

上海天狐创意设计股份有限公司

TANHOO

# 公开转让说明书

主办券商

 **兴业证券股份有限公司**  
INDUSTRIAL SECURITIES CO.,LTD.

二〇一五年九月

## 声 明

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

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

全国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者投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

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

# 重大事项提示

公司特别提醒投资者注意下列风险及重大事项:

## (一) 实际控制人不当控制的风险

公司共同实际控制人胡志伟、邹倩两人合计通过直接和间接的方式持有公司股份 2,700 万股, 占公司总股本比例为 100%, 处于绝对控制地位。此外, 胡志伟先生目前担任公司董事长职务, 邹倩女士担任公司副董事长兼总经理职务, 两人在公司重大事项决策、监督、日常经营管理上均可施予重大影响。因此, 公司存在实际控制人利用其绝对控制地位对重大事项施加影响, 从而使得公司决策偏离中小股东最佳利益目标的风险。

## (二) 公司治理风险

有限公司阶段, 公司治理机制不够健全, 曾存在相关会议文件保存不完整、董事、监事任期届满未能及时改选等不规范情况。公司于 2015 年 6 月份整体变更为股份公司后, 制定了较为完备的《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》等治理制度, 建立了相对完善、健全的公司治理机制。但由于股份公司成立时间较短, 公司治理机制的有效运行仍需磨合, 故公司短期内仍可能存在治理不规范、相关内部控制制度不能有效执行的风险。

## (三) 知识产权风险

文化创意行业是知识密集型行业, 是依托于个人的才华以及对基础产品的理解衍生而来的行业, 因此, 个人创意乃是整个企业的技术核心, 创意应该是独一无二的, 但一个好的创意生成之后, 极易容易被模仿、被山寨, 如果创意被剽窃之后, 将形成同质化竞争, 由此将引发一系列不良后果。

## (四) 市场竞争风险

公司所处的文化创意行业面临激烈的市场竞争。根据国家统计局数据显示, 2008 年至 2012 年期间, 文化创意机构数量从 46 万家增加至 66 万多家公司, 多为小型与微型企业为主的经营形态。虽然行业进入壁垒高, 但该行业的企业数量没有停下增长的脚步, 行业企业总体呈现“小、散、乱”的状态, 这将导致行业整体竞争日趋激烈。如果公司未能持续保持自己的核心竞争优势, 积极适应市场变化, 将无法有效维护自身现有的市场地位及竞争优势, 进而存在导致公司经营业绩下降的风险。公司独特的商业模式可能被模仿, 甚至被新的竞争者超越。

### （五）人员流失风险

文化创意行业是典型的知识密集型、智慧密集型行业，设计人员的专业素质是制约文化创意产业发展的直接因素，是衡量公司市场竞争力的关键因素之一。公司经过多年的探索和积累，培养了一支经验丰富的高素质管理设计团队。随着业务规模的不断扩大，公司对行业内初、中、高级人才的需求也日益迫切，公司能否有效吸纳人才，是公司日后能否顺利开展业务并保持市场竞争力的重要因素。作为一家处于成长期的企业，面对巨大的市场机会，企业的快速发展需要能够与之匹配的人才团队，对团队的稳定性、专业性、开拓性、快速学习等方面提出了更高的要求。在未来的发展中，公司可能会面对相关的团队适应性风险，如果出现核心人员离职，将给公司未来运营带来较大风险。

### （六）客户依赖的风险

2015年1-3月、2014年度和2013年度前五名客户的销售金额分别占当期营业收入的97.38%、86.25%和93.39%，客户主要集中于汽车领域，集中度较高，公司对该类型客户依赖性较强。上海上汽大众汽车销售有限公司、长安福特汽车有限公司作为公司主要客户，其对供应商的甄选较为严格，如果未来上海上汽大众汽车销售有限公司、长安福特汽车有限公司准入制度发生变化，公司不能与其继续保持稳定合作且无法成功开拓其他市场，将对公司的经营发展产生重大不利影响。

### （七）产品质量风险

公司通过为品牌客户提供衍生品设计、研发、销售获取相应收益。由于文化创意品是智能化、知识化的高附加值产品，公司将高附加值的环节作为公司的主营业务，低附加值的生产部分外包。公司在供应商的审核方面建立了严格的管理制度，对于供应商审核，公司要求在整个产品线都必须实施产品层次的供应商审核，对于主营产品或者买断经销产品，则必须对供应商进行生产过程层次以上的审核，因此确保了公司产品质量及交货期。但如果供应商有较大的变化，产品质量控制可能出现重大问题或交货期发生重大延误，将会对公司正常生产经营活动产生一定的不利影响。

### （八）所得税优惠政策变化的风险

根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例的相关规定，公司作为高新技术企业，可按15%的税率征收企业所得税。2012年11月18日，公司经上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局、上海市地方税务局共

同批准为高新技术企业，有效期为三年，即有效期至 2015 年 11 月 18 日。2013 年度、2014 年度的企业所得税税率为 15%。截至本公开转让说明书签署之日，公司正在按照相关要求办理高新技术企业复审工作。

如果《高新技术企业证书》到期后，公司不能被继续认定为高新技术企业或相应的税收优惠政策发生变化，公司将不再享受相关税收优惠，将按 25% 的税率征收所得税。因此，由上述所得税优惠政策变化导致的所得税税率的提高将对公司经营业绩产生一定影响。

# 目录

声 明.....	1
重大事项提示 .....	2
目 录.....	5
释 义.....	7
<b>第一节 基本情况 .....</b>	<b>9</b>
一、公司基本情况 .....	9
二、股票挂牌情况 .....	10
三、公司的股权结构 .....	11
四、公司董事、监事及高级管理人员 .....	17
五、公司主要会计数据和财务指标 .....	20
六、与本次挂牌有关的机构 .....	20
<b>第二节 公司业务 .....</b>	<b>23</b>
一、公司主营业务及主要产品 .....	23
二、公司内部组织结构、主要业务流程及方式 .....	29
三、与公司业务相关的关键资源要素 .....	31
四、业务相关情况介绍 .....	42
五、公司商业模式 .....	48
六、公司所处行业情况 .....	51
<b>第三节 公司治理 .....</b>	<b>71</b>
一、公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况 .....	71
二、公司董事会关于公司治理机制执行情况的说明 .....	72
三、公司及控股股东、实际控制人最近二年存在的违法违规及受处罚情况 ...	74
四、公司的独立性情况 .....	74
五、同业竞争情况 .....	75
六、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金，或者公司为控 股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况说明 .....	76
七、董事、监事及高级管理人员对公司持续经营有不利影响的情况 .....	78
八、董事、监事及高级管理人员近两年变动情况 .....	79
<b>第四节 公司财务 .....</b>	<b>81</b>
一、最近两年一期的资产负债表、利润表、现金流量表和所有者权益变动表	81
二、最近两年一期财务会计报告的审计意见 .....	100
三、报告期内的会计政策、会计估计及其变更情况 .....	100
四、最近两年一期的主要财务指标 .....	116
五、报告期主要会计数据 .....	120
六、关联方、关联方关系及交易 .....	149
七、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 .....	154

八、报告期内资产评估情况 .....	154
九、股利分配政策和历年分配情况 .....	155
十、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况 .....	156
十一、未来规划 .....	157
十二、风险因素 .....	161
<b>第五节 有关声明 .....</b>	<b>164</b>
一、本公司全体董事、监事、高级管理人员声明 .....	164
二、主办券商声明 .....	165
三、律师声明 .....	166
四、审计机构声明 .....	167
五、评估机构声明 .....	168
<b>第六节 附件 .....</b>	<b>169</b>
一、备查文件 .....	169
二、信息披露平台 .....	169

## 释 义

在本公开转让说明书中，除非另有所指，下列简称具有如下含义：

公司、本公司、股份公司、天狐股份、天狐创意	指	上海天狐创意设计股份有限公司
天狐有限	指	上海天狐创意设计有限公司，股份公司前身
设享网络	指	上海设享网络科技有限公司，公司的控股子公司
永堂投资	指	上海永堂投资管理中心（有限合伙）
天狐礼品	指	上海天狐礼品制作有限公司
瑞安房地产	指	上海瑞安房地产发展管理有限公司
莱甘地	指	莱甘地（上海）国际食品进出口有限公司
莱甘地餐饮		上海莱甘地餐饮管理有限公司
倩影化妆品	指	上海倩影化妆品有限公司
天和超市	指	上海天和超市配销有限公司
复维信息	指	上海复维信息科技有限公司
天狐国际	指	天狐国际品牌衍生品有限公司（China Tanhoo International Brands Accessories Inc.）
设享网	指	设享网络运营的品牌文化衍生品垂直电商平台
股东大会、董事会、监事会	指	股份公司股东大会、董事会、监事会
股东会	指	天狐有限股东会
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》
高级管理人员	指	公司总经理、财务总监以及董事会秘书
《公司法》	指	现行有效的《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	现行有效的《中华人民共和国证券法》
《公司章程》、《章程》	指	公司现行有效的《上海天狐创意设计股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《上海天狐创意设计股份有限公司章程（草案）》，该章程自公司股票于全国中小企业股份转让系统挂牌之日起实施
《管理办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
主办券商、兴业证券	指	兴业证券股份有限公司
立信、申报会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
广发、律师	指	上海广发律师事务所
全国股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上海市工商局	指	上海市工商行政管理局
杨浦工商局	指	原上海市工商局杨浦区分局，现为杨浦区市场监督管理局
本次挂牌、公开转让	指	公司股票在全国股份转让系统挂牌并进行公开转让的行为
本说明书、本公开转让说明书	指	上海天狐创意设计股份有限公司公开转让说明书
元、万元	指	人民币元、万元
品牌文化衍生品	指	将品牌文化和产品有机结合所形成的周边产品，具有新

		媒体的属性,可以有效传播品牌的价值观,同时具有独立的盈利性
互联网+	指	将互联网与传统行业相结合,促进各行各业产业发展

注:本公开转让说明书中若出现合计数与各单项数值之和尾数不符的情况,均为四舍五入所致。

# 第一节 基本情况

## 一、公司基本情况

公司名称：上海天狐创意设计股份有限公司

法定代表人：邹倩

有限公司成立日期：2009年8月25日

股份公司成立日期：2015年6月10日

注册资本：2,700万元人民币

住所：上海市杨浦区淞沪路290号407室

邮编：200433

经营范围：品牌文化衍生产品的设计开发与销售，创意设计服务，企业形象策划，市场营销策划，会务服务，展览展示服务，企业管理咨询，室内装饰装修设计，工业产品设计；日用百货、宾馆用品、汽车用品、办公用品、工艺美术品、建材、家用电器、机电设备的销售；建筑装修装饰建设工程专业施工；从事货物与技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】。

所属行业：按照中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司属于科学研究和技术服务业（M）中的专业技术服务业（M74）。根据中国《国民经济行业分类》国家标准（GB/4754-2011），公司所处行业为“M74专业技术服务业”下的“M7491专业化设计服务”。根据全国中小企业股份转让系统《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业为“M74专业技术服务业”下的“M7491专业化设计服务”。

主营业务：公司是一家致力于品牌文化衍生品研发设计、产品实现与销售推广的文化创意企业。

电话：86-21-33810880

传真：86-21-33810880-106

电子邮箱：info@tanhoo.cn

互联网网址：<http://www.tanhoo.cn>

信息披露负责人：刘守珍

组织机构代码：69299122-X

## 二、股票挂牌情况

### (一) 股票挂牌概况

股票代码：

股票简称：天狐创意

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00元

股票总量：2,700万股

转让方式：协议转让

挂牌日期： 年 月 日

### (二) 股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

《公司法》第一百四十二条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员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作出其他限制性规定。”

《业务规则》第 2.8 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人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份进行过转让的，该股份的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

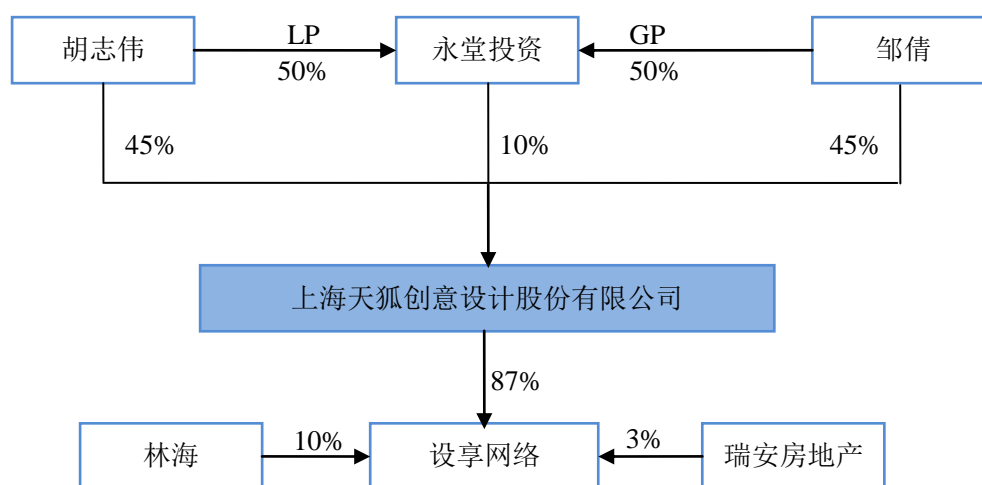
《公司章程（草案）》第二十六条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

除上述股份锁定的规定外，公司股东对其所持股份未作出其他自愿锁定的承诺。截至公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌之日，股份公司成立未满一年，无可公开转让的股份。

序号	股东姓名（名称）	股份数量（股）	持股比例（%）	可转让股份数量（股）
1	邹倩	12,150,000	45.00	-
2	胡志伟	12,150,000	45.00	-
3	永堂投资	2,700,000	10.00	-
	合计	27,000,000	100.00	-

### 三、公司的股权结构

#### （一）股权结构图



#### （二）控股股东和实际控制人的基本情况

截至本公开转让说明书签署之日，胡志伟、邹倩分别直接持有公司45%股份，并通过永堂投资分别间接持有公司5%股份。邹倩、胡志伟两人于2015年5月20日签署《一致行动协议》，约定就公司任何重要事项的决策，两人始终保持意见一致，并将该等意见一致体现为在公司召开审议相关事项的董事会、股东会（股东大会）会议时，双方作为董事或股东所投的“同意票”、“反对票”或“弃权票”

保持一致。故，胡志伟、邹倩为公司的控股股东和实际控制人，其两人基本情况如下：

胡志伟，男，1963年3月出生，中国国籍，身份证号：230103196303XXXX32，拥有加拿大永久居留权，毕业于复旦大学，硕士研究生学历。1992年1月至1999年12月期间，就职于哈尔滨量具刃具股份有限公司上海分公司，先后担任业务经理、副总经理、总经理等职务；2000年1月至2010年4月，担任上海天和超市配销有限公司执行董事兼总经理；2002年3月至2011年10月，担任上海天狐礼品制作有限公司监事；2009年8月至2015年1月期间，担任天狐有限总经理职务；2015年2月至2015年5月，担任天狐有限董事长职务。目前担任股份公司董事长，任期自2015年6月2日至2018年6月1日。

邹倩，女，1974年6月出生，中国国籍，身份证号：510322197406XXXX42，拥有加拿大永久居留权，高中学历。1995年11月至2002年2月期间，担任上海倩影化妆品有限公司执行董事职务；2002年3月至2011年10月，担任上海天狐礼品制作有限公司执行董事职务；2009年8月至2015年1月期间，担任天狐有限执行董事职务；2015年2月至2015年5月，担任天狐有限总经理职务；目前担任股份公司副董事长兼总经理，其中副董事长任期自2015年6月2日至2018年6月1日。

报告期内，邹倩、胡志伟两人直接或间接持有的公司股份（股权）合计一直为100%，且两人在公司所有重大事项决策上均保持一致，最近两年内，公司的控股股东、实际控制人均为胡志伟、邹倩两人，未发生变化。

### （三）前十名股东及持有5%以上股份股东的情况

序号	股东姓名 (名称)	股东性质	股份数量 (股)	持股比例 (%)	出资方式	股份质押 情况
1	胡志伟	境内自然人	12,150,000	45.00	净资产折股	无
2	邹倩	境内自然人	12,150,000	45.00	净资产折股	无
3	永堂投资	境内非法人企业	2,700,000	10.00	净资产折股	无
合 计			27,000,000	100.00	-	-

#### 1、胡志伟

胡志伟持有公司股份12,150,000股，占公司总股本比例为45%。胡志伟简历见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“三（二）控股股东及实际控制人基本情况”。

#### 2、邹倩

邹倩持有公司股份12,150,000股，占公司总股本比例为45%。邹倩简历见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“三（二）控股股东及实际控制人基本情况”

### 3、永堂投资

永堂投资持有公司股份2,700,000股，占公司总股本比例为10%，永堂投资基本情况如下：

永堂投资由邹倩、胡志伟于2015年3月11日共同出资在上海市宝山区市场监督管理局登记注册的有限合伙企业，主要经营场所为上海市宝山区河曲路118号6974室；执行事务合伙人为邹倩；合伙期限为2015年3月11日至2035年3月10日；经营范围为：资产管理；投资管理；财务咨询（不得从事代理记账）。截至本公开转让说明书签署之日，永堂投资的合伙人出资情况如下：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（元）	出资比例（%）	合伙人类别
1	邹倩	750,000	50	普通合伙人
2	胡志伟	750,000	50	有限合伙人
合计		<b>1,500,000</b>	<b>100</b>	—

#### （四）公司股东之间的关联关系

公司股东中，邹倩、胡志伟为一致行动人，构成关联关系。此外，永堂投资系实际控制人邹倩、胡志伟共同出资的有限合伙企业，两人分别各占 50% 合伙份额，其中邹倩为普通合伙人，并担任执行事务合伙人。

#### （五）公司股本形成及变化

##### 1、2009 年 8 月天狐有限成立

天狐有限于 2009 年 8 月 25 日由自然人邹倩、胡志伟共同出资并于杨浦区工商局登记注册成立，其成立时，注册资本为 100 万元，其中邹倩认缴 60 万元，胡志伟认缴 40 万元。

2009 年 7 月 27 日，上海锦鑫会计师事务所有限公司出具“沪锦会师报字（2009）第 10057 号”《验资报告》，验证截至 2009 年 7 月 23 日，天狐有限已收到各股东缴纳的首期出资 20 万元，均以货币出资。

2009 年 8 月 25 日，天狐有限领取了杨浦工商局核发的注册号为 310110000499610 的《企业法人营业执照》。

天狐有限成立时，其股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额 (万元)	实际出资额 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	邹倩	60	12	60	货币
2	胡志伟	40	8	40	货币
合计		100	20	100	—

## 2、2010年3月天狐有限第一次股权转让及第一次增资

2009年12月31日，天狐有限召开股东会，全体股东一致同意股东胡志伟将其22%的股权转让给邹倩；同时将公司注册资本增加至330万元，新增230万元注册资本由原股东邹倩、胡志伟认缴，其中：邹倩以实物（车辆及车牌）认缴出资160万元、胡志伟以货币资金认缴出资70万元。

邹倩以型号为奥迪 WAUMR44E77N 轿车一辆（含车牌）进行出资，上海信达资产评估有限公司已对上述出资的车辆（含车牌）进行了评估，并于2009年12月18日出具了“沪信达评报字（2009）D-223号”《评估报告》，截至2009年12月17日，评估价值为231.86万元。根据全体股东2010年1月13日签署的《评估结果确认书》，全体股东确认邹倩以上述出资车辆的评估价值作价投入公司231.86万元，其中：计入实收资本230万元（包含实缴设立时认缴注册资本48万元、受让胡志伟认缴注册资本22万元以及本次认缴新增注册资本160万元），计入资本公积1.86万元。2010年1月13日，邹倩用于出资的车辆办妥产权过户手续。

2010年3月2日，上海锦航会计师事务所有限责任公司出具“沪锦航验字（2010）第1062号”《验资报告》，验资截至2010年3月1日，公司已收到全体股东缴纳的出资240万元，其中邹倩以奥迪车辆及车牌评估作价出资230万元，胡志伟以货币出资10万元。

2010年3月15日，天狐有限就本次股权转让、增资事宜向杨浦工商局办理了工商变更手续。本次股权转让以及增资后，天狐有限股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额 (万元)	实际出资额 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	邹倩	242	242	73.33	货币、实物
2	胡志伟	88	18	26.67	货币
合计		330	260	100.00	—

## 3、2011年1月天狐有限实收资本增加至330万元

2011年1月18日，上海锦航会计师事务所有限责任公司出具“沪锦航验字（2011）第0009号”《验资报告》，截至2011年1月17日，公司已收到股东胡志伟缴纳的第三期出资70万元，出资方式为货币。

2011年1月26日,天狐有限就本次实收资本增加向杨浦工商局办理了工商变更手续。本次实收资本增加后,天狐有限股权结构如下:

序号	股东姓名	认缴出资额 (万元)	实际出资额 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	邹倩	242	242	73.33	货币、实物
2	胡志伟	88	88	26.67	货币
合计		<b>330</b>	<b>330</b>	<b>100</b>	—

#### 4、2011年12月天狐有限吸并天狐礼品暨第二次增资

2011年9月25日,天狐有限、天狐礼品分别召开股东会,一致同意天狐有限吸收合并天狐礼品。本次吸并基准日为2011年10月31日,吸并完成后,天狐礼品主体予以注销,天狐有限注册资本由330万元增至1,330万元,其中邹倩出资比例为70.83%,胡志伟出资比例为29.17%。

2011年10月8日,天狐有限和天狐礼品签署《吸收合并协议》,约定天狐创意吸收合并天狐礼品,天狐礼品的全部财产、人员、业务、权利义务均由天狐创意无条件承继,天狐创意继续存续,天狐礼品予以注销。

2011年11月10日,上海铭瑞会计师事务所有限公司出具“铭会专审字(2011)第111号”《专项审计报告》,截至2011年10月31日,天狐礼品的资产总额29,849,096.96元,负债合计3,884,230.51元,所有者权益合计25,964,886.45元。

2011年12月12日,上海铭瑞会计师事务所有限公司出具“铭会内验字(2011)第070号”《验资报告》,对天狐有限吸收合并天狐礼品的注册资本增加情况进行了审验。

2011年12月19日,天狐有限就本次吸收合并天狐礼品而增加注册资本事宜向杨浦工商局办理了工商变更手续。本次吸收合并完成后,天狐有限股权结构如下:

序号	股东姓名	出资额(万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	邹倩	942	70.83	货币、实物
2	胡志伟	388	29.17	货币
合计		<b>1,330</b>	<b>100</b>	—

#### 5、2015年2月,天狐有限第二次股权转让

2015年2月5日,天狐有限召开股东会通过决议,同意公司股东邹倩将其持有的公司20.83%的股权(277万元出资额)转让给胡志伟。同日,邹倩、胡志伟双方签署《股权转让协议》。

2015年2月26日,天狐有限就本次股权转让事宜向杨浦区市场监督管理局办理了工商变更手续。本次股权转让后,天狐有限股权结构如下:

序号	股东姓名	出资额(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	邹倩	665	50	货币、实物
2	胡志伟	665	50	货币
合计		<b>1,330</b>	<b>100</b>	—

本次股权转让双方原为夫妻关系,已经协议离婚并签订了《夫妻财产分割协议书》,约定天狐有限股权为夫妻共同财产,离婚后双方各持有天狐有限50%的股权。本次股权转让系双方根据《夫妻财产分割协议书》约定进行的财产分割行为,故胡志伟未实际支付相应股权受让款。

#### 6、天狐有限第三次增资

2015年3月13日,天狐有限召开股东会通过决议,同意公司注册资本由1,330万元增加到1,477.7778万元,新增147.7778万元由永堂投资以货币220万元认缴出资,溢价部分计入公司资本公积。

2015年3月25日,立信会计师事务所(特殊普通合伙)出具“信会师报字[2015]第114205号”《验资报告》,对公司本次增资股东出资情况进行了审验。

2015年3月26日,天狐有限就本次增资事宜向杨浦区市场监督管理局办理了工商变更手续。本次增资后,天狐有限股权结构如下:

序号	股东姓名(名称)	出资额(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	邹倩	665	45.00	货币、实物
2	胡志伟	665	45.00	货币
3	永堂投资	147.7778	10.00	货币
合计		<b>1,477.7778</b>	<b>100.00</b>	—

#### 7、2015年6月,整体变更为股份公司

2015年3月15日,天狐有限召开股东会,全体股东一致同意有限公司整体变更为股份有限公司,股份公司名称为“上海天狐创意设计股份有限公司”。同时,确认审计、评估基准日为2015年3月31日。

2015年5月12日,立信会计师事务所(特殊普通合伙)出具“信会师报字(2015)第114204号”《审计报告》,截至2015年3月31日,天狐有限的净资产审计值为27,767,531.28元。

2015年5月15日,银信资产评估有限公司出具“银信评报字(2015)沪第0507号”《资产评估报告》,截至2015年3月31日,天狐有限的净资产评估值为

32,672,738.13 元。

2015 年 5 月 15 日，天狐有限召开股东会，全体股东一致同意天狐有限以截至 2015 年 3 月 31 日经审计的公司净资产值 27,767,531.28 元进行折股，按 1: 0.9724 折合成 2,700 万股股份，每股面值为人民币 1 元，公司注册资本为 2,700 万元人民币，各股东按其截至 2015 年 3 月 31 日对有限公司的出资比例相应持有股份公司的股份，净资产剩余部分共计 767,531.28 元，计入股份公司的资本公积。

2015 年 6 月 2 日，股份公司全体发起人召开创立大会暨第一次股东大会，通过设立股份公司的议案，并选举了股份公司第一届董事会成员和第一届监事会非职工代表监事。同日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“信会师报字[2015]114319 号”《验资报告》，对公司本次整体变更注册资本到位情况进行了审验。

2015 年 6 月 10 日，上海市工商局向股份公司核发了注册号为 310110000499610 的《营业执照》。

股份公司成立后，公司的股份结构如下：

序号	股东姓名(名称)	股份数量(股)	持股比例(%)	出资方式
1	邹倩	12,150,000	45.00	净资产折股
2	胡志伟	12,150,000	45.00	净资产折股
3	永堂投资	2,700,000	10.00	净资产折股
	合计	27,000,000	100.00	—

截至本公开转让说明书签署之日，公司自然人股东胡志伟、邹倩尚未缴纳因天狐有限整体变更为股份公司所涉及的个人所得税，但其已签署《承诺》，承诺：“若因净资产折股整体改制时，涉及到税务机关追缴个人所得税或因此而引起的纠纷或受到相关主管部门的处罚失皆由本人承担，与公司无涉。若公司因此遭受税务部门处罚，本人承诺将和其他发起人（自然人）共同承担公司相关损失”。

截至本公开转让说明书签署之日，公司股权结构未发生其他变化。

## 四、公司董事、监事及高级管理人员

### （一）董事基本情况

序号	姓名	职务	性别	出生年月	是否持有公司股票及债券
1	胡志伟	董事长	男	1963.03	是
2	邹倩	副董事长、总经理	女	1974.06	是

序号	姓名	职务	性别	出生年月	是否持有公司股票及债券
3	蒋昌建	董事	男	1965.09	否
4	王宏华	董事	女	1981.01	否
5	解姝瑾	董事	女	1979.05	否

胡志伟，董事长，任期三年，简历详见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“三（二）控股股东及实际控制人基本情况”。

邹倩，副董事长兼总经理，副董事长任期三年，简历详见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“三（二）控股股东及实际控制人基本情况”。

蒋昌建，男，1965年9月出生，中国国籍，身份证号：340202196509XXXX75，无境外永久居留权，博士研究生学历。1988年9月至1990年7月，任教于安徽师范大学附属中学，并担任团委书记职务；1990年8月至1997年7月，就读于复旦大学国际政治系，先后取得硕士、博士学位。1997年8月至今，任教于复旦大学国际政治系。目前担任股份公司董事，任期自2015年6月2日至2018年6月1日。

王宏华，女，1981年2月出生，中国国籍，身份证号：120225198102XXXX26，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2003年11月至2005年5月，就职于澳大利亚纽瑞克公司天津代表处；2005年6月至2011年4月，就职于天津贝利泰陶瓷有限公司，任国际业务部经理；2011年5月起，就职于天狐有限，先后担任总经理助理、项目经理、运营总监、事业部总经理等职务；目前担任股份公司董事，任期自2015年6月2日至2018年6月1日。

解姝瑾，女，1979年5月出生，中国国籍，身份证号：210104197905XXXX46，无境外永久居留权，毕业于复旦大学，硕士研究生学历。2001年9月至2005年6月，就职于三宝电脑（沈阳）有限公司，从事结构设计工作；2005年7月至2007年7月，就职于比亚迪股份有限公司，从事产品企划工作；2007年8月至2009年7月，就职于上海安费诺永亿通讯电子有限公司，任高级项目经理；2009年8月至2012年2月，于复旦大学管理学院攻读硕士学位；2010年8月至2011年1月，于瑞典于默奥大学管理学院交流并主攻中小企业国际化发展战略；2012年3月至2015年5月，就职于天狐有限，任总经理助理。目前担任股份公司董事，任期自2015年6月2日至2018年6月1日。

## （二）监事基本情况

序号	姓名	职务	性别	出生年月	是否持有公司股票及债券
1	信进伟	监事会主席	男	1983.03	否
2	韦玲	监事	女	1968.10	否
3	陈洁	职工监事	女	1980.10	否

信进伟,男,1983年3月出生,中国国籍,身份证号:232303198303XXXX14,无境外永久居留权,大学本科学历。2007年1月至2007年12月,就职于天津电力建设有限公司;2008年1月至2011年10月,就职于上海天狐礼品制作有限公司;2011年11月起,就职于天狐有限,任事业部总经理助理职务;目前担任股份公司监事会主席,任期自2015年6月2日至2018年6月1日。

韦玲,女,1968年10月出生,中国国籍,身份证号:622901196810XXXX24,无境外永久居留权,中专学历。1987年9月至1998年12月,就职于甘肃光学仪器厂;2002年10月至2011年10月,就职于上海天狐礼品制作有限公司,2011年11月起,就职于天狐有限,从事行政工作;目前担任股份公司监事,任期自2015年6月2日至2018年6月1日。

陈洁,女,1980年10月出生,中国国籍,身份证号:310107198010XXXX25,无境外永久居留权,大专学历。2002年3月至2009年7月,就职于上海天狐礼品制作有限公司;2009年8月起,就职于天狐有限;目前担任股份公司监事,任期自2015年6月2日至2018年6月1日。

### (三) 高级管理人员基本情况

序号	姓名	职务	性别	出生年月	是否持有公司股票及债券
1	邹倩	总经理	女	1974.06	是
2	刘守珍	财务总监、董事会秘书	女	1974.07	否

邹倩,总经理,简历详见本公开转让说明书“第一节、公司基本情况”之“三(二)控股股东及实际控制人基本情况”。

刘守珍,女,1974年7月出生,中国国籍,身份证号:372827197407XXXX47,无境外永久居留权,大学本科学历,中国注册会计师协会非执业会员,高级会计师职称。1995年10月至2010年1月,先后就职于山东恒泰集团、山东兴盛集团,从事财务工作;2010年2月至2011年9月,就职于珠海激情百度文化传播有限公司上海总部,任财务总监;2011年10月至2014年11月,就职于天津桦清信息技术股份有限公司上海总部财务部,任财务总监;2014年12月至2015年5月,就职于天狐有限,担任财务总监职务;目前担任股份公司财务总监兼董事会秘书。

## 五、公司主要会计数据和财务指标

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总计(万元)	3,893.47	5,718.88	4,374.46
股东权益合计(万元)	2,788.11	4,290.73	3,384.07
归属于申请挂牌公司的股东权益合计(万元)	2,776.75	4,269.99	3,384.07
每股净资产(元)	1.89	3.23	2.54
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产(元)	1.88	3.21	2.54
资产负债率(母公司)	28.35%	25.67%	22.64%
流动比率(倍)	3.10	3.65	3.94
速动比率(倍)	2.67	3.22	3.57
项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
营业收入(万元)	1,154.95	6,770.56	6,234.00
净利润(万元)	-1.32	688.58	684.75
归属于申请挂牌公司股东的净利润(万元)	8.42	695.53	684.75
扣除非经常性损益后的净利润(万元)	65.52	643.36	760.00
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润(万元)	75.26	650.31	760.00
毛利率(%)	47.99	41.37	41.46
净资产收益率(%)	0.20	18.33	22.51
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	1.76	17.13	24.99
基本每股收益(元/股)	0.0063	0.5230	0.5148
稀释每股收益(元/股)	0.0063	0.5230	0.5148
应收帐款周转率(次)	2.92	3.77	4.15
存货周转率(次)	4.41	8.10	9.95
经营活动产生的现金流量净额(万元)	1,790.96	-712.96	-235.43
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	1.35	-0.54	-0.18

## 六、与本次挂牌有关的机构

### (一) 主办券商

名称：兴业证券股份有限公司

住所：福州市湖东路268号

法定代表人：兰荣

电话：0591-38281888

传真：0591-38507766

项目小组负责人：关长良

项目小组成员：关长良、尹永志、蒋代雯

## **(二) 律师事务所**

名称：上海市广发律师事务所

住所：上海市世纪大道 1090 号斯米克大厦 19 楼

负责人：童楠

电话：021-58358013

传真：021-58358012

经办律师：童楠、张永丰

## **(三) 会计师事务所**

名称：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：朱建弟

住所：上海市南京东路 61 号 4 楼

联系电话：021-63391166

传真：02163392558

经办会计师：康吉言、骆驿

## **(四) 资产评估机构**

名称：银信资产评估有限公司

住所：嘉定工业区叶城路 1630 号 4 幢 1477 室

法定代表人：梅惠民

电话：021-63293886

传真：021-63293909

经办评估师：崔松、刘欢

## **(五) 证券登记结算机构**

名称：中国证券登记结算有限责任公司北京分公司

住所：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层

电话：010-58598980

传真：010-58598977

**(六) 证券交易所**

名称：全国中小企业股份转让系统

法定代表人：杨晓嘉

住所：北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦

电话：010-63889512

传真：010-63889514

## 第二节 公司业务

### 一、公司主营业务及主要产品

#### (一) 公司主营业务

公司是一家致力于品牌文化衍生品研发设计、产品实现与销售推广的文化创意企业，是品牌衍生品行业的倡导者和开拓者。2012 被评为上海市高新技术企业；2014 年荣获长三角地区文化创意产业金鼎奖之十佳杰出企业的称号；2015 年获得上海市纳税信用 A 级企业认定。公司基于对品牌文化的理解，加之设计师独特的创意设计，以有形的系列化专属定制产品诠释客户品牌的经营理念，并传播品牌价值。

公司专注于品牌衍生品业务的全面发展，以汽车行业为切入点，先后服务于上海大众、大众中国、长安福特、捷豹路虎，长安马自达、东风标致、雪铁龙、BMW、奔驰等整车厂商品牌。2010 年，公司成为上海世博会“上汽集团-通用汽车馆”特许商品总包服务商，在世博会舞台上成功举办了“汽车文化与品牌衍生品产业发展论坛”。2014 年，公司依托在汽车行业积累的经验，开始向其它行业复制并成功突破了动漫游戏产业的衍生品业务，目前主要客户包括腾讯、完美世界、龙图科技等。目前公司已经获得迪士尼米奇家族、维尼家族和漫威英雄系列在 13 大产品品类的授权，开展在中国地区的销售。

除服务于 B2B 客户，公司力图将富于创意的品牌衍生品直接面对最终消费者。因此公司投资建设了“设享网”，一个集设计师社区、客户参与式产品设计开发，授权产品销售与品牌传播为一体相互助力的品牌衍生品电商平台，该项目 2014 年获得国家创新创业大赛初创企业组上海赛区前十名。

公司视创意设计为企业核心竞争力，自有设计团队 14 人，已获得 41 项设计专利，同时公司积极与外部设计力量合作，公司是上海工业设计协会常务理事单位，是江南大学、南京艺术学院、美国波士顿大学的实习基地。

企业的终极竞争是品牌影响力的竞争，公司正在以品牌最终用户的视角打造一个更加包容的品牌衍生品生态圈，使得授权产品可以线上销售、线下体验，以互动娱乐、健康时尚的形式服务于广大的中产阶级目标人群，运用品牌信任转移的理论与机制实现公司自身品牌的塑造。

报告期内公司主营业务明确，最近两年一期主营业务稳定发展，未发生重大变化。

## (二) 公司主要产品





公司目前提供的品牌文化衍生品服务主要集中在拥有广阔渠道(4S店)的汽车行业和拥有众多粉丝用户的游戏动漫行业。公司为上海大众、一汽大众、大众中国、长安福特、东风标致、上汽集团、北汽集团、捷豹路虎、奥迪、宝马等汽车品牌以及腾讯、完美世界、龙图科技等游戏品牌提供品牌延伸服务。公司其他行业的客户主要包括中国石化、青岛啤酒、喜力啤酒、上海烟草等知名企业和品牌。公司拥有迪士尼和漫威在汽车用品、家居用品、成人自行车等十三个品类上的品牌授权，开发出了系列授权商品。

行业	产品系列	产品实例
汽车行业	捷豹系列	
	路虎系列	

	<p>大众系列</p>	
	<p>斯柯达系列</p>	
	<p>福特系列</p>	

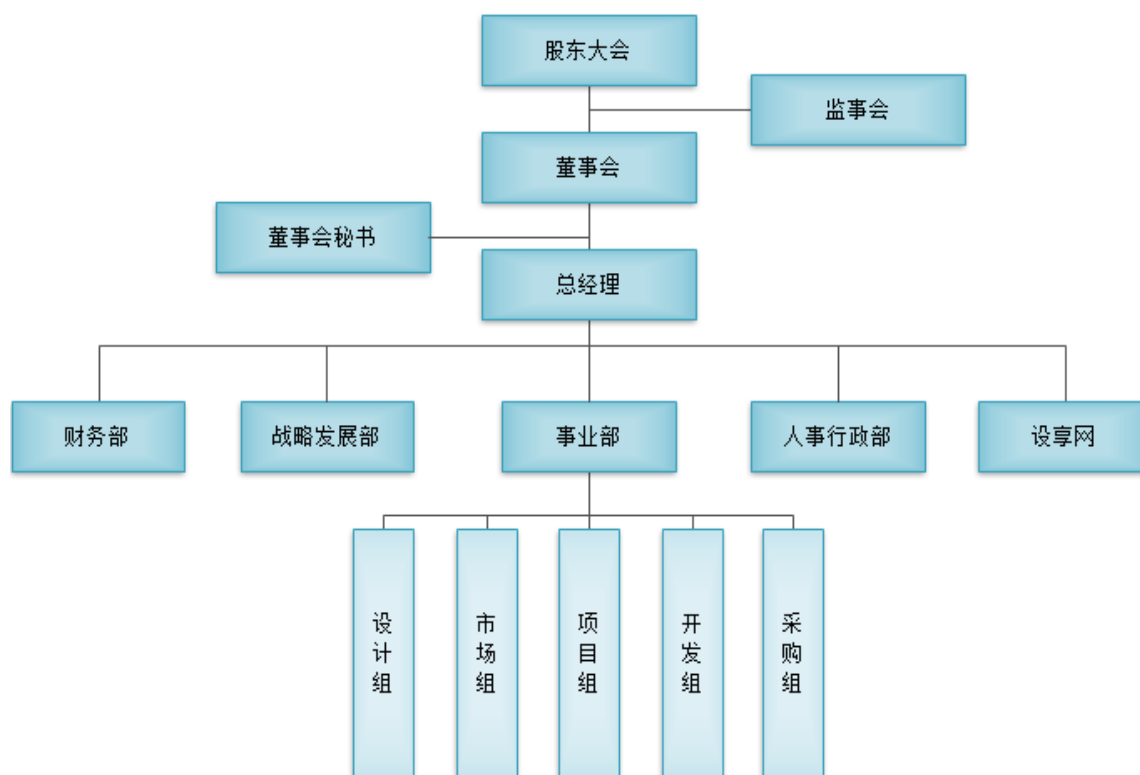
	标致系列	
游戏行业	腾讯系列	
	完美系列	
	龙图系列	

	<p>喜力啤酒</p>	
<p>其他行业</p>	<p>中华烟草</p>	
<p>授权系列</p>	<p>车用品系列</p>	
	<p>香薰系列</p>	

<p>空气净化器</p>	
<p>LED 灯</p>	
<p>自行车系列</p>	
<p>家居系列</p>	

## 二、公司内部组织结构、主要业务流程及方式

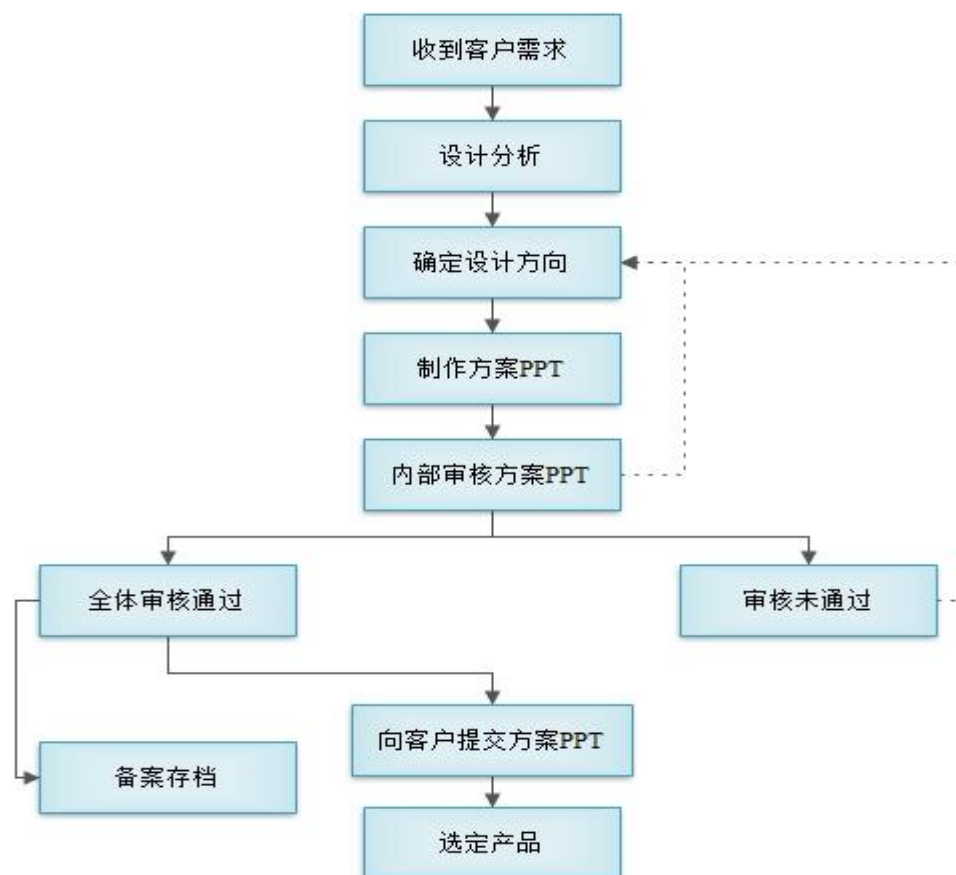
### (一) 内部组织结构



### (二) 公司主要业务流程

公司本着强化业务管理、规范业务流程、防范业务风险的原则，建立了相对完善的业务管理制度及操作规程，并在业务开展过程中严格执行相关业务流程和规范。公司具体业务流程如下：

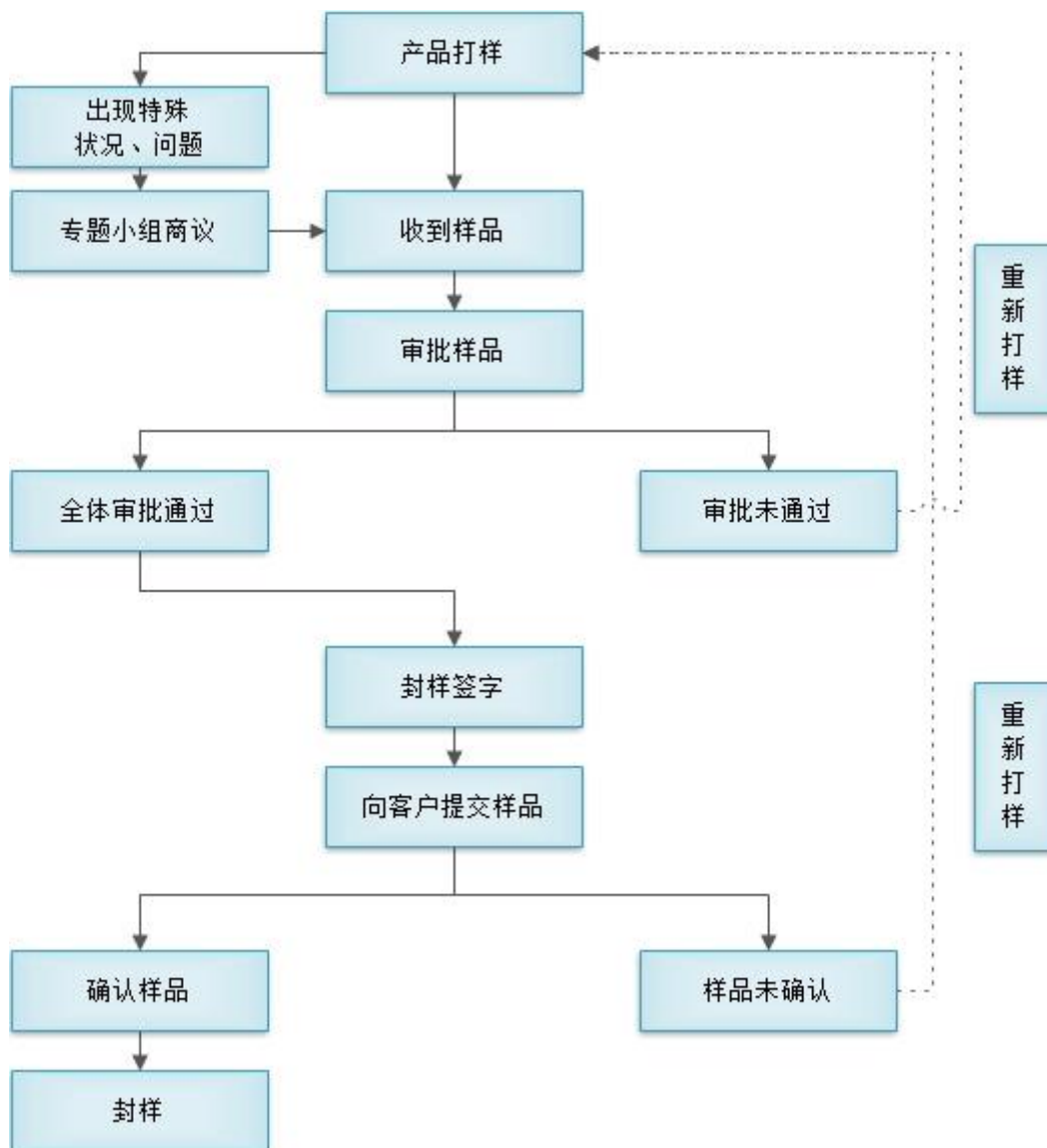
## 1、立案、设计流程



## 2、样品报价、支付管控流程



### 3、样品管控流程



## 三、与公司业务相关的关键资源要素

### (一) 公司总体技术水平

公司的核心技术主要来源于核心管理团队和核心技术团队，从战略层面及产品层面来支撑着企业的发展。

公司的核心管理团队是由制定和实施企业战略发展规划的关键管理人员组成，均具有较高的学历水平和丰富的实战经验。这是一个学习型组织，在管理团队的带领下，一直进行着品牌文化衍生品行业的理论探索并与企业实践相结合，并在学术界发表相关专业论文。

公司的核心技术团队是企业创意设计能力的源泉。公司拥有设计团队 14 人，占公司总人员的 25.93%，负责包括产品品牌分析与策划、产品外观设计、产品结构设计与、平面视觉设计以及项目管理，每年申请专利数十项。此外，公司还是美国波士顿大学、复旦大学、江南大学和南京艺术学院工业设计专业实习基地。

公司的技术团队带头人拥有众多重大项目经验，曾经主导或参与了 F1、宝马、奥迪、大众、福特、标致雪铁龙、上汽集团、北汽集团、哈雷戴维森、中石化等品牌衍生产品研发设计项目。设计作品多次参加上海国际汽车展、北京国际汽车展、广州国际汽车展、创意中国—纽约 ADC 南京双年展、顺德工业设计博览会等国际国内展会、中石化全国营业厅门店改造及营业空间环境系统设计项目。设计作品曾获得多项国家实用新型与外观设计专利。

公司拥有 41 项专利，是上海市高新技术企业，2014 年度荣获长三角地区文化创意产业金鼎奖之十佳杰出企业的殊荣。

## (二) 无形资产情况

### 1、注册商标

截至本公开转让说明书签署之日，公司共有效拥有 50 项经国家工商行政管理总局商标局核准的注册商标，基本情况如下：

序号	注册号	核定使用商品类别	注册商标	有效期	取得方式
1	11941937	12		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
2	YH11949432	26		2014.06.14-2024.06.13	原始取得
3	YH11920071	16	TANHOO	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
4	YH11949809	28		2014.06.14-2024.06.13	原始取得
5	YH11941664	6		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
6	YH11928553	24	TANHOO	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
7	YH11901558	8	天狐格	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
8	YH11910479	22	天狐格	2014.05.28-2024.05.27	原始取得
9	YH11949600	27		2014.06.14-2024.06.13	原始取得
10	YH11919922	14	TANHOO	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
11	YH11902777	18	天狐格	2014.06.14-2024.06.13	原始取得
12	YH11902277	10	天狐格	2014.05.28-2024.05.27	原始取得
13	YH11910874	26	天狐格	2014.05.28-2024.05.27	原始取得
14	YH11942696	18		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
15	YH11928751	27	TANHOO	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
16	YH11942029	14		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
17	YH11928703	26	TANHOO	2014.06.07-2024.06.06	原始取得

18	YH12336397	14	WHEN	2014.09.07-2024.09.06	原始取得
19	YH12417655	38	Cloudies	2014.09.21-2024.09.20	原始取得
20	YH11910366	21	天狐格	2014.05.28-2024.05.27	原始取得
21	YH11911258	35	天狐格	2014.06.14-2024.06.13	原始取得
22	YH11941829	10		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
23	YH11941699	8		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
24	YH11902403	12	天狐格	2014.06.14-2024.06.13	原始取得
25	YH11911146	28	天狐格	2014.05.28-2024.05.27	原始取得
26	YH11928509	22	TANHOO	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
27	YH11919851	12	TANHOO	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
28	YH11920226	20	TANHOO	2014.07.21-2024.07.20	原始取得
29	YH11943083	24		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
30	YH11928464	21	TANHOO	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
31	YH11919658	10	TANHOO	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
32	YH11941790	9		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
33	YH11901438	6	天狐格	2014.05.28-2024.05.27	原始取得
34	YH11942173	16		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
35	YH12416670	28	云娃	2014.09.21-2024.09.20	原始取得
36	YH11928821	28	TANHOO	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
37	YH11942922	21		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
38	YH11919176	8	TANHOO	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
39	YH11911330	42	天狐格	2014.05.28-2024.05.27	原始取得
40	YH11941881	11		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
41	YH12417630	28	Cloudies	2014.09.21-2024.09.20	原始取得
42	YH11942783	20		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
43	YH11943012	22		2014.06.07-2024.06.06	原始取得
44	YH11903037	20	天狐格	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
45	YH11920169	18	TANHOO	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
46	14127694	42	設前	2015.04.21-2025.04.20	原始取得
47	14127605	35	設前	2015.04.08-2025.04.27	原始取得
48	12417023	9	YUNWA	2015.04.07-2025.04.06	原始取得
49	12417598	9	Cloudies	2015.04.07-2025.04.06	原始取得
50	3056260	18		2014.06.07-2024.06.06	受让取得

## 2、专利权

截至本公开转让说明书签署之日，公司共有 41 项专利权，具体如下：

序号	专利名称	专利号	专利类型	授权日	法律状态	取得方式
1	多变花器画框	ZL2012200653432	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得
2	事务提示器	ZL2012200669178	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得

3	多功能折叠自行车	ZL201220055624X	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得
4	智能防忘报警卡片盒	ZL2011203344879	实用新型	2012.04.25	有效	原始取得
5	多功能拉杆箱	ZL2012200669163	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得
6	名片盒	ZL2012200552997	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得
7	清洁套装	ZL2012200669197	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得
8	多功能折叠洗漱包	ZL2012200669252	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得
9	多功能太阳镜	ZL2012200553006	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得
10	多功能钥匙包	ZL2012200553171	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得
11	多功能钥匙扣	ZL2012200556362	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得
12	折叠自行车	ZL2012200665162	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得
13	多功能头枕	ZL2012200491391	实用新型	2012.02.15	有效	原始取得
14	折叠整理箱	ZL2012200553190	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得
15	多变布袋	ZL2012200490774	实用新型	2012.10.24	有效	原始取得
16	带雨披的背包	ZL2012200491423	实用新型	2012.12.19	有效	原始取得
17	小车 U 盘	ZL2012200553203	实用新型	2012.12.19	有效	原始取得
18	轮形集线器	ZL201220066920X	实用新型	2012.12.19	有效	原始取得
19	一种可折叠的野餐垫	ZL2012200640466	实用新型	2012.11.21	有效	原始取得
20	一种仿人形运动香薰装置	ZL2012206596965	实用新型	2013.07.03	有效	原始取得
21	充气控制式台灯	ZL201220659714X	实用新型	2013.07.03	有效	原始取得
22	一种魔方灯饰	ZL2012206596908	实用新型	2013.07.03	有效	原始取得
23	一种开瓶器	ZL2012207045705	实用新型	2013.07.03	有效	原始取得
24	一种多功能游戏毯	ZL2012207051123	实用	2013.07.03	有效	原始

			新型			取得
25	一种信息互动多功能抱枕	ZL2013200467772	实用新型	2013.08.14	有效	原始取得
26	一种可传输数据的血压计	ZL2013200563163	实用新型	2013.08.14	有效	原始取得
27	一种车用宠物牵引带	ZL201320216684X	实用新型	2013.10.02	有效	原始取得
28	一种便携式足球门	ZL2013202373498	实用新型	2013.12.04	有效	原始取得
29	一种多功能桌用拳击球	ZL2013203657872	实用新型	2013.12.25	有效	原始取得
30	一种可收纳的桌子	ZL201320496846X	实用新型	2014.01.15	有效	原始取得
31	一种组合式灯具	ZL2013204969231	实用新型	2014.01.15	有效	原始取得
32	空气净化器	ZL2013304814664	外观设计	2014.04.02	有效	原始取得
33	空气净化器	ZL2013304833010	外观设计	2014.04.02	有效	原始取得
34	酒精测试仪	ZL2013305143262	外观设计	2014.04.02	有效	原始取得
35	空气净化器	ZL2013305102563	外观设计	2014.04.30	有效	原始取得
36	钥匙挂扣	ZL2014300673680	外观设计	2014.08.06	有效	原始取得
37	手表	ZL201230481579X	外观设计	2013.03.20	有效	原始取得
38	香薰盒	ZL2014300673144	外观设计	2014.8.27	有效	原始取得
39	空气加湿器	ZL2014302321402	外观设计	2014.12.31	有效	原始取得
40	台灯	ZL2014302321296	外观设计	2014.12.31	有效	原始取得
41	移动电源	ZL2014302321506	外观设计	2014.12.31	有效	原始取得

除上述 41 项专利权外,公司还有 1 项专利技术向国家知识产权局申请了国家发明专利,具体如下:

序号	专利名称	申请号	专利类型	申请日	法律状态
1	一种组合式桌凳	ZL2012104387457	发明	2013.2.6	实质审查中

### (三) 业务许可与公司资质

截至本公开转让说明书签署之日,公司在经营业务方面不需取得许可或批准。

#### (四) 特许经营权情况

##### 1、授权情况

截至本公开转让说明书签署之日,公司取得的特许经营权具体如下:

授权方	授权原型	授权产品	授权区域	费用标准	有效期限
华特迪士尼(上海)有限公司	迪士尼标准人物形象[注 1]; 小熊维尼[注 2];	无线车内通讯器;组合凳(座椅类);靠垫(椅垫类);车用空气净化器、车用香薰器(汽车内部配件类);墙面装饰套装,包含相框、置物架、挂钩和时钟(墙贴/预制装饰类)	中华人民共和国(不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾)	发票总额的百分之十五(15.00%)	2014.08.01 - 2016.09.30
华特迪士尼(上海)有限公司	MARVEL CLASSIC STYLE GUIDES [注 3]; MARVEL MOVIE STYLE GUIDES [注 4]	无线车内通讯器;组合凳(座椅类);靠垫(椅垫类);车用空气净化器、车用香薰器、车座椅套、方向盘套、遮阳挡、车用储物箱/袋、车用脚垫(汽车内部配件类);墙面装饰套装,包含相框、置物架、挂钩和时钟(墙贴/预制装饰类)、LED灯(灯类);成人自行车(座椅高度大于635mm)	中华人民共和国(不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾)	[注 5]	2014.08.01 - 2016.09.30

注1: 迪士尼标准人物形象系列中的人物形象(即:米老鼠、米妮、唐老鸭、黛丝、布鲁托和高飞狗),但仅限于迪士尼在Style Guide(s)中或以其他方式指定的该等人物及该等人物图像,及附随的设计、艺术图像和其他元素。

注2: 小熊维尼系列中的人物形象(即:小熊维尼、皮杰、瑞比、屹耳、跳跳虎、猫头鹰博士、GOPHER、康卡和小荳),但仅限于迪士尼在Style Guide(s)中或以其他方式指定的该等人物及该等人物图像,及附随的设计、艺术图像和其他元素。

注3: MARVEL CLASSIC STYLE GUIDES: Spider-Man Classic Style Guide; Avengers Classic Style Guide; Marvel Comics Retro Classic Style; Marvel Extreme Classic Style Guide。

注4: MARVEL MOVIE STYLE GUIDES: Captain America: The Winter Soldier Movie Style Guide; Avengers:Age of Ultron Movie Style Guide。

注5: 费用标准将根据发票总额确定如下:

授权期限	发票总额	费用标准
------	------	------

2014.08.01-2015.09.30	8,000,000.00 及以下	发票总额的百分之十三 (13%)
	8,000,000.01 至 16,000,000.00	发票总额的百分之十二 (12%)
	16,000,000.01 及以上	发票总额的百分之十一 (11%)
2015.10.01-2016.09.30	8,000,000.00 及以下	发票总额的百分之十三 (13%)
	8,000,000.01 至 16,000,000.00	发票总额的百分之十二 (12%)
	16,000,000.01 及以上	发票总额的百分之十一 (11%)

## 2、公司与授权方的业务合作及盈利模式

授权方对公司的设计能力、质量控制、分销渠道、营销能力、销售规模等进行一系列严格的考核后，将特定品类品牌形象授予公司两年的特许使用权限。在授权期间内，公司可通过向授权区域内的批发商进行销售，获取收入，同时向授权者支付相应的版权费用。公司在合同约定时间向授权方支付最低授权保证金，而后每季度根据发票金额与相应费率比例进行版权使用费的核算，当应支付的版权费未超过最低授权保证金时，公司无需额外支付，超出时公司需要另行支付超出部分。

## 3、授权合作是否具有排他性

公司所签订的授权合同并无排他性条款，且需要公司在授权期末根据授权审核标准与授权方进行重新签订，公司能否继续获得上述品牌授权具有一定不确定性。

## 4、报告各期授权产品对业绩的贡献情况

报告期内，公司的授权产品尚未进行销售，无销售收入。公司已支付相关授权费用计入当期费用，不影响公司毛利率水平。

报告期内，公司支付的相关授权费具体明细如下：

单位：元

	2015年1-3月	2014年度	2013年度
授权费	351,428.57	585,714.29	-
合计	351,428.57	585,714.29	-

公司的授权产品在报告期内未进行销售，目前公司对授权方和授权品牌不构成重大依赖，但随着未来授权产品的销售提升，公司对授权方及授权品牌的依赖会逐步增强。

## (五) 公司固定资产情况

截至2015年03月31日，公司无闲置的固定资产，不存在纠纷或潜在的纠纷。

公司的固定资产情况良好，能够满足公司日常的业务运营需求。

单位：元

固定资产类别	原值	累计折旧	净值	成新率(%)
专用设备	606,324.78	137,614.72	468,710.06	77.30
运输设备	4,067,829.28	3,530,821.13	537,008.15	13.20
通用设备	972,562.47	719,152.09	253,410.38	26.06
合计	<b>5,646,716.53</b>	<b>4,387,587.94</b>	<b>1,259,128.59</b>	<b>22.30</b>

## (六) 员工资源

截至 2015 年 3 月 31 日，公司（包括子公司）共有员工 54 人，公司人员结构较适合公司发展阶段，是公司发展壮大的基础。其详细构成情况如下：

### 1、员工岗位结构

专业	人数(人)	所占比例
管理人员	19	35.19%
业务人员	21	38.89%
技术人员	14	25.93%
合计	<b>54</b>	<b>100.00%</b>

### 2、员工教育程度

学历	人数(人)	所占比例
硕士及以上	5	9.25%
本科	29	53.70%
大专及以下	20	37.03%
合计	<b>54</b>	<b>100.00%</b>

### 3、员工年龄分布

年龄	人数(人)	所占比例
30 岁以下	22	40.74%
30-40 岁	28	51.85%
40-50 岁	3	5.56%
50 及以上	1	1.85%
合计	<b>54</b>	<b>100.00%</b>

## (七) 公司研发情况

### 1、研发部门总体编制

公司设计研发工作由专门的设计组和开发组负责。共有设计人员 14 人，设计组主要负责品牌衍生品的品牌策划及产品设计，开发组主要负责设计组设计的原

创产品的开发与实现。

## 2、设计研发管理流程

公司的设计研发管理流程将整个研发过程划分为三大阶段、12个环节，按阶段、分步骤执行。

### 第一阶段：概念设计

(1) 产品定位：对系列化品牌衍生品进行设计规划；

(2) 市场调研：对产品进行客户需求分析、消费人群需求分析、消费人群定位等；

(3) 使用者导向情景设计：分析品牌使用者、品牌概念及需求、使用方式研究、模拟使用方式等；

(4) 头脑风暴：产品开发思路、工艺可行性分析、确定产品色调、草图等；

(5) 设计草图：将头脑风暴的结果形成草图；

(6) 设计提案：征求多方意见，选定最终方案；

(7) 确定方案：选定产品工艺方案，确定产品包装方案。

### 第二阶段：产品设计

(8) 结构设计：根据产品的概念设计方案和工艺选择，进行产品的结构设计，包括内部结构、材质选择、尺寸工艺等具体细节；

(9) 打样文件：制作工程技术资料，绘制打样文件。

### 第三阶段：产品验证

(10) 样品制作：按打样文件安排供应商制作产品的样品，并进行确认，必要时修正产品的设计方案，直到样品满足设计要求；

(11) 产品检测：对样品进行功能、性能、包装及信赖性测试。必要时由第三方检测机关出具测试报告；

(12) 首检制作：由合作工厂按照产品生产的要求，制作首检，由工程师进行确认并签样，用于后续生产的标准样品。

## 3、技术储备情况

公司正大力投入新产品研发资金，配置相关资源。除了侧重内部团队的打造外，公司与国内外设计院校紧密合作，开展暑期实习项目；同时公司倾力建设设享网络平台，打造设计师的交流社区，构建一个开放的、创新的创作环境，让外部设计师的闲暇时间可以有效转化。从人员结构上，在已较强大的工业设计师团队基础上，配备工艺结构工程师对接各种研发外包资源等，让整个新产品开发团队结构更合理，实力更强大。在硬件配备上，公司为研发团队配套高级别的专业设计图形处理设备、专业的功能样机制作设备、3D 打印机设备等硬件支持，订阅国内外顶级专业设计杂志，为设计师提供更多的采风、观展、工厂考察等外部实践机会，以保证较高的设计研发水平。在研发管理层面，管理层制定适合创意设计落地和新产品孵化的各项公司政策，由专职项目经理牵头，充分协调相关研发资源，以高效完成重点研发任务。

#### 4、核心技术人员

截至 2015 年 3 月 31 日，公司共有 14 名技术人员，占公司总员工人数的 25.93%，其中核心技术人员 2 名。

##### (1) 核心技术人员基本情况

林海，男，1982 年 3 月，中国国籍，兰州理工大学就读工业设计专业，本科毕业，原任公司设计总监，后任设享网络总经理。曾经参与过北京奥运会主场馆鸟巢的座椅设计，以及其他众多项目，多次获得 Red dot、IF、G-Mark 等国际大奖，2006 年 6 月取得 Red dot 的 The best of the best award 大奖。2010 年世博会期间，带领团队完成了汽车馆、石油馆、西班牙馆的衍生品设计工作，完成数十件畅销产品，在世博会 180 天期间取得了优秀的销售业绩。2014 年担任设享网络总经理，负责设享网络项目的规划、统筹、执行及运作。

信进伟，男，1984 年 8 月，中国国籍，哈尔滨工程大学工业设计专业，本科毕业，现担任公司设计组长。加入公司后，致力于为全球客户提供产品创新策划、产品设计、品牌策略扩展及相关专业服务工作，帮助客户解决从产品的外观到结构以及后期产品产业化的问题，力求做到产品的系列化、个性化，确保客户的品牌文化与产品形象的整合与持续性发展。为 F1、宝马、奥迪、通用、大众、福特、标致雪铁龙、上汽集团、北汽集团、哈雷戴维森、中石化等客户提供品牌衍生产品研发设计工作。负责 2010 年上海世博会上汽集团-通用汽车馆特许商品项目。设计作品多次参加上海国际汽车展、北京国际汽车展、广州国际汽车展、创意中国-纽约 ADC 南京双年展、顺德工业设计博览会等国际国内展会、中石化全国营业厅门店改造及营业空间环境系统设计项目。产品设计作品曾获得多项国家实用

新型与外观设计专利。

## (2) 保持团队核心人员稳定性以及吸引优秀人才的具体措施

公司为了提高公司产品与服务水平，加快公司的发展，在人才与设计研发方面持续加大投入，并积极引进经验丰富的专业人才，公司制定了如下的人员发展规划和措施：

① 建立合理的人才引进制度，提供行业内具有竞争性的薪资待遇，寻求最适合企业发展的优秀人才，陆续聘请具有丰富行业经验的中高层管理人员和技术人员加入公司，并努力为人才搭建发挥才干、能力的平台。

② 对现有人员进行系统培训，包括岗前培训、内部交流等多种方式，提高员工的综合素质。同时，鼓励员工参加各种在职教育，优化员工知识结构、提高在职员工工作能力和技能水平。

③ 完善公司员工激励机制与考核制度。一方面，通过建立合理的激励机制，包括定期年度基本工资增加、业绩奖金激励、项目奖金激励、股权激励等多种方式，提高员工待遇，激发员工的创造性，并最大限度地发挥员工主观能动性及潜能。另一方面，通过公平的内部考核制度，实现公平竞争、量化考核，为员工提供公平、合理的工作发展空间，促进人员结构的不断优化。

## (3) 核心技术人员变动情况及原因

公司完善的人员发展规划和措施，在吸纳人才和稳定现有核心技术人员上起到了显著的效应。报告期内，公司核心技术人员未发生变动，核心技术团队稳定，公司对核心技术人员不构成重大依赖。

## (4) 核心技术人员持股情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司核心技术人员持股情况如下：

姓名	现任职务	持股数量(万股)	持股比例(%)
林海	核心技术人员	-	-
信进伟	核心技术人员	-	-
合计		-	-

## 5、研发费用投入情况

公司每年均投入一定的人力、财力和物力进行研发，投入的研发费用主要用于与设计创意相关的研发。公司研发投入逐年增长，研发力度的保持为公司未来的可持续发展奠定了坚实的基础。

期间	研究开发费用（元）	占当期营业收入比例（%）
2015年1-3月	972,536.11	8.42
2014年度	3,711,781.92	5.48
2013年度	2,608,337.06	4.18

## 四、业务相关情况介绍

### （一）业务收入

报告期内，公司主营业务突出，收入结构未发生重大变化。公司主营业务收入占2015年1-3月、2014年度和2013年度营业收入的比重均为100.00%。

业务收入构成分析详见本公开转让说明书“第四节、公司财务”之“五、报告期主要会计数据”之“（一）营业收入、利润及毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析”。

公司报告期内的主要业务营业收入情况如下表：

单位：元

项 目	2015年1-3月		2014年度		2013年度	
	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
主营业务收入	11,549,479.77	100.00	67,705,596.94	100.00	62,339,970.36	100.00
汽车行业衍生品	10,553,288.08	91.37	59,956,246.25	88.55	56,977,630.74	91.40
其他行业衍生品	996,191.69	8.63	7,749,350.69	11.45	5,362,339.62	8.60
营业收入合计	11,549,479.77	100.00	67,705,596.94	100.00	62,339,970.36	100.00

### （二）主营业务情况

#### 1、产品的主要消费群体

公司主要采取直销的方式，为汽车品牌企业、动漫游戏品牌企业及其他行业排名前列的著名品牌客户提供衍生产品创意设计和产品实现服务。公司对于最终消费者的定位为中国的中产阶级消费人群，而对于品牌客户的选择首要条件为拥有品牌追随者和行业知名度。汽车行业客户是公司多年的业务积累，更是宝贵的财富，而游戏动漫行业客户可以带来更多的机会增长点。客户在品牌文化衍生品领域的需求越来越高，已经不满足于将品牌文化融入普通产品带来的品牌溢价，更希望能够给其终端消费者提供独一无二的、全新亮眼的产品，来全方位展示品

牌的进取与成长。2014年开始,公司着力拓宽业务范围,包括品牌文化衍生品业务跨行业复制,以及探索品牌授权方式的文化衍生品业务经营,并取得突破性进展。

## 2、公司获取客户的方式

公司获取新客户的主要方式有专业行业展会营销、行业口碑推介、专业媒体宣传三种方式。

### (1) 专业行业展会营销

在汽车行业,参展上海车展、北京车展等国内知名专业车展,此类车展云集了几乎国内外所有的知名汽车厂商,他们都是公司的目标客户。在这个平台上,车企高层、品牌衍生品业务的相关负责人都有机会认识、了解公司,公司很多的在服务客户就是来源于这一平台。这样的平台对参展商的资质有较高的要求,这与公司目前所处的行业地位和提供的高品质服务正相符,是今后公司开拓汽车厂商新客户的主要渠道。公司根据国际化发展的需要,将有选择地参加北美车展、巴黎车展、日内瓦车展、法兰克福车展、东京车展、纽约车展等国外知名车展。此种营销方式,对企业的资质、资金实力等都有较高的要求,这对目前的市场竞争者也是一种比较优势。同样,在其他领域的专业展会,如香港礼品展、日本礼品展、深圳礼品展、香港授权展等诸多展会,也是企业获取客户的重要渠道。

### (2) 行业口碑推介

目前公司与国内五大汽车集团(上汽、一汽、东风、长安、北汽)或其下属合资公司已经开展了业务合作,公司的优质服务在业界已经开始口碑相传,像大众中国、长安标致雪铁龙、奇瑞观致等新客户就是由此而来。每一家汽车企业都可能带来数亿级的订单,因此公司的客户开拓不是广撒网式的陌生拜访,而是借助行业积累的良好口碑的信任度推介,不仅提前替公司进行了客户筛选,而且成功率高。

### (3) 专业媒体的宣传

近年来,因成功运作 2010 上海世博会汽车馆特许商品项目和举办汽车文化与汽车品牌衍生品产业发展论坛等专业活动,公司开始被一些专业汽车媒体所关注。今后公司有可能借助一些面向汽车企业高层的专业杂志、报刊进行宣传,相信会对新客户的开发起到一定的推动作用,同时也有利于汽车品牌衍生品概念的传播和普及,进而促进中国汽车品牌衍生品产业的形成。

### 3、公司与主要客户的交易背景

公司与优质、稳定的长期合作伙伴（例如：上海大众汽车销售有限公司）签订年度框架销售合同和项目开发合作协议，并根据客户订单需求提供个性化的品牌文化衍生品。与此同时，公司凭借优良的产品质量、新颖的创意理念、良好的口碑与其他客户同样建立了可靠、稳定的合作关系，根据客户订单需求提供个性化服务。

### 4、定价政策

公司对外定价根据具体项目测算项目成本后，遵循“项目开发成本 + 外部采购成本+公司管理费 + 合理利润 + 风险预估”的定价原则。

### 5、报告期内前五大客户情况

2015年1-3月、2014年度和2013年度前五名客户的销售金额分别占当期营业收入的97.38%、86.25%和93.39%。公司目前的主要客户为上海上汽大众汽车销售有限公司、长安福特汽车有限公司等知名企业，客户经营状况发生不利变化的可能性较小，公司与客户合作关系长期且稳定，但存在客户较为集中的风险。随着我国文化创意产业的蓬勃发展，公司品牌知名度的稳步提升，公司跨行业业务复制进程的不断加速，其对单一客户的依赖度将逐渐降低。

公司2015年1-3月前五大客户的销售额及其占当期销售总额比例如下表所示：

单位：元

序号	客户名称	金额	占总额比例(%)
1	上海上汽大众汽车销售有限公司	6,363,822.37	55.10
2	长安福特汽车有限公司	3,437,922.00	29.77
3	神龙汽车有限公司	726,710.70	6.29
4	喜力酿酒(广州)有限公司	505,401.72	4.38
5	长安马自达汽车有限公司	212,820.51	1.84
合计		<b>11,246,677.30</b>	<b>97.38</b>

公司2014年度前五大客户的销售额及其占当期销售总额比例如下表所示：

单位：元

序号	客户名称	金额	占总额比例(%)
1	上海上汽大众汽车销售有限公司	32,547,420.04	48.07
2	长安福特汽车有限公司	14,701,038.20	21.71
3	上海东昌西泰克现代物流管理有限公司	7,044,509.90	10.40
4	神龙汽车有限公司	2,195,437.61	3.24

5	捷豹路虎汽车贸易(上海)有限公司	1,905,991.48	2.82
合计		<b>58,394,397.23</b>	<b>86.25</b>

公司 2013 年度前五大客户的销售额及其占当期销售总额比例如下表所示:

单位: 元

序号	客户名称	金额	占总额比例(%)
1	上海上汽大众汽车销售有限公司	45,363,356.52	72.77
2	长安福特汽车有限公司	7,961,379.00	12.77
3	神龙汽车有限公司	2,938,091.66	4.71
4	中国石油化工股份有限公司	1,591,118.50	2.55
5	GIFI S.A	367,974.00	0.59
合计		<b>58,221,919.68</b>	<b>93.39</b>

注: 中国石油化工股份有限公司系合并披露其及下属子公司相关数据。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东均未在前五名客户中占有权益, 公司对前五大客户不存在重大影响。

### (三) 成本结构及主要供应商情况

#### 1、营业成本构成

公司作为文化创意衍生品的提供商, 没有具体的产品生产活动。公司按照客户订单实行“OEM”或“ODM”的定制生产模式, 直接向供应商采购成品。因此营业成本仅包含成品采购成本。

单位: 元

项目	2015 年 1-3 月		2014 年		2013 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
成品采购	6,007,040.47	100%	39,698,967.87	100%	36,492,230.56	100%
合计	<b>6,007,040.47</b>	<b>100%</b>	<b>39,698,967.87</b>	<b>100%</b>	<b>36,492,230.56</b>	<b>100%</b>

#### 2、主要供应商情况

公司核心业务创意设计是以知识、技术为特点智力型服务行业, 采购活动主要为产品成品采购、交通工具、电子设备以及日常办公用品等。相关供应商数量众多、竞争充分, 相互替代性较强。

2015 年 1-3 月、2014 年度和 2013 年度, 公司前五名供应商累计采购额占当期采购总额的比重分别为 73.36%、46.88%和 52.71%。公司不存在对单一供应商采购额超当期采购总额 50% 以上的情况, 不存在对于单一供应商的依赖, 采购较

为分散。

公司 2015 年 1-3 月前五大供应商的采购额及其占当期采购总额比例如下表所示：

单位：元

序号	供应商名称	采购金额	占总额比例 (%)
1	深圳市八发实业发展有限公司	2,358,838.80	34.39
2	欧亚马自行车（太仓）有限公司	1,440,362.41	21.00
3	广州市度彭皮具有限公司	464,102.57	6.77
4	深圳市金宏业玩具有限公司	401,461.56	5.85
5	浙江洪帆工贸有限公司	366,666.66	5.35
合计		<b>5,031,432.00</b>	<b>73.36</b>

公司 2014 年度前五大供应商的采购额及其占当期采购总额比例如下表所示：

单位：元

序号	供应商名称	采购金额	占总额比例 (%)
1	欧亚马自行车（太仓）有限公司	8,297,922.22	19.56
2	上海善媛司服饰有限公司	3,633,271.79	8.56
3	东莞乐福塑胶电子有限公司	3,045,397.44	7.18
4	深圳市鑫特佳实业有限公司	2,838,888.89	6.69
5	广州市度彭皮具有限公司	2,073,034.19	4.89
合计		<b>19,888,514.53</b>	<b>46.88</b>

公司 2013 年度前五大供应商的采购额及其占当期采购总额比例如下表所示：

单位：元

序号	供应商名称	采购金额	占总额比例 (%)
1	欧亚马自行车（太仓）有限公司	5,946,188.03	17.88
2	深圳市桓祥商贸有限公司	5,650,370.94	16.99
3	上海望跃经贸发展有限公司	2,094,017.09	6.30
4	广州市度彭皮具有限公司	1,948,119.66	5.86
5	深圳市华兴盛手袋制品有限公司	1,892,649.57	5.69
合计		<b>17,531,345.30</b>	<b>52.71</b>

公司目前没有董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、持有公司 5% 以上股份的股东及其他主要关联方在上述供应商中占有权益。

#### （四）重大合同及履行情况

##### 1、重大采购合同

报告期内，公司合同金额 750,000.00 元以上的采购合同如下：

单位：元

序号	签订日期	合同标的	合同金额	供货单位名称	履行情况
1	2013.09.06	瑞士维氏军刀	2,450,000.00	上海望跃经贸发展有限公司	履行完毕
2	2013.11.15	正品 Jack Wolfskin	1,299,350.00	上海耀君实业有限公司	履行完毕
3	2014.07.30	钥匙包	1,125,000.00	深圳市鑫特佳实业有限公司	履行完毕
4	2014.10.31	卡通拖鞋	900,000.00	深圳市八发汽车用品有限公司	履行完毕
5	2013.01.22	折叠整理箱	800,000.00	深圳市华兴盛手袋制品有限公司	履行完毕
6	2015.01.05	折叠自行车	765,000.00	欧亚马自行车（太仓）有限公司	履行完毕
7	2014.12.03	折叠自行车	765,000.00	欧亚马自行车（太仓）有限公司	履行完毕
8	2014.11.04	折叠自行车	765,000.00	欧亚马自行车（太仓）有限公司	履行完毕
9	2014.09.29	折叠自行车	765,000.00	欧亚马自行车（太仓）有限公司	履行完毕

## 2、重大销售合同

报告期内，公司签订的合同金额达到 3,500,000.00 元以上的销售合同如下：

单位：元

序号	签订日期	合同标的	合同金额	客户名称	履行情况
1	2015.03.23	折叠自行车、瑞士军刀、Zippo 打火机等	框架协议	上海大众汽车销售有限公司	正在履行
2	2015.03.11	S 运动水壶、太阳镜等	框架协议	上海大众汽车销售有限公司	正在履行
3	2013.01.14	折叠自行车、S 运动水壶、太阳镜等	框架协议	上海大众汽车销售有限公司	履行完毕
4	2014.12.10	冬季棉工作服	7,338,240.00	上海东昌西泰克现代物流管理有限公司	履行完毕
5	2013.11.04	777 修容组合/移动电源	5,100,000.00	长安福特汽车有限公司	履行完毕
6	2014.06.23	皮质遮阳板	3,575,000.00	长安福特汽车有限公司	履行

					完毕
--	--	--	--	--	----

### 3、重大借款合同

单位：元

借款银行	借款性质	借款用途	借款金额	借款期间	月利率
中国银行股份有限公司上海市杨浦支行	保证借款	采购商品	3,000,000.00	2014.9.10 至 2015.9.10	基准利率 上浮 20%

## 五、公司商业模式

公司以客户对于品牌文化衍生品的需求以及品牌簇拥人群对品牌周边产品的热爱为业务出发点，锻造市场营销、策划创意、设计研发、生产外包、产品交付和售后服务的价值链，充分发挥“品牌价值+创意设计+有形产品+品牌渠道”四位一体的商业理念，助力企业品牌的传播。公司顺应电子商务的蓬勃发展，对自身的商业模式做出以下定位：以互联网的信息交互平台为依托，在充分理解客户和消费者需求的前提下科学决策，全面整合线上线下设计师资源和供应商资源，利用品牌客户的影响力及渠道资源、电子商务平台和国内外代理商渠道资源，将创意产品直达国内外消费者面前。

公司牢牢把握价值链的两端：即产品开发、产品销售和渠道营销，而把产品生产和物流仓储配送外包。公司以原创的、高附加值的产品开发作为企业的核心竞争力，掌控客户和市场，把低附加值的生产环节外包给专业的合作伙伴，进而将企业的盈利最大化。同时公司借助信息交互平台，与多方资源进行合作，强强联合，有效降低企业投入风险，达成多方共赢。

### （一）销售模式

公司主要采取直销的模式，将开发出来的品牌文化衍生品销售给下游客户。公司历年来主要通过参加各种专业展会（如汽车展、授权展、礼品展）的形式来拓展品牌客户，通过在展会上展示成功案例和产品为公司赢得机会，并用出色的创意设计和周到的服务赢得客户的信赖，建立长久稳固的合作关系。为了国际化发展的需要，公司积极参加国际展会，拓展海外市场。

公司将目标瞄准在帮助客户拓展衍生品的独立盈利能力。例如，各家汽车 4S 店并没有制定专项的衍生品销售策略，未配备专门的衍生品销售人员，导致衍生品并没有引起车主足够的注意，从而导致市场未充分开发。公司为拓展业务，通过协助 4S 店制定衍生品销售策略、规划衍生品销售区域等手段，达到提升客户

衍生品盈利能力的目标。

在互联网+的时代背景下，公司采用电商平台-设享网络进行产业链上的整合与推广，积极推进 C2B2B&C 的渠道模式理念。C2B 体现在产品的创意设计是从品牌方所拥有的众多簇拥者的需求出发，通过设享网平台进行征集创意，并由平台上的设计师团队或者内部的设计师团队，结合品牌方的具体需求，设计开发出符合品牌方和消费者双重需求的产品，并交由公司的开发团队和供应链管理团队进行实现和外部采购；B2B&C 是指开发出来的产品经过合作渠道，包括代理商渠道、合作品牌方所拥有的广阔渠道（如 4S 店和石化行业数万家网点）以及自营和合作的电子商务店铺，将产品最终呈现到消费者面前，为公司直接面向终端消费者销售方式的拓展打通了路径。

## （二）采购模式

公司面向市场独立采购，建立了较为完善的供应链管理体系及严格的采购制度，公司将供应链采购环节分为开发采购、订单采购、品质管控三个部分，采用先进的供应链电子管理系统，建立科学、合理的供应链过程管理制度，将生产监控、质量管控、交付配送、投诉响应等执行层面的基础工作放在首位，保证供应链的高效、安全运转。

在定下采购目标并进行相关的市场调研后，公司会派采购人员根据与供应商未来合作的空间与方式，类比厂家的厂址、规模、产能、产品线等，制定供应商名录。在进入审核阶段前，可供审核的供应商的数量约三到五家。公司对于供应商审核与供应商关系维护都有详细的规划，对于供应商审核，公司要求在整个产品线都必须实施产品层次的供应商审核，对于主力产品必须进行生产过程层次以上的审核；对于供应商关系维护方面，公司拥有一套供应商的准入及评级制度，按照供应商评分来分配订单量，确保资质合格的供应商获得相应比例的订单，以保持正常的生意往来，并给予供应商提升的机会而在未来争取更大的业务量。另外，公司通过每年度新供应商的评选审核，充实供应商库，增强供应商之间的竞争。

目前，公司在珠三角以及长三角拥有完善而优质的供应商资源，与逾百家供应商建立了长期战略合作伙伴关系，确保了公司供货稳定性的同时，也助力了公司监督和控制商品的质量，保障了公司的长期可持续利益。

## （三）生产模式

结合品牌文化衍生品单笔订单数量少、品种杂的特点，公司按照客户订单实

行“ODM”或“OEM”的定制生产模式。一般情况下，公司采用“ODM”模式，公司设计组长与生产厂商共同根据客户的需求进行分析设计，客户经理、采购组长与设计组组长共同确定设计方向及产品样式，接着组织审核小组进行内部审核，客户选定产品样式之后，经历“样品-审核-修改-重新打样-选定样品”的流程之后，公司再制定生产计划并组织生产厂商进行生产。对于相对开发难度不高的项目，公司采用“OEM”生产模式，生产厂家不直接参与设计，通过合同订购的方式委托生产厂家进行生产。公司针对不同设计要求的项目采取不同的生产模式，可以实现利益最大化。同时公司依据业务部订单及订单预测确定一定的库存量，以便能够及时按照客户需求供货。此外，公司采用 ERP 管理系统，全面提高了公司的资源配置和调度能力。

## 1、“OEM”及“ODM”模式情况

### (1) “OEM”模式

公司的主要职责为：提供产品设计图纸和相关标准给供应商确认；下达采购计划及采购合同，内容包括不限于：规格型号、数量、检验标准、交货时间等；加工监督，确使产品质量合格及货品按时交货；按双方协定的验收标准和抽样标准进行验收；按合同规定时间及实际情况支付供应商款项。

供应商的主要职责为：提供生产所需原材料、辅料等材料；提供生产制造的场所和设备；提供产品价格和清单；向委托方索取技术要求和沟通产品的工艺问题；按照要求组织生产并对产品进行检查，对质量负责；按订单约定的时间向公司交货，并承担相应的保密义务。

### (2) “ODM”模式

公司的主要职责为：与供应商共同进行产品设计图纸和相关标准的商定；下达采购计划及采购合同，内容包括不限于：规格型号、数量、检验标准、交货时间等；加工监督，确使产品质量合格及货品按时交货；按双方协定的验收标准和抽样标准进行验收；按合同规定时间及实际情况支付供应商款项。

供应商的主要职责为：提供生产所需原材料、辅料等材料；提供生产制造的场所和设备；提供产品价格和清单；与委托方共同商定产品的技术要求和工艺流程等问题；按照要求组织生产并对产品进行检查，对质量负责；按订单约定的时间向公司交货，并承担相应的保密义务。

## 2、与“OEM”及“ODM”厂商的依赖性与关联性

公司并不对其“OEM”及“ODM”厂商存在重大依赖和重大不稳定性。相关厂商数量众多、竞争充分，相互替代性较强，公司对厂商的依赖程度较低。如果公司临时需要更换现有厂商或寻找新的厂商，可以在较短时间内寻求到理想的合作方，对公司持续经营能力不会产生重大影响。

报告期内，公司与“OEM”及“ODM”厂商之间无关联关系，为正常的商业合作关系，不存在利益倾斜的情形。

### 3、产品质量控制情况

公司制定了《供应商管理制度》，规定了严格的供应商选择标准，对产品质量进行把控。另外，公司在供应商生产产品的过程中会进行监督，保证产品质量；在产品生产完毕、出库前，公司会对产品进行质量检测的抽查。

公司重视产品的质量控制，视产品质量为公司发展的立身之本，严格遵守质量控制标准，执行多种有效的质量控制措施，以《内部控制手册》、《产品质量控制管理制度》、《品质工作手册》和《产品质量检验标准SIP》为基础，构建公司的质量控制体系和操作流程，质量控制效果良好，没有出现因产品质量问题而受到相关部门处罚的情况发生。

公司具有完善的质量控制体系，质量控制措施覆盖了产品的研发设计、供应商选择及客户反馈的全过程，通过各项质量控制措施持续改进公司产品的质量，提高质量管理体系的有效性和效率。公司质量控制部是公司品质管理的主要部门，主要负责采购成品的质量管理；同时研发中心主要负责产品设计评审、产品工艺、模具开发及样品评审中的品质管理工作；采购部主要负责合格供应商选定、业绩管理等；销售部门主要负责客户退货及客户投诉的工作。

### （四）盈利模式

公司通过为品牌客户提供衍生品设计、研发、销售获取相应收益。由于文化创意品是智能化、知识化的高附加值产品，公司将高附加值的部分作为公司的主营业务，低附加值的生产部分外包，这种盈利模式使公司利润最大化。因此，公司最主要的利润来源是给客户带来品牌增值的产品和服务所带来的溢价，并把这部分利益分享给产业链上的合作方。

## 六、公司所处行业情况

### （一）行业概况

## 1、所属行业

公司从事品牌文化衍生品业务，依托设计师对品牌的理解和诠释能力，凭借个人创造力、技能以及才华创造财富。公司隶属于文化创意产业，这一产业是一个以创作、创造、创新为根本手段，以文化内容和创意成果为核心价值，以知识产权实现或消费为交易特征，为社会公众提供文化体验的具有内在联系的行业集群。

按照中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司属于科学研究和技术服务业（M）中的专业技术服务业（M74）。根据中国《国民经济行业分类》国家标准（GB/4754-2011），公司所处行业为“M74专业技术服务业”下的“M7491专业化设计服务”。根据全国中小企业股份转让系统《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业为“M74专业技术服务业”下的“M7491专业化设计服务”。根据国家统计局《文化及其相关产业分类》，专业设计服务业部分活动属于文化产业下的“相关文化产品设计业”，其中部分包含的活动有工艺设计服务、美术设计服务、展台设计服务以及其他与文化相关的设计服务。因此，根据公司主营业务，可将其归属于专业设计服务业下的细分行业，即文化创意产业。

文化创意产业起源于文化产业，而文化产业起步于文化工业。20世纪50年代，随着发达国家的城市逐渐从工业型功能向服务型功能的转变，第三产业在产业结构中比重开始不断上升，文化产业也相应取得长足发展。20世纪80年代以来，以信息技术为标志的现代科技革命出现，带来新兴产业的迅猛发展，使得人类开始进入知识经济时代。现代科技的出现，强烈冲击着传统的文化消费方式和生产方式，文化产业和科学技术的交融并进，不再局限于文化产业领域，而是涉及具有高科技含量、高附加值和丰富创新力的产业，文化创意产业应运而生。随着城市产业结构的调整，创意对经济增长的促进作用备受关注。英国是最早确立文化创意产业概念的国家，随后，芬兰、瑞典、新加坡、新西兰也开始了文化创意产业的发展。目前，文化创意产业已经成为美国、英国、韩国、丹麦等国家支柱产业。

我国的文化创意产业近年发展势头迅猛，在当前政府的万众创新的理念下更逐渐上升为国家战略，呈现加速上扬的发展态势。其发展历程以十一届三中全会为起点，以“十六大”作为重要的政策节点，大致可以分为文化市场管理阶段、文化市场萌芽阶段、文化创意走向自觉阶段以及文化产业加速发展阶段。在文化市场管理阶段，虽然与文化相关的音乐、电影等经济行为非常活跃，但国家仍然

将“文化事业”管理的体制惯性延伸到文化市场中，属于我国计划经济时期的文化体制，并没有真正意义上的“文化产业”，在总体布局上，与行政管理体制相对应层层建立专业文艺团体，实行单一公有制。1985年，国务院将文化艺术作为第三产业的组成部分列入国民生产统计项目，确认了文化艺术的商品属性和产业属性，这也预示着正式步入文化市场萌芽阶段的开端。随后，“文化市场”、“文化经济”、“文化产业”等概念相继提出，这一时期文化出现了产业化趋势。

随着党的十四届六中全会首次论述文化体制改革问题，文化产业问题备受瞩目，文化产业被纳入政府工作体系，《文化体制改革试点中支持文化产业发展的规定》、《文化及相关产业分类》、《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》等文件相继出台，标志着我国文化产业的制度建设在文化体制改革、市场主体确立、文化构建以及对外文化贸易等方面日益完善，走向面向市场的文化产业的制度体系的构建。2006年被称为中国创意产业发展元年，该年3月，中央召开全国文化体制改革工作会议，我国文化体制改革取得重大突破性进展；随后，党的十七大再次明确要求发展新兴文化产业；十一届全国人大二次会议，创意产业第一次被上升到国家层面；接着十一届全国人大四次会议对“十二五”时期我国文化发展做了总体部署，提出“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”、“提升国家软实力”等目标。文化创意产业在这段时期加速发展，政策的扶持也让文化创意产业区域化、规模化发展。

## 2、监管体系及产业政策

### (1) 行业监管部门及自律性组织

文化产业包括新闻、出版及版权服务、广播电视及电影、文化艺术、网络文化、文化产品代理等细分行业，而创意产业分为版权、专利、设计和商标四类产生于所有行业和产业领域，涉及领域纷繁复杂，其主要监管部门是中华人民共和国文化部。针对不同细分市场，又有不同的行业监管部门，除了上述监管部门，还有地方文化厅局、中国版权保护中心等

#### ①中华人民共和国文化部

中华人民共和国文化部是中国文化行政的最高机构。是国务院的职能部门，在国务院领导下管理全国文化艺术事业。中华人民共和国文化部是中华人民共和国国务院负责文化、艺术事业的组成部门；是中华人民共和国成立最早并一直保留至今的政府部门之一。其主要职责在于拟订文化艺术方针政策，管理文化艺术事业，推进文化艺术领域的公共文化服务，规划引导公共文化产品生产，指导国

家重点文化设施建设等。

### ② 中国版权保护中心

中国版权保护中心是国家设立的综合性的著作权社会管理和社会服务机构，根据经国务院批准的新闻出版署（国家版权局）改革机构方案，行使部分原来由国家版权局行使的职能。中国版权保护中心主要职责：具体实施《中华人民共和国著作权法》以及有关法规和规章，为著作权人和与著作权有关的权利人以及使用者提供著作权专业服务。以维护著作权人以及相关权利者的权益为中心，帮助他们正确地行使自己的权利，促进版权在社会文化和经济生活中发挥作用，推动中国版权产业健康而迅速地发展

### ③ 中国文化产业协会

中国文化产业协会是经国务院批准、民政部登记、文化部主管的全国性社会团体，是文化产业领域的国家级协会。协会会员均为国内优秀的文化企事业单位，协会以发展中国文化产业、提升中国文化软实力、推动中国文化走向世界为己任，以“搭建平台、提供服务、统筹协调、创新发展”为宗旨，以建设成为文化领域的国际知名社会组织为要求，着力建设跨越政、商、学界的交流平台，通过发展国际传播、交流合作、产业研究、文化金融、产业投资、实体运作六大核心业务，形成相互联系、相互激发、相互促进的发展格局。

### ④ 中国工业设计协会

中国工业设计协会是 1979 年经国务院批准，在国家民政部注册的社团法人，是中国工业设计领域唯一的国家级行业组织。协会由我国从事工业设计、艺术设计事业的企事业单位、社会团体和工业设计、艺术设计工作者，以及支持和热心工业设计、艺术设计事业的有关部门、企业家和活动家，自愿联合组成的全国性行业性学术性社会团体。协会以经济建设和社会发展为中心推动我国工业设计的产业化发展、艺术设计事业的发展，提高企业及其产品的市场竞争力，促进我国的经济发展和进步。

## (2) 行业主要法律法规及政策

目前文化创意产业相关法律法规及政策主要如下：

名称	日期	发布单位	文号	与公司所处行业相关内容
《关于文化体制改革试点中支持文化产业	2005.03.09	财政部、海关总署、国家税务总局	财税[2005]第 2 号	对新办文化企业提供税收优惠政策，对政府鼓励的新办文化企业，自工商注册登记之日，免征

发展若干税收政策问题的通知》				3年企业所得税，对生产重点文化产品进口所需要的自用设备及配套件、备件等，免征进口关税和进口环节增值税。
《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》	2005.04.13	国务院	国发[2005]10号	大力发展社会主义先进文化，充分调动全社会参与文化建设的积极性，进一步引导和规范非公有资本进入文化产业，逐步形成以公有制为主体、多种所有制经济共同发展的文化产业格局，提高我国文化产业的整体实力和竞争力。
《关于深化文化体制改革的若干意见》	2005.01.12	中共中央、国务院	中发[2005]第14号	推进文化事业单位改革，要根据现有文化事业单位的性质和功能，区别对待、分类指导，明确不同的改革要求；支持中小型文化单位向“专、精、特、新”方向发展，形成富有活力的优势产业集群大力推进文化产业升级，用先进科学技术促进文化产业发展。
《关于文化体制改革中经营文化事业单位转制为企业的若干税收政策问题的通知》	2009.03.26	财政部、海关总署、国家税务总局	财税[2009]第31号	经营性文化事业单位转制为企业，自转制注册之日起免征企业所得税；对经营性文化事业单位转制中资产评估增值涉及的企业所得税，以及资产划转或转让涉及的增值税、营业税、城建税等给予适当的优惠政策，具体优惠政策由财政部、国家税务总局根据转制方案确定。
《文化产业振兴规划》	2009.09.26	国务院办公厅	国发[2009]第30号	深化文化体制改革，激发全社会的文化创造活力；要降低准入门槛，积极吸收社会资本和外资进入政策允许的文化产业领域；要加大政府投入和税收、金融等政策支持，大力培养文化产业人才，完善法律体系，规范市场秩序，为规划实施和文化产业发展提供强有力的保障。
《文化部文化产业投资指导目录》	2009.09.08	文化部	部便函[2009]第42号	鼓励类主要是针对具有良好的经济效益和社会效益，市场前景好，关联带动作用突出，技术含量和附加值高，有利于产业结构优化升级，能够有效地扩大内需，增

				加就业, 扩大文化产品出口的产业
《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》	2009.09.10	文化部	文产发[2009]第36号	提出加快文化产业发展的的重要性和紧迫性; 提出文化产业发展的目标, 力争到“十二五”期末实现主要文化增加值翻两番, 文化产业结构更加合理, 布局更加科学, 文化产品和服务更加丰富多彩, 文化产品市场和要素市场更加健全, 文化市场秩序更加规范, 文化产业发展保障体系更加完备, 文化产业整体影响力和竞争力明显增强, 涌现一批深受人民群众喜爱的文化精品
《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》	2010.03.19	中央宣传部、中国人民银行、财政部、文化部、广电总局、新闻出版总署、银监会、证监会、保监会	银发[2010]第94号	对文化产业提供金融支持, 要求金融机构积极开发适合文化产业特点的信贷产品, 加大有效的信贷投放; 完善授信模式, 加强和改进对文化产业的金融服务; 建立健全有利于金融支持文化产业发展的配套机制
《关于加强文化产业园区基地管理、促进文化产业健康发展的通知》	2010.06.09	文化部	文产函[2010]1169号	加强规划, 引导促进文化产业园区基地健康发展; 严格建设程序和条件, 有效遏制文化产业园区基地盲目发展的势头; 扶优扶强, 发挥好文化产业园区基地对文化产业发展的促进作用
《关于推进文化企业境内上市企业工作的有关通知》	2011.04	文化部	文产函[2011]440号	鼓励文化企业上市融资, 积极转变管理方式和服务方式, 鼓励文化企业探索利用多层次、多渠道的融资手段, 引导有条件的优质文化企业通过公开发行股票直接融资, 进一步完善文化市场主体。
《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》	2012.02.23	文化部	文产发[2012]第7号	推动文化产业成为国民经济支柱产业, 增强文化产业整体实力和竞争力。
《推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干	2014.02.26	国务院	国发[2014]第10号	提出推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展, 促进与实体经济深度融合, 是培育国民经济新的增长点; 要求加快实

意见》				现由“中国制造”向“中国创造”转变；建立完善文化创意和设计服务企业无形资产评估体系。支持符合条件的企业上市，鼓励企业发行公司债、企业债、集合信托和集合债、中小企业私募债等非金融企业债务融资工具。
《关于继续实施支持文化企业发展若干税收政策问题的通知》	2014.11.27	财政部、海关总署、国家税务总局	财税[2014]第 85 号	对从事文化产业支撑技术等领域的文化企业，按规定认定为高新技术企业的，减按 15% 的税率征收企业所得税；开发新技术、新产品、新工艺发生的研究开发费用，允许按照税收法律法规的规定，在计算应纳税所得额时加计扣除。文化产业支撑技术等领域的具体范围和认定工作由科技部、财政部、税务总局商中央宣传部等部门另行明确。
《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》	2014.11.27	财政部、国家税务总局、中宣部	财税[2014]第 84 号	经营性文化事业单位转制为企业，可以享受税收优惠政策：经营性文化事业单位转制为企业，自转制注册之日起免征企业所得税；由财政部门拨付事业经费的文化单位转制为企业，自转制注册之日起对其自用房产免征房产税等。

## （二）市场规模

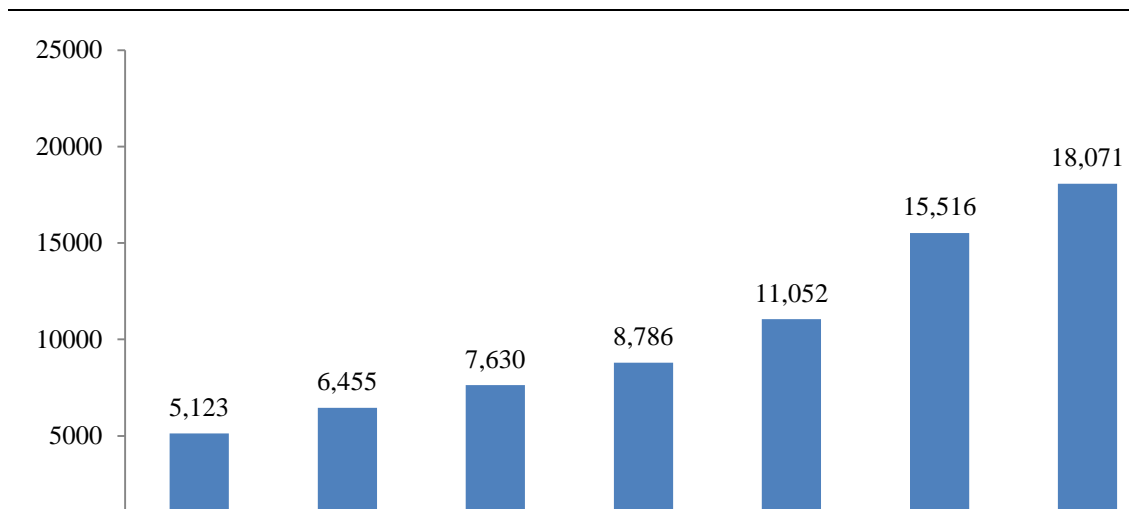
### 1、发展现状

#### （1）产业增加值以及 GDP 贡献率逐年递增，居民文化消费品支出增加

我国文化创意产业的兴起与发展很大程度上得益于对文化的挖掘与利用，因此我国对文化创意产业一般使用文化产业的提法。党的十七届六中全会总结了我国文化改革发展的丰富实践和宝贵经验，并指出了加强文化建设的重要意义，提出了推动社会主义文化大发展大繁荣的指导思想，以及到 2020 年我国文化产业发展目标，部署了深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣的各项重要任务。尽管我国文化产业发展起步较西方国家略晚，但文化产业在我国已经得到中央的高度重视。截止 2013 年我国文化产业增加值突破 2.1 万亿元，比上年增长了 18.15%，占 GDP 的比重达到 3.63%，预计到 2016 年我国文化产业增加值将突破 5 万亿元。“十一五”时期，我国核心文化产品出口总额为 560.9 亿美元，

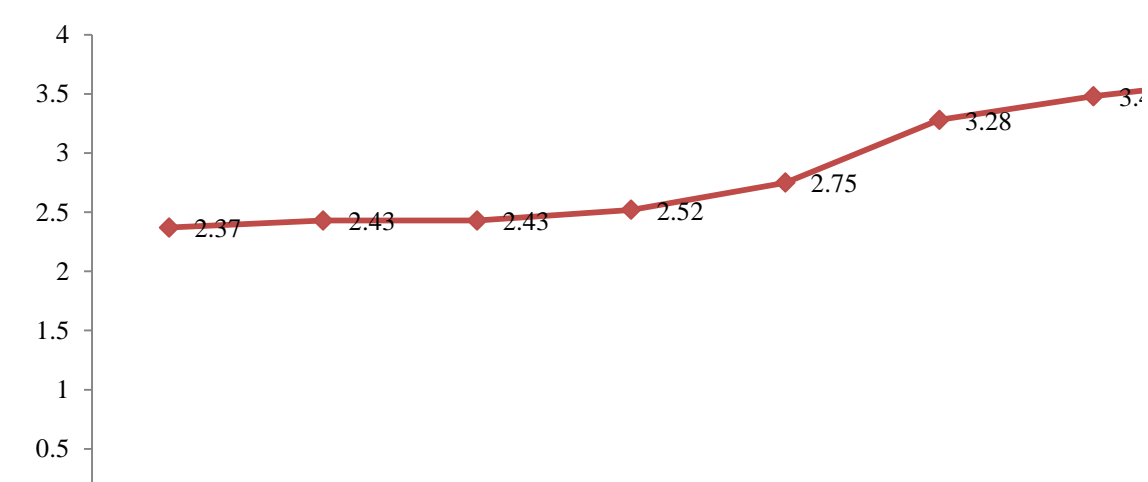
比“十五”时期增长 100%；文化服务出口总额为 11.8 亿美元，比“十五”时期增长 255.6%。

图：2006 年-2013 年我国文化创意产业增加值（单位：亿元）



数据来源：《两岸创意经济研究报告（2014）》

图：2006 年-2013 年我国文化创意产业增加值占 GDP 比重（单位：%）



数据来源：《两岸创意经济研究报告（2014）》

从居民文化消费支出占比数据来看，城镇人均文化消费支出在 2008-2012 年，每年均有 10% 以上的增长幅度。以 2012 年为例，城镇人均文化消费支出达 1,214 元，较上年增长 102 元，增长率为 10.16%；农村民众的人均文化消费支出，在 2008-2012 年，亦持续成长，2012 年增速高达 12.37%。从文化创意产业企业数量走势来看，一大批具有创造和创新能力的企业逐渐涌入该行业，带动行业逐渐走向繁荣。2008 年，文化创意企业有 46 万家，2012 年增至 66 万家，增长率达到 43.88%。

表：2008-2012 年我国居民文化消费支出以及文化创意产业企业数量走势

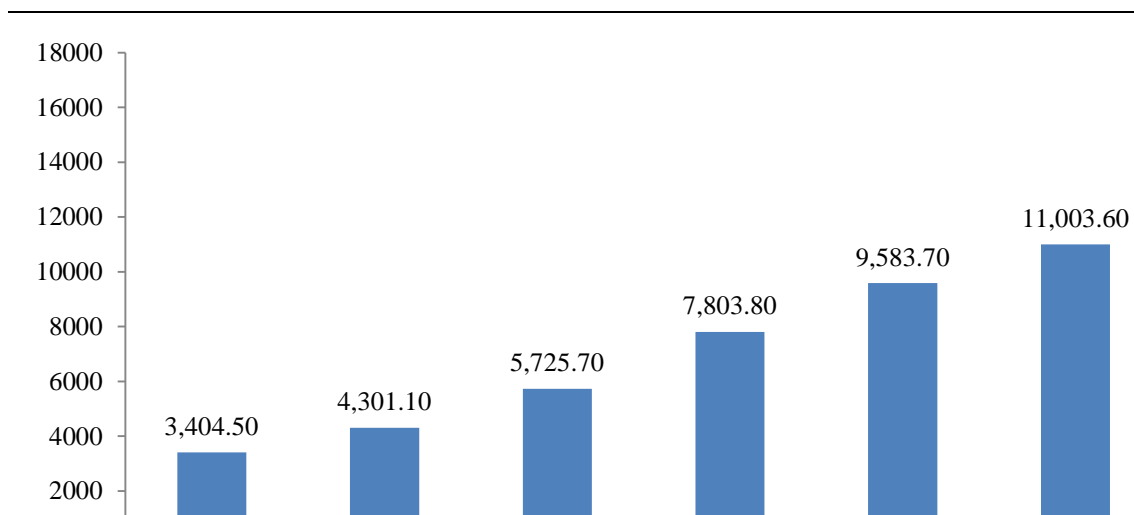
	2008	2009	2010	2011	2012
城镇人均文化消费支出	736	827	966	1102	1214
增长率(%)		12.36	16.81	14.08	10.16
农村人均文化消费支出	315	341	367	396	445
增长率(%)		8.25	7.62	7.90	12.37
文化创意企业数量(万家)	46.08	n/a	n/a	n/a	66.30
增长率(%)	n/a	n/a	n/a	n/a	43.88

数据来源：《两岸创意经济研究报告（2014）》

(2) 政策支撑加强，文化创意经济投入逐年增长，支柱性产业地位指日可待

文化创意产业巨大的经济效应对其他产业的推动作用，已经成为现今社会新的经济增长点。在《国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》中，我国提出了建设创新型国家的目标，核心就是要把增强自主创新能力作为发展经济的重要推动力。而在培养创新体系的过程中，发展文化创意产业是不可缺少的基本环节。2006年8月颁布的《国家“十一五”文化发展规划纲要》首次对文化创意产业的形态和业态进行了界定，明确提出了国家发展文化创意产业的主要任务。各地政府已经纷纷意识到文化、科技、创意的重要性，都在不同程度上提出要通过运用大量科学技术开发文化资源，改造提高传统文化产业，以文化创意产业联合带动整体经济的共同发展。

图：2006年—2012年文化及相关产业固定资产投资（单位：亿元）



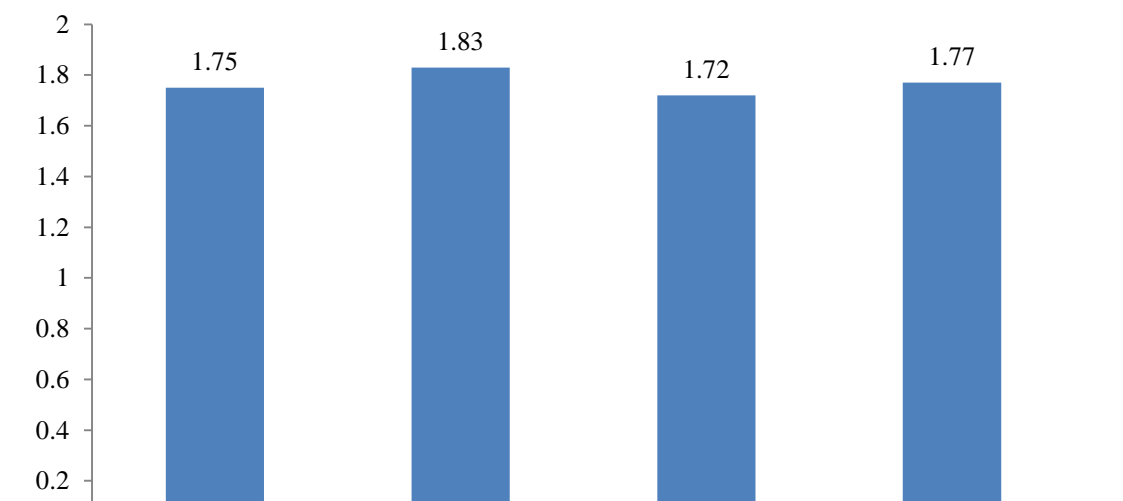
数据来源：wind 资讯

截止 2012 年底，文化及相关产业的固定资产投资达到 1.63 万亿，相比去年同比增长率达到 47.74%，从 2006 年至 2012 年的平均年复合增长率达到 29.77%；从全国财政对文化投入情况来看，从 2010 年至 2013 年，该数额从 323 亿元达到 530 亿元，平均年复合增长率为 17.95%。可见，文化及相关产业的地位正在不断

加强巩固，未来前景将持续向好。

近年来，中国对文化创意产业的支出预算金额也呈现逐年增加的态势。从文化创意产业支出占政府财政的比重来看，2008年-2012年，该比重一直保持在1.72%—1.83%之间并有所增长，从下图中可以看出，虽然自2009年的1.83%降至2010年的1.72%，但2010-2012年连续三年成长，至2012年已经达到1.80%。

图：2008-2012年文化创意产业支出占政府财政支出比重（单位：%）



数据来源：《两岸创意经济研究报告（2014）》

### （3）文化创意产业总产值保持稳健增速

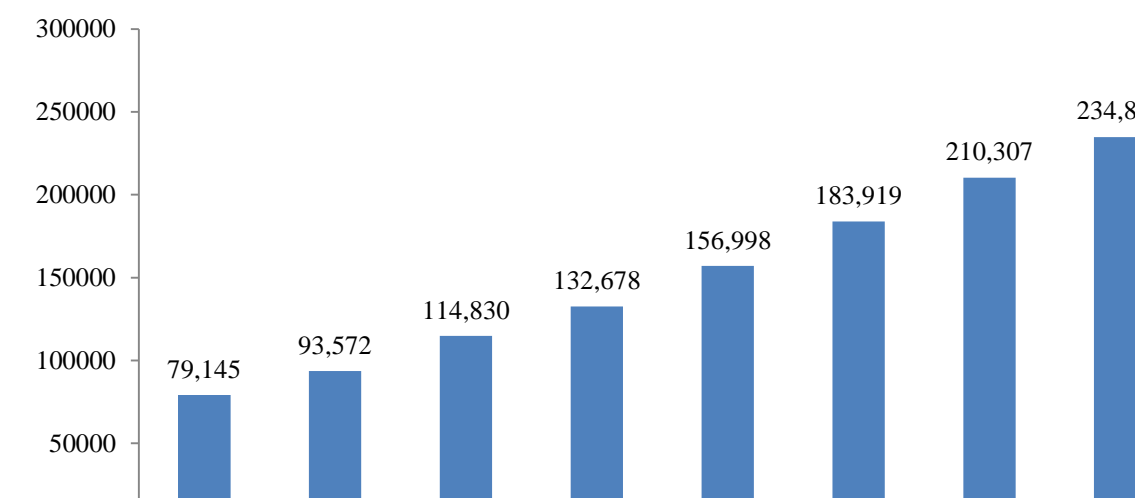
自2008年中国经济下滑起，创意消费品产业就开始了飞速的发展。根据联合国在北京发布的《2010创意经济报告》显示，2010年，中国成为全球创意产业出口第一大国，是美国创意产业出口的2.5倍；2011年，中国大陆创意产品出口达12.5亿美元；2012年，中国大陆文化创意产业总产值突破4万亿元，实现增加值18,071亿元，比上年增长16.5%。文化创意产业对当年经济总量增长的贡献率为5.5%，产业构成保持相对稳定；2013年，中国大陆文化创意产业增加值达到2.1万亿元，占GDP的3.77%。多项数据表明，中国创意经济已经进入稳定发展时期，中国经济正也逐渐从中国制造转型为中国创造。

### （4）消费品市场的蓬勃发展为品牌文化衍生品市场带来更多机遇

伴随着经济的持续快速发展，居民收入大幅度提高，居民的消费水平和消费结构也发生明显变化。从20世纪80年代以“老三件”为代表的温饱型消费结构升级到20世纪90年代至今的以汽车、通讯为主导的享受型消费结构，为消费品市场的蓬勃发展奠定了市场基础，而汽车、啤酒、烟草、电影等基础消费品的发展无疑会带动品牌文化衍生品的发展。国家统计局发布的消费品零售规模一直呈

现高速增长的趋势，汽车、烟草、啤酒等消费品也保持稳健增速。2006年至2014年间，中国社会消费品零售规模从79,145亿元增加到262,394亿元，复合增长率高达16.17%，8年时间增加了2.54倍。此外，相关行业的发展也带动了品牌文化衍生品市场的发展，例如汽车行业的繁荣推动汽车行业衍生品的产量，汽车销量从2006年的718亿元增加到2013年的2,198亿元，汽车行业衍生品产量也直线上升。随着中国经济持续发展，我国礼品的需求逐年上升，预计到2020年，中国有望超越美国成为全球最大的礼品消费国，而品牌文化衍生品市场也将获得发展机遇。

图：2006-2014年中国社会消费品零售规模（单位：亿元）



数据来源：wind 资讯

## 2、行业壁垒

文化创意公司的壁垒主要体现为品牌授权壁垒、规模经济壁垒、人才壁垒、资金壁垒和资源占有壁垒。

### (1) 品牌授权壁垒

品牌授权又称品牌许可，是指授权者将自己所拥有或代理的商标或品牌等以合同的形式授予被授权者使用，被授权者按合同规定从事经营活动（通常是生产、销售某种产品或者提供某种服务），并向授权者支付相应的费用，同时授权者给予人员培训、组织设计、经营管理等方面的指导与协助。目前，财富500强中的70%消费品公司都需要采取这样的品牌授权。品牌文化衍生品行业就是通过对衍生品的开发、设计产生收益。如果没有得到品牌授权，则无权生产该品牌的相关衍生品，因此品牌授权是衍生品开发的核心，也是相关公司进入该行业的主要壁垒之一。

## (2) 规模经济壁垒

创意产业规模经济性体现于平均成本随着创意产品绝对数量的增加而下降。它是指随着创意产业的业务规模、人员数量、机构网点的扩大和增多而发生的单位运营成本下降、单位收益上升的现象，反映了创意产业经营规模和成本收益的变动关系。随着创意企业的多样化经营，其生产设备和技术采用能力大大提升，市场容量也会变大。这些将会使得创意产业的进入壁垒加强，创意产品的创新性和个性化程度加大，会进一步增加创意产业的竞争力，产生集聚经济效益。

## (3) 人才壁垒

创意是独一无二的，文化创意产品是人脑的机能在物质世界的产物。创意产品的差异化是创意文化企业的核心竞争力，产品创新能力越强，唯一性越突出，竞争就越有利。形成创意产品差异化的原因包括创意产品所包含的艺术价值、消费者对创意产品的主观感受等差异。而创意性的差异性又取决于人才的差异性，只有招揽更多有更好创意的人才，企业才能进入这个行业并屹立不倒。

## (4) 资金壁垒

创意产业对于新进入者来说，其筹资能力往往较弱，资金对潜在进入创意产业的企业形成一定的壁垒。资金壁垒形成的原因：一方面在于银行是以资产抵押担保为融资先决条件的，属于稳健型的融资。而多数创意企业多以智力投资为主，属于轻资产的中小型企业，拥有的主要是版权、知识产权等无形资产，导致许多创意企业难以从银行获得融资；另一方面，创意企业的融资困难也有企业自身不足的原因，如项目可行性不高、财务制度混乱、管理、人才等资源的欠缺。而金融机构既看重盈利模式、渠道建设、变现能力、财务报表、团队管理经验、企业资质以及业务水平，导致创意企业较难得到融资。

## (5) 资源占有壁垒

创意产业需要相应的创意资源，创意资源包括有形资源 and 无形资源，有形资源包括人、财、物力资源。无形资源包括文化、信息、时间、技术等。资源在产业中的效能和作用将形成产业的进入壁垒。

在创意产生到实物形成的各环节中，资金资源、物力资源、人力资源和信息资源围绕创意产业的创作、制作、生产、传播、消费发挥其效能。资金资源为创意产业提供基本保障，物力资源为创意产业的“文化”提供原动力，人力资源为创意产业的“创意”提供助推器，信息资源是“内容”的支柱。通过财力、物力、人力、信息四大资源的融合，完成对创意产业中“文化”、“创意”及“内容”

的融合。在任何一个环节均可形成创意产业进入的壁垒。

### 3、影响文化创意产业发展的有利因素和不利因素

#### (1) 影响行业发展的有利因素

##### ① 数字化文化创意园区的大力发展带动文化创意产业的发展

目前，大量涌现的文化创意园区在最大程度地发挥规模经济和集群效应，并通过园区经验的积累和传播，整合不同背景和专业知识的人才，激发多样化设计和创意，从而促进文化创意产业的发展。

但当下以地理方式实体构建的文化创意产业园受到各种条件约束，已经无法满足创意产业发展的需求。事实上，文化创意产业的根本观念是通过“越界”促进不同行业、不同领域的重组和合作，通过“越界”，寻找新的增长点，推动文化发展与经济发展，并且以此来促进社会体制的改革创新。从未来发展来看，数字化高端融合是文化创意产业园区的高级形态和未来发展趋势，具体说来，便是依托一定的实体文化创意园区，在实物设施的基础上打造无界域、国际化的虚拟创意园区，建设一个迅速顺畅交换传播的数字化网上市场和一个数字化的交易平台，构建“虚拟文化创意产业园”或“文化创意信息数字交易港”，吸引巨量信息汇聚，开展网上信息交换、商务交易、科研成果转换、产品推介销售，从而以最新的技术形式，实现各个链条的数字化高端整合，而数字化文化创意产业园区的实现也将极大促进文化创意产业的发展。

##### ② 产业政策的持续支持将利好文化创意产业

近年来，国务院关于文化创意产业的文件密集发布，先后发布《推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》和《关于加快发展对外文化贸易的意见》，并推出重要税收优惠政策-国家重点鼓励的文化服务出口增值税归“零”，这两项意见对加快发展对外文化贸易、推动文化产品和服务出口做出全面部署；并提出增强创新动力、强化人才培养、壮大市场主体、加大财税支持等八项措施，推动文化产业成为国民经济支柱性产业，促进经济持续健康发展。自2009年《文化产业振兴规划》出台，文化产业首次上升到国家战略产业层面，到2011年“十二五”发展规划提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业，再到近期发布的文化与相关产业融合发展的意见，文化产业已经成为“中国制造”向“中国创造”转型的重要推手，在产业转型升级和经济结构调整的大环境下，国家为发展文化创意产业提供了充足的政策保证，于文化创意产业的发展是一个重大利好。

##### ③ 电子商务的发展将持续促进文化创意产业的发展

中国个人消费电子商务市场（包括 B2C 和 C2C），在未来五年的复合年增长率将达 42%，市场总规模将于 2014 年达到人民币 1.52 万亿，占国内零售总额的 7.2%。与此同时，中国互联网普及率将上升至 59.3%，个人用户总数将达 8.12 亿。当前全球一体化的电子商务模式发展，使得创意产品在消费者中的推广速度获得极大提升，促进了创意产业的快速发展，形成了创意产品重要的销售平台。

## （2）影响行业发展的不利因素

### ① 文化创意产业市场结构不完善

我国文化市场的结构不完善制约了国内文化创意市场的健康稳定发展。当前我国文化创意产业市场秩序不够健全，知识产权保障不够可靠，利益分配不够公正，限制了文化创意产业交易规模以及投资规模的扩大，容易引起文化消费市场的萎缩。

同时，我国文化产业市场结构不合理，传统文化产业的比重较大，现代新兴文化创意产业的发展不能很好地适应时代的发展潮流，特别是文化创意产业的科技含量低、竞争能力差，现代信息技术的应用比较落后。行业内企业创新机制没有形成，现代化的文化创意产品和服务的生产资源没有充分利用，市场没有很好地发挥资源配置的功能，目前尚没有创意企业能跻身全国 500 强。

### ② 文化创意产业的产业链不完整、产业园区缺乏整体规划

我国文化创意产业模式不完整，没有形成有序的产业链条，各项产业均表现为单打独斗，各自为政，未形成集群性发展。成熟的文化创意产业应形成相对完整的产业链。以日本为例，动漫产业是其最主要的文化创意产业，也是其最重要的出口产业之一。日本动漫有着整套的产业模式，其基础是漫画，整个产业的运转如同一个有序链条，众多的单元组成了一个合理、完整的产业链，这样可以形成一个良性的共生共荣的生态圈。因此，我国的文化创意产业也要加强各行各业的合作和联动，形成合理的产业链条。

随着创意产业在全球的兴起，我国各大城市纷纷建立自己的创意产业或文化创意园。但即使在北京、上海等大型城市，创意园区自身的特色定位并不强，尤其是与自身所在城市的特点联系不够紧密，动漫基地、主题公园、软件园较多，常常重复规划。目前，很多城市的创意园区都是各个城市自发建立的，有些园区盲目跟风，国家在总体宏观调控上还比较薄弱，缺乏长远规划。

### ③ 文化创新能力有待提高

文化创意产业作为 21 世纪全球经济新的增长点,它的创新对社会的影响力和渗透力是持续不断的。文化创意产业创新的核心内容是创意产品和服务的创新。即通过不断提供新产品和优质服务,以满足消费者不断变化的需求,以此带动文化创意产业的发展。但目前我国的创新能力还有待提高。我国许多地区都是民族文化的聚宝盆,是我们发展文化创意产业的优势,但是目前并没有转化为产业优势和核心竞争力。文化资源和自然资源一样,只有经过一定形式的再创作才能够成为具有知识产权的文化创意产品,即没有再创造,没有创新,文化资源也不能转化成文化创意产品。

#### 4、发展前景

##### (1) 文化创意产品市场需求旺盛,发展潜力大

在国际上消费品领域的创意产品在市场的占有率逐年增加,市场发展已经非常成熟,带有创意的特色产品相对于普通的功能性消费品而言溢价极高。随之信息全球化的发展,新产品发布推广的周期变短,产品的生命周期全球区域一致化,而年轻消费者消费能力提升后对个性化、特质化的创意类产品需求越来越高,这一切都使得创意产品行业有了长足的发展。

从发展中国家向世界出口的创意产品平均每年增长 13.5%,2008 年达到 1,760 亿美元,在全世界创意产业贸易额中所占比重达 43%。这种经济增长趋势主要是由于中国创意产品生产和贸易增长显著,2008 年中国成为创意产品主要出口国,市场份额达到全球创意产品出口的 20%。而在 2008 年世界创意服务出口中,发达经济体仍占据主要地位,其所占比重为 83%,发展中经济体占 11%,转型经济体占 6%。2013 年,中国文化产品进出口总额达 274.1 亿美元,其中出口 251.3 亿美元;文化服务进出口总额为 95.6 亿美元,其中出口 51.3 亿美元。

以上的数据表明全球消费者对创意产品的需求越来越高,人们对消费品的需求已经不仅仅局限在能用的范畴,而是好用,且与众不同。而这一发展趋势随着 90 后人群消费能力的提升快速增长,可以预测这是全球经济商品物资极大丰富后的必然结果。创意产品对旧产品的更新与淘汰是必然趋势,具体到单个产品上,将会经历限量高价到量产平价的一个过程。可以预见,文化创意产业未来市场发展空间极其广阔,潜力巨大。

##### (2) 文化创意产业将成为中国经济新的增长点

近年来,在国际经济波动、反复的形势下,在经济增速下行压力加大、传统行业增长动力乏力的背景下,文化创意产业逆势而上,迎来新的发展机遇。以首

都北京为例，自 2005 年北京市启动文化创意产业以来，文化创意产业已成为首都服务业当中的第二大支柱产业。北京市发改委提供的数据显示，从 2005 年至 2013 年，北京市文化创意产业增加值增长了 257%，占 GDP 的比重由 9.7% 上升到 12.3%。2014 年前 3 季度，北京市文化创意产业实现收入达到 7,451 亿元，同比增长 9.2%，文化创意产业进入全面繁荣发展期。北京文化消费潜力较大，居民消费由过去吃、穿、住、用、行已经向学、健、游、安转变。如今年北京举办的第二届惠民文化消费季，现场消费达 101.8 亿元，消费人次达 3,772.5 万，文化消费已成为北京经济的新增长点，大力发展文化创意产业是实现首都城市功能定位的基本手段，也是北京市应对经济新常态的重要举措。

而这一态势不论从时间上还是空间上都将继续蔓延，文化创意产业是文化的重要组成部分，文化作为知识体系，可为经济的发展提供各种知识，同时又可以为经济发展提供动力支持。在当今知识经济、信息化的背景下，这种功能显得更加突出。在新增的社会财富中，文化性的“软产品”所占比重越来越大，不仅新兴产业大部分是知识密集的软产品，而且传统制造业的文化内涵也越来越高。

### （三）基本风险

#### 1、宏观经济周期波动的风险

文化创意行业的发展与国民经济的景气度息息相关，只有当人民生活水平提高到一定程度，人们才会将更多的注意力放在精神层面上。如果宏观经济发展放缓，或者经济环境恶化，都将对文化行业的经营状况产生不利影响。

#### 2、知识产权风险

文化创意行业是知识密集型行业，是依托于个人的才华以及对基础产品的理解衍生而来的行业，因此，个人创意乃是整个企业的技术核心，创意应该是独一无二的，但一个好的创意生成之后，极易容易被模仿、被山寨，如果创意被剽窃之后，将形成同质化竞争，由此将引发一系列不良后果。

#### 3、市场竞争风险

公司所处的文化创意行业面临激烈的市场竞争。根据国家统计局数据显示，2008 年至 2012 年期间，文化创意机构数量都有所增加，从 46 万家增加至 66 万家公司，多为小型与微型企业为主的经营形态。虽然行业进入壁垒高，但该行业的企业数量没有停下增长的脚步，行业企业总体呈现“小、散、乱”的状态，这将导致行业整体竞争日趋激烈。如果公司未能持续保持自己的核心竞争优势，积极适应市场变化，将无法有效维护自身现有的市场地位及竞争优势，进而存在

导致公司经营业绩下降的风险。公司独特的商业模式被模仿，极易被新的竞争者超越。

#### 4、自然风险

文化创意行业公司所处的地理环境和可能碰上的自然灾害、不可抗力或非人力事件，如火灾、地震、风暴等等，一旦这些灾害发生，损失便是毁灭性的。而任何生存在社会上的行业都要面临这种风险，文化创意行业也不例外。

### （四）公司在行业中的竞争地位

#### 1、行业地位

目前品牌文化衍生品企业数量较少，品牌文化衍生品在中国和海外拥有巨大的市场发展空间。公司成立以来，坚持差异化竞争策略，业绩逐年保持稳定增长，一定程度上填补了国内品牌文化衍生品细分市场的空白，是国内品牌文化衍生品产业领域把握先机的开拓者，亦是定义行业标准的领军者之一。公司的品牌文化衍生品业务源起于汽车产业，并在上海世博会期间达到高潮。世博闭幕前夕，公司作为主办方策划了“汽车文化与汽车品牌衍生品产业论坛”，汽车行业共同探讨关于汽车品牌衍生品产业的市场机会、发展前景及其对所服务汽车品牌不可替代的价值贡献。借助世博平台，公司连续两次活动，成功推广了公司品牌与汽车品牌衍生品理念。到目前为止，公司拥有专利 41 项，拥有商标权 50 项。公司为上海大众、一汽大众、大众中国、捷豹路虎、长安福特、东风标致、上汽集团、北汽集团、腾讯、完美世界、上海烟草、喜力啤酒等众多知名品牌品牌延伸服务，为社会各界所首肯，奠定了行业领导者的地位，已经具有一定知名度。

公司充分利用自身优势、团队能力、世博特许产品经营实践经验，积极开发动漫衍生品授权相关业务。目前，公司已经获得迪士尼米奇/维尼系列和漫威系列的经营授权，来探索和拓展 B2B&C 的业务模式。截止 2014 年，公司营业收入已经达到 67,705,596.94 元。随着我国文化创意产业的蓬勃发展，公司品牌知名度的稳步提升，公司跨行业业务复制进程的不断加速，公司在品牌文化衍生品市场上将进一步拓展市场份额，并逐步树立起设计与文化和科技充分融合的新型商业业态。

目前，公司的主要竞争对手情况如下：

#### （1）美盛文化创意股份有限公司

美盛文化创意股份有限公司（股票代码：002699）是一家专业的动漫衍生生产

品细分产品动漫服饰开发设计生产的现代化民营企业。主要产品包括迪士尼形象动漫服饰、电影形象动漫服饰、传统节日动漫服饰以及装饰头巾等。该公司成立于2002年6月，注册资本为7,000万元，坚持“为客户谋价值，为员工谋利益，为社会谋发展”的企业使命，“领跑行业、引领潮流、领先世界”的企业目标，“品质美盛、科技美盛、世界美盛”的企业愿景，不断开拓创新，坚持以质量取胜的经营理念，先后通过了沃尔玛、迪斯尼、TARGET、SEARS、TESCO等国际著名公司认证，还通过了ICTI国际玩具业协会商业行业守则验证和GSV反恐认证，在动漫衍生品行业处于领先地位。

## (2) 星辉互动娱乐股份有限公司

星辉互动娱乐股份有限公司（股票代码：300043）成立于2004年，以“传承汽车文化，提升生活品位”为使命，致力于车模的研发、生产和销售。公司成立之初，主要从事电动玩具车和塑胶玩具的经营。自2005年起，公司根据行业发展趋势，抓住汽车普及和车模礼品化的市场契机，进行产品战略创新，将传统玩具和汽车文化相结合，与世界500强企业的知名汽车厂商进行战略合作，通过获取汽车厂商的车模授权，重点发展车模业务。目前，公司已成为国内车模企业中获得授权数量最多的企业之一，是国内车模行业的龙头企业。

## 2、竞争优势

### (1) 细分领域的商业模式创新

公司是品牌文化衍生品商业模式的倡导者之一，并在汽车行业处于领先地位。在中国较早地提出品牌文化衍生品的概念，通过服务于对渠道控制度强的企业，达成独有的原创产品销售，形成盈利，进而用管理达成较高的业绩。在品牌信任转移理论机制下，这一商业模式可以在多个领域进行复制。

### (2) 客户积累、行业领导者和先发优势

公司专注于汽车品牌衍生品产业已十余年，多家知名车企和世博会汽车馆项目，见证了公司对汽车文化与汽车品牌的深度诠释以及专业的品牌衍生品设计制造服务能力。中国的汽车产业正在蓬勃发展之中，公司的先发优势、产业位势，特别是依靠时间累积的客户服务深度、信誉、标准和门槛，为公司下一步的爆发式发展奠定了坚实的基础。

### (3) 优秀的管理团队

公司拥有一个长期从事企业管理的优秀团队，其中包括香港城市大学DBA、

复旦大学 EMBA、复旦大学国际 MBA、天津大学 MBA，华东理工大学 MBA、美国波士顿大学、美国佛罗里达国际大学的国际人才，大专以上学历占员工总数的 90%以上，更有复旦大学著名教授作为企业顾问。

#### (4) 强大的设计师队伍

公司拥有一支强大的设计师团队，每年申请专利数十项，设计方案获得美国通用和德国宝马等国际客户的赞誉。公司是江南大学设计学院和南京艺术学院工业设计专业的教学和实习基地，为持续性的设计人才梯队建设提供了制度基础。同时，与设计院校和外聘设计师的长期合作机制，也保证了公司开放性的视野及重要新品的开发和把控能力。而前设享网络的建设，更为不断创新打下了坚实的基础，是创意思维的源泉、企业核心竞争力的有效保障。

#### (5) 专业的供应链管理

通过多年的努力和耕耘，公司在珠三角及长三角拥有完善而优质的供应商基地，建立起战略合作伙伴关系的长期优质供应商队伍。通过 ERP 系统和专业的供应链管理团队，保证了品牌衍生品从设计到打样、生产、物流、交付、售后这一系统的正常运营。

#### (6) 整合的设享网络体系

设享网络是一个集外部设计师、供应商的资源、客户需求为一体的大数据电子商务平台。凭借这一平台，将长三角乃至全国的设计师整合起来，结合品牌方的真实需求和品牌簇拥者的创意，通过发布设计任务和设计师自行公布设计创意，将好的创意概念过作品雏形经过公司的整合开发形成产品，推送到消费者面前，进而打造一个正版+原创的品牌文化衍生品垂直电商平台。在这一个过程中通过消费者调查，客观的评价分析产品定义，将市场真正需求的产品进行商品化开发。

### 3、竞争劣势

公司的竞争劣势主要有：

#### (1) 品牌建设

企业间的终极竞争是品牌间的竞争。品牌是企业各种要素的长时间积淀，也是企业或产品的文化、传统、氛围、或者精神和理念的集中体现。构建品牌战略，培育自身品牌对于企业来说，有着提高品质、传递诚信、塑造形象的作用，社会、企业、消费者都会从中受益，意义重大并且深远。品牌衍生品是知名品牌公司在其主品牌产品以外，以品牌推广和盈利为主要目的推出的各类子产品。因此，品

牌建设对于公司来说至关重要，尽管公司在汽车行业里有一定知名度，但从其他行业来看，目前公司的品牌知晓度仍处于相对弱势的阶段，这对于公司的项目承接以及未来发展具有较大的制约作用。

## (2) 资金短缺

公司是轻资产型公司，自身缺乏有效的融资条件，资金短板将可能掣肘公司战略的实现。为实现公司的战略构想，公司将以本次新三板挂牌为契机，多方位扩展融资渠道，在保持合理负债结构的前提下，根据市场需求变化和公司资金存量规模，加强市场拓展、人才引进及研发投入，提高资金的运行效率，并通过定向增发等多途径筹集资金，满足公司快速发展的需要。

## 第三节 公司治理

### 一、公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

#### (一) 关于股东大会、董事会、监事会制度的建立及运行情况

有限公司时期，公司按照《公司法》规定制定了公司章程，并根据公司章程的规定建立了股东会，2015年2月之前，有限公司未设立董事会、监事会，仅设一名执行董事、监事，履行相应的职能。有限公司阶段，公司能够按照《公司法》及公司章程的有关规定在股权变更、增加注册资本、经营范围变更等需要工商变更登记的事项上召开股东会并形成相关决议。但由于公司管理层对于法律法规了解不够深入，公司治理也存在一定的不足，例如：有限公司阶段股东会相关会议文件未能完整保存；董事、监事任期届满未能及时改选；有限公司时期监事对公司的财务状况及董事、高级管理人员所起的监督作用较小；公司未制定专门的关联交易、对外投资、对外担保等管理制度。

2015年6月2日，公司依法召开创立大会暨第1次股东大会，依据《公司法》的相关规定，创立大会通过了《公司章程》，并选举胡志伟、邹倩、蒋昌建、王宏华以及解姝瑾为公司第一届董事会成员；选举信进伟、韦玲为股东代表监事，与职工代表大会选举产生的职工代表监事陈洁共同组成股份公司第一届监事会成员。

2015年6月2日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举产生了公司董事长，并聘任了公司总经理及其他高级管理人员。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举产生了公司监事会主席。

2015年6月26日，公司召开2015年第一次临时股东大会，审议通过了公司股票挂牌后生效的《公司章程（草案）》以及《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《防范控股股东及其他关联方资金占用制度》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》等重大制度，构建了适应公司发展的内部治理结构和内部控制体系。至此，公司依据《公司法》和《公司章程》的相关规定，建立健全了股份公司的股东大会、董事会、监事会制度。

股份公司成立后，公司能够按照《公司章程》及相关治理制度规范运行。股东大会、董事会和监事会的召开均符合《公司法》以及《公司章程》的要求，决

议内容没有违反《公司法》、《公司章程》及“三会”议事规则等规定，会议程序、会议记录规范完整，不存在损害股东、债权人及第三人合法利益的情况。公司的董事、监事均符合《公司法》的任职要求，能够勤勉尽责的遵守“三会”议事规则，切实履行义务，严格执行“三会”决议，公司的职工监事能够切实代表职工的利益，积极发挥监督的职责，维护公司职工的权益。

## （二）公司股东大会、董事会、监事会和有关人员履行职责情况的说明

公司股东大会、董事会、监事会的成员符合《公司法》的任职要求，能够按照《公司章程》及“三会”议事规则独立、勤勉、诚信地履行职责及义务。公司股东大会和董事会能够按期召开，对公司的重大决策事项作出决议，保证公司的正常发展。公司股东、董事通过参与股东大会、董事会，能够及时参与公司重大事项的讨论、决策，充分行使股东、董事的权利，促进公司治理的不断完善。公司监事会能够较好地履行对公司财务状况及董事、高级管理人员的监督职责，职工监事通过参与监事会会议对于公司重大事项提出相关意见和建议，保证公司治理的合法合规。但由于股份公司成立时间尚短，“三会”的规范运作及相关人员的规范意识、制度学习方面仍有待进一步提高。

## 二、公司董事会关于公司治理机制执行情况的说明

### （一）投资者关系管理

《公司章程（草案）》对信息披露和投资者关系管理进行了规定。公司由董事会秘书负责投资者关系管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通。董事会秘书负责协调和组织公司信息披露事宜，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定，应当保证公司信息披露的及时性、合法性、真实性和完整性。公司应在全国股份转让系统要求的平台披露信息。公司及其董事、监事、高级管理人员应当保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

### （二）纠纷解决机制

《公司章程（草案）》第九条规定：“本公司章程自生效之日起，即成为规范公司的组织与行为、公司与股东、股东与股东之间权利义务关系的具有法律约束力的文件，对公司、股东、董事、监事、高级管理人员具有法律约束力的文件。公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间涉及章程规定的纠纷，应当先行通过协商解决。协商不成的，依据本章程，股东可以起诉股东，股东可以起诉公司

董事、监事、总经理和其他高级管理人员，股东可以起诉公司，公司可以起诉股东、董事、监事、总经理和其他高级管理人员。”

《公司章程（草案）》第三十三条规定：“董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，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董事会、监事会向人民法院提起诉讼。

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。”

### （三）关联董事回避制度

《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易决策制度》中对于公司与股东及实际控制人之间提供资金、商品、服务或者其他资产的交易，应当严格按照关联交易的决策程序履行董事会、股东大会的审议程序，关联董事、关联股东应当回避表决。针对关联交易，公司制定了《关联交易管理制度》，对于公司关联交易的决策程序和审批权限进行了规定，关联股东和关联董事应在股东大会、董事会表决关联事项时回避表决。

### （四）财务管理、风险控制机制

公司建立了财务管理等一系列规章制度，涵盖了公司人力资源管理、财务管理、研发管理、销售管理等经营过程各个环节，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。公司的财务管理和内部控制制度在完整性、有效性、合理性方面不存在重大缺陷，内部控制制度有效地保证了公司经营业务的有序进行，保护了公司资产的安全完整，促进了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。

公司董事会于 2015 年 6 月 10 日召开的股份公司第一届董事会第二次会议上对公司治理机制执行情况予以评估。董事会对公司治理机制的执行情况讨论认为，公司现有的治理机制能够有效地提高公司治理水平和决策质量、有效地识别和控制经营管理中的重大风险，能够给所有股东提供合理保护及保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利，便于接受投资者及社会公众的监督，符

合公司发展的要求。

### **三、公司及控股股东、实际控制人最近二年存在的违法违规及受处罚情况**

公司最近两年内不存在违法违规及受处罚的情况，公司已取得工商、税务等相关政府部门的无违法违规情况证明。

公司控股股东、实际控制人最近两年内不存在违法违规及受罚的情况，公司实际控股股东、实际控制人已就此出具书面声明。

### **四、公司的独立性情况**

股份公司自设立以来，严格按照《公司法》及《公司章程》的要求规范运作，在业务、资产、人员、财务、机构等方面与主要股东及其控制的其他企业完全独立，公司具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

#### **(一) 业务独立**

公司主要从事品牌衍生品研发设计、生产实现与销售推广业务，具有面向市场的自主经营能力以及独立的研发、销售以及推广体系，能够独立对外开展业务，不依赖于控股股东、实际控制人和其他任何关联方。公司具有独立的主营业务和面向市场自主经营的能力。

#### **(二) 资产独立**

公司独立拥有全部有形资产及无形资产的产权，公司的资产与股东的资产权属关系界定明确，公司对其所有资产具有控制支配权。截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在资金、资产被控股股东及实际控制人占用而损害公司利益的情况，公司不存在以资产、权益或信誉为股东债务提供担保的情形。

#### **(三) 人员独立**

公司的董事、监事及其他高级管理人员的任免均符合《公司法》和《公司章程》的相关规定，程序合法有效；公司的总经理、财务总监、董事会秘书均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事外的其他职务或领薪，公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

#### **(四) 财务独立**

公司拥有独立的财务部门，配备了专职的财务会计人员，建立了独立、完整的财务核算体系，能够独立做出财务决策，具有规范的财务会计制度和财务管理制度。公司单独开户、独立核算。

### （五）机构独立

公司已设立股东大会、董事会和监事会等机构，且已聘请总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员，并在公司内部设立了相应的职能部门。公司内部经营管理机构健全，独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间没有机构混同的情形。

## 五、同业竞争情况

### （一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间同业竞争情况

截至本公开转让说明书签署之日，除本公司及控股子公司外，公司实际控制人胡志伟、邹倩控制的或能够施加重大影响的企业及其业务情况如下：

序号	企业名称	主营业务
1	上海永堂投资管理中心（有限合伙）	持股平台，无实际业务
2	上海倩影化妆品有限公司	已被吊销营业执照、无实际业务
3	天狐国际品牌衍生品有限公司	无实际业务
4	莱甘地（上海）国际食品进出口有限公司	食品进出口

公司实际控制人控制的或能够施加重大影响的上述企业和公司不存在同业竞争的情况。

### （二）关于避免同业竞争的承诺

为避免今后出现同业竞争情形，公司实际控制人胡志伟、邹倩已出具《避免同业竞争承诺函》，承诺如下：

“一、本人目前未从事与公司及其控股子公司相同的经营业务，与公司及其控股子公司不会发生直接或间接的同业竞争。今后亦将不以任何形式从事与公司及其控股子公司的现有业务及相关产品相同或相似的经营业务，包括不会以投资、收购、兼并与公司及其控股子公司现有业务及相关产品相同或相似的公司或者其他经济组织的形式与公司及其控股子公司发生任何形式的同业竞争。

二、本人目前或将来投资控股的企业也不从事与公司及其控股子公司相同的经营业务，与公司及其控股子公司不进行直接或间接的同业竞争；如本人所控制的企业拟进行与公司及其控股子公司相同的经营业务，本人将行使否决权，以确

保与公司及其控股子公司不进行直接或间接的同业竞争。

三、如有在公司及其控股子公司经营范围内相关业务的商业机会，本人将优先让与或介绍给公司及其控股子公司。对公司及其控股子公司已进行建设或拟投资兴建的项目，本人将在投资方向与项目选择上，避免与公司及其控股子公司相同或相似，不与公司及其控股子公司发生同业竞争，以维护公司及其控股子公司的利益。如出现因本人控制的其他企业违反上述承诺而导致公司及其控股子公司的权益受到损害的情况，本人将依法承担相应的赔偿责任。”

此外，公司其他董事、监事和高级管理人员已出具书面承诺：“本人目前没有在与公司及其控股子公司从事相同或相类似业务的公司进行投资或任职，没有从事与公司及其控股子公司业务有同业竞争的经营活动，今后也不从事与公司及其控股子公司业务有同业竞争的经营活动，并愿意对因违反上述承诺而给公司及其控股子公司造成的经济损失承担赔偿责任。”

## 六、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金，或者公司为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况说明

### （一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金情况

报告期内，公司存在资金被实际控制人以借款方式占用的情形，具体情况如下：

单位：元

占用人	关联关系	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
胡志伟	公司实际控制人	-	6,468,653.10	409,158.50
邹倩	公司实际控制人	-	4,675,092.08	1,128,071.66

上述资金占用情况发生在有限公司阶段，未履行相应的决策程序，亦未签署相应资金借用协议。资金占用人胡志伟、邹倩已于2015年3月偿还相应货币资金。截至2015年3月31日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。

公司整体变更为股份公司后，公司建立了防止股东及关联方资金占用或者转移公司资金、资产及其他资源的机制，在《公司章程》中明确：“公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司和公司社会公众股股东负

有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和社会公众股股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和社会公众股股东的利益。”

同时，公司制定了《防止控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》，对防范控股股东、实际控制人占用公司资金作出了具体规定。其中《防止控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》第三条规定：“公司不得以下列方式将资金直接或间接地提供给控股股东及其关联方使用：

- (一) 有偿或无偿地拆借公司的资金给控股股东及其关联方使用；
- (二) 通过银行或非银行金融机构向控股股东及其关联方提供委托贷款；
- (三) 委托控股股东及其关联方进行投资活动；
- (四) 委托控股股东及其关联方开具没有真实背景的商业承兑汇票；
- (五) 代控股股东及其关联方偿还债务；
- (六) 全国股份转让系统公司认定的其他方式。”

《防止控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》第四条规定：“公司董事、监事、高级管理人员及公司控股子公司的董事长、总经理应按照公司治理制度的相关规定勤勉尽职地履行自己的职责，维护公司资金和财产安全。公司董事长是防止资金占用、资金占用清欠工作的第一责任人。”

《防止控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》第十四条规定：“控股股东对公司及其他股东负有诚信义务，控股股东对公司应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位谋取额外的利益。当发生控股股东或实际控制人侵占公司资产、损害公司及社会公众股东利益情形时，公司董事会应采取有效措施要求控股股东停止侵害并就该侵害造成的损失承担赔偿责任。

《防止控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》第十八条规定：“控股股东利用其控制地位，对公司及其他股东造成损害时，公司董事会可直接向其提出赔偿要求，并追究其责任。公司董事会应强化对大股东所持股份“占用即冻结”的机制，即发现控股股东侵占公司资产时，可立即申请对其所持股份进行司法冻结，如不能以现金清偿，可变现股权所得以偿还所占资产。”

《防止控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》第十九条规定：“公司董事、监事、经理及其他高级管理人员违反公司章程规定，协助控股股东及其他关

关联方侵占公司财产，损害公司及股东利益时，公司董事会视情节轻重可对直接责任人给予处分并对负有重大责任的董事提请股东大会予以罢免，对负有重大责任的高级管理人员予以解聘。”

## （二）公司为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保情况

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

## 七、董事、监事及高级管理人员对公司持续经营有不利影响的情况

### （一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属的持股情况

序号	姓名	职务	股份数量（股）	持股比例（%）
1	胡志伟	董事长	12,150,000	45.00
2	邹倩	副董事长、总经理	12,150,000	45.00
3	蒋昌建	董事		
4	王宏华	董事		
5	解姝瑾	董事	-	-
7	信进伟	监事会主席	-	-
8	韦玲	监事	-	-
9	陈洁	职工监事	-	-
10	刘守珍	财务总监、董事会秘书	-	-
合计			24,300,000	90.00

除上述持股情况外，胡志伟、邹倩还通过永堂投资分别间接持有公司5%股份，除此之外，公司董事、监事以及高级管理人员的直系亲属不存在直接或间接持有公司股份的情况。

### （二）相互之间存在亲属关系情况

公司的董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

### （三）董事、监事、高级管理人员与公司签订重要协议或做出重要承诺的情况

#### 1、协议签署情况

在公司任职并专职领薪的董事、监事、高级管理人员与本公司均签有《劳动合同》，对工作内容、劳动报酬等方面作了规定。

## 2、承诺情况

公司董事、监事、高级管理人员已作出《避免同业竞争承诺函》、《公司董事、监事及高级管理人员关于诚信状况的书面声明》等承诺。

上述有关合同、协议及承诺均履行正常，不存在违约情形。

### (四) 在其他单位兼职情况

姓名	公司职位	兼职情况	
		兼职单位	职位
胡志伟	董事长	上海设享网络科技有限公司	监事
邹倩	副董事长、总经理	上海倩影化妆品有限公司	执行董事
蒋昌建	董事	复旦大学国际政治系	副教授

除上述人员外，公司其他董事、监事、高级管理人员未在其他单位兼职。

### (五) 对外投资与公司存在利益冲突的情况

公司董事、监事、高级管理人员不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况。

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

公司董事、监事、高级管理人员均出具了书面声明，承诺最近两年不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情形。

### (七) 其他对公司持续经营有不利影响的情况

公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对公司持续经营有不利影响的情况。

## 八、董事、监事及高级管理人员近两年变动情况

### (一) 董事变动情况

有限公司阶段，由于公司股东人数较少，未设立董事会，仅设一名执行董事。2009年8月至2015年2月期间，邹倩一直担任公司的执行董事。

2015年2月5日，公司召开临时股东会，通过决议选举产生公司第一届董事会成员，分别为华家蓉，胡志伟，邹倩。

2015年6月2日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，通过决议选举产生股份公司第一届董事会成员，分别为胡志伟、邹倩、蒋昌建、王宏华以及解姝

谨。

报告期内，公司董事变动主要是公司因整体变更为股份公司，且为进一步完善公司治理结构而发生。董事人员的变动未对公司实际生产经常造成重大不利影响。

## （二）监事变动情况

有限公司阶段，由于公司股东人数较少，公司未设立监事会，仅设一名监事。2009年8月至2015年2月期间，胡志伟一直担任公司监事职务。

2015年2月5日，公司召开临时股东会，通过决议选举韦玲，陈洁为监事。

2015年6月2日，公司职工大会选举陈洁为公司整体变更为股份公司后的职工代表监事。

2015年6月2日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，通过决议选举信进伟、韦玲为非职工代表监事与职工代表监事陈洁组成公司第一届监事会。

最近两年，公司监事因股份公司设立、为完善公司治理结构等原因引起的变化没有给公司的经营管理造成不利影响。

## （三）高级管理人员变动情况

2009年8月至2015年1月期间，胡志伟一直为公司的总经理；2014年12月，公司聘任刘守珍为财务总监。2015年2月5日，公司召开第一届董事会第一次会议，通过决议聘任邹倩为公司总经理。

2015年6月2日，股份公司第一届董事会召开第一次会议通过决议聘任邹倩为公司总经理，聘任刘守珍为公司财务总监兼董事会秘书。

报告期内，胡志伟曾兼任公司总经理、监事职务，不符合公司法相关规定，但该不规范行为在股份公司成立后已得到纠正，该任职瑕疵情况未对公司产生重大不利影响。

最近两年，公司高级管理人员因股份公司设立、为完善公司治理结构等原因引起的变化，不会对公司的持续经营能力产生重大不利影响。

## 第四节 公司财务

### 一、最近两年一期的资产负债表、利润表、现金流量表和所有者权益变动表

#### 合并资产负债表

单位：元

资 产	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产：			
货币资金	15,669,714.78	10,852,905.98	14,880,508.19
应收票据	300,000.00	-	-
应收账款	10,718,240.17	20,878,232.23	15,005,100.53
预付款项	470,062.30	710,784.42	2,352,454.20
其他应收款	1,382,517.29	12,914,643.04	3,086,023.90
存货	4,762,723.12	6,139,089.81	3,668,267.45
其他流动资产	936,170.83	632,219.90	-
<b>流动资产合计</b>	<b>34,239,428.49</b>	<b>52,127,875.38</b>	<b>38,992,354.27</b>
非流动资产：			
固定资产	1,259,128.59	1,391,987.39	1,628,620.73
无形资产	2,156,859.03	2,243,312.01	2,557,500.00
长期待摊费用	713,863.75	795,542.57	76,214.18
递延所得税资产	565,394.24	630,116.02	489,887.39
<b>非流动资产合计</b>	<b>4,695,245.61</b>	<b>5,060,957.99</b>	<b>4,752,222.30</b>
<b>资产总计</b>	<b>38,934,674.10</b>	<b>57,188,833.37</b>	<b>43,744,576.57</b>

负债和所有者权益	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动负债：			
短期借款	3,000,000.00	3,000,000.00	-
应付账款	3,263,261.58	7,253,263.83	6,073,884.79
预收款项	194,101.33	322,001.31	1,009,539.69
应付职工薪酬	24,034.14	24,034.14	24,034.14
应交税费	1,044,538.46	3,497,213.03	2,784,448.15
应付股利	2,000,000.00	-	-
其他应付款	1,527,641.29	184,978.27	12,000.00
<b>流动负债合计</b>	<b>11,053,576.80</b>	<b>14,281,490.58</b>	<b>9,903,906.77</b>
<b>非流动负债合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>11,053,576.80</b>	<b>14,281,490.58</b>	<b>9,903,906.77</b>
所有者权益			

实收资本	14,777,778.00	13,300,000.00	13,300,000.00
资本公积	-	1,922,525.70	18,600.00
盈余公积	-	2,622,474.84	1,879,164.75
未分配利润	12,989,753.82	24,854,878.59	18,642,905.05
归属于母公司所有者权益合计	27,767,531.82	42,699,879.13	33,840,669.80
少数股东权益	113,565.48	207,463.66	
<b>所有者权益</b>	<b>27,881,097.30</b>	<b>42,907,342.79</b>	<b>33,840,669.80</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>38,934,674.10</b>	<b>57,188,833.37</b>	<b>43,744,576.57</b>

### 母公司资产负债表

单位：元

资 产	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产：			
货币资金	15,140,636.32	9,346,702.97	14,880,508.19
应收票据	300,000.00		
应收账款	10,752,284.96	20,878,232.23	15,005,100.53
预付款项	469,662.30	710,384.42	2,352,454.20
其他应收款	1,141,384.20	12,725,239.76	3,086,023.90
存货	4,587,966.79	6,174,142.44	3,668,267.45
其他流动资产	914,291.33	632,219.90	
<b>流动资产合计</b>	<b>33,306,225.90</b>	<b>50,466,921.72</b>	<b>38,992,354.27</b>
非流动资产：			
长期股权投资	760,015.16		
固定资产	1,249,994.59	1,391,987.39	1,628,620.73
无形资产	2,156,859.03	2,243,312.01	2,557,500.00
长期待摊费用	713,863.75	795,542.57	76,214.18
递延所得税资产	565,394.24	630,116.02	489,887.39
<b>非流动资产合计</b>	<b>5,446,126.77</b>	<b>5,060,957.99</b>	<b>4,752,222.30</b>
<b>资产总计</b>	<b>38,752,352.67</b>	<b>55,527,879.71</b>	<b>43,744,576.57</b>

负债和所有者权益	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动负债：			
短期借款	3,000,000.00	3,000,000.00	
应付账款	3,202,110.90	7,236,717.33	6,073,884.79
预收款项	73,696.33	320,716.31	1,009,539.69
应付职工薪酬	24,034.14	24,034.14	24,034.14
应交税费	1,035,885.19	3,487,663.01	2,784,448.15
应付股利	2,000,000.00		
其他应付款	1,649,094.29	184,978.27	12,000.00

流动负债合计	10,984,820.85	14,254,109.06	9,903,906.77
非流动负债合计			
负债合计	10,984,820.85	14,254,109.06	9,903,906.77
所有者权益：			
股本	14,777,778.00	13,300,000.00	13,300,000.00
其他权益工具			
资本公积		18,600.00	18,600.00
减：库存股			
盈余公积		2,622,474.84	1,879,164.75
未分配利润	12,989,753.82	25,332,695.81	18,642,905.05
归属于母公司所有者权益合计	27,767,531.82	41,273,770.65	33,840,669.80
少数股东权益			
所有者权益合计	27,767,531.82	41,273,770.65	33,840,669.80
负债和所有者权益总计	38,752,352.67	55,527,879.71	43,744,576.57

## 合并利润表

单位：元

项 目	2015 年 1-3 月	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	11,549,479.77	67,705,596.94	62,339,970.36
其中：营业收入	11,549,479.77	67,705,596.94	62,339,970.36
二、营业总成本	11,411,480.57	60,804,485.98	53,431,890.63
其中：营业成本	6,007,040.47	39,698,967.87	36,492,230.56
营业税金及附加	94,521.62	546,082.06	593,777.70
销售费用	2,026,755.78	9,364,825.51	7,235,794.10
管理费用	3,637,959.77	10,192,776.09	8,983,208.44
财务费用	66,957.17	59,296.26	-92,044.25
资产减值损失	-421,754.24	942,538.19	218,924.08
加：公允价值变动收益 （损失以“-”号填列）			
投资收益（损失以 “-”号填列）			
汇兑收益（损失以 “-”号填列）			
三、营业利润（亏损以“-”号 填列）	137,999.20	6,901,110.96	8,908,079.73
加：营业外收入	1,143.61	1,095,106.71	513,760.28
其中：非流动资产 处置利得			
减：营业外支出		1,000.00	1,399,105.00
其中：非流动资产 处置损失			

<b>四、利润总额(亏损总额以“-”号填列)</b>	<b>139,142.81</b>	<b>7,995,217.67</b>	<b>8,022,735.01</b>
减：所得税费用	152,388.30	1,109,444.68	1,175,244.73
<b>五、净利润(净亏损以“-”号填列)</b>	<b>-13,245.49</b>	<b>6,885,772.99</b>	<b>6,847,490.28</b>
归属于母公司所有者的净利润	84,162.43	6,955,283.63	6,847,490.28
少数股东损益	-97,407.92	-69,510.64	
<b>六、其他综合收益的税后净额</b>			
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额			
<b>七、综合收益总额</b>	<b>-13,245.49</b>	<b>6,885,772.99</b>	<b>6,847,490.28</b>
归属于母公司所有者的综合收益总额	84,162.43	6,955,283.63	6,847,490.28
归属于少数股东的综合收益总额	-97,407.92	-69,510.64	

### 母公司利润表

单位：元

项 目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
<b>一、营业收入</b>	<b>11,499,002.34</b>	<b>67,543,121.47</b>	<b>62,339,970.36</b>
减：营业成本	5,997,414.70	39,619,315.24	36,492,230.56
营业税金及附加	93,543.63	545,750.23	593,777.70
销售费用	1,693,514.94	9,069,679.30	7,235,794.10
管理费用	3,162,720.26	9,855,512.18	8,983,208.44
财务费用	67,428.77	61,887.43	-92,044.25
资产减值损失	-421,754.24	942,538.19	218,924.08
加：公允价值变动收益 (损失以“-”号填列)			
投资收益(损失以 “-”号填列)			
<b>二、营业利润(亏损以“-”填列)</b>	<b>906,134.28</b>	<b>7,448,438.90</b>	<b>8,908,079.73</b>
加：营业外收入	0.03	1,095,106.63	513,760.28
其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出		1,000.00	1,399,105.00
其中：非流动资产处置损失			
<b>三、利润总额(亏损总额以“-”号填列)</b>	<b>906,134.31</b>	<b>8,542,545.53</b>	<b>8,022,735.01</b>

减：所得税费用	152,388.30	1,109,444.68	1,175,244.73
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>753,746.01</b>	<b>7,433,100.85</b>	<b>6,847,490.28</b>
五、其他综合收益的税后净额			
<b>六、综合收益总额</b>	<b>753,746.01</b>	<b>7,433,100.85</b>	<b>6,847,490.28</b>

## 合并现金流量表

单位：元

项 目	2015年1-3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	23,005,956.28	72,003,779.66	59,283,584.48
收到的税费返还	-	174,160.39	783,001.83
收到其他与经营活动有关的现金	13,751,921.84	1,522,436.12	628,881.95
经营活动现金流入小计	36,757,878.12	73,700,376.17	60,695,468.26
购买商品、接受劳务支付的现金	9,573,857.29	46,770,745.07	40,745,849.44
支付给职工以及为职工支付的现金	2,925,666.33	8,395,188.08	6,792,103.03
支付的各项税费	3,699,679.96	5,150,742.09	5,092,837.11
支付其他与经营活动有关的现金	2,649,079.26	20,513,292.85	10,418,991.26
经营活动现金流出小计	18,848,282.84	80,829,968.09	63,049,780.84
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>17,909,595.28</b>	<b>-7,129,591.92</b>	<b>-2,354,312.58</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量</b>			
收回投资收到的现金			
取得投资收益收到的现金			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额		135,400.00	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计		135,400.00	
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	24,334.00	1,854,033.70	420,462.78
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	5,220,000.00		
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计	5,244,334.00	1,854,033.70	420,462.78
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-5,244,334.00</b>	<b>-1,718,633.70</b>	<b>-420,462.78</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量</b>			
吸收投资收到的现金	2,207,000.00	2,180,900.00	
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金		380,000.00	

取得借款收到的现金		3,000,000.00	
筹资活动现金流入小计	2,207,000.00	5,180,900.00	
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	10,054,000.00	61,800.00	
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润			
支付其他与筹资活动有关的现金		300,000.00	
筹资活动现金流出小计	10,054,000.00	361,800.00	
筹资活动产生的现金流量净额	<b>-7,847,000.00</b>	<b>4,819,100.00</b>	
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	<b>-1,452.48</b>	<b>1,523.41</b>	<b>-6,689.30</b>
五、现金及现金等价物净增加额	<b>4,816,808.80</b>	<b>-4,027,602.21</b>	<b>-2,781,464.66</b>
加：期初现金及现金等价物余额	10,852,905.98	14,880,508.19	17,661,972.85
六、期末现金及现金等价物余额	<b>15,669,714.78</b>	<b>10,852,905.98</b>	<b>14,880,508.19</b>

### 母公司现金流量表

单位：元

项 目	2015 年 1-3 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	22,830,292.04	71,903,416.88	59,283,584.48
收到的税费返还		174,160.39	783,001.83
收到其他与经营活动有关的现金	13,749,541.66	1,519,139.37	628,881.95
经营活动现金流入小计	36,579,833.70	73,596,716.64	60,695,468.26
购买商品、接受劳务支付的现金	9,367,756.95	46,749,662.67	40,745,849.44
支付给职工以及为职工支付的现金	2,272,218.87	7,995,709.02	6,792,103.03
支付的各项税费	3,692,370.68	5,150,742.09	5,092,837.11
支付其他与经营活动有关的现金	2,362,901.37	20,155,497.79	10,418,991.26
经营活动现金流出小计	17,695,247.87	80,051,611.57	63,049,780.84
经营活动产生的现金流量净额	<b>18,884,585.83</b>	<b>-6,454,894.93</b>	<b>-2,354,312.58</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量</b>			
收回投资收到的现金			
取得投资收益收到的现金			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额		135,400.00	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计		135,400.00	
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	15,200.00	1,854,033.70	420,462.78
投资支付的现金			

取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	5,220,000.00		
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计	5,235,200.00	1,854,033.70	420,462.78
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-5,235,200.00</b>	<b>-1,718,633.70</b>	<b>-420,462.78</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量</b>			
吸收投资收到的现金	2,200,000.00		
取得借款收到的现金		3,000,000.00	
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	2,200,000.00	3,000,000.00	
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	10,054,000.00	61,800.00	
支付其他与筹资活动有关的现金		300,000.00	
筹资活动现金流出小计	10,054,000.00	361,800.00	
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-7,854,000.00</b>	<b>2,638,200.00</b>	
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>-1,452.48</b>	<b>1,523.41</b>	<b>-6,689.30</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>5,793,933.35</b>	<b>-5,533,805.22</b>	<b>-2,781,464.66</b>
加：期初现金及现金等价物余额	9,346,702.97	14,880,508.19	17,661,972.85
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>15,140,636.32</b>	<b>9,346,702.97</b>	<b>14,880,508.19</b>

## 2015年1-3月合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2015年1-3月												
	归属于母公司所有者权益										少数股东权益	所有者权益合计	
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备			未分配利润
	优先股	永续债	其他										
一、上年年末余额	13,300,000.00				1,922,525.70				2,622,474.84		24,854,878.59	207,463.66	42,907,342.79
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年初余额	13,300,000.00				1,922,525.70				2,622,474.84		24,854,878.59	207,463.66	42,907,342.79
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	1,477,778.00				-1,922,525.70				-2,622,474.84		-11,865,124.77	-93,898.18	-15,026,245.49
（一）综合收益总额											84,162.43	-97,407.92	-13,245.49
（二）所有者投入和减少资本	1,477,778.00				722,222.00							7,000.00	2,207,000.00
1. 股东投入的普通股	1,477,778.00				722,222.00							7,000.00	2,207,000.00
2. 其他权益工具持有者投入资本													



## 2014 年合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2014 年度												
	归属于母公司所有者权益										少数股东权益	所有者权益合计	
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备			未分配利润
	优先股	永续债	其他										
一、上年年末余额	13,300,000.00				18,600.00				1,879,164.75		18,642,905.05		33,840,669.80
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年年初余额	13,300,000.00				18,600.00				1,879,164.75		18,642,905.05		33,840,669.80
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）					1,903,925.70				743,310.09		6,211,973.54	207,463.66	9,066,672.99
（一）综合收益总额											6,955,283.63	-69,510.64	6,885,772.99
（二）所有者投入和减少资本												380,000.00	380,000.00
1. 股东投入的普通股												380,000.00	380,000.00
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								743,310.09		-743,310.09			
1. 提取盈余公积								743,310.09		-743,310.09			
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者(或股东)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													
4. 其他													
（五）专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
（六）其他					1,903,925.70							-103,025.70	1,800,900.00
<b>四、本期期末余额</b>	<b>13,300,000.00</b>				<b>1,922,525.70</b>			<b>2,622,474.84</b>		<b>24,854,878.59</b>		<b>207,463.66</b>	<b>42,907,342.79</b>

## 2013 年合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2013 年度												
	归属于母公司所有者权益										少数股东权益	所有者权益合计	
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备			未分配利润
	优先股	永续债	其他										
一、上年年末余额	13,300,000.00				18,600.00				1,194,415.72		12,480,163.80		26,993,179.52
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年年初余额	13,300,000.00				18,600.00				1,194,415.72		12,480,163.80		26,993,179.52
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）									684,749.03		6,162,741.25		6,847,490.28
（一）综合收益总额											6,847,490.28		6,847,490.28
（二）所有者投入和减少资本													
1. 股东投入的普通股													
2. 其他权益工具持有者投入资本													
3. 股份支付计入所有													

者权益的金额													
4. 其他													
（三）利润分配								684,749.03		-684,749.03			-
1. 提取盈余公积								684,749.03		-684,749.03			-
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者(或股东)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													
4. 其他													
（五）专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
（六）其他													
<b>四、本期期末余额</b>	<b>13,300,000.00</b>				<b>18,600.00</b>			<b>1,879,164.75</b>		<b>18,642,905.05</b>			<b>33,840,669.80</b>

## 2015年1-3月母公司所有者权益变动表

单位：元

项 目	2015年1-3月										
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库 存股	其他 综合 收益	专项 储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
		优先 股	永续 债	其他							
一、上年年末余额	13,300,000.00				18,600.00				2,622,474.84	25,332,695.81	41,273,770.65
加：会计政策变更											
前期差错更正											
其他											
二、本年年初余额	13,300,000.00				18,600.00				2,622,474.84	25,332,695.81	41,273,770.65
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	1,477,778.00				-18,600.00				-2,622,474.84	-12,342,941.99	-13,506,238.83
（一）综合收益总额										753,746.01	753,746.01
（二）所有者投入和减少资本	1,477,778.00				722,222.00						2,200,000.00
1. 股东投入的普通股	1,477,778.00				722,222.00						2,200,000.00
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									-12,000,000.00	-12,000,000.00
1. 提取盈余公积										
2. 对所有者（或股东）的分配									-12,000,000.00	-12,000,000.00
3. 其他										
（四）所有者权益内部结转										
1. 资本公积转增资本（或股本）										
2. 盈余公积转增资本（或股本）										
3. 盈余公积弥补亏损										
4. 其他										
（五）专项储备										
1. 本期提取										
2. 本期使用										
（六）其他				-740,822.00				-2,622,474.84	-1,096,688.00	-4,459,984.84
<b>四、本期期末余额</b>	<b>14,777,778.00</b>								<b>12,989,753.82</b>	<b>27,767,531.82</b>

## 2014年母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	2014年度										
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他							
一、上年年末余额	13,300,000.00				18,600.00				1,879,164.75	18,642,905.05	33,840,669.80
加：会计政策变更											
前期差错更正											
其他											
二、本年年初余额	13,300,000.00				18,600.00				1,879,164.75	18,642,905.05	33,840,669.80
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)									743,310.09	6,689,790.76	7,433,100.85
(一) 综合收益总额										7,433,100.85	7,433,100.85
(二) 所有者投入和减少资本											
1. 股东投入的普通股											
2. 其他权益工具持有者投入资本											
3. 股份支付计入所有者权益的金额											
4. 其他											
(三) 利润分配									743,310.09	-743,310.09	
1. 提取盈余公积									743,310.09	-743,310.09	
2. 对所有者(或股东)的分配											
3. 其他											

（四）所有者权益内部结转										
1. 资本公积转增资本（或股本）										
2. 盈余公积转增资本（或股本）										
3. 盈余公积弥补亏损										
4. 其他										
（五）专项储备										
1. 本期提取										
2. 本期使用										
（六）其他										
<b>四、本期期末余额</b>	<b>13,300,000.00</b>				<b>18,600.00</b>			<b>2,622,474.84</b>	<b>25,332,695.81</b>	<b>41,273,770.65</b>

## 2013年母公司所有者权益变动表

单位：元

项 目	2013年度										
	股本	其他权益工 具			资本公积	减： 库存 股	其 他 综 合 收 益	专 项 储 备	盈 余 公 积	未 分 配 利 润	所 有 者 权 益 合 计
		优 先 股	永 续 债	其 他							
一、上年年末余额	13,300,000.00				18,600.00				1,194,415.72	12,480,163.80	26,993,179.52
加：会计政策变更											
前期差错更正											
其他											
二、本年年初余额	13,300,000.00				18,600.00				1,194,415.72	12,480,163.80	26,993,179.52
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)									684,749.03	6,162,741.25	6,847,490.28
(一) 综合收益总额										6,847,490.28	6,847,490.28
(二) 所有者投入和减少资本											
1. 股东投入的普通股											
2. 其他权益工具持有者投入资本											
3. 股份支付计入所有者权益的金额											
4. 其他											
(三) 利润分配									684,749.03	-684,749.03	
1. 提取盈余公积									684,749.03	-684,749.03	
2. 对所有者(或股东)的分配											

3. 其他											
（四）所有者权益内部结转											
1. 资本公积转增资本（或股本）											
2. 盈余公积转增资本（或股本）											
3. 盈余公积弥补亏损											
4. 其他											
（五）专项储备											
1. 本期提取											
2. 本期使用											
（六）其他											
<b>四、本期期末余额</b>	<b>13,300,000.00</b>				<b>18,600.00</b>				<b>1,879,164.75</b>	<b>18,642,905.05</b>	<b>33,840,669.80</b>

## 二、最近两年一期财务会计报告的审计意见

公司 2015 年 1-3 月、2014 年度、2013 年度财务报告经具有证券期货相关业务资格的立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具了信会师报字[2015]第 114204 号标准无保留意见的审计报告。

## 三、报告期内的会计政策、会计估计及其变更情况

### （一）财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《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。

### （二）遵循企业会计准则的声明

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

### （三）会计年度

自公历 1 月 1 日至 12 月 31 日止为一个会计年度。

财务报表期限为 2013 年 1 月 1 日至 2015 年 3 月 31 日。

### （四）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

### （五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

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资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。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（资本溢价），资本公积中的股本溢价（资本溢价）不足冲减的，调整留存收益。

非同一控制下企业合并：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。

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直接相关费用，于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券的交易费用，冲减权益。

## （六）合并财务报表的编制方法

### 1、合并范围

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（包括本公司所控制的被投资方可分割的部分）均纳入合并财务报表。

### 2、合并程序

本公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

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。对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。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。

#### （1）增加子公司或业务

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务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；将子公司或业务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自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，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权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

## （2）处置子公司或业务

### ①一般处理方法

在报告期内，本公司处置子公司或业务，则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务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被投资方控制权时，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或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，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或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

## ② 分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

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

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，本公司将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

## (3) 购买子公司少数股权

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自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价（资本溢价），资本公积中的股本溢价（资本溢价）不足冲减的，调整留存收益。

## (4) 不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期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自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价（资本溢价），资本公积中的股本溢价（资本溢价）不足冲减的，调整留存收益。

## (七) 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。

### （八）外币业务折算

外币业务采用交易发生当月月初的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。

### （九）应收款项

#### 1、单项金额重大的应收款项的确认标准、坏账准备的计提方法

##### （1）单项金额重大的应收款项的确认标准

应收款项余额前五名或占该应收款项余额 10%以上的款项。

##### （2）单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法

对于期末单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，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，包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中再进行减值测试。

#### 2、按组合计提坏账准备的应收款项

##### （1）确定组合的依据

组合 1：应收合并范围内关联方款项及其他无风险款项，如押金、保证金

组合 2：除组合 1 以及已单独计提减值准备的应收账款、其他应收款外，公司根据以前年度与之相同或相类似的、按账龄段划分的具有类似信用风险特征的应收款项组合。

##### （2）按组合计提坏账准备的计提方法

组合 1：不计提

组合 2：账龄分析法

组合 2 中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
3 个月以内（含 3 个月）	0	0
3 个月-1 年	5	5
1-2 年	30	30
2-3 年	50	50
3 年以上	100	100

### 3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

#### (1) 单项计提坏账准备的理由：

有客观证据表明单项金额虽不重大，但已发生了特殊减值。

#### (2) 坏账准备的计提方法：

结合现时情况分析确定坏账准备的计提比例。

### (十) 存货

#### 1、存货的分类

存货分类为：原材料、产成品、发出商品等。

#### 2、发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。

#### 3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。

库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、

具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

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

#### 4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

#### 5、低值易耗品和包装物的摊销方法

(1) 低值易耗品采用一次转销法；

(2) 包装物采用一次转销法。

### (十一) 长期股权投资

#### 1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

#### 2、初始投资成本的确定

##### (1) 企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价（资本溢价），股本溢价（资本溢价）不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

### (2) 其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

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

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

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

## 3、后续计量及损益确认方法

### (1) 成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

### (2) 权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有

者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。公司与联营企业、合营企业之间发生投出或出售资产的交易，该资产构成业务的，按照本附注“同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”和“合并财务报表的编制方法”中披露的相关政策进行会计处理。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

### （3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用

权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

## （十二）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。

各类固定资产折旧年限和年折旧率如下：

项目	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
专用设备	5	5	19
运输设备	5	5	19
通用设备	3	5	31

## （十三）无形资产

### 1、无形资产的计价方法

- （1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

## (2) 后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

本公司的无形资产为使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销。

## 2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项 目	预计使用寿命	依据
商标使用权	10 年	商标有效期限
软件	2 年	预计可使用年限

每年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

经复核，本年期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

## 3、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

## 4、开发阶段支出资本化的具体条件

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

(1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

(2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

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

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

(5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

#### (十四) 长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的固定资产、无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

#### (十五) 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等。

##### 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

项 目	摊销年限（年）
装修费	3

#### (十六) 借款费用

##### 1、借款费用资本化的确认原则

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

(1) 资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

(2) 借款费用已经发生；

(3) 为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

## 2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

## 3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

## 4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

## (十七) 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

#### 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。

### 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。

## (十八) 收入

### 1、销售商品收入确认和计量原则

#### (1) 销售商品收入确认和计量的总体原则

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

#### (2) 本公司销售商品收入确认的具体原则

本公司销售商品主要为品牌衍生产品。

内销收入的确认原则:

1) 一般客户在商品发出后,客户收货确认后,通知公司开票确认收入。

2) 代销客户以收到对方提供的代销清单确认收入。

外销收入的确认原则:

货物出口装船离岸时点作为收入确认时间, 根据订单、合同、出口报关单等资料, 开具发票并确认收入。

## 2、提供服务收入的确认和计量原则

### (1) 提供服务收入确认和计量的总体原则

公司已将服务提供给购买方; 收入的金额能够可靠地计量; 相关的经济利益很可能流入企业; 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时, 确认服务收入实现。

### (2) 本公司提供服务收入确认的具体原则

本公司主要的服务收入为设计费收入。

收入的确认原则:

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

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

在资产负债表日提供服务结果不能够可靠估计的, 分别下列情况处理:

1) 已经发生的服务成本预计能够得到补偿的, 按照已经发生的服务成本金额确认提供服务收入, 并按相同金额结转服务成本。

2) 已经发生的服务成本预计不能够得到补偿的, 将已经发生的服务成本计入当期损益, 不确认提供服务收入。

## (十九) 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。

本公司将政府补助划分为与资产相关的具体标准为：

政府补贴文件中明确规定资金专项用途，且该资金用途使用后公司将最终形成长期资产的政府补助。

本公司将政府补助划分为与收益相关的具体标准为：

除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

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：

对于政府文件未明确规定补助对象的政府补助，将其分解为与资产相关的部分和与收益相关的部分，分别进行会计处理；难以区分的，将政府补助整体归类为与收益相关的政府补助，视情况不同计入当期损益，或者在项目期内分期确认为当期收益

## 2、会计处理方法

与购建固定资产、无形资产等长期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。

### **(二十) 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

时进行时，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。

### (二十一) 经营租赁

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

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

### (二十二) 重要会计政策、会计估计的变更

本申报期无重要会计政策、会计估计变更。

## 四、最近两年一期的主要财务指标

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总计(万元)	3,893.47	5,718.88	4,374.46
股东权益合计(万元)	2,788.11	4,290.73	3,384.07
归属于申请挂牌公司的股东权益合计(万元)	2,776.75	4,269.99	3,384.07
每股净资产(元)	1.89	3.23	2.54
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产(元)	1.88	3.21	2.54
资产负债率(母公司)	28.35%	25.67%	22.64%
流动比率(倍)	3.10	3.65	3.94
速动比率(倍)	2.67	3.22	3.57
项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
营业收入(万元)	1,154.95	6,770.56	6,234.00
净利润(万元)	-1.32	688.58	684.75
归属于申请挂牌公司股东的净利润(万元)	8.42	695.53	684.75
扣除非经常性损益后的净利润(万元)	65.52	643.36	760.00
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润(万元)	75.26	650.31	760.00
毛利率(%)	47.99	41.37	41.46

净资产收益率(%)	0.20	18.33	22.51
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	1.76	17.13	24.99
基本每股收益(元/股)	0.0063	0.5230	0.5148
稀释每股收益(元/股)	0.0063	0.5230	0.5148
应收帐款周转率(次)	2.92	3.77	4.15
存货周转率(次)	4.41	8.10	9.95
<b>经营活动产生的现金流量净额(万元)</b>	<b>1,790.96</b>	<b>-712.96</b>	<b>-235.43</b>
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	1.35	-0.54	-0.18

备注:

1、毛利率按照“(营业收入-营业成本)/营业收入”计算;

2、全面摊薄净资产收益率按照“归属于普通股股东的当期净利润/期末净资产”计算;扣除非经常性损益后的全面摊薄净资产收益率按照“扣除非经常性损益的归属于普通股股东的当期净利润/期末净资产”计算;

3、加权平均净资产收益率按照“归属于普通股股东的当期净利润/加权平均净资产”计算;扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率按照“扣除非经常性损益的归属于普通股股东的当期净利润/加权平均净资产”计算;

4、基本每股收益按照“归属于普通股股东的当期净利润/普通股加权平均数”计算(公司2015年1-3月、2014年度、2013年度的普通股加权平均数均以13,300,000股作为基准计算);

5、每股净资产按照“当期净资产/期末注册资本”计算;

6、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;

7、存货周转率按照“当期营业成本/(期初存货+期末存货)/2)”计算;

8、每股经营活动产生的现金流量净额按照“经营活动产生的现金流量净额/期末注册资本”计算;

9、资产负债率按照母公司“当期负债/当期资产”计算;

10、流动比率按照“流动资产/流动负债”计算;

11、速动比率按照“(流动资产-存货)/流动负债”计算。

### (一) 盈利能力分析

报告期内,公司营业收入稳步增长;毛利率、营业利润和净利润均保持相对稳定,略有波动。2014年度实现营业收入67,705,596.94元,2013年度实现营业收入62,339,970.36元,2014年度营业收入较2013年度营业收入增长8.61%,营

业成本增长 8.79%，营业利润下滑 22.53%，净利润上升 0.56%。2015 年 1-3 月、2014 年度、2013 年度，公司主营业务综合毛利率分别为 47.99%、41.37%、41.46%，公司盈利能力相对稳定。

公司业务规模扩大得益于市场需求的增加、公司产品的竞争力增强以及品牌的建设。具体原因如下：①随着中国中产阶级群体开始增加，人们开始将更多的可支配支出用于除衣食住行之外的其他行业，文化创意产业作为其他行业中的一个重要行业，其所面临的消费需求正快速增长；②公司利用自身的技术优势和产品设计优势，通过加大产品研发、改进工艺，产品技术含量稳步上升，并根据客户不同需求，提供原创的、个性化的产品，产品竞争力不断增强，企业拥有更强的产品定价权；③公司自成立以来，一直致力于技术研发、市场开拓和打造自有品牌，并将市场需求与技术研发相结合，使投放市场的产品更贴近市场需求。公司还随时根据行业特征不断拓展新的领域、为品牌客户解决现实问题，树立了良好的品牌效应，市场竞争地位逐步提升。在上述因素共同作用下，公司 2014 年度营业收入相比 2013 年度实现了 8.61% 的增幅，并随着新客户的不断开拓，公司业务处于爆发式增长的前期。

根据公司的战略规划和经营目标，公司未来发展中，将进一步加大产品研发、市场营销，以及在国内外进行模式复制，树立良好品牌形象，提高市场知名度，全方位增强公司竞争力，提高公司的持续盈利能力。

## （二）偿债能力分析

长期偿债能力分析：公司 2015 年 3 月末、2014 年末、2013 年末资产负债率分别为 28.35%、25.67% 和 22.64%。公司的资产负债率相对稳定。从资产负债结构的角度看，资产负债率偏低，处于稳健水平。公司的负债主要为银行短期借款以及商业信用带来的无息应付款项，难以到期偿还的风险较小。

短期偿债能力分析：公司 2015 年 3 月末、2014 年末、2013 年末流动比率分别为 3.10、3.65 和 3.94，速动比率分别为 2.67、3.22 和 3.57。流动比率和速动比率较高，主要系公司流动资产较为充裕。目前，公司客户资质良好，应收账款坏账风险较小，存货变现能力较强，公司货币资金期末余额足以支付当期的利息费用。因此，公司短期偿债能力较强，所面临的流动性风险较低。

公司 2015 年 3 月末、2014 年末与 2013 年末的每股净资产分别为 1.89 元、3.23 元与 2.54 元，2015 年 3 月末每股净资产较 2014 年末降低的原因是公司于 2015 年向股东发放了 1,200 万元股利所致，且公司注册资本由 1,300 万元增加至 1,477.78 万元。

从资产负债结构的角度看，公司资产负债结构符合公司当前所处的发展阶段，财务风险较低，拥有良好的财务环境。公司具有运用财务杠杆来提高公司的净资产收益率的空间。随着公司规模不断扩大，公司的融资需求将逐步增强。

### （三）营运能力分析

公司 2015 年 3 月末、2014 年末、2013 年末应收账款周转率分别为 2.92、3.77 和 4.15，应收账款周转天数分别为 123 天、95 天和 87 天，周转速度有所下降。主要是因为公司的收入主要体现在第四季度，尤其是 12 月份，公司前三季度的收入相对较小，且由于信用期的关系，截止至 2015 年 3 月 31 日的应收账款余额相对较大，因此导致了本年第一季度末周转速度的下降。

公司 2015 年 3 月末、2014 年末、2013 年末的存货周转率分别为 4.41、8.10 和 9.95，存货周转天数分别为 82 天、44 天和 36 天，周转速度相对稳定，略有下降。公司的存货周转能力较强。2015 年一季度末，公司的存货余额正常，但周转速度较低，主要是由于公司的销售旺季主要在每年的第四季度，而随着迪士尼、漫威等授权商品的开发成功，标准化的商品相对于定制化的产品需要一定的库存储备，以便能够及时按照客户需求供货，因此周转速度有所降低。

### （四）现金流量分析

公司 2015 年 1-3 月、2014 年度、2013 年度现金及现金等价物净增加额分别为 4,816,808.8 元、-4,027,602.21 元和-2,781,464.66 元。

经营活动产生的现金流分析：

项 目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
<b>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	23,005,956.28	72,003,779.66	59,283,584.48
收到的税费返还	-	174,160.39	783,001.83
收到其他与经营活动有关的现金	13,751,921.84	1,522,436.12	628,881.95
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>36,757,878.12</b>	<b>73,700,376.17</b>	<b>60,695,468.26</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	9,573,857.29	46,770,745.07	40,745,849.44
支付给职工以及为职工支付的现金	2,925,666.33	8,395,188.08	6,792,103.03
支付的各项税费	3,699,679.96	5,150,742.09	5,092,837.11
支付其他与经营活动有关的现金	2,649,079.26	20,513,292.85	10,418,991.26
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>18,848,282.84</b>	<b>80,829,968.09</b>	<b>63,049,780.84</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>17,909,595.28</b>	<b>-7,129,591.92</b>	<b>-2,354,312.58</b>

公司 2015 年 1-3 月、2014 年度、2013 年度，经营活动产生的现金流量净额分别为 17,909,595.28 元、-7,129,591.92 元及-2,354,312.58 元；每股经营活动产生

的现金流量净额分别为 1.35 元、-0.54 元和-0.18 元。随着销售的增加，2014 年度销售商品、提供劳务收到的现金较 2013 年度销售商品、提供劳务收到的现金有所增加；2015 年 1-3 月由于收回其他应收款中股东的借款，导致收到其他与经营活动有关的现金增加，2014 年度及 2013 年度收到其他与经营活动有关的现金主要为政府补助；随着销售的增加，2014 年度购买商品、接受劳务支付的现金较 2013 年度购买商品、接受劳务支付的现金有所增加；同时，随着销售收入的增长，支付的各项税费逐年增长；公司增加了员工的人数，导致支付给职工以及为职工支付的现金逐年增长；由于 2015 年 1-3 月不再对股东进行借款，导致支付其他与经营活动有关的现金较 2014 年度大幅减少。

#### 投资活动产生的现金流量分析：

公司 2015 年 1-3 月、2014 年度、2013 年度，投资活动产生的现金流量净额分别为-5,244,334.00 元、-1,718,633.70 元及-420,462.78 元。2015 年 1-3 月公司以 522 万元受让胡志伟持有的设享网络 87% 股权，导致取得子公司及其他营业单位支付的现金净额有所增加；2014 年度及 2013 年度的投资活动主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金。

#### 筹资活动产生的现金流量分析：

公司 2015 年 1-3 月、2014 年度、2013 年度，筹资活动产生的现金流量净额分别为-7,847,000.00 元、4,819,100.00 元和 0.00 元。2015 年 1-3 月，公司收到增资款 220 万元，分配以前年度利润 1,000 万元；2014 年度，公司之子公司收到股东投资款 218 万元，收到银行借款 300 万元，支付担保保证金 30 万元。

随着公司业务的进一步发展，公司获取现金能力仍有很大提升空间。

## 五、报告期主要会计数据

### （一）营业收入、利润及毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析

公司的产品主要为汽车行业衍生品及其他行业衍生品。公司通过为品牌客户提供衍生品设计、研发、销售获取相应收益。由于品牌衍生品是智慧化、知识化的高附加值产品，公司将高附加值的设计、研发部分作为公司的主营业务，低附加值的生产部分外包，这种盈利模式将公司利润最大化。汽车行业衍生品及其他行业衍生品收入构成了公司营业收入的主要来源。

针对产品销售收入，分为内销和外销，具体收入确认方法如下：

(1) 内销产品收入确认方法：一般客户在商品发出后，客户收货确认后，通知公司开票确认收入；代销客户以收到对方提供的代销清单确认收入。

(2) 外销产品收入确认方法：货物出口装船离岸时点作为收入确认时间，根据订单、合同、出口报关单等资料，开具发票并确认收入。

## 1、营业收入分析

### (1) 营业收入主要构成

单位：元

项目	金额	占比(%)
	2015年1-3月	
汽车行业衍生品	10,553,288.08	91.37%
其他行业衍生品	996,191.69	8.63%
<b>合计</b>	<b>11,549,479.77</b>	<b>100.00%</b>
	2014年度	
汽车行业衍生品	59,956,246.25	88.55%
其他行业衍生品	7,749,350.69	11.45%
<b>合计</b>	<b>67,705,596.94</b>	<b>100.00%</b>
	2013年度	
汽车行业衍生品	56,977,630.74	91.40%
其他行业衍生品	5,362,339.62	8.60%
<b>合计</b>	<b>62,339,970.36</b>	<b>100.00%</b>

### (2) 营业成本的主要构成

单位：元

项目	2015年1-3月		2014年		2013年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
成品采购	6,007,040.47	100%	39,698,967.87	100%	36,492,230.56	100%
<b>合计</b>	<b>6,007,040.47</b>	<b>100%</b>	<b>39,698,967.87</b>	<b>100%</b>	<b>36,492,230.56</b>	<b>100%</b>

公司按照客户订单实行“ODM”或“OEM”的定制生产模式中，营业成本为直接从第三方采购成品的成本。公司按不同项目进行成本的归集和核算，将发生的上述成本费用归集到不同的项目中，在确认收入时，配比确认该项目成本。

### (3) 分项毛利率变化

单位：元

年度	收入	成本	毛利	毛利率
2015年度1-3月				
汽车行业衍生品	10,553,288.08	5,358,483.64	5,194,804.44	49.22%

其他行业衍生品	996,191.69	648,556.83	347,634.86	34.90%
<b>合计</b>	<b>11,549,479.77</b>	<b>6,007,040.47</b>	<b>5,542,439.30</b>	<b>47.99%</b>
2014 年度				
汽车行业衍生品	59,956,246.25	34,710,473.97	25,245,772.28	42.11%
其他行业衍生品	7,749,350.69	4,988,493.90	2,760,856.79	35.63%
<b>合计</b>	<b>67,705,596.94</b>	<b>39,698,967.87</b>	<b>28,006,629.07</b>	<b>41.37%</b>
2013 年度				
汽车行业衍生品	56,977,630.74	33,076,837.04	23,900,793.70	41.95%
其他行业衍生品	5,362,339.62	3,415,393.52	1,946,946.10	36.31%
<b>合计</b>	<b>62,339,970.36</b>	<b>36,492,230.56</b>	<b>25,847,739.80</b>	<b>41.46%</b>

公司 2015 年 1-3 月、2014 年度、2013 年度主营业务收入分别为 11,549,479.77 元、67,705,596.94 元、62,339,970.36 元，主营业务收入占营业收入的比重均为 100%，公司主营业务突出，收入结构未发生重大变化。

公司主要为汽车品牌企业、动漫游戏品牌企业及其他行业排名前列的著名品牌客户提供衍生品创意设计和产品实现服务。公司收入来源于汽车行业衍生品收入及其他行业衍生品收入。2015 年 1-3 月、2014 年度、2013 年度汽车行业衍生品收入占营业收入的比重分别为 91.37%、88.55%、91.40%，毛利率分别为 49.22%、42.11%、41.95%；其他行业衍生品收入占营业收入的比重分别为 8.63%、11.45%、8.60%，毛利率水平分别为 34.90%、35.63%、36.31%。2015 年 1-3 月、2014 年度、2013 年度公司主营业务综合毛利率分别为 47.99%、41.37% 及 41.46%。

公司通过为品牌客户提供衍生品设计、研发、产品实现、销售获取相应收益。由于文化创意品是智能化、知识化的高附加值产品，公司将高附加值的部分作为公司的主营业务，低附加值的生产部分外包，这种盈利模式将公司利润最大化。

公司对外定价根据具体项目测算项目成本后，遵循“项目开发成本 + 外部采购成本+公司管理费 + 合理利润 + 风险预估”的定价原则。因此公司产品的毛利率相对稳定。产品的毛利率主要取决于公司对产品的定价能力以及对采购成本的控制。产品的定价取决于产品的原创设计比重、是否拥有知识产权、材质的选择、制作的工艺、需求的数量及交付时间的急缓，采购价格取决于产品制作的复杂程度、精密程度、材质的选择、需求的数量多少以及交付时间的急缓；2015 年 1-3 月综合毛利率较高，主要是因为该期销售的由企业自主研发的原创产品比重较高，因此公司拥有对其的自主定价权。

公司目前提供的品牌文化衍生品服务主要集中在拥有广阔渠道（4S 店）的汽车行业和拥有众多粉丝用户的游戏动漫行业。公司为上海大众、一汽大众、大众中国、长安福特、东风标致、上汽集团、北汽集团、捷豹路虎、宝马等汽车品

牌以及腾讯、网易、完美世界、刀塔传奇等游戏品牌提供非凡的品牌延伸服务。公司其他行业的客户主要包括中国石化、青岛啤酒、喜力啤酒、上海烟草等知名企业 and 品牌。公司拥有迪士尼和漫威在汽车用品、家居用品、成人自行车等十三个品类上的品牌授权，开发出了系列授权商品。

#### ①汽车行业衍生品

汽车行业的繁荣推动汽车行业衍生品的产量，汽车销量从 2006 年的 718 亿元增加到 2013 年的 2,198 亿元，汽车行业衍生品产量也直线上升。

公司专注于品牌衍生品业务的全面发展，以汽车行业为切入点，先后服务于国内外的诸多整车厂商，如上海大众、大众中国、长安福特、捷豹路虎，长安马自达、东风标致、雪铁龙、BMW、奔驰等品牌。

公司收入主要来源于汽车行业衍生品收入。2015 年 1-3 月、2014 年度、2013 年度汽车行业衍生品收入占营业收入的比重分别为 91.37%、88.55%、91.40%，毛利率分别为 49.22%、42.11%、41.95%；其中，上海大众、长安福特、神龙汽车、捷豹路虎，长安马自达等占比较高。

#### ②其他行业衍生品

2012 年，公司依托在汽车行业积累的经验，开始向其它行业复制并成功突破了动漫游戏产业的衍生品业务，目前主要客户包括腾讯、网易、完美世界等。

另外，公司着力开发了其他行业的客户，主要包括中国石化、青岛啤酒、喜力啤酒、上海烟草等企业和品牌。

市场消费结构由 80 年代的温饱型升级到 90 年代至今的享受型，为消费品市场的蓬勃发展奠定了市场基础，啤酒、烟草、电影、动漫等基础消费品的发展带动了相应行业衍生品的发展。

公司对于最终消费者的定位为中国的中产阶级消费人群，而对于品牌客户的选择首要条件为拥有品牌追随者。汽车行业客户是公司多年的业务积累，游戏动漫行业客户可以为公司带来更多的机会。

#### (4) 收入、成本、毛利率按 OEM、ODM 的模式

单位：元

年度	收入	收入占比	成本	毛利	毛利率
<b>2015 年 1-3 月</b>					
ODM	574,095.21	4.97%	336,059.27	238,035.94	41.46%

OEM	10,975,384.56	95.03%	5,670,981.20	5,304,403.36	48.33%
合计	11,549,479.77	100.00%	6,007,040.47	5,542,439.30	47.99%
<b>2014 年度</b>					
ODM	16,315,657.90	24.10%	9,944,193.17	6,371,464.73	39.05%
OEM	51,389,939.04	75.90%	29,754,774.70	21,635,164.34	42.10%
合计	67,705,596.94	100.00%	39,698,967.87	28,006,629.07	41.37%
<b>2013 年度</b>					
ODM	15,779,853.68	25.31%	9,706,195.43	6,073,658.25	38.49%
OEM	46,560,116.68	74.69%	26,786,035.13	19,774,081.55	42.47%
合计	62,339,970.36	100.00%	36,492,230.56	25,847,739.80	41.46%

2015 年 1-3 月、2014 年度、2013 年度公司实行 ODM 方式的产品销售收入分别为 574,095.21 元、16,315,657.90 元、15,779,853.68 元，占营业收入的占比分别为 4.97%、24.10%、25.31%，毛利率分别为 41.46%、39.05%、38.49%；实行 OEM 方式的产品销售收入分别为 10,975,384.56 元、51,389,939.04 元、46,560,116.68 元，占营业收入的占比分别为 95.03%、75.90%、74.69%，毛利率分别为 48.33%、42.10%、42.47%。

公司的产品主要以 OEM 方式为主，生产厂家不直接参与设计，公司通过合同订购的方式委托生产厂家进行生产。公司针对不同设计要求的项目采取不同的生产模式，实现利益最大化。由于生产厂家不直接参与设计，因此 OEM 方式下的产品毛利率较高。公司采用 ODM 模式，公司设计组长与生产厂商共同根据客户的需求进行分析设计，客户经理、采购组长与设计组组长共同确定设计方向及产品样式，接着组织审核小组进行内部审核，客户选定产品样式之后，经历“样品-审核-修改-重新打样-选定样品”的流程之后，公司再制定生产计划并组织生产厂商进行生产。由于 ODM 方式下由生产厂商参与了产品设计及样品流程，导致产品毛利率较低。

公司未来仍将采用“ODM”或“OEM”的定制生产模式，聚焦在产品领域，依托设计师对品牌的理解和诠释能力，凭借公司对品牌文化衍生品的深刻理解，为公司创造收益。随着客户在品牌文化衍生品领域的需求越来越高，客户已经不满足于将品牌文化融入普通产品带来的品牌溢价，公司品牌文化衍生品业务助力企业品牌的传播效应日趋明显，公司采用“ODM”或“OEM”的定制生产模式切合行业实际发展趋势，且无实质障碍。

## 2、按地域特征计算的主营业务毛利率及其变化分析

单位：元

年度	收入	成本	毛利	毛利率
----	----	----	----	-----

2015年1-3月				
外销	144,664.87	86,336.24	58,328.63	40.32%
内销	11,404,814.90	5,920,704.23	5,484,110.67	48.09%
合计	<b>11,549,479.77</b>	<b>6,007,040.47</b>	<b>5,542,439.30</b>	<b>47.99%</b>
2014年度				
外销	1,474,714.96	840,521.69	634,193.27	43.00%
内销	66,230,881.98	38,858,446.18	27,372,435.80	41.33%
合计	<b>67,705,596.94</b>	<b>39,698,967.87</b>	<b>28,006,629.07</b>	<b>41.37%</b>
2013年度				
外销	154,608.06	89,322.23	65,285.83	42.23%
内销	62,185,362.30	36,402,908.33	25,782,453.97	41.46%
合计	<b>62,339,970.36</b>	<b>36,492,230.56</b>	<b>25,847,739.80</b>	<b>41.46%</b>

2015年1-3月、2014年度、2013年度公司外销业务收入占主营业务收入的比重分别为1.25%、2.18%、0.25%，外销业务毛利率水平分别为40.32%、43.00%、42.23%。2014年度，公司外销收入占比相对于2013年度有所上升，主要系公司大力推广衍生品业务在国外的复制以及原创产品在海外的销售所致。

从长远看，随着公司业务的不拓展，在市场上的影响力将进一步扩大，加之公司与现有客户形成了稳定的长期合作关系，未来公司的收入水平和盈利能力将有进一步的提高。

### 3、营业收入和利润总额的变动趋势及原因

公司最近两年一期营业收入、利润及变动情况：

单位：元

项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度	2014年度较2013年度变动
营业收入	11,549,479.77	67,705,596.94	62,339,970.36	8.61%
营业成本	6,007,040.47	39,698,967.87	36,492,230.56	8.79%
营业利润	137,999.20	6,901,110.96	8,908,079.73	-22.53%
利润总额	139,142.81	7,995,217.67	8,022,735.01	-0.34%
净利润	-13,245.49	6,885,772.99	6,847,490.28	0.56%

2014年度，公司营业收入67,705,596.94元，相对于2013年度的62,339,970.36元增加5,365,626.58元，增长8.61%；净利润为6,885,772.99元，相对于2013年度的6,847,490.28元增长38,282.71元，涨幅为0.56%。2015年1-3月、2014年度及2013年度，公司主营业务综合毛利率分别为47.99%、41.37%及41.46%，期间费用占营业收入的比例分别为49.63%、28.97%及25.87%。

公司2014年度相对于2013年度营业收入增长8.61%，但营业利润减少

22.53%，主要原因是公司期间费用有所增长，其中：公司2014年取得了迪士尼与漫威的形象授权，支付了授权保证金，同时，企业为提升销售人员的主动性，增加了销售绩效奖金的占比；另外，公司为了提升产品的竞争能力，加大研发费用的投入，导致2014年研发费用较2013年有较大增长。综上所述导致公司2014年度的营业利润较2013年度有所降低。

2015年1-3月，期间费用占营业收入比重较大，主要是由于公司2015年1-3月承担了迪斯尼的授权费，导致销售费用中的业务宣传费-产品授权费上升；与此同时伴随公司的发展壮大，这一阶段公司引进了中高级管理人员，并扩大了设享网团队人员，导致期间管理费用、销售费用上升。

公司经营业绩稳步增长，收入、成本的增长呈现正相关性，由此可见，公司整体业务规模扩大，业务处于发展期。推动业绩增长的主要因素有：①随着中国中产阶级群体开始增加，人们开始将更多的可支配支出用于除衣食住行之外的其他行业，文化创意产业作为其他行业中的一个重要行业，其所面临的消费需求正快速增长；②公司利用自身的技术优势和产品设计优势，通过加大产品研发、改进工艺，产品技术含量稳步上升，并根据客户不同需求，提供个性化的产品，产品竞争力不断增强；③公司自成立以来，一直致力于技术研发、市场开拓和打造自有品牌，并将市场需求与技术研发相结合，使投放市场的产品更贴近市场需求。公司还随时根据客户需求不断改善产品性能，为客户解决现实问题，树立了良好的品牌效应，市场竞争地位逐步提升。

公司期间费用增长与收入呈正相关性，期间费用的增长主要来源于销售费用中工资奖金、业务宣传费-产品授权费的增长和管理费用中研发费、管理人员工资的增长，这些费用的增长为公司未来长足发展奠定了坚实的基础。

公司最近两年内主营业务收入稳步增长。根据公司的战略规划和经营目标，公司未来发展中，将进一步加大产品研发、市场营销，树立良好品牌形象，提高市场知名度，全方位增强公司竞争力，提高公司的持续盈利能力。

## （二）主要费用及变动情况

### 1、公司最近两年一期的销售费用明细：

单位：元

项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
职工薪酬	1,254,495.23	4,674,920.15	3,604,286.30
业务宣传费	359,267.43	934,643.14	500,517.70
会务费	88,004.67	1,055,320.96	389,444.54
装修费摊销	81,678.82	140,048.61	33,787.56

差旅费	81,570.60	466,150.84	641,806.97
运输费	42,202.30	798,619.36	124,654.14
产品打样费	9,569.02	551,657.02	1,394,428.31
办公费	5,017.86	159,366.98	362,939.99
业务招待费	4,794.00	343,047.41	85,509.96
其他	100,155.85	241,051.04	98,418.63
<b>合计</b>	<b>2,026,755.78</b>	<b>9,364,825.51</b>	<b>7,235,794.10</b>

报告期内，公司的销售费用主要为职工薪酬、业务宣传费、会务费、产品打样费等。

## 2、公司最近两年一期的管理费用明细：

单位：元

项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
职工薪酬	976,586.41	2,093,171.86	1,973,825.95
研发费用	972,536.11	3,711,781.92	2,608,337.06
租金及物业管理费	607,369.45	1,628,079.81	1,380,087.17
中介服务费	323,710.09	114,965.35	470,092.99
车辆使用费	170,075.68	416,724.55	287,174.15
差旅费	131,578.31	228,232.64	288,856.54
折旧费	129,704.78	735,784.39	685,577.87
无形资产摊销	86,452.98	345,811.92	330,000.00
会务费	63,314.33	259,261.34	402,876.00
其他	176,631.63	658,962.31	556,380.71
<b>合计</b>	<b>3,637,959.77</b>	<b>10,192,776.09</b>	<b>8,983,208.44</b>

报告期内，公司的管理费用主要为职工薪酬、研发费用、租金及物业管理费、中介服务等。

## 3、公司最近两年一期的财务费用明细：

单位：元

项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
利息支出	54,000.00	61,800.00	-
利息收入	14,532.59	42,565.48	114,121.67
汇兑损失	1,452.48	-1,065.10	12,135.69
金融手续费	26,037.28	41,126.84	9,941.73
<b>合计</b>	<b>66,957.17</b>	<b>59,296.26</b>	<b>-92,044.25</b>

报告期内，公司的财务费用主要为借款的利息支出及手续费。

## 4、公司最近两年一期的主要费用及变动情况：

单位：元

项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度	2014较2013增长率
销售费用	2,026,755.78	9,364,825.51	7,235,794.10	29.42%
管理费用	3,637,959.77	10,192,776.09	8,983,208.44	13.46%
财务费用	66,957.17	59,296.26	-92,044.25	-164.42%
<b>期间费用合计</b>	<b>5,731,672.72</b>	<b>19,616,897.86</b>	<b>16,126,958.29</b>	<b>21.64%</b>
销售费用占营业收入比重	17.55%	13.83%	11.61%	
管理费用占营业收入比重	31.50%	15.05%	14.41%	
财务费用占营业收入比重	0.58%	0.09%	-0.15%	
三项期间费用占营业收入比重	49.63%	28.97%	25.87%	

公司的期间费用总额保持增长态势。2015年1-3月公司的期间费用合计为5,731,672.72元，占营业收入比重为49.63%；2014年公司的期间费用合计为19,616,897.86元，占营业收入比重为28.97%；2013年度公司的期间费用合计为16,126,958.29元，占营业收入的比重为25.87%，费用的增加与营业收入变动趋势呈现正相关性。2015年1-3月期间费用占营业收入比重较高，主要是因为销售费用中的业务宣传费-产品授权费的增长。

公司2014年度销售费用较2013年度增长29.42%，具体原因如下：公司2014年加强了对外销售力度，增加了销售人员数量并提高了相应的工资及奖金，销售费用中的工资、奖金、业务宣传费-产品授权费较2013年有所增长。

公司2014年度管理费用较2013年度增长13.46%，具体原因如下：随着公司新增订单的需求，相应研发支出大幅增长。公司2014年新增迪斯尼等项目导致研发费用的增长。

财务费用主要为利息支出，2014年度发生的借款比2013年度有所增加，导致利息支出增加。

### (三) 重大投资收益、非经常性损益情况和税收政策

- 1、公司在报告期内无重大投资收益。
- 2、非经常性损益情况

单位：元

项目	2015年1-3月	2014年度	2013年度
----	-----------	--------	--------

非流动资产处置损益		28,736.07	
计入当期损益的政府补助(与企业业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)		1,066,370.56	512,759.90
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-766,991.50	-547,327.86	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	1,143.61	-999.92	-1,398,104.62
非经常性损益总额	-765,847.89	546,778.85	-885,344.72
所得税影响额	-	-164,115.99	132,801.71
非经常性损益净额	-765,847.89	382,662.86	-752,543.01
少数股东权益影响额	-97,407.92	-69,510.64	-
归属于母公司的非经常性损益	-668,439.97	452,173.50	-752,543.01
非经常性损益总额占公司当期利润总额的比例	<b>-550.40%</b>	<b>6.84%</b>	<b>-11.04%</b>
非经常性损益净额占公司当期净利润的比例	<b>5781.95%</b>	<b>5.56%</b>	<b>-14.87%</b>
扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	<b>752,602.40</b>	<b>6,503,110.13</b>	<b>7,600,033.29</b>

非经常性损益的发生与公司正常经营业务的关联性不强,并且均为偶发性和阶段性发生的事项。2015年1-3月、2014年度、2013年度,公司的非经常性损益净额占公司净利润的比例分别为5,781.95%、5.56%、-14.87%。另外从数据看,2015年1-3月非经常损益主要为同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益-766,991.50元;2014年度的非经常损益为政府补贴1,066,370.56元及同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益-547,327.86元,公司扣除了该非经常性损益之后净利润为正数;2013年度的非经常损益主要为政府补助512,759.90元,及捐赠等营业外支出1,398,104.62元,该非经常损益发生属于偶发性且与公司正常经营业务关联性不强;综上,非经常性损益对公司财务状况和经营成果影响不重要。

#### (1) 政府补助明细

单位:元

项目	2013年度计入营业外收入金额	说明
2013年上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金	500,000.00	上海市创意产业推进项目 项目计划任务书
专利申请费资助	6,581.00	上海市专利资助办法(2012年修订)
上海市地方税务局杨浦区分局个税手续费返还	5,678.90	

实用新型专利奖励	500.00	杨府发【2014】6号
<b>合计</b>	<b>512,759.90</b>	

单位：元

项目	2014年度计入营业外收入金额	相关文件
杨浦区关于促进产业发展的绩效奖励	593,000.00	杨府发【2014】6号
杨浦“小巨人”扶持资金	250,000.00	2013YPJR004
2013年上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金	130,000.00	上海市创意产业推进项目 项目计划任务书
职工职业培训财政补贴	55,826.07	企业职工职业培训财政补贴办理工作的通知
杨浦区“专精特新”企业资助	15,000.00	杨府发【2014】90号
实用新型专利奖励	13,455.00	杨府发【2014】6号
上海市地方税务局杨浦区分局个税手续费返还	9,089.49	
<b>合计</b>	<b>1,066,370.56</b>	

报告期内，公司的政府补助主要为与收益相关的政府补助，公司在收到相关补助款项后，直接计入营业外收入，上述会计处理符合企业会计准则的要求。

### 3、主要税项及享受的主要财政税收优惠政策

#### (1) 流转税及附加税费

税种	计税依据	税率		
		2015年1-3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计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	17%，6%，3%	17%，6%，3%	17%，6%
营业税	按应税营业收入计征	5%	5%	5%
城建税	按实际缴纳的增值税计征	7%	7%	7%
所得税	当期应纳税所得额	15%，25%	15%，25%	15%

#### (2) 企业所得税

公司名称	税率	备注
公司、子公司	15%、25%	

注：根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例的相关规定，公司作为高新技术企业，可按15%的税率征收企业所得税。2012年11月18日，公司经上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局、上海市地方税务局共同批准为高新技术企业，有

效期为三年，即有效期至 2015 年 11 月 18 日。2013 年度、2014 年度的企业所得税税率为 15%。截至本公开转让说明书签署之日，公司正在按照相关要求办理高新技术企业复审工作。

根据政策，从 2013 年 8 月 1 日起，小微企业中月销售额不超过 2 万元的增值税小规模纳税人，暂免征收增值税。2014 年 10 月 1 日起至 2015 年 12 月 31 日，对月销售额 2 万元（含本数，下同）至 3 万元的增值税小规模纳税人，免征增值税。2015 年 3 月起上海设享网络科技有限公司已转为一般纳税人。

#### （四）主要资产情况及其重大变动分析

##### 1、应收票据

###### （1）应收票据明细

单位：元

种类	2015 年 3 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	300,000.00	-	-
合计	300,000.00	-	-

（2）期末公司无已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据。

##### 2、应收账款

###### （1）应收账款及坏账准备账龄分析明细表：

单位：元

账龄	2015 年 3 月 31 日			
	账面余额	比例(%)	坏账准备	账面净额
3 个月以内	5,703,696.55	49.64	-	5,703,696.55
3 个月-1 年	5,154,445.39	44.85	257,722.27	4,896,723.12
1-2 年	30,205.22	0.26	9,061.57	21,143.65
2-3 年	193,353.71	1.68	96,676.86	96,676.85
3 年以上	410,193.81	3.57	410,193.81	-
合计	<b>11,491,894.68</b>	<b>100.00</b>	<b>773,654.51</b>	<b>10,718,240.17</b>

账龄	2014 年 12 月 31 日			
	账面余额		坏账准备	账面净额
	金额	比例(%)		
3 个月内	15,911,276.22	74.18	-	15,911,276.22
3 个月-1 年	4,806,114.57	22.41	240,305.73	4,565,808.84
1-2 年	314,334.53	1.46	94,300.36	220,034.17
2-3 年	362,226.01	1.69	181,113.01	181,113.00
3 年以上	55,467.80	0.26	55,467.80	-

合计	21,449,419.13	100.00	571,186.90	20,878,232.23
----	---------------	--------	------------	---------------

账龄	2013年12月31日			
	账面余额	比例(%)	坏账准备	账面净额
3个月以内	13,940,450.71	91.63	-	13,940,450.71
3个月-1年	748,088.25	4.92	37,404.41	710,683.84
1-2年	469,765.81	3.09	140,929.74	328,836.07
2-3年	50,259.82	0.33	25,129.91	25,129.91
3年以上	5,208.00	0.03	5,208.00	-
合计	15,213,772.59	100.00	208,672.06	15,005,100.53

公司2015年3月末、2014年末、2013年末应收账款周转率分别为2.92、3.77和4.15，应收账款周转天数分别为123天、95天和87天，周转速度有所下降。

公司一年以内的应收账款占当年应收账款总额的比重约95%，应收账款期限结构合理，质量较高。为保证回款的及时性和安全性，公司业务扩张的同时，积极加强客户信用管理，优先满足长期合作及信誉良好的大客户，从而有效地控制了应收账款的期限和风险。

公司的主要客户为上海大众、一汽大众、大众中国、长安福特、东风标致、上汽集团、北汽集团、捷豹路虎、奥迪、宝马等汽车行业中美誉度较高的企业以及动漫游戏品牌企业和其他行业排名前列的著名品牌企业。一方面，上述企业对产品的需求量较大，产品质量和技术服务要求也较高；另一方面，上述企业对公司的信赖度较高，在认可公司的产品和服务后，上述企业成为公司长期稳定的客户。由于上述客户财务状况良好，信誉水平和偿债能力均较高，从而降低了相关账目变成坏账的可能性，公司应收账款回收风险较小。

公司自成立以来，应收账款管理情况相对较好，股份公司成立之后，公司更加强了对应收款项的管理，财务部对款项的收回进行严格监督。

公司坏账准备计提政策较为稳健，已按会计准则要求及时足额计提坏账准备。

(2) 截至2015年3月31日，应收账款余额前五名客户情况：

单位：元

单位名称	2015年3月31日	占比(%)	账龄
长安福特汽车有限公司	6,971,419.70	60.66%	1年以内
上海东昌西泰克现代物流管理有限公司	1,469,087.10	12.78%	1年以内
神龙汽车有限公司	1,236,251.52	10.76%	1年以内
中国石油化工股份有限公司	804,973.63	7.00%	3年以上, 2-3

			年, 1-2 年, 1 年以内
喜力酿酒(广州)有限公司	591,320.00	5.15%	1 年以内
<b>合计</b>	<b>11,073,051.95</b>	<b>96.36%</b>	

(3) 截至2014年12月31日, 应收账款余额前五名客户情况:

单位: 元

单位名称	2014 年 12 月 31 日	占比(%)	账龄
长安福特汽车有限公司	8,288,218.43	38.64%	1 年以内
上海东昌西泰克现代物流管理有限公司	7,339,679.10	34.22%	1 年以内
中国石油化工股份有限公司	2,008,301.24	9.36%	1 年以内, 1-2 年, 2-3 年
捷豹路虎汽车贸易(上海)有限公司	1,767,961.04	8.24%	1 年以内
神龙汽车有限公司	828,185.95	3.86%	1 年以内
<b>合计</b>	<b>20,232,345.76</b>	<b>94.33%</b>	

(4) 截至2013年12月31日, 应收账款余额前五名客户情况:

单位: 元

单位名称	2013 年 12 月 31 日	占比(%)	账龄
长安福特汽车有限公司	8,161,485.93	53.65%	1 年以内
上海上汽大众汽车销售有限公司	2,618,222.64	17.21%	1 年以内
中国石油化工股份有限公司	1,855,904.49	12.20%	1 年以内, 1-2 年
神龙汽车有限公司	1,334,510.77	8.77%	1 年以内
长安马自达汽车销售有限公司	374,519.34	2.46%	1 年以内
<b>合计</b>	<b>14,344,643.17</b>	<b>94.29%</b>	

注: 中国石油化工股份有限公司系合并披露其及下属子公司相关数据。

(5) 截至2015年3月31日, 应收账款期末余额中无持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东单位的欠款。

(6) 截至2015年3月31日, 应收账款期末余额无应收关联方款项。

### 3、预付款项

(1) 公司最近两年一期的预付款项如下表:

单位: 元

账龄	2015 年 3 月 31 日			
	账面余额	比例(%)	坏账准备	账面净额
1 年以内	470,062.30	100.00	-	470,062.30

合计	470,062.30	100.00	-	470,062.30
----	------------	--------	---	------------

单位：元

账龄	2014年12月31日			
	账面余额	比例(%)	坏账准备	账面净额
1年以内	710,784.42	100.00	-	710,784.42
合计	710,784.42	100.00	-	710,784.42

单位：元

账龄	2013年12月31日			
	账面余额	比例(%)	坏账准备	账面净额
1年以内	2,011,654.20	85.51	-	2,011,654.20
1年以上	340,800.00	14.49	-	340,800.00
合计	2,352,454.20	100.00	-	2,352,454.20

截至2015年3月31日，公司预付账款余额为470,062.30元，主要为预付货款等，账龄在1年以内，潜在回收风险较小。

(2) 截至2015年3月31日，预付款项金额前五名客户情况：

单位：元

单位名称	2015年3月31日	占比(%)	性质	账龄
深圳市友创伟业科技有限公司	115,200.00	24.51	预付货款	1年以内
丹阳市红太阳光学眼镜有限公司	107,550.00	22.88	预付货款	1年以内
深圳市浦邦电子有限公司	61,200.00	13.02	预付货款	1年以内
武义绿园礼品有限公司	45,360.00	9.65	预付货款	1年以内
徐州君泰玻璃制品有限公司	33,600.00	7.15	预付货款	1年以内
合计	362,910.00	77.20		

(3) 截至2014年12月31日，预付款项余额前五名客户情况：

单位：元

单位名称	2014年12月31日	占比(%)	性质	账龄
深圳市八发汽车用品有限公司	312,752.40	44.00	预付货款	1年以内
深圳市友创伟业科技有限公司	192,000.00	27.01	预付货款	1年以内
浙江腾鑫伞业有限公司	61,650.00	8.67	预付货款	1年以内
上海峰图文化用品有限公司	34,500.00	4.85	预付货款	1年以内
武义绿园礼品有限公司	31,881.60	4.49	预付货款	1年以内
合计	632,784.00	89.02		

(4) 截至2013年12月31日，预付款项余额前五名客户情况：

单位：元

单位名称	2013年12月31日	占比(%)	性质	账龄
欧亚马自行车(太仓)有限公司	674,000.00	28.65	预付货款	1年以内

深圳市鑫诚创亿科技有限公司	580,500.00	24.68	预付货款	1年以内
裕利(东莞)玩具制品有限公司	429,000.00	18.24	预付货款	1年以内
安迈特提箱(东莞)有限公司	100,000.00	4.25	预付货款	1年以内
杭州领新户外用品有限公司	95,750.00	4.07	预付货款	1年以内
<b>合计</b>	<b>1,879,250.00</b>	<b>79.89</b>		

(5) 截至2015年3月31日, 预付款项余额中无预付持有本公司5%(含5%)以上表决权股份的股东单位的款项。

(6) 截至2015年3月31日, 预付款项期末余额中无预付本公司关联方款项余额。

#### 4、其他应收款

(1) 其他应收款及坏账准备账龄分析明细表:

单位: 元

账龄	2015年3月31日			
	账面余额	比例(%)	坏账准备	账面净额
3个月内	328,475.07	23.45	-	328,475.07
3个月-1年	123,258.12	8.80	6,162.91	117,095.21
1-2年	334,244.04	23.86	10,273.21	323,970.83
2-3年	192,374.82	13.73	-	192,374.82
3年以上	422,601.36	30.17	2,000.00	420,601.36
<b>合计</b>	<b>1,400,953.41</b>	<b>100.00</b>	<b>18,436.12</b>	<b>1,382,517.29</b>

单位: 元

账龄	2014年12月31日			
	账面余额	比例(%)	坏账准备	账面净额
3个月内	1,791,710.61	13.22	-	1,791,710.61
3个月-1年	10,842,105.18	79.97	527,105.26	10,314,999.92
1-2年	395,883.86	2.92	61,052.71	334,831.15
2-3年	169,888.20	1.25	52,500.00	117,388.20
3年以上	357,713.16	2.64	2,000.00	355,713.16
<b>合计</b>	<b>13,557,301.01</b>	<b>100.00</b>	<b>642,657.97</b>	<b>12,914,643.04</b>

单位: 元

账龄	2013年12月31日			
	账面余额	比例(%)	坏账准备	账面净额
3个月内	1,493,483.40	47.43	-	1,493,483.40
3个月-1年	724,433.76	23.01	28,192.62	696,241.14
1-2年	173,028.20	5.50	32,442.00	140,586.20
2-3年	64,030.41	2.03	-	64,030.41

3年以上	693,682.75	22.03	2,000.00	691,682.75
<b>合计</b>	<b>3,148,658.52</b>	<b>100.00</b>	<b>62,634.62</b>	<b>3,086,023.90</b>

截至2015年3月31日,公司其他应收款余额为1,400,953.41元,主要为保证金、押金及往来款项等。对于保证金及押金,潜在回收风险较小;应收往来款项中,存在应收关联方莱甘地200,000.00元,潜在回收风险较小。

(2) 截至2015年3月31日,其他应收款金额前五名客户情况:

单位:元

单位名称	2015年3月31日	占比(%)	性质	账龄
上海杨浦中央社区发展有限公司	612,976.18	43.75	押金	1-2年, 2-3年, 3年以上
上海创业接力融资担保有限公司	300,000.00	21.41	保证金	3个月-1年
莱甘地	200,000.00	14.28	往来款	3个月内
姬云洁	42,685.03	3.05	往来款	3个月内
上海华程西南旅行社有限公司	30,000.00	2.14	往来款	1-2年
<b>合计</b>	<b>1,185,661.21</b>	<b>84.63</b>		

(3) 截至2014年12月31日,其他应收款金额前五名客户情况如下:

单位:元

单位名称	2014年12月31日	占比(%)	性质	账龄
胡志伟	6,468,653.10	47.71	往来款	3个月内, 3个月-1年
邹倩	5,403,742.08	39.86	往来款	3个月内, 3个月-1年
上海杨浦中央社区发展有限公司	612,976.18	4.52	押金	1-2年, 2-3年, 3年以上
上海创业接力融资担保有限公司	300,000.00	2.21	保证金	3个月内
天猫支付宝商城	169,265.00	1.25	支付宝充值款	1-2年
<b>合计</b>	<b>12,954,636.36</b>	<b>95.55</b>		

(3) 截至2013年12月31日,其他应收款金额前五名客户情况如下:

单位:元

单位名称	2013年12月31日	占比(%)	性质	账龄
邹倩	1,128,071.66	35.83	往来款	3个月内, 3个月-1年
上海杨浦中央社区发展有限公司	612,976.18	19.47	押金	1-2年, 2-3年, 3年以上
胡志伟	409,158.50	12.99	往来款	3个月内
上海同济室内设计工程有限公司	400,000.00	12.70	保证金	3年以上

浙江淘宝商城网络有限公司	169,265.00	5.38	支付宝充值款	3个月-1年
<b>合计</b>	<b>2,719,471.34</b>	<b>86.37</b>		

(5) 截至 2015 年 3 月 31 日, 其他应收款期末余额中无持有公司 5% (含 5%) 以上表决权股份的股东单位的欠款。

(6) 截至 2015 年 3 月 31 日, 其他应收款期末余额中其他应收关联方款项如下:

单位: 元

项目	关联方名称	2015 年 3 月 31 日	
		金额	比例 (%)
其他应收款	莱甘地	200,000.00	14.28
	<b>合计</b>	<b>200,000.00</b>	<b>14.28</b>

## 5、存货

### (1) 存货明细构成

单位: 元

项目	2015 年 3 月 31 日			
	账面余额	比例 (%)	跌价准备	账面净额
产成品	6,848,151.99	88.48%	2,977,204.28	3,870,947.71
发出商品	891,775.41	11.52%	-	891,775.41
<b>合计</b>	<b>7,739,927.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,977,204.28</b>	<b>4,762,723.12</b>

单位: 元

项目	2014 年 12 月 31 日			
	账面余额	比例 (%)	跌价准备	账面净额
产成品	7,405,830.68	81.15%	2,986,928.60	4,418,902.08
发出商品	1,720,187.73	18.85%	-	1,720,187.73
<b>合计</b>	<b>9,126,018.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,986,928.60</b>	<b>6,139,089.81</b>

单位: 元

项目	2013 年 12 月 31 日			
	账面余额	比例 (%)	跌价准备	账面净额
产成品	6,662,876.72	100.00%	2,994,609.27	3,668,267.45
发出商品	0.00	0.00%	-	0.00
<b>合计</b>	<b>6,662,876.72</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,994,609.27</b>	<b>3,668,267.45</b>

公司的主营业务为品牌衍生品的研发、设计与销售。公司的存货主要包括产成品和发出商品。2015年3月31日、2014年末、2013年末存货占流动资产的比重分别为13.91%、11.94%、9.41%，比重稳定；其中产成品的比重占存货账面余

额的比重较高，主要因为公司一直保持着相对稳定的产成品存量，保证公司的产品能及时供应。

## (2) 存货跌价准备

单位：元

项目	2014年12月31日	本期计提额	本期减少		2015年3月31日
			转回	转销	
存货跌价准备-产成品	2,986,928.60	-	-	-9,724.32	2,977,204.28

单位：元

项目	2013年12月31日	本期计提额	本期减少		2014年12月31日
			转回	转销	
存货跌价准备-产成品	2,994,609.27	-	-	-7,680.67	2,986,928.60

公司计提减值的产成品主要为世博会期间为上汽集团-通用汽车馆制作的纪念品。公司作为上汽集团-通用汽车馆项目的纪念品的总包服务商，组织采购了较多产品，在世博会结束后，剩余了部分产品。2012年，公司策划了电子商务平台项目，并将该批产品定位为市场推广所需的促销产品，停止了对外的大规模销售。该批产品出现减值的原因系该部分产品库龄较长，且公司在2012-2014年未对其进行大规模销售，导致该部分库存消化较为缓慢。公司出于谨慎性原则，对上述产成品计提了存货跌价准备。

公司已于2015年5月调整该批商品的定位策略，积极对外销售处理该批产品。

## 6、其他流动资产

单位：元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
迪斯尼使用费	702,857.14	398,285.71	-
预付房租	173,934.19	173,934.19	-
待摊担保费	37,500.00	60,000.00	-
待抵扣进项税	21,879.50	-	-
<b>合计</b>	<b>936,170.83</b>	<b>632,219.90</b>	-

公司的其他流动资产主要为迪斯尼项目的授权使用费，公司根据受益期进行分摊。其他部分主要为预付的房租、担保费等。

## 7、固定资产

(1) 公司的固定资产主要包括房屋及建筑物、专用设备、运输设备、其他设备, 折旧按直线法计提。固定资产类别、预计使用年限、预计残值率和年折旧率情况如下:

类别	折旧年限	预计净残值率	年折旧率
专用设备	5 年	5%	19.00%
运输设备	5 年	5%	19.00%
通用设备	3 年	5%	31.00%

(2) 2015年1-3月固定资产及折旧变动情况表:

单位: 元

类别	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年3月31日
<b>一、固定资产账面原值合计</b>	<b>5,624,591.07</b>	<b>22,125.46</b>	-	<b>5,646,716.53</b>
专用设备	606,324.78	-	-	606,324.78
运输设备	4,067,829.28	-	-	4,067,829.28
通用设备	950,437.01	22,125.46	-	972,562.47
<b>二、固定资产累计折旧合计</b>	<b>4,232,603.68</b>	<b>154,984.26</b>	-	<b>4,387,587.94</b>
专用设备	108,814.28	28,800.44	-	137,614.72
运输设备	3,447,454.09	83,367.04	-	3,530,821.13
通用设备	676,335.31	42,816.78	-	719,152.09
<b>三、固定资产减值准备合计</b>	-	-	-	-
专用设备	-	-	-	-
运输设备	-	-	-	-
通用设备	-	-	-	-
<b>四、固定资产账面净值合计</b>	<b>1,391,987.39</b>			<b>1,259,128.59</b>
专用设备	1,391,987.39			468,710.06
运输设备	620,375.19			537,008.15
通用设备	274,101.70			253,410.38

(3) 2014年度固定资产及折旧变动情况表:

单位: 元

类别	2013年12月31日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
<b>一、固定资产账面原值合计</b>	<b>4,487,401.18</b>	<b>1,472,911.71</b>	<b>335,721.82</b>	<b>5,624,591.07</b>
专用设备	279,829.06	326,495.72	-	606,324.78
运输设备	3,271,403.50	1,035,434.78	239,009.00	4,067,829.28
通用设备	936,168.62	110,981.21	96,712.82	950,437.01
<b>二、固定资产累计折旧合计</b>	<b>2,858,780.45</b>	<b>1,601,935.79</b>	<b>228,112.56</b>	<b>4,232,603.68</b>
专用设备	23,289.88	85,524.40	-	108,814.28
运输设备	2,228,813.51	1,354,875.74	136,235.16	3,447,454.09
通用设备	606,677.06	161,535.65	91,877.40	676,335.31
<b>三、固定资产减值准备合计</b>	-	-	-	-

专用设备	-	-	-	-
运输设备	-	-	-	-
通用设备	-	-	-	-
<b>四、固定资产账面净值合计</b>	<b>1,628,620.73</b>			<b>1,391,987.39</b>
专用设备	256,539.18			497,510.50
运输设备	1,042,589.99			620,375.19
通用设备	329,491.56			274,101.70

(4) 截至2015年3月31日,公司在用的固定资产均使用状态良好,不存在淘汰、更新、大修、技术升级等情况。

(5) 截至2015年3月31日,公司不存在融资租入固定资产的情况。

(6) 截至2015年3月31日,无固定资产发生可收回金额低于账面价值的事项,不存在减值迹象,未计提固定资产减值准备。

## 8、无形资产

### (1) 2015年1-3月无形资产变动表

单位:元

项目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年3月31日
<b>一、无形资产原值合计</b>	<b>3,382,999.93</b>	-	-	<b>3,382,999.93</b>
商标使用权	3,300,000.00	-	-	3,300,000.00
软件使用权	82,999.93	-	-	82,999.93
<b>二、累计摊销合计</b>	<b>1,139,687.92</b>	<b>86,452.98</b>		<b>1,226,140.90</b>
商标使用权	1,072,500.00	82,500.00		1,155,000.00
软件使用权	67,187.92	3,952.98		71,140.90
<b>三、无形资产减值准备合计</b>	-	-	-	-
商标使用权	-	-	-	-
软件使用权	-	-	-	-
<b>四、无形资产账面价值合计</b>	<b>2,243,312.01</b>			<b>2,156,859.03</b>
商标使用权	2,227,500.00			2,145,000.00
软件使用权	15,812.01			11,859.03

### (2) 2014年度无形资产变动表

单位:元

项目	2013年12月31日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
<b>一、无形资产原值合计</b>	<b>3,351,376.00</b>	<b>31,623.93</b>	-	<b>3,382,999.93</b>

商标使用权	3,300,000.00	-	-	3,300,000.00
软件使用权	51,376.00	31,623.93	-	82,999.93
<b>二、累计摊销合计</b>	<b>793,876.00</b>	<b>51,376.00</b>	-	<b>1,139,687.92</b>
商标使用权	742,500.00	330,000.00	-	1,072,500.00
软件使用权	51,376.00	15,811.92	-	67,187.92
<b>三、无形资产减值准备合计</b>	-	-	-	-
商标使用权	-	-	-	-
软件使用权	-	-	-	-
<b>四、无形资产账面价值合计</b>	<b>2,557,500.00</b>	-	-	<b>2,243,312.01</b>
商标使用权	2,557,500.00	-	-	2,227,500.00
软件使用权	-	-	-	15,812.01

### 9、长期待摊费用

#### (1) 2015年1-3月长期待摊费用变动表

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加	本期摊销	2015年3月31日
装修费	795,542.57	-	81,678.82	713,863.75
<b>合计</b>	<b>795,542.57</b>	-	<b>81,678.82</b>	<b>713,863.75</b>

#### (2) 2014年度长期待摊费用变动表

单位：元

项目	2013年12月31日	本期增加	本期摊销	2014年12月31日
装修费	76,214.18	859,377.00	140,048.61	795,542.57
<b>合计</b>	<b>76,214.18</b>	<b>859,377.00</b>	<b>140,048.61</b>	<b>795,542.57</b>

### 10、递延所得税资产

单位：元

项目	2015年3月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	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
资产减值准备	565,394.24	3,769,294.91	630,116.02	4,200,773.47	489,887.39	3,265,915.95
<b>合计</b>	<b>565,394.24</b>	<b>3,769,294.91</b>	<b>630,116.02</b>	<b>4,200,773.47</b>	<b>489,887.39</b>	<b>3,265,915.95</b>

### 9、资产减值准备计提情况

单位：元

项目	2014年12月31日	计提/转回	核销	2015年3月31日
坏账准备	1,213,844.87	-421,754.24	-	792,090.63
跌价准备	2,986,928.60	-	-9,724.32	2,977,204.28
合计	<b>4,200,773.47</b>	<b>-421,754.24</b>	<b>-9,724.32</b>	<b>3,769,294.91</b>

单位：元

项目	2013年12月31日	计提/转回	核销	2014年12月31日
坏账准备	271,306.68	942,538.19	-	1,213,844.87
跌价准备	2,994,609.27	-	-7,680.67	2,986,928.60
合计	<b>3,265,915.95</b>	<b>942,538.19</b>	<b>-7,680.67</b>	<b>4,200,773.47</b>

## (五) 主要负债情况

### 1、短期借款

#### (1) 短期借款分类明细表：

单位：元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
保证借款	3,000,000.00	3,000,000.00	-
合计	<b>3,000,000.00</b>	<b>3,000,000.00</b>	-

#### (2) 截至2015年3月31日短期借款明细表：

单位：元

借款银行	借款性质	借款用途	借款金额	借款期间	月利率
中国银行股份有限公司上海市杨浦支行	保证借款	采购商品	3,000,000.00	2014.9.10 至 2015.9.10	基准利率 上浮 20%

#### (3) 截至2014年12月31日短期借款明细表：

单位：元

借款银行	借款性质	借款用途	借款金额	借款期间	年利率
中国银行股份有限公司上海市杨浦支行	保证借款	采购商品	3,000,000.00	2014.9.10 至 2015.9.10	基准利率 上浮 20%

上述借款相关抵押情况如下：

报告期内，关联方为公司向银行的短期借款提供关联担保，具体如下：

2014年9月3日，公司与中国银行杨浦支行签署《授信额度协议》（合同编号：E1420450001），协议约定中国银行杨浦支行提供公司人民币800万元的授权

额度。同日，胡志伟、邹倩作为保证人与中国银行杨浦支行签署《最高额保证合同》，约定为公司与中国银行杨浦支行签署的《授信额度协议》（合同编号：E1420450001）项下发生的借款提供担保。

2014年9月3日，公司与中国银行杨浦支行签署《流动资金借款合同》，约定公司向中国银行借款人民币300万元，借款期限为12个月。该借款合同系编号为E1420450001的《授信额度协议》项下合同，胡志伟、邹倩为该笔借款提供保证担保。同时，公司与上海创业接力融资担保有限公司签署《担保服务合同》，约定上海创业接力融资担保有限公司为公司的上述银行借款提供担保，公司股东胡志伟、邹倩为上述担保提供反担保。

## 2、应付账款

(1) 公司最近两年一期的应付账款如下表：

单位：元

账龄	2015年3月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	2,642,638.43	80.98	6,831,371.98	94.18	5,808,125.47	95.62
1-2年	620,623.15	19.02	171,517.15	2.36	265,759.32	4.38
2-3年	0.00	0.00	250,374.70	3.45	0.00	0.00
合计	<b>3,263,261.58</b>	<b>100.00</b>	<b>7,253,263.83</b>	<b>100.00</b>	<b>6,073,884.79</b>	<b>100.00</b>

(2) 截至2015年3月31日应付账款余额前五名供应商情况：

单位：元

单位名称	2015年3月31日	占比(%)	性质	账龄
欧亚马自行车(太仓)有限公司	510,510.00	15.64	货款	1年以内
上海善媛司服饰有限公司	477,748.00	14.64	货款	1-2年
广州市度彭皮具有限公司	414,200.00	12.69	货款	1年以内
深圳市桓祥商贸有限公司	323,217.00	9.90	货款	1年以内
深圳市华兴盛手袋制品有限公司	188,740.00	5.78	货款	1年以内
合计	<b>1,914,415.00</b>	<b>58.67</b>		

(3) 截至2014年12月31日应付账款余额前五名供应商情况：

单位：元

单位名称	2014年12月31日	占比(%)	性质	账龄
深圳市八发汽车用品有限公司	1,889,066.69	26.04	货款	1年以内
深圳市金宏业玩具有限公司	660,300.00	9.10	货款	1年以内
锦兹光电标识科技发展(上海)有限公司	624,952.11	8.62	货款	1年以内

上海善媛司服饰有限公司	477,748.00	6.59	货款	1年以内
广州市度彭皮具有限公司	378,000.00	5.21	货款	1年以内
合计	<b>4,030,066.80</b>	<b>55.56</b>		

(4) 截至2013年12月31日应付账款余额前五名供应商情况:

单位: 元

单位名称	2013年12月31日	占比(%)	性质	账龄
欧亚马自行车(太仓)有限公司	685,213.68	11.28	货款	1年以内
深圳市鑫诚创亿科技有限公司	551,282.05	9.08	货款	1年以内
东莞乐福塑胶电子有限公司	514,786.47	8.48	货款	1年以内
深圳市恒祥商贸有限公司	398,150.00	6.56	货款	1年以内
裕利(东莞)玩具制品有限公司	366,666.65	6.04	货款	1年以内
合计	<b>2,516,098.85</b>	<b>41.42</b>		

(5) 截至2015年3月31日, 应付账款中无应付持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东单位及关联方的款项。

### 3、预收账款

(1) 公司最近两年一期的预收账款如下表:

单位: 元

账龄	2015年3月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	124,305.00	64.04	288,838.32	89.70	977,661.70	96.84
1-2年	37,918.34	19.54	1,285.00	0.40	31,877.99	3.16
2-3年	0.00	0.00	31,877.99	9.90	0.00	0.00
3年以上	31,877.99	16.42	0.00	0.00	0.00	0.00
合计	<b>194,101.33</b>	<b>100.00</b>	<b>322,001.31</b>	<b>100.00</b>	<b>1,009,539.69</b>	<b>100.00</b>

(2) 截至2015年3月31日预收账款余额前五名供应商情况:

单位: 元

单位名称	2015年3月31日	占比(%)	性质	账龄
乐风创想(北京)科技有限公司	78,000.00	40.19	货款	1年以内
青岛星河装饰有限公司	22,080.00	11.38	货款	3年以上
江苏溧阳建设集团有限公司南京分公司	15,943.00	8.21	货款	1-2年
山东广厦建设集团有限公司	15,195.00	7.83	货款	1-2年
陕西昊晨建设有限公司	7,268.00	3.74	货款	3年以上
合计	<b>138,486.00</b>	<b>71.35</b>		

(3) 截至2014年12月31日预收账款余额前五名供应商情况:

单位：元

单位名称	2014年12月31日	占比(%)	性质	账龄
通联支付网络服务股份有限公司	249,000.00	77.33	货款	1年以内
青岛星河装饰有限公司	22,080.00	6.86	货款	2-3年
江苏溧阳建设集团有限公司南京分公司	15,943.00	4.95	货款	1年以内
山东广厦建设集团有限公司	15,195.00	4.72	货款	1年以内
陕西昊晨建设有限公司	7,268.00	2.26	货款	2-3年
<b>合计</b>	<b>309,486.00</b>	<b>96.11</b>		

(4) 截至2013年12月31日应付账款余额前五名供应商情况：

单位：元

单位名称	2012年12月31日	占比(%)	性质	账龄
江西省雄基建设集团有限公司	272,570.00	27.00	货款	1年以内
江西浩海浩洋建设工程有限公司	242,599.00	24.03	货款	1年以内
开远市弘泰建筑安装有限公司	160,000.00	15.85	货款	1年以内
Crystal Promotions, Inc.	154,813.70	15.34	货款	1年以内
林州市建筑工程有限公司	93,855.00	9.30	货款	1年以内
<b>合计</b>	<b>923,837.70</b>	<b>91.51</b>		

(5) 截至2015年3月31日，预收款项中无应付持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位及关联方的款项。

#### 4、其他应付款

(1) 公司最近两年一期的其他应付款如下表：

单位：元

账龄	2015年3月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	1,525,661.29	99.87	184,978.27	100.00	12,000.00	100.00
1-2年	1,980.00	0.13	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>合计</b>	<b>1,527,641.29</b>	<b>100.00</b>	<b>184,978.27</b>	<b>100.00</b>	<b>12,000.00</b>	<b>100.00</b>

(2) 截至2015年3月31日，期末其他应付款中欠款金额前五名：

单位：元

单位名称	2015年3月31日	占比(%)	性质	账龄
邹倩	482,257.92	31.57	借款	1年以内
胡志伟	1,018,346.90	66.66	借款	1年以内
购佰胜哲信息科技有限公司	20,000.00	1.31	软件款	1年以内
林海	2,000.00	0.13	报销款	1年以内
深圳市腾乐五金制品有限公司	1,980.00	0.13	打样费	1-2年

合计	1,524,584.82	99.80		
----	--------------	-------	--	--

(3) 截至 2014 年 12 月 31 日, 期末其他应付款中欠款金额前五名:

单位: 元

单位名称	2014 年 12 月 31 日	占比(%)	性质	账龄
广东优速物流有限公司	135,113.20	73.04	押金	1 年以内
太仓市优飞速货运有限公司	21,023.30	11.37	押金	1 年以内
购佰胜哲信息科技软件	20,000.00	10.81	软件款	1 年以内
太仓市求新五金冲压件有限公司	3,840.00	2.08	模具费	1 年以内
深圳市腾乐五金制品有限公司	1,980.00	1.07	打样费	1 年以内
合计	181,956.50	98.37		

(4) 截至 2013 年 12 月 31 日, 期末其他应付款中欠款金额前五名:

单位: 元

单位名称	2012 年 12 月 31 日	占比(%)	性质	账龄
南京恒悦人力资源有限公司	12,000.00	100.00	服务费	1 年以内
合计	12,000.00	100.00		

(5) 截至 2015 年 3 月 31 日, 其他应付款中应付持有公司 5% (含 5%) 以上表决权股份的股东及应付关联方的款项明细见下表:

c

单位名称	2015 年 3 月 31 日	占比(%)	性质	账龄
邹倩	482,257.92	31.57	借款	1 年以内
胡志伟	1,018,346.90	66.66	借款	1 年以内
合计	1,500,604.82	98.23		

以上应付股东的款项, 公司已于本说明书签署之日前支付完毕。

## 5、应付职工薪酬

### (1) 应付职工薪酬

单位: 元

项目	2015 年初余额	2015 年 1-3 月增加	2015 年 1-3 月减少	2015 年 3 月 31 日余额
短期薪酬	24,034.14	2,794,716.53	2,794,716.53	24,034.14
离职后福利-设定提存计划		115,449.80	115,449.80	
辞退福利		15,500.00	15,500.00	
合计	24,034.14	2,925,666.33	2,925,666.33	24,034.14

(续)

项目	2014 年初余额	2014 年度增加	2014 年度减少	2014 年 12 月 31 日余额
----	-----------	-----------	-----------	--------------------

短期薪酬	24,034.14	7,774,286.60	7,774,286.60	24,034.14
离职后福利-设定提存计划		462,941.53	462,941.53	
辞退福利		157,959.95	157,959.95	
<b>合计</b>	<b>24,034.14</b>	<b>8,395,188.08</b>	<b>8,395,188.08</b>	<b>24,034.14</b>

(续)

项目	2013年初余额	2013年度增加	2013年度减少	2013年12月31日余额
短期薪酬	2,756.84	6,375,295.41	6,354,018.11	24,034.14
离职后福利-设定提存计划		423,684.92	423,684.92	
辞退福利		14,400.00	14,400.00	
<b>合计</b>	<b>2,756.84</b>	<b>6,813,380.33</b>	<b>6,792,103.03</b>	<b>24,034.14</b>

## (2) 短期薪酬

单位：元

项目	2015年初余额	2015年1-3月增加	2015年1-3月减少	2015年3月31日余额
一、工资、奖金、津贴和补贴		2,562,592.49	2,562,592.49	
二、职工福利费		21,850.44	21,850.44	
三、社会保险费		59,195.60	59,195.60	
其中：医疗保险费		52,359.40	52,359.40	
工伤保险费		2,597.90	2,597.90	
生育保险费		4,238.30	4,238.30	
四、住房公积金		25,204.00	25,204.00	
五、工会经费和职工教育经费		125,874.00	125,874.00	
六、其他（欠薪及残疾保障金）	24,034.14			24,034.14
<b>合计</b>	<b>24,034.14</b>	<b>2,794,716.53</b>	<b>2,794,716.53</b>	<b>24,034.14</b>

(续)

项目	2014年初余额	2014年增加	2014年减少	2014年12月31日余额
一、工资、奖金、津贴和补贴		6,386,475.49	6,386,475.49	
二、职工福利费		684,384.00	684,384.00	
三、社会保险费		241,440.80	241,440.80	
其中：医疗保险费		213,328.40	213,328.40	
工伤保险费		10,389.80	10,389.80	
生育保险费		17,722.60	17,722.60	
四、住房公积金		92,279.96	92,279.96	
五、工会经费和职工教育经费		342,325.45	342,325.45	

六、其他(欠薪及残疾保障金)	24,034.14	27,380.90	27,380.90	24,034.14
<b>合计</b>	<b>24,034.14</b>	<b>7,774,286.60</b>	<b>7,774,286.60</b>	<b>24,034.14</b>

(续)

项目	2013年初余额	2013年增加	2013年减少	2013年12月31日余额
一、工资、奖金、津贴和补贴		5,233,783.23	5,233,783.23	
二、职工福利费		490,605.83	490,605.83	
三、社会保险费		228,138.03	228,138.03	
其中:医疗保险费		208,583.34	208,583.34	
工伤保险费		6,518.23	6,518.23	
生育保险费		13,036.46	13,036.46	
四、住房公积金		69,219.04	69,219.04	
五、工会经费和职工教育经费		332,271.98	332,271.98	
六、其他(欠薪及残疾保障金)	2,756.84	21,277.30		24,034.14
<b>合计</b>	<b>2,756.84</b>	<b>6,375,295.41</b>	<b>6,354,018.11</b>	<b>24,034.14</b>

## (3) 设定提存计划

单位: 元

项目	2015年初余额	2015年1-3月增加	2015年1-3月减少	2015年3月31日余额
基本养老保险费		109,092.60	109,092.60	
失业保险费		6,357.20	6,357.20	
<b>合计</b>		<b>115,449.80</b>	<b>115,449.80</b>	

(续)

项目	2014年初余额	2014年增加	2014年减少	2014年12月31日余额
基本养老保险费		436,344.03	436,344.03	
失业保险费		26,597.50	26,597.50	
<b>合计</b>		<b>462,941.53</b>	<b>462,941.53</b>	

(续)

项目	2013年初余额	2013年增加	2013年支付	2013年12月31日余额
基本养老保险费		391,093.77	391,093.77	
失业保险费		32,591.15	32,591.15	
<b>合计</b>		<b>423,684.92</b>	<b>423,684.92</b>	

## 6、应交税费

单位: 元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
增值税	669,132.31	2,114,724.95	1,783,841.32
城建税	47,091.77	148,030.74	109,922.81
企业所得税	236,256.39	1,075,776.95	770,229.96
个人所得税	51,693.62	31,796.90	26,234.50
教育费附加	33,636.98	105,736.24	78,516.30
河道管理费	6,727.39	21,147.25	15,703.26
<b>合计</b>	<b>1,044,538.46</b>	<b>3,497,213.03</b>	<b>2,784,448.15</b>

## 7、应付股利

单位：元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
应付股利	2,000,000.00	-	-
<b>合计</b>	<b>2,000,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

公司于2015年1月进行了股利分配，共计分配1,200万元，截止2015年3月31日尚有200万元未进行发放。以上股利，公司已于本说明书签署之日前发放完毕。相关个人所得税，股东承诺于2015年7月缴纳。

## (六) 报告期股东权益情况

单位：元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
实收资本(股本)	14,777,778.00	13,300,000.00	13,300,000.00
资本公积	-	1,922,525.70	18,600.00
盈余公积	-	2,622,474.84	1,879,164.75
未分配利润	12,989,753.82	24,854,878.59	18,642,905.05
少数股东权益	113,565.48	207,463.66	
<b>所有者权益合计</b>	<b>27,881,097.30</b>	<b>42,907,342.79</b>	<b>33,840,669.80</b>

2015年6月，有限公司整体变更为股份有限公司，以基准日2015年3月31日经审计的账面净资产27,767,531.82元折合股本27,000,000.00元，其余767,531.82元计入资本公积。

## 六、关联方、关联方关系及交易

### (一) 关联方信息

#### 1、存在控制关系的关联方

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	胡志伟	公司实际控制人

2	邹倩	公司实际控制人
3	设享网络	公司控股子公司

## 2、存在非控制关系的关联方

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	上海永堂投资管理中心(有限合伙)	公司实际控制人邹倩、胡志伟控制的企业、公司5%以上股东
2	莱甘地(上海)国际食品进出口有限公司	公司实际控制人胡志伟能够施加重大影响的企业
3	上海莱甘地餐饮管理有限公司	莱甘地(上海)国际食品进出口有限公司的子公司
4	上海倩影妆品有限公司	公司实际控制人邹倩控制的企业
5	上海天和超市配销有限公司	公司实际控制人胡志伟控制的企业
6	上海复维信息科技有限公司	公司实际控制人胡志伟控制的企业
7	天狐国际品牌衍生品有限公司	公司实际控制人胡志伟、邹倩控制的企业
8	蒋昌建	公司董事
9	王宏华	公司董事
10	解姝瑾	公司董事
11	刘守珍	公司财务总监、董事会秘书
12	信进伟	公司监事会主席
13	韦玲	公司监事
	陈洁	公司监事

(1) 莱甘地是一家于2012年7月30日在上海市杨浦区工商局登记注册成立的有限责任公司。莱甘地持有杨浦区市场监督管理局核发的注册号为310110000600923的《营业执照》，公司类型为有限责任公司；住所为上海市杨浦区大学路135\_139,141\_149,151\_159号；法定代表人为谢师明；经营范围为：从事货物及技术的进出口业务，环保设备、食品添加剂的销售；预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）批发兼零售。截至本公开转让说明书签署之日，莱甘地股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额(万元)	实际出资额(万元)	出资比例(%)
1	谢师明	245	147	49
2	胡志伟	150	90	30
3	李娟	105	63	21
	合计	500	300	100

(2) 莱甘地餐饮成立于2015年1月20日，现持有上海市杨浦区市场监督管理局颁发的注册号为310110000719200的《营业执照》，住所为上海市杨浦区国通路127号1001-40室，类型为有限责任公司（自然人投资或控股），法定代

表人为孙玉明，注册资本为 500 万元，经营范围为“餐饮企业管理（不得从事食品生产经营）”，营业期限至不约定期限。

截至本公开转让说明书签署之日，莱甘地餐饮股权结构如下：

序号	股东姓名（名称）	出资额（万元）	出资比例（%）
1	莱甘地	375	75
2	孙玉明	125	25
合计		500	100

（3）倩影妆品系上海鸿达皮件有限公司（以下简称“鸿达皮件”）、上海天云皮革制品厂（以下简称“天云皮革厂”）和邹倩共同出资于 1995 年 11 月 13 日在上海市普陀区工商行政管理局注册成立，倩影妆品成立时注册资本为 51 万元，股权结构为鸿达皮件持股 25.5%、天云皮革厂持股 35.5%、邹倩持股 39%。2000 年 2 月 29 日，上海市工商行政管理局出具沪工商案处（2000）576 号 NO.006《行政处罚决定书》，因倩影妆品违反《企业年度检验办法》规定，决定吊销倩影化妆品营业执照。截至本公开转让说明书签署之日，倩影妆品已完成税务注销登记手续，但由于法人股东已经被吊销营业执照，导致倩影无法顺利完成工商注销手续。

（4）天和超市由胡志伟和周晓东共同出资于 2000 年 7 月 19 日在上海市工商局宝山分局注册成立。天和超市成立时注册资本为 150 万元，股权结构为周晓东持股 80%、胡志伟持股 20%。2001 年 7 月，天和超市股权结构变更为周晓东持股 40%、胡志伟持股 60%。2010 年 4 月 16 日，上海市工商行政管理局宝山分局出具沪工商宝案处字[2010]第 130200912494 号行政处罚决定书，因天和超市违反《中华人民共和国登记管理条例》规定，决定吊销天和超市营业执照。天和超市被吊销营业执照后，及时办理了税务注销手续。2015 年 5 月 18 日，上海市工商局宝山分局向天和超市下发《准予注销登记通知书》，准予天和超市注销。截至本公开转让说明书签署之日，天和超市已完成税务、工商注销手续。

（5）复维信息由胡志伟和陈春阳共同出资于 2004 年 7 月 12 日在上海市杨浦区工商局注册成立，复维信息成立时注册资本为 500 万元，股权结构为胡志伟持股 90%、陈春阳持股 10%。2010 年 4 月 6 日，上海市工商行政管理局杨浦分局出具沪工商杨案处字[2010]第 100200912690 号行政处罚决定书，因复维信息违反《中华人民共和国登记管理条例》规定，决定吊销复维信息营业执照。复维信息被吊销营业执照后，及时办理了税务注销手续。2015 年 4 月 29 日，上海市杨浦区市场监督管理局向复维信息下发《准予注销登记通知书》，准予复维信息

注销。截至本公开转让说明书签署之日，复维信息已完成税务、工商注销手续。

(6) 天狐国际系公司实际控制人胡志伟、邹倩于 2008 年 2 月在英属维京群岛注册的公司，注册办事处为 Portcullis TrustNet(BVI) Limited，注册代理人住所为 Portcullis TrustNet(BVI) Limited, Portcullis TrustNet Chambers,P.O.Box 3444,Road Town,BVI，注册资本为 5 万美元。天狐国际自成立以来，未实际从事业务。截至本公开转让说明书签署之日，天狐国际已发行股份总量为 50,000 股，邹倩、胡志伟分别持有 25,500 股、24,500 股，占天狐国际已发行股份数量比例分别为 51%、49%。

除上述关联方外，公司的董事、监事及高级管理人员的关系密切的家庭成员及其控制或者担任董事、高级管理人员的其他企业也是公司的关联方。关系密切的家庭成员包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

## (二) 关联方交易

### 1、经常性关联交易

#### (1) 采购商品和接受劳务的关联交易

报告期内，公司无采购商品和接受劳务的经常性关联交易。

#### (2) 出售商品和提供劳务的关联交易

报告期内，公司无出售商品和提供劳务的经常性关联交易。

### 2、偶发性关联交易

#### (1) 采购/出售商品和接受/提供劳务的关联交易

报告期内，公司向莱甘地进行采购礼品卡及发生餐饮费用的偶发性关联交易。该交易的价格是根据市场公允价值进行的，另外，随着公司治理日益规范，为保证关联交易的公允性和必要性，保护中小股东利益，公司逐渐减少关联交易。具体明细如下表：

单位：元

关联方	关联交易内容	2015 年 1-3 月发生额	2014 年发生额	2013 年发生额
莱甘地	餐饮及礼品	-	-	436,296.61

#### (2) 关联方股权转让

2015 年 2 月 5 日，设享网络召开股东会通过决议，同意胡志伟将其持有的

87%股权（180.09 万元出资额）作价 522 万元转让给公司。同日，公司召开股东会，同意公司以 522 万元受让胡志伟持有的设享网络 87% 股权。同日，公司和胡志伟就上述股权转让签署了《股权转让协议》。

2015 年 3 月 16 日，设享网络就上述股权变更事项办理了工商变更登记手续。

本次股权收购可有效解决潜在同业竞争和关联交易问题，收购价格为 2.90 元每注册资本，和 2014 年 6 月外部投资者瑞安房地产增资设享网络价格一致，作价公允，且公司已经履行必要的内部决策程序。

### （3）接受关联方担保

报告期内，关联方为公司向银行的短期借款提供关联担保，具体如下：

2014 年 9 月 3 日，公司与中国银行杨浦支行签署《授信额度协议》（合同编号：E1420450001），协议约定中国银行杨浦支行提供公司人民币 800 万元的授权额度。同日，胡志伟、邹倩作为保证人与中国银行杨浦支行签署《最高额保证合同》，约定为公司与中国银行杨浦支行签署的《授信额度协议》（合同编号：E1420450001）项下发生的借款提供担保。

2014 年 9 月 3 日，公司与中国银行杨浦支行签署《流动资金借款合同》，约定公司向中国银行借款人民币 300 万元，借款期限为 12 个月。该借款合同系编号为 E1420450001 的《授信额度协议》项下合同，胡志伟、邹倩为该笔借款提供保证担保。同时，公司与上海创业接力融资担保有限公司签署《担保服务合同》，约定上海创业接力融资担保有限公司为公司的上述银行借款提供担保，公司股东胡志伟、邹倩为上述担保提供反担保。

### （4）关联方资产转让

2014 年 12 月实际控制人邹倩向公司转让一辆奥迪小汽车，车辆原值 767,000.00 元，累计折旧 728,650.00，双方按资产净值作价 38,350.00 元。该车辆是实际控制人邹倩于 2008 年 12 月进行购买，截止至 2014 年 12 月，该车辆使用时间超过 5 年，双方按车辆净值进行交易，价格公允。

### （三）关联方往来余额

期间	项目	关联方	账面余额	所占余额比例
2015 年 3 月 31 日	其他应收款	莱甘地	200,000.00	14.47%
	其他应付款	邹倩	482,257.92	31.57%
		胡志伟	1,018,346.90	66.66%

2014年12月31日	其他应收款	邹倩	5,403,742.08	41.84%
		胡志伟	6,468,653.10	50.09%
2013年12月31日	其他应收款	邹倩	1,128,071.66	36.55%
		胡志伟	409,158.50	13.26%

#### (四) 关联交易决策程序执行情况

上述关联交易发生在有限公司阶段,天狐创意未制定具体的关联交易决策制度,亦未对相关关联交易履行相关决策程序。对于上述关联交易,公司2015年第一次临时股东大会审议通过了《关于确认公司2013年、2014年及2015年1-3月关联交易的议案》,确认公司报告期内发生的关联交易没有损害公司和其他股东的利益。

为了规范公司与关联方之间的关联交易,维护公司股东特别是中小股东的合法权益,保证公司与关联方之间的关联交易的公允、合理,公司根据相关法律法规和规范性文件的规定,已在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易决策制度》中规定了股东大会、董事会在审议关联交易事项时关联股东、董事回避表决机制和其他公允决策程序,且有关议事规则以及管理制度已经股东大会审议通过。

同时,为规范公司关联方与公司之间的潜在关联交易,公司持股5%以上股东、公司实际控制人、董监高已向公司出具《关于减少及避免关联交易的承诺》。

## 七、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

### (一) 期后事项

公司无需要披露的重要日后事项。

### (二) 或有事项

公司无需要披露的或有事项。

### (三) 其他重要事项

公司无需要披露的其他事项。

## 八、报告期内资产评估情况

公司整体变更为股份公司时,委托银信资产评估有限公司以2015年3月31

日为评估基准日对公司的净资产公允价值进行评估。2015年5月15日，银信资产评估有限公司出具了银信评报字（2015）沪第0507号《上海天狐创意设计有限公司股份制改制所涉及的上海天狐创意设计有限公司净资产公允价值评估报告》。评估报告的有效期为一年。

#### 1、资产评估的方法

采用资产基础法评估结果作为本次评估的结论。

#### 2、资产评估的结果

单位：元

项目	资产评估前的账面价值	评估值	增减变动	增减变动比例(%)
净资产	27,767,531.82	32,262,938.13	4,495,406.31	16.19

公司整体变更为股份公司后延续原账面值进行核算，未根据本次资产评估结果进行调账。

## 九、股利分配政策和历年分配情况

### （一）报告期内的股利分配政策

公司整体变更为股份公司之前，公司章程未就股利分配政策作出具体规定。

### （二）股票公开转让之后的股利分配政策

根据《公司章程（草案）》，公司自股票挂牌公开转让后，公司实行同股同利的股利政策，按股东所持有的股份份额，以现金、股票或其他法律认可的方式进行分配。具体分配方式如下：

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

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

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

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

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配

利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润

### (三) 公司最近两年一期股利分配情况

公司自成立之日起，仅发生以下一起股利分配事项：

2015年1月20日，有限公司召开临时股东会，通过决议对截至2011年度的未分配利润按2011年度期末各股东的持股比例进行分配，其中邹倩分配849.96万元，胡志伟分配350.04万元，分配利润产生的个人所得税由股东自行承担，股东承诺于2015年7月缴纳完毕。具体如下：

股东姓名	分配比例(%)	分配金额(元)
邹倩	70.83	8,499,600.00
胡志伟	29.17	3,500,500.00
总计	100.00	12,000,000.00

## 十、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

### (一) 纳入合并报表子公司的基本情况

子公司全称	成立日期	法定代表人	主营业务	注册地	注册资本	股权结构
上海设享网络科技有限公司	2014-5-15	林海	电子商务、动漫及游戏行业衍生品的设计和銷售	上海	207万元	公司持股87%；林海持股10%；瑞安地产持股3%

设享网络简要历史沿革如下：

设享网络成立于2014年5月15日，系由胡志伟和林海共同出资并在杨浦区工商局登记注册的有限责任公司，公司设立时，注册资本为200万元，其中胡志伟出资180万元，林海出资20万元。

2014年6月10日，设享网络召开股东会，同意将公司注册资本由200万元增至207万元，新增注册资本7万元由原股东胡志伟、林海及新股东瑞安房地产认缴出资，其中：胡志伟以货币资金认缴0.09万元，林海以货币资金认缴0.7万元，瑞安房地产以货币资金认缴6.21万元。本次瑞安房地产增资价格为2.90元每注册资本。本次增资后，设享网络股权结构如下：

序号	股东姓名(名称)	出资额(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	胡志伟	180.09	87	货币

2	林海	20.70	10	货币
3	瑞安房地产	6.21	3	货币
合计		200	100	—

2015年2月5日，设享网络召开股东会通过决议，同意胡志伟将其持有的87%股权（180.09万元出资额）作价522万元转让给天狐有限。同日，天狐有限召开股东会，同意公司以522万元受让胡志伟持有的设享网络87%股权。

截至本公开转让说明书签署之日，设享网络股权结构如下：

序号	股东姓名 (名称)	出资额(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	天狐股份	180.09	87	货币
2	林海	20.70	10	货币
3	瑞安房地产	6.21	3	货币
合计		200	100	—

设享网络的主要财务指标如下：

单位：元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日
资产总额	1,168,039.54	1,740,606.29
负债总额	294,458.89	107,034.15
所有者权益	873,580.65	1,633,572.14
项目	2015年1-3月	2014年5月15日-12月31日
营业收入	80,139.64	162,475.47
利润总额	-766,991.49	-547,327.86
净利润	-766,991.49	-547,327.86

## 十一、未来规划

### （一）企业宗旨及战略定位

#### 1、企业宗旨

企业的宗旨：用心创制、精诚服务。天狐的企业愿景是 Inno-creation For Colorful life（创制让生活更精彩），即为不断发展壮大的中产阶级提供富有创造性的、完美制造的精品，满足小康社会对精彩、精美、精到的生活方式的需求。为了达成这一企业愿景，天狐将为客户提供的产品视为企业的一件件作品，用心创意，用心设计，用心创造；为了实现品牌文化衍生品产业化的理想，天狐努力

完成价值链上的整合，与客户和供应链建立基于信任的全方位的战略合作关系，精诚服务，精诚合作，精诚双赢。

企业的理念：以品牌文化为灵魂、创意设计为核心，衍生产品为载体，诠释与传播品牌的独特魅力，致力成为中产阶级健康生活方式的倡导者。

## 2、战略定位

公司的战略定位：成为中国第一、国际知名的品牌文化衍生品行业引领者。

文化创意产业已成为引领我国经济发展的重要引擎。2014年国务院发布《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》，充分表明促进文化创意产业优化发展对推进经济发展方式转变并形成创新驱动模式具有重要意义，这些举措将进一步促进文化、艺术、创意设计、动漫影视、新媒体等文化创意产业，与旅游休闲、时尚服务、建筑装潢、工业制造、农业生产等特色经济领域的融合发展，由此带动产业升级和价值增值。

公司立足于文化创意产业，响应国务院的号召，勇于开拓进取，拓展行业发展新路径，为实现企业的战略目标，坚持“尊重原创、助力品牌”的战略。

坚持原创，即尊重知识产权、以自主创新的产品、独特的创意和对品牌的深度诠释为服务理念，设计并制造出独特的品牌文化衍生产品，为品牌的追随者提供更好的体验与乐趣。

助力品牌，即采用“互联网+文化”的业务模式，以文化为灵魂，嫁接互联网的商业模式，以粉丝经济为基础，万众创新、打造一条C2B2B&C的渠道新模式。文化创意的核心在于人的创新思维，企业采用互联网将品牌的忠实簇拥者围绕在一起，将全国各地的设计师组织的网络平台上，用户的真实需求与设计师的创新能力交融在一起，打造出原创的品牌文化衍生产品，将传统的文化创意从略带曲高和寡，带入到热热闹闹的互联网大潮中去，用衍生品话题将粉丝群紧密地围绕品牌周围，在实现衍生品的独立盈利属性的同时，更好地推广了品牌。

公司将通过上述发展战略的实施，努力实现“品牌文化衍生品行业领军企业”的产业抱负。

## (二) 公司当年及未来两年业务发展规划

1、打通品牌文化衍生品产业链，实现创意设计与文化艺术、科学技术以及商业模式的完美融合

设计的三大原点在于文化艺术、科学技术和商业模式。没有文化作为灵魂的

设计作品只能是一件极其普通的工业品；若不能与先进的科学技术结合，将设计草稿转化成产品，设计就无法脱胎于艺术成为独立的分支；但最终若没有一个好的商业模式与设计做以完美融合，形成未来发展的支撑与保障，一切都会变为无源之水，昙花一现。

公司作为品牌文化衍生品行业的倡导者，在未来两年的发展规划中，将打通产业链上利益相关方的协作通道，以及为品牌和消费者提供具有文化底蕴、与领先的科技相结合的商品作为重点，实现企业的产业抱负。具体措施如下：

### (1) 注重校企合作，提升原创设计能力和对文化艺术的理解力

首先，设计的首要因素是与艺术的结合，品牌文化衍生品更需要与艺术融会贯通才能产生出动人的作品，然而能够做到这一点的设计企业少之又少。企业的设计团队忙于项目服务，相反高校在理论研究、趋势研究等等诸多方面可以给予企业帮助。其次，还没有走出校园的学生，其创意的思想更为活跃，不容易受到太多所谓经验的束缚，更能创作出令人耳目一新，颠覆传统思维的作品。公司一直以来是多所设计院校的实习基地，每年的暑期实习项目都是一次思想交汇的盛宴。最后，高校是培养和输送设计师的摇篮，可以源源不断地为公司提供新鲜血液，让设计师的队伍不断地发展壮大。所以，坚持校企合作是企业建设核心竞争力、实现设计与文化艺术结合的重要措施。

### (2) 供应链深度合作，提升原创设计的技术含量和可实现性

设计的第二要素是与技术的融合。作为以品牌文化衍生产品设计为主的公司，产品所涉及到的品类众多、工艺繁杂，公司的设计团队里不可能包含一个产品开发实现所需要的所有人才，相反需要与下游的供应链保持深度的合作关系，与相应的生产厂家一起来解决新产品的开发实现问题，并借助供应商的研发能力，提升原创作品中的技术含量，真正做到与最新的科技相结合。所以构建一支深度协作、共同发展的供应商伙伴队伍是企业未来发展的核心战略之一。

### (3) 构建“设享网”，打通品牌文化衍生品产业链

设计的第三个要素在于与商业模式的结合。“设享网”的理念是将万众创新的新设计、新概念，通过平台上所聚集的品牌方、设计师、制造商、消费者群体之间相互协作进行转化，从而让价值链上的各方得到利益的分享，这是一种全新的在互联网思维下的 C2B2B&C 的商业模式应用。在设享网平台上最重要的用户群在于由各个品牌的簇拥者组成的最终消费者，以及原创设计师群体。在创意社区里，消费者的想法与创意可以借由设计师的专业能力得到拓展与实现，而由消

费者全程参与设计的产品一面世就饱含着用户的期待。这些原创的产品，借由供应链进行转化，并以品牌衍生品的方式和品牌方一起进行市场推广。

设享网的成功建设，将真正承载设计与其三大原点即文化艺术、科学技术和商业模式的完美结合，令公司成为行业的先行者，并为中国的原创设计提供一个国际化的舞台，为我国的文化创意产业发展做出巨大贡献。

## 2、业务拓展计划

### (1) 品牌文化衍生品业务的跨行业复制

从理论上讲，有品牌的地方就有品牌衍生品的需求，所以，品牌文化衍生品业务具有跨行业经营的可行性。从实践上讲，公司的发展从汽车行业开始起步，并在游戏动漫产业得到了较为成功的复制，所以，品牌文化衍生品业务具有跨行业经营的可操作性。在未来，公司将坚持跨行业复制的战略，选择合适行业合适的时机进行切入，给公司的发展带来更新的增长点。

### (2) 国际化复制

品牌的发展与传播不会局限于一地，作为品牌文化衍生品的服务商，其业务拓展也不能仅限于中国境内。到目前为止，公司作为BMW、捷豹路虎的全球供应链系统的服务商之一，提供的产品已经走向世界；而在台湾市场，企业也与当地合作伙伴一起，服务于国际化的品牌，进行设计输出与产品输出。在未来，企业的发展将谋求与合作伙伴一起，为世界的知名品牌提供全球范围内的服务，也会与中国的知名品牌携手走向国际市场。

## 3、经营发展计划

### (1) 以合伙制和内部创业的机制搭建人才梯队

文化创意行业的竞争取决于创意人才和管理人才的竞争，人才是公司最重要的资产。随着行业竞争日益激烈，以及公司的快速发展壮大，公司迫切需要更多高水平的技术和管理人才。未来两年，公司一方面将以事业留人、待遇留人、情感留人、环境留人为手段，加强文化建设，塑造新的用人机制、激励机制和动力机制，稳定骨干队伍。另一方面，公司将利用本次挂牌，加强对国内创意行业高水平人才的吸引和招募，进一步充实公司团队。而在公司高级管理团队人员的甄选上，公司将采用合伙人制度和内部创业的机制，来鼓励人才敢于担当的勇气和锻炼人才的全面运作经验，将人才的个人发展与公司的发展有机地结合在一起，并在众多的内部创业项目中逐步培养和建立起人才梯队，和能够带领公司不断进

取的精英团队。

#### (2) 巩固并提升建设项目全流程管理与服务能力

作为品牌文化衍生品行业的倡导者,除了创意设计能力作为公司的核心竞争力外,项目的全流程管理与服务能力更是帮助公司稳扎稳打,达到客户满意的重要因素之一。从品牌策划、需求分析、设计服务、活动支持、售后服务等各个方面齐头并进,真正让客户满意与放心。当前,公司的业务发展处于快速的发展阶段,未来两年,公司将对项目全流程管理的内部协同及管控进行功能提升和拓展;通过标准化的业务流程编制与 ERP 系统应用,促进各业务板块管控水平的提升,更好地满足客户的需要,以保持公司项目全流程管理与服务能力的行业领先水平。

#### 4、融资计划

为实现公司的快速成长及文化衍生品事业的大发展,公司将以本次新三板挂牌为契机,多方位扩展融资渠道,在保持合理负债结构的前提下,根据市场需求变化和 company 资金存量规模,加强市场拓展、人才引进及研发投入,提高资金的运行效率,并通过定向增发等途径筹集资金,满足公司快速发展的需要。

## 十二、风险因素

### (一) 实际控制人不当控制的风险

公司共同实际控制人胡志伟、邹倩两人合计通过直接和间接的方式持有公司股份 2,700 万股,占公司总股本比例为 100%,处于绝对控制地位。此外,胡志伟先生目前担任公司董事长职务,邹倩女士担任公司副董事长总经理职务,两人在公司重大事项决策、监督、日常经营管理上均可施予重大影响。因此,公司存在实际控制人利用其绝对控制地位对重大事项施加影响,从而使得公司决策偏离中小股东最佳利益目标的风险。

### (二) 公司治理风险

有限公司阶段,公司治理机制不够健全,曾存在相关会议文件保存不完整、董事、监事任期届满未能及时改选等不规范情况。公司于 2015 年 6 月份整体变更为股份公司后,制定了较为完备的《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》等治理制度,建立了相对完善、健全的公司治理机制。但由于股份公司成立时间较短,公司治理机制的有效运行仍需磨合,故公司短期内仍可能存在治理不规范、相关内部控制制度不能有效执行的风险。

### （三）知识产权风险

文化创意行业是知识密集型行业，是依托于个人的才华以及对基础产品的理解衍生而来的行业，因此，个人创意乃是整个企业的技术核心，创意应该是独一无二的，但一个好的创意生成之后，极其容易被模仿、被山寨，如果创意被剽窃之后，将形成同质化竞争，由此将引发一系列不良后果。

### （四）市场竞争风险

公司所处的文化创意行业面临激烈的市场竞争。根据国家统计局数据显示，2008年至2012年期间，文化创意机构数量从46万家增加至66万多家公司，多为小型与微型企业为主的经营形态。虽然行业进入壁垒高，但该行业的企业数量没有停下增长的脚步，行业企业总体呈现“小、散、乱”的状态，这将导致行业整体竞争日趋激烈。如果公司未能持续保持自己的核心竞争优势，积极适应市场变化，将无法有效维护自身现有的市场地位及竞争优势，进而存在导致公司经营业绩下降的风险。公司独特的商业模式可能被模仿，甚至被新的竞争者超越。

### （五）人员流失风险

文化创意行业是典型的知识密集型、智慧密集型行业，设计人员的专业素质是制约文化创意产业发展的直接因素，是衡量公司市场竞争力的关键因素之一。公司经过多年的探索和积累，培养了一支经验丰富的高素质管理设计团队。随着业务规模的不断扩大，公司对行业内初、中、高级人才的需求也日益迫切，公司能否有效吸纳人才，是公司日后能否顺利开展业务并保持市场竞争力的重要因素。作为一家处于成长期的企业，面对巨大的市场机会，企业的快速发展需要能够与之匹配的人才团队，对团队的稳定性、专业性、开拓性、快速学习等方面提出了更高的要求。在未来的发展中，公司可能会面对相关的团队适应性风险，如果出现核心人员离职，将给公司未来运营带来较大风险。

### （六）客户依赖的风险

2015年1-3月、2014年度和2013年度前五名客户的销售金额分别占当期营业业务收入的97.38%、86.25%和93.39%，客户主要集中于汽车领域，集中度较高，公司对该类型客户依赖性较强。上海上汽大众汽车销售有限公司、长安福特汽车有限公司作为公司主要客户，其对供应商的甄选较为严格，如果未来上海上汽大众汽车销售有限公司、长安福特汽车有限公司准入制度发生变化，公司不能与其继续保持稳定合作且无法成功开拓其他市场，将对公司的经营发展产生重大不利影响。

### (七) 产品质量风险

公司通过为品牌客户提供衍生品设计、研发、销售获取相应收益。由于文化创意品是智能化、知识化的高附加值产品，公司将高附加值的环节作为公司的主营业务，低附加值的生产部分外包。公司在供应商的审核方面建立了严格的管理制度，对于供应商审核，公司要求在整个产品线都必须实施产品层次的供应商审核，对于主营产品或者买断经销产品，则必须对供应商进行生产过程层次以上的审核，因此确保了公司产品质量及交货期。但如果供应商有较大的变化，产品质量控制可能出现重大问题或交货期发生重大延误，将会对公司正常生产经营活动产生一定的不利影响。

### (八) 所得税优惠政策变化的风险

根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例的相关规定，公司作为高新技术企业，可按 15% 的税率征收企业所得税。2012 年 11 月 18 日，公司经上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局、上海市地方税务局共同批准为高新技术企业，有效期为三年，即有效期至 2015 年 11 月 18 日。2013 年度、2014 年度的企业所得税税率为 15%。截至本公开转让说明书签署之日，公司正在按照相关要求办理高新技术企业复审工作。

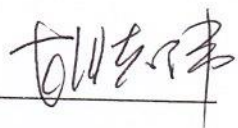
如果《高新技术企业证书》到期后，公司不能被继续认定为高新技术企业或相应的税收优惠政策发生变化，公司将不再享受相关税收优惠，将按 25% 的税率征收所得税。因此，由上述所得税优惠政策变化导致的所得税税率的提高将对公司经营业绩产生一定影响。

## 第五节 有关声明

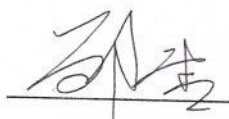
### 一、本公司全体董事、监事、高级管理人员声明

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

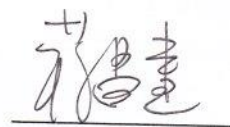
全体董事：



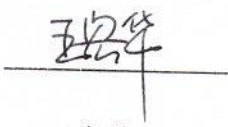
胡志伟




邹倩



蒋昌建

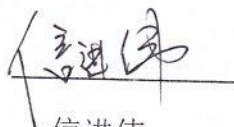


王宏华

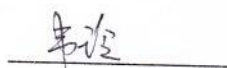


解姝瑾

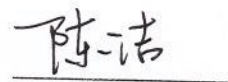
全体监事：



信进伟

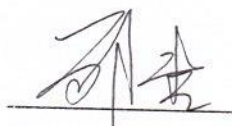


韦玲

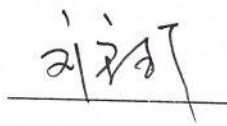


陈洁

全体高级管理人员：



邹倩



刘守珍

上海天狐创意设计股份有限公司

2015年 9月 28日



## 二、主办券商声明

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

法定代表人：     张      
                    兰 荣

项目负责人：     关长良      
                    关长良

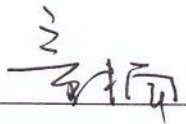
项目小组成员：     关长良         尹永志         蒋代雯      
                    关长良                    尹永志                    蒋代雯



### 三、律师事务所声明

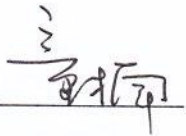
本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书中不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

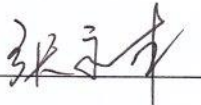


童楠

经办律师：



童楠

  
张永丰

2015年 7 月 28 日

#### 四、审计机构声明

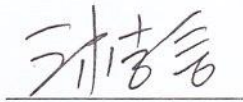
本所及签字注册会计师已阅读上海天狐创意设计股份有限公司公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的审计报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书中不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

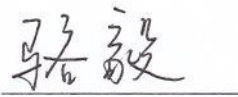


朱建弟

签字注册会计师：



康吉言



骆毅

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

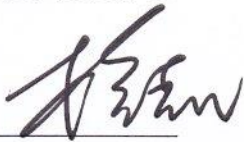


2015年9月28日

## 五、评估机构声明

本所及签字注册资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的资产评估报告无矛盾之处。本所及签字注册资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书中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。

评估机构负责人：



梅惠民

签字注册资产评估师：

  
  
  
刘欢

银信资产评估有限公司

2015年 9 月 28 日



## 第六节 附件

### 一、备查文件

- (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（草案）》
- (五) 全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见

### 二、信息披露平台

本公司公开转让股票申请已经中国证监会核准，本公司的股票将在全国股份转让系统公开转让，公开转让说明书及附件披露于全国股份转让系统指定信息披露平台 [www.neeq.com.cn](http://www.neeq.com.cn) 或 [www.neeq.cc](http://www.neeq.cc)，供投资者查阅。