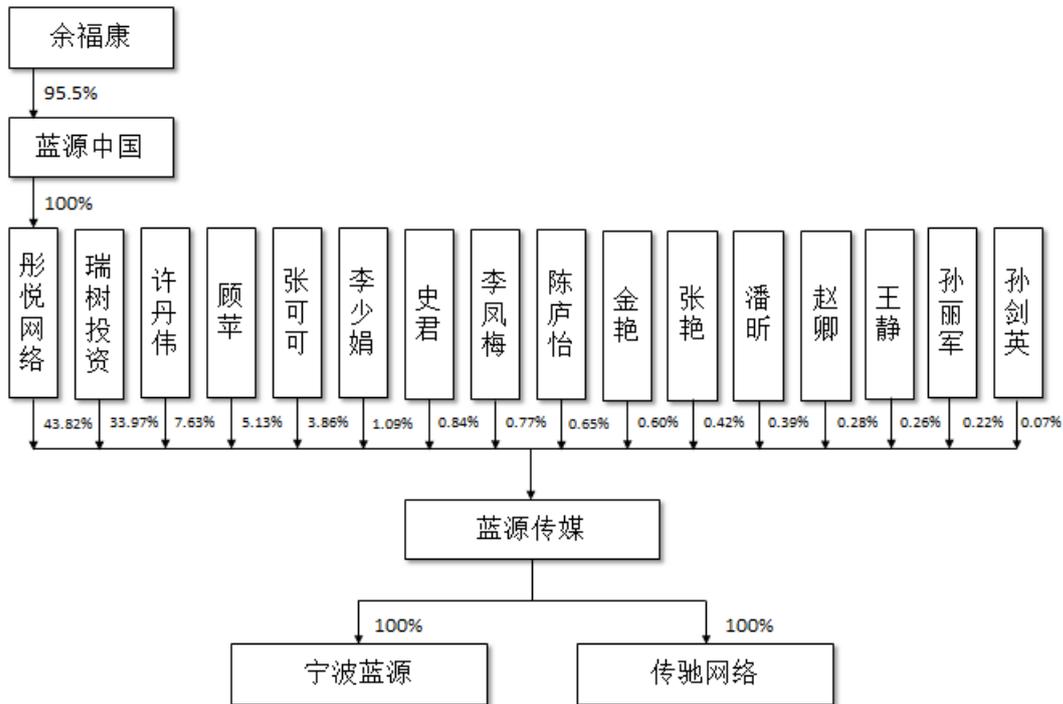
因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。

公司进入全国中小企业股份转让系统公开转让后可转让的股份情况如下表所示：

单位：股

股东姓名（名称）	股份数（股）	限售股数（股）	限售原因
彤悦网络	1,495,500	1,495,500	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
瑞树投资	1,159,200	1,159,200	
顾莘	175,200	175,200	
李少娟	37,200	37,200	
史君	28,500	28,500	
李凤梅	26,100	26,100	
陈庐怡	22,200	22,200	
张艳	14,400	14,400	
潘昕	13,200	13,200	
赵卿	9,600	9,600	
王静	9,000	9,000	
孙丽军	7,500	7,500	
孙剑英	2,400	2,400	
许丹伟	260,287	-	-
张可可	131,587	-	-
金艳	20,625	-	-
合并	3,412,499	3,000,000	-

### 三、公司股权结构图



### 四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况

#### (一) 控股股东及实际控制人基本情况

余福康直接持有蓝源中国 95.50% 的股权，蓝源中国直接持有彤悦网络 100.00% 的股权，彤悦网络直接持有蓝源传媒 43.82% 的股权，系蓝源传媒第一大股东。余福康先生一直担任蓝源传媒的法定代表人、执行董事，并提名了股份公司五位董事中的三位，实际控制了公司所有重大事项的决策。因此，余福康系蓝源传媒的实际控制人。

余福康先生，董事长、总经理，新加坡籍，1965 年 11 月出生，1989 年毕业于加拿大卡尔加里大学，取得加拿大特许会计师资格。1992 年至 1994 年任安达信会计师事务所审计经理；1995 年至 1999 年任 Indosuez W.I.Carr 董事；1999 年至 2007 年创立并经营一家连锁餐饮企业马龙美式酒楼并出售给一家新加坡上市公司；2008 年成立蓝源传媒，担任董事长及总经理，通过彤悦网络间接持有公司股份 1,428,203 股。

余福康实际控制公司经营管理的状况且近两年来未发生变更。因此，报告期

内公司实际控制人未发生变更。

## （二）公司前十名股东及持有 5% 以上股份股东持股数量、持股比例

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
1	彤悦网络	1,495,500	43.82	货币
2	瑞树投资	1,159,200	33.97	货币
3	许丹伟	260,287	7.63	股权
4	顾莘	175,200	5.13	货币
5	张可可	131,587	3.86	股权
6	李少娟	37,200	1.09	货币
7	史君	28,500	0.84	货币
8	李凤梅	26,100	0.77	货币
9	陈庐怡	22,200	0.65	货币
10	金艳	20,625	0.60	股权
合计		3,412,499	98.36	-

股东许丹伟与金艳为配偶关系，除此之外，前十名股东不存在其他亲属关系。

## （三）公司的机构投资者基本情况

### 1、彤悦网络技术顾问（上海）有限公司

成立时间：2006 年 10 月 23 日

营业执照：310115400207398

主要经营场所：上海市浦东新区张杨路 158 号 1315 室

法定代表人：YEE FOOK KHONG

公司类型：有限责任公司（台港澳法人独资）

注册资本：人民币 3,240 万

经营范围：网络技术咨询，商务咨询，企业管理咨询，市场营销咨询（涉及行政许可的，凭许可证经营）。【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】

营业期限：2006 年 10 月 23 日至 2026 年 10 月 22 日

根据截至 2015 年 4 月 30 日的工商信息，该企业的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	蓝源中国	3,240.00	100.00	货币
合计		<b>3,240.00</b>	<b>100.00</b>	-

## 2、瑞树投资管理咨询（上海）有限公司

成立时间：2013 年 7 月 8 日

营业执照：310000400715048

主要经营场所：上海市黄浦区西藏南路 218 号 703 室

法定代表人：丁正武

公司类型：有限责任公司（外国法人独资）

注册资本：30.00 万新加坡元

经营范围：投资管理咨询，企业管理咨询，投资咨询，市场营销策划，企业形象策划（广告除外），商务信息咨询。【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】

营业期限：2013 年 7 月 8 日至 2033 年 7 月 7 日

根据截至 2015 年 4 月 30 日的工商信息，该企业的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	TEMBUSU PARTNERS PTE. LTD	30.00	100.00	货币
合计		<b>30.00</b>	<b>100.00</b>	-

通过核查公司机构股东彤悦网络和瑞树投资最新的营业执照和公司章程，彤悦网络和瑞树投资均系股东以自有资金投资的有限责任公司，不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规范的私募投资基金。

## 五、公司设立以来股本的形成及变化情况

### （一）有限公司成立

蓝源有限成立于 2008 年 11 月 6 日，注册资本 60 万元，由彤悦网络出资人民币 60 万元设立，占注册资本比例为 100%，法定代表人余福康。

四川华诚会计师事务所有限公司于 2008 年 10 月 27 日出具《验资报告》(川华诚所验字[2008]第 10-48 号),对于截止到 2008 年 10 月 27 日的蓝源传媒(筹)注册资本到位情况进行审验,彤悦以货币方式出资人民币 60 万元。

蓝源传媒领取了锦江工商局于 2008 年 11 月 6 日核发的《企业法人营业执照》(注册号: 510104000043616)。

有限公司设立时,股东出资情况如下:

单位: 万元

序号	股东名称	认缴出资额	出资比例 (%)	实缴出资额	实缴比例 (%)	出资方式
1	彤悦网络	60.00	100.00	60.00	100.00	货币出资
合计		<b>60.00</b>	<b>100.00</b>	<b>60.00</b>	<b>100.00</b>	-

### (二) 有限公司第一次增资

2015 年 3 月 26 日,有限公司召开股东会,会议通过决议,同意公司注册资本由 60 万元增加至 300 万元,股东彤悦网络以货币方式出资人民币 2000 万元,其中人民币 240 万元计入本公司注册资本,剩余人民币 1760 万元计入本公司资本公积。

2015 年 4 月 24 日,立信会计师事务所出具【信会师报字】(2015)第 150773 号《验资报告》,审验确认上述增资资金已足额缴纳。

2015 年 4 月 1 日,有限公司就本次股权变更办理了工商变更登记手续,并换领了《企业法人营业执照》。

本次股权变更后,公司股权情况如下:

单位: 万元

序号	股东名称	认缴出资额	出资比例 (%)	实缴出资额	实缴比例 (%)	出资方式
1	彤悦网络	300.00	100.00	300.00	100.00	货币出资
合计		<b>300.00</b>	<b>100.00</b>	<b>300.00</b>	<b>100.00</b>	-

### (三) 有限公司第一次股权转让

2015 年 4 月 20 日,有限公司召开股东会,会议通过决议,同意彤悦网络将其持有的有限公司 0.74% 股权作价人民币 2.22 万元转让给陈庐怡,1.24% 股权作

价人民币 3.72 万元转让给李少娟，0.44% 股权作价人民币 1.32 万元转让给潘昕，0.08% 股权作价人民币 0.24 万元转让给孙剑英，5.84% 股权作价人民币 17.52 万元转让给顾苹，0.32% 股权作价人民币 0.96 万元转让给赵卿，0.30% 股权作价人民币 0.90 万元转让给王静，0.95% 股权作价人民币 2.85 万元转让给史君，0.48% 股权作价人民币 1.44 万元转让给张艳，0.87% 股权作价人民币 2.61 万元转让给李凤梅，0.25% 股权作价人民币 0.75 万元转让给孙丽军，38.64% 股权作价人民币 115.92 万元转让给瑞树投资。

2015 年 4 月 24 日，有限公司就本次股权变更办理了工商变更登记手续，并换领了《企业法人营业执照》。

本次股权转让后，公司股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名（名称）	出资额	出资比例（%）	出资方式
1	陈庐怡	2.22	0.74	货币出资
2	李少娟	3.72	1.24	货币出资
3	潘昕	1.32	0.44	货币出资
4	孙剑英	0.24	0.08	货币出资
5	顾苹	17.52	5.84	货币出资
6	赵卿	0.96	0.32	货币出资
7	王静	0.90	0.3	货币出资
8	史君	2.85	0.95	货币出资
9	张艳	1.44	0.48	货币出资
10	李凤梅	2.61	0.87	货币出资
11	孙丽军	0.75	0.25	货币出资
12	瑞树投资	115.92	38.64	货币出资
13	彤悦网络	149.55	49.85	货币出资
合计		<b>300.00</b>	<b>100.00</b>	-

#### （四）有限公司整体变更为股份公司

2015年5月15日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“信会师报字[2015]第114093号”《审计报告》，确认截至2015年4月30日，有限公司经审计的净资产为人民币4,730,740.69元。

2015年5月15日，银信资产评估有限责任公司出具了“银信资评报[2015]沪第0355号”《评估报告》，确认截至2015年4月30日，有限公司净资产评估价值为494.51万元。

2015年5月16日，有限公司召开股东会会议，同意以有限公司经审计的截至2015年4月30日的净资产人民币4,730,740.69元为折股依据，按1:0.6342的比例折合为股份公司股本300万股，每股面值人民币1元，剩余部分人民币1,730,740.69元计入资本公积。

2015年6月5日，立信会计师事务所出具【信会师报字】（2015）第114310号《验资报告》，审验确认上述整体变更事项。

2015年5月31日，股份公司全体发起人依法召开了股份公司创立大会，审议通过成立股份有限公司以及公司章程等议案，选举了第一届董事会成员及第一届监事会非职工代表监事成员，并审核了公司筹办情况的报告。

2015年6月3日，股份公司取得成都市工商行政管理局核发的注册号为510104000043616的《企业法人营业执照》，注册资本为300万元。

股份公司设立时，股东及其持股情况如下：

单位：股

序号	股东姓名（名称）	持股数	持股比例（%）	出资方式
1	陈庐怡	22,200	0.74	净资产出资
2	李少娟	37,200	1.24	净资产出资
3	潘昕	13,200	0.44	净资产出资
4	孙剑英	2,400	0.08	净资产出资
5	顾莘	175,200	5.84	净资产出资
6	赵卿	9,600	0.32	净资产出资
7	王静	9,000	0.3	净资产出资

8	史君	28,500	0.95	净资产出资
9	张艳	14,400	0.48	净资产出资
10	李凤梅	26,100	0.87	净资产出资
11	孙丽军	7,500	0.25	净资产出资
12	瑞树投资	1,159,200	38.64	净资产出资
13	彤悦网络	1,495,500	49.85	净资产出资
合计		3,000,000	100.00	-

### （五）股份公司第一次增资

2015年6月19日，股份公司召开股东大会，会议通过决议，同意公司注册资本由300万元增加至3,412,499.00元，新增股东许丹伟、张可及金艳以所持有的传驰网络的股权方式出资。

2015年6月24日，立信会计师事务所出具【信会师报字】(2015)第151276号《验资报告》，审验确认上述增资资金已足额缴纳。

2015年6月19日，有限公司就本次股权变更办理了工商变更登记手续，并换领了《企业法人营业执照》。

本次股权变更后，公司股权情况如下：

单位：股

序号	股东姓名（名称）	持股数	持股比例（%）	出资方式
1	彤悦网络	1,495,500	43.82	净资产出资
2	瑞树投资	1,159,200	33.97	净资产出资
3	许丹伟	260,287	7.63	股权出资
4	顾苹	175,200	5.13	净资产出资
5	张可可	131,587	3.86	股权出资
6	李少娟	37,200	1.09	净资产出资
7	史君	28,500	0.84	净资产出资
8	李凤梅	26,100	0.77	净资产出资
9	陈庐怡	22,200	0.65	净资产出资

10	金艳	20,625	0.60	股权出资
11	张艳	14,400	0.42	净资产出资
12	潘昕	13,200	0.39	净资产出资
13	赵卿	9,600	0.28	净资产出资
14	王静	9,000	0.26	净资产出资
15	孙丽军	7,500	0.22	净资产出资
16	孙剑英	2,400	0.07	净资产出资
合计		3,412,499	100.00	-

公司股东历次的出资形式和出资比例均通过了股东会审议，并办理了相应的审计、评估和验资手续，且经过了工商变更登记，履行了必要的法律手续。公司设立、改制、历次增资的出资程序均通过了股东会审议，办理了验资和工商变更登记，履行了必要的法律手续。

公司历次股权转让均根据《公司法》的规定经公司有权机关表决通过，签署《股权转让协议》，取得相关部门批准并办理完成股权变更登记手续，其股权转让行为合法合规，不存在潜在纠纷。经核查相关工商登记资料并经公司及其股东确认，公司的股权结构清晰，权属明确，不存在质押、委托代持等潜在纠纷情形，同时，公司针对股权代持等事项已出具承诺，承诺不存在此类情况，并就承诺真实性承担法律责任。

公司股东历次出资形式、出资比例合法合规，出资履行程序完备，合法合规。

公司历次股权转让均为转让双方真实意思表示；公司股东所持股份不存在股份代持的情形；公司股权明晰，符合“股权明晰、股份发行转让合法合规”的挂牌条件。

## 六、公司董事、监事和高级管理人员情况

### （一）董事基本情况

余福康先生，董事长、总经理，具体情况详见上文“四、公司控股股东、实

际控制人及主要股东情况”之“（一）控股股东及实际控制人基本情况”。

**丁正武先生**，董事，1975年出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于复旦大学工商管理（MBA）专业，研究生学历。1999年至2003年任泓实投资（上海）有限公司总经理助理；2003年至2006年任奥赛德工程设备（上海）有限公司总经理；2006年至2010年任ACH投资管理有限公司中国代表；2010年至今，任瑞树投资执行董事；现任公司董事，未持有公司股份。

**胡文元先生**，董事，1969年出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于 Surry University 工商管理（MBA）专业，研究生学历。1995年至1999年任中国华安证券有限公司主管；1999年至2002年任 Wanxing (Hong Kong) Investment Company 副总裁；2002年至2005年任 Red Rock Capital Partners Ltd. 副总裁；2005年至2008年任 Mesotron Corporation (General Partners) 副总裁；2008年至2011年任 HMQ Harmony Capital Partners Ltd. 执行董事；2011年至今，任上海康岱生物医药技术股份有限公司董事会秘书；现任公司董事，未持有公司股份。

**Tan Chin Loke Eugene 先生**，董事，1975年出生，新加坡籍，毕业于布拉德福德大学 Business Admin Management 专业，本科学历。2002年至2009年任来福士教育中国华东区副校长；2009年至今，任新加坡美都董事兼首席执行官、上海美都董事长；现任公司董事，未持有公司股份。

**Chew Hua Kok 先生**，董事，1964年出生，新加坡籍，毕业于新加坡理工学院机械工程专业，大专学历。1999年至2002年任 CHONG QING WQ CO.LTD 总经理；2004年至2008年任苏州戴乐克五金有限公司总经理；2008年至2015年任嘉善欧罗克五金有限公司总经理；现任公司董事，未持有公司股份。

## （二）监事基本情况

**吕敏女士**，监事会主席、职工代表监事，1973年出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于陕西省财经大学企业管理专业，本科学历。2000年至2007年任上海龙通贸易有限公司外销高级主管；2007年至2012年任上海鸣升船舶科技有限公司人事经理；2012年至2015年4月，任彤悦网络人事经理，2015年5

月加入蓝源传媒，现任公司监事会主席及职工代表监事，未持有公司股份。

**赵卿女士**，监事，1984年出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于西安交通大学工商管理专业，大专学历。2008年至2010年任嘉年华邮轮总监助理；2010年至2011年任上海扬子江万丽大酒店餐饮总监秘书/公关执行；2011年至今，任新加坡美都首席执行官助理；现任公司监事，持有公司股份9,600股。

**耿俊女士**，监事，1983年出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于上海电视大学财务会计专业，大专学历。2006年9月至2007年9月任上海中邮普泰移动通信设备销售有限公司出纳；2007年9月至2010年3月任广州市着得禄贸易连锁有限公司财务助理；2010年4月到2012年7月任上海林和国际物流有限公司出纳；2012年8月至2015年4月，任彤悦网络出纳；2015年5月加入蓝源传媒，现任公司监事，未持有公司股份。

### （三）高级管理人员基本情况

**余福康先生**，董事长、总经理，具体情况详见上文“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（一）控股股东及实际控制人基本情况”。

**郭立君女士**，财务总监、董事会秘书，1977年出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于东北财经大学会计专业，本科学历。2001年至2004年任上海龙通企业发展有限公司财务课长；2004年至2007年任皇泽电子国际贸易（上海）有限公司财务经理；2007年至2015年任彤悦网络财务经理；2015年加入蓝源传媒，现任公司财务总监、董事会秘书，未持有公司股份。

**孟冰先生**，副总经理，1974年出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于美西联大学商业管理专业，MBA学历。2004年至2008年任上海玺诚文化传播有限公司华东助理客户总监；2008年至2012年任上海香榭丽广告有限公司高级销售总监；2013年至2014年任北京东方博杰上海分公司总经理；2015年加入蓝源传媒，现任公司副总经理，未持有公司股份。

## 七、最近两年及一期主要会计数据和财务指标

项目	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
----	------------	------------	------------

资产总值（元）	9,119,607.64	872,493.74	2,051,146.03
负债总值（元）	4,364,398.21	21,680,117.25	17,063,193.31
股东权益合计（元）	4,755,209.43	-20,807,623.51	-15,012,047.28
归属于母公司的股东权益合计 （元）	4,755,209.43	-20,807,623.51	-15,012,047.28
每股净资产（元）	1.59	-6.94	-5.00
归属于母公司的每股净资产（元）	1.59	-6.94	-5.00
资产负债率（%）（母公司）	43.44	2484.85	831.89
流动比率（倍）	2.01	0.01	0.01
速动比率（倍）	1.96	0.01	0.01
应收账款周转率（次）	4.75	108.45	-
存货周转率（次）	53.45	-	-
<b>项目</b>	<b>2015年1-4月</b>	<b>2014年度</b>	<b>2013年度</b>
营业收入（元）	13,459,817.70	4,224,108.79	1,687,767.07
净利润（元）	5,562,832.94	-5,795,576.23	-8,907,010.66
归属于申请挂牌公司股东的净利 润（元）	5,562,832.94	-5,795,576.23	-8,907,010.66
扣除非经常性损益后的净利润 （元）	5,479,323.49	-5,873,222.93	-8,907,564.71
归属于申请挂牌公司股东的扣 除非经常性损益后的净利润（元）	5,479,323.49	-5,873,222.93	-8,907,564.71
毛利率（%）	78.91	-23.61	-383.75
净资产收益率（%）	116.98	-	-
扣除非经常性损益后净资产收益 率（%）	115.23	-	-
基本每股收益（元/股）	<b>1.85</b>	<b>-1.93</b>	<b>-2.97</b>
稀释每股收益（元/股）	<b>1.85</b>	<b>-1.93</b>	<b>-2.97</b>
经营活动产生的现金流量净额	-17,551,645.09	58,856.05	-12,689.79

每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-5.85	0.02	0.00
----------------------	-------	------	------

注：截至 2015 年 4 月 30 日，有限公司还未整体变更为股份公司，注册资本为 300 万元人民币。

- 1、毛利率按照“（当期营业收入-当期营业成本）/当期营业收入”计算；
- 2、净资产收益率：2013 年底、2014 年底净资产为负，故不进行计算，2015 年 4 月底净资产收益率为本期净利润除以期末净资产；
- 3、扣除非经常性损益后的净资产收益率按照“当期扣除非经常性损益后的净利润/加权平均净资产”计算。
- 4、应收账款周转率按照“当期营业收入/((期初应收账款+期末应收账款)/2)”计算；
- 5、存货周转率按照“当期营业成本/((期初存货+期末存货)/2)”计算。
- 6、基本每股收益按照“当期净利润/300.00 万股”计算；报告期内，公司未发行可转换债券、认股权等潜在普通股，稀释每股收益同基本每股收益。
- 7、每股经营活动产生的现金流量净额按照“当期经营活动产生的现金流量净额/300.00 万股（2015 年 4 月 30 日注册资本）”计算；
- 8、每股净资产按照“各期末净资产/300.00 万股”计算；
- 9、归属于母公司的每股净资产按照“归属于母公司的期末净资产/300.00 万股”计算；
- 10、资产负债率按照“当期负债/当期总资产”计算；
- 11、流动比率按照“当期流动资产/当期流动负债”计算；
- 12、速动比率按“（当期流动资产-当期存货-当期其他流动资产）/当期流动负债”计算。

## 八、与本次挂牌有关的机构

### （一）主办券商

名称：中信建投证券股份有限公司

法定代表人：王常青

注册地址：北京市朝阳区安立路66号4号楼

办公地址：北京市东城区朝内大街188号

联系电话：（010）85130588

传真：（010）65008450

项目负责人：刘劭谦

项目组成员：张宏超、王倩、郑波

## （二）律师事务所

名称：上海市锦天城律师事务所

法定代表人：吴明德

联系地址：上海市浦东新区花园石桥路33号

联系电话：（021）60359741

传真：（021）61059100

经办律师：秦臻、王仲婷

## （三）会计师事务所

名称：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：朱建弟

联系地址：上海市南京东路61号4楼

联系电话：（021）63391166

传真：（021）63392558

经办注册会计师：赵勇、王伟青

## （四）资产评估机构

名称：银信资产评估有限公司

法定代表人：梅惠民

联系地址：上海市九江路69号

联系电话： 021-63391166

传真： 021-63391166

经办注册资产评估师：冯占松、王艾琼

#### **(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

联系地址：北京市西城区金融大街丁26号金阳大厦5层

联系电话：(010) 58598980

传真：(010) 58598977

#### **(六) 证券交易场所**

名称：全国中小企业股份转让系统

法定代表人：杨晓嘉

联系地址：北京市西城区金融大街丁26号金阳大厦

联系电话：(010) 63889512

传真：(010) 63889514

## 第二节 公司业务

### 一、公司主要业务及产品和服务情况

#### （一）主营业务情况

公司目前主营业务是为广告商提供多媒体广告策划和广告投放业务，公司在全国范围内，拥有覆盖较广的长途汽车客运网络系统的数字互动新媒体。

公司多年来一直注重建设多层次的数字互动新媒体网络，从而实现为客户提供优质的广告策划和投放服务。公司目前已经基本建成了全国一、二线城市长途汽车客运站媒体网络，网络覆盖了上海、广州、深圳、杭州、南京、武汉、郑州、洛阳、宁波和佛山等十七个一、二线城市长途客运站，总计包括 47 个媒体阵地。媒体形式以 LCD 数字屏、互动触摸屏为主。同时，公司目前正积极开拓多种形式的数字互动新媒体资源，包括商场写字楼的楼宇广告资源、地铁公交车的交通广告资源和手机微信广告资源。公司致力于打造具有实效传播效应的精确营销平台，为广告客户提供营销传播服务，提升品牌与商业价值。

#### （二）主要产品和服务

公司主营业务是为广告商提供多媒体广告策划和广告投放业务，按照媒体资源构建及来源的不同，分为自有媒体和媒介代理二类主要业务，同时根据客户需求提供多样化的广告策划服务。公司拥有完善的服务体系，为企业客户提供市场研究、媒介策划、媒介执行、广告投放检测和广告效果评估的整体服务。

##### 1、自有媒体业务

公司的自有媒体业务以LCD数字屏为主要载体，重点布局全国一、二线城市长途汽车客运站媒体网络，网络覆盖了上海、广州、深圳、杭州、南京、武汉、郑州、洛阳、宁波和佛山等十七个一、二线城市长途客运站，总计包括47个媒体阵地。凭借高覆盖率及精准定位打造长途汽车客运站网络平台，以长途旅游及商务出行群体，20-40岁核心消费人群为主要受众。蓝源传媒通过LCD数字屏发布高清视频、文字、平面播出，具备远程控制便捷性、高时效性、精准性等一系列优势，播出的主要内容为：企业品牌宣传、企业产品及服务宣传、天气预报等生

活及服务类信息，有效吸引人流注意力，广告效应突出。

### (1) 公司LCD数字屏分布情况

截至2015年4月30日公司LCD数字屏分布情况：

单位：台

城市等级	立式刷屏机	挂式刷屏机	触摸屏打印一体机	总计
一线城市	20	14	13	47
二线城市(杭州、南京、武汉等)	0	159	2	161
三线城市	33	21	25	79
四线城市	12	66	40	118
总计	65	260	80	405

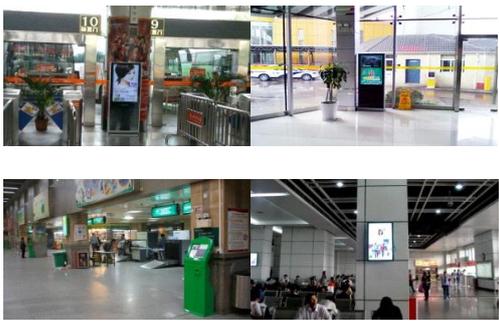
### (2) LCD数字屏产品

#### 1) LCD数字屏规格

立式刷屏机		<p>外观尺寸：高度：1800mm；宽度：642mm；厚度：80mm</p> <p>底座高度：70mm；底座宽：445mm。</p> <p>产品功能：能够完成对广告高清图片、视频等不间断播放并与其他系统同步，定时开关机，系统自动恢复，媒体远程发布。</p>
挂式刷屏机		<p>外观尺寸：高度：1015mm；宽度：605mm；厚度：35mm。</p> <p>产品功能：能够完成对广告高清图片、视频等不间断播放并与其他系统同步，定时开关机，系统自动恢复，媒体远程发布。</p>

触 摸 屏 打 印 一 体 机		<p>外观尺寸：高度：1530mm；宽度：530mm； 厚度：450mm。</p> <p>产品功能：能够完成对广告高清图片、视频等不间断播放并与其他系统同步，媒体触摸互动，蓝牙发送，打印，定时开关机，品牌产品展示，品牌问卷调查，后台数据检测</p>
--------------------------------------	---	--

## 2) 刷屏机和一体机的铺设

	<p>LCD数字屏和一体机主要铺设于人流量非常大和旅客必经的长途客运站等候区。每个场站日均接待人数超过3.5万次。每天12小时-14小时滚动播放，充分保证了客户播放广告时长。</p>
--	---

## 2、媒介代理服务

公司的媒介代理业务主要是以新兴媒介、热门媒介等优质媒介资源为主要代理对象，为广告客户提供完整、规范、稳定专业的广告投放服务，并提供广告画面设计、品牌推广、产品促销等活动策划增值服务。公司目前整合了众多媒体资源，包括社区媒体、商场LED、银行媒体、银行媒体等传统媒体和微信营销平台等媒体资源。公司市场定位于各行业中高端客户，行业涉及金融、旅游、运动休闲服饰、汽车和快速消费品（食品饮料）等；陆金所（平安集团旗下网络投融资平台）、奉贤旅游网、思念食品等知名企业或单位是公司长期稳定的大型客户。

公司会考量客户的目标人群分布特点，针对不同的城市，根据目标受众的触媒习惯，进行频繁覆盖，提供多组合媒体投放方案为品牌造势。考量目标人群的经济能力，消费倾向，为不同诉求点的客户，提供有针对性人群特点的投放方案，以达到效果最大化；考量各类媒体的成本，以及投放效果，分析媒体投入与产出

的效果，推荐最适合当前客户的媒体组合，最大化投放效果。

(1) 公司整合的媒体资源主要如下：



(2) “陆金所”案例：

公司根据平安集团对“陆金所”产品的定位，专门采购了正大广场商厦和静安寺商圈等地的LED屏幕广告位，主要针对时尚、高端、年轻人群，进行精准的理财新理念营销。



(3) 上海奉贤区旅游网案例：

公司根据奉贤旅游局对旗下门户网站的定位，专门采购了区域内连锁百货商厦等地的室内LED屏幕广告位，主要受众群为时间充裕和富有的中年人群。



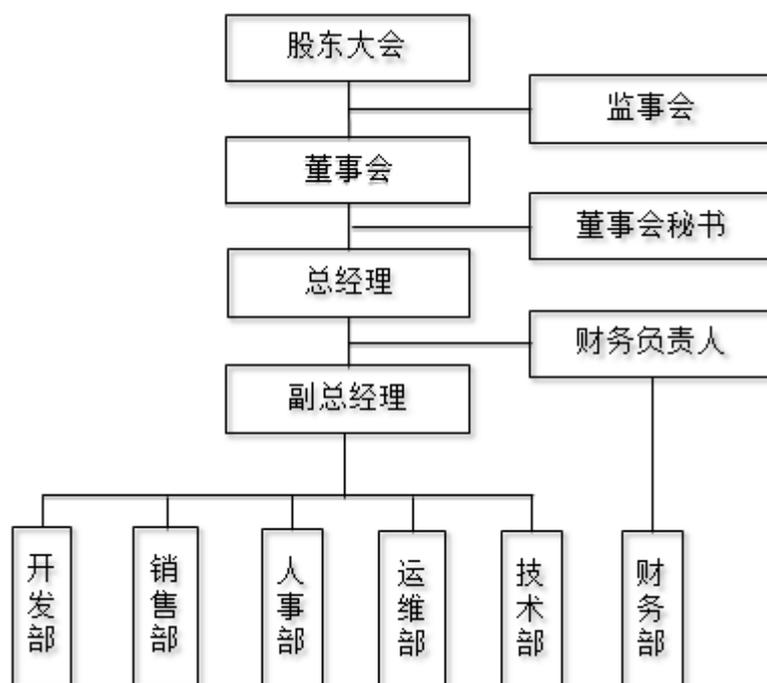
(4) 上海崇明区旅游网案例：

公司通过“奔跑吧崇明”的主题活动，运用微信营销、微博营销、BBS营销和新闻稿营销等方式，提高崇明旅游局官方微信公众号“崇明旅游”的知名度，推广月内，微信公众号新增21,993关注人数。



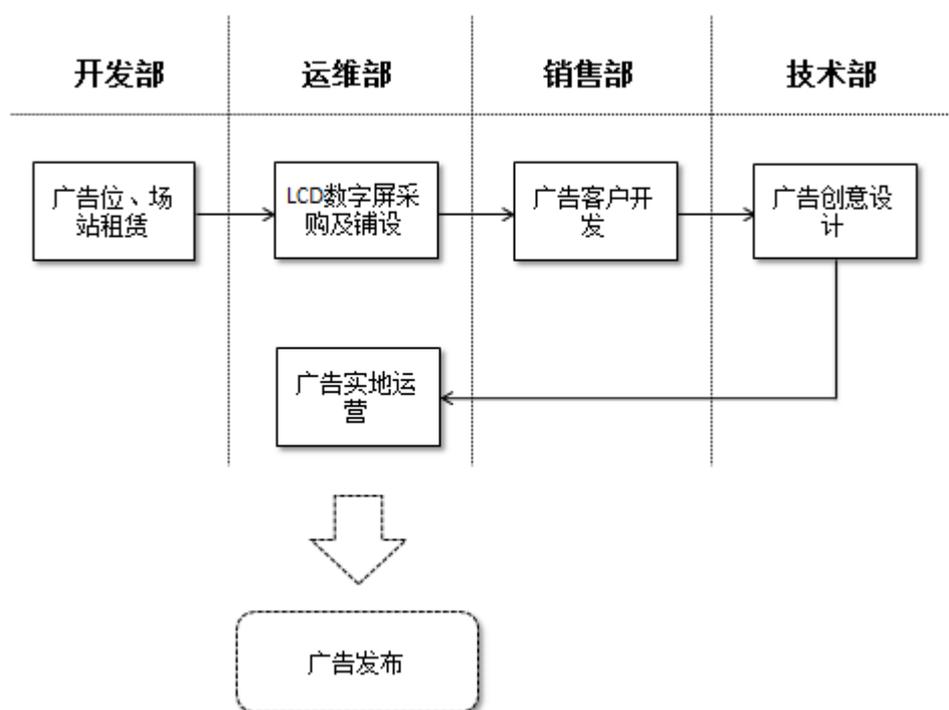
## 二、公司组织结构及主要运营流程

### （一）组织结构

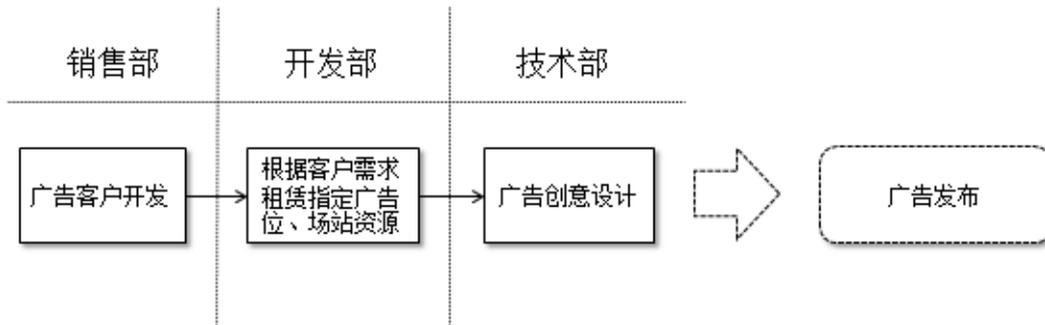


### （二）主要运营流程

#### 1、自有媒介广告投放业务流程



## 2、代理媒介广告策划和投放业务流程



## 三、公司主要技术、资产和资质情况

### （一）公司服务使用的主要技术

#### 1、LCD数字屏广告发布技术

公司主要通过LCD数字屏为客户提供广告发布服务，公司LCD数字屏主要技术如下：

高清显示	可显示高清视频和图片刷屏，视觉效果出众
定时播放	通过预存功能可设定广告画面按预定时间播放，可实现每天12-24小时广告发布，达到最佳广告发布效果。
展示系统	触摸屏一体机具备一定存储空间，可以对广告产品进行实时展示，更具视觉效果
后台监控	LCD数字屏与后台连接，公司后台可实时监控广告发布情况、LCD数字屏运行状态，若LCD数字屏发生故障公司可及时排查，最大程度保证广告发布效果和客户权益。
互动服务	可提供优惠券发布、USB下载、打印服务。
信息采集	可为广告商提供问卷调查服务，更好的收集广告受众信息，精准营销

公司LCD数字屏具备以上特性，使其相比同类型产品，能更有效地吸引目标受众，使到达率更为出众，具备独特的竞争优势。

#### 2、主要服务可代替性

公司致力于长途汽车客运站数字互动新媒体资源开发、媒介终端设计、广告发布等服务。公司与多个长途汽车客运站形成了长期合作关系，具有稳定的长途汽车客运站数字互动新媒体资源供应，同时，公司在保证现有媒体资源的基础上不断拓展，目前公司与国内主要一、二线城市总计近85个长途汽车客运站保持长期合作关系，形成了以上海、北京、广州、深圳等一线城市为主，二线城市逐步拓展的业务格局。公司以提供长途汽车客运站数字互动新媒体服务为核心，经过多年的发展，公司积累了较为深厚的长途汽车客运系统传媒服务经验和丰富的客户资源。公司以华东地区为基础，逐步在北京、广州、深圳等省市开拓市场，在广告发布市场上初步建立了合理、高效的业务辐射格局，并拥有良好的客户基础。

公司业务流程清晰，目前已涵盖前期媒体资源开发、媒介终端设计、广告发布推广、受众效果评估等较为全面的业务链条，具有较强的先发优势，主要产品和服务的可替代性较弱。

## （二）公司主要资产情况

### 1、无形资产

公司拥有的无形资产主要包括软件著作权、专利及商标。上述无形资产均由公司自主研发取得，所有权均为公司所有，不存在法律纠纷。公司未将上述无形资产的开发支出资本化，截至2015年4月30日，公司账面未体现无形资产价值。

#### （1）软件著作权

截至2015年4月30日，公司拥有1项软件著作权，具体如下表所示：

序号	软件著作权名称	著作登记号	持有人	著作权登记日期
1	多功能无线信息系统	软著登字第0214816号	蓝源有限	2010.6.3

#### （2）商标

序号	商标标识	注册人	类型	权利号	保护期
1		蓝源有限	35	第8163622号	2011.4.21 -2021.4.20

2	<b>传驰</b>	传驰网络	35	第 11807264 号	2014.05.07 -2024.05.06
3	<b>传驰</b>	传驰网络	38	第 11807277 号	2014.05.07 -2024.05.06
4	<b>传驰</b>	传驰网络	42	第 11807296 号	2014.05.07 -2024.05.06

## 2、固定资产

公司固定资产主要为电子及办公设备，包括公司进行广告发布所使用的LCD数字屏及办公设备等。

截至2015年4月30日，公司固定资产情况如下：

单位：元

固定资产类别	折旧年限	固定资产账面原值	累计折旧	固定资产账面净值	固定资产账面价值
电子及办公设备	3	2,142,118.90	1,865,551.93	276,566.97	276,566.97
<b>合计</b>		<b>2,142,118.90</b>	<b>1,865,551.93</b>	<b>276,566.97</b>	<b>276,566.97</b>

公司各项主要固定资产处于良好状态，成新率较高，可以满足公司目前生产经营活动需要。

## 3、房产租赁情况

蓝源传媒有限与成都文创投资发展有限公司（以下称“成都文创”）签署《房屋租赁合同》，蓝源传媒有限向成都文创承租位于成都红星路三十五号创意产业园1号楼711的房屋，总面积为94平方米，租赁期限自2015年5月1日至2016年4月30日，租金为每年6,580元

蓝源传媒有限与上海华中物业经营管理有限公司（以下称“华中物业”）签署《房屋租赁合同》，蓝源传媒有限向华中物业承租位于徐汇区天钥桥路327号1206室的房屋，总面积为114.05平方米，租赁期限自2015年5月1日至2017年1月31日，租金为每月18,039元。

宁波新蓝源与华中物业签署《房屋租赁合同》，宁波新蓝源向华中物业承租位于徐汇区天钥桥路327号1208室的房屋，总面积为98.19平方米，租赁期限自2015年5月1日至2017年1月31日，租金为每月15,530元。

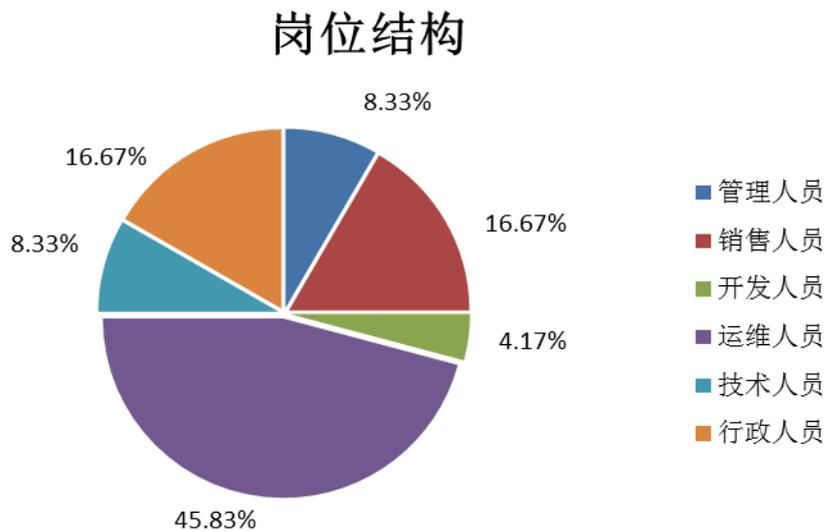
传驰网络与上海同乐坊文化发展有限公司（以下称“同乐坊”）签署《同乐坊房屋租赁合同》，传驰网络承租同乐坊位于上海市静安区余姚路66、74号3幢303室（同乐坊2号楼303室）的房屋，总面积为145平方米，租赁期限自2014年9月20日起，为期24个月，租金为4,104元每平方米每天。

#### 四、公司员工情况

截至2015年4月30日，公司共有员工24人，结构情况如下：

##### 1、岗位结构

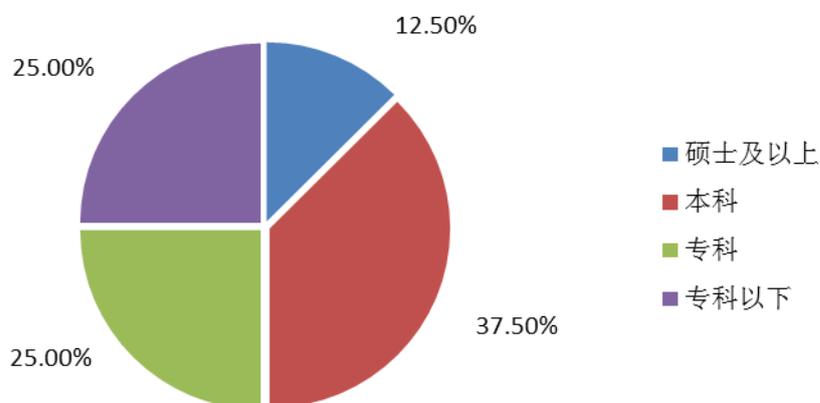
公司有管理人员2人，销售人员4人，开发人员1人，运维人员11人，技术人员2人，行政人员4人，结构如下：



##### 2、学历结构

公司员工中具有硕士及以上学历3人，本科学历9人，专科学历6人，专科以下学历为6人，结构如下：

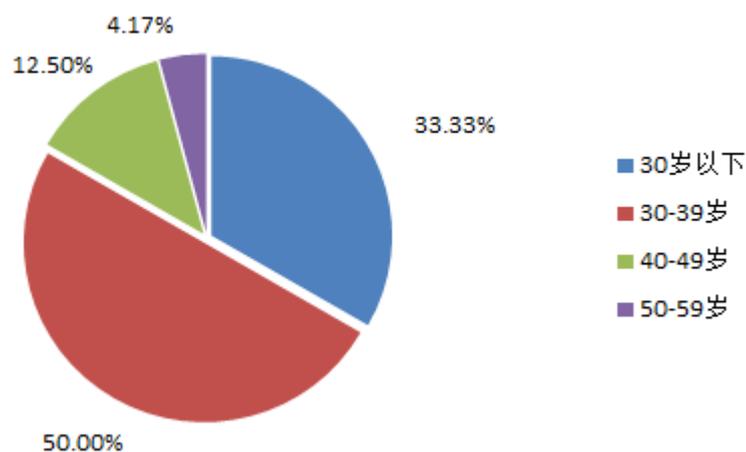
## 学历结构



### 3、年龄结构

公司员工中 30 岁以下员工 8 人,30-39 岁员工 12 人,40-49 岁员工 3 人,50-59 岁员工 1 人, 结构如下:

## 年龄结构



## 五、销售及采购情况

### （一）商品和服务销售及主要客户情况

#### 1、营业收入的主要构成

公司系长途客运站广告传媒专业服务提供商,其主营业务是为客户提供客运站媒体资源开发、广告发布等服务。报告期内,公司主营业务收入占营业收入的

比例为 100%，公司主营业务突出。

单位：元

产品类别	2015 年 1-4 月		2014 年度		2013 年度	
	营业收入	所占比例 (%)	营业收入	所占比例 (%)	营业收入	所占比例 (%)
广告发布收入	13,459,817.70	100.00	4,224,108.79	100.00	1,687,767.07	100.00
合计	<b>13,459,817.70</b>	<b>100.00</b>	<b>4,224,108.79</b>	<b>100.00</b>	<b>1,687,767.07</b>	<b>100.00</b>

公司自有媒体和媒介代理收入金额及占比如下：

单位：元

类型	2015 年 1-4 月		2014 年度		2013 年度	
	收入金额	占比 (%)	收入金额	占比 (%)	收入金额	占比 (%)
自有媒体	11,320,421.99	84.11	4,224,108.79	100.00	1,687,767.07	100.00
媒介代理	2,139,395.71	15.89	-	-	-	-
合计	<b>13,459,817.70</b>	<b>100.00</b>	<b>4,224,108.79</b>	<b>100.00</b>	<b>1,687,767.07</b>	<b>100.00</b>

(1) 自有媒体业务收入确认：根据相关的广告合同约定的广告发布期间，并与客户确认广告播放情况后确认当期营业收入。成本主要为场站租赁费、设备折旧以及相关人工成本，我们根据各期场站租赁情况、设备折旧计提金额复核、人员薪酬分配等方法确认相关成本的归集和结转。

(2) 媒介代理业务收入确认：根据相关的广告合同约定的广告发布期间，并与客户确认广告播放情况后确认当期营业收入。代理业务成本主要是广告资源采购成本，依据广告采购合同价格及相关的采购期间确认当期应分摊的成本金额，并据此归集和结转。

## 2、公司前五名客户情况

期间	序号	公司名称	销售收入 (元)	比例 (%)
2015年4月	1	鸿星尔克	6,168,359.94	45.83
	2	思念食品	4,082,002.91	30.33
	3	奥美世纪	1,926,670.30	14.31

期间	序号	公司名称	销售收入（元）	比例（%）
	4	前锦网络信息技术（上海）有限公司广州分公司	877,398.71	6.52
	5	南京中科集团股份有限公司深圳分公司	192,660.43	1.43
		合计	<b>13,247,092.29</b>	<b>98.42</b>
2014年	1	前锦网络信息技术（上海）有限公司广州分公司	2,862,807.12	67.77
	2	上海曦轩文化传播有限公司	396,884.67	9.40
	3	思念食品	173,980.58	4.12
	4	上海艾维庭美容有限公司	145,631.07	3.45
	5	崇明县旅游局	119,939.02	2.84
		合计	<b>3,699,242.46</b>	<b>87.57</b>
2013年	1	上海曦轩文化传播有限公司	768,163.87	45.51
	2	上海薇薰美容有限公司	174,415.87	10.33
	3	广州锐点文化发展有限公司	160,824.03	9.53
	4	思念食品	148,160.00	8.78
	5	前锦网络信息技术（上海）有限公司广州分公司	128,963.36	7.64
		合计	<b>1,380,527.13</b>	<b>81.80</b>

## （二）采购情况

### 1、公司原材料采购的相关情况

公司无原材料采购，供应商主要为公司提供广告机和长途客运站场站租赁，以及个别提供广告发布服务。公司广告机的采购主要发生在报告期前。

### 2、报告期内前五名供应商采购情况

公司向前五大供应商采购的具体内容，及与公司营业收入的相关性下如表列示：

年度	供应商名称	金额	采购内容	与业务收入相关性
2015年 1-4月	上海凡诚文化传播有限公司	1,311,883.64	采购广告资源	直接相关
	彤悦网络技术顾问(上海)有限公司	928,301.71	租用场站费用	直接相关
	前锦网络信息技术(上海)有限公司广州分公司	903,720.67	购买招聘服务	
	南京中科集团股份有限公司	198,440.24	客户产品	
	上海凡众信息科技有限公司	44,500.00	采购广告资源	直接相关
	合计	3,386,846.26		
2014年 度	彤悦网络技术顾问(上海)有限公司	3,216,779.19	租用场站费用	直接相关
	前锦网络信息技术(上海)有限公司广州分公司	2,921,753.07	购买招聘服务	
	上海大众广告有限公司	592,876.78	租用场站费用	直接相关
	上海曦轩文化传播有限公司	408,791.21	客户产品	
	上海艾维庭美容有限公司	150,000.00	客户产品	
	合计	7,290,200.25		
2013年 度	彤悦网络技术顾问(上海)有限公司	2,954,448.62	租用场站费用	直接相关
	上海大众广告有限公司	2,428,522.16	租用场站费用	直接相关
	上海曦轩文化传播有限公司	791,208.79	客户产品	
	上海薇薰美容连锁机构	179,648.35	客户产品	
	前锦网络信息技术(上海)有限公司广州分公司	127,384.15	购买招聘服务	
	合计	6,481,212.07		

报告期内各年度购买商品、接受劳务支付的现金具体构成情况如下:

项目	2015年1-4月	2014年	2013年
营业成本	2,838,279.92	5,221,398.72	8,164,624.68
加: 应交税费-增值税(进项税)	105,840.24		
加: 存货的增加	-10,692.00	58,452.00	
加: 应付账款-货款(期初-期末)	1,069,632.75	-194,990.78	-427,361.07
加: 预付账款-货款(期末-期初)	414,272.11	241,388.93	387,394.40
减: 职工薪酬、折旧摊销等	541,619.85	5,175,982.26	8,041,179.08
购买商品、接受劳务支付的现金	2,025,350.19	150,266.61	83,478.93

公司主要的场站租赁支出系由彤悦网络代为支付，从而导致本公司现金流量表中购买商品、接收劳务支付的现金较小。

公司采购金额占比情况如下：

年度	供应商名称	金额	占比 (%)
2015年 1-4月	上海凡诚文化传播有限公司	1,311,883.64	38.49
	彤悦网络技术顾问（上海）有限公司	928,301.71	27.24
	前锦网络信息技术（上海）有限公司广州分公司	903,720.67	26.51
	南京中科集团股份有限公司	198,440.24	5.82
	上海凡众信息科技有限公司	44,500.00	1.31
	<b>合计</b>	<b>3,386,846.26</b>	<b>99.37</b>
2014年度	彤悦网络技术顾问（上海）有限公司	<b>3,216,779.19</b>	<b>27.92</b>
	前锦网络信息技术（上海）有限公司广州分公司	2,921,753.07	<b>25.36</b>
	上海大众广告有限公司	592,876.78	<b>5.15</b>
	上海曦轩文化传播有限公司	408,791.21	<b>3.55</b>
	上海艾维庭美容有限公司	150,000.00	<b>1.30</b>
	<b>合计</b>	<b>7,290,200.25</b>	<b>59.19</b>
2013年度	彤悦网络技术顾问（上海）有限公司	<b>2,954,448.62</b>	<b>37.30</b>
	上海大众广告有限公司	2,428,522.16	<b>30.66</b>
	上海曦轩文化传播有限公司	791,208.79	<b>9.99</b>
	上海薇薰美容连锁机构	179,648.35	<b>2.27</b>
	前锦网络信息技术（上海）有限公司广州分公司	127,384.15	<b>1.61</b>

	合计	6,481,212.07	81.82
--	----	--------------	-------

### (三) 报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

#### 1、销售合同

报告期内，将各期收入排名前五、具有业务代表性的合同认定为重大合同，

其履行情况如下：

序号	签约主体	合同对方	内容	合同期限	履行情况	合同金额 (元)	确认收入金 额(元)
1.	蓝源有限	鸿星尔克	广告发布	2015.01.01 -2015.12.31	正在履行	20,000,000.00	6,168,359.94
2.	蓝源有限	思念食品	广告发布	2015.01.15 -2016.01.14	正在履行	15,000,000.00	4,082,002.91
3.	蓝源有限	前锦网络信息技术(上海)有限公司 广州分公司	广告发布	2013.10 -2015.07	正在履行	4,395,336.00	2,991,770.48
4.	宁波蓝源	奥美世纪	广告发布	2015.03.31 -2015.12.31	正在履行	243,000.00	24,263.19
5.	蓝源有限	上海曦轩文化传播有限 公司	广告发布	2013.11.01 -2014.1.31	履行完毕	1,200,000.00	1,165,048.54
6.	宁波蓝源	奥美世纪	广告发布	2015.03.31 -2015.05.23	履行完毕	3,562,574.40	1,902,407.11
7.	蓝源有限	南京中科集团股份有限 公司深圳分 公司	广告发布	2014.12.15 -2015.06.14	履行完毕	300,000.00	218,407.36
8.	蓝源有限	上海薇薰美 容有限公司	广告发布	2013.10.25 -2014.01.24	履行完毕	244,000.00	236,893.20
9.	蓝源有限	崇明县旅游 局	网络推广	2015.02.15 -2015.04.03	履行完毕	150,000.00	145,631.07
10.	蓝源有限	上海艾维庭 美容有限公 司	广告发布	2014.01.01 -2014.03.31	履行完毕	150,000.00	145,631.07
11.	蓝源有限	崇明县旅游 局	广告发布	2013.12.12 -2014.04.11	履行完毕	148,000.00	143,689.32
12.	蓝源有限	广州锐点文 化发展有限	广告发布	2013.05.22 -2013.06.30	履行完毕	132,000.00	132,000.00

		公司					
13.	蓝源有限	上海火麒麟 文化传播有 限公司	广告服务	2015.03.21 -2015.04.20	履行完毕	71,120.00	67,094.34

公司 2015 年收入大幅增长主要原因系 2015 年公司已经签订的广告合同大幅度增长，其中主要是与福建鸿星尔克体育用品有限公司签订了 2,000.00 万元的广告发布合同、与郑州思念食品有限公司签订了 1,500.00 万元的广告发布合同，公司依照合同执行进度确认相应广告收入，两笔合同因总金额较大，较大幅度影响了 2015 年公司收入。

## 2、采购合同

### (1) 广告发布及固定资产采购合同

序号	签约主体	合同对方	内容	签订时间	履行情况	订单金额 (万元)
1.	宁波蓝源	上海凡众信息科技有限公司	广告发布	2015.03.19	履行完毕	4.45
2.	宁波蓝源	上海凡诚文化传播有限公司	广告发布	2015.03.31	履行完毕	240.51
3.	宁波蓝源	上海知道广告有限公司	广告发布	2015.04.01 -2015.12.31	正在履行	20.40
4.	蓝源有限	上海诺伟纳模具有限公司	X86 广告机	2010.12.17	履行完毕	37.56
5.	蓝源有限	上海诺伟纳模具有限公司	X86 广告机 显示器	2010.12.17	履行完毕	2.50
6.	蓝源有限	上海诺伟纳模具有限公司	X86 广告机	2010.12.17	履行完毕	8.96
7.	蓝源有限	上海诺伟纳模具有限公司	网建网卡	2010.12.17	履行完毕	0.56
8.	蓝源有限	上海永靖电子科技有限公司	X86 广告机	2011.04.13	履行完毕	14.08
9.	蓝源有限	上海永靖电子科技有限公司	X86 广告机	2011.06.14	履行完毕	15.07
10.	蓝源有限	上海永靖电子科技有限公司	X86 广告机	2011.07.22	履行完毕	4.76
11.	蓝源有限	上海永靖电子科技有限公司	X86 广告机	2011.08.22	履行完毕	21.76

12.	蓝源有限	上海永靖电子科技有限公司	X86 广告机	2011.09.13	履行完毕	23.80
-----	------	--------------	---------	------------	------	-------

## (2) 场站租赁合同

报告期内，将各期年租赁金额 10 万元以上的合同认定为重大合同，其履行情况如下：

序号	签约主体	合同对方	内容	合同期限	履行情况	租金（元/年）
1.	彤悦网络	杭州长运广告策划有限公司	场站租赁	2014.09.12 -2017.09.11	正在履行	400,000
2.	彤悦网络	广州中运客运站场管理有限公司 滘口汽车站	场站租赁	2013.04.10 -2015.04.09	履行完毕	330,000
3.	彤悦网络	广州市交通站场建设管理中心 滘口汽车站	场站租赁	2012.01.10 -2013.04.09	履行完毕	310,000
4.	彤悦网络	武汉速传文化传媒有限公司	场站租赁	2012.11.01 -2017.10.31	正在履行	330,000
5.	彤悦网络	广州市第二公共汽车公司 广州汽车客运站	场站租赁	2012.06.01 -2017.05.31	正在履行	280,000
6.	彤悦网络	武汉速传文化传媒有限公司	场站租赁	2012.08.01 -2017.07.31	正在履行	200,000
7.	彤悦网络	深圳市客运服务有限公司 罗湖汽车客运站	场站租赁	2013.06.20 -2016.06.20	正在履行	178,500
8.	彤悦网络	广州中运客运站场管理有限公司 芳村汽车客运站	场站租赁	2013.02.01 -2015.01.31	履行完毕	193,200
9.	彤悦网络	郑州涵美文化传播有限公司	场站租赁	2012.11.01 -2017.10.31	正在履行	161,200
10.	彤悦网络	郑州惠之祥文化传播有限公司	场站租赁	2012.07.01 -2017.06.30	正在履行	151,200
11.	彤悦网络	郑州涵美文化传播有限公司	场站租赁	2012.07.01 -2017.06.30	正在履行	151,200
12.	彤悦网络	郑州交通运输集团有限责任公司 信息传媒总公司	场站租赁	2011.09.01 -2016.08.31	正在履行	100,000

## 六、商业模式

公司多年来一直注重建设多层次的数字互动新媒体网络，拥有全国覆盖较广的长途汽车客运网络系统的数字互动新媒体。公司以创意文化为基础，网络技术为平台，以全新的理念开发和整合新传媒平台，致力于成为国际领先的互动传媒运营商，运营全国网络化数码互动新媒体。公司主要服务于广告预算较大的广大快速消费品（食品饮料）、金融、旅游、运动休闲服饰、汽车等行业。公司凭借自身领先的无线技术和服务理念，依托 LCD 数字屏，实现触摸、互动、下载等一站式数字互动新感受。公司的数码广告系统，相比较于传统媒体，更具视觉冲击力，并具备目前广告主最关注的互动功能，在品牌展示的同时，增加了娱乐性和互动性，为客户提供一个最佳的广告发布选择。

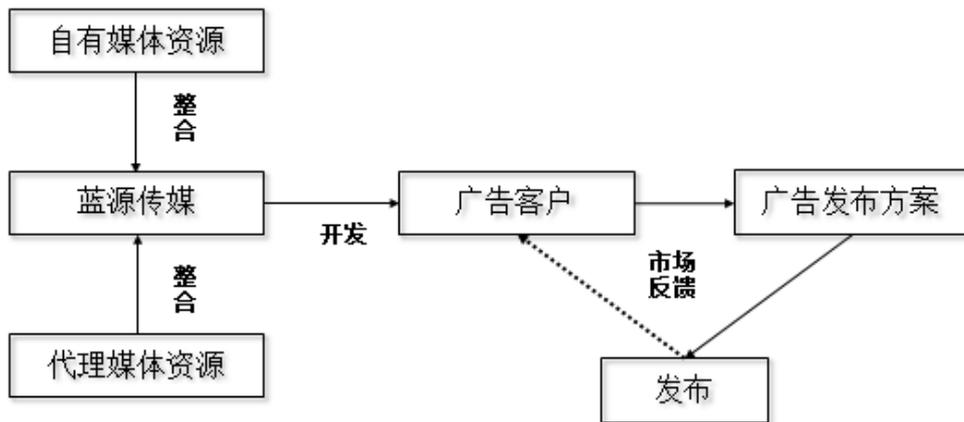
### （一）业务模式

公司业务模式分为两种：

1、自有媒体资源：公司根据战略规划进行重点城市长途汽车站场地布局，同时进行 LCD 数字屏和触摸屏打印一体机的设计、采购；公司铺设 LCD 数字屏和触摸屏打印一体机，形成公司自有广告发布网络；公司以自有广告发布网络为基础进行广告客户开发；公司与客户协商确认广告发布方案，公司可以为客户提供平面、视屏等多种播放方案，并根据客户需求提供定时、定点广告发布；在广告发布过程中，公司利用交互技术获取受众的终端使用信息，最终将发布效果反馈至广告客户，形成后续跟踪服务体系。

2、代理媒体资源：公司根据客户要求和特点，制定多样化的广告发布方案。公司凭借对广告市场的调研，指定媒体整合策略。与客户就广告发布方案达成一致后，公司可以为客户进行媒体资源采购。公司可以为客户提供平面、视屏等多种播放方案，并根据客户需求，在指定传媒资源上发布，以达到发布效果的最大化。

公司业务模式图示如下：



## （二）采购模式

公司采购主要包括 LCD 数字屏和互动触摸屏终端设备及相关配件的采购和媒体资源的采购。LCD 数字屏和互动触摸屏终端设备指公司用于发布广告的立式、挂式刷屏机和触摸屏一体机，公司根据设计需求向生产厂商定制上述终端设备；媒体资源的采购主要包括长途汽车客运站广告位的租赁和其他媒体资源的采购。长途汽车客运站广告位的租赁主要以公司战略为导向，综合各种因素，在风险可控的情况下筛选城市，有效地开展汽车客运站广告点位的租赁工作。其他媒体资源采购主要是以满足客户定制需求为主，整合社区媒体、商场 LCD 等传统媒体和微信平台等网络媒体，为客户提供多层次的广告发布媒介。

## （三）销售模式

公司销售部负责产品营销、市场推广及服务流程中所有与客户沟通的工作。公司坚持以服务带动销售，业务主要面向国内大中型企业及与其相关的广告代理公司。公司与广告商或者广告代理公司签订合同，服务模式为提供定制化一站式媒体发布服务。公司以其优质系统的服务逐步得到客户的认可，在互动新媒体行业树立品牌形象，与客户建立长期稳定的合作关系。合同项目一般按项目进展情况分次收款，通常预收部分款项。

## （四）盈利模式

公司为客户的全方位、多层次需求提供整合化解决方案。凭借对广告市场的

深入了解和调研，在广告市场信息不对称的情况下，公司能够提供多样化媒体投放方案，以达到广告效果最大化。公司主要经营成本为人工成本和媒体资源采购成本，主要收入为广告销售合同收入。公司前几年主要在长途客运系统进行广告媒体资源的投入，随着销售合同数量的增加，公司盈利水平逐渐得到体现。

## 七、公司所处行业情况

### （一）行业概况

#### 1、行业分类

公司主营业务为客户提供汽车客运站媒体资源开发、广告发布等服务，根据《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为商务服务业（L72）；根据《国民经济行业分类》（GB T4754—2011），公司所属行业为广告业（L724）。

#### 2、行业监管体制

##### （1）主管部门及监管体制

目前，我国广告行业实行政府监管与行业自律相结合的管理体制。

##### 1) 国家工商总局监管、相关行业主管部门审批

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

##### 2) 行业自律、社会监督

##### ①中国广告行业自律组织

中国广告协会成立于1983年12月，是由广告公司、广告媒体、广告主、广告调查机构、广告设备器材供应机构等经营单位、地方性广告组织、广告教学研究机构及个人自愿结成的行业性的全国性的非营利性的社会组织，为国家工商行政管理总局直属事业单位。其主要职能是在国家工商行政管理总局的指导下，

按照国家有关方针、政策和法规，对行业进行指导、协调、服务、监督。其主办的《现代广告》是业内主要期刊之一，每年发布“中国广告行业统计数据”等行业信息。中国商务广告协会成立于 1981 年，是除中国广告协会外的另一行业自律组织，也是我国最早成立的全国性广告行业组织。其编辑出版的《国际广告》、《中国广告作品年鉴》是业内权威刊物，每年由此两大刊物发布的《中国大广告公司基本情况调查》和“中国广告公司创作实力 50 强”，是行业内的权威参考资料。中国 4A 协会成立于 2005 年 12 月，由中国商务广告协会发起，是在国内从事经营活动的外资及本土大型综合性广告公司共同组成的行业自律组织，也是中国广告代理商的高端组合。其宗旨是通过举办培训与各种相关活动，加强本土企业与国外同行间的合作与交流，建立规范的广告经营秩序，抵制不正当竞争，推进中国广告业逐步向符合国际惯例的广告代理制迈进。

## ②中国广告行业自律规则

2008 年 2 月 9 日，中国广告协会第五次会员代表大会审议通过了最新的《中国广告行业自律规则》。该自律规则对广告内容、广告行为应遵循的一般原则和限制性要求作了详细规定。其主要内容是禁止虚假和误导性广告，广告应当尊重他人的知识产权，尊重妇女和儿童，尊重良好道德传统。禁止以商业贿赂、诋毁他人声誉和其他不正当手段达成交易，禁止以不正当的广告投放手段干扰媒体节目、栏目等内容的安排。

## （2）行业政策

1982 年国务院颁布《广告管理暂行条例》，1987 年国务院重新颁布《广告管理条例》，1995 年 2 月 1 日，《中华人民共和国广告法》正式施行。至此，我国建立了国家广告法律和行政管理法规体系。该体系由全国人大及其常委会通过的法律、国务院、地方人大及其常委会发布的法规、国家工商行政管理总局及地方政府发布的规章和有关职能部门发布的关于广告管理的规范性文件等四个层次构成。《中华人民共和国广告法》和《广告管理条例》作为国家法律和行政法规是制定所有广告法规和规章的基础。其他由国家 and 地方工商行政管理部门颁布的各项管理办法、标准或规定，都是广告管理行政法规在实践中的调整与应用，具有指导性 or 参照性的意义。

上述四个层次的法律法规、规章、规范性文件从内容上分为以下四个方面：

1) 面向广告经营单位的广告法规与政策，主要是有关广告经营单位经营、管理、业务等方面的政策法规；

2) 有关广告内容与广告表现的政策与法规（语言/文字/图片/张贴等），主要用来规范广告的内容及其与意识形态、社会道德和价值标准的关系等；

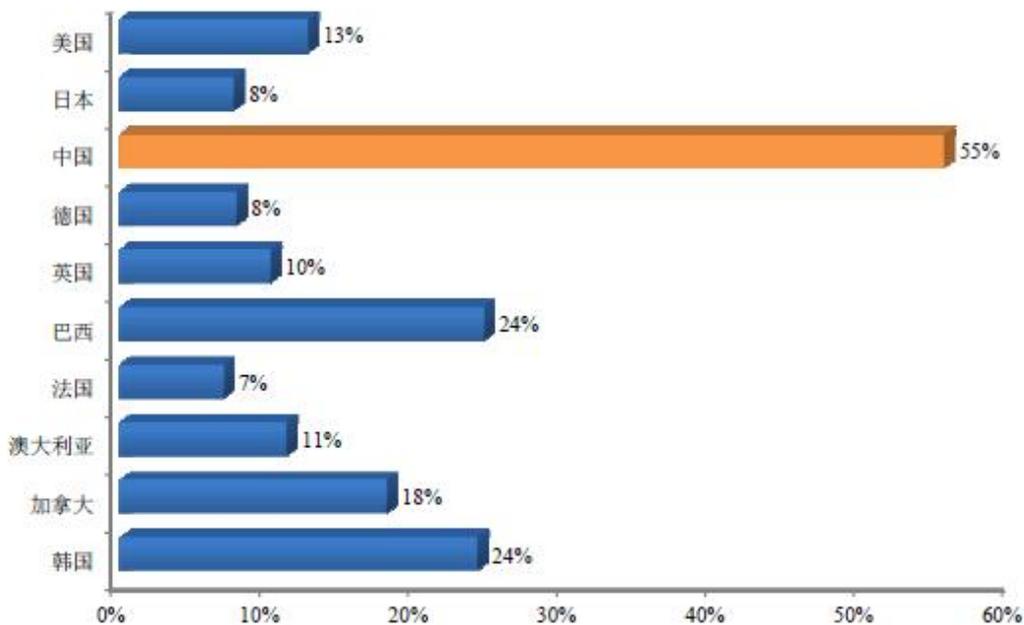
3) 专门针对与人民群众生命健康和生活关系密切的行业的广告法规，例如食品、药品、医疗及医疗器械、烟酒、房地产、教育、留学和移民广告、印刷品广告、户外广告等；

4) 广告的审查制度以及对违法广告行为的行政处罚规定等。

以上一系列法律、法规及政策构成了我国广告管理的法律体系。

## （二）行业发展现状

2014年较2011年全球主要广告市场增长率预测



资料来源：ZenithOptimedia

### 1、行业发展前景

ZenithOptimedia 发布的报告显示，2011 年，中国已成为全球第三大广告市场。根据 ZenithOptimedia 的预测报告，2014 年相比 2011 年，中国市场广告支

出增幅将达 55.49%，远超美国、日本、德国、英国等发达国家。预计未来几年，中国市场广告支出将逐渐超越日本，成为全球第二大广告市场。随着国民经济的快速发展和中国消费市场地位的日渐提升，国际品牌和国内品牌的广告投放力度都将进一步加大，未来我国广告市场规模将持续扩大，我国广告行业发展潜力巨大。

在我国经济保持了平稳较快增长良好的大气候下，户外广告市场也呈现了较快增长。2012 年我国户外广告媒体投放量成为仅次于电视的第二大广告投放媒体，整体投放量较 2011 年有 10%-15% 的增长。2013 年传统户外广告（不含地铁）小幅增长，城市户外广告继续大面积调整，波动期继续。2014 上半年，户外媒体市场依旧竞争激烈，传统户外媒体和新兴形式的数字化户外媒体在竞与合中各自努力寻求成长空间。总体来看，户外媒体市场稳扎稳打，商业楼宇广告和机场客运站媒体广告表现较为突出。

## **2、行业发展趋势**

### **(1) 广告行业的竞争趋向两极化**

目前，我国的广告经营单位在经营业态上已经出现了比较明显的两极化趋势，主要表现在以下两个方面：一类是在专业分工领域上，出现了依靠某种专业优势或媒体资源优势，以广告产业链条中某一环节为主业的公司，如专门的设计制作公司、专门的媒体服务类公司等；另一类是在规模上，广告行业集中度正不断提高，一些拥有资本和规模优势的公司凭借收购兼并其他广告公司或者进一步拓展分支机构的形式，扩大经营规模，提供综合类广告服务。

### **(2) 数字媒体和无线终端技术为广告公司进一步发展提供了契机**

由于中国工业化和城市化进程稳步持续的推进，航空、地铁、公路、铁路等交通运输网络随之快速扩张，客运量稳定增加，广告客户越来越愿意将他们的广告支出用于获得商旅用户和出行市民的关注，这给户外媒体行业带来了巨大的发展机会。数字媒体和无线终端技术的运用在广告市场呈现迅猛的发展态势，网络、手机、数字电视、商务楼宇广告、地铁大屏幕等形式的数字媒体广告的效用已得到越来越多广告主的认可。精准传播、互动营销等依托数字媒体和无线终端技术的新型传播形式，逐渐成为未来广告行业的重要增长点。中国的户外广告市场近

几年保持着较高的年复合增长率，户外媒体作为中国第三大广告媒体（电视和报纸为中国前两大广告媒体）已成为广告行业的领跑者，成为中国发展最快的产业之一。

### **（3）二三线城市的经济快速发展形成户外媒体需求新的增长点**

随着中国城市化进程的加快，二三线城市人口迅速增加，经济文化建设突飞猛进，消费实力也得到大幅提升，二三线城市在企业塑造品牌、扩大销售、巩固市场份额和占有率方面将起到日益重大的影响作用。从市场增速和幅度看，二三线城市的户外媒体有着不错的市场前景，纵观近年来国家为扩大内需而颁布的一系列优惠政策，都会为企业深挖二三线城市市场提供有力的条件和保障，而且目前二三线城市还有着巨大的市场空缺，使得企业更愿意在二三线市场营销上投入发力。城市是承载户外媒体的母体，户外媒体的发展总是伴随在城市的形成与壮大过程中，随着二三线城市的经济快速发展以及市场消费者收入的逐步提高，二三线城市将成为户外媒体发布需求新的增长点。

## **（三）行业特征**

### **1、行业进入壁垒**

#### **（1）渠道和场地壁垒**

在长途汽车客运站广告服务中，和各城市长途汽车客运站的管理部门建立长期战略合作的门槛较高。各城市的客运站管理部门一般都和广告公司签订长期广告合同，合同时间基本都在 5 年或者 10 年以上，因此后来者很难在进去类似场地。传媒广告公司承建了客运站电视系统，并提供客运时间的终端显示设备，从而绑紧广告公司与客运站双方的合作关系，架高该细分传媒行业的进入壁垒。

#### **（2）品牌及客户壁垒**

在长途汽车客运站媒体服务中，获得大型客户长期认可的难度较高。互动新媒体特别是一线城市汽车客运站媒体的客户主要为较大规模的国内外知名企业，选择互动新媒体的条件苛刻，要求媒体运营商拥有健全的服务网点、高效的运营系统、丰富的行业经验、成功的实战案例、良好的品牌声誉、高水平的服务团队以及系统的服务支持。而一般广告公司并不具备上述条件，因而很难得到这类客户的认同，即使达成合作也难以长久。

### **(3) 资金实力壁垒**

互动新媒体行业属于资金密集型行业。行业普遍的盈利模式为前期抢占渠道场地资源，布局数量极多的广告播放终端设备，后期通过签订广告合同回收成本，产生盈利。这就导致互动新媒体行业资金回笼周期长，资产周转效率低，对资金规模要求高。近年来，互动新媒体广告行业快速发展，越来越多的企业开始将广告资金投向互动新媒体，互动新媒体广告的需求日益增大，其成本也随之提高，资本实力已成为限制互动新媒体企业生存和发展的重要因素。对于那些资金不足或者不能得到资本继续注入的互动新媒体公司，一旦经济形势转向，风险投资减少，本土资本缩水，同时企业广告发布预算不可避免地减少，可能面临资金链断裂的严重后果。

## **2、影响行业发展的因素**

### **(1) 有利因素**

#### **1) 国民经济的稳定增长和国家交通网络建设对互动新媒体资源不断扩充**

国民经济和消费持续增长带动广告行业发展广告是一个国家与地区经济的晴雨表。我国《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》指出，未来5年，我国宏观经济将继续平稳运行，国内生产总值预计年均增长7.5%。国家仍将以扩大国内需求特别是消费需求为基本立足点，促使经济增长由主要依靠投资和出口拉动转变为投资与消费、内需与外需协调拉动。可以预见，国民经济和内需的持续增长，将有效地拉动广告业持续、快速的发展。

根据《国家“十二五”规划纲要》，国家将“加快铁路客运专线、区际干线、煤运通道建设，发展高速铁路，形成快速客运网，强化重载货运网”，“以轨道交通和高速公路为骨干，以国省干线公路为补充，推进城市群内多层次城际快速交通网络建设，建成京津冀、长江三角洲、珠江三角洲三大城市群城际交通网络，推进重点开发区域城市群的城际干线建设”，“大力发展城市公共交通系统，有序推进轻轨、地铁、有轨电车等城市轨道交通网络建设”。

在政府稳定经济增长的政策引导下，扩大投资、拉动内需等一系列措施的实施能够保障我国经济体系的持续健康运行，有利于广告行业的不断发展。国家交通网络的全方位建设将进一步丰富互动新媒体的类型和覆盖地域，对互动新媒体

资源不断扩充。

### 2) 二三线城市经济快速发展形成互动新媒体需求新的增长点

随着中国城市化进程的加快，二三线城市人口迅速增加，经济文化建设突飞猛进，消费实力也得到大幅提升，二三线城市在企业塑造品牌、扩大销售、巩固市场份额和占有率方面将起到日益重大的影响作用。从市场增速和幅度看，二三线城市的互动新媒体有着不错的市场前景，纵观近年来国家为扩大内需而颁布的一系列优惠政策，都会为企业深挖二三线城市市场提供有力的条件和保障，而且目前二三线城市还有着巨大的市场空缺，使得企业更愿意在二三线市场营销上投入发力。城市是承载互动新媒体的母体，互动新媒体的发展总是伴随在城市的形成与壮大过程中，随着二三线城市经济快速发展以及市场消费者收入的逐步提高，二三线城市将成为互动新媒体发布需求新的增长点。

### 3) 服务业的技术进步创新拓宽广告业发展空间

广告业有着技术更新快、产品生命周期短的特点，而且每一次的技术创新和科技进步都推动着广告业不断向前发展。我国广告业技术进步日新月异，新兴广告媒体如手机网站、手机报刊、IP 电视、移动数字电视、网络广播、网络电视等层出不穷，蓬勃发展，广告业的发展空间被极大拓宽。广告业持续创新不断开发出功能和性能更加完善的新媒体服务模式，以满足客户更加多样化、个性化的需求。

## (2) 不利因素

### 1) 国际资本流入，外资广告公司带来巨大冲击

自 2005 年 12 月 10 日起，我国允许设立外商独资广告公司后，广告市场全面开放，广告业市场格局发生了重大变化。外资广告公司凭借雄厚资本与专业优势通过控股、收购等各种方式快速扩张，给我国广告企业带来了较大冲击，尤其是给业务单一的中小广告公司带来了较大的生存压力。

### 2) 媒体资源价格的日益增高造成经营互动新媒体成本的日益提升

随着互动新媒体行业的不断发展，互动新媒体的需求量日益增加，因而互动新媒体的价格也随之不断增高，互动新媒体行业的采购成本在日益提升。相对于传统媒体，互动新媒体的千人成本低是互动新媒体行业的一大竞争优势，随着媒

体资源价格的增高，互动新媒体行业的价格优势被削弱，可能降低互动新媒体对企业客户的吸引力，因而降低互动新媒体的投放预算，对互动新媒体行业的发展造成不利影响。

另外，互动新媒体采购价格的增加，也降低了互动新媒体企业的利润，增加了互动新媒体企业采购的门槛，从而增加了互动新媒体企业资金运作和经营的难度，不利于互动新媒体企业的生存和发展。

### 3) 消费市场分化和社会公众及客户满意度有所下降

我国消费市场呈现进一步细分的发展趋势，大众、分众、小众、碎片化的市场杂糅。在这种情况下，传统市场研究中抽样的科学性和代表性不断被削弱，捕捉目标消费者越来越不容易，操作难度越来越高，日益需要数据库营销、精准化传播、细分化管理，这对传统的粗放型、单一型的本土广告传播模式提出了挑战。

## 3、行业风险

### (1) 经济大环境风险

国家整体经济发展速度逐步放缓导致互动新媒体投放预算可能趋于保守。中国国务院发展研究中心副主任卢中原表示，随着劳动力、土地和其他资源环境使用成本的上升，从“十二五”后期开始，中国经济增速将逐步放缓。

互动新媒体行业的发展与宏观经济状况息息相关。宏观的经济形势对国家的整体产业状况有着巨大影响，经济发展的速度一旦趋于缓慢，企业客户的资金运作能力和对媒体投放的需求量也将随之下降，企业对于互动新媒体投放的预算也随之收紧，可能导致互动新媒体行业业务和利润的减少，因而对互动新媒体行业的发展造成不利影响。

### (2) 政策风险

互动新媒体行业仍在成长期，具有高回报率，但也由此带来市场的无序性。2009年以来，场站传媒行业的高速发展，政策是重要驱动力。但随着政策的推出，行业监管的严格，都会削弱行业的高回报率，导致对该行业的投资下降。政府政策对广告行业广告内容的监管，会导致互动新媒体广告需求量减少，导致企业利润的流失。目前，国内大多数城市已出台一系列政策法规，对广告媒体的设置一般有严格的规定，汽车客运站场地资源属于行业稀缺性资源，时效性强，市

市场竞争比较激烈。随着行业的不断发展，行业主管部门会适时调整其监管重点和发展方向，如果行业政策发生重大变化将影响场站传媒服务企业的经营收益。因此，政策性调整将给公司的经营带来相关风险。

### **(3) 市场风险**

互动新媒体行业分布具有一定的区域性：目前主要集中于北京、上海、广州、深圳等经济发达地区的一线城市，并正在快速向二、三线城市辐射发展。根据中天盈信咨询服务有限公司的数据统计，目前，华北、华东、华南地区的互动新媒体投放量占全国总量的 80%左右，东北、华中、西北、西南等地区的互动新媒体投放量则仅占全国总量的 20%左右。这一区域性特征与地区经济发展程度有一定的关系，经济发达地区的城市化进程较快，机场、地铁、铁路、公交等交通运输网络较发达，居民人数较多且消费水平较高，因而互动新媒体行业的客户会集中在这一区域进行广告投放。公司现阶段的主要业务集中在上海、广州及深圳等主要的一、二线城市，这部分地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩。虽然公司具有经营模式、品牌等竞争优势，但不排除公司会受到部分地区经济波动等因素的冲击，影响公司经营。同时，随着行业的发展，市场竞争将越来越激烈，行业内企业将面临市场竞争加剧的风险。

### **(四) 公司行业竞争状况**

#### **1、行业竞争格局**

##### **(1) 广告行业的总体竞争格局**

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，行业低端市场竞争比较激烈，基本处于完全竞争状态。2012 年，我国广告经营单位数量约为 31 万户（包括广告公司、兼营广告企业），经营总额约为 4,698 亿元，广告经营单位平均经营额只有 151.55 万元。

##### **(2) 场站广告行业的竞争格局**

###### **1) 行业整体充分竞争**

一方面，由于广告的渠道范围较广（包括公交、地铁、影院、楼宇、机场、医院、卖场等），且同一类型渠道的阵地位置分属于不同的业主等原因，广告公司较难对所有的渠道资源进行整合；另一方面，不同渠道媒体的运营具有各自不

同的特点，跨领域的媒体企业在运营管理方面存在一定难度。因此，广告公司竞争充分，广告客户根据广告公司各自拥有的媒体数量及服务质量进行投放决策。

## 2) 在细分市场上集中度较高

从细分市场来看，场站广告行业较易形成市场集中度较高的局面。主观上，媒体企业自身发展需要拓展更多的媒体资源形成规模效应；客观上，具有一定规模及相关运营经验的媒体服务类公司在开拓同类型媒介资源和建立媒体网络时拥有优势，因此在细分市场上市场集中度较高。例如：从事地铁媒体的广告公司仅有德高贝登、华视传媒、百灵时代等公司；从事机场媒体的广告公司的仅有沃捷传媒、迪岸传媒、华君广告等公司。

互动新媒体市场较分散，不存在具有行业垄断地位或在各细分领域均具备绝对优势的企业。本公司在行业内处于优势地位，尤其在汽车客运站媒体领域的市场占有率居前列，公司在长三角和珠三角等城市群的高覆盖率为公司带来独特的竞争优势。国内互动新媒体广告市场中与公司业务范围相近的主要竞争对手如下：

### ①德高贝登

德高贝登于 2005 年通过收购本地著名户外媒体公司和取得新合约开始在中国的业务，现在其业务覆盖中国（含香港澳门）34 个城市，拥有包括地铁、公共汽车、机场、街道、家具和校园广告在内的多元户外媒体网络。

德高贝登在内地主要经营公交车车身媒体及部分城市地铁媒体，其在国内的机场媒体领域主要经营上海虹桥和浦东机场，近几年才开始进入青岛和成都机场。本公司目前以经营长途汽车客运站媒体为主，尚未涉足机场、公交车车身和地铁媒体，因此，德高与本公司的直接竞争较少。

### ②迪岸传媒

迪岸传媒集团业务覆盖全国 40 个重点城市，主要媒体形式包括户外大牌、传统灯箱、滚动灯箱、LED、数码海报、展览展示等形式，迪岸传媒集团目前已发展成为具有相当规模的多元化户外媒体传播机构。迪岸传媒主要经营的是全国机场的滚动式灯箱，本公司目前以经营长途汽车客运站媒体为主，尚未涉足机场、公交车车身和地铁媒体，因此，迪岸传媒与本公司的直接竞争较少。

## 2、公司竞争地位

公司作为专业的场站广告传媒服务供应商，在行业内的竞争企业主要有德高贝登、沃捷传媒、迪岸传媒等广告企业，这些广告企业依托自身的资本优势，纷纷抢占国内优质机场、地铁和公交车等媒体资源，加剧了互动新媒体行业的竞争。但由于我公司专注与汽车客运站媒体资源的开发，且在该细分领域占据极高的市场份额，因此我公司与上述公司直接竞争较少，在汽车客运站媒体资源服务供应商这一细分行业，我公司具备独特的竞争优势。同时由于政策及技术限制，目前我国互动新媒体行业市场集中度仍较低，还没有出现跨地域发展的垄断性企业，公司仍具备较大的成长空间。

## 3、竞争优势

### （1）资源优势

在互动新媒体服务中，丰富稳定的媒介资源是互动新媒体运营商成功的关键因素。中国主要城市的机场、高速路、汽车客运站等人流量集中区优势媒体资源十分有限，媒体供应商选择互动新媒体的条件通常较为苛刻，要求互动新媒体运营商具有丰富的行业经验，成功的实战案例，良好的品牌声誉，高水平的服务团队以及长期稳定合作的优质客户。而一般互动新媒体公司并不具备上述条件，因而很难得到媒体供应商的认同，甚至不能进入其参与招标的名录。本公司则与各主要城市汽车客运站建立了稳定密切的合作关系，公司的互动新媒体终端设备覆盖了全国一二线城市，为保证公司获得优质的媒介资源提供了有利条件。

### （2）产品服务优势

公司采用独有软件专利，凭借自身领先的无线技术和服务理念，依托 LCD 数字屏，实现触摸、互动、下载等一站式数字互动新感受。公司的互动式触摸屏与单一的广告终端设备相比，能更有效的提升广告的到达率及发布效果；同时通过交互功能，可及时获取市场反馈信息，有利于进行受众分析，更好的服务于广告主，具备独特的竞争优势。公司数字互动新媒体广告系统的媒体影响力及市场份额正迅速增长。公司有一支专业的产品设计、研发和服务团队，拥有实力不凡的前后期专业制作队伍，丰富的文案创意、成本控制、制作流经验，可为客户提供全方位的广告策划、投放、制作服务，赋予客户最大的附加值。

### **(3) 品牌优势**

公司以其极具经验的管理及执行团队，对媒体市场强大的跟踪查询能力、与媒体供应商良好的合作关系以及优质全方位的系统服务，在互动新媒体行业获得客户的广泛认同。公司因此与众多优质客户建立了长期稳定的合作关系，报告期内公司 80% 以上的收入来自直销客户，稳定的客户资源为公司进一步发展、扩大公司经营规模提供极有利的条件，近年来，公司收入稳定，市场占有率维持领先地位，充分体现了客户对公司产品的认可程度。

## **4、竞争劣势**

### **(1) 运营时间较短**

公司成立于 2006 年，与行业内其他领先企业相比运营时间尚短。但近几年时间里公司业务迅速增长，已成为汽车客运站媒体行业内占主导地位的媒体公司，在该领域的市场占有率居前列。

### **(2) 资金实力不足**

公司在汽车客运站媒体资源开发上取得了一定优势，有良好的发展前景，但由于资金规模有限，难以进一步扩大媒体资源的采购规模。相对于部分上市的广告企业，公司在资金实力上相对较弱的劣势更为明显。由于融资渠道单一，资金实力不足，公司业务在市场开拓和市场布局上都受到了一定限制，成为影响公司经营规模扩张的主要制约因素。

### **(3) 业务结构和技术单一**

公司专注于汽车客运站领域，在该领域做到绝对优势。但另一方面来说，公司目前业务结构也较为单一，客户集中度高，无法有效的分散经营风险。互动新媒体行业进入门槛较低，如果没有领先的技术优势，同样很难形成差异化的竞争优势。

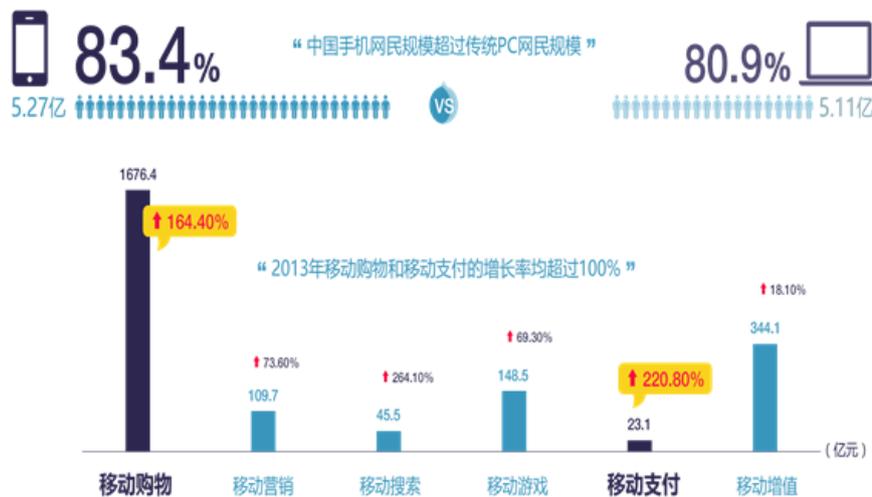
## **八、公司未来业务发展**

当前，各大场站媒体企业已经逐步完成铺设场站广告网络，互动新媒体终端触角伸向城市黄金地段。但场站广告在重点铺设的一二线城市市场已经趋近饱和，未来终端规模拉动经济规模的影响力就十分有限。公司意识到互动新媒体应

积极建立与消费者交互的渠道，更明确和消费者互动的方法，让消费者成为整个营销传播过程中的主角，方能让消费者“消化”广告信息。因此，公司未来发展方向是将传统品牌广告的单向传播转变为双向互动，同时更加重视移动互联网这一新兴媒体渠道。

### （一）线下传媒转线上传媒

当前，公路客运正面临铁路客运高速发展和私家车保有量迅速增加的两个挑战，蓝源传媒在长途客运站布局的线下传媒阵地数量也已经达到一个瓶颈位置。随着用户习惯的变化，移动支付规模迅速增加，移动购票开始成为习惯，长途客运站迫切需要建设运营自己的移动互联网平台。



（数据来源：中国互联网信息中心（CNNIC）第34次调查报告）

基于长途客运站建设自己的移动互联网平台的需求，公司与合作的长途客运站签订了6年的移动互联网平台合作协议。协议有效期内蓝源传媒负责承担微信公众号服务平台搭建、营销推广以及平台维护等全部费用，协议签订后客运企业给予蓝源传媒微信公众号移动服务平台一段时期内广告招商免费使用权。通过联合运营和收益共享的合作模式，双方实现了移动互联网商业模式下的共赢。

### 互联网+长途客运站商业模式：



### 增值服务：利用广告招商产生增值收益



## （二）移动互联网线上业务

公司子公司传驰网络是一家致力网络媒体营销服务的创新型服务公司。其主要通过微信营销、微博营销、BBS营销和新闻稿营销等方式，为客户制造口碑传播，话题造势，进而提升品牌知名度。公司业务模式包含提高品牌正面信息收录、收集潜在用户群，形成有效互动、通过活动方式进行用户落地，带动品牌市场份额提升。

### 传驰网络合作案例：



传驰网络作为新型的网络媒体营销服务商，可以与母公司形成有效互补，将进一步增加公司广告客户开发和服务能力，实现公司移动互联网线上业务的突破转型。

## 第三节 公司治理

### 一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

有限公司阶段，公司规模较小，法人治理结构不完善，公司治理曾存在一些问题，如执行董事、监事任期届满未及时换届选举；执行董事、监事未定期向股东会报告工作等问题。

股份公司成立后，公司按照《公司法》、《公司章程》等法律法规的要求成立了股东大会、董事会和监事会（以下简称“三会”），建立了规范的公司治理结构。同时制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等制度，对股东大会、董事会和监事会的权力范围、成员资格、召开、表决程序等事项进行了进一步的规定。

公司股东大会由全体股东组成，董事会设 5 名董事，监事会设 3 名监事，其中 1 名为职工代表监事，由股份公司职工大会选举产生。

截至本公开转让说明书签署日，公司共召开了 2 次股东大会、2 次董事会会议及 1 次监事会会议，制定并审议通过了“三会”议事规则《关联交易决策制度》、《防止控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》、《对外担保决策制度》以及《对外投资决策管理制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等制度，会议的召集和召开程序，决议内容没有违反《公司法》、《公司章程》等规定的情形，也没有损害股东、债权人及第三人合法利益的情况。公司三会制度的规范运行情况良好。

公司在未来的治理实践中，将严格执行相关法律法规、《公司章程》、各项内部管理制度；继续强化董事、监事、高级管理人员在公司治理和规范运作等方面的理解能力和执行能力，使其勤勉尽责，使公司规范治理更加完善。

### 二、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

#### （一）董事会对现有公司治理机制的讨论

公司依据《公司法》、《证券法》等法律法规及规范性文件的规定制定了《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》、《关联交易决策制度》、《防止控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》、《对外担保决策制度》、《对外投资决策管理制度》、《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》等内部规章制度，并于 2015 年第一次临时股东大会依据《非上市公众公司监督管理办法》、《非上市公众公司监管指引第 3 号——章程必备条款》及其他相关法律法规及规范性文件的要求制定并通过了《公司章程》。上述《公司章程》及各项内部管理制度从制度层面上保证了现有公司治理机制能为所有股东提供合适的保护，保证了股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权。

### 1、知情权

《公司章程》第三十一条第（五）项规定，公司股东有权查阅公司章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告。

### 2、参与权

《公司章程》第三十一条第（二）项规定，公司股东有权依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应得表决权；第五十二条规定，召集人将在年度股东大会召开 20 日前通知各股东，临时股东大会于会议召开 15 日前通知各股东。自股份公司设立以来，公司严格执行《公司章程》中关于股东大会的召集、通知、召开等相关规定，有效保证了公司股东行使参与权。

### 3、质询权

《公司章程》第三十一条第（三）项规定，公司股东有权对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；第六十八条规定，董事、监事、高级管理人员在股东大会上就股东的质询和建议作出解释和说明。截至本《公开转让说明书》出具之日，尚未出现股东对公司进行质询的情况。

### 4、表决权

《公司章程》第三十一条第（二）项规定，公司股东有权依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应得表决权；第七十六条规定，股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，

每一股份享有一票表决权。截至本《公开转让说明书》出具之日，公司已召开 1 次股东大会，参加会议的公司股东均依法行使了表决权。

### **5、投资者关系管理**

公司制定了《投资者关系管理制度》，对公司与投资者沟通的主要内容和方式以及责任人进行了规定。

### **6、纠纷解决机制**

《公司章程》第三十三条规定，公司股东大会、董事会决议内容违反法律、行政法规的，股东有权请求人民法院认定无效；第三十四条规定，董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者公司章程的规定，给公司造成损失的，连续 180 日以上单独或合并持有公司 1% 以上股份的股东有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行公司职务时违反法律、行政法规或者公司章程的规定，给公司造成损失的，前述股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼；第三十五条规定，董事、高级管理人员违反法律、行政法规或者公司章程的规定，损害股东利益的，股东可以向人民法院提起诉讼。第三十四条规定，监事会、董事会收到前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到请求之日起 30 日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼。他人侵犯公司合法权益，给公司造成损失的，本条第一款规定的股东可以依照前两款的规定向人民法院提起诉讼。

### **7、累积投票制**

《公司章程》第八十条规定，股东大会选举董事、监事可以采取累积投票制。

### **8、关联股东和董事回避制度**

《公司章程》第七十七条、一百零九条规定了关联股东在审议关联交易事项的回避制度及其回避表决程序。公司在《关联交易决策制度》第四章“关联交易的决策程序”中对关联董事、关联股东在审议关联交易事项的回避制度进行了明确规定。

### **9、财务管理、风险控制相关的内部管理制度**

公司建立了较为规范的财务管理制度和风险控制制度，公司制定的各项规章

制度基本涵盖了公司正常经营的全流程，能满足公司日常经营和管理的各项需求，适合公司目前的发展规模。公司财务管理制度、风险控制相关的内部管理制度较为规范、健全，在公司实际运营中，严格按照公司内部控制制度，进行公司运作。

## （二）董事会对公司治理机制执行情况的评估

公司董事会对公司治理机制执行情况进行讨论和评估后认为，公司现有的一整套公司治理制度能够有效地提高公司治理水平、提高决策科学性、保护公司及股东利益，有效地识别和控制经营中的重大风险，便于接受未来机构投资者及社会公众的监督，推动公司经营效率的提高和经营目标的实现，符合公司发展的要求。在完整性、有效性和合理性方面不存在重大缺陷，并能够严格有效的执行。股份公司成立至今，公司管理层注重公司各项管理制度的执行情况，重视加强内部控制制度的完整性及制度执行的有效性。

## 三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年内违法违规及受处罚的情况

公司最近两年不存在违法违规行为，也不存在重大诉讼、仲裁、行政处罚及未决诉讼、仲裁事项。公司出具声明，郑重承诺：公司最近两年不存在重大违法违规行为，未受到任何政府部门或有权机关、司法部门的行政处罚或刑事处罚。

公司控股股东彤悦网络、实际控制人余福康最近两年不存在违法违规行为，也不存在重大诉讼、仲裁、行政处罚及未决诉讼、仲裁事项。公司实际控制人余福康出具声明，郑重承诺：最近两年内本人没有作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项，不存在重大违法行为，不存在任何涉及刑事诉讼的情况。

## 四、公司独立情况

### （一）业务独立

公司具有独立的采购、运营、销售、财务体系，拥有完整的法人财产权，能够独立支配和使用人、财、物等生产要素，顺利组织和实施生产经营活动。公司股东在业务上与公司之间均不存在竞争关系，且公司控股股东、实际控制人及持有公司5%以上股份的股东已承诺不经营与公司可能发生同业竞争的业务。

## （二）资产独立

公司系有限公司整体变更设立，有限公司的资产和人员全部进入股份公司。整体变更后，公司依法办理相关资产和产权的变更登记，公司具备与生产经营有关的生产系统和配套设施，拥有与生产经营有关的房产、机器设备以及无形资产的所有权或使用权，具有独立的采购系统。控股股东、实际控制人不存在占用公司的资金、资产和其他资源的情况。

## （三）人员独立

公司已经按照国家有关规定建立了独立的劳动、人事和分配制度，设立了独立的人力资源管理部门，独立进行劳动、人事和工资管理。公司的董事、监事、高级管理人员均依照《公司法》及《公司章程》等有关规定产生，不存在股东超越公司董事会和股东大会作出人事任免决定的情况。公司总经理、财务负责人等高级管理人员专职在公司工作并领取报酬，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼任除董事之外其他职务及领取薪酬的情形。公司财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职的情形。

## （四）财务独立

公司设立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员并进行了适当的分工授权，拥有比较完善的财务管理制度与会计核算体系并依法独立纳税。公司已开立了独立的银行基本账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司根据生产经营需要独立作出财务决策，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形。

## （五）机构独立

公司具有健全的组织结构，已建立了三会等完备的法人治理结构。公司具有完备的内部管理制度，设有运营、销售、财务、综合管理等职能部门。公司拥有独立的生产经营和办公场所，不存在与控股股东和实际控制人混合经营、合署办公的情况。

## 五、同业竞争

### （一）同业竞争情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司与控股股东彤悦网络、实际控制人余

福康及其控制的其他企业之间不存在同业竞争情况。

## （二）避免同业竞争承诺

为了避免与公司之间的同业竞争，公司控股股东彤悦网络、实际控制人余福康出具了《避免同业竞争承诺函》，该承诺函主要内容如下：

“我们直接或间接控制的子公司、合作或联营企业和/或下属企业目前没有直接或间接地从事任何与蓝源传媒的主营业务及其它业务相同或相似的业务（以下称“竞争业务”）；

我们直接或间接控制的子公司、合作或联营企业和/或下属企业，于我们作为对蓝源传媒直接/间接拥有权益的主要股东/关联方期间，不会直接或间接地以任何方式从事竞争业务或可能构成竞争业务的业务；

我们直接或间接控制的子公司、合作或联营企业和/或下属企业，将来面临或可能取得任何与竞争业务有关的投资机会或其它商业机会，在同等条件下赋予蓝源传媒该等投资机会或商业机会之优先选择权；

自本函出具日起，本函及本函项下之承诺为不可撤销的，且持续有效，直至我们不再成为对蓝源传媒直接/间接拥有权益的主要股东/关联方及之后一年期限届满为止；

我们和/或本我们直接或间接控制的子公司、合作或联营企业和/或下属企业如违反上述任何承诺，我们将赔偿蓝源传媒及蓝源传媒其他股东因此遭受的一切经济损失，该等责任是连带责任。”

## 六、公司报告期内资金占用和对外担保情况

报告期内，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，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

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

为了防止股东及关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生，保障公司权益，公司制定和通过了《公司章程》、三会议事规则、《对外投资管理制度》、《关联交易决策制度》、《对外担保决策制度》等内部管理制度，

对关联交易、购买出售重大资产、重大对外担保等事项均进行了相应制度性规定。这些制度措施，将对关联方的行为进行合理的限制，以保证关联交易的公允性、重大事项决策程序的合法合规性，确保了公司资产安全，促进公司健康稳定发展。

## 八、董事、监事、高级管理人员对公司持续经营影响因素分析

### （一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况

姓名	任职情况	持股形式	持股数量（万股）	持股比例(%)
余福康	董事长、总经理	间接	142.82	41.85
赵卿	监事	直接	0.96	0.28
合计		-	143.78	42.13

上述董事、监事、高级管理人员持有公司的股份不存在质押、冻结或权属不清的情况。除上述持股情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其亲属未持有公司股份。

### （二）董事、监事、高级管理人员之间存在亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

### （三）公司与董事、监事、高级管理人员的相关协定、承诺及履行情况

公司与董事、监事、高级管理人员签订了《劳动合同》，除此之外，未签订重要协议或做出重要承诺。

### （四）董事、监事、高级管理人员的兼职情况

姓名	蓝源传媒任职	兼职公司	兼任职务
余福康	董事长、总经理	上海美都	董事
TAN CHIN LOKE EUGENE	董事	上海美都	董事长
		新加坡美都	董事兼首席执行官
丁正武	董事	瑞树投资	执行董事
丁正武	董事	苏州科特环保股份有限公司	董事
胡文元	董事	上海康岱生物医药技术股份有限公司	董事会秘书
CHEW HUA KOK	董事	嘉善欧罗克五金有限公司	董事

姓名	蓝源传媒任职	兼职公司	兼任职务
赵卿	监事	新加坡美都	首席执行官助理

除此，公司其他董事、监事、高级管理人员无对外兼职情况。

#### (五) 董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

姓名	蓝源传媒任职	投资控股、参股的企业或者经济组织	业务性质	持股数量 (万元、股)	持股比例
余福康	董事长、 总经理	蓝源中国	海外控股架构，无实质业务	11,446	95.50%
		新加坡美都	海外控股架构，无实质业务	38,983	17.01%
TAN CHIN LOKE EUGENE	董事	新加坡美都	海外控股架构，无实质业务	34,376	15.00%

除上述情况外，公司董事、监事、管理人员无其他对外投资。

#### (六) 董事、监事、高级管理人员的违法违规情况

公司董事、监事、高级管理人员最近两年未受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责；无因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则等受到刑事、民事、行政处罚或纪律处分的情况；无因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情形；无因对所任职（包括现任职和曾任职）公司因重大违法违规行为被处罚负有责任的情况；无个人负有较大数额债务到期未清偿的情形；无欺诈或其他不诚信行为。公司董事、监事、高级管理人员已对此作出了书面声明并签字承诺。

#### (七) 董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况

##### 1、报告期内董事变动情况

股份公司成立前，公司未设董事会，设一名执行董事，由余福康担任。2015

年 5 月 31 日，公司召开创立大会，审议通过有限公司整体改制设立股份公司以及股份公司章程等议案，并决议成立董事会，选举余福康、丁正武、胡文元、Tan Chin Loke Eugene、Chew Hua Kok 为公司第一届董事会董事。此后，公司董事未发生变动。

## **2、报告期内监事变动情况**

股份公司成立前，公司未设监事会，设监事一名，由卿建伦担任。2015 年 5 月 31 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过有限公司整体改制设立股份公司以及股份公司章程等议案，并决议成立监事会，选举赵卿、耿俊与职工监事吕敏组成股份公司第一届监事会。此后，公司监事未发生变动。

## **3、报告期内高级管理人员变动情况**

股份公司成立前，公司仅有总经理 1 名。2015 年 5 月 31 日股份公司第一届董事会第一次会议聘任余福康为总经理，聘任郭立君为财务总监、董事会秘书，聘任孟冰为副总经理。此后，公司高级管理人员未发生变动。

## 第四节 公司财务

### 一、最近两年及一期的财务会计报表

#### (一) 合并财务报表

##### 1、合并资产负债表

单位：元

资产	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
<b>流动资产：</b>			
货币资金	2,507,596.91	59,242.00	385.95
应收账款	5,593,816.54	76,000.00	1,900.00
预付款项	466,623.69		28,300.00
其他应收款	1,673.72	35,907.17	200,835.57
存货	47,760.00	58,452.00	
其他流动资产	142,908.68		339.80
<b>流动资产合计</b>	<b>8,760,379.54</b>	<b>229,601.17</b>	<b>231,761.32</b>
<b>非流动资产：</b>			
固定资产	276,566.97	632,278.59	1,753,759.78
长期待摊费用			44,333.44
递延所得税资产	82,661.13	10,613.98	21,291.49
其他非流动资产			
<b>非流动资产合计</b>	<b>359,228.10</b>	<b>642,892.57</b>	<b>1,819,384.71</b>
<b>资产总计</b>	<b>9,119,607.64</b>	<b>872,493.74</b>	<b>2,051,146.03</b>

## 合并资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
<b>流动负债：</b>			
短期借款	-	-	-
应付账款	1,699,421.35	2,769,054.10	2,574,063.32
预收款项	78,977.63	286,094.30	173,594.76
应付职工薪酬	359,448.20	75,577.09	354,850.76
应交税费	1,559,331.31	337,378.10	80,122.55
其他应付款	667,219.72	18,212,013.66	13,880,561.92
<b>流动负债合计</b>	<b>4,364,398.21</b>	<b>21,680,117.25</b>	<b>17,063,193.31</b>
<b>非流动负债：</b>			
非流动负债合计	-	-	-
<b>负债合计</b>	<b>4,364,398.21</b>	<b>21,680,117.25</b>	<b>17,063,193.31</b>
<b>所有者权益：</b>			
实收资本	3,000,000.00	600,000.00	600,000.00
资本公积	17,600,000.00	-	-
盈余公积	-	-	-
未分配利润	-15,844,790.57	-21,407,623.51	-15,612,047.28
<b>归属于母公司股东的 所有者权益合计</b>	<b>4,755,209.43</b>	<b>-20,807,623.51</b>	<b>-15,012,047.28</b>
少数股东权益	-	-	-
<b>所有者权益合计</b>	<b>4,755,209.43</b>	<b>-20,807,623.51</b>	<b>-15,012,047.28</b>
<b>负债和所有者权益总 计</b>	<b>9,119,607.64</b>	<b>872,493.74</b>	<b>2,051,146.03</b>

## 2、合并利润表

单位：元

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
一、营业收入	<b>13,459,817.70</b>	<b>4,224,108.79</b>	<b>1,687,767.07</b>
其中：主营业务收入	13,459,817.70	4,224,108.79	1,687,767.07
二、营业总成本	<b>6,141,100.16</b>	<b>9,902,633.59</b>	<b>10,606,297.20</b>
其中：营业成本	2,838,279.92	5,221,398.72	8,164,624.68
营业税金及附加	452,596.49	146,040.99	78,815.85
销售费用	532,031.92	168,458.11	570,933.16
管理费用	2,030,388.29	4,409,506.04	1,737,739.26
财务费用	-385.05	-60.21	274.64
资产减值损失	288,188.59	-42,710.06	53,909.61
三、营业利润（亏损以“—”号填列）	<b>7,318,717.54</b>	<b>-5,678,524.80</b>	<b>-8,918,530.13</b>
加：营业外收入	1,050.00	-	-
减：营业外支出	106,011.93	103,504.92	554.05
其中：非流动资产处置损失	90,009.93	-	-
四、利润总额（亏损总额以“—”号填列）	<b>7,213,755.61</b>	<b>-5,782,029.72</b>	<b>-8,919,084.18</b>
减：所得税费用	1,650,922.67	13,546.51	-12,073.52
五、净利润（净亏损以“—”号填列）	<b>5,562,832.94</b>	<b>-5,795,576.23</b>	<b>-8,907,010.66</b>
归属于母公司所有者的净利润	5,562,832.94	-5,795,576.23	-8,907,010.66
少数股东损益	-	-	-

六、其他综合收益			
七、综合收益总额	<b>5,562,832.94</b>	<b>-5,795,576.23</b>	<b>-8,907,010.66</b>
归属于母公司所有者的 综合收益总额	-	-	-
归属于少数股东的综合 收益总额	-	-	-

## 3、合并现金流量表

单位：元

项目	2015年1-4月	2014年度	2015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	7,320,547.20	253,866.05	548,423.95
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	443,911.29	483,081.01	1,712,523.86
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>7,764,458.49</b>	<b>736,947.06</b>	<b>2,260,947.81</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	3,875,713.17	150,266.61	83,478.93
支付给职工以及为职工支付的现金	801,774.06	14,622.00	7,500.00
支付的各项税费	1,773,926.16	18,123.94	36,903.51
支付其他与经营活动有关的现金	18,864,690.19	495,078.46	2,145,755.16
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>25,316,103.58</b>	<b>678,091.01</b>	<b>2,273,637.60</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-17,551,645.09</b>	<b>58,856.05</b>	<b>-12,689.79</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	-	-	-
投资支付的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	20,000,000.00	-	-
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>20,000,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

筹资活动现金流出小计	-	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	<b>20,000,000.00</b>	-	-
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	<b>2,448,354.91</b>	<b>58,856.05</b>	<b>-12,689.79</b>
加：期初现金及现金等价物余额	59,242.00	385.95	13,075.74
六、期末现金及现金等价物余额	<b>2,507,596.91</b>	<b>59,242.00</b>	<b>385.95</b>

## 4、合并股东权益变动表

## (1) 2015年1-4月合并股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	少数股东权益	股东权益合计
一、上年年末余额	600,000.00			-21,407,623.51		-20,807,623.51
加：会计政策变更						
前期差错更正						
二、本年初余额	600,000.00			-21,407,623.51		-20,807,623.51
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	2,400,000.00	17,600,000.00		5,562,832.94		25,562,832.94
（一）综合收益总额				5,562,832.94		5,562,832.94
（二）所有者投入和减少资本	2,400,000.00	17,600,000.00				20,000,000.00
（三）利润分配						
1. 提取盈余公积						
2. 提取一般风险准备						

3. 对股东的分配						
4. 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						
<b>四、本期期末余额</b>	<b>3,000,000.00</b>	<b>17,600,000.00</b>		<b>-15,844,790.57</b>		<b>4,755,209.43</b>

## (2) 2014 年合并股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	少数股东权益	股东权益合计
一、上年年末余额	600,000.00			-15,612,047.28		-15,012,047.28
加：会计政策变更						
前期差错更正						
二、本年年初余额	600,000.00			-15,612,047.28		-15,012,047.28
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）				-5,795,576.23		-5,795,576.23
（一）综合收益总额				-5,795,576.23		-5,795,576.23
（二）所有者投入和减少资本						
（三）利润分配						
1. 提取盈余公积						
2. 提取一般风险准备						
3. 对股东的分配						

4. 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						
<b>四、本期期末余额</b>	600,000.00			-21,407,623.51		-20,807,623.51

**(3) 2013 年度合并股东权益变动表**

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	少数股东权益	股东权益合计
一、上年年末余额	600,000.00			-6,705,036.62		-6,105,036.62
加：会计政策变更						
前期差错更正						
二、本年年初余额	600,000.00			-6,705,036.62		-6,105,036.62
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）				-8,907,010.66		-8,907,010.66
（一）综合收益总额				-8,907,010.66		-8,907,010.66
（二）所有者投入和减少资本						
（三）利润分配						
1. 提取盈余公积						
2. 提取一般风险准备						
3. 对股东的分配						

4. 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						
<b>四、本期期末余额</b>	600,000.00			-15,612,047.28		-15,012,047.28

## (二) 母公司财务报表

## 1、母公司资产负债表

单位：元

资产	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
<b>流动资产：</b>			
货币资金	2,384,451.25	59,242.00	385.95
应收账款	5,572,115.39	76,000.00	1,900.00
预付款项			28,300.00
其他应收款	1,198.72	35,907.17	200,835.57
存货	47,760.00	58,452.00	
其他流动资产			339.80
<b>流动资产合计</b>	<b>8,005,525.36</b>	<b>229,601.17</b>	<b>231,761.32</b>
<b>非流动资产：</b>			
长期股权投资			
固定资产	276,566.97	632,278.59	1,753,759.78
长期待摊费用			44,333.44
递延所得税资产	82,369.34	10,613.98	21,291.49
其他非流动资产			
<b>非流动资产合计</b>	<b>358,936.31</b>	<b>642,892.57</b>	<b>1,819,384.71</b>
<b>资产总计</b>	<b>8,364,461.67</b>	<b>872,493.74</b>	<b>2,051,146.03</b>

## 母公司资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
<b>流动负债：</b>			
短期借款			
应付账款	1,677,171.35	2,769,054.10	2,574,063.32
预收账款	78,977.63	286,094.30	173,594.76
应付职工薪酬	186,815.60	75,577.09	354,850.76
应交税费	1,530,756.40	337,378.10	80,122.55
其他应付款	160,000.00	18,212,013.66	13,880,561.92
<b>流动负债合计</b>	<b>3,633,720.98</b>	<b>21,680,117.25</b>	<b>17,063,193.31</b>
<b>非流动负债：</b>			
<b>非流动负债合计</b>			
<b>负债合计</b>	<b>3,633,720.98</b>	<b>21,680,117.25</b>	<b>17,063,193.31</b>
<b>所有者权益：</b>			
实收资本	3,000,000.00	600,000.00	600,000.00
资本公积	17,600,000.00		
盈余公积			
未分配利润	-15,869,259.31	-21,407,623.51	-15,612,047.28
<b>所有者权益合计</b>	<b>4,730,740.69</b>	<b>-20,807,623.51</b>	<b>-15,012,047.28</b>
<b>债和所有者权益总计</b>	<b>8,364,461.67</b>	<b>872,493.74</b>	<b>2,051,146.03</b>

## 2、母公司利润表

单位：元

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
一、营业收入	<b>11,466,053.06</b>	<b>4,224,108.79</b>	<b>1,687,767.07</b>
减：营业成本	1,537,080.87	5,221,398.72	8,164,624.68
营业税金及附加	441,724.62	146,040.99	78,815.85
销售费用	325,580.21	168,458.11	570,933.16
管理费用	1,594,621.63	4,409,506.04	1,737,739.26
财务费用	-532.01	-60.21	274.64
资产减值损失	287,021.42	-42,710.06	53,909.61
二、营业利润（亏损以“－”号填列）	<b>7,280,556.32</b>	<b>-5,678,524.80</b>	<b>-8,918,530.13</b>
加：营业外收入			
减：营业外支出	106,011.93	103,504.92	554.05
其中：非流动资产处置损失	90,009.93		
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	<b>7,174,544.39</b>	<b>-5,782,029.72</b>	<b>-8,919,084.18</b>
减：所得税费用	1,636,180.19	13,546.51	-12,073.52
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	<b>5,538,364.20</b>	<b>-5,795,576.23</b>	<b>-8,907,010.66</b>
五、其他综合收益			
六、综合收益总额	<b>5,538,364.20</b>	<b>-5,795,576.23</b>	<b>-8,907,010.66</b>

## 3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2015年1-4月	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	5,230,000.00	253,866.05	548,423.95
收到的税收返还			
收到其他与经营活动有关的现金	1,019.53	483,081.01	1,712,523.86
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>5,231,019.53</b>	<b>736,947.06</b>	<b>2,260,947.81</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	2,025,350.19	150,266.61	83,478.93
支付给职工以及为职工支付的现金	477,814.84	14,622.00	7,500.00
支付的各项税费	1,619,900.61	18,123.94	36,903.51
支付其他与经营活动有关的现金	18,782,744.64	495,078.46	2,145,755.16
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>22,905,810.28</b>	<b>678,091.01</b>	<b>2,273,637.60</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-17,674,790.75</b>	<b>58,856.05</b>	<b>-12,689.79</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
<b>投资活动现金流入小计</b>			
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金			
投资支付的现金			
<b>投资活动现金流出小计</b>			
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>			
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	20,000,000.00		
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>20,000,000.00</b>		
<b>筹资活动现金流出小计</b>			

筹资活动产生的现金流量净额	<b>20,000,000.00</b>		
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	<b>2,325,209.25</b>	<b>58,856.05</b>	<b>-12,689.79</b>
加：期初现金及现金等价物余额	59,242.00	385.95	13,075.74
六、期末现金及现金等价物余额	<b>2,384,451.25</b>	<b>59,242.00</b>	<b>385.95</b>

## 4、母公司股东权益变动表

## (1) 2015年1-4月母公司股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	600,000.00			-21,407,623.51	-20,807,623.51
加：会计政策变更					
前期差错更正					
二、本年年初余额	600,000.00			-21,407,623.51	-20,807,623.51
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	2,400,000.00	17,600,000.00		5,538,364.20	25,538,364.20
（一）综合收益总额				5,538,364.20	5,538,364.20
（二）所有者投入和减少资本	2,400,000.00	17,600,000.00			20,000,000.00
1. 所有者投入资本	2,400,000.00	17,600,000.00			20,000,000.00
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的金额					

4. 其他					
(三) 利润分配					
1. 提取盈余公积					
2. 对股东的分配					
3. 其他					
(四) 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					
<b>四、本期期末余额</b>	3,000,000.00	17,600,000.00		-15,869,259.31	4,730,740.69

## (2) 2014年度母公司股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	600,000.00			-15,612,047.28	-15,012,047.28
加：会计政策变更					
前期差错更正					
二、本年年初余额	600,000.00			-15,612,047.28	-15,012,047.28
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）				-5,795,576.23	-5,795,576.23
（一）综合收益总额				-5,795,576.23	-5,795,576.23
（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					
2. 对股东的分配					
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					
<b>四、本期期末余额</b>	<b>600,000.00</b>			<b>-21,407,623.51</b>	<b>-20,807,623.51</b>

## (3) 2013 年度母公司股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	600,000.00			-6,705,036.62	-6,105,036.62
加：会计政策变更					
前期差错更正					
二、本年年初余额	600,000.00			-6,705,036.62	-6,105,036.62
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）				-8,907,010.66	-8,907,010.66
（一）综合收益总额				-8,907,010.66	-8,907,010.66
（二）所有者投入和减少资本					
5. 所有者投入资本					
6. 其他权益工具持有者投入资本					
7. 股份支付计入所有者权益的金额					
8. 其他					

(三) 利润分配					
1. 提取盈余公积					
2. 对股东的分配					
3. 其他					
(四) 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					
<b>四、本期期末余额</b>	<b>600,000.00</b>			<b>-15,612,047.28</b>	<b>-15,012,047.28</b>

## 二、最近两年及一期财务会计报告的审计意见

### （一）最近两年及一期财务会计报告的审计意见

公司2013年、2014年及2015年1-4月的财务会计报告已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并由其出具了信会师报字（2015）第114092号标准无保留意见审计报告。

### （二）合并报表范围

报告期内，公司合并报表范围包括母公司、子公司基本情况如下：

子公司全称	子公司类型	业务性质	注册资本	持股比例(%)	纳入合并范围时间
宁波蓝源	子公司	广告设计、制作、发布	300 万元	100.00	2015.01.27- 2015.04.30

以上公司具体情况参见“第四节公司财务”之“十一、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况”。

## 三、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况和对公司利润的影响

### （一）报告期内采用的主要会计政策、会计估计

#### 1、财务报表的编制基础

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

#### 2、遵循企业会计准则的声明

公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了

报告期公司的财务状况、经营成果、现金流量等有关信息。

### 3、会计期间

自公历1月1日至12月31日止为一个会计年度。

本次申报期间为2013年1月1日至2015年4月30日。

### 4、记账本位币

采用人民币为记账本位币。

### 5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

#### (1) 同一控制下企业合并

本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量。被合并各方采用的会计政策与本公司不一致的，本公司在合并日按照本公司会计政策进行调整，在此基础上按照调整后的账面价值确认。

在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

本公司为进行企业合并而发生的各项直接相关费用，包括为进行企业合并而支付的审计费用、评估费用、法律服务费等，于发生时计入当期损益。

企业合并中发行权益性证券发生的手续费、佣金等，抵减权益性证券溢价收入，溢价收入不足冲减的，冲减留存收益。

#### (2) 非同一控制下的企业合并

本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量。公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。

本公司在购买日对合并成本进行分配，确认所取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值。

本公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后，计入当期损益。

企业合并中取得的被购买方除无形资产外的其他各项资产(不仅限于被购买方原已确认的资产),其所带来的经济利益很可能流入本公司且公允价值能够可靠计量的,单独确认并按公允价值计量;公允价值能够可靠计量的无形资产,单独确认为无形资产并按公允价值计量;取得的被购买方除或有负债以外的其他各项负债,履行有关义务很可能导致经济利益流出本公司且公允价值能够可靠计量的,单独确认并按照公允价值计量;取得的被购买方或有负债,其公允价值能可靠计量的,单独确认为负债并按照公允价值计量。

本公司在企业合并中取得的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。

非同一控制下企业合并,购买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,应当于发生时计入当期损益;购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用,应当计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

## 6、合并财务报表的编制方法

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定,所有子公司均纳入合并财务报表。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致,如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的,在编制合并财务报表时,按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司,以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。合并财务报表以本公司及子公司的财务报表为基础,根据其他有关资料,按照权益法调整对子公司的长期股权投资后,由本公司编制。

合并财务报表时抵销本公司与各子公司、各子公司相互之间发生的内部交易对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并所有者权益变动表的影响。

子公司少数股东应占的权益和损益分别在合并资产负债表中所有者权益项目下和合并利润表中净利润项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体在以前期间一直存在。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司的，则不调整合并资产负债表期初数；将子公司自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并时，对于购买日之前持有的被购买方的股权，本公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益转为购买日所属当期投资收益。

在报告期内，本公司处置子公司，则该子公司期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权时，对于处置后的剩余股权投资，本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，在丧失控制权时转为当期投资收益。

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司的可辨认净资产份额之间的差额，以及在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产份额的差额，均调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

## 7、现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

## 8、应收款项坏账准备

(1) 单项金额重大的应收款项坏账准备计提：

单项金额重大的判断依据或金额标准：50 万元（含 50 万元）。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：

如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

(2) 按组合计提坏账准备应收款项：

确定组合的依据：	按账龄组合
按组合计提坏账准备的计提方法	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(%)	其他应收款计提比(%)
1 年以内（含 1 年）	5.00	5.00
1—2 年（含 2 年）	10.00	10.00
2—3 年（含 3 年）	30.00	30.00
3 年以上	100.00	100.00

(3) 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款：

单项计提坏账准备的理由：账龄时间较长且存在客观证据表明发生了减值。

坏账准备的计提方法：根据预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

## 9、固定资产

### （1）固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：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。

### （2）各类固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供服务，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

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

各类固定资产折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
电子及办公设备	年限平均法	3	0.00	33.33

### （3）固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

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。

#### （4）融资租入固定资产的认定依据、计价方法

公司与租赁方所签订的租赁协议条款中规定了下列条件之一的，确认为融资租入资产：

- 1) 租赁期满后租赁资产的所有权归属于本公司；
- 2) 公司具有购买资产的选择权，购买价款远低于行使选择权时该资产的公允价值；
- 3) 租赁期占所租赁资产使用寿命的大部分；
- 4) 租赁开始日的最低租赁付款额现值，与该资产的公允价值不存在较大的差异。

公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费。

## 10、长期待摊费用

长期待摊费用为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包括装修费。

### （1）摊销方法

长期待摊费用在受益期内平均摊销。

## （2）摊销年限

预付经营租入固定资产的租金，按租赁合同规定的期限平均摊销；

经营租赁方式租入的固定资产改良支出，按剩余租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期限平均摊销。

融资租赁方式租入的固定资产的符合资本化条件的装修费用，按两次装修间隔期间、剩余租赁期与固定资产尚可使用年限三者中较短的期限平均摊销。

## 11、 职工薪酬

### （1）短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的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，在职工为本公司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。

职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。

### （2）离职后福利的会计处理方法

#### 1) 设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

除基本养老保险外，本公司还依据国家企业年金制度的相关政策建立了企业年金缴费制度（补充养老保险）/企业年金计划。本公司按职工工资总额的一定比例向当地社会保险机构缴费/年金计划缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。

提示：依据企业提存计划的实际情况确定企业应当披露“企业年金缴费（补充养老缴费）”还是“企业年金”

#### 2) 设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

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。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，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予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

### 3) 辞退福利的会计处理方法

本公司在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，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

## 12、收入

### (1) 商品销售收入

- ①本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- ②本公司既没有保留通常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；
- ③收入的金额能够可靠地计量；
- ④相关的经济利益很可能流入本公司；
- ⑤相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

### (2) 劳务收入

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的(同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量),采用完工百分比法确认提供劳务的收入,并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的,若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿,按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;若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿,将已经发生的劳务成本计入当期损益,不确认劳务收入。

### 13、政府补助

#### (1) 类型

政府补助,是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助,是指企业取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助,包括购买固定资产或无形资产的财政拨款、固定资产专门借款的财政贴息等。与收益相关的政府补助,是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

本公司将政府补助划分为与资产相关的具体标准为:根据相关文件规定,资金补贴对象为具体资产的,判定为与资产相关的政府补贴。

本公司将政府补助划分为与收益相关的具体标准为:根据相关文件规定,资金补贴无具体资产对象的,判定为与收益相关的政府补贴。

对于政府文件未明确规定补助对象的,本公司将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据为:根据申请文件,是否最终形成资产。

#### (2) 确认时点

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

#### (3) 会计处理

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

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

#### 14、递延所得税资产和递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的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）的其他交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

#### 15、关联方

一方控制、共同控制另一方或对另一方施加重大影响，以及两方或两方以上同受一方控制、共同控制的，构成关联方。关联方可为个人或企业。仅仅同受国家控制而不存在其他关联方关系的企业，不构成本公司的关联方。

本公司的关联方包括但不限于：

- (1) 本公司的母公司；
- (2) 本公司的子公司；
- (3) 与本公司受同一母公司控制的其他企业；
- (4) 对本公司实施共同控制的投资方；
- (5) 对本公司施加重大影响的投资方；
- (6) 本公司的合营企业，包括合营企业的子公司；
- (7) 本公司的联营企业，包括联营企业的子公司；
- (8) 本公司的主要投资者个人及与其关系密切的家庭成员；
- (9) 本公司或其母公司的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员；
- (10) 本公司的主要投资者个人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制的其他企业。

## 16、租赁

### 经营租赁会计处理

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

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

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

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

## 17、主要会计政策、会计估计的变更

### (1) 重要会计政策变更

本公司已执行财政部于 2014 年颁布的下列新的及修订的企业会计准则：

《企业会计准则—基本准则》（修订）

《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》（修订）

《企业会计准则第 9 号——职工薪酬》（修订）

《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》（修订）

《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》（修订）

《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（修订）

《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》

《企业会计准则第 40 号——合营安排》

《企业会计准则第 41 号——在其他主体中权益的披露》

本公司执行上述企业会计准则对本公司财务报表披露没有影响。

### (2) 会计估计变更

本报告期公司主要会计估计未发生变更。

## 四、报告期利润形成的有关情况

### (一) 营业收入及毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析

#### 1、营业收入的主要类别

公司所属行业为商务服务业中的广告业，公司主营业务是为客户提供公共客运站、机场的广告发布等服务，主要收入来自于广告传媒收入。

#### 2、营业收入的主要构成、变动趋势及原因

##### (1) 按业务性质分类

报告期内，公司营业收入的分类汇总情况如下：

单位：元

项目	2015年1-4月		2014年度		2013年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务收入	13,459,817.70	100.00	4,224,108.79	100.00	1,687,767.07	100.00
其他业务收入	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>13,459,817.70</b>	<b>100.00</b>	<b>4,224,108.79</b>	<b>100.00</b>	<b>1,687,767.07</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司主营业务收入系广告传媒收入，无其他业务收入。公司营业收入全部来源于主营业务收入，主营业务突出。

### (2) 收入按地区分布情况

公司的主营业务通过广告策划设计后，在全国各地的互动新媒体端同步投放，公司的业务未按分地区进行管理。

### (3) 主营业务收入变动原因

2014年，公司主营业务收入较上年增加2,536,341.72元。公司主营业务收入上升，主要原因系公司2013年、2014年处于业务投入期，随着公司LCD广告机位的铺设，获得大量订单收入。2015年1-4月，公司主营业务收入较2014年全年增加9,235,708.91元，公司主营业务进入成长期。

## 3、毛利率主要构成、变化趋势及原因

报告期内，公司的毛利率情况如下：

单位：元

2015年1-4月				
项目	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利率(%)
广告传媒	13,459,817.70	2,838,279.92	10,621,537.78	78.91
<b>合计</b>	<b>13,459,817.70</b>	<b>2,838,279.92</b>	<b>10,621,537.78</b>	<b>78.91</b>
2014年度				
项目	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利率(%)

广告传媒	4,224,108.79	5,221,398.72	-997,289.93	-23.61
<b>合计</b>	<b>4,224,108.79</b>	<b>5,221,398.72</b>	<b>-997,289.93</b>	<b>-23.61</b>

## 2013年度

项目	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利率(%)
广告传媒	1,687,767.07	8,164,624.68	-6,476,857.61	-383.75
<b>合计</b>	<b>1,687,767.07</b>	<b>8,164,624.68</b>	<b>-6,476,857.61</b>	<b>-383.75</b>

2013年、2014年和2015年1-4月，公司广告传媒收入毛利分别为-6,476,857.61元、-997,289.93元和10,621,537.78元。2013年、2014年和2015年1-4月，公司毛利率分别为-383.75%、-23.61%、78.91%。

2013年、2014年，公司主要进行自有媒体渠道布局，处于业务发展期。其营业成本主要包括用于广告发布的媒体设备折旧及相关场地租赁费用，期间业务收入随媒体网点拓展有所增加。2015年，随着公司自有媒体渠道布局完成，业务进入增长期，2015年1-4月收入较2014年全年增加9,235,708.91，增幅达218.64%，相应毛利率显著提高。

## (二) 期间费用分析

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
	金额(元)	金额(元)	金额(元)
营业收入	13,459,817.70	4,224,108.79	1,687,767.07
销售费用	532,031.92	168,458.11	570,933.16
管理费用	2,030,388.29	4,409,506.04	1,737,739.26
财务费用	-385.05	-60.21	274.64
<b>三费合计</b>	<b>2,562,035.16</b>	<b>4,577,903.94</b>	<b>2,308,947.06</b>
销售费用占营业收入比重(%)	3.95	3.99	33.83
管理费用占营业收入比重(%)	15.08	104.39	102.96

财务费用占营业收入比重 (%)	-	-	0.02%
三费占主营业务收入比重合计 (%)	<b>19.03</b>	<b>108.38</b>	<b>136.80</b>

报告期内，公司销售费用包括销售佣金、工资、社保费、监测费；管理费用主要办公费用、办公室房租、工资费用、交通费用、快递费用、折旧费用、税费、社保费等；财务费用主要包括利息收入、手续费。

2013年，公司三项期间费用合计为2,308,947.06元，占当期营业收入的比重为136.80%；2014年，公司三项期间费用合计为4,577,903.94元，占当期营业收入的比重为108.38%；2015年1-4月，公司三项期间费用合计为2,562,035.16元，占当期营业收入的比重为19.03%。报告期内，三项期间费用占当期营业收入的比例稳定下降。

报告期内，公司不存在通过预付款项、其他应收款、应付款项、其他应付款等资产负债类科目跨期确认费用的情形，不存在通过固定资产、在建工程、长期待摊费用等科目将期间费用资本化的情形。公司报告期内确认的期间费用真实、准确及完整。

## 1、销售费用

报告期内，公司销售费用明细如下：

单位：元

项 目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
销售佣金	100,000.00	40,584.00	33,000.00
工资	267,357.66	122,855.49	423,964.83
社保费	89,368.18	5,018.62	96,703.33
监测费	-	-	17,265.00
差旅费	20,510.58	-	-
业务招待费	54,475.50	-	-
合 计	<b>532,031.92</b>	<b>168,458.11</b>	<b>570,933.16</b>

2013年、2014年和2015年1-4月，公司销售费用分别为570,933.16元、

168,458.11 元和 532,031.92 元，占营业收入的比重分别为 33.83%、3.99% 和 3.95%，2015 年 1-4 月、2014 年度较 2013 年度销售费用占比逐期减少，主要原因系公司客户前期开拓阶段需要较高的费用投入，而此后的客户维系阶段费用投入占比较前期开发降低。

## 2、管理费用

报告期内，公司销售费用明细如下：

单位：元

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度	2013 年度
办公费用	986,376.66	3,285,235.93	312,805.85
办公室房租	155,500.00	64,000.00	88,566.67
工资费用	397,035.85	181,875.81	254,348.64
交通费用	4,363.00	220.00	160.00
快递费用	3,309.01	264.00	220.00
折旧费用	79.05	950.04	950.04
税费	12,126.27	289.93	2,293.70
社保费	89,810.95	18,218.29	38,910.40
业务招待费用	39,579.50	780,800.84	976,375.16
咨询费	325,000.00	-	12,636.00
福利费	2,700.00	77,651.20	50,472.80
差旅费	14,508.00	-	-
<b>合 计</b>	<b>2,030,388.29</b>	<b>4,409,506.04</b>	<b>1,737,739.26</b>

2013 年、2014 年和 2015 年 1-4 月，公司管理费用分别为 1,737,739.26 元、4,409,506.04 元和 2,030,388.29 元，占营业收入的比重分别为 102.96%、104.39% 和 15.08%。

2013 年，公司尚处于业务发展期，管理费用相对固定、营业收入规模偏小导致费用占比过高；2014 年，公司与客户存在广告业务互换业务（即客户为公司提供刊人员招聘服务换取其广告投放业务），所换取的服务费计入办公费用，

导致管理费用增长，费用占比过高；2015年1-4月，公司逐步进入业务成长期，收入大幅增长，管理费用占比趋于较低水平。

### 3、财务费用

报告期内，公司财务费用明细如下：

单位：元

类别	2015年1-4月	2014年度	2013年度
利息支出	-	-	-
减：利息收入	1,019.57	153.01	11.16
手续费	634.52	92.80	285.80
<b>合计</b>	<b>-385.05</b>	<b>-60.21</b>	<b>274.64</b>

2013年、2014年和2015年1-4月，公司财务费用分别为274.64元、-60.21元及-385.05元，主要原因系公司未取得银行借款，财务费用随着银行存款的增减而变动。

#### （三）报告期内重大投资收益情况

报告期内，公司无合并财务报表范围以外的投资收益。

#### （四）报告期非经常性损益情况

单位：元

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
<b>营业外收入</b>	<b>1,050.00</b>	-	-
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
其他	1,050.00	-	-
<b>营业外支出</b>	<b>106,011.93</b>	<b>103,504.92</b>	<b>554.05</b>
其中：非流动资产处置损失合计	90,009.93	-	-
固定资产处置损失	-	-	-
税收滞纳金	16,002.00	72.06	554.05

其他	-	103,432.86	-
小计	<b>-106,011.93</b>	<b>-103,504.92</b>	<b>-554.05</b>
所得税影响额	<b>22,502.48</b>	<b>25,858.22</b>	-
非经常性损益对利润总额的影响合计	<b>-83,509.45</b>	<b>-77,646.70</b>	<b>-554.05</b>

公司 2013 年度、2014 年度及 2015 年 1-4 月份非经常性损益占同期净利润比率为 0.01%、1.79%和-1.91%，对净利润的影响较小。

### （五）适用的主要税收政策

公司主要税种及税率列表如下：

税 种	计税依据	税率（%）		
		2015 年 1-4 月	2014 年 度	2013 年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础	3、6	3	3
营业税	按应税营业收入计缴	5	5	5
城市维护建设税	按实际缴纳的营业税、增值税及消费税计缴	7	7	7
教育费附加	按实际缴纳的营业税、增值税及消费税计缴	3	3	3
地方教育附加	按实际缴纳的营业税、增值税及消费税计缴	2	2	2
文化事业建设费	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础	3	3	3
企业所得税	按应纳税所得额计征	25	25	25

2015年6月，成都市锦江区国税局、成都市锦江区地方税局出具了的企业纳税情况证明，公司按月正常进行纳税，未因违反税务管理方面的法律、法规及规范性文件而受到行政处罚。

## 五、财务状况分析

### （一）资产的主要构成及减值准备

报告期内，公司的资产构成情况如下表所示：

单位：元

项目	2015.04.30		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
流动资产	8,760,379.54	96.06%	229,601.17	26.32%	231,761.32	11.30%
非流动资产	359,228.10	3.94%	642,892.57	73.68%	1,819,384.71	88.70%
<b>总资产</b>	<b>9,119,607.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>872,493.74</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,051,146.03</b>	<b>100.00%</b>

2013年末、2014年末和2015年4月末，公司流动资产占总资产的比例分别为11.30%、26.32%和96.06%，随着公司业务度过前期布局阶段开始大幅增长。公司作为服务型企业，非流动资产占比较小，轻资产模式逐步清晰。

#### 1、流动资产分析

单位：元

项目	2015.04.30		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
货币资金	2,507,596.91	28.62	59,242.00	25.80	385.95	0.17
应收账款	5,593,816.54	63.85	76,000.00	33.10	1,900.00	0.82
预付款项	466,623.69	5.33	-	-	28,300.00	12.21
其他应收款	1,673.72	0.02	35,907.17	15.64	200,835.57	86.66
存货	47,760.00	0.55	58,452.00	25.46	-	-
其他流动资产	142,908.68	1.63	-	-	339.80	0.15
<b>合计</b>	<b>8,760,379.54</b>	<b>100.00</b>	<b>229,601.17</b>	<b>100.00</b>	<b>231,761.32</b>	<b>100.00</b>

2013年末及2014年末，公司处于前期网点拓展阶段，未大规模开展业务，经营性资产较少。2015年4月末，公司主要流动资产为货币资金和应收账款。

**(1) 应收账款**

1) 各报告期内公司应收账款及坏账准备情况表如下:

单位: 元

账龄	2015.04.30		2014.12.31		2013.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
1年以内	5,888,227.94	294,411.40	80,000.00	4,000.00	2,000.00	100.00
<b>合计</b>	<b>5,888,227.94</b>	<b>294,411.40</b>	<b>80,000.00</b>	<b>4,000.00</b>	<b>2,000.00</b>	<b>100.00</b>

2013年末、2014年末和2015年4月末, 公司应收账款余额分别为2,000.00元, 80,000.00元和5,888,227.94元。2015年公司取得的广告发布业务收入大幅增加, 同时公司对客户的应收账款也大幅增加。

2013年末、2014年末及2015年4月底, 公司全部应收账款账龄在1年以内。本公司客户多数信用较好且与公司保持稳定的合作关系, 发生坏账的风险较小。公司自成立以来, 应收账款的回款情况良好。

2) 报告期末应收账款余额前五名债务人情况

截至2015年4月30日, 公司应收账款前五名客户情况如下:

单位: 元

单位名称	期末余额		
	应收账款	占比(%)	坏账准备
鸿星尔克	4,538,461.54	77.07	226,923.08
思念食品	1,326,923.08	22.54	66,346.15
奥美世纪	22,843.32	0.39	1,142.17
<b>合 计</b>	<b>5,888,227.94</b>	<b>100.00</b>	<b>294,411.40</b>

截至2014年12月31日, 公司应收账款前五名客户情况如下:

单位: 元

单位名称	期末余额
------	------

	应收账款	占比(%)	坏账准备
上海华捷文化传播有限公司	80,000.00	100.00	4,000.00
<b>合 计</b>	<b>80,000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>4,000.00</b>

截至2014年12月31日，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位：元

单位名称	期末余额		
	应收账款	占比(%)	坏账准备
李奥贝纳广告公司	2,000.00	100.00	100.00
<b>合 计</b>	<b>2,000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

3) 截至2015年4月30日，应收账款余额中无应收持有本公司5%（含5%）以上表决权的股东欠款情况，无应收关联方款项情况。

## (2) 预付款项

1) 报告期内，预付账款情况如下：

单位：元

账 龄	2015.04.30		2014.12.31		2013.12.31	
	账面余额	比例(%)	账面余额	比例(%)	账面余额	比例(%)
1年以内	466,623.69	100.00	-	-	28,300.00	100.00
<b>合 计</b>	<b>466,623.69</b>	<b>100.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>28,300.00</b>	<b>100.00</b>

公司预付款项主要为预付场站租赁费、房租及广告媒体投放预付费用等。2013年及2015年期末占流动资产的比例分别为12.21%、5.33%，占比较小。

截至2015年4月30日，公司账龄在1年内的预付账款占比为100%，预付账款的发生坏账的可能性较小。

2) 各报告期末预付款项余额前五名情况：

截至2015年4月30日，公司预付款项前五名情况如下：

单位：元

序号	单位名称	账面余额	账龄	占比(%)
----	------	------	----	-------

1	上海知道广告有限公司	172,083.73	1年以内	36.88
2	上海凡诚文化传播有限公司	294,539.96	1年以内	63.12
合计		<b>466,623.69</b>	-	<b>100.00</b>

截至2013年12月31日，公司预付款项前五名情况如下：

单位：元

序号	单位名称	账面余额	账龄	占比(%)
1	待摊费用(3G VPN 半年服务费)	28,300.00	1年以内	100.00
合计		<b>28,300.00</b>	-	<b>100.00</b>

3) 截至2013年12月31日，预付款项余额中无预付持有本公司5% (含5%) 以上表决权的股东欠款情况，无预付关联方款项情况。

### (3) 其他应收款

1) 报告期内，公司其他应收款及坏账准备情况表：

单位：元

账龄	2015.04.30			
	其他应收款	占比(%)	坏账计提比例(%)	坏账准备
1年以内	1,761.81	4.65	5.00	88.09
1至2年	-	-	-	-
2至3年	-	-	-	-
3年以上	36,145.00	95.35	100.00	36,145.00
合计	<b>37,906.81</b>	<b>100.00</b>	-	<b>36,233.09</b>
账龄	2014.12.31			
	其他应收款	占比	计提比例(%)	坏账准备
1年以内	36,618.07	49.24	5.00	1,830.90
1至2年	-	-	-	-
2至3年	1,600.00	2.15	30.00	480.00
3年以上	36,145.00	48.61	100.00	36,145.00
合计	<b>74,363.07</b>	<b>100.00</b>	-	<b>38,455.90</b>
账龄	2013.12.31			
	其他应收款	占比	计提比例(%)	坏账准备
1年以内	1,538.00	0.54	5.00	76.90
1至2年	1,600.00	0.56	10.00	160.00
2至3年	282,763.53	98.90	30.00	84,829.06

3年以上	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>285,901.53</b>	<b>100.00</b>	<b>-</b>	<b>85,065.96</b>

公司其他应收款主要为保证金、暂付款和备用金等。2014年末，其他应收款余额较上期末减少 211,538.46 元。2015年4月末，其他应收款余额较上年末减少 36,456.26 元。

## 2) 其他应收款按款项性质分类情况

单位：元

款项性质	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
保证金	30,000.00	30,000.00	276,618.53
暂付款	6,645.00	40,375.54	6,145.00
备用金	1,261.81	2,387.53	1,538.00
往来款	-	1,600.00	1,600.00
<b>合计</b>	<b>37,906.81</b>	<b>74,363.07</b>	<b>285,901.53</b>

## 3) 各报告期末其他应收款余额前五名情况：

截止 2015 年 4 月 30 日，期末余额前五名的其他应收款情况

单位：元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收期末余额合计数的比例(%)	期末余额坏账准备
珠海公交信禾长运股份有限公司	保证金	20,000.00	3年以上	52.76	20,000.00
桂林旅游股份有限公司琴潭汽车客运站	保证金	10,000.00	3年以上	26.38	10,000.00
上海永靖电子科技有限公司	暂付款	6,145.00	3年以上	16.21	6,145.00
黄雪梅	备用金	1,011.81	1年以内	2.67	50.59
开元会计服务有限公司大碛分公司	暂付款	500.00	1年以内	1.32	25.00

合 计	/	37,656.81		99.34	36,220.59
-----	---	-----------	--	-------	-----------

截止 2014 年 12 月 31 日，期末余额前五名的其他应收款情况

单位：元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收期末余额合计数的比例(%)	期末余额坏账准备
上海开弈人才服务有限公司	暂付款	34,230.54	1 年以内	46.03	1,711.53
珠海公交信禾长运股份有限公司	保证金	20,000.00	3 年以上	26.90	20,000.00
桂林旅游股份有限公司琴潭汽车客运站	保证金	10,000.00	3 年以上	13.45	10,000.00
上海永靖电子科技有限公司	暂付款	6,145.00	3 年以上	8.26	6,145.00
黄雪梅	备用金	2,387.53	1 年以内	3.21	119.38
合 计	/	72,763.07	/	97.85	37,975.91

截止 2013 年 12 月 31 日，期末余额前五名的其他应收款情况

单位：元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收期末余额合计数的比例(%)	期末余额坏账准备
搜候（上海）投资有限公司	保证金	169,279.89	2-3 年	59.21	50,783.97
广州市交通站场建设管理中心滘口汽车站	保证金	50,000.00	2-3 年	17.49	15,000.00
北京锦融物业管理有限公司上海第二分公司	保证金	27,338.64	2-3 年	9.56	8,201.59
珠海公交信禾长运股份有限	保证金	20,000.00	2-3 年	7.00	6,000.00

公司					
桂林旅游股份有限公司琴潭汽车客运站	保证金	10,000.00	2-3 年	3.50	3,000.00
<b>合 计</b>	<b>/</b>	<b>276,618.53</b>		<b>96.76</b>	<b>82,985.56</b>

**(4) 存货**

单位：元

项目	2015.04.30			2014.12.31			2013.12.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	47,760.00	-	47,760.00	58,452.00	-	58,452.00	-	-	-
<b>合 计</b>	<b>47,760.00</b>	<b>-</b>	<b>47,760.00</b>	<b>58,452.00</b>	<b>-</b>	<b>58,452.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

公司存货是为客户提供广告业务互换及广告业务交换的库存商品，主要包括各类消费卡等。库存商品账面价值逐年下降，主要原因系公司以库存商品进行客户营销，计入营销费用。

公司报告期存货各项目的发生、计价、核算与结转符合《企业会计准则第 1 号-存货》的相关规定。报告期末，存货履行了必要的监盘或核验程序。

**(5) 其他流动资产**

单位：元

项 目	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
预缴营业税	-	-	339.80
预缴增值税	86,611.33	-	-
预缴文化事业建设费	45,903.98	-	-
预缴城建税	6,062.80	-	-
预缴教育费附加	2,598.34	-	-
预缴地方教育费附加	1,732.23	-	-

合 计	142,908.68	-	339.80
-----	------------	---	--------

公司其他流动资产主要为预缴税费及相关附加费用。

## 2、非流动资产

单位：元

项目	2015.04.30		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
固定资产	276,566.97	76.99	632,278.59	98.35	1,753,759.78	96.39
长期待摊费用	-	-	-	-	44,333.44	2.44
递延所得税资产	82,661.13	23.01	10,613.98	1.65	21,291.49	1.17
其他非流动资产	-	-	-	-	-	-
合计	359,228.10	100.00	642,892.57	100.00	1,819,384.71	100.00

### (1) 固定资产

1) 截止2015年4月30日，公司固定资产情况如下表：

单位：元

项 目	电子及办公设备	合计
1. 账面原值		
(1) 2014.12.31	2,738,702.25	2,738,702.25
(2) 本期增加金额	-	-
—购置	-	-
—在建工程转入	-	-
—企业合并增加	-	-
(3) 本期减少金额	596,583.35	596,583.35
—处置或报废	596,583.35	596,583.35
(4) 2015.4.30	2,142,118.90	2,142,118.90

项 目	电子及办公设备	合计
2. 累计折旧		
（1）2014.12.31	2,106,423.66	2,106,423.66
（2）本期增加金额	265,701.69	265,701.69
—计提	265,701.69	265,701.69
（3）本期减少金额	506,573.42	506,573.42
—处置或报废	506,573.42	506,573.42
（4）2015.4.30	1,865,551.93	1,865,551.93
3. 减值准备		
（1）2014.12.31	-	-
（2）本期增加金额	-	-
—计提	-	-
（3）本期减少金额		
—处置或报废	-	-
（4）2015.4.30		
4. 账面价值		
（1）2015.4.30 账面价值	276,566.97	276,566.97
（2）2014.12.31 账面价值	632,278.59	632,278.59

续上表：

项 目	电子及办公设备	合计
1. 账面原值		
（1）2013.12.31	3,853,032.25	3,853,032.25
（2）本期增加金额	-	-
—购置		
（3）本期减少金额	1,114,330.00	1,114,330.00
—处置或报废	1,114,330.00	1,114,330.00

项 目	电子及办公设备	合计
(4) 2014.12.31	2,738,702.25	2,738,702.25
2. 累计折旧		
(1) 2013.12.31	2,099,272.47	2,099,272.47
(2) 本期增加金额	1,121,481.19	1,121,481.19
—计提	1,121,481.19	1,121,481.19
(3) 本期减少金额	1,114,330.00	1,114,330.00
—处置或报废	1,114,330.00	1,114,330.00
(4) 2014.12.31	2,106,423.66	2,106,423.66
3. 减值准备		
(1) 2013.12.31	-	-
(2) 本期增加金额	-	-
—计提		
(3) 本期减少金额	-	-
—处置或报废		
(4) 2014.12.31	-	-
4. 账面价值		
(1) 2014.12.31 账面价值	632,278.59	632,278.59
(2) 2013.12.31 账面价值	1,753,759.78	1,753,759.78

续上表：

项 目	电子及办公设备	合计
1. 账面原值		
(1) 2012.12.31	3,644,932.25	3,644,932.25
(2) 本期增加金额	208,100.00	208,100.00
—购置	208,100.00	208,100.00
(3) 本期减少金额	-	-

项 目	电子及办公设备	合计
—处置或报废		
（4）2013.12.31	3,853,032.25	3,853,032.25
2. 累计折旧		
（1）2012.12.31	777,158.72	777,158.72
（2）本期增加金额	1,322,113.75	1,322,113.75
—计提	1,322,113.75	1,322,113.75
（3）本期减少金额	-	-
—处置或报废	-	-
（4）2013.12.31	2,099,272.47	2,099,272.47
3. 减值准备		
（1）2012.12.31	-	-
（2）本期增加金额	-	-
—计提		
（3）本期减少金额	-	-
—处置或报废	-	-
（4）2013.12.31	-	-
4. 账面价值		
（1）2013.12.31 账面价值	1,753,759.78	1,753,759.78
（2）2012.12.31 账面价值	2,867,773.53	2,867,773.53

公司固定主要为用于广告发布的电子设备及办公设备，由于其广告发布设备主要集中于报告期前进行采购，其账面价值在报告期内逐年递减。截至2015年4月30日，公司各项固定资产使用状态良好，不存在减值迹象，未计提固定资产减值准备。

## （2）长期待摊费用

单位：元

项 目	2013.12.31	本期增加金 额	本期摊销金额	其他减少金 额	2014.12.31
中山广场装修费	44,333.44	-	44,333.44	-	-

续上表：

项 目	2012.12.31	本期增加 金额	本期摊销金额	其他减少金额	2013.12.31
中山广场装修费	88,666.72	-	44,333.28	-	44,333.44

公司长期待摊费用为租赁房屋的相关装修费用。

### (3) 递延所得税资产

#### 1) 未经抵销的递延所得税资产

单位：元

项 目	2015.04.30		2014.12.31		2013.12.31	
	可抵扣暂时 性差异	递延所得 税资产	可抵扣暂时 性差异	递延所得 税资产	可抵扣暂时 性差异	递延所得 税资产
资 产 减 值 准 备	330644.49	82661.13	42,455.90	10,613.98	85,165.96	21,291.49

#### 2) 未确认递延所得税资产明细

单位：元

项 目	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
可抵扣亏损	-	1,753,192.02	-

## (二) 负债的主要构成及其变化

报告期内，公司的负债构成情况如下表所示：

单位：元

项目	2015.04.30		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
应付账款	1,699,421.35	38.94	2,769,054.10	12.77	2,574,063.32	15.09
预收款项	78,977.63	1.81	286,094.30	1.32	173,594.76	1.02
应付职工薪酬	359,448.20	8.24	75,577.09	0.35	354,850.76	2.08
应交税费	1,559,331.31	35.73	337,378.10	1.56	80,122.55	0.47
其他应付款	667,219.72	15.29	18,212,013.66	84.00	13,880,561.92	81.35
<b>流动负债:</b>	<b>4,364,398.21</b>	<b>100.00</b>	<b>21,680,117.25</b>	<b>100.00</b>	<b>17,063,193.31</b>	<b>100.00</b>
<b>负债合计</b>	<b>4,364,398.21</b>	<b>100.00</b>	<b>21,680,117.25</b>	<b>100.00</b>	<b>17,063,193.31</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司无非流动负债，均系流动负债。

## 1、应付账款

1) 报告期内，公司应付款账及账龄情况如下：

单位：元

项目	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
费用款	1,699,421.35	622,351.85	427,361.07
设备款	-	2,146,702.25	2,146,702.25
<b>合计</b>	<b>1,699,421.35</b>	<b>2,769,054.10</b>	<b>2,574,063.32</b>

2) 账龄超过一年的重要应付账款：

单位：元

项目	2015.4.30	2014.12.31	2013.12.31
设备款	-	2,146,702.25	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>2,146,702.25</b>	<b>-</b>

报告期内，公司应付账款主要系媒体设备采购款项及费用款，其中设备款账龄为一年以上。2015年4月末公司应付账款余额较上年末下降1,069,632.75元，降

幅为38.63%；2014年末，公司应付账款余额较上年末上升194,990.78，升幅为7.58%。

(2) 各报告期末应付账款余额前五名情况：

截至2015年4月30日，应付账款余额前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占比(%)
彤悦网络技术顾问(上海)有限公司	关联方	1,037,171.08	1年以内	61.03
上海大众广告有限公司	非关联方	570,000.27	1-2年	33.54
上海凡众信息科技有限公司	非关联方	22,250.00	1年以内	1.31
传驰网络	关联方	70,000.00	1年以内	4.12
<b>合计</b>		<b>1,699,421.35</b>	<b>-</b>	<b>100.00</b>

截至2014年12月31日，应付账款余额前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占比(%)
彤悦网络技术顾问(上海)有限公司	关联方	1,938,602.25	1-2年	70.00
		208,100.00	1年以内	7.52
上海大众广告有限公司	非关联方	622,351.85	1年以内	22.48
<b>合计</b>		<b>2,769,054.10</b>	<b>-</b>	<b>100.00</b>

截至2013年12月31日，应付账款余额前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占比(%)
彤悦网络技术顾问(上海)有限公司	关联方	2,146,702.25	1年以内	83.40
上海大众广告有限公司	非关联方	369,161.07	1年以内	14.34
北京互联互通网络科技有限公司上海分公司	非关联方	58,200.00	1年以内	2.26
<b>合计</b>		<b>2,574,063.32</b>	<b>-</b>	<b>100.00</b>

## 2、预收款项

(1) 公司预收款项账龄情况如下：

单位：元

账龄 结构	2015.04.30		2014.12.31		2013.12.31	
	余额	比例(%)	余额	比例(%)	余额	比例(%)
1年以内	78,977.63	100.00	286,094.30	100.00	166,798.76	96.09
1-2年	-	-	-	-	6,796.00	3.91
合计	<b>78,977.63</b>	<b>100.00</b>	<b>286,094.30</b>	<b>100.00</b>	<b>173,594.76</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司预收款项主要系预收的广告发布费用，账龄大部分为1年以内。2015年4月末，公司预收款项较上年末下降207,116.67元，降幅72.39%；2014年末，公司预收款项较上年末增加112,499.54元，升幅64.81%。

(2) 报告期末预收款项余额前五名客户情况：

截至2015年4月30日，预收款项余额前五名客户情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占比(%)
南京中科集团股份有限公司深圳分公司	非关联方	75,040.42	1年以内	95.01
前锦网络信息技术(上海)有限公司广州分公司	非关联方	3,937.21	1年以内	4.99
合计		<b>78,977.63</b>	-	<b>100.00</b>

截至2014年12月31日，预收款项余额前五名客户情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占比(%)
南京中科集团股份有限公司	非关联方	273,480.66	1年以内	95.59
前锦网络信息技术(上海)有限公司广州分公司	非关联方	12,613.64	1年以内	4.41
合计		<b>286,094.30</b>	-	<b>100.00</b>

截至2013年12月31日，预收款项余额前五名客户情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占比(%)
崇明县旅游局	非关联方	93,537.19	1年以内	53.89
上海美都	关联方	50,000.00	1年以内	28.80
		6,796.00	1-2年	3.91
广州虹安传媒广告有限公司	非关联方	13,709.68	1年以内	7.90
前锦网络信息技术(上海)	非关联方	9,551.89	1年以内	5.50

有限公司广州分公司				
<b>合计</b>		<b>173,594.76</b>	<b>-</b>	<b>100.00</b>

(3) 报告期末，预收款项余额中无应收持有本公司 5%（含 5%）以上表决权的股东欠款情况，无预收关联方款项情况。

### 3、应付职工薪酬

#### (1) 应付职工薪酬列示

单位：元

项 目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.4.30
短期薪酬	73,146.35	982,090.15	751,754.10	303,482.40
离职后福利-设定提存计划	2,430.74	103,555.02	50,019.96	55,965.80
<b>合计</b>	<b>75,577.09</b>	<b>1,085,645.17</b>	<b>801,774.06</b>	<b>359,448.20</b>

续上表：

项 目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31
短期薪酬	341,043.34	1,114,890.37	1,382,787.36	73,146.35
离职后福利-设定提存计划	13,807.42	32,736.41	44,113.09	2,430.74
<b>合 计</b>	<b>354,850.76</b>	<b>1,147,626.78</b>	<b>1,426,900.45</b>	<b>75,577.09</b>

续上表：

项 目	2012.12.31	本期增加	本期减少	2013.12.31
短期薪酬	132,758.32	1,791,802.60	1,583,517.58	341,043.34
离职后福利-设定提存计划	8,967.57	94,674.22	89,834.37	13,807.42
<b>合 计</b>	<b>141,725.89</b>	<b>1,886,476.82</b>	<b>1,673,351.95</b>	<b>354,850.76</b>

#### (2) 短期薪酬列示

单位：元

项 目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.04.30
(1) 工资、奖金、津贴和补贴	68,642.22	884,509.52	721,098.03	232,053.71
(2) 职工福利费				
(3) 社会保险费	1,814.27	59,127.47	27,966.21	32,975.53
其中：医疗保险费	1,588.97	52,077.55	24,618.13	29,048.39

工伤保险费	63.41	2,347.94	1,122.79	1,288.56
生育保险费	161.89	4,701.98	2,225.29	2,638.58
(4) 住房公积金	2,351.00	37,216.00	2,351.00	37,216.00
(5) 工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
(6) 短期带薪缺勤	-	-	-	-
(7) 短期利润分享计划	-	-	-	-
(8) 残疾人基金	338.86	1,237.16	338.86	1,237.16
<b>合 计</b>	<b>73,146.35</b>	<b>982,090.15</b>	<b>751,754.10</b>	<b>303,482.40</b>

续上表：

项 目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31
(1) 工资、奖金、津贴和补贴	313,949.08	1,055,545.94	1,300,852.80	68,642.22
(2) 职工福利费				
(3) 社会保险费	9,813.58	21,739.33	29,738.64	1,814.27
其中：医疗保险费	8,616.78	19,054.41	26,082.22	1,588.97
工伤保险费	349.90	799.85	1,086.34	63.41
生育保险费	846.90	1,885.07	2,570.08	161.89
(4) 住房公积金	15,714.00	33,428.00	46,791.00	2,351.00
(5) 工会经费和职工教育经费				
(6) 短期带薪缺勤				
(7) 短期利润分享计划				
(8) 残疾人基金	1,566.68	4,177.10	5,404.92	338.86
<b>合 计</b>	<b>341,043.34</b>	<b>1,114,890.37</b>	<b>1,382,787.36</b>	<b>73,146.35</b>

续上表：

项 目	2012.12.31	本期增加	本期减少	2013.12.31
(1) 工资、奖金、津贴和补贴	119,825.02	1,636,141.37	1,442,017.31	313,949.08
(2) 职工福利费				
(3) 社会保险费	5,297.25	62,302.52	57,786.19	9,813.58
其中：医疗保险费	4,734.02	54,945.42	51,062.66	8,616.78
工伤保险费	176.79	2,426.42	2,253.31	349.90
生育保险费	386.44	4,930.68	4,470.22	846.90
(4) 住房公积金	6,245.00	85,212.00	75,743.00	15,714.00

(5) 工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
(6) 短期带薪缺勤	-	-	-	-
(7) 短期利润分享计划	-	-	-	-
(8) 残疾人基金	1,391.05	8,146.71	7,971.08	1,566.68
<b>合 计</b>	<b>132,758.32</b>	<b>1,791,802.60</b>	<b>1,583,517.58</b>	<b>341,043.34</b>

## (3) 设定提存计划列示

单位：元

项 目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.04.30
基本养老保险	2,187.47	96,418.92	46,681.69	51,924.70
失业保险费	243.27	7,136.10	3,338.27	4,041.10
企业年金缴费	-	-	-	-
<b>合 计</b>	<b>2,430.74</b>	<b>103,555.02</b>	<b>50,019.96</b>	<b>55,965.80</b>

续上表：

项 目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31
基本养老保险	12,715.16	29,742.27	40,269.96	2,187.47
失业保险费	1,092.26	2,994.14	3,843.13	243.27
企业年金缴费	-	-	-	-
<b>合 计</b>	<b>13,807.42</b>	<b>32,736.41</b>	<b>44,113.09</b>	<b>2,430.74</b>

续上表：

项 目	2012.12.31	本期增加	本期减少	2013.12.31
基本养老保险	8,235.58	86,982.94	82,503.36	12,715.16
失业保险费	731.99	7,691.28	7,331.01	1,092.26
企业年金缴费	-	-	-	-
<b>合 计</b>	<b>8,967.57</b>	<b>94,674.22</b>	<b>89,834.37</b>	<b>13,807.42</b>

## 4、应交税费

单位：元

税费项目	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
增值税	653,921.19	154,050.96	35,634.50

个人所得税	13,473.00	5,932.98	3,704.70
企业所得税	426,907.33	-	-
城市维护建设税	46,027.33	10,868.97	2,490.10
教育费附加	19,726.01	4,658.14	1,067.19
地方教育费附加	13,162.35	3,105.39	711.44
副调基金	8,770.42	89.17	14.98
文化事业费	377,255.04	158,672.49	36,499.64
地方水利建设基金	88.64	-	-
<b>合计</b>	<b>1,559,331.31</b>	<b>337,378.10</b>	<b>80,122.55</b>

报告期内，公司正常申报缴纳各项税费，未受到税务部门重大处罚。

## 5、其他应付款

(1) 报告期内，公司其他应付款账情况如下：

1) 按款项性质列示其他应付款：

单位：元

项目	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
往来款	498,073.72	18,212,013.66	13,826,502.90
费用款	169,146.00	-	4,059.02
保证金	-	-	50,000.00
<b>合计</b>	<b>667,219.72</b>	<b>18,212,013.66</b>	<b>13,880,561.92</b>

2) 账龄超过一年的重要的其他应付款：

单位：元

项目	2014.12.31	未偿还或结转的原因
彤悦网络	13,342,284.17	-

公司其他应付款主要系业务往来等款项。2015年4月末，公司其他应付款较上年末下降17,544,793.94元，降幅96.34%；2014年末，公司其他应付款较上年末上升4,331,451.74元，升幅31.21%。

(2) 各报告期末其他应付款余额前五名情况：

截至 2015 年 4 月 30 日，其他应付款余额前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账面余额	时间	占比（%）
彤悦网络	关联方	498,073.72	1 年以内	74.65
立信会计师事务所	非关联方	160,000.00	1 年以内	23.98
余福康	关联方	9,146.00	1 年以内	1.37
合计		<b>667,219.72</b>		<b>100.00</b>

截至 2014 年 12 月 31 日，其他应付款余额前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账面余额	时间	占比（%）
支付宝(中国)有限公司定期贷记户	非关联方	0.20	1-2 年	0.00
彤悦网络	关联方	4,869,729.29	1 年以内	26.74
		6,719,983.83	1-2 年	36.90
		5,922,056.28	2-3 年	32.52
		700,244.06	3 年以上	3.84
合计		<b>18,212,013.66</b>	-	<b>100.00</b>

截至 2013 年 12 月 31 日，其他应付款余额前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账面余额	时间	占比（%）
彤悦网络	关联方	6,719,983.83	1 年以内	48.41
		5,078,930.21	1-2 年	36.59
		2,027,588.66	2-3 年	14.61
宁波睿宣文化传媒有限公司	非关联方	50,000.00	1 年以内	0.36
上海开弈人才服务有限公司	非关联方	4,059.02	1 年以内	0.03
支付宝(中国)有限公司定期贷记户	非关联方	0.20	1 年以内	0.00
合计		<b>13,880,561.92</b>	-	<b>100.00</b>

### （三）股东权益

单位：元

项目	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
实收资本（或股本）	3,000,000.00	600,000.00	600,000.00

资本公积	17,600,000.00	-	-
盈余公积	-	-	-
未分配利润	-15,844,790.57	-21,407,623.51	-15,612,047.28
归属于母公司所有者权益合计	4,755,209.43	-20,807,623.51	-15,012,047.28
少数股东权益	-	-	-
<b>合计</b>	<b>4,755,209.43</b>	<b>-20,807,623.51</b>	<b>-15,012,047.28</b>

2014年12月21日前，公司所有者权益项下除了投资者投入的实收资本外，其他均系历年公司产生的留存收益。2015年4月30日，公司实收资本与资本公积增加系公司增资行为所致。增资投资者投入的实收资本情况详见本文“第一节 基本情况”之“五、历史沿革”。

## 六、管理层分析

### （一）盈利能力分析

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
净利润（元）	5,562,832.94	-5,795,576.23	-8,907,010.66
净资产收益率（%）	116.98	-	-
毛利率（%）	78.91	-23.61	-383.75
每股收益（元/股）	-	-	-

2013年、2014年公司处于投入期，期末净资产为负，故不进行净资产收益率的计算，2015年1-4月底公司进入稳定成长阶段，期末净资产为正，导致净资产收益率为116.98%。

2013年、2014年公司处于业务拓展期，进行自有媒体渠道拓展，营业收入较低，毛利率处于负数水平；随着公司业务进入稳定成长期，盈利能力有所提升，2015年1-4月，毛利率达78.91%，处于同行业较高水平。

同行业可比公司的传媒广告收入毛利率情况如下：

项目	2014年	2013年	2012年	2011年
----	-------	-------	-------	-------

分众传媒		-	65.54%	63.46%
人民网-广告及宣传业务	58.08%	61.30%	67.27%	61.03%
聚宝传媒	67.68%	66.31%	65.00%	-
<b>平均</b>	<b>62.88%</b>	<b>63.81%</b>	<b>65.94%</b>	<b>62.25%</b>

(数据来源: 分众传媒、人民网招股说明书及年报披露)

## (二) 偿债能力分析

项目	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
资产负债率(%) (母公司)	43.44	2,484.85	831.89
流动比率(倍)	2.01	0.01	0.01
速动比率(倍)	1.96	0.01	0.01

2013年末、2014年末和2015年4月末, 母公司资产负债率分别为831.89%、2,484.85%和43.44%。公司2013年末、2014年末资产负债率较高, 主要系由于公司其他应付款中期末应付股东款项较大所致。

2014年末、2013年末公司流动比率较低, 主要原因系此阶段公司处于业务开拓阶段, 公司资金用于投入购买广告发布的媒体设备, 相应应付账款较大导致流动比率偏低; 2015年公司随着业务拓展, 应收账款增加导致流动比率有所提升。公司由于存货较少, 速动比率与流动比率相接近。

## (三) 营运能力分析

项目	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
应收账款周转率(次)	4.75	108.45	-
存货周转率(次)	53.45	-	-

2014年和2015年1-4月, 公司应收账款周转率分别为108.45和4.75, 应收账款周转处于下降趋势。

公司存货主要系公司为客户提供广告业务所互换的商品, 存货逐年下降导致存货周转率下降。

**(四) 现金流量分析**

单位：元

项目	2015年1-4月	2014年度	2015年度
经营活动现金流入	7,764,458.49	736,947.06	2,260,947.81
经营活动现金流出	25,316,103.58	678,091.01	2,273,637.60
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-17,551,645.09</b>	<b>58,856.05</b>	<b>-12,689.79</b>
投资活动产生的现金流量净额	-	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	<b>20,000,000.00</b>	-	-
现金及现金等价物净增加额	2,448,354.91	58,856.05	-12,689.79
期初现金及现金等价物余额	59,242.00	385.95	13,075.74
期末现金及现金等价物余额	2,507,596.91	59,242.00	385.95

2015年1-4月，公司现金流量净流入主要由于公司增资扩股；2014年度公司现金及现金等价物净增加额较2013年度上升58,856.05元，2015年第一季度公司经营活动现金净流出17,551,645.09元，主要原因系收入回收现金减少，同时经营流出增加，加以人员工资增加、支付税费增加原因所致。

**七、关联方、关联方关系及关联交易****(一) 关联方和关联关系****1、关联方的认定标准**

根据《公司法》、《企业会计准则第36号—关联方披露》和中国证券监督管理委员会第40号《上市公司信息披露管理办法》，公司关联方认定标准以是否存在控制、共同控制或重大影响为前提条件，并遵循实质重于形式的原则，即判断一方有权决定一个企业的财务和经营政策，并能据以从该企业的经营活动中获取利益，及按照合同约定对某项经济活动所共有的控制，仅在与该项经济活动相关的重要财务和生产经营决策需要分享控制权的投资方一致同意时存在，或对一个企业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，均构成关联方。关联方包括关联法人和关联自然人。

## 2、关联方明细

关联方名称	与本公司的关系
余福康	通过彤悦网络直接持有蓝源传媒 41.85% 的股权，为公司实际控制人及董事长
彤悦网络	公司直接控股股东
蓝源中国	公司间接控股股东
瑞树投资	公司主要股东
新加坡美都	公司实际控制人直接或间接控制的公司
顾莘	公司主要股东
丁正武	董事
胡文元	董事
Tan Chin Loke Eugene	董事
Chew Hua Kok	董事
吕敏	监事会主席
赵卿	监事
耿俊	监事
郭立君	财务总监、董秘
孟冰	副总经理
宁波蓝源	公司子公司
传驰网络	公司子公司
上海美都	公司实际控制人参股公司
苏州科特环保股份有限公司	公司董事兼职的公司
上海康岱生物医药技术股份有限公司	公司董事兼职的公司
嘉善欧洛克五金有限公司	公司董事兼职的公司

公司的股东具体情况参见“第一节 基本情况”之“四、公司控股股东、实际控

制人及主要股东情况”。

公司的董事、监事及高级管理人员具体情况参见“第一节 基本情况”之“六、董事、监事和高级管理人员情况”。

公司的子公司具体情况参见“第四节 公司财务”之“十一、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况”。

### (1) 上海美都管理咨询有限公司

成立日期：2005 年 11 月 2 日

注册号：310000400444994

法定代表人：TAN CHIN LOKE EUGENE

注册资本：14 万美元

注册地：上海市徐汇区中山西路 2230 号 18 号楼 13 层

营业期限：2005 年 11 月 2 日至 2035 年 11 月 1 日

经营范围：投资咨询、管理咨询、商务咨询、教育管理咨询、教育信息咨询，公司内部培训。【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】

## 3、其他关联方

上述所涉及的所有关联自然人、其关系密切的家庭成员（包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶、配偶的父母、兄弟姐妹、子女配偶的父母）、以及其控制的其他企业均为公司的关联方。

### (二) 报告期的关联交易

报告期内，与关联方形悦网络的关联交易主要是场站租赁及相关广告设备的购置，我们核对了彤悦网络与相关客户的场站租赁协议和设备采购合同，与公司的采购价格一致，为平价交易。与关联方上海美都的关联交易系 2012 年签订按调研次数计量的总计 5 万元的调研合同和 2014 年签订的 5 万元的广告投放合同，价格与其他客户并无显著差异，且对公司财务状况不产生重大影响。

因此，不存在关联交易显失公允或存在其他利益安排的情况。

(1) 经常性关联交易

报告期内，采购商品及接受劳务情况

单位：元

关联方	关联交易内容	2015年1-4月	2014年度	2013年度
彤悦网络	场站租赁费用	928,301.71	3,216,779.19	2,746,348.62

(2) 偶发性关联交易

报告期内，采购商品及接受劳务情况

单位：元

关联方	关联交易内容	2015年1-4月	2014年度	2013年度
彤悦网络	设备采购	-	-	208,100.00

报告期内，出售商品及提供劳务情况

单位：元

关联方	关联交易内容	2015年1-4月	2014年度	2013年度
上海美都	广告销售	-	55,339.69	34,559.00

(2) 关联方应付款项情况

单位：元

项目名称	关联方	2015.04.30	2014.12.31	2013.12.31
应付账款	彤悦网络	1,037,171.08	2,146,702.25	2,146,702.25
预收账款	上海美都	-	-	56,796.00
其他应付款	彤悦网络	498,073.72	18,212,013.46	13,826,502.70
其他应付款	余福康	9,146.00	-	-

公司与关联方的关联交易包括场站租赁费用、设备采购、广告销售。

1、场站租赁的关联交易形成的主要原因系公司发展初期现金流情况较为紧

张，彤悦网络与主要场站签订租赁协议并与公司达成转租协议，同时由彤悦网络依据协议对外支付租赁费用，并计应收公司租赁费用。转租价格为彤悦网络与场站签订协议的价格。通过平价转租的方式，保证了关联交易价格的公允性，也公司降低了资金负担，因与主要场站的租赁协议尚未到期，该部分关联预计在未来会持续发生。公司亦会通过变更签约主体的方式，直接与场站签订租赁协议，达到降低与减少关联交易目的。

2、设备采购关联交易形成的主要原因系公司业务初期资金紧张，部分设备由彤悦网络代为采购，并转售给公司形成彤悦网络对公司关联应收款，转售公司的价格为彤悦网络采购价格。关联交易存在必要性，同时因平价转让设备，关联交易价格公允，预计未来该类关联交易不会发生。

3、广告销售关联交易形成的主要原因系关联方上海美都利用公司的广告资源进行品牌宣传及推广，公司依照正常信用政策收取广告服务费，同时关联交易价格与公司同类可比售价并无显著区别，如未来上海美都需公司提供广告服务，该部分关联交易会持续发生。

### （三）关联交易决策程序执行情况

股份有限公司整体变更前，在《公司章程》中没有就关联交易决策程序作出规定，公司的关联交易没有严格履行审批手续，决策程序不完备。

股份公司成立后，《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》对关联交易决策作出相关规定，此后公司还专门制定了《关联交易制度》，严格规范关联交易行为。

## 八、提请投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

### 公司通过资产收购传驰网络

#### 1、传驰网络公司基本情况

传驰网络成立于 2009 年 3 月 10 日，是一家致力网络媒体营销服务的创新

型服务公司。其主要通过微信营销、微博营销、BBS 营销和新闻稿营销等方式，为客户制造口碑传播，话题造势，进而提升品牌知名度。公司主要是通过崇明旅游局项目的业务合作与传驰网络达成资产收购意向，公司未来意图借助传驰网络在微信营销领域的能力，减少对场站广告屏作为投放渠道的依赖。除此业务外，公司与传驰网络不存在关联交易。

## 2、传驰网络评估情况

2015年6月，银信资产评估有限责任公司接受传驰网络委托，以2015年4月30日为评估基准日，对有限公司的整体资产价值采用资产基础法进行了评估，并出具了《四川蓝源广告传媒有限公司拟收购传驰网络技术（上海）有限公司股权所涉及的传驰网络技术（上海）有限公司股东全部权益价值评估报告》（银信评报字【2015】沪第0458号），评估结果如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率
流动资产	91.08	93.10	2.02	2.22
资产总计	91.08	93.10	2.02	2.22
流动负债	14.20	14.20	-	-
负债总计	14.20	14.20	-	-
所有者权益合计	76.88	78.89	2.02	2.61

## 3、收购价格及作价依据

传驰网络股东全部权益的市场价值评估值为78.89万元。传驰网络投资方许丹伟、张可可、金艳将各自持有的传驰网络63.1%、31.9%、5%的股权，以评估值为定价基础，作为认购蓝源传媒新增注册资本人民币41.25万元的对价。传驰网络投资方以其持有本公司股权对蓝源传媒增资完成后，分别将其持有传驰网络的股权转让给蓝源传媒。传驰网络成为蓝源传媒全资子公司。许丹伟、张可可、金艳成为蓝源传媒新增股东，分别持有蓝源传媒7.63%、3.86%、0.60%的股份。

## 4、相关决策程序

2015年6月19日，蓝源传媒召开股东大会，会议通过决议，同意公司注册资本由300万元增加至341.25万元，新增股东许丹伟、张可可及金艳以所持有的传驰网络的股权方式出资。2015年6月23日，立信会计师事务所出具【信会师报字】（2015）第21563号《验资报告》，审验确认上述增资资金已足额缴纳。

2015年6月28日，蓝源传媒就本次股权变更办理了工商变更登记手续，并换领了《企业法人营业执照》。

本次股权变更后，公司股权情况如下：

单位：万股

序号	股东姓名（名称）	出资额	出资比例（%）	出资方式
1	彤悦网络	149.55	43.82	净资产出资
2	瑞树投资	115.92	33.97	净资产出资
3	许丹伟	26.03	7.63	股权出资
4	顾苹	17.52	5.13	净资产出资
5	张可可	13.16	3.86	股权出资
6	李少娟	3.72	1.09	净资产出资
7	史君	2.85	0.84	净资产出资
8	李凤梅	2.61	0.76	净资产出资
9	陈庐怡	2.22	0.65	净资产出资
10	金艳	2.06	0.60	股权出资
11	张艳	1.44	0.42	净资产出资
12	潘昕	1.32	0.39	净资产出资
13	赵卿	0.96	0.28	净资产出资
14	王静	0.90	0.26	净资产出资
15	孙丽军	0.75	0.22	净资产出资
16	孙剑英	0.24	0.07	净资产出资
合计		341.25	100.00	-

2015年6月24日，传驰网络就本次股权变更办理了工商变更登记手续，并换领了《企业法人营业执照》。

本次股权变更后，传驰网络股权情况如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
----	------	---------	---------

1	蓝源传媒	100.00	100.00
	合计	100.00	100.00

截至本说明书出具之日，公司已完成对传驰网络的股份收购。”

## 九、报告期内资产评估情况

### （一）2015年有限公司整体变更为股份公司

2015年5月，有限公司拟整体变更设立股份公司。银信资产评估有限责任公司接受委托，以2015年4月30日为评估基准日，对有限公司的整体资产价值采用资产基础法进行了评估，并出具了《蓝源传媒股份制改制净资产公允价值评估报告》（银信资评报【2015】沪第0355号），评估结果如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率
流动资产	800.55	800.55	-	-
非流动资产	35.90	57.33	21.43	59.69
<b>资产总计</b>	<b>836.45</b>	<b>857.88</b>	<b>21.43</b>	<b>2.56</b>
流动负债	363.37	363.37	-	-
非流动负债	-	-	-	-
<b>负债总计</b>	<b>363.37</b>	<b>363.37</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>所有者权益合计</b>	<b>473.07</b>	<b>494.51</b>	<b>21.44</b>	<b>4.53</b>

本次评估仅作为有限公司变更设立股份公司的工商登记提供参考，公司未根据该评估结果调账。

## 十、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况及公开转让后的股利分配政策

### （一）报告期内股利分配政策

有限公司期间，原公司章程利润分配政策如下：公司利润分配按照《公司法》

及有关法律、法规，国务院财政主管部门的规定执行。股东会按照实缴的出资比例分取红利。

## （二）报告期内公司的股利分配情况

公司最近两年未进行股利分配。

## （三）公开转让后的股利分配政策

1、公司交纳所得税后的利润，按下列顺序分配：弥补上一年度的亏损；提取法定公积金百分之十；提取任意公积金；支付股东股利。

2、公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。提取法定公积金后，是否提取任意公积金以及提取的比例由股东大会决定。

3、公司不在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。

4、股东大会决议将公积金转为股本时，按股东原有股份比例派送新股。但法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的百分之二十五。

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

## 十一、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

报告期内，公司合并报表范围内的子公司宁波蓝源，定位于承接母公司的广告主营业务，即为客户提供场站传播的多媒体广告策划和广告投放服务，母公司逐渐转变为以控股和管理为主要职能的公司。

报告期后，公司通过资产收购获得传驰网络，公司主营业务为线上营销，即为客户提供网络传播的多媒体广告策划和广告投放服务。

### 1、宁波新蓝源广告传媒有限公司

成立日期：2015年1月27日

注册号：330206000252991

法定代表人：俞淑瑛

注册资本：300 万元人民币

注册地：北仑区梅山盐场 1 号办公楼十号 922 室

营业期限：2015 年 1 月 27 日至\*\*\*\*\*

经营范围：一般经营项目：广告的设计、制作、发布；文化艺术交流；企业形象设计、策划；市场营销策划；会务服务；展览展示服务；礼仪服务；商务礼仪咨询；图文制作；手机游戏软件开发及营销【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】

截至 2015 年 4 月 30 日公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	蓝源传媒	300.00	100.00
合计		300.00	100.00

最近两年一期的财务状况及经营成果如下：

单位：元

项目	2015. 04. 30	2014. 12. 31
资产合计	755,145.97	-
负债合计	730,677.23	-
所有者权益	24,468.74	-
项目	2015 年 1-4 月	2014 年度
营业收入	1,993,764.64	-
净利润	24,468.74	-

## 2、传驰网络技术（上海）有限公司

成立日期：2009 年 3 月 10 日

注册号：310114001940195

法定代表人：金艳

注册资本：100.00 万人民币

注册地：嘉定区南翔镇纬五路 18 号 3 幢 106 室

营业期限：2009 年 3 月 10 日至 2019 年 3 月 9 日

经营范围：从事电信技术咨询，计算机软硬件及网络系统技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，商务咨询，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），设计、制作、代理各类广告，企业营销策划，电子产品、通信设备及相关产品的销售。【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】

截至 2015 年 4 月 30 日公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	许丹伟	63.10	63.10
2	张可可	31.90	31.90
3	金艳	5.00	5.00
合计		100.00	100.00

最近两年一期的财务状况及经营成果如下：

单位：元

项目	2015. 04. 31	2014. 12. 31	2013. 12. 31
资产合计	909,798.52	1,333,928.99	963,778.41
负债合计	142,016.86	201,196.55	46,906.27
所有者权益	767,781.66	1,132,732.44	916,872.14
其中：实收资本	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
项目	2015 年 1-4 月	2014 年度	2013 年度
营业收入	862,092.74	3,891,029.56	2,865,566.49
净利润	-364,950.78	215,860.30	-839.43

## 十二、可能影响公司持续经营的风险因素

### （一）收入规模较小及客户集中度风险

2013 年度、2014 年度公司处于业务拓展期，营业收入分别为 168.78 万元、

422.41 万元，收入规模较小；2015 年 1-4 月，公司业务进入成长期，收入达到 1,345.98 万元，超过 2014 年度全年收入总和。2013 年、2014 年及 2015 年 1-4 月公司前五大客户销售额占主营业务收入的比例分别为 81.80%、87.57% 和 98.42%。且公司 2015 年一期主营业务收入主要来自于思念食品、鸿星尔克，公司存在客户集中度过高的风险。

2013 年、2014 年公司业务处于业务拓展期，相应客户数量较少且处于广告试投放阶段，2015 年公司自有媒体网络基本建成，获得原客户思念食品及新增客户鸿星尔克，签订年度投放合同，合同金额较大，导致客户集中度过高。

报告期内，公司与中思念食品、前锦网络信息技术（上海）有限公司广州分公司、鸿星尔克等客户签订的广告发布合同，情况如下：

序号	签约主体	合同对方	内容	合同期限	履行情况	合同金额 (万元)
5.	蓝源有限	鸿星尔克	广告发布	2015. 01. 01 -2015. 12. 31	正在履行	2,000.00
6.	蓝源有限	思念食品	广告发布	2015. 01. 15 -2016. 01. 14	正在履行	1,500.00
7.	蓝源有限	前锦网络信息技术（上海）有限公司广州分公司	广告发布	2013. 10 -2015. 07	正在履行	439.53
8.	宁波蓝源	奥美世纪	广告发布	2015. 03. 31 -2015. 12. 31	正在履行	24.30

鸿星尔克与思念食品属于消费品行业知名企业、前锦网络信息技术（上海）有限公司为人力资源服务行业知名企业，为广告投放客户；奥美世纪为全球知名传播集团的在华子公司，为广告代理投放商。以上客户与公司的合作方式为签订年度框架合同，确定广告投放周期、投放的区域、单个媒体投放次数及金额，客户最终通过每次投放的时间与次数与公司按月进行结算。公司与思念食品、前锦网络信息技术（上海）有限公司保持长年稳定的业务往来，具有一定的客户粘性。

同时，公司不断开发新客户，积极开拓快速消费品等相关行业的新客户市场，努力改善公司客户集中度较高的现状。随着公司自有媒体的布局完成，公

司未来获取订单数额可观，具备持续发展的能力。

## （二）互动新媒体市场竞争风险

互动新媒体已成为中国发展最快的产业之一。对宏观经济增长的依赖也表现在对区域的依赖上：互动新媒体广告投放目前主要集中于北京、上海、广州、深圳等经济发达地区的一线城市。公司现阶段的主要业务全集中在一、二线城市长途汽车客运站（上海、广州、深圳、杭州、南京、武汉等），这部分地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩。虽然公司具有经营模式、品牌等竞争优势，但不排除公司会受到竞争对手的冲击，影响公司经营业绩。

## （三）政策风险

互动新媒体由于其面向公众的特性，受政府行政调控影响较大，如构建文明城市，规范治理市容市貌等将会对行业造成影响，现阶段政策变动较为频繁。公司在开展互动新媒体广告业务的过程中已办理了相关手续及获取了相应资质和经营权利，但若未来地方政府对互动新媒体行业进行大范围政策变动和调节，进而影响到公司互动新媒体广告资源的延续，将对公司该业务的可持续经营产生较大的不利影响。

## （四）公司经营管理风险

公司变更为股份有限公司时间尚短，各项管理控制制度的执行需要经过一段时间的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐步完善。特别是公司股份申请公开转让后，对公司治理会提出更高的要求，而公司在对相关制度的执行中尚需进一步理解、熟悉，公司治理存在一定的风险。

## （五）公司业绩风险

报告期内，公司为抢占渠道场地资源布局数量极多的广告播放终端设备，进行了一些前期投入，报告期内公司由于前期业务开拓导致净资产为负，2015年1-4月份公司业绩已经大幅改善，且公司的前期布局会在未来给公司带来行业内的优势壁垒，但由于公司历史业绩波动较大，仍存在未来业绩下滑的风险。

### （六）长途客运站媒介可持续性获取的风险

公司主要以和城市长途汽车客运站的管理部门建立长期战略合作的形式获得长途客运站的媒介资源。虽然公司与长途汽车客运站签订 5 到 10 年的长期广告合同，后来者难以在短时间内进入类似场地，但不排除因外部环境发生突变或重大事件而中断合作，并且在合同到期后公司是否能持续获得与长途客运站的战略合作仍存在较大变数，如若公司在经营过程中无法持续稳定获取长途客运站的媒介资源，或购买媒介资源的成本大幅度上升，均会对公司的经营及盈利产生一定的影响。

### （七）公司净资产为负的风险

公司为在 2013 年与 2014 年为取得行业优势，抢占渠道场地资源，因布局过程中尚无成规模的收入，导致 2013 年末与 2014 年末净资产为负。虽然公司在 2015 年通过增资，归还股东借款大幅降低了负债，但公司目前仍将在互联网营销领域继续布局，未来仍存在债务大幅上的风险。

### （八）长途客运站客流量下降风险

公司目前主营业务系在长途汽车客运站为广告商系统提供多媒体广告投放业务，因此广告投放的主要受众为搭乘长途汽车的旅客。然而，近年来国家大力发展高铁及飞机等更加方便快捷的交通网络，随着国家铁路网和民用飞行路线的不断完善和扩充，并且高铁和飞机的出行成本不断降低，采用长途客运汽车出行的乘客有可能逐渐减少，公司会面临客户在长途客运站投放广告意愿降低，而导致收入下降的风险。

### （九）媒体资源价格增高风险

随着互动新媒体行业的不断发展,互动新媒体的需求量日益增加，因而互动新媒体的价格也随之不断增高，该行业的采购成本在日益提升。相对于传统媒体，互动新媒体的千人成本低是该行业的一大竞争优势，随着媒体资源价格的增高，互动新媒体行业的价格优势被削弱，可能降低互动新媒体对企业客户的吸引力，因而降低互动新媒体的投放预算，对该行业的发展造成不利影响。

另外，互动新媒体采购价格的增加，也降低了互动新媒体企业的利润，增加了互动新媒体企业采购的门槛，从而增加了互动新媒体企业资金运作和经营的难度，不利于互动新媒体企业的生存和发展。因此，公司存在媒体资源价格增高的风险。

#### （十）宏观经济下行带来的风险

互动新媒体行业的发展与宏观经济状况息息相关，宏观经济持续的下行压力，给公司带来相应的收入下滑的风险。国家宏观的经济形势对消费及广告产业状况有着巨大影响，经济发展的速度一旦趋于缓慢，首先企业客户的资金运作能力将随之下降，企业对于互动新媒体投放的预算也随之收紧，其次企业和媒体进行广告投放的需求量也将随着居民消费能力的下降而下降，以上两点可能导致互动新媒体行业业务和利润的减少，因而对互动新媒体行业的发展造成不利影响。

#### （十一）资金需要高可能导致的经营风险

公司目前主营业务系在长途汽车客运站为广告商系统提供多媒体广告投放业务，并且互动新媒体行业属于资金密集型行业。行业普遍的盈利模式为前期抢占渠道场地资源，布局数量极多的广告播放终端设备，后期通过签订广告合同回收成本，产生盈利。这就导致互动新媒体行业前期投入资金回笼周期长，对资金实力要求高。未来如果公司不能持续取得资金，则有可能在后续的竞争落后于行业对手。

#### （十二）关联交易风险

报告期内，公司与其控股股东彤悦网络存在设备采购、场站租赁的关联交易及资金往来。通过核对了彤悦网络与相关客户的场站租赁协议和设备采购合同，结果与公司的采购价格一致，为平价交易。公司与关联方上海美都的关联交易系 2012 年签订按调研次数计量的总计 5 万元的调研合同和 2014 年签订的 5 万元的广告投放合同，价格与其他客户并无显著差异，所以对公司财务状况不产生重大影响。虽然上述关联交易属于公司布局期间的阶段性安排，对公司财务状况不产生重大影响，且公司现已取得相关的经营性资产和权利，已不存在对控股

股东依赖，但彤悦网络作为公司第一大股东，未来公司仍存在与股东发生大额关联交易的风险。

### （十三）实际控制人股权稀释风险

公司实际控制人余福康先生通过彤悦网络间接持有蓝源传媒 41.85% 的股权，无直接持有股权，合计持有蓝源传媒 41.85% 的股权。因此，蓝源传媒实际控制人持股比例不足 50%，公司股权较为分散。未来公司再融资后，实际控制人股权会进一步面临稀释。如果由于股权稀释，引发公司实际控制人与核心管理人员变动，将会对公司业绩产生不利影响。

### （十四）应收账款过高风险

2013 年末，2014 年末与 2015 年 4 月 30 日，公司应收账款账面价值分别为 1,900 元，76,000 元与 5,593,816.54 元，2015 年 4 月 30 日公司应收账款较上期增加 7260.28%，2015 年 1-4 月，公司应收账款周转率为 4.75 次。虽然公司应收账款增加是业务大幅扩张的正常结果且客户均系知名品牌，但由于应收账款余额占当期销售收入比重较高，公司仍然存在因部分应收账款不能收回影响公司业绩的风险。

### （十五）应收账款集中度过高风险

截止 2015 年 4 月 30 日，公司应收账款余额全部来自鸿星尔克、思念食品与奥美世纪，其中与福建鸿星尔克体育用品有限公司的应收账款账面余额为 4,538,461.54，占应收账款合计数的比例为 77.07%。公司应收账款账面余额较大，存在应收账款集中度过高的风险。

### （十六）互联网媒体平台运营风险

报告期内，公司在互动新媒体投放业务外积极拓展互联网媒体平台媒介代理业务，如手机微信平台以及移动端广告等。虽然公司在传统互动新媒体运营方面有充分经验与丰富人才储备，为发展互联网媒体业务打下坚实基础，但互联网媒体平台对公司而言尚属新业务，公司在相关方面人才储备较少，缺少相关经验，

可能造成互联网媒体平台运营不当的风险。

### （十七）互联网媒体市场竞争风险

公司在报告期内积极开展互联网媒体平台媒介代理业务，丰富利用手机微信的移动广告资源。近几年互联网媒体快速发展，由于互联网媒体平台准入壁垒低，受众广，影响力大，互联网平台成为各广告商争相抢夺的媒体资源，竞争程度较互动新媒体相比更加激烈。公司依靠行业经验、客户资源和创新能力进入该领域，但作为互联网媒体平台的后入者，可能面临巨大的互联网媒体市场竞争风险。

### （十八）场站租赁诉讼风险

报告期内，公司存在与上海大众广告有限公司的相关诉讼情况如下上海市浦东新区人民法院（以下称“浦东法院”）于2014年11月5日作出《上海市浦东新区人民法院民事判决书》（[2014]浦民二[商]初字第1795号），浦东法院就上海大众广告有限公司诉蓝源传媒广告合同纠纷一案，判决被告蓝源传媒应于该判决生效之日起十日内支付原告上海大众阵地费用人民币452,551.49元，电费人民币66,367.50元，逾期付款违约金人民币33,432.86元，违约金人民币70,000元，驳回原告上海大众的其余诉讼请求。

浦东法院于2015年1月28日向蓝源传媒发出《执行通知书》（[2015]浦执字第2194号），责令蓝源传媒支付上海大众阵地费用人民币452,551.49元，电费人民币66,367.50元，逾期付款违约金人民币33,432.86元，违约金人民币70,000元及迟延履行期间的加倍债务利息；负担案件受理费、财产保全费人民币8,394元、申请执行费人民币4,735.28元。

蓝源传媒与上海大众于2015年2月10日达成执行和解协议，蓝源传媒自2015年3月20日起至2015年12月20日分10笔，每月分别向上海大众偿还人民币12,351.85元、2万元、2万元、2万元、7万元、9.5万元、12万元、11.5万元、10万元、5万元。如蓝源传媒未按上述方案履行，上海大众则就未履行的部分及利息向法院申请恢复执行。

根据蓝源传媒提供的网上银行电子回单，蓝源传媒于2015年4月划款52,351.58元用于偿还3月、4月和5月的款项，于6月划款2万元用于偿还5

月的款项。

## 第五节 有关声明

### 一、申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明

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：



余福康



丁正武



胡文元

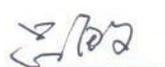


Tan Chin Loke Eugene

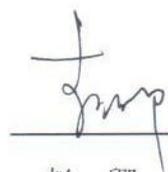


Chew Hua Kok

#### 全体监事：



吕敏



赵卿

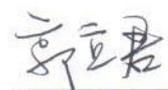


耿俊

#### 全体高级管理人员：



余福康



郭立君



孟冰

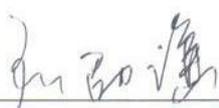
四川蓝源广告传媒股份有限公司

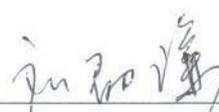
2015年7月23日

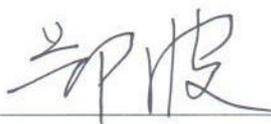


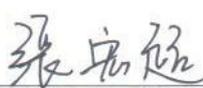
## 二、主办券商声明

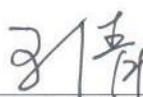
公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目负责人签字：   
刘劭谦

项目小组人员签字：   
刘劭谦

  
郑波

  
张宏超

  
王倩

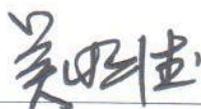
法定代表人签字：   
王常青



### 三、申请挂牌公司律师声明

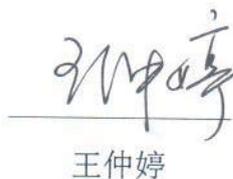
本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对挂牌公司在公开转让说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人签名：\_\_\_\_\_



吴明德

经办律师签字：\_\_\_\_\_

  
郑建军  
王仲婷

上海市锦天城律师事务所

2015年7月2日



#### 四、会计师事务所声明

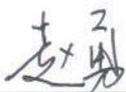
本所及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的审计报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所法定代表人签字：



朱建弟

签字注册会计师签字：



赵勇



王伟青

立信会计师事务所（特殊普通合伙）



### 五、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机构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。

资产评估机构法定代表人签字：



梅惠民

签字注册资产评估师签字：



冯占松



王艾琼

银信资产评估有限公司



2015年7月23日

## 第六节 附件

- 一、主办券商推荐报告；
- 二、财务报表及审计报告；
- 三、法律意见书；
- 四、公司章程；
- 五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见；
- 六、其他与公开转让有关的重要文件。