



黑龙江龙广传媒股份有限公司

公开转让说明书

(申报稿)

主办券商



中信建投证券股份有限公司
CHINA 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、误导性陈述和重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

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

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

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

重大事项提示

特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险：

本节扼要披露特别提醒投资者注意的风险因素，投资者应认真阅读公开转让说明书“第四节 公司财务”之“十二、风险因素”的全部内容，充分了解本公司所披露的风险因素。

（一）实际控制人变更的风险

公司目前的实际控制人为黑龙江人民广播电台，根据《中共黑龙江省委常委委员会第 78 次常委会议纪要【2014】26 号》、《黑龙江省机构编制委员会关于黑龙江电视台与黑龙江人民广播电台合并组建黑龙江广播电视台的通知【2015】21 号》、《中共黑龙江省委组织部关于同意成立黑龙江广播电视台党委的通知》相关文件，将撤销黑龙江人民广播电台和黑龙江电视台建制，组建黑龙江广播电视台。目前两台合并已经开展的工作包括成立了黑龙江广播电视台党委，确定黑龙江广播电视台班子成员。两台合并新的法人资格还没有确立，仍按原法人资质运行，办公室、人力、计财、经管等综合部门已开始合署办公，原正职及副职仍按原分工运行，频率、频道、台出资公司均没有合并，仍处于独立运行状态。

未来随着两台合并的推进，公司的实际控制人将发生变更，如果新的实际控制人对公司的战略规划、业务经营等进行重大调整，将可能对公司的经营产生重大影响。

（二）公司实际控制人不当控制风险

公司实际控制人省电台直接和间接持有公司 100% 的股权，可以通过行使表决权对公司发展战略、经营决策、人事安排和利润分配等重大事项施加影响，若实际控制人利用其控制权对公司进行不当控制，可能给公司经营带来重大风险。

（三）公司治理和内部控制风险

公司于 2015 年 1 月由有限公司整体变更为股份有限公司。股份公司成立后，公司建立了较为健全的治理机构、三会议事规则及具体业务制度，公司内部控制

环境得到优化，内部控制制度得到完善。但是，由于股份公司成立至今运营时间较短，公司治理层和管理层的规范意识还需进一步提高，对股份公司治理机制尚需逐步理解、熟悉。此外，内部控制制度尚未在实际经营活动中经过充分的检验，治理结构和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐渐完善。因此股份公司设立初期，公司仍存在一定公司治理和内部控制风险。

（四）广告发布的法律风险

公司从事广告代理业务，其代理的广告发布存在一定的法律风险：

1、广告内容违法的风险

违反法律禁止性规定，违规发布广告；违反社会公序良俗发布广告；贬低竞争对手发布广告；使用虚假广告；侵犯他人知识产权。而公司在广告代理和发布过程中没有履行严格审核业务，致使违法广告得到传播，给公司带来法律诉讼风险。

2、广告程序违法的法律风险

对于特殊的广告发布者例如药品广告，没有履行必要的行政审批程序，违规发布广告，国家相应执法部门给予处罚，从而给公司带来的风险。

（五）市场竞争加剧的风险

尽管广告行业有着人才、资金和品牌认可度等壁垒，但是由于国民经济的持续发展，“中国制造”的强力崛起，在中国发展和成熟了一大批优质企业，这些企业对广告的需求是刚性的，致使一大批中小规模的企业进入行业，行业低端市场竞争激烈，基本处于完全竞争状态。

公司如果不能快速占领市场，提高高端市场的市场占有率，提高“整合营销传播服务”的能力和水平，势必将面临严酷的低端市场的无序竞争，从而公司将可能面临较大的经营风险。

（六）重要业务人员严重流失的风险

广告行业对人才的要求很高，随着广告业的持续发展和新技术的深入应用，具有丰富行业经验和创新性、创意水平的广告人才对公司的业务开展具有重要作用，是公司能在激烈的市场竞争中保持竞争优势、取得持续发展的关键因素。随着广告行业竞争的不断加剧，对广告人才的争夺必将日趋激烈。如果公司未来不能在发展前景、薪酬、福利等方面持续提供具有竞争力的待遇和激励机制，可能会造成专业技术人才的严重流失，这将极大地制约公司的创新能力和长远发展，从而对公司的经营产生不利影响。

（七）受众替代的风险

广告的最终受众是人，广告企业经营成败的决定因素是人们的接受程度，但是人们的消费习惯、价值观、行为方式以及社会结构与制度是不断变化的，如果未来公司不能紧跟潮流因时而变，将会对公司产生不利影响。

（八）经济环境的风险

广告行业主要是为企业的经营服务的，当国家的经济处于上行期时，各类企业积极投资，扩大生产规模，因此对外宣传的需求就相应增大；当国家的经济处于下行期时就相反。因此，如果未来经济环境发生恶化，将会对公司的经营产生不利影响。

（九）广告代理业务资源依赖实际控制人的风险

报告期内，公司广告代理业务的营业收入占总收入的比例较高，2013年度、2014年度、2015年1-4月分别为32.83%、40.54%和25.00%。公司目前的广告业务资源主要来自实际控制人省电台，公司已与省电台签属了独家代理旅游、房产、金融类广告业务的协议。未来公司如果未能继续获得此项独家代理权利，或者省电台大幅调低代理费用，将会对公司的经营发展产生严重不利影响。

（十）公司规模较小的经营风险

报告期内公司营业收入虽然呈现不断增长的趋势，但与国内大型广告公司相比，规模仍偏较小，随着行业竞争的加剧以及公司发展的需求，对公司规模的要

求也在不断的提高，规模小仍是当前制约公司快速发展的不利因素，公司规模小将可能影响公司抵御市场风险的能力，从而对公司经营产生不利影响。

（十一）客户集中的风险

报告期内，公司销售集中度较高，2013年度、2014年度、2015年1-4月对前五大客户累计营业收入占当期营业收入总额的比重分别为63.00%、88.68%、85.62%。如果上述客户由于市场变化、服务质量等原因终止合作或不与公司续约，将会对公司的经营状况产生重大不利影响。

（十二）区域市场风险

公司现阶段的主要业务集中在黑龙江省境内，该地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩，如果不能有效地开拓黑龙江省以外的市场，公司成长将面临一定的瓶颈。同时，业务集中于单一的区域市场，一旦本地区出现不利于公司发展的意外因素，公司将面临较大的市场风险，从而对公司经营产生不利影响。

（十三）媒体渠道成本上升的风险

公司主要的经营成本包括购买电台渠道的成本，但未来受经济发展、城市生活成本上升、电台广告位需求不断增加等因素的影响，公司的渠道成本存在持续增长的风险。虽然公司通过多种形式不断扩充自有渠道资源，并不断提高现有广告渠道的利用率。但如果未来电台媒体渠道成本上升速度过快，将会对公司未来业务经营产生不良的影响。

（十四）关联交易重大依赖的风险

2013年、2014年，2015年1-4月公司向关联方的关联采购金额分别是3,913,926.90元、4,067,435.00元以及1,147,168.84元，占比分别为17.68%、15.26%和26.93%；向关联方销售金额分别为10,594,378.99元、24,815,921.65元以及2,698,072.61元，占比分别为32.83%、53.34%和25.00%，关联采购和销售金额均较高，存在对关联方的重大依赖。

尽管目前公司具有较为独立的业务运作系统，基本具备独立面对市场的能力，但是由于公司主要代理实际控制人省电台的旅游、地产和金融类广告业务，且广播电台具有较强的区域垄断性质，报告期内关联交易金额较大，从而造成

了公司在广告代理和广告资源方面依赖于实际控制人的情况，对公司是业务独立性具有不利影响。未来公司如果关联交易大幅较少或停止，将会对公司的持续经营能力产生重大不利影响。

（十五）广告行业机制不完善的风险

目前我国媒体事业产业协调发展的体制机制尚待完善，广播电视广告产业经济效益和社会效益相统一的运行机制尚待协调，行业的成熟与发展还需有一个不断积累经验的过程，如果未来行业机制不能得到有效完善，将会对公司健康发展产生不利影响。

（十六）广告刊例价调增的风险

刊例价是指每家媒体根据自身的知名度、发行量、发行区域等因素，都会核定适合自己定位的刊例价格。一般实际刊登时都会给客户有折扣，不同的媒体也有不同的折扣，视媒体内部的规定而定。公司盈利主要分为广告代理业务收入和品牌营销业务收入。其中广告代理业务收入为媒介投放支出的采购费与向客户收取的广告发布费之间的差价，而刊例价是采购费的重要组成部分。如果省电台大幅调增刊例价，而公司为了稳定客户的需要，难以同步调整收费，这将会对公司的经营业绩产生不利影响。

（十七）商标的使用权风险

报告期内，公司仅使用实际控制人的一项商标，系“龙”字标识，该商标知识产权归黑龙江人民广播电台所有。按照省电台的内部规定，其下属企业全部统一使用上述商标。公司作为省电台的控股子公司也必须使用此标识。此外，“龙”字标识代表公司为黑龙江人民广播电台的企业，有利于增加公司的信誉度，便于洽谈业务。公司使用“龙”字标示系省电台规定，但对于公司独立开展业务并无限制。目前黑龙江人民广播电台仍在使用该商标，尚无转让计划。如果实际控制人收回商标使用权，将会对公司的业务开展和对外宣传产生严重的不利影响。

（十八）资产负债率较高的风险

母公司 2013 年、2014 年和 2015 年 1-4 月的资产负债率分别为 96.43%、78.99%、71.13%，高于同行业公司。公司高负债形成的主要原因为应付省电台

和广电广告代理广告款金额较大，实际控制人为支持公司发展，未严格根据合同协议向龙广传媒催款，故导致资产负债率较高。如果未来省电台及关联方因需要而在短时间内集中向公司收回所欠款项，将可能会对公司的财务状况不利影响。

目 录

释 义	10
第一节 基本情况	12
一、公司基本情况.....	12
二、本次挂牌情况.....	13
三、公司股权结构图.....	15
四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况.....	15
五、历史沿革.....	17
六、报告期内的重大资产重组情况.....	20
七、公司董事、监事和高级管理人员情况.....	21
八、最近两年一期主要会计数据和财务指标.....	23
九、与本次挂牌有关的机构.....	24
第二节 公司业务	27
一、公司主要业务及产品和服务的情况.....	27
二、公司组织结构及主要运营流程.....	29
三、公司主要技术、资产和资质情况.....	33
四、公司员工情况.....	36
五、销售及采购情况.....	39
六、商业模式.....	44
七、公司所处行业情况.....	45
八、公司未来发展规划.....	64
第三节 公司治理	68
一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况.....	68
二、公司投资者权益保护情况.....	69
三、公司及控股股东、实际控制人报告期内违法违规情况.....	69
四、公司独立情况.....	70

五、同业竞争情况.....	71
六、公司报告期内资金占用和对外担保情况.....	74
七、董事、监事、高级管理人员.....	76
第四节 公司财务	79
一、最近两年一期的财务会计报表.....	79
二、最近两年一期财务会计报告的审计意见.....	93
三、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况和对公司利润的影响	93
四、报告期利润形成的有关情况.....	104
五、财务状况分析.....	111
六、管理层对公司最近两年财务状况、经营成果和现金流量状况的分析	132
七、关联方、关联方关系及关联交易.....	137
八、提请投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项	146
九、报告期内资产评估情况.....	146
十、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况及公开转让后的股利分配政策	147
十一、持续经营能力情况.....	148
十二、风险因素.....	148
第五节 有关声明	154
一、挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明.....	154
二、主办券商声明.....	155
三、律师事务所声明.....	156
四、会计师事务所声明.....	157
五、评估机构声明.....	158
第六节 附件	159

释 义

在本说明书中，除非另有所指，下列词语具有如下含义：

公司、股份公司、龙广传媒	指	黑龙江龙广传媒股份有限公司
有限公司、龙广之声	指	公司前身“黑龙江龙广之声文化传播有限责任公司”
股东大会	指	黑龙江龙广传媒股份有限公司股东大会
股东会	指	黑龙江龙广传媒股份有限公司股东会
董事会	指	黑龙江龙广传媒股份有限公司董事会
监事会	指	黑龙江龙广传媒股份有限公司监事会
证监会	指	中国证券业监督管理委员会
主办券商、中信建投证券	指	中信建投证券股份有限公司
元、万元	指	人民币元、人民币万元
报告期	指	2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-4 月
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《公司章程》	指	最近一次由股东大会会议通过的《黑龙江龙广传媒股份有限公司章程》
三会	指	股东（大）会、董事会、监事会
三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
省电台	指	黑龙江人民广播电台
瑞科数码	指	黑龙江瑞科数码科技有限公司
广电广告	指	黑龙江广电广告公司
龙脉影艺	指	黑龙江龙脉影艺影视有限公司

龙脉互动	指	黑龙江龙脉互动传媒有限责任公司
龙广云绿	指	哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司
品牌营销	指	主要是为客户提供基于企业营销战略或策略的整合传播服务，具体包括品牌策略、品牌规划、品牌识别系统（CIS）设计、广告策划、创意、设计、制作、活动策划、终端建设、媒介策划、协助市场调研与市场策划等一站式的整合传播服务，
“4+2”模式	指	公司原创的品牌推广运营“4+2模式”，以独特的策划和创意实现对单体客户的撬动，成功实现品牌成长。
媒介	指	信息源和信息接受者间的中介，可以是人也可以是机构。本文特指机构。
媒体	指	诸如电视、广播、报纸、杂志、互联网等信息的物质载体。
日到达率	指	一天内符合到达条件的接触总人数占潜在听众的百分比，可以反映电台或节目在某一天的听众规模。
新媒体	指	以互联网和移动互联网为代表的数字媒体
刊例价	指	每家媒体根据自身的知名度、发行量、发行区域等因素，都会核定适合自己定位的刊例价格。一般实际刊登时都会给客户有折扣，不同的媒体也有不同的折扣，视媒体内部的规定而定。

本公开转让说明书除特别说明外所有数值保留 2 位小数，所列数据可能因四舍五入原因而与相关单项数据之和尾数不符。

第一节 基本情况

一、公司基本情况

中文名称：黑龙江龙广传媒股份有限公司

英文名称：HLJ Radio Media Co.,Ltd.

法定代表人：董家骥

有限公司成立日期：2008年9月19日

股份公司成立日期：2015年1月14日

注册号：230199100082732

组织机构代码：67699625-8

注册资本：500万元人民币

实收资本：500万元人民币

住所：哈尔滨开发区南岗集中区汉水路333号B座205室

邮编：150090

电话：0451-82893312

传真：0451-82893312

公司网站：www.longguangchuanmei.com

电子邮箱：hljlgzsgs@163.com

信息披露事务负责人：王昕

所属行业：根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2014年4季度修订），公司属于大类“L 租赁和商务服务业”中的子类“L72 商务服务业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011），公司属于门类“L 租赁和商务服务”中的大类“74

商务服务业”，细分行业为“L7440 广告业”；根据全国中小企业股转系统有限公司发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司属于大类“L72 商务服务业”中的子类“L7240 广告业”

经营范围：设计、制作、发布、代理国内广告业务；展览、展示、会议服务；文化艺术推广、交流；销售：农副产品、蔬菜、服装、日用百货。

主营业务：公司的主营业务为广告代理以及品牌营销业务，即公司独家代理售卖黑龙江人民广播电台的旅游、地产、金融行业类广告业务，同时公司为客户提供营销活动策划、品牌推广等品牌营销服务。

二、本次挂牌情况

（一）挂牌股票情况

股票代码：

股票简称：

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00 元

股票总量：5,000,000 股

挂牌日期：

（二）股票限售安排

根据《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本

公司股份作出其他限制性规定。”

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》2.8 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股份分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。

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

此外，《公司章程》第二十五条规定：“公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间，每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%，上述人员离职后半年内不得转让其所持有的本公司股份。”

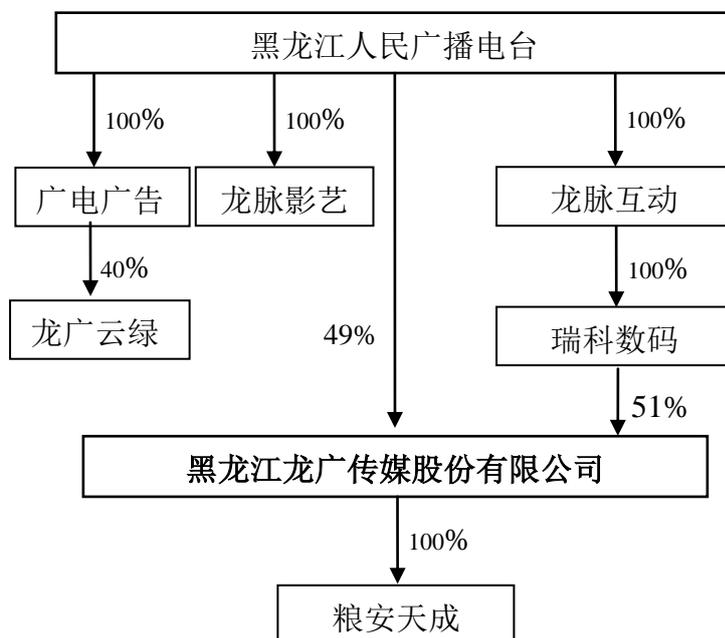
公司股东出具承诺，承诺将按照上述规定履行股份锁定义务。除此之外，公司股东对其所持股份未作出其他自愿锁定的承诺。

公司全体股东所持股份无质押或冻结等转让受限情况。

股份公司成立于 2015 年 1 月 14 日，在股份公司设立满一年之前（即 2016 年 1 月 13 日前），发起人持有的股份不能转让。

除上述情况，公司全体股东所持股份无质押或冻结等转让受限情况。

三、公司股权结构图



四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况

(一) 控股股东及实际控制人基本情况

公司控股股东为黑龙江瑞科数码科技有限公司，实际控制人为黑龙江人民广播电台。

黑龙江瑞科数码科技有限公司（以下简称“瑞科数码”）目前持有公司 51% 的股份，是公司的控股股东。瑞科数码成立于 2007 年 12 月 29 日，注册资本 200 万元，法定代表人：李皎，经营范围主要有如下两个方面。许可经营项目：增值电信业务（按增值电信业务经营许可证核定的范围经营）；因特网信息服务业务（不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械、文化、广电等限制性内容（含电子广告））。一般经营项目：设计、制作、代理、发布国内广告；软件开发；网络工程技术服务；系统集成；信息咨询服务；营销策划；销售电子产品、计算机及辅助设备、计算机软件、通信设备（不含无线电发射设备）、家用电器、五金交电、文化体育用品、服装鞋帽、日用百货、手机和手机配件、蔬菜、肉、

禽、蛋、水产品、农蓄产品。手机维修。商务代理服务。（以上项目需专项许可的除外）。

黑龙江人民广播电台（以下简称“省电台”）直接持有公司 49% 的股份，并通过其控制的黑龙江瑞科数码持有公司 51% 的股份，合计控制公司 100% 的股份，控制着公司的日常经营，认定其为公司的实际控制人。省电台成立于 1945 年 8 月 20 日，是新中国历史上第一家地方人民广播电台，属于事业单位性质。目前拥有新闻、交通、生活、女性、音乐、少儿、乡村、朝语、高校 9 套广播频率。全天播音 178 个小时，覆盖全省 3800 万和省外、国外几千万人口。

公司目前的实际控制人为黑龙江人民广播电台，根据《中共黑龙江省委常委委员会第 78 次常委会议纪要【2014】26 号》、《黑龙江省机构编制委员会关于黑龙江电视台与黑龙江人民广播电台合并组建黑龙江广播电视台的通知【2015】21 号》、《中共黑龙江省委组织部关于同意成立黑龙江广播电视台党委的通知》相关文件，将撤销黑龙江人民广播电台和黑龙江电视台建制，组建黑龙江广播电视台。目前两台合并已经开展的工作包括成立了黑龙江广播电视台党委，确定黑龙江广播电视台班子成员。两台合并新的法人资格还没有确立，仍按原法人资质运行，办公室、人力、计财、经管等综合部门已开始合署办公，原正职及副职仍按原分工运行，频率、频道、台出资公司均没有合并，仍处于独立运行状态。未来随着两台合并的推进，公司的实际控制人将发生变更。

（二）主要股东情况

本公司股东及其持股情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	出资方式	出资比例	股东性质
1	黑龙江瑞科数码科技有限公司	2,550,000	净资产折股	51%	企业法人
2	黑龙江人民广播电台	2,450,000	净资产折股	49%	事业单位法人

本公司股东所持股份不存在质押或其他争议事项。

五、历史沿革

（一）有限公司阶段

1、有限公司的设立、第一期缴付出资

黑龙江龙广之声文化传播有限责任公司（以下简称“龙广之声”）成立于 2008 年 9 月 19 日，系由黑龙江瑞科数码科技有限公司（以下简称“瑞科数码”）与黑龙江人民广播电台（以下简称“省电台”）以货币形式共同出资设立，公司注册资本 200 万元，其中瑞科数码和省电台分别缴付出资 102 万元、98 万元，法定代表人刘玉平，注册地址为哈尔滨开发区南岗集中区汉水路 333 号，经营范围为设计、制作、发布、代理国内广告业务；展览、展示、会议服务；文化艺术推广、交流。

有限公司章程规定，公司注册分两期缴付，2008 年 8 月 15 日前缴付第一期出资 100 万元，2009 年 5 月 1 日前缴付第二期出资 100 万元。

2008 年 8 月 15 日，瑞科数码和省电台分别缴付出资 50 万元，合计缴付出资 100 万元。本次出资由黑龙江龙科会计师事务所有限公司于 2008 年 8 月 15 日出具的黑龙科会审字[2008]H23 号《验资报告》予以验证。

2008 年 9 月 19 日，有限公司领取了哈尔滨市工商行政管理局开发区分局颁发的注册号为 230199100082732 的《企业法人营业执照》。

有限公司设立、第一期缴付出资时的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	黑龙江瑞科数码科技有限公司	102.00	50.00	50.00	货币
2	黑龙江人民广播电台	98.00	50.00	50.00	货币
合 计		200.00	100.00	100.00	-

有限公司设立时，股东黑龙江人民广播电台为事业单位法人。根据 2008 年适用的国家国有资产管理局颁发的《事业单位非经营性资产转经营性资产管理实施办法》，非经营性资产转经营性资产的审批程序：（一）单位申报；（二）

主管部门审核；（三）国有资产管理部门批准。经本所律师核查，龙广有限设立时，其股东黑龙江人民广播电台已依规定进行了非经营性资产转经营性资产的申报。2008年8月6日，主管部门黑龙江省广播电视局审核同意。2008年11月3日，黑龙江省财政厅同意黑龙江人民广播电台投资设立龙广有限，并将98万元非经营性资产转为经营性资产。

2、有限公司第二期缴付出资

2010年7月31日，有限公司召开股东会，决议同意将省电台和瑞科数码的第二期出资时间分别修改为2010年5月28日和2010年6月9日。

2010年5月28日省电台缴付第二期出资48万，2010年6月9日瑞科数码缴付第二期出资52万元，本次合计缴付出资100万元，累计缴付出资200万元，占已登记注册资本的100%。

本次出资由哈尔滨国信会计师事务所有限公司于2010年7月14日出具的哈国信验字[2010]第018号《验资报告》予以验证。

2010年8月10日，有限公司领取了变更后的注册号为230199100082732的《企业法人营业执照》。

此次缴付出资后的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	黑龙江瑞科数码科技有限公司	102.00	102.00	51.00	货币
2	黑龙江人民广播电台	98.00	98.00	49.00	货币
合计		200.00	200.00	100.00	-

（二）有限公司整体变更为股份有限公司

2014年12月19日，有限公司召开股东会，决议同意有限公司整体改制变更为股份有限公司的有关事宜。

2014年9月11日，哈尔滨市工商行政管理局出具了（黑）名称变核内字[2014]第423号《企业名称变更核准通知书》，核准有限公司名称由“黑龙江龙广之声

文化传播有限责任公司”变更为“黑龙江龙广传媒股份有限公司”。

2014年8月26日，大信会计师事务所（特殊普通合伙）对有限责任公司截至2014年6月30日的财务报表进行审计并出具了大信审字[2014]第11-00216号《审计报告》，根据该《审计报告》，截至2014年6月30日，有限公司资产总额为60,525,495.76元，负债总额为54,966,100.38元，净资产为5,559,395.38元。

2014年11月12日，中共黑龙江省委宣传部出具《关于省电台<关于黑龙江龙广之声文化传播有限责任公司整体变更为股份公司并在全国中小企业股份转让系统挂牌及公开转让的请示>的批复》，根据该批复，中共黑龙江省委宣传部原则同意黑龙江龙广之声文化传播有限责任公司整体变更为股份公司并在全国中小企业股份转让系统挂牌及公开转让。

2014年11月14日，中瑞国际资产评估（北京）有限公司就公司此次整体变更为股份有限公司涉及的资产进行了评估并出具了编号为中瑞评报字[2014]第1108136号《黑龙江龙广之声文化传播有限责任公司股份制改制上市项目资产评估报告书》，根据该资产评估报告书，截至评估基准日2014年6月30日，公司的净资产经评估确认的评估价值为人民币5,980,022.83元。

2014年12月19日，有限公司召开临时股东会，审议通过了有限公司整体变更为股份有限公司的决议，同意以公司截至2014年6月30日经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计确认的账面净资产值5,559,395.38元中的5,000,000.00元以每股面值1元的价格折为股份有限公司5,000,000.00股，余额部分559,395.38元计入股份有限公司的资本公积，将公司整体变更为股份有限公司，变更后各股东对股份有限公司的持股比例保持不变。

2015年1月4日，黑龙江省财政厅出具《国有资产评估项目备案表》，对中瑞出具的编号为中瑞评报字[2014]0808081号《资产评估报告》予以备案。

2015年1月5日，股份有限公司召开创立大会暨第一次股东大会会议，同意有限公司整体变更为股份公司，注册资本由200.00万元变更为500.00万元，实收资本为人民币500.00万元。

2015年1月5日，大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“大信验字[2015]第11-00001号”《验资报告》，验证黑龙江龙广传媒股份有限公司（筹）已收到全体发起人以其拥有的有限公司净资产折合的股本500.00万元。

2015年1月14日，公司取得了哈尔滨市工商行政管理局核发的注册号为230199100082732的《营业执照》。根据该《企业法人营业执照》，公司名称为黑龙江龙广传媒股份有限公司，住所为哈尔滨经开区南岗集中区汉水路333号B座205室，法定代表人为董家骥，公司类型为股份有限公司，注册资本为人民币500万元，实收资本为人民币500万元，经营范围为设计、制作、发布、代理国内广告业务；展览、展示、会议服务；文化艺术推广、交流；销售：农副产品、蔬菜、服装、日用百货。

股份公司成立时公司股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	黑龙江瑞科数码科技有限公司	255.00	255.00	51.00	净资产
2	黑龙江人民广播电台	245.00	245.00	49.00	净资产
合 计		500.00	500.00	100.00	-

2015年4月20日，黑龙江省财政厅向公司下发《省财政厅关于黑龙江龙广传媒股份有限公司国有股权管理有关问题的批复》（黑财行资[2015]16号），原则同意公司国有股权管理方案；同意将有限公司经审计的净资产555.94万元的89.93%折为股份公司的股本，计500万元，其余55.94万元计入股份公司的资本公积金，股权设置为500万股；有限公司整体变更为股份公司后，总股本500万股，其中，黑龙江人民广播电台持有245万股，占总股本的49%，股权性质为国家股，国有股东标识为“SS”，黑龙江瑞科数码科技有限公司持有255万股，占总股本的51%，股权性质为国有法人股，国有股东标识为“SS”。

六、报告期内的重大资产重组情况

报告期内无重大资产重组。

七、公司董事、监事和高级管理人员情况

（一）董事基本情况

董家骥先生，董事长，35岁，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2002年毕业于黑龙江大学中文系，2002年7月至2007年10月担任省电台新闻台播音员、记者；2007年10月至2009年11月担任生活广播编辑；2009年11月至2010年3月担任省电台总编室副主任；2010年3月至2015年1月担任黑龙江龙广之声文化传播有限责任公司总经理；2015年1月至今担任龙广传媒董事长。

张瑜女士，董事，33岁，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005年毕业于黑龙江大学中文系。2005年9月至2009年12月担任省电台龙广音乐台主持人；2010年1月至2011年12月担任省电台总编室策划推广部主任；2012年1月至2013年12月担任龙广之声综合办主任；2013年12月至2015年1月担任黑龙江龙广之声文化传播有限责任公司副总经理；2015年1月至今担任龙广传媒总经理。

李辰先生，董事，30岁，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2008年毕业于哈尔滨工业大学。2008年8月至2009年12月担任黑龙江生活广播记者；2010年1月至2012年1月担任黑龙江生活广播节目主持人；2012年2月至今担任龙广传媒创意策划推广部主任；2015年1月至今担任龙广传媒副总经理。

张大力先生，董事，31岁，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2006年毕业于哈尔滨师范大学。2006年至2008年担任龙广97频道主持人；2008年至2011年担任龙广天涯之声办公室主任、主持人、记者；2011年至今担任龙广传媒市场部主任；2015年1月至今担任龙广传媒副总经理。

张晔先生，董事，56岁，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1986年7月毕业于黑龙江大学中文系。1986年7月至2001年12月担任省电台专题部记者、编辑、节目组长；2001年12月至2002年10月担任省电台综合节目部副主任；2002年10月至2003年8月担任省电台机关党委副书记；2003年8月至2004年10月担任省电台生活广播副总监；2004年10月至2007年7月担任

省电台 97 频道总监；2007 年 7 月至 2009 年 10 月担任省电台交通广播总监；2009 年 10 月至 2011 年 10 月担任省电台副总编辑、总编室主任；2011 年 10 月至今担任省电台副总编辑；2015 年 1 月至今担任龙广传媒董事。

（二）监事基本情况

郭新宇先生，监事会主席，47 岁，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，1992 年毕业于黑龙江大学中文系。1992 年 7 月至 1995 年 10 月担任省电台记者部记者；1995 年 10 月至 1996 年 10 月担任省电台新闻部编辑；1996 年 10 月至 1997 年 10 月担任省电台新闻部副科长；1997 年 10 月至 2000 年 10 月担任省电台新闻中心副科长；2000 年 10 月至 2004 年 6 月担任省电台新闻广播编播部科长；2004 年 6 月至 2009 年 10 月担任省电台女性广播副总监（副处级）；2009 年 10 月至 2011 年 12 月担任省电台办公室主任；2011 年 12 月至今担任省电台经营管理部主任；2015 年 1 月至今担任龙广传媒监事会主席。

程陆勇先生，监事，29 岁，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2009 年毕业于东北农业大学。2009 年 7 月-2011 年 6 月服役于中国人民武装警察部队黑龙江总队政治部；2011 年 6 月—12 月担任龙广新闻中心实习记者；2012 年 1 月至今担任龙广之声公司项目执行部长；2015 年 1 月至今担任龙广传媒监事。

吴国莉女士，职工监事，26 岁，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2011 年毕业于东北农业大学。2011 年 5 月至 2011 年 9 月担任省电台新闻广播导播编辑；2011 年 9 月至今担任龙广传媒项目策划部部长；2015 年 1 月至今任龙广传媒职工监事。

（三）高级管理人员基本情况

张瑜女士，总经理，具体情况详见上文“七、公司董事、监事和高级管理人员情况”之“（一）董事基本情况”。

李辰先生，副总经理，具体情况详见上文“七、公司董事、监事和高级管理人员情况”之“（一）董事基本情况”。

张大力先生，副总经理，具体情况详见上文“七、公司董事、监事和高级管

理人员情况”之“（一）董事基本情况”。

王昕先生，财务总监兼董事会秘书，34岁，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2005年毕业于英国泰晤士河谷大学。2006年8月至2007年2月担任省电台财务科出纳；2007年2月至2009年3月担任黑龙江广电局第24届世界大学生冬季运动会工程项目指挥部出纳；2009年3月至2010年1月担任省电台财务科总账会计；2010年1月至2011年2月担任黑龙江广电局网络整合办公室审计项目成员；2011年2月至2014年7月，担任省电台规划财务部产业科长；2015年1月至今担任龙广传媒财务总监兼董事会秘书。

八、最近两年一期主要会计数据和财务指标

项 目	2015-4-30	2014-12-31	2013-12-31
资产总计（万元）	7,778.60	8,088.59	4,711.45
股东权益合计（万元）	2,221.29	1,687.54	100.16
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	2,221.29	1,687.54	100.16
每股净资产（元）	4.44	8.44	0.50
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	4.44	8.44	0.50
资产负债率（母公司）（%）	71.13	78.99	96.43
流动比率（倍）	1.31	1.19	0.88
速动比率（倍）	1.31	1.19	0.88
项 目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	1,079.24	4,652.17	3,227.49
净利润（万元）	533.76	1,587.38	609.49
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	533.76	1,587.38	609.49
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	533.76	1,501.89	642.08
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）	533.76	1,501.89	642.08
毛利率（%）	61.13	42.71	31.41

净资产收益率（%）	27.31	177.59	-297.91
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	27.31	168.03	-313.84
基本每股收益（元/股）	1.07	7.94	3.05
稀释每股收益（元/股）	1.07	7.94	3.05
应收帐款周转率（次）	4.61	29.86	24.10
经营活动产生的现金流量净额（万元）	490.22	3,029.39	2,411.35
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.98	15.15	12.06

注：计算上述财务指标时，2013 年度、2014 年度以注册资本模拟股本进行计算。

- 1、资产负债率按照“当期负债/当期资产”计算；
- 2、流动比率按照“流动资产/流动负债”计算；
- 3、速动比率按照“（流动资产-存货）/流动负债”计算；
- 4、毛利率按照“（营业收入-营业成本）/营业收入”计算；
- 5、净资产收益率按照“当期净利润/加权平均净资产”计算；
- 6、扣除非经常性损益后的净资产收益率按照“当期扣除非经常性损益的净利润/加权平均净资产”计算；
- 7、基本每股收益按照“当期净利润/加权平均股本”计算；
- 8、每股净资产按照“期末净资产/期末股本总额”计算；
- 9、每股经营活动产生的现金流量净额按照“当期经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额”计算；
- 10、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。

九、与本次挂牌有关的机构

（一）主办券商

名称：中信建投证券股份有限公司

法定代表人：王常青

注册地址：北京市朝阳区安立路66号4号楼

办公地址：北京市东城区朝内大街2号凯恒中心B、E座3层

联系电话：（010）85130588

传 真：（010）65608451

项目负责人：李书春

项目组成员：李书春、苏华椿、林超

（二）律师事务所

名 称：北京市中银律师事务所

法定代表人：李炬

联系地址：北京市朝阳区东三环中路39号建外SOHO-A座31层

联系电话：（010）58698899

传 真：（010）58699666

经办律师：王庭、周芳

（三）会计师事务所

名 称：大信会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：吴卫星

联系地址：北京海淀区知春路1号学院国际大厦15层

联系电话：（010）82330558

传 真：（010）82327668

经办注册会计师：王进、魏成根

（四）资产评估机构

名 称：中瑞国际资产评估（北京）有限公司

法定代表人：杨文化

联系地址：北京市西城区黄寺大街26号院4号楼6层702-7（德胜园区）

联系电话：66553366

传 真：66553380

经办注册资产评估师：刘箐春、郑启军

(五) 证券交易场所

名 称： 全国中小企业股份转让系统有限责任公司

法定代表人：杨晓嘉

联系地址： 北京市西城区金融大街丁26号金阳大厦全国股份转让系统

联系电话： (010) 63889512

传 真： (010) 63889674

(六) 证券登记结算机构

名 称： 中国证券登记结算有限责任公司北京分公司

联系地址： 北京市西城区金融大街26号金阳大厦5层

联系电话： (010) 58598980

传 真： (010) 58598977

第二节 公司业务

一、公司主要业务及产品和服务的情况

（一）主营业务情况

公司的主营业务为广告代理以及品牌营销业务，即公司独家代理售卖黑龙江人民广播电台的旅游、地产、金融行业类广告业务，同时公司为客户提供营销活动策划、品牌推广等品牌营销服务。

2013年、2014年和2015年1月-4月，主营业务收入分别为3,227,4862.56元、46,521,740.78元和10,462,218.59元，主营业务收入占营业收入比重分别为100%、100%和96.94%，公司主营业务明确。

公司自成立以来主营业务未发生重大变化。

（二）主要产品和服务

公司的主要服务分为两大类，具体如下：

1、广告代理业务

公司目前独家代理售卖黑龙江人民广播电台的旅游、地产、金融行业类广告业务，可以为客户的广告投放进行媒介数据分析，制定媒介策略、媒介创新、媒介投放计划，并按照客户确认的广告投放计划代理客户实施媒介购买、媒介投放及媒介监测工作，其用途是提升客户品牌价值和产品销售。

广告代理制度是国际通行的广告经营与运作机制，广告代理的推行使广告媒介代理和媒介机构发布分离：媒介机构负责发布广告，广告公司则接受广告主的委托，代理广告媒介投放业务。

2、品牌营销业务

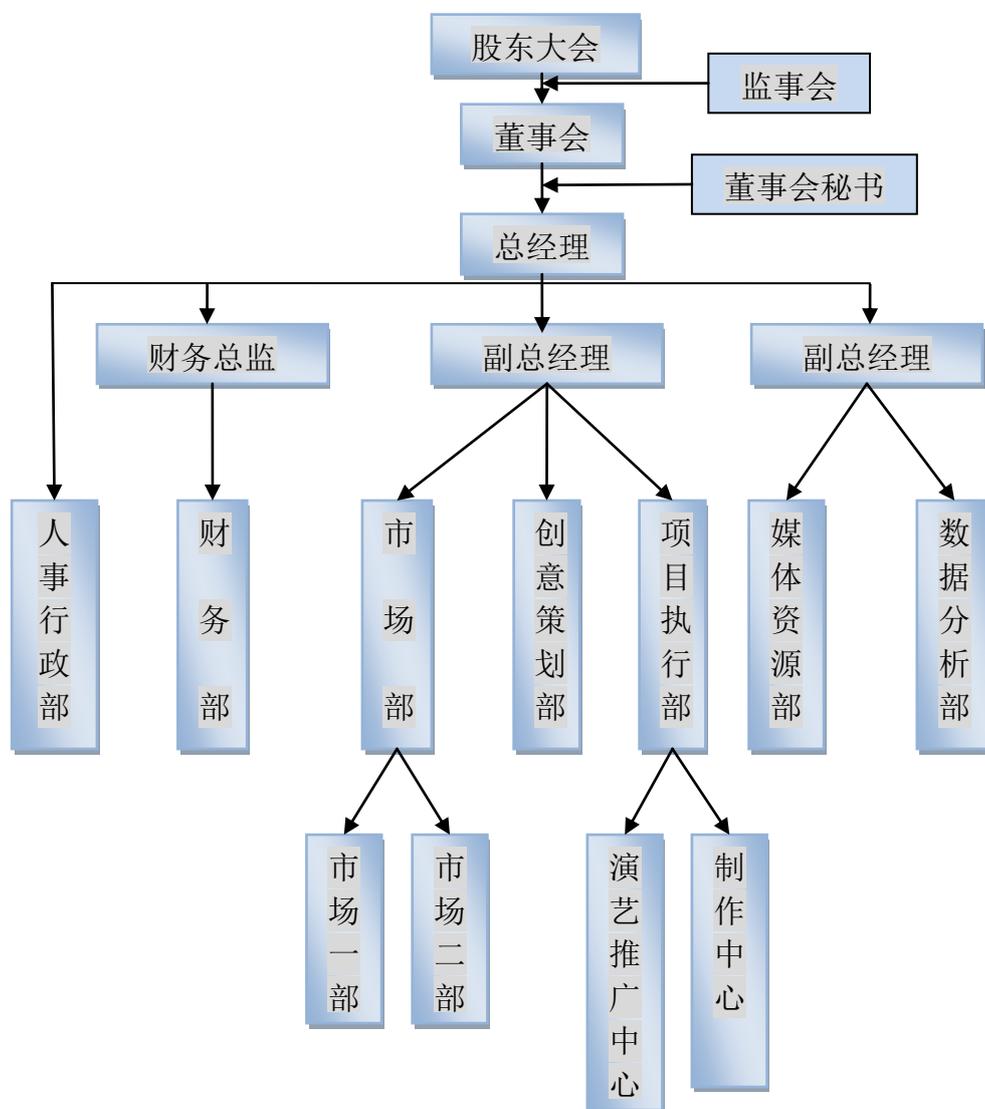
品牌营销业务主要是为客户提供基于企业营销战略或策略的整合传播服务，具体包括品牌策略、品牌规划、品牌识别系统（CIS）设计、广告策划、创意、

设计、制作、活动策划、终端建设、媒介策划、协助市场调研与市场策划等一站式的整合传播服务，以协助客户实现产品销售增长、提高市场占有率、提升品牌价值等目标。

公司先后为大庆旅游局成功打造“雪地温泉”、“湿地文化旅游节”等文化旅游品牌；为伊春旅游局成功打造“春赏花、夏避暑、秋看山、冬滑雪”的四季自驾游品牌；持续策划执行“家博会”、“婚博会”等展会活动，占黑龙江会展业 15% 的市场份额；独立操盘运作那英“那 20 年”巡回演唱会哈尔滨站、“三高”新年音乐会等市场化文化演出项目。

二、公司组织结构及主要运营流程

(一) 公司组织结构图



(二) 主要运营流程

1、广告代理业务流程

(1) 广告策划

市场部接受客户委托，并与客户签署广告代理合同后，由创意策划部负责广告策划工作。具体工作是围绕市场背景、营销策略和品牌策略等制定广告策略，根据广告策略进行媒介分析、媒介选择、媒介组合、媒介排期及排期效果预估。

制作广告排期方案，即“广告排期表”，并通过与广告主、媒介的双向沟通，经提交客户确认后，确定广告投放的排期表。

（2）媒介购买

本阶段的主要工作是根据广告排期表进行媒体投放版位与时段下单、价格谈判、订单合同签订、排期下单反馈、广告作品成品寄送，以保证媒体投放的准确执行。公司、广告主、媒介的购买、后续广告投放、广告监控、效果评估、财务结算都按照广告排期表进行。

（3）投放与监控

在本阶段，公司对广告投放情况进行监控。在广告投放的实际执行过程中如有突发状况发生，如媒体位置的异动、媒体的漏播漏刊、不可预知的社会大型活动影响等，综合办人员与客户、媒介保持紧密沟通，保障广告排期表的执行，使错漏刊播得到合理解决。

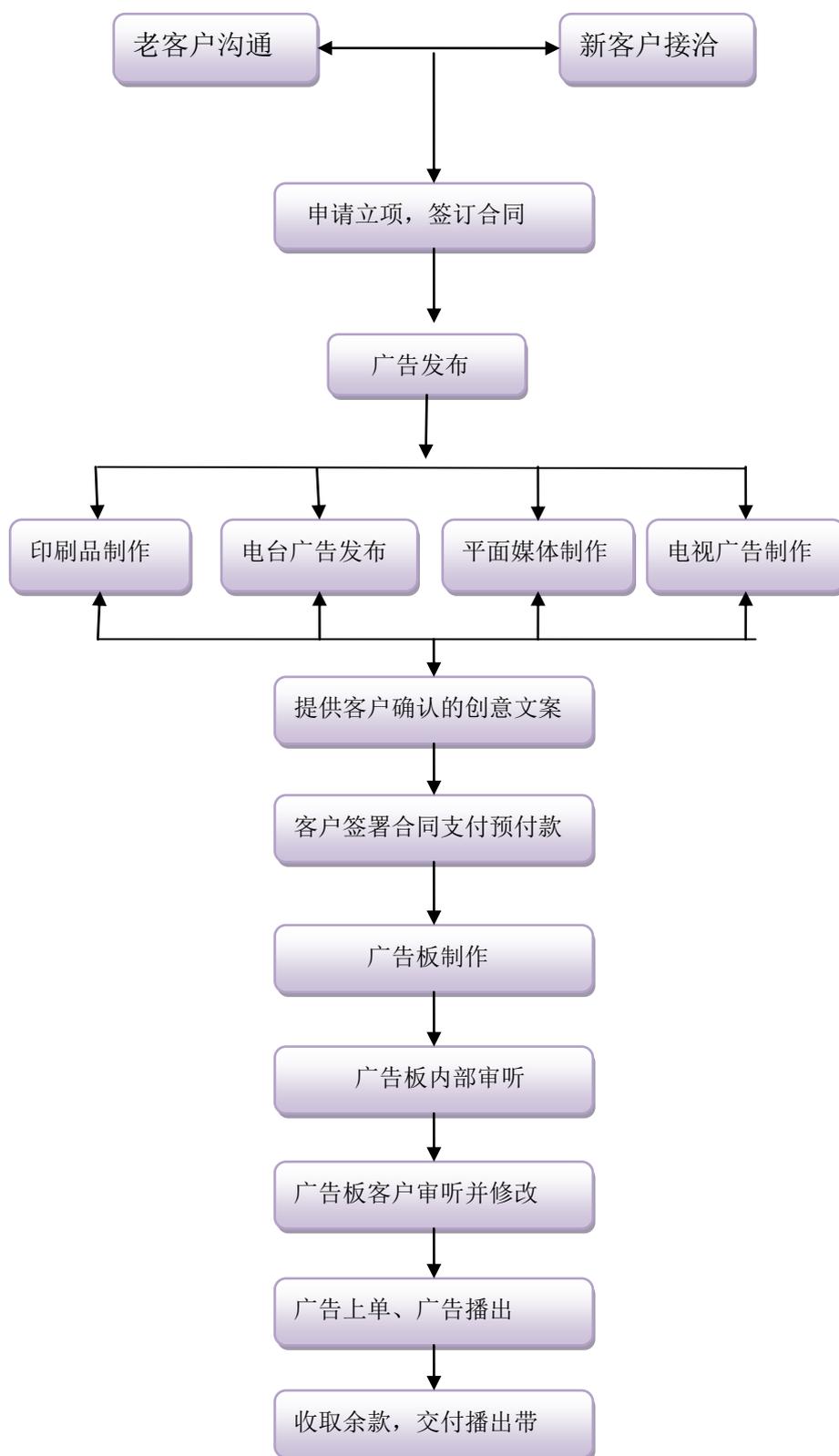
（4）客户确认

本阶段的工作是广告在媒体刊登或播出后，公司向广告主提交该排期表所有投放媒介的样报、样刊和播放证明。广告主对该排期表所有播放证明均审核确认后，表明媒介排期表已经履行完毕。

（5）投放效果评估

广告投放完成后，数据分析部人员对广告投放进行效果评估，利用数据工具对广告的覆盖人口、到达率等指标进行评估，并结合排期中的效果预估，撰写结案报告和媒体投放效果评估报告。

广告代理业务流程图



2、品牌营销业务流程

（1）业务确立阶段

本阶段的工作主要是开发新客户和续签到期客户，进行客户资讯搜集和消费者研究。创意策划部审核客户提供的产品介绍、竞争品牌、目标市场等必要的相关业务资料，并向市场部下达市场工作单，派项目负责人收集与分析相关的行业资料、竞争者资料、消费者资料，进行市场走访、消费者调研、撰写市场研究报告并提交创意策划部。

（2）业务策划阶段

创意策划部与市场部人员共同召开头脑风暴会议，初步创立品牌核心策略，之后经过市场的初步测试与评估，进一步完善核心策略。组织召开进一步的项目策划会，形成品牌营销的创意策划方案，向客户提案，方案通过后签订合同，申请立项。

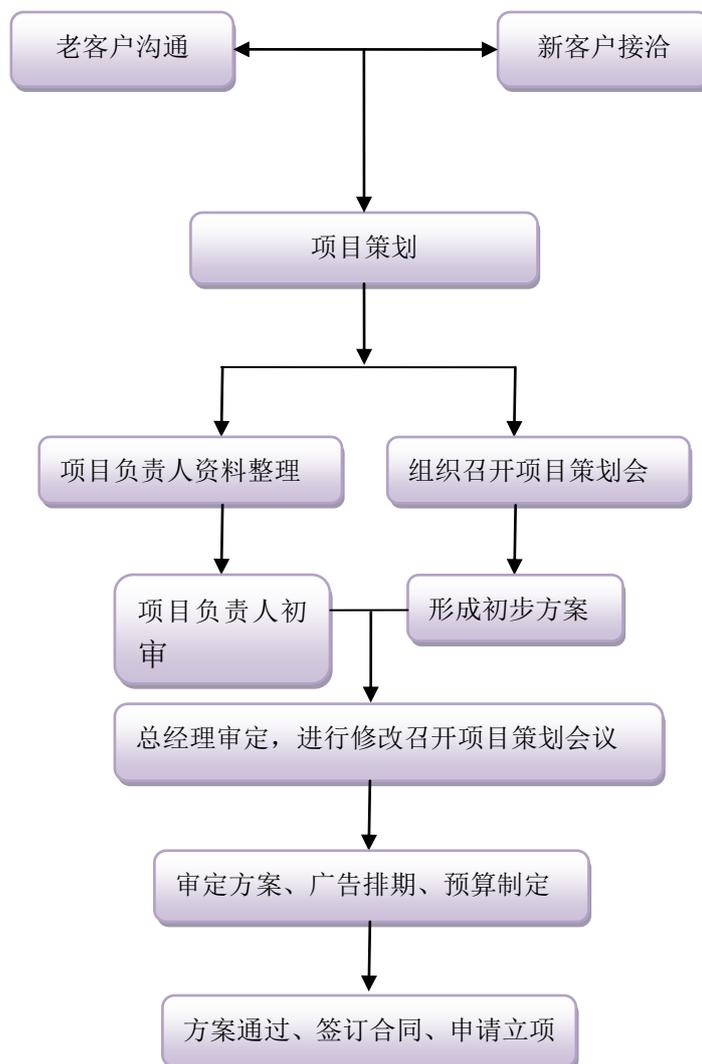
（3）业务执行阶段

根据品牌营销的创意策划方案，制定项目执行方案，根据品牌营销项目的具体分类（如演出类、展会类、地推活动类、旅游类等），进行项目的执行操作。

（4）效果评估阶段

本阶段公司会根据事前与客户的约定，对于品牌营销的推广效果，进行综合效果评估，确定工作成效，并发现其中的偏差与不足，提供下一阶段工作修正的基准。

品牌营销业务流程图



三、公司主要技术、资产和资质情况

（一）公司主要技术

作为致力于为客户提供整合营销传播服务的传媒公司，公司服务的主要技术来源于公司高端人才在广告传媒行业从业多年累积的丰富经验和资源，核心团队所拥有良好的品牌创意和市场营销理念，形成了品牌推广运营“4+2模式”。

公司原创的品牌推广运营“4+2模式”以独特的策划和创意实现对单体客户的撬动，成功实现品牌成长。2012年9月，广电总局在杭州举办全国各地广播电台、电视台台长培训，时任公司总经理董家骥先生曾就“4+2模式”做了专题

讲解与培训。

“4+2 模式”概念定义：活动打造品牌，品牌扩大影响力，影响力拉动广告经营，又通过活动、品牌、影响力、广告这四项主体助力产业链的构建完成。

“4+2 模式”经典案例：2010 年 12 月-2011 年 1 月组织开展的“大庆雪地温泉体验之旅”系列活动。除了众所周知的油田和“铁人精神”，大庆还拥有“北国温泉之乡”的美誉，但因定位不明晰、建设不完善、推广不系统等客观原因，“雪地温泉”一直没能形成品牌效应。2010 年底，公司营销策划团队深入调研、创意研发了“雪地温泉体验之旅”系列活动，将大庆的温泉资源、冰雪资源、湿地资源进行有效整合，加入温泉体验、冬季捕鱼、汽车拉力赛等互动元素，并通过广播媒体的宣传平台，以“公益广告+新闻报道+主播带队+网络互动”等多种角度、多种手段相结合的方式对活动进行了 40 天的集中宣传，“大庆雪地温泉”一炮打响，品牌认知度从不足 1% 上升至 45%，单个景区日客流量由之前的每日不足几十人一跃稳定在 1700 人左右，在整个冬季为大庆市赚取了 1.7 亿元的直接收入。当年 6 月，大庆又与公司继续合作，打造了“湿地旅游文化节”的城市节庆品牌，项目合同额 680 万元。

公司原创的品牌推广运营“4+2 模式”，实现了良好的眼球吸引、规模调动、效能回报和深度影响，收到了一举多赢的裂变效应。

（二）公司主要资产情况

1、无形资产

截至 2015 年 4 月 30 日，公司账面无形资产情况如下：

单位：人民币元

项 目	取得方式	取得时间	账面原值	摊销年限	账面价值
图文播出系统	外购	2012-12-18	58,000	10	43,983.34
合 计	-	-	58,000	-	43,983.34

2、固定资产

(1) 截至 2015 年 4 月 30 日，公司固定资产基本情况如下：

单位：人民币元

固定资产类别	折旧年限	固定资产账面原值	累计折旧	固定资产账面净值	成新率
运输工具	10 年	3,903,056.77	1,627,610.48	2,886,557.41	73.96%
办公设备	5 年	386,247	220,892.72	165,354.28	42.81%
电子设备	3 年	13,990.00	5,715.30	8,274.70	59.15%
房屋建筑物	20 年	1,759,023.25	20,888.41	1,738,134.84	98.81%
总计	--	6,062,317.02	1,875,106.91	4,798,321.23	79.15%

公司固定资产总体的成新率在 79.15%，各项主要固定资产状态良好，没有不使用或不需用固定资产，基本可以满足公司目前的经营活动需要。

(2) 大额设备类固定资产如下：

单位：人民币元

名称	购入日期	原值	累计折旧	净值
丰田吉普车	2009.6	630,000.00	436,406.25	193,593.75
起亚	2009.12	229,800.00	159,184.38	70,615.63
吉普车	2011.12	510,000.00	196,828.13	313,171.88
考斯特商务车	2012.11	785,000.00	264,410.42	520,589.58
丰田普拉多吉普车	2008.12	150,000.00	84,204.55	65,795.45
吉普车	2014.6	369,230.77	29230.77	340000
尼桑碧莲客车	2015.4	611,111.12	-	611,111.12

(3) 房屋建筑物：

单位：人民币元

房屋所有权人	房屋位置	建筑面积 (m ²)	规划用途
--------	------	------------------------	------

房屋所有权人	房屋位置	建筑面积 (m ²)	规划用途
公司	哈尔滨利民开发区昆明大街西二水厂(滨才城幸福新居一期 1-L 座 6 号)	116.8	商住

上述房产目前正在办理相关产权登记，尚未取得房产证。

(三) 业务许可和资质情况

2013 年 1 月 18 日，公司获得了黑龙江省文化厅颁发的《经营性演出许可证》，有效期至 2015 年 12 月 30 日，核准的经营范围为经营演出、经纪业务。

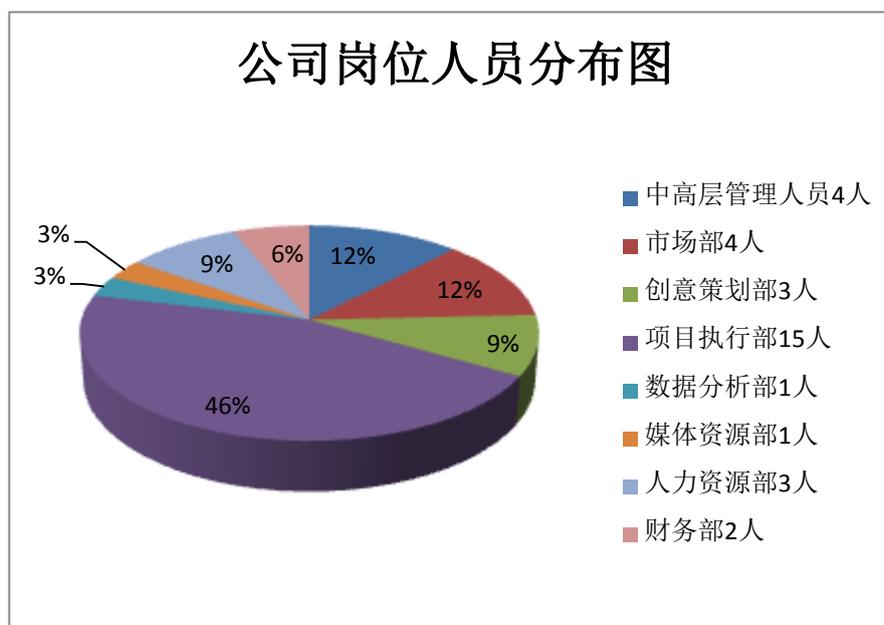
四、公司员工情况

(一) 员工结构

截至 2015 年 4 月 30 日，公司共有员工 33 人，构成情况如下：

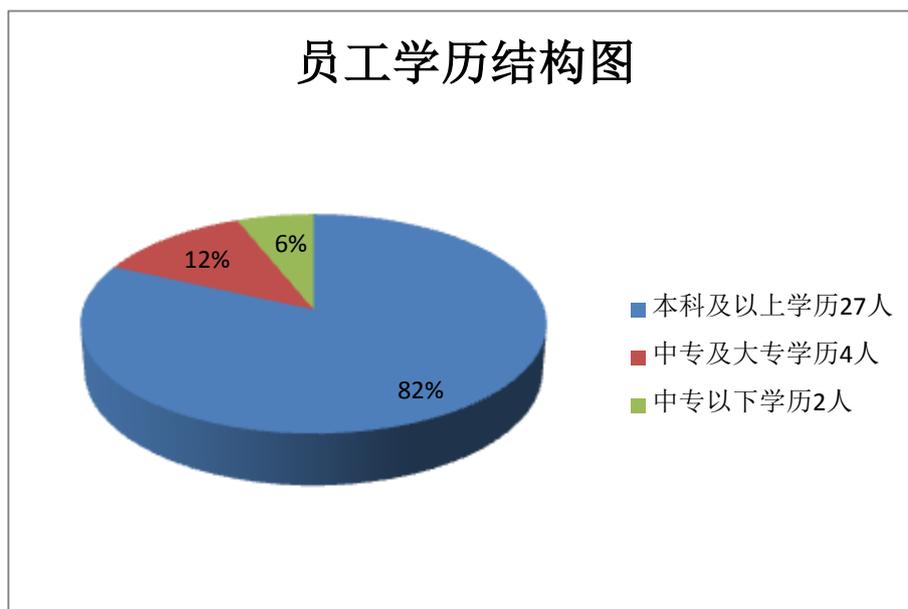
1、岗位结构

公司员工岗位结构如下图：



2、学历结构

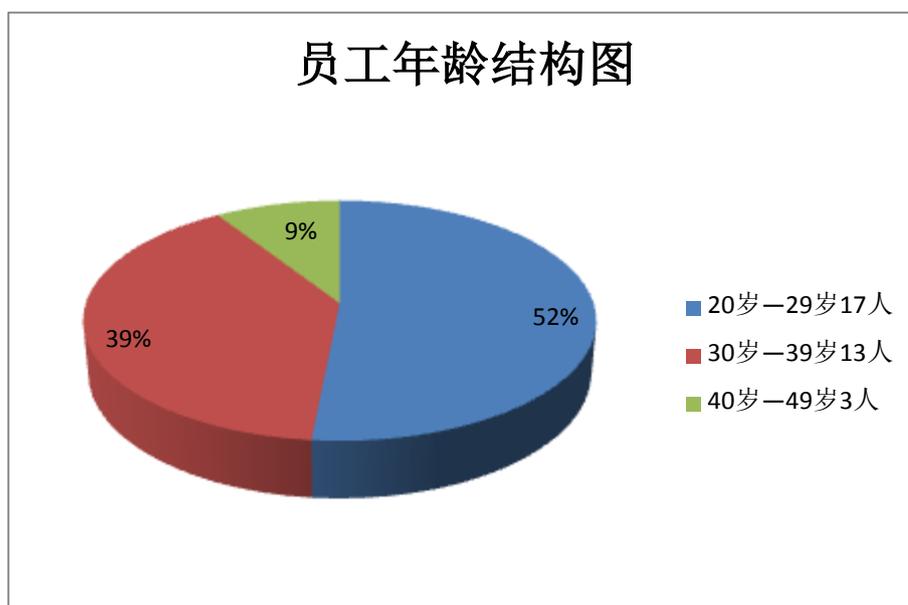
员工学历结构如下图：



从职工的学历情况看，中专及大专以上学历占职工总人数的 94%，员工总体素质较高，满足现代媒体的开拓、创新、创意的要求。

3、年龄结构

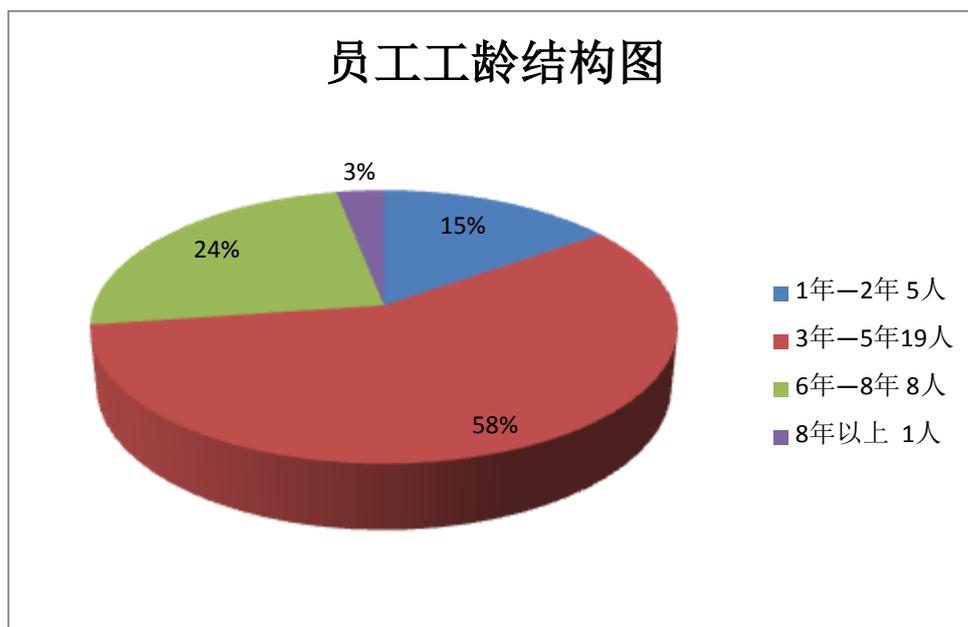
公司员工年龄分布如下图：



从年龄结构看，公司的团队整体较为年轻，各年龄段的员工分布合理，符合行业特征。

4、工龄结构图

员工工龄分布如下图：



公司的员工工龄结构合理，职工队伍稳定，新老梯队层次分明，满足公司业务发展的需要。

（二）主要业务人员情况

姓名	职务	加入公司时间	持股比例（%）
张大力	副总经理	2011年	-
李辰	副总经理	2012年	-

张大力先生，董事、副总经理，具体情况详见第一节之“七、公司董事监事和高级管理人员情况”之“（一）董事基本情况”。

李辰先生，董事、副总经理，具体情况详见第一节之“七、公司董事监事和高级管理人员情况”之“（一）董事基本情况”。

五、销售及采购情况

(一) 销售情况

1、按产品及服务性质分类

单位：人民币元

项 目	2015 年 1-4 月		2014 年度			2013 年度	
	收入	占比 (%)	收入	增长率 (%)	占比 (%)	收入	占比 (%)
主营业务收入	10,462,218.59	96.94	46,521,740.78	44.14	100.00	32,274,862.56	100.00
其中：广告代理	2,698,072.61	25.00	18,855,921.65	77.98	40.53	10,594,378.99	32.83
品牌营销	7,764,145.98	71.94	27,665,819.13	27.61	59.47	21,680,483.57	67.17
其他业务收入	330,188.67	3.06	-	-	-	-	-
其中：广告制作收入	330,188.67	3.06	-	-	-	-	-
合 计	10,792,407.26	100.00	46,521,740.78	44.14	100.00	32,274,862.56	100.00

各项收入的性质和变动分析请见本说明书“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“（一）营业收入及毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析”。

2、按客户所在地区分类

由于现阶段公司的客户主要集中在黑龙江省省内，故未将客户按地区进行分类分析。

3、主要客户群体

本公司的主要客户群体为各广告公司、各企事业单位以及相关政府部门。

4、报告期内向前五名客户销售情况

单位：人民币元

年 度	客户名称	营业收入	占营业总收入的比例 (%)
-----	------	------	---------------

2013 年度	黑龙江广电广告公司	10,594,378.99	32.83
	伊春市旅游局	3,750,000.00	11.62
	黑龙江省金玉之堂文化传播公司	2,471,066.95	7.66
	中国移动黑龙江公司	1,920,754.69	5.95
	哈尔滨卓邦家居有限公司	1,598,301.86	4.95
	合 计	20,334,502.49	63.00
2014 年度	黑龙江人民广播电台	14,206,946.07	30.54
	黑龙江省金玉之堂文化传播公司	11,409,384.61	24.52
	黑龙江广电广告公司	10,608,975.50	22.80
	伊春市旅游局	2,830,188.60	6.08
	哈尔滨卓邦家居有限公司	2,198,113.15	4.72
	合 计	41,253,607.93	88.68
2015 年 1-4 月	伊春旅游局	3,018,867.84	27.97
	黑龙江人民广播电台	2,698,072.61	25.00
	黑龙江金玉之堂文化传播公司	2,240,000.00	20.76
	黑河市旅游局	943,396.17	8.74
	哈尔滨铁道国际旅行社有限公司	339,622.63	3.15
	合 计	9,239,959.25	85.62

报告期内，公司销售集中度较高，2013 年度、2014 年度、2015 年 1-4 月对前五大客户累计营业收入占当期营业收入总额的比重分别为 63.00%、88.68%、85.62%，其中对关联方黑龙江人民广播电台和黑龙江广电广告公司销售收入合计占营业总收入的比例分别为 32.83%、53.34%和 25.00%，这主要由于公司的广告代理业务均是从黑龙江人民广播电台或黑龙江广电广告公司获取，对关联方存在重大依赖，除此之外，公司不存在向单个客户销售比例超过销售总额 50%或严重依赖少数客户的情况。

公司一直致力于客户结构的优化，2015 年 1-4 月份公司前五大客户累计营业收入占当期营业收入总额的比重已经从 2014 年的 88.68%大幅下降至 85.62%，

客户集中度有所下降，公司新开拓了包括对黑河市旅游局，人民财产保险股份有限公司黑龙江分公司等新客户，在客户结构和营销服务领域上逐步优化，从而降低客户集中度，提高业绩成长的稳定性。此外，公司在未来会致力于开拓高附加值、高创新力、高壁垒的品牌营销服务，争取更多省内省外的优质客户，因此这种业务依赖不对公司的持续经营构成重大影响。

公司股东黑龙江人民广播电台持有黑龙江广电广告公司 100% 的股权。除此之外，公司目前董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或其他持有公司 5% 以上股份的股东未在上述其他客户中占有权益。

（二）采购情况

1、营业成本情况

单位：人民币元

项 目	2015 年 1-4 月		2014 年度			2013 年度	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	变动比例（%）	金额（元）	比例（%）
人工成本	1,196,178.40	28.51	1,990,829.08	7.47	34.22	1,483,207.41	6.70
演出活动成本	1,630,462.32	38.87	12,527,123.02	47.00	-2.00	12,782,244.68	57.74
广播频率成本	1,082,234.75	25.80	4,067,435.00	15.26	3.92	3,913,926.90	17.68
制作费用	80,036.00	1.91	3,535,720.00	13.27	1,372.41	240,131.50	1.08
展览展示费	-	-	998,597.46	3.75	3,894.39	25,000.00	0.11
其他	206,109.59	4.91	3,531,033.06	13.25	-4.36	3,692,042.13	16.47
合 计	4,195,021.06	100.00	26,650,737.62	100.00	20.39	22,136,552.62	100.00

公司营业成本主要为向客户提供营销活动策划、品牌推广等品牌营销服务所发生的成本，主要包括人工成本、演出活动成本、广播频率成本、制作费用等。报告期内随着业务规模的扩大，公司营业成本相应上升，2014 年营业成本较 2013 年上涨了 20.39%。2013 年、2014 年营业成本构成较为稳定，2015 年 1-4 月营业成本构成较 2014 年变动较大，其中人工成本占比上升 21.04 个百分点，主要是

公司提高薪酬待遇水平所致；演出活动成本占比下降 8.14 个百分点，主要是使用演出活动类营销手段减少引起；广播频率成本占比上升 10.54 个百分点，主要是省电台广告刊例价提高引起。

2、报告期内向前五名供应商采购情况

单位：人民币元

年 度	供应商名称	采购金额（不含税）	占比（%）
2013 年 度	黑龙江广电广告公司	3,913,926.90	17.68
	哈尔滨嘉烨盛世文化传播有限公司	850,448.00	3.84
	哈尔滨拉尔夫伦文化传播有限公司	596,670.80	2.70
	哈尔滨维佳广告有限公司	326,300.00	1.47
	广州市百家汇电子有限公司	320,000.00	1.45
	合 计	6,007,345.70	27.14
2014 年 度	哈尔滨中天奕文化传播有限公司	2,950,351.00	11.07
	黑龙江人民广播电台	2,477,804.04	9.30
	容大（上海）影视制作有限公司	2,076,000.00	7.79
	黑龙江广电广告公司	1,589,630.96	5.96
	黑龙江好顾问文化传播有限公司	777,790.00	2.92
	合 计	9,871,576.00	37.04
2015 年 1-4 月	黑龙江人民广播电台	1,147,168.84	26.93
	哈尔滨中天奕文化传播有限公司	300,000.00	7.04
	容大（上海）影视制作有限公司	169,625.00	3.98
	哈尔滨裕坤广告有限公司	126,500.00	2.97
	黑龙江圣玉文化传播有限公司	126,438.00	2.97
	合 计	1,869,731.84	43.89

公司采购主要是为服务广告客户在相应媒介、媒体购买的频道、频率时段以及相关信息。报告期内，公司呈现出上升趋势。其中 2013 年、2014 年、2015 年 1-4 月公司向关联方黑龙江人民广播电台和黑龙江广电广告公司采购金额合计

占总采购金额的比例分别为 17.68%、15.26%和 **26.93%**，这主要由于公司品牌营销服务所需要的省电台广告资源仅可从黑龙江人民广播电台或黑龙江广电广告公司采购，除此之外，公司不存在向单个供应商采购比例超过公司采购总额 50% 或严重依赖少数供应商的情况。

公司股东黑龙江人民广播电台持有黑龙江广电广告公司 100%的股权。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员以及主要关联方或其他持有公司 5%以上股份的股东，未在上述其他供应商中占有权益。

（三）报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

1、主要销售合同

序号	合同名称	买方	生效日期	合同金额 (万元)	履行情况
1	2013 年度品牌广告代理合同	黑龙江广电广告公司	2013 年 1 月	根据比例收取	执行完毕
2	2014 年度品牌广告代理合同	黑龙江广电广告公司	2014 年 1 月	根据比例收取	执行完毕
3	《2014 年度品牌广告代理协议》解除合同	黑龙江广电广告公司	2014 年 7 月	--	执行完毕
4	2014 年度品牌广告代理合同	黑龙江人民广播电台广告经营中心	2014 年 8 月	根据比例收取	正在执行
5	黑龙江人民广播电台	黑龙江人民广播电台广告经营中心	2014 年 8 月	根据比例收取	正在执行
6	关于中俄油画项目	黑龙江人民广播电台	2014 年 6 月	596.00	正在执行
7	2015 中国伊春旅游文化推广项目	伊春市旅游局	2015 年 5 月	320.00	执行完毕
8	2013 中国镜泊湖旅游文化项目合作协议	黑龙江省镜泊湖风景名胜区自然保护区管理委员会旅游局	2012 年 12 月	100.00	执行完毕
9	合作协议书	黑龙江省香坊实验农场 北大荒现代农业园	2013 年 8 月	65.70	执行完毕
10	合作协议	长白山国际旅游度假区开发有限公司管理分公司	2013 年 12 月	50.00	执行完毕
11	广告发布业务合同	哈尔滨凯利置业有限公司	2014 年 5 月	27.11	执行完毕
12	广告发布业务合同	黑龙江省金玉之堂文化传播有限公司	2014 年 5 月	20.00	执行完毕

2、主要采购合同

序号	合同名称	卖方	生效日期	合同金额 (万元)	履行情况
1	影视制作战略合作 协议	容大（上海）影视制作有限公司	2013年1月	200.00	执行完毕
2	演出器材设备租赁	哈尔滨中天奕文化传播有限公 司	2014年6月	56.52	执行完毕
3	演出器材设备租赁	黑龙江好顾问文化传播有限公 司	2014年2月	33.33	执行完毕
4	演出器材设备租赁	哈尔滨拉尔夫劳伦文化传播有 限公司	2013年9月	28.92	执行完毕
5	户外广告发布合同	哈尔滨唯佳广告有限公司	2013年5月	22.15	执行完毕
6	演出器材设备租赁	哈尔滨拉尔夫劳伦文化传播有 限公司	2013年11月	19.75	执行完毕
7	演出器材设备租赁	哈尔滨嘉烨盛世文化传播有限 公司	2013年5月	14.65	执行完毕
8	演出器材设备租赁	哈尔滨拉尔夫劳伦文化传播有 限公司	2013年11月	11.00	执行完毕
9	广告承揽制作协议 书	哈尔滨唯佳广告有限公司	2013年2月	7.50	执行完毕

六、商业模式

公司的主营业务为广告代理以及品牌营销业务，其商业模式如下：

（一）广告代理业务

公司以黑龙江人民广播电台为依托，通过签订合作协议的方式获取黑龙江人民广播电台旅游、地产、金融行业的广告独家代理销售权，以直接销售的方式将上述广告资源销售给企业、广告公司等需求方并代收广告价款，公司根据合作协议的约定按照代理销售金额的一定比例获取收益。报告期内，公司广告代理业务的收入规模和利润水平均有较大提高。

（二）品牌营销业务

公司凭借多年的经验积累和良好的市场营销理念，直接为旅游景区、房地产企业等客户提供品牌营销推广方案的策划、涉及、执行等服务，帮助客户提高品牌认知度和影响力，从而向客户收取费用。报告期内，公司品牌营销服务的收入规模和利润水平均有所提升。

七、公司所处行业情况

（一）行业概况

1、行业分类

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2014年4季度修订），公司属于大类“L 租赁和商务服务业”中的子类“L72 商务服务业”；

根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011），公司属于门类“L 租赁和商务服务”中的大类“74 商务服务业”，细分行业为“7440 广告业”；

根据全国中小企业股转系统有限公司发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司属于大类“L72 商务服务业”中的子类“L7240 广告业”。

2、行业监管体制、主要法律法规及政策

（1）行业主管部门及监管体制

A、国家工商行政管理总局

国家工商行政管理总局是广告行业的主管部门，负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作，其中广告发布活动的管理主要包括制定、执行、监测广告发布标准，查处违法广告；广告经营活动管理主要包括规范市场经营行为、取缔违法经营活动等；此外还负责指导广告行业发展的职能。

除国家工商行政管理总局外，还有其它部门在广告行业的工作中发挥着重要的行政监管作用，例如农业行政部门对农药等产品的广告监管。

B、中国广告行业自律组织

中国广告协会成立于1983年12月，是我国广告行业的自律组织，是联系政府广告行政管理机构与广告主、广告经营者、广告发布者的桥梁和纽带。其主要职能是在国家工商行政管理总局的指导下，按照国家有关方针、政策和法规，对行业进行指导、协调、服务、监督。其主办的《现代广告》是业内主要期刊之一，每年发布“中国广告行业统计数据”等行业信息。

中国商务广告协会成立于 1981 年，是除中国广告协会外的另一行业自律组织，也是我国最早成立的全国性广告行业组织。其编辑出版的《国际广告》、《中国广告作品年鉴》是业内权威刊物，每年由此两大刊物发布的《中国大广告公司基本情况调查》和“中国广告公司创作实力 50 强”，是行业内的权威参考资料

(2) 主要法律法规及政策

颁布时间	法律及政策	颁布机构	主要内容
1991 年	《中华人民共和国著作权法》	全国人大 常委会	明确著作权所包括的人身权和财产权共 17 项权利以及著作权归属的特殊情形。其中第 43 条第二款规定，广播电视机构可以不经权利人许可播放作品，但应当支付报酬。
1995 年	《中华人民共和国广告法》	全国人大 常委会	明确广告的定义和广告准则，严格规范广告活动，界定虚假广告的概念和表现形式，出台相应的处罚内容。
2005 年	《广告管理条例实施细则》	国家工商 行政管理 总局	行政机关针对上位法实施，依据当时实际情况出台的行政法规，对虚假广告的处罚更为明晰，便于法律法规规定的具体实施。
2005 年	《广告经营许可证管理办法》	国家工商 行政管理 总局	本办法明确了行政许可的申请主体为广播电台、电视台、报刊出版单位、事业单位和法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的单位。
2003 年	《文化部关于支持和促进文化产业发展的若干意见》	文化部	该《意见》提出：要逐步放宽市场准入政策。文化行政部门管理的各个文化产业门类，要降低门槛，向民营资本开放。积极吸引外资参与艺术品经营、音像制品分销、大众娱乐项目的经营以及文化设施的建设、改造和经营。探索与外资合作办文艺院团和演出中介机构，搞好试点，取得经验。凡鼓励和允许外资进入的文化领域，均鼓励和支持国内资本，特别是民营资本以独资、合资、合作、联营、参股、特许经营等方式进入，鼓励和允许上市公司以资产重组或增发新股方式进入。非国有经济投资

			的文化产业项目和建设的文化场馆，在市场准入、土地使用、信贷、税收、上市融资等方面，享受与国有经济投资的同等待遇。
2004年	《国家广播电视总局关于促进广播影视产业发展的意见》	广电总局	该《意见》提出：要扩大投融资渠道，逐步放宽市场准入，吸引、鼓励国内外各类资本广泛参与广播影视产业发展，不断提高广播影视产业的社会化程度。允许各类所有制机构作为经营主体进入除新闻宣传外的广播电视节目制作业，允许境外有实力有影响的影视制作机构、境内国有电视节目制作单位合资组建由中方控股的节目制作公司。电台、电视台和广电集团(总台)内重组或转制为企业的单位，在确保控股的前提下，可吸收国内社会资本探索进行股份制改造，条件成熟的广播电视节目(包括电视剧)生产营销企业经批准可以上市融资。
2007年	《国务院关于加快发展服务业的若干意见》	国务院	服务业是国民经济的重要组成部分，服务业的发展水平是衡量现代社会经济发达程度的重要标志。规范发展法律咨询、会计审计、工程咨询、认证认可、信用评估、广告会展等商务服务业。
2008年	《关于促进广告业发展的指导意见》	国家工商行政管理总局、国家发展和改革委员会	根据“十一五”规划纲要和未来经济社会发展目标，当前和今后一个时期，广告业发展的主要目标和任务是：加快行业结构调整，促进广告产业的专业化、规模化发展，提升广告策划、创意、制作的整体水平；积极推动新兴广告媒体的发展与规范；以中华民族优秀品牌战略为基础，以广告企业为主干，以优势媒体集团为先导，形成布局合理、结构优化的广告产业体系；广告经营总额继续保持较快增长，使广告业总体发展水平与全面建设小康社会和市场经济的发展水平相适应。
2009年	《文化产业振兴规划》	国务院	提出“加快发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等重点文化产业”
2009年	《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》	文化部	该《意见》提出：文化产业的发展方向和发展重点包括演艺业。繁荣舞台艺术创作，鼓励和支持投资

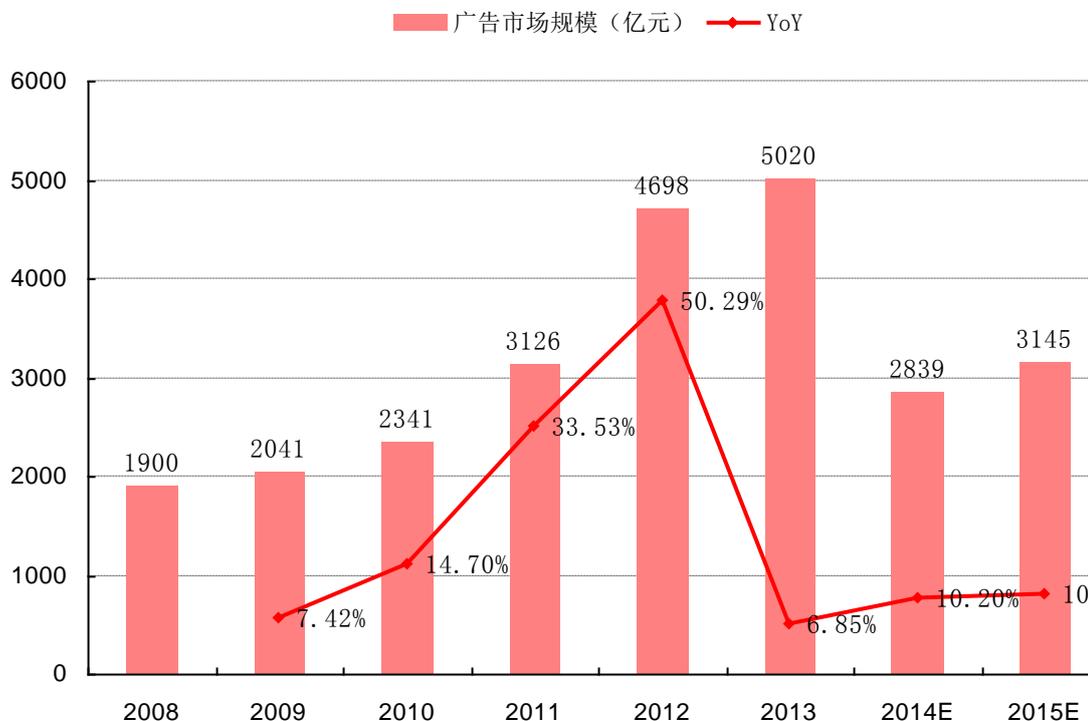
	见》		兴办演出团体、演出场所、演出经纪机构和举办演出活动。按照整合资源、调整布局、优化结构、提高效益的要求，大力推进资源重组，提高演艺产业整体发展质量和水平，提高演艺业的市场化程度。加强演出网络建设，促进演出院线与有关服务业的合作。推动演艺与旅游、会展、传媒、科技等结合，打造富有特色的演艺项目。大力推动演艺产品走向世界。
2012年	《“十二五”时期文化产业倍增计划》	国务院	提出了“十二五”期间文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于20%，2015年比2010年至少翻一番，实现倍增的奋斗目标。
2012年	国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要	中共中央办公厅、国务院办公厅	推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业。
2012年	广告产业发展“十二五”规划	国家工商行政总局	广告业是我国现代服务业和文化产业的重要组成部分。提出在“十二五”期间提升广告企业竞争力、优化广告产业结构、推动广告业自主创新等八项重点任务。
2014年	国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见	国务院	统筹各类资源，加强协调配合，着力推进文化软件服务、建筑设计服务、专业设计服务、广告服务等文化创意和设计服务与装备制造业、消费品工业、建筑业、信息业、旅游业、农业和体育产业等重点领域融合发展。

3、行业基本情况

(1) 广告市场规模发展迅速、地位提升显著

2013 年中国广告市场规模达 5020 亿元，同比增长 6.85%，过去 5 年复合增长率 21.45%。

图 1：2008-2013 年中国广告市场规模



数据来源：工商总局 中信建投研究发展部

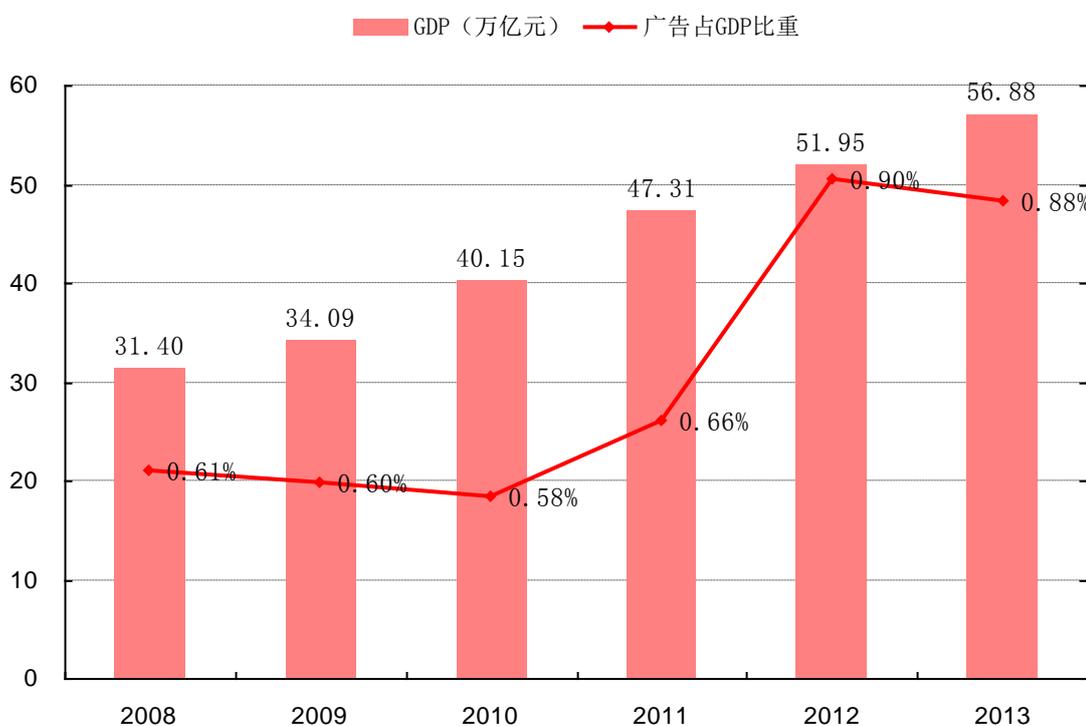
过去五年广告市场的发展主要来源于经济总量的扩大，而市场占比基本稳定（市场规模占 GDP 的比重持续稳定在 0.5%-0.9% 区间范围，如图 2 所示）。短期经济增速放缓的背景下，广告市场的发展来自 2 方面驱动：（1）经济总量的稳定增长；（2）占比的持续提升。

2013 年中国广告市场规模占 GDP 的比重为 0.90%，之前很长一段时间内徘徊在 0.6% 与 0.75% 之间，这一数值与美国、日本等国相比明显偏低，空间广阔。

一方面，我国广告市场起步较晚，产业分散、市场成熟度较低，媒体资源价值没有得到充分挖掘；另一方面，国内企业总体处于产品广告阶段，对于品牌塑造、建设和维护尚未展开，广告预算相对较低。随着我国经济结构调整，创新战略、品牌战略的持续推进，我们认为国内广告主的预算将大幅提高，媒体资源价格还将继续上扬，共同推动广告市场规模的占比加速上升，逐步接近美国。未来

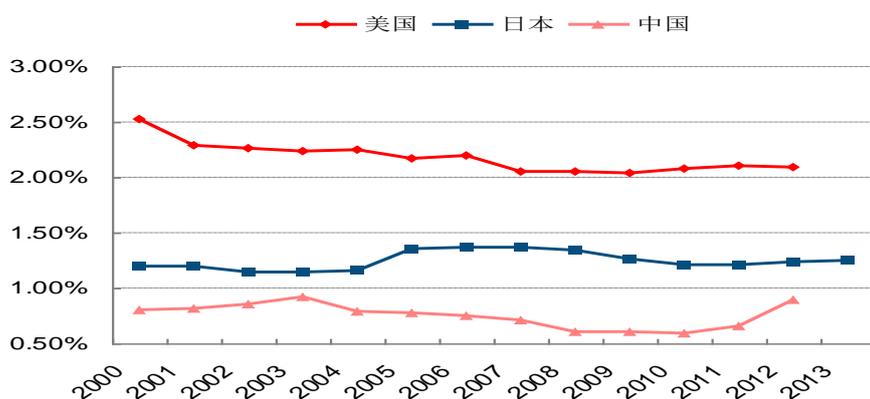
五年，我们认为广告市场占 GDP 的比重可能达到 1%-2%，复合增长率达到 10%-20%，五年拥有万亿规模。

图 2：2008-2013 年中国广告市场占 GDP 的比重



数据来源：国家统计局 中信建投研究发展部

图 3：美国、日本与中国广告市场规模与 GDP 的占比



资料来源：Kantar Media The World Bank 日本电通 中国广告年鉴 国家统计局 中信建投证券研究发展部

(2) 经营单位户数、从业人员数量激增

我国广告业的快速发展，一方面体现在广告市场规模的快速扩张；另一方面

也体现在广告经营单位和从业人员数量的激增上。

我国广告经营单位数量从 2000 年的 7.1 万家增加至 2010 年的 24.3 万家，年复合增长率达 13.15%，从业人员数也由 2000 年的 64 万人增加至 2010 年的 148 万人，年复合增长率达 8.73%。广告行业的高速增长推动了经营单位数量的快速扩充，繁荣了广告市场，推动了市场竞争；同时广告经营单位数量众多但平均规模较小的问题逐步显现，2010 年户均及人均广告营业额仅为 100 万元和 15 万元，行业平均规模较低，行业的整合发展趋势日益明显。（以上数据来源于中广协）

（3）广告行业上下游品牌概念深化

品牌概念深化，主要体现在下游广告主和上游媒体行业。一方面，国民经济持续良好运行，下游各行业发展势头迅猛，竞争加剧，广告主逐渐重视品牌的建立和质量的提升，以品牌为核心已经成为企业重组和资源重新配置的重要机制，这些改变为广告行业的发展带来了有利的契机，对拉动广告需求和提升广告经营理念起到了积极作用；同时，随着国内制造业的产业升级，中国经济逐步由“中国制造”向“中国创造”转型，国内企业主不断增强对自有品牌的重视，加大了对自有品牌塑造的投入；另一方面，媒体行业产业化日益加深，竞争的加剧促使媒介经营主体加快变革创新，提供高品质的传媒平台，塑造专业化、精品化的品牌形象。顺应其发展，广告公司的品牌理念也逐步得到培养和加深。

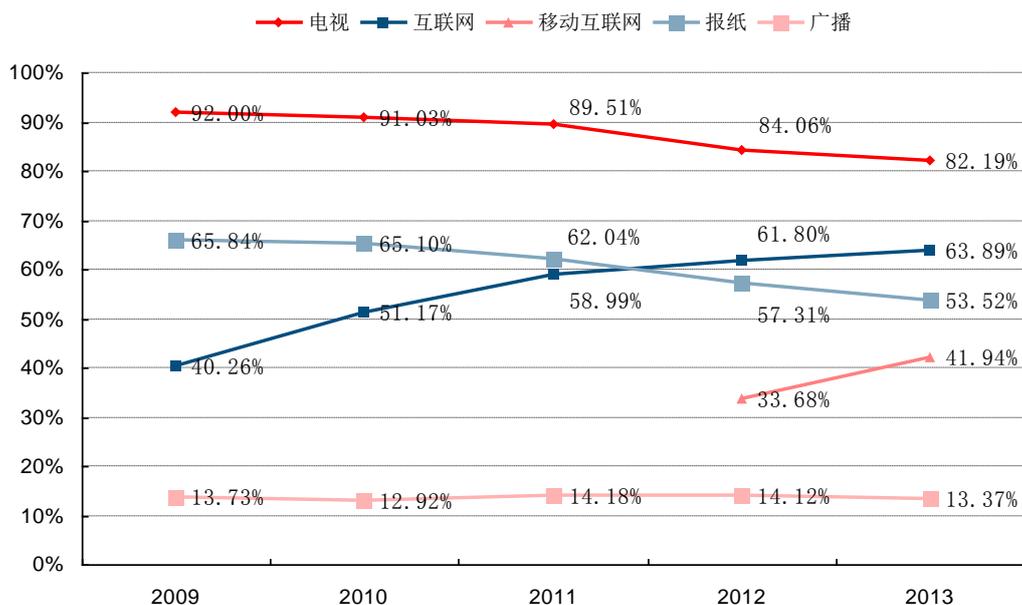
（4）传统媒体稳中有降，数字媒体高速发展，广播媒体较为平稳

新媒体和传统媒体的竞争融合中显现出清晰的发展轨迹，以互联网和移动互联网为代表的数字新媒体发展势头迅猛。传统媒体受到冲击，但是广播媒体受到的冲击不大。

A、日到达率情况

用户方面，电视媒体日到达率已从 2009 年的 92% 下滑至 82.19%，报纸杂志从 09 年的 65.84% 下滑至 53.52%，而数字媒体增长强劲，互联网和移动互联网分别以 63.89% 和 41.94% 分列第二和第四位。而广播媒体比较稳定。

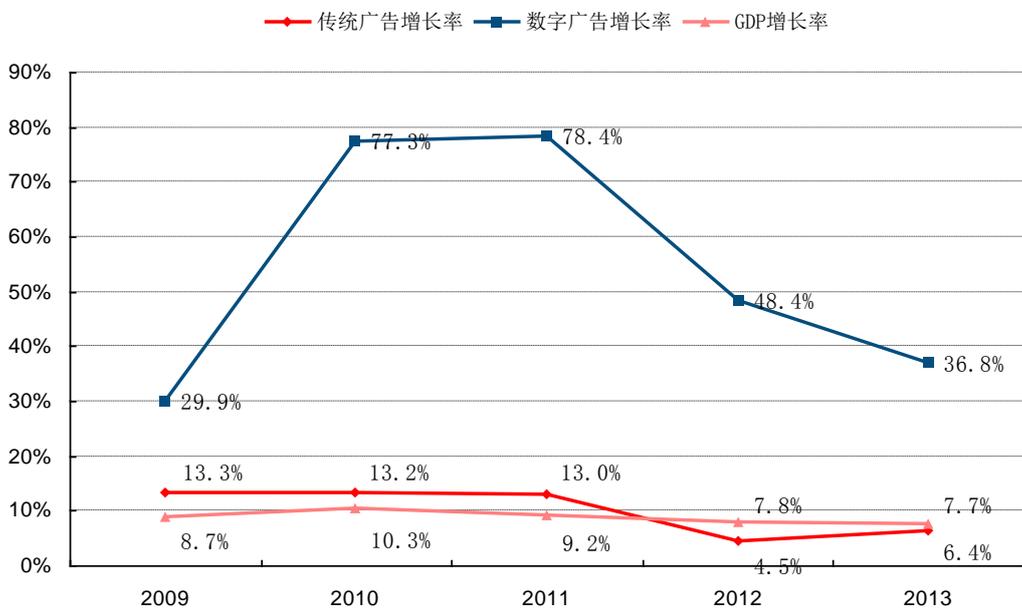
图 4：2009-2013 年传统媒体和新媒体的日到达率情况



数据来源: CTR 中信建投研究发展部

B、收入方面, 2009-2013 年传统媒体广告复合增长率为 10.01%, 而同期互联网广告复合增长率达 52.84%。

图 5: 2009-2013 年中国传统广告和互联网广告增长率

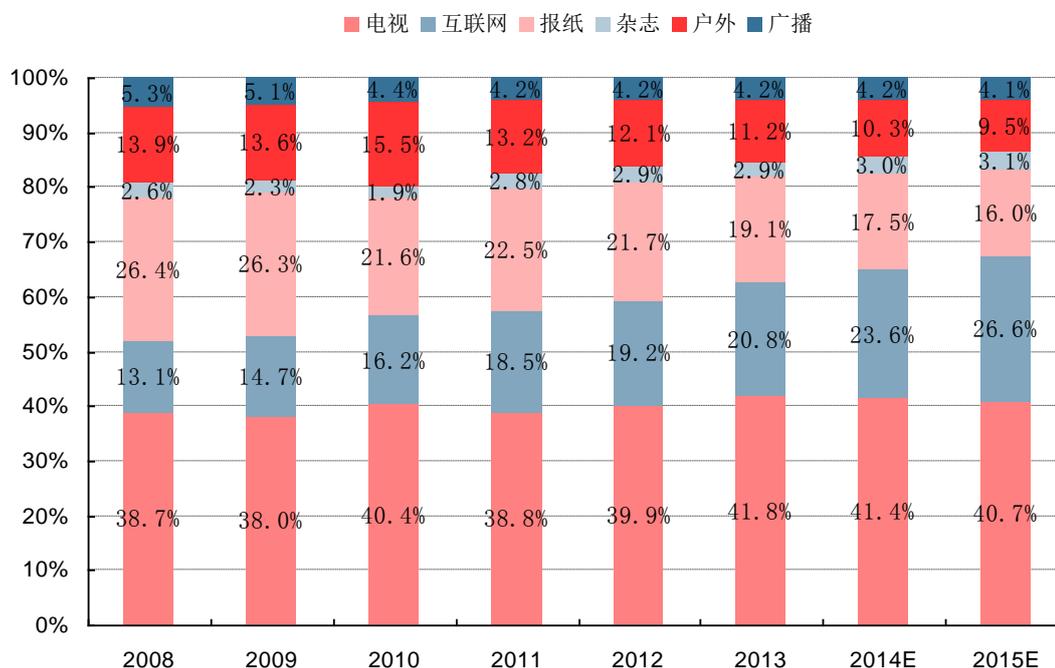


数据来源: CTR 易观 国家统计局 中信建投研究发展部

C、中国广告市场结构中, 互联网广告的地位越来越重要, 广播广告比较稳

定。

图 6：2008-2013 年中国广告市场格局



数据来源: Zenithoptimedia 中信建投研究发展部

(5) 广告市场全面开放

2001 年，中国正式加入 WTO 组织，按照“入世”对广告行业开放的承诺，自 2002 年起我国允许外资控股中国大陆境内的广告公司，吸引了更多跨国广告公司、集团进入，加快了跨国合资广告公司品牌与资本的扩张步伐。外资广告公司的涌入，使得国内广告业竞争更为激烈，但同时也加速了本土广告公司的产业升级。2006 年，中国入世经历了五年过渡期以后，国内广告市场开始允许外商设立独资广告公司，标志着广告市场全面开放。

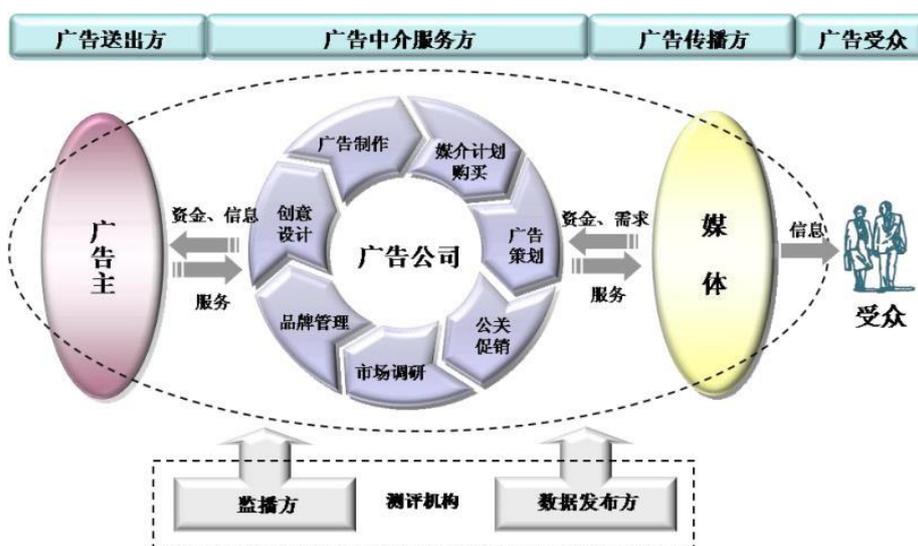
在中国，传媒产业发展环境逐步优化，广电媒体市场准入大门渐启、市场拓新先机开始显现、科技含量不断提高，传媒业正呈现出强劲的产业化发展趋势，并且传媒业的快速发展带动或促进了相关行业的发展。从传媒资本的角度看，中国传媒的市场化改革的进程在明显加快，而且国家的有关政策也开始松动，由原来的严格控制到现在的限制性进入，广告收入增长迅猛，媒体是增长最快的消费品。

文化传媒产业作为快速发展的朝阳产业，现已成为国民经济体系的重要组成部分。在当今文化全球化和世界各国都十分重视文化产业发展的背景下，文化传媒产业发展迅速。目前我国文化传媒业的发展仍处于振翅待飞的阶段，伴随着经济开放程度的不断加深，国家利好政策的不断刺激，我国文化传媒产业必将迎来大发展。

4、上下游产业链结构

(1) 产业链介绍

广告行业所处的产业链如下：



当前广告行业已经形成了分工明确的专业体系，广告产业链条上参与对象有：“广告送出方”、“广告中介服务方”、“广告传播方”和“广告受众”以及辅助的“数据发布方”和“监播方”。

广告业产业链运转模式如下：广告主（广告送出方）将广告需求信息发送至广告公司，广告公司根据广告主提供的需求，为其提供一系列专业服务。广告公司对品牌、内容等进行专业定位和策划，结合市场调研信息、客户费用安排、数据发布方提供的“收视率”等数据信息，对广告发布计划进行科学的排期组合，提出合理化方案。媒体按照广告公司制作的广告和排期计划播放广告。监播方监控广告发布过程，将监播结果交至广告公司或广告主，以考察媒体合同履行和广告播放效果情况。广告公司将收集的信息反馈给广告主。通过产业链各方的协作，

客户的广告信息得以向目标受众传播。

(2) 广告公司和上下游的关联性

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

A、广告主和广告公司之间的关系

广告主是广告行业的下游，广告主的广告需求促进了广告公司的发展，两者具有很强的相关性。广告主涵盖具有广告需求的国民经济各个行业，其对广告发布和自身品牌建设的需求决定了广告公司的业务量。广告主广告发布理念和营销模式的改变促进了广告公司的战略转型，随着市场环境和传播环境的变化，广告主要求广告公司在为其提供广告投放外，能为其提供更深层面的服务，如市场调查、媒介策划、广告监测、效果评估、公关促销等。随着我国产业结构的升级，整体经济形式由“中国制造”向“中国创造”提升，国内企业主不断增加对品牌塑造的投入，本土广告企业如若能抓住此契机，将能实现携手客户共同成长。

B、媒体行业和广告公司之间的关系

广告公司与上游媒体具有很强的相关性。媒体的发展方式和内容丰富化的变革，引导了广告行业的变迁，丰富了广告行业的业务内容。市场化的媒体行业在竞争压力下推出更有吸引力的节目或栏目，促进了广告资源的优化；众多创新性媒体的出现，也丰富了广告传播的手段。在此背景之下，媒体种类的日益丰富，供媒体资源应的充足稳定，为广告公司的业务规模和领域的扩张创造了有利环境。

5、行业竞争格局

广告行业进入门槛低，参与广告市场竞争的企业众多但大多规模较小，行业低端市场竞争激烈，基本处于完全竞争状态。根据中国广告业协会的统计，1998-2012年，我国广告经营单位数量由3.3万户发展到37.77万户，年均增长了17.6%，从业人员近218万人。经营总额由230.1亿元增长到3125.6亿元。

此外，行业内企业发展水平参差不齐，大部分的中小广告公司只能提供单一的广告服务业务，能够提供整合营销传播服务的大型综合性广告公司并不多。

广告公司按其经营模式分为大型综合性广告公司、媒体依托型广告公司、专项型广告公司三类。

专项型广告公司主要包括：影视制作型、营销咨询型、设计型及小型制作类广告公司，其中，处于较低层次的是小型制作类广告公司。这类广告公司数量众多、竞争激烈、盈利能力较低，企业发展规模严重受限，只能不断缩小服务领域，在广告调查、广告制作、宣传品设计、营销咨询、发布活动等某一环节发展，从事单一广告业务。

处于中间层次的媒体依托型公司则是受益于我国的媒体垄断经营模式，通过依托某家或某些媒体，如电视台或报纸，代理客户发布广告。该类型公司一般不从事品牌管理、策划创意服务等，公司盈利主要依赖于所依托的媒体的实力及两者之间的合作关系。

大型综合性广告公司（国际和国内4A广告公司）处于金字塔的顶端。这些公司可以从企业战略规划到广告活动实施各个环节为广告主提供全面服务，“整合营销传播”是其优势所在。目前，我国的大型综合性广告公司主要是以国内4A公司和跨国广告公司在我国独资或合资经营的广告公司为主。

6、影响行业发展的因素

（1）影响行业发展的有利因素

①政策环境愈加宽松，产权结构变革趋快

随着文化体制的深化改革，中国传媒市场的快速发展，对于传媒行业的管制正逐步放宽。未来几年，将面临一个相对宽松的政府管制环境，产业发展越来越多地依赖于市场机制调节而非行政手段调控，资本市场对传媒业的渗入会更加明显。传媒业原先单一的资产管理模式在未来的三、五年内将逐渐地转变为资本管理模式，传媒业的产权结构变革速度也会随之加快。

②数字化技术突飞猛进，各类传媒全面融合

数字技术具有传统模拟技术无法比拟的高精确度和压缩性能，极大地提高了信息传输能力。数字技术可以同时传输文字、语音、图像等多种形式的信息，并将各种传媒形式在一种通道中统一起来。数字技术是一种根本性的突破，它是一个统一的传输通道，使得所有传统媒体和新媒体的服务内容可以在一个统一的网络上连接所有的用户设施。

③准入门槛的降低，使得业外资本得以大量注入

中国的传媒业一直将政治属性放在远比其他经济属性重要的位置上。然而，随着中国传媒政策的逐渐落实，各种资本将以各种形式进入传媒产业。这些都将刺激传媒产业的发展。

(2) 影响行业发展的不利因素

①媒体产业协调发展的机制尚待完善，广播电视广告产业经济效益和社会效益相统一的运行机制尚待协调。

②科学技术的迅猛发展，为广播电视广告带来了新的竞争压力。随着数字技术、网络技术、信息技术的广泛运用，广播电视广告产业既要面临同业竞争，也要面临相关行业的竞争，更要面对新媒体新业态特别是互联网行业的强力竞争。

③新媒体的进入，使广告业竞争更加激烈。新媒体的发展影响广播媒体的广告收入增长，且新媒体信息内容来源具有高价值、观点性等特点，其价值逐渐获得企业主的认可，企业主逐渐削减广播媒体的营销费用，将其投向新媒体，造成传统媒体广告收入的分流。

④各媒体之间竞争激烈，与新媒体及其他媒体的竞争，对公司的经营有一定冲击。近几年，传媒公司面对传媒业的大变局，高度重视战略规划工作，纷纷聘请知名的咨询公司为其制定发展战略规划。各媒体力图从业态角度打造全媒体，从市场角度实现全面化，争取市场份额。

7、进入广告行业的主要壁垒

壁垒主要集中在人才储备、品牌认可度及资金规模三个方面。

（1）人才技术壁垒

广告行业本质上是个创意行业，对人才的要求很高但是随着国民经济的快速发展，广告业对人才需求的增长速度远高于人才的培养速度；而且，随着广告业的持续发展和新技术的深入应用，广告公司对人才的创新性、创意水平和信息技术的应用能力要求也越发提高。广告专业人才的缺乏成为限制广告公司发展的一大瓶颈。

（2）品牌认可度壁垒

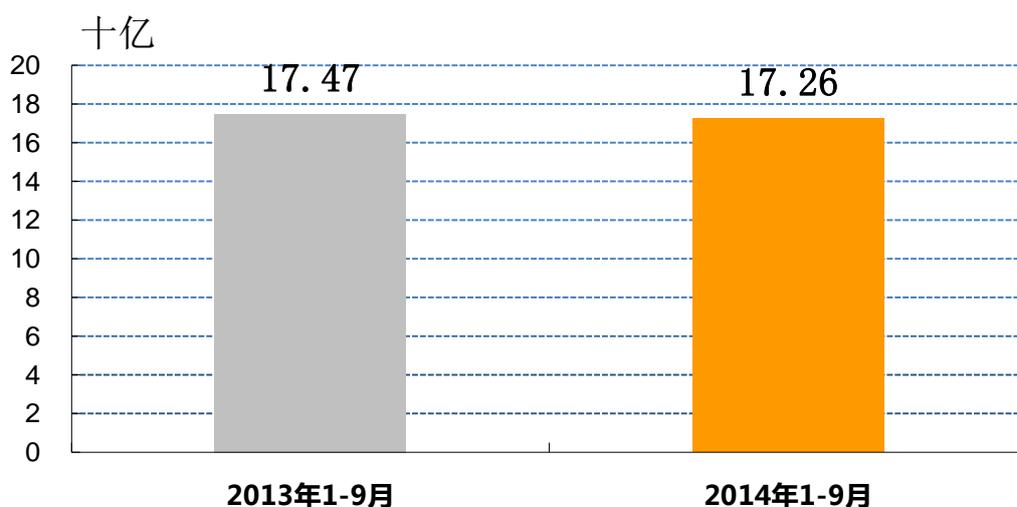
广告公司在业务发展过程中积累了丰富的客户资源，这些客户的“粘性”很高，新成立的广告公司，如若不具备相应的综合实力，将较难争取到大型广告业主的业务。

（3）资金规模壁垒

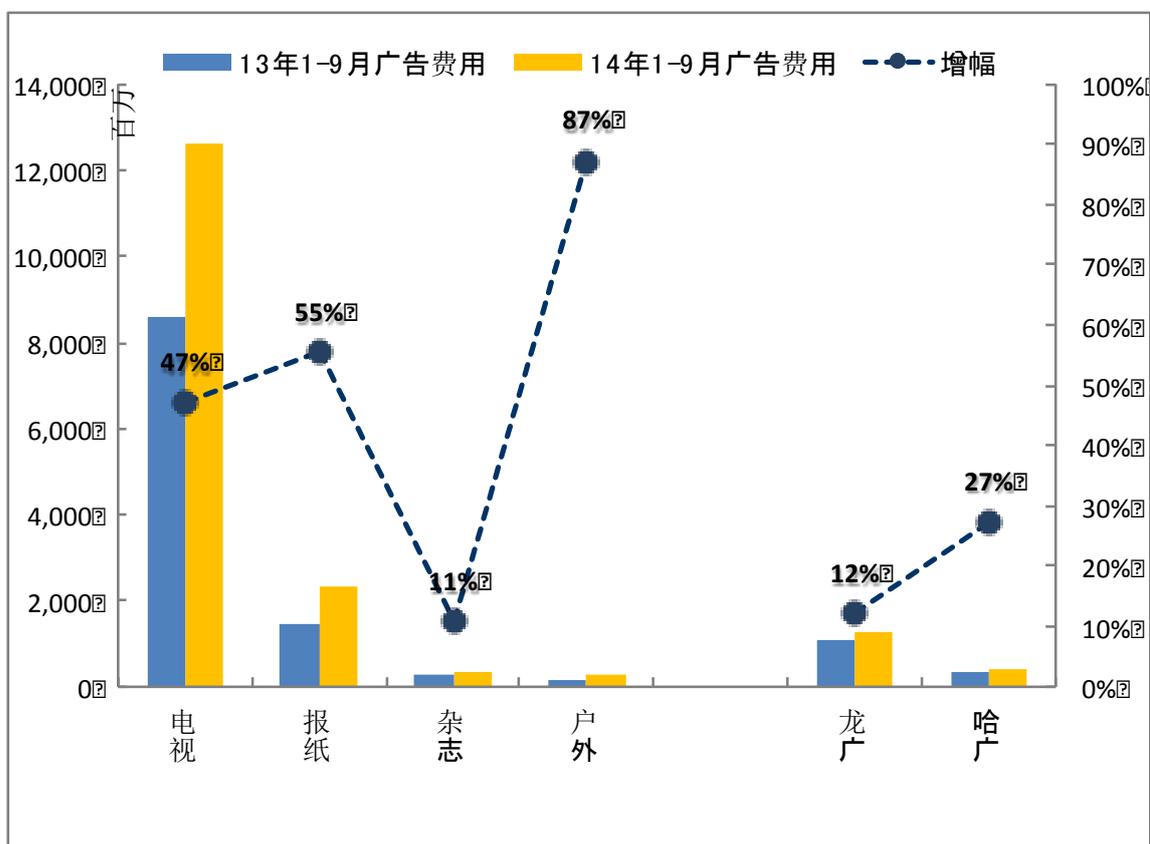
广告公司通常需要保持较大数额的流动资金，用以集中结算支付或垫付媒介采购款，以及数据库的购买、更新；此外，每年还须投入大量资金用于各类广告策划、媒介投放数据资料的购买或更新。因此资金规模的大小构成了行业的进入壁垒。

（二）市场规模

公司目前经营的目标市场主要为黑龙江省内市场。跟据央视市场中心调查数据，2014年1-9月，黑龙江省全媒体广告投放量为172.57亿元，同比下降1.2%，如下图所示。



2014年1-9月，黑龙江省广告市场电视广告投放量最大，占比达73%，户外广告投放量最少，占比2%。其中，电视广告较去年同期增长相比较为迅速，增幅为47%；户外广告增幅最大，为87%。黑龙江广播电台广告的增幅为12%，较为平稳。



（三）行业基本风险特征

1、政策风险

政策是行业发展的方向及规范，是产业发展的依据，国家对广告行业的规范政策调整对行业内的企业构成了经营上的重大不确定性，是企业经营的风险因素之一。

2、广告发布的法律风险

主要包括以下两个方面：

（1）广告内容违法的风险

主要包括：违反法律禁止性规定，违规发布广告；违反社会公序良俗发布广告；贬低竞争对手发布广告；使用虚假广告；侵犯他人知识产权。

（2）广告程序违法的法律风险

主要指特殊的广告发布者没有履行必要的行政审批程序，而违规发布广告。

3、受众替代的风险

广告的最终受众是人，广告企业经营成败的决定因素是人的接受程度，但是人们的道德信仰、价值观、人们的行为方式、包括社会结构与社会制度是不断变化的，因此行业内的企业能否因时而变就构成了广告行业的风险因素之一。

4、经济环境的风险

广告行业主要是为企业的经营服务的，当国家的经济处于上行期时，各类企业积极投资，扩大生产规模，因此对外宣传的需求就相应增大；当国家的经济处于下行期时就相反。因此经济环境的不同周期对行业内的企业构成了风险。

（四）公司的竞争地位

1、公司的行业地位

公司自成立以来，依托于黑龙江人民广播电台，一直专注于企业品牌营销和广告代理业务，经过近几年的快速发展，现已成为黑龙江省内较为知名的广告企业之一。与省内同行业相比，公司在资源、融资渠道、资产规模等方面都处于较为领先的地位。

广告公司目前按经营规模分为三类，大型综合性广告公司、媒体依托型广告公司、专项型广告公司，公司目前属于媒体依托型的广告公司，但是公司未来的发展方向是大型综合类的广告公司。

2、主要竞争对手

根据中广协数据，在黑龙江省内公司的主要竞争对手情况如下：

（1）哈尔滨海润广告

哈尔滨海润国际广告传播集团成立于 1991 年，连续五次被评为中国广告一级资质企业，连续六次被评为全国广告行业文明单位，是中国广告协会副会长单位、中国广告公司分会副主任单位，位列中国本土广告公司三十强。2003 年 6 月，海润在中国率先建立了以广告传播为主的集团公司，下设六家子公司，形成了以广告传播、市场研究、影视制作、传媒运营、户外开发、活动执行、包装印务和建筑装饰、网络传媒等为一体的整合型企业集团。

（2）工大广告传媒公司

哈尔滨工大集团广告传媒有限公司是哈尔滨工大集团下属一级资质子公司，是一家极具实力背景和资源优势的现代化广告传媒公司，公司成立于 1994 年，是以从事大型户外媒体代理、企业营销策划、品牌建设管理、产品市场推广、广告设计与创意、展示制作与婚庆礼仪服务等内容的大型综合性广告公司。工大集团广告传媒有限公司专长于媒介整合传播，并于 1999 年—2003 年先后投资近 4000 万元，开发了哈尔滨国际机场高速公路全程广告媒体和哈尔滨国际会展体育中心全程广告媒体，总面积达 2 万多平方米。2004 年公司依托工大集团项目开发优势，取得哈尔滨二环快速干道全程户外媒体代理，是黑龙江最大的 4A 级的户外媒体经营公司。2003 年注册成立了展示制作公司和礼仪服务公司两家子

公司，2009 年新增设了婚庆礼仪服务。2014 年初获得中国广告协会一级广告企业资质认证。

（3）哈尔滨市希望鸟文化传播有限责任公司

哈尔滨市希望鸟文化传播有限责任公司（简称希望鸟传媒）成立于 1994 年，作为第一批在冰城崛起的广告公司、黑龙江广告界的领跑者，拥有丰富的广告从业经验，位列黑龙江省十佳广告公司。先后荣获黑龙江省（哈尔滨市）十佳广告公司、黑龙江省（哈尔滨市）守合同重信用企业、第十届中国广告节铜奖、综合广告一级企业等荣誉和资质。十年跃进，生机勃勃，希望鸟传媒秉承“诚信至上、创意至上、市场至上”的立业宗旨，与倍丰集团、桂林三金、平安保险、哈飞集团、奔驰、宝马、一汽丰田、广汽本田、郑州日产、奇瑞等数十家企业建立战略合作联盟，为其提供整合营销传播（IMC）、CI 导入、媒体代理发布、平面广告创意设计、影视广告（CF）制作等多项专业服务，获得客户一致好评。

（4）黑龙江中泽广告有限公司

黑龙江中泽广告是东北地区最早专业制作墙体广告的公司。从 1996 年为红太阳集团制作彼阳牦牛骨髓壮骨粉，到现在，已经积累了十多年墙体广告的制作经验。现有二十支稳定的施工队伍，每天 6000 m²的施工能力。

（5）琦峰广告有限公司

黑龙江省琦峰广告有限公司成立于 2001 年，一直致力于公交车身广告的制作发展事业。十二年来，公司不断拓宽媒体传播渠道、不断创新发展，琦峰从一支简单的车体广告制作队伍发展成为一家集公交车车身广告、私家车车体广告、高速公路广告牌等户外广告媒体运营、餐饮集团、体育产业、贸易公司四位一体的综合性传媒集团

3、竞争优势

（1）丰富的渠道资源

龙广传媒公司依托于黑龙江人民广播电台优势资源，黑龙江人民广播电台作

为新中国第一家广播媒体，一直以责任媒体、服务媒体、爱心媒体、助力媒体为己任，全心全意为党和人民服务，拥有九套频率，通过调频和中波信号播出，包括新闻、交通、生活、女性、音乐、少儿、乡村、朝语、高校 9 套广播频率，全天播音 178 小时，覆盖全省 3800 万和省外、国外几千万人口；拥有一个新媒体网站“龙广听友网”，ALEXA 排名在全国省级广播网站排名第二，在全省媒体网站中位列三甲，网站论坛注册会员 68 万，网站日点击量超过百万；拥有哈尔滨市区内最黄金地段的户外电子屏广告资源。

(2) 人力资源优势

公司在业务发展过程中培养了一批广告人才，公司核心骨干人员队伍稳定，人才积极性、主动性被较好调动。公司员工整体受教育程度较高，数位中高层管理人员有着丰富的从业经验，在业内有着较大的影响力，对公司业务发展有着较好的影响。同时公司在未来的三年发展规划中也将人才战略作为重点工作。

(3) 策划和创意能力优势

公司通过几年的发展正在逐步形成以广告代理和品牌营销为主业，为企业提供整合宣传策划方案为主的广告服务综合型公司，这种模式涵盖市场营销、品牌管理、创意设计、公关媒介、活动策划、展览设计制作等多专业领域。公司在业务开展过程中策划和创意能力优势正逐步发挥出来，成为重要的生产力。

4、竞争劣势及应对策略

(1) 融资渠道较少

公司资产规模较小、融资渠道较少，在一定程度上制约了公司的快速发展。然而随着客户群体的壮大和客户单体规模的增大，公司的资金需求也将随之增加，这将对公司现金流形成较大压力

(2) 区域市场限制

公司现阶段的主要业务集中在黑龙江省境内，该地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩，如果不能有效地开拓黑龙江省以外的市场，公司成长将面临一

定的瓶颈。

（五）公司业务发展的空间

公司属于广告行业，国家颁布的产业政策对整个行业是趋于有利，近期产业政策发生不利变化的风险较。我国广告行业市场规模逐年增长，广播广告较为稳定，市场容量较大。公司自成立以来，一直专注于广告代理和品牌营销业务，公司依托于黑龙江人民广播电台的优势资源，拥有广泛的受众群体，在黑龙江省内具有较为明显的区域优势，现已成为黑龙江省内较为知名的广告企业之一，报告期内公司经营业绩良好，随着公司资源整合力度的加大和市场拓展能力的提高，公司业务发展的空间较为广阔。

八、公司未来发展规划

（一）公司未来三年发展总体目标

公司以“实效传播，全媒力量，做大型品牌创意及推广运营服务提供商”为发展宗旨，秉承“与客户共同成长”的经营理念，坚持“精细化传播”的服务方针，计划在未来三年通过加大资金投入和资源整合力度，迅速扩大市场规模，提升公司的品牌价值，使公司成为区域内领先的、优质的大型品牌创意及品牌运营、推广的服务提供商。

（二）公司未来三年的经营目标

在未来三年，公司将依托实际控制人的媒体资源优势，在巩固现有市场份额的同时，进一步扩大媒体代理的区域范围规模和经营规模。同时启动新媒体开发战略，积极开拓新媒体市场，实现服务多元化。公司将通过升级存量客户、增加营运网点和开发新客户以扩大媒介代理规模；通过建立媒介传播研发中心增强媒介策划技能，从技术角度支撑媒介代理规模的扩张；通过品牌规划和优秀创意为客户树立良好的品牌形象。

（三）具体计划措施

为实现未来三年发展战略和总体经营目标，公司将采取以下措施：

1、媒介代理业务发展规划

公司将依托黑龙江广播电台的品牌影响力和资源优势，构建多媒体代理、多层次化服务的广告代理商。

（1）积极整合媒介资源

公司现独家代理售卖省电台的旅游、地产、金融行业方面的广告，未来将积极争取更多行业的广告代理业务，成为大股东重要的资源整合平台。

（2）加大区域拓展力度

公司将立足哈尔滨地区，面向黑龙江全省以专业能力与各地方广播电台建立合作关系。首先将运营成熟、具有优势的广播广告代理业务向地市级媒体拓展，代理销售哈尔滨、大庆、齐齐哈尔、牡丹江、农垦等地市的广播媒体广告；其次，积极拓展发掘优势广播媒体，分行业代理其广告业务。在以上经营运作成熟后，在适当时机向省外延伸拓展业务。

（3）加强媒介拓展

公司将不断加强专业广告代理能力，由目前代理单一广播媒体广告，向代理电视、户外、网络和手机等新媒体广告领域拓展。特别是要积极关注移动互联网的发展，增加公司在该领域的人力以及资源投入，使公司的服务专业能力跟上整个整合传播领域移动互联网化，大数据化的发展趋势。

（4）拓展客户资源

公司将加强客户数据库建设和基础研究，通过对现有客户的持续分析和筛选，开发重点锁定的客户，不断提升公司在这些客户中的广告投放预算占比；不断增强为客户提供全方位服务的能力，以此来开发新客户，特别是要发掘有潜力的中小企业，通过为中小企业提供高品质的广告服务，协助并伴随客户共同成长。

2、品牌营销业务发展规划

品牌营销业务是公司的核心业务之一，在多年的发展中为公司争取了众多荣誉，提升了公司品牌的知名度，并随着公司整体业务的增长保持稳步发展的态势。

(1) 在服务理论和业务能力提升方面，公司将高度重视形成具有自身特色的服务体系及理论体系；通过提高员工的业务水平和吸引业内具有较高创意能力的专业人士加入，提升公司的整体创意策划水平，强化为客户提供从品牌管理到媒介代理的一条龙、一站式整合传播服务，以综合性服务为公司赢得更多的客户。

(2) 在营销领域扩容方面，以区域内文化演出市场发展趋势为导向，科学利用公司现有的创意策划团队和区域知名度较高的演艺推广团队，积极谋划构建龙广演艺服务公司，并与本土优秀的专业公司合作，承接大型展会及演唱会等品牌营销活动，有效提升公司在相关文化产业的市场份额。

(3) 在实体品牌构建和市场营销方面，加快公司产业布局的战略性调整，发挥公司在旅游领域营销方面的优势，巩固与各地市政府旅游部门的战略合作关系，通过实地考察和研究论证，投资或收购运营前景态势良好的旅游景点景区，通过创建“龙广自驾游基地”的形式，进入实体品牌构建运营领域，形成旅游产业新链条。

3、人力发展规划

广告行业属于文化创意产业，重要的资源之一便是人才，人才构成、员工素质、员工成长、团队建设及员工忠诚度等是一家广告公司能否持续发展的决定性因素。因此公司在未来三年将在以下几个方面开展工作：

(1) 重视人才培养，建立完善的薪酬绩效和激励机制，加大管理人员和员工培训的投入，建立员工上升通道，形成公司内部人才提升机制和良性竞争机制，确保公司各类人才各尽其用。

(2) 重视人才引进，通过与高校合作、与科研机构合作、股权期权激励等形式，多渠道、多机制引进各类优秀人才，重点引进具有国际视野的中高级人才。

(3) 建立适应性创新人才机制，打造一种边学习、边创造的新模式新方法，公司可以在学习和创造之间快速切换的解决之道，让公司员工、团队、组织、流程适应这样的机制，帮助公司成功地化解风险。

第三节 公司治理

一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

2015年1月股份公司成立，公司按照《公司法》、《公司章程》等法律法规的要求成立了股东大会、董事会和监事会（以下简称“三会”），建立了规范的公司治理结构。同时制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等制度，对股东大会、董事会和监事会的权力范围、成员资格、召开、表决程序等事项进行了进一步的规定。股份公司成立以来，公司按时召开三会，并按照三会议事规则和关联交易管理办法等公司制度规范运行，决策程序、决策内容合法有效，三会运行情况良好。

（一）股东大会制度建立健全及运行情况

根据《公司章程》规定，股东大会是本公司的最高权力机构，依法行使各项职权。公司现有股东两名，均为法人股东，自股份公司设立以来，股东大会根据《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等的规定规范运作。截至本公开转让说明书签署之日，本公司共召开了2次股东大会。

（二）董事会制度建立健全及运行情况

根据《公司章程》规定，公司设董事会，对股东大会负责；董事会由5名董事组成；董事会设董事长1名。公司已经建立《董事会议事规则》，自股份公司设立以来，历次董事会的通知、召开、审议程序、表决均符合《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》等规定，会议记录、会议档案完整，董事会制度运行规范、有效。截至本公开转让说明书签署之日，本公司共召开了2次董事会会议。

（三）监事会制度建立健全及运行情况

根据《公司章程》规定，公司设监事会，由3名监事组成，其中1名职工监事，监事会设主席1人。公司已经建立《监事会议事规则》，自股份公司设立以

来, 历次监事会的通知、召开、审议程序、表决均符合《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》等规定, 会议记录、会议档案完整, 监事会制度运行规范、有效。截至本公开转让说明书签署之日, 本公司共召开了 1 次监事会会议。

二、公司投资者权益保护情况

公司根据《公司法》、《证券法》、《全国中小企业股份转让系统业务规则(试行)》等有关法律法规的规定, 制订了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》等重大规章制度, 明确了股东大会、董事会、监事会及经理层的权责范围和工作程序, 公司成立以来股东大会、董事会、监事会的召开、重大决策等行为合法、合规、真实、有效, 保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。

同时, 公司还制订了《关联交易管理办法》、《对外担保管理制度》、《投资管理制度》、《防范控股股东及其他关联方资金占用制度》、《投资者关系管理制度》、《董事会秘书工作规则》、《信息披露管理制度》等规章制度, 涵盖了投资者关系管理、财务管理、风险控制等内部控制管理, 形成了规范的管理体系。

公司在内部控制建立过程中, 充分考虑了行业的特点和与控制人的关系问题, 保证了内控制度符合公司生产经营的需要, 对经营风险起到了有效的控制作用。

公司董事会认为, 公司自制订内部控制制度以来, 各项制度基本得到有效的执行, 对于公司加强管理、规范运行、提高经济效益及保护投资者的权益等方面起到了积极有效的作用。

三、公司及控股股东、实际控制人报告期内违法违规情况

公司报告期内不存在违法违规行为, 也不存在重大诉讼、仲裁、行政处罚及未决诉讼、仲裁事项。2015 年 6 月, 公司出具声明, 郑重承诺: 公司最近两年一期不存在重大违法违规行为, 未受到任何政府部门或有权机关、司法部门的行政处罚或刑事处罚。

公司控股股东瑞科数码、实际控制人黑龙江人民广播电台最近两年不存在违法违规行，也不存在重大诉讼、仲裁、行政处罚及未决诉讼、仲裁事项。2015年6月，瑞科数码、黑龙江人民广播电台分别出具声明，郑重承诺：最近两年一期内没有作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项，不存在重大违法行为，不存在任何涉及刑事诉讼的情况。

四、公司独立情况

（一）业务独立情况

公司业务独立。公司长期致力于广告代理以及品牌营销业务，拥有完整且独立的运营管理体系，公司股东在业务上与公司之间均不存在竞争关系，且公司控股股东、实际控制人及持有公司5%以上股份的股东已承诺不经营与公司可能发生同业竞争的业务。

目前公司具有较为独立的业务运作系统，**基本具备独立面对市场的能力**，但是由于公司主要代理实际控制人省电台的旅游、地产和金融类广告业务，且广播电台具有较强的区域垄断性质，**报告期内关联交易金额较大，从而造成了公司在广告代理和广告资源方面依赖于实际控制人的情况，对公司是业务独立性具有不利影响。**

（二）资产完整情况

公司资产独立。公司系由黑龙江龙广之声文化传播有限责任公司整体变更设立，有限公司的资产和人员全部进入股份公司。整体变更后，公司依法办理相关资产和产权的变更登记，公司具备与经营有关的上下游资源，具有独立的运营体系。控股股东、实际控制人不存在占用公司的资金、资产和其他资源的情况。

（三）人员独立情况

公司人员独立。公司的董事、监事、高级管理人员均依照《公司法》及《公司章程》等有关规定产生，不存在股东超越公司董事会和股东大会作出人事任免决定的情况。公司总经理、副总经理、财务总监等高级管理人员专职在公司工作

并领取报酬，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼任除董事之外其他职务及领取薪酬的情形。公司财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职的情形。

（四）财务独立情况

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

（五）机构独立情况

公司机构独立。公司具有健全的组织结构，已建立了股东大会、董事会、监事会等完备的法人治理结构。公司具有较为完备的内部管理制度，设有市场部、创意策划部、项目执行部、媒体资源部、数据分析部、财务部、人事行政部等职能管理部门。公司目前无偿租用了省电台的办公室，预计2年内搬，公司不存在与控股股东和实际控制人混合经营、合署办公的情况。

五、同业竞争情况

（一）同业竞争情况

公司主营业务独立于股份公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。股份公司与其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争。

公司主营业务是广告代理和品牌营销业务。公司目前独家代理省电台房地产、金融和旅游类的广告业务。省电台除上述三类以外的其他类别广告业务全部授权给广电广告，由其将广告资源交给龙脉影艺、瑞科数码等公司代理销售。公司广告代理业务与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在细分行业的经营上有明显的区别，随同属广告代理业务，但由于代理的广告类别存在严格区分且差别明显，目标客户类型不同，因此并不存在广告代理业务的同业竞争。

控股股东、实际控制人及其控制的其他企业均未经营品牌营销业务，不存在同业竞争。

公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业具体情况如下：

1、黑龙江人民广播电台

黑龙江人民广播电台是公司的实际控制人，为广告资源拥有方，在产业链中处于上游地位，与公司不存在同业竞争关系。

2、黑龙江广电广告公司

广电广告代理黑龙江人民广播电台除房地产、金融和旅游类以外的其他类别的广告。广电广告并不直接与广告客户产生业务往来，而是将省电台的广告资源授权给瑞科数码、龙脉影艺等公司代理发布。

3、黑龙江瑞科数码科技有限公司

瑞科数码代理黑龙江人民广播电台汽车和汽车相关服务类广告，此外瑞科数码还经营增值电信服务、电子产品销售。

4、黑龙江龙脉影艺影视有限公司

龙脉影艺代理黑龙江人民广播电台商服类的广告，此外龙脉影艺还经营广播剧、电视剧制作、节目版权交易。

5、黑龙江龙脉互动传媒有限责任公司

龙脉影艺代理黑龙江人民广播电台药品、保健品类别的广告。

6、哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司

龙广云绿代理黑龙江人民广播电台家装和建材类广告，此外还经营绿色有机食品生产和推广。

实际控制人黑龙江人民广播电台已出具书面声明如下：“龙广传媒独家代理经营本电台黑龙江省内房产、金融、旅游行业品牌广告及本电台A级商业活动事宜。黑龙江瑞科数码科技有限公司、黑龙江广电广告公司、黑龙江龙脉影艺影视有限公司、黑龙江龙脉互动传媒有限责任公司、哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司均未代理经营本电台黑龙江省内房产、金融、旅游行业品牌广告及

本电台A级商业活动事宜，与龙广传媒不存在同业竞争”。

除上述情况外，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争情况。

（二）避免同业竞争的承诺

为了避免与公司之间的同业竞争，2015年6月，公司控股股东瑞科数码、实际控制人黑龙江人民广播电台出具了《避免同业竞争承诺函》，该承诺函主要内容如下：

1、本单位郑重声明，截至本承诺函签署日，本单位未持有其他任何从事与龙广传媒主营业务可能产生同业竞争的企业的股份、股权或在竞争企业拥有任何权益，本单位员工亦未在任何与龙广传媒主营业务产生同业竞争的企业担任高级管理人员或核心技术人员。

2、在本单位作为龙广传媒股东或实际控制人期间，本单位将不以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营、直接持有或通过他人代持另一公司或企业的股份及其他权益等）从事可能与龙广传媒经营业务构成直接或间接竞争的业务或活动，也不会以任何方式为竞争企业提供业务上的帮助，本单位员工不会在任何可能与龙广传媒主营业务产生同业竞争的企业担任高级管理人员或核心技术人员，保证将采取合法、有效的措施保证本单位不以任何方式直接或间接从事与龙广传媒的经营运作相竞争的任何业务或活动。

3、如龙广传媒进一步拓展其业务范围，本单位将不与龙广传媒拓展后的业务相竞争；可能与龙广传媒拓展后的业务产生竞争的，本单位将按照如下方式退出与龙广传媒的竞争：**A、**停止与龙广传媒构成竞争或可能构成竞争的业务；**B、**将相竞争的业务通过合法合规的方式纳入到龙广传媒来经营；**C、**将相竞争的业务转让给无关联的第三方。

4、如本单位有任何从事、参与可能与龙广传媒的经营运作构成竞争活动的商业机会，本单位应立即将上述商业机会通知龙广传媒，在通知所指定的合理期间内，龙广传媒作出愿意利用该商业机会的肯定答复的，则尽力将该商业机会按

照不差于提供给本单位或任何独立第三方的条件给予龙广传媒。

5、如违反以上承诺，本单位愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给龙广传媒造成的所有直接或间接损失。

6、本承诺函在本单位作为龙广传媒股东或实际控制人期间持续有效且不可变更或撤消。

六、公司报告期内资金占用和对外担保情况

（一）资金占用和对外担保情况

1、资金占用情况

股份公司成立前，由于公司尚无严格的相关制度，公司在与关联方存在相互欠款的情况。报告期各期末，关联方往来余额情况如下：

单位：元

项 目	关联方	2015-4-30	2014-12-31	2013-12-31
其他应收款	黑龙江人民广播电台	-	11,741,849.90	7,779,778.55
应付账款	黑龙江人民广播电台	9,507,251.87	17,899,793.84	
	黑龙江广电广告公司	38,538,600.92	38,538,600.92	33,347,648.12

黑龙江广电广告公司系黑龙江省人民广播电台全资企业，公司欠关联方的款项金额远高于关联方欠公司的款项金额，实际控制人实际上并未占用公司款项。

为规范和防止关联方占用公司资金，公司于2015年1月制定了《防范控股股东及其他关联方资金占用制度》并严格执行。截至目前，公司已经不存在关联方占用资金的情况。

2、对外担保情况

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。

（二）公司为防止股东及其关联方占用或转移公司资金采取的具体安排

为防止股东及其关联方占用或转移公司资金，公司所采取的具体制度安排如下：

1、公司在《公司章程》和《对外担保管理制度》中明确了对外担保的审批权限和审议程序，其中公司下列重大担保行为，须经股东大会审议通过；

（1）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50% 以后提供的任何担保；

（2）公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30% 以后提供的任何担保；

（3）为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；

（4）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10% 的担保；

（5）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

（7）公司章程规定的其他担保情形。

2、公司已制订《防范大股东及其他关联方资金占用制度》，对防止公司资金占用措施做出了具体规定，包括：公司不得以下列方式将资金直接或间接地提供给大股东及关联方使用：

（1）有偿或无偿地拆借公司的资金给大股东及关联方使用；

（2）通过银行或非银行金融机构向大股东及关联方提供委托贷款；

（3）委托大股东及关联方进行投资活动；

（4）为大股东及关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；

（5）代大股东及关联方偿还债务；

（6）以其他方式占用公司的资金和资源。

七、董事、监事、高级管理人员

（一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况

董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况见下表所示：

序号	姓名	在公司的担任职务	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	董家骥	董事长	-	-
2	张瑜	董事、总经理	-	-
3	李辰	董事、副总经理	-	-
4	张大力	董事、副总经理	-	-
5	张晔	董事	-	-
6	郭新宇	监事会主席	-	-
7	程陆勇	监事	-	-
8	吴国莉	职工监事	-	-
9	王昕	财务总监、董事会秘书	-	-

公司所有的董事、监事、高级管理人员及其亲属不存在以任何方式持有公司股份的情形。

（二）董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系

公司所有董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

（三）公司与董事、监事、高级管理人员的相关协议、承诺及履行情况

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

（四）董事、监事、高级管理人员的兼职情况

本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在关联方及其他单位兼职的情况如下表所示：

序号	姓名	本公司职务	兼职单位	兼任职务
----	----	-------	------	------

1	董家骥	董事长	-	-
2	张瑜	董事、总经理	-	-
3	李辰	董事、副总经理	-	-
4	张大力	董事、副总经理	-	-
5	张晔	董事	黑龙江人民广播电台	副总编辑
6	郭新宇	监事会主席	黑龙江人民广播电台	经营管理部主任
7	程陆勇	监事	-	-
8	吴国莉	职工监事	-	-
9	王昕	财务总监、董事会秘书	-	-

（五）董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

公司董事、监事、高级管理人员均无对外投资。

（六）董事、监事、高级管理人员的违法违规情况

公司董事、监事、高级管理人员最近两年未受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施，也未受到全国股份转让系统公司公开谴责。

（七）董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况

1、报告期内董事的变动情况

股份公司成立前，公司设有董事会，设有 3 名董事分别是杨晶、张广雷、李皎，由杨晶担任董事长。2015 年 1 月 5 日，公司召开创立大会，审议通过成立股份有限公司以及公司章程等议案，并决议成立董事会，选举董家骥、张瑜、李辰、张大力、张晔组成公司第一届董事会董事，任期三年。此后，公司董事未发生变动。

2、报告期内监事的变动情况

股份公司成立前，公司未设监事会，由赵鸿洋担任监事。2015 年 1 月 5 日，公司召开创立大会，审议通过成立股份有限公司以及公司章程等议案，并决议成立监事会，选举郭新宇、程陆勇和职工代表监事吴国莉组成公司第一届监事会，

任期三年。此后，公司监事未发生变动。

3、报告期内高级管理人员的变动情况

股份公司成立前，公司设有总经理 1 名，由张广雷担任。2015 年 1 月 5 日，本公司第一届董事会第一次会议聘任张瑜为总经理。根据总经理的提名，聘任李辰、张大力等两人为副总经理，聘任王昕为财务总监，任期均为三年。此后，公司高级管理人员未发生变动。

4、报告期内董事、监事、高级管理人员变动的的影响

报告期内，公司实际控制人一直为省电台，未发生变动，上述董事、监事及高管人员的变动属于正常的人员调整，未对公司正常经营产生重要影响，上述人员的变动符合《公司法》、《公司章程》的规定，履行了必要的法律程序。

（八）公司管理层的诚信状况

公司董事、监事、高级管理人员于 2015 年 6 月出具书面声明，郑重承诺：近两年不存在因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则受到刑事、行政处罚或纪律处分的情形；不存在因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情形；无应对所任职公司最近两年因重大违法违规行为被处罚负有责任的情形；不存在可能对公司利益造成影响的诉讼、仲裁及未决诉讼仲裁的情况；不存在个人负有数额较大债务到期未清偿的情形；不存在欺诈或其他不诚实行为；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。

第四节 公司财务

一、最近两年一期的财务会计报表

(一) 合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：人民币元

项 目	2015 年 4 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	68,475,408.68	64,278,765.71	30,012,343.68
应收账款	4,128,613.10	402,599.50	2,521,042.78
预付款项	72,000.00		257,300.00
其他应收款	267,677.75	11,769,912.65	7,889,778.55
存货			
其他流动资产			
流动资产合计	72,943,699.53	76,451,277.86	40,680,465.01
非流动资产：			
长期股权投资			3,592,202.36
固定资产	4,798,321.23	4,388,664.44	2,790,156.67
无形资产	43,983.34	45,916.67	51,716.67
其他非流动资产			
非流动资产合计	4,842,304.57	4,434,581.11	6,434,075.70
资产总计	77,786,004.10	80,885,858.97	47,114,540.71

资产负债表（续）

单位：人民币元

项 目	2015 年 4 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动负债：			
应付账款	48,844,853.38	57,657,278.35	39,074,709.53

预收款项	1,210,000.00	210,000.00	100,000.00
应付职工薪酬		70,959.00	-15,778.37
应交税费	355,596.94	726,318.12	1,314,098.97
其他应付款	5,162,608.56	5,345,923.56	5,639,934.21
其他流动负债			
流动负债合计	55,573,058.88	64,010,479.03	46,112,964.34
非流动负债：			
其他非流动负债			
非流动负债合计			
负债合计	55,573,058.88	64,010,479.03	46,112,964.34
所有者权益：			
股本	5,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
资本公积	559,395.38		
盈余公积	1,124,451.20	1,480,390.74	
未分配利润	15,529,098.64	13,394,989.20	-998,423.63
归属于母公司所有者权益合计	22,212,945.22	16,875,379.94	1,001,576.37
少数股东权益			
所有者权益合计	22,212,945.22	16,875,379.94	1,001,576.37
负债和所有者权益总计	77,786,004.10	80,885,858.97	47,114,540.71

2、合并利润表

单位：人民币元

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	10,792,407.26	46,521,740.78	32,274,862.56
减：营业成本	4,195,021.06	26,650,737.62	22,136,552.62
营业税金及附加	7,977.42	428,697.33	843,848.28
销售费用			
管理费用	1,233,802.31	4,626,912.86	2,816,008.54
财务费用	-60,795.21	-149,055.88	-39,311.38
资产减值损失	78,836.40	-121,841.72	156,911.22
加：公允价值变动收益			
投资收益		855,077.64	59,921.05
其中：对联营企业和合营企业的投资收益		855,077.64	59,921.05
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	5,337,565.28	15,941,368.21	6,420,774.33
加：营业外收入			
其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出		191.00	325,869.95
其中：非流动资产处置损失			
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	5,337,565.28	15,941,177.21	6,094,904.38
减：所得税费用		67,373.64	
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	5,337,565.28	15,873,803.57	6,094,904.38
其中：归属于母公司所有者的净利润	5,337,565.28	15,873,803.57	6,094,904.38
少数股东损益			
五、其他综合收益的税后净额			
六、综合收益总额	5,337,565.28	15,873,803.57	6,094,904.38
归属于母公司所有者的综合收益总额	5,337,565.28	15,873,803.57	6,094,904.38
归属于少数股东的综合收益总额			
七、每股收益			
（一）基本每股收益	1.07		
（二）稀释每股收益			

3、合并现金流量表

单位：人民币元

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	7,677,933.42	52,252,663.12	31,488,792.54
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	19,933,442.19	36,839,458.81	22,137,837.22
经营活动现金流入小计	27,611,375.61	89,092,121.93	53,626,629.76
购买商品、接受劳务支付的现金	3,334,764.41	26,056,976.83	14,987,785.69
支付给职工以及为职工支付的现金	1,438,543.63	2,561,911.05	1,951,207.70
支付的各项税费	622,183.80	6,474,680.95	4,160,093.93
支付其他与经营活动有关的现金	17,313,685.24	23,704,686.05	8,414,082.82
经营活动现金流出小计	22,709,177.08	58,798,254.88	29,513,170.14
经营活动产生的现金流量净额	4,902,198.53	30,293,867.05	24,113,459.62
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金		4,447,280.00	
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计		4,447,280.00	
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	705,555.56	474,725.02	134,024.00
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计	705,555.56	474,725.02	134,024.00
投资活动产生的现金流量净额	-705,555.56	3,972,554.98	-134,024.00
三、筹资活动产生的现金流量：			
筹资活动现金流入小计			
筹资活动现金流出小计			
筹资活动产生的现金流量净额			
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	4,196,642.97	34,266,422.03	23,979,435.62
加：期初现金及现金等价物余额	64,278,765.71	30,012,343.68	6,032,908.06
六、期末现金及现金等价物余额	68,475,408.68	64,278,765.71	30,012,343.68

4、合并股东权益变动表

(1) 2015 年 1-4 月合并股东权益变动表

单位：人民币元

项 目	2015 年 1-4 月						少数股东 权益	股东权益合计
	归属于母公司股东权益					小计		
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润				
一、上年年末余额	2,000,000.00		1,480,390.74	13,394,989.20	16,875,379.94		16,875,379.94	
加：会计政策变更								
前期差错更正								
二、本年年初余额	2,000,000.00		1,480,390.74	13,394,989.20	16,875,379.94		16,875,379.94	
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	3,000,000.00	559,395.38	-355,939.54	2,134,109.44	5,337,565.28		5,337,565.28	
（一）综合收益总额				5,337,565.28	5,337,565.28		5,337,565.28	
（二）股东投入和减少资本								
（三）利润分配								
（四）股东权益内部结转	3,000,000.00	559,395.38	-355,939.54	-3,203,455.84				
1.资本公积转增资本（或股本）								
2.盈余公积转增资本（或股本）	355,939.54		-355,939.54					
3.盈余公积弥补亏损								
4.其他	2,644,060.46	559,395.38		-3,203,455.84				
（五）专项储备								
（六）其他								
四、本期期末余额	5,000,000.00	559,395.38	1,124,451.20	15,529,098.64	22,212,945.22		22,212,945.22	

(2) 2014 年度合并股东权益变动表

单位：人民币元

项 目	2014 年度						少数股东 权益	股东权益合计
	归属于母公司股东权益					小计		
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润				
一、上年年末余额	2,000,000.00			-998,423.63	1,001,576.37		1,001,576.37	
加：会计政策变更								
前期差错更正								
二、本年年初余额	2,000,000.00			-998,423.63	1,001,576.37		1,001,576.37	
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）			1,480,390.74	14,393,412.83	15,873,803.57		15,873,803.57	
（一）综合收益总额				15,873,803.57	15,873,803.57		15,873,803.57	
（二）股东投入和减少资本								
（三）利润分配			1,480,390.74	-1,480,390.74				
1.提取盈余公积			1,480,390.74	-1,480,390.74				
2.对股东的分配								
3.其他								
（四）股东权益内部结转								
（五）专项储备								
（六）其他								
四、本期期末余额	2,000,000.00		1,480,390.74	13,394,989.20	16,875,379.94		16,875,379.94	

(3) 2013 年度合并股东权益变动表

单位：人民币元

项 目	2013 年度						
	归属于母公司股东权益					少数股东 权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	小计		
一、上年年末余额	2,000,000.00			-7,093,328.01	-5,093,328.01		-5,093,328.01
加：会计政策变更							
前期差错更正							
二、本年年初余额	2,000,000.00			-7,093,328.01	-5,093,328.01		-5,093,328.01
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）				6,094,904.38	6,094,904.38		6,094,904.38
（一）综合收益总额				6,094,904.38	6,094,904.38		6,094,904.38
（二）股东投入和减少资本							
（三）利润分配							
1.提取盈余公积							
2.对股东的分配							
3.其他							
（四）股东权益内部结转							
（五）专项储备							
（六）其他							
四、本期期末余额	2,000,000.00			-998,423.63	1,001,576.37		1,001,576.37

(二) 母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：人民币元

项 目	2015 年 4 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	63,273,402.01	58,979,317.93	29,061,724.54
应收账款	4,122,336.50	395,625.50	2,521,042.78
预付款项			257,300.00
其他应收款	267,677.75	11,769,912.65	7,889,778.55
存货			
其他流动资产			
流动资产合计	67,663,416.26	71,144,856.08	39,729,845.87
非流动资产：			
长期股权投资	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
固定资产	4,219,244.36	3,772,259.45	2,061,767.32
无形资产	43,983.34	45,916.67	51,716.67
其他非流动资产			
非流动资产合计	9,263,227.70	8,818,176.12	7,113,483.99
资产总计	76,926,643.96	79,963,032.20	46,843,329.86

母公司资产负债表（续）

项 目	2015 年 4 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动负债：			
应付账款	48,060,872.79	56,873,297.76	38,140,773.53
预收款项	1,210,000.00	210,000.00	100,000.00
应付职工薪酬		70,959.00	-15,778.37
应交税费	288,223.30	658,944.48	1,315,148.97

其他应付款	5,162,608.56	5,345,923.56	5,630,844.21
其他流动负债			
流动负债合计	54,721,704.65	63,159,124.80	45,170,988.34
非流动负债：			
非流动负债合计			
负债合计	54,721,704.65	63,159,124.80	45,170,988.34
所有者权益：			
股本	5,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
资本公积	559,395.38		
盈余公积	1,124,451.20	1,480,390.74	
未分配利润	15,521,092.73	13,323,516.66	-327,658.48
所有者权益合计	22,204,939.31	16,803,907.40	1,672,341.52
负债和所有者权益总计	76,926,643.96	79,963,032.20	46,843,329.86

2、母公司利润表

单位：人民币元

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	10,792,407.26	46,383,391.27	32,274,862.56
减：营业成本	4,195,021.06	26,650,737.62	22,136,552.62
营业税金及附加	7,977.42	425,502.94	843,848.28
销售费用			
管理费用	1,165,971.17	4,442,732.13	2,659,547.63
财务费用	-55,733.30	-145,496.58	-35,623.72
资产减值损失	78,139.00	-121,841.72	156,911.22
二、营业利润	5,401,031.91	15,131,756.88	6,513,626.53
加：营业外收入			
减：营业外支出		191.00	325,869.95
其中：非流动资产处置 损失			
三、利润总额	5,401,031.91	15,131,565.88	6,187,756.58
减：所得税费用			
四、净利润	5,401,031.91	15,131,565.88	6,187,756.58
五、其他综合收益的税后净额			
六、综合收益总额	5,401,031.91	15,131,565.88	6,187,756.58
七、每股收益			
（一）基本每股收益	1.08		
（二）稀释每股收益			

3、母公司现金流量表

单位：人民币元

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	7,677,933.42	52,252,663.12	31,488,792.54
收到其他与经营活动有关的现金	19,928,370.28	36,824,023.51	22,123,994.06
经营活动现金流入小计	27,606,303.70	89,076,686.63	53,612,786.60
购买商品、接受劳务支付的现金	3,334,764.41	26,056,976.83	14,987,785.69
支付给职工以及为职工支付的现金	1,438,543.63	2,561,911.05	1,951,207.70
支付的各项税费	622,183.80	6,414,139.66	4,160,093.93
支付其他与经营活动有关的现金	17,211,172.22	23,651,340.68	8,358,400.75
经营活动现金流出小计	22,606,664.06	58,684,368.22	29,457,488.07
经营活动产生的现金流量净额	4,999,639.64	30,392,318.41	24,155,298.53
二、投资活动产生的现金流量：			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计			
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	705,555.56	474,725.02	134,024.00
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计	705,555.56	474,725.02	134,024.00
投资活动产生的现金流量净额	-705,555.56	-474,725.02	-134,024.00
三、筹资活动产生的现金流量：			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计			
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计			
筹资活动产生的现金流量净额			
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	4,294,084.08	29,917,593.39	24,021,274.53
加：期初现金及现金等价物余额	58,979,317.93	29,061,724.54	5,040,450.01
六、期末现金及现金等价物余额	63,273,402.01	58,979,317.93	29,061,724.54

4、母公司股东权益变动表

(1) 2015年1-4月母公司股东权益变动表

单位：人民币元

项 目	2015年1-4月				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	2,000,000.00		1,480,390.74	13,323,516.66	16,803,907.40
加：会计政策变更					
前期差错更正					
二、本年年初余额	2,000,000.00		1,480,390.74	13,323,516.66	16,803,907.40
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	3,000,000.00	559,395.38	-355,939.54	-3,203,455.84	
（一）综合收益总额					
（二）股东投入和减少资本					
（三）利润分配					
（四）股东权益内部结转	3,000,000.00	559,395.38	-355,939.54	-3,203,455.84	
1.资本公积转增资本					
2.盈余公积转增资本	355,939.54		-355,939.54		
3.盈余公积弥补亏损					
4.其他	2,644,060.46	559,395.38		-3,203,455.84	
（五）专项储备					
（六）其他					
四、本期期末余额	5,000,000.00	559,395.38	1,124,451.20	10,120,060.82	16,803,907.40

(2) 2014 年度母公司股东权益变动表

单位：人民币元

项 目	2014 年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	2,000,000.00			-327,658.48	1,672,341.52
加：会计政策变更					
前期差错更正					
二、本年年初余额	2,000,000.00			-327,658.48	1,672,341.52
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）			1,480,390.74	13,651,175.14	15,131,565.88
（一）综合收益总额				15,131,565.88	15,131,565.88
（二）股东投入和减少资本					
（三）利润分配			1,480,390.74	-1,480,390.74	
1.提取盈余公积			1,480,390.74	-1,480,390.74	
2.对股东的分配					
3.其他					
（四）股东权益内部结转					
（五）专项储备					
（六）其他					
四、本期期末余额	2,000,000.00		1,480,390.74	13,323,516.66	16,803,907.40

(3) 2013 年度母公司股东权益变动表

单位：人民币元

项 目	2014 年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	2,000,000.00			-6,515,415.06	-4,515,415.06
加：会计政策变更					
前期差错更正					
其他					
二、本年年初余额	2,000,000.00			-6,515,415.06	-4,515,415.06
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）				6,187,756.58	6,187,756.58
（一）综合收益总额				6,187,756.58	6,187,756.58
（二）股东投入和减少资本					
（三）利润分配					
1.提取盈余公积					
2.对股东的分配					
3.其他					
（四）股东权益内部结转					
（五）专项储备					
（六）其他					
四、本期期末余额	2,000,000.00			-327,658.48	1,672,341.52

二、最近两年一期财务会计报告的审计意见

（一）最近两年一期财务会计报告的审计意见

公司 2013 年、2014 年和 2015 年 1 月-4 月的财务会计报告已经经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并由其出具了大信审字[2015]第 11-00197 号标准无保留意见审计报告。

（二）合并报表范围

报告期内，公司纳入合并报表范围的有 1 家子公司，基本情况如下：

子公司全称	子公司简称	注册地	成立日期	经营范围	组织机构代码
哈尔滨粮安天成现代农业服务有限公司	粮安天成	哈尔滨市	2011-12-22	现代农业技术服务；设计、代理、制作、发布国内广告。	58512340-0

续上表

子公司全称	注册资本 (万元)	投资金额 (万元)	投资金额 持股比例 (%)	表决权比例 (%)	报告期内纳入合并范围期间
哈尔滨粮安天成现代农业服务有限公司	500.00	500.00	100.00	100.00	2013-1-1-至 2015-4-30

三、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况和对公司利润的影响

（一）报告期内采用的主要会计政策、会计估计

1、会计期间

本公司会计年度为公历年度，即每年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

2、记账本位币

本公司及子公司以人民币为记账本位币。

3、合并财务报表的编制方法

（1）合并财务报表范围

本公司将全部子公司（包括本公司所控制的单独主体）纳入合并财务报表范围，包括被本公司控制的企业、被投资单位中可分割的部分以及结构化主体。

（2）统一母子公司的会计政策、统一母子公司的资产负债表日及会计期间
子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表时，按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

（3）合并财务报表抵销事项

合并财务报表以母公司和子公司的资产负债表为基础，已抵销了母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易。子公司所有者权益中不属于母公司的份额，作为少数股东权益，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“少数股东权益”项目列示。子公司持有母公司的长期股权投资，视为企业集团的库存股，作为所有者权益的减项，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“减：库存股”项目列示。

（4）合并取得子公司会计处理

对于同一控制下企业合并取得的子公司，视同该企业合并于自最终控制方开始实时控制时已经发生，从合并当期的期初起将其资产、负债、经营成果和现金流量纳入合并财务报表；对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整。

4、现金及现金等价物的确定标准

本公司在编制现金流量表时所确定的现金，是指本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款。在编制现金流量表时所确定的现金等价物，是指持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

5、金融工具

（1）金融工具的分类及确认

金融工具划分为金融资产或金融负债。本公司成为金融工具合同的一方时，确认为一项金融资产或金融负债。

金融资产于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、应收款项、可供出售金融资产。除应收款项以外的金融资产的分类取决于本公司及其子公司对金融资产的持有意图和持有能力等。金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以及其他金融负债。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括持有目的为短期内出售的金融资产；应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产；可供出售金融资产包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产及未被划分为其他类的金融资产；持有至到期投资是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且管理层有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。

(2) 金融工具的计量

本公司金融资产或金融负债初始确认按公允价值计量。后续计量分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、可供出售金融资产及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债按公允价值计量；持有到期投资、贷款和应收款项以及其他金融负债按摊余成本计量；在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产或者衍生金融负债，按照成本计量。本公司金融资产或金融负债后续计量中公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动损益。②可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益。

(3) 本公司对金融资产和金融负债的公允价值的确认方法

如存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值；如不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。估值技术主要包括市场法、收益法和成本法。

(4) 金融资产负债转移的确认依据和计量方法

金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移时，或既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但放弃了对该金融资产控制的，应当终止确认该项金融资产。金融资产满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值与因转移而收到的对价和原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额部分，计入当期损益。部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则应终止确认该金融负债或其一部分。

(5) 金融资产减值

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，按预计未来现金流量(不包括尚未发生的未来信用损失)现值低于账面价值的差额，计提减值准备。如果有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

以成本计量的金融资产发生减值时，计提减值准备。发生的减值损失，一经确认，不再转回。

当有客观证据表明可供出售金融资产发生减值时，原直接计入股东权益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值上升直接计入股东权益。

对于权益工具投资，本公司判断其公允价值发生“严重”或“非暂时性”下跌的具体量化标准、成本的计算方法、期末公允价值的确定方法，以及持续下跌期间的确定依据为：

公允价值发生“严重”下跌的具体量化标准	期末公允价值相对于成本的下跌幅度已达到或超过 50%。
公允价值发生“非暂时性”下跌的具体量化标准	连续 12 个月出现下跌。
成本的计算方法	取得时按支付对价（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为投资成本。
期末公允价值的确定方法	存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值；如不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。
持续下跌期间的确定依据	连续下跌或在下跌趋势持续期间反弹上扬幅度低于 20%，反弹持续时间未超过 6 个月的均作为持续下跌期间。

6、应收款项

本公司应收款项主要包括应收账款、长期应收款和其他应收款。在资产负债表日有客观证据表明其发生了减值的，本公司根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额确认减值损失。

(1) 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	应收款项账面余额（非关联方）在 100.00 万以上（含）或金额占应收款项账面余额 10% 以上的款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，如不存在减值折不计提坏账准备

(2) 按组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据	款项性质及风险特征
账龄分析法组合	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征
关联方组合	黑龙江人民广播电台及所属企业合并财务报表范围内主体间的应收款项具有类似信用风险特征
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄分析法组合	账龄分析法
关联方组合	不计提坏账准备

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备情况：

账 龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	0	0
1 至 2 年	10	10
2 至 3 年	30	30
3 至 4 年	50	50
4 至 5 年	80	80
5 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

单项计提坏账准备的理由	应收账款的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

7、长期股权投资

(1) 初始投资成本确定

对于企业合并取得的长期股权投资，如为同一控制下的企业合并，应当按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额确认为初始成本；非同一控制下的企业合并，应当按购买日确定的合并成本确认为初始成本；以支付现金取得的长期股权投资，初始投资成本为实际支付的购买价款；以发行权益性证券取得的长期股权投资，初始投资成本为发行权益性证券的公允价值；通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本应当按照《企业会计准则第 12 号—债务重组》的有关规定确定；非货币性资产交换取得的长期股权投资，初始投资成本根据准则相关规定确定。

(2) 后续计量及损益确认方法

投资方能够对被投资单位实施控制的长期股权投资应当采用成本法核算，对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算。投资方对联营企业的权益性投资，其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的，无论以上主体是否对这部分投资具有重大影响，投资方都应当按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定，对间接持有的该部分投资选择以公允价值计量且其变动计入损益，并对其余部分采用权益法核算。

(3) 确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

对被投资单位具有共同控制，是指对某项安排的回报产生重大影响的活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，包括商品或劳务的销售和购买、金融资产的管理、资产的购买和处置、研究与开发活动以及融资活动等；对被投资单位具有重大影响，是指当持有被投资单位 20% 以上至 50% 的表决权资本时，具有重大影响。或虽不足 20%，但符合下列条件之一时，具有重大影响：在被投资单位的董事会或类似的权力机构中派有代表；参与被投资单位的政策制定过程；向被投资单位派出管理人员；被投资单位依赖投资公司的技术或技术资料；与被投资单位之间发生重要交易。

8、固定资产

(1) 固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。同时满足以下条件时予以确认：与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；该固定资产的成本能够可靠地计量。

(2) 固定资产分类和折旧方法

本公司固定资产主要分为：房屋建筑物、机器设备、电子设备、运输设备等；折旧方法采用年限平均法。根据各类固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地之外，本公司对所有固定资产计提折旧。

资产类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	20-30	5	3.17-4.75
机器设备	3-5	5	19.00--31.67
电子设备	3-6	5	15.83--31.67
运输设备	8-10	5	9.50--11.88

(3) 融资租入固定资产的认定依据、计价方法

融资租入固定资产为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁。融资租入固定资产初始计价为租赁期开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值较低者作为入账价值；融资租入固定资产后续计价采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提折旧及减值准备。

9、无形资产

(1) 无形资产的计价方法

本公司无形资产按照成本进行初始计量。购入的无形资产，按实际支付的价款和相关支出作为实际成本。投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的

价值确定实际成本,但合同或协议约定价值不公允的,按公允价值确定实际成本。自行开发的无形资产,其成本为达到预定用途前所发生的支出总额。

本公司无形资产后续计量方法分别为:使用寿命有限无形资产采用直线法摊销,并在年度终了,对无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核,如与原先估计数存在差异的,进行相应的调整;使用寿命不确定的无形资产不摊销,但在年度终了,对使用寿命进行复核,当有确凿证据表明其使用寿命是有限的,则估计其使用寿命,按直线法进行摊销。

(2) 使用寿命不确定的判断依据

本公司将无法预见该资产为公司带来经济利益的期限,或使用期限不确定等无形资产确定为使用寿命不确定的无形资产。使用寿命不确定的判断依据为:来源于合同性权利或其他法定权利,但合同规定或法律规定无明确使用年限;综合同行业情况或相关专家论证等,仍无法判断无形资产为公司带来经济利益的期限。

每年年末,对使用寿命不确定无形资产使用寿命进行复核,主要采取自下而上的方式,由无形资产使用相关部门进行基础复核,评价使用寿命不确定判断依据是否存在变化等。

10、职工薪酬

职工薪酬,是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬主要包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

(1) 短期薪酬

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,其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。本公司发生的职工福利费,在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的,按照公允价值计量。企业为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金,以及按规定提取的工会经

费和职工教育经费，在职工提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

(2) 离职后福利

本公司在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

(3) 辞退福利

企业向职工提供辞退福利时，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：企业不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；企业确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

(4) 其他长期职工福利

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，应当按照有关设定提存计划的规定进行处理；除此外，根据设定受益计划的有关规定，确认和计量其他长期职工福利净负债或净资产。

11、收入

(1) 销售商品

销售的商品在同时满足下列条件时，按从购货方已收或应收的合同或协议价款的金额确认销售商品收入：①已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；②既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入企业；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

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

（2）提供劳务

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠的计量，相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：①已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；②已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权相关的经济利益很可能流入并且收入的金额能够可靠地计量时确认让渡资产使用权收入。

本公司主要提供广告代理收入及品牌营销推广服务收入。其中广告代理收入是根据广告代理合同的规定，在广告播出单位完成合同约定的广告播出时确认收入的实现，根据扣除广告代理费后的净额确认收入；

品牌营销推广收入等其他收入是依据与客户签订的合同上约定的业务活动完成时确认收入的实现，按照合同金额确认收入。

12、政府补助

（1）与资产相关的政府补助会计处理

本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，确认为与资产相关的政府补助，与资产相关的政府补助，确认为递延收益，自相关资产可供使用时起，按照相关资产的预计使用期限，将递延收益平均分摊转入当期损益。

（2）与收益相关的政府补助会计处理

除与资产相关的政府补助之外的政府补助，确认为与收益相关的政府补助。分别下列情况处理：用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

区分与资产相关政府补助和与收益相关政府补助的具体标准

若政府文件未明确规定补助对象，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：①政府文件明确了补助所针对的特定项目的，根据该特定项目的预算中将形成资产的支出金额和计入费用的支出金额的相对比例进行划分，对该划分比例需在每个资产负债表日进行复核，必要时进行变更；②政府文件中对用途仅作一般性表述，没有指明特定项目的，作为与收益相关的政府补助。

（二）主要会计政策、会计估计变更情况和对公司利润的影响

财政部于2014年修订和新颁布了《企业会计准则第2号—长期股权投资》等八项企业会计准则，除《企业会计准则第37号—金融工具列报》从2014年度及以后期间实施外，其他准则从2014年7月1日起在执行企业会计准则的企业实施。本公司根据准则规定重新厘定了相关会计政策，本次会计政策变更未对2014年度比较财务报表产生影响。

四、报告期利润形成的有关情况

（一）营业收入及毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析

1、营业收入的主要类别及收入确认、成本核算的具体方法

（1）营业收入的主要类别

公司的主营业务为广告代理以及品牌营销业务，即公司独家代理售卖黑龙江人民广播电台的旅游、地产、金融行业类广告业务，同时公司为客户提供营销活动策划、品牌推广等品牌营销服务。

(2) 收入确认、成本核算的具体方法

①广告代理业务

收入确认方法：广告代理收入是根据广告代理合同的规定，在广告播出单位完成合同约定的广告播出时确认收入的实现，根据扣除广告代理费后的净额确认收入。

成本核算方法：按照合同归集成本，按期结转成本。

报告期内，由于广告代理成本主要为人员成本，且人员难以区分，发生较少，故未单独予以核算。

②品牌营销业务

收入确认方法：依据与客户签订的合同上约定的业务活动完成时确认收入的实现，按照合同金额确认收入。

成本核算方法：按照项目归集，在业务活动完成并确认收入后，结转对应的成本。

2、营业收入的主要构成、变动趋势及原因

(1) 按业务性质分类

报告期内，公司营业收入的分类汇总情况如下：

单位：人民币元

项 目	2015年1-4月		2014年度			2013年度	
	收入	占比 (%)	收入	增长率 (%)	占比占比 (%)	收入	占比占比 (%)
主营业务收入	10,462,218.59	96.94	46,521,740.78	44.14	100.00	32,274,862.56	100.00
其中：广告代理	2,698,072.61	25.00	18,855,921.65	77.98	40.53	10,594,378.99	32.83
品牌营销	7,764,145.98	71.94	27,665,819.13	27.61	59.47	21,680,483.57	67.17
其他业务收入	330,188.67	3.06	-	-		-	

其中：广告制作收入	330,188.67	3.06	-	-		-	
合 计	10,792,407.26	100.00	46,521,740.78	44.14	100.00	32,274,862.56	100.00

公司营业收入 2014 年较 2013 年大幅增长 44.14%，其中广告代理业务收入增长较快，增长达到 77.98%，主要原因为公司 2014 年新增省电台金融类广告的独家代理业务。品牌营销业务收入 2014 年较 2013 年上年增长 27.61%，主要是随着公司业务的长期开展，公司在市场中树立了一定的品牌效应，公司的知名度有所扩大，从而使得业务规模有所增加。

公司致力于成为区域内领先的大型品牌创意及品牌运营、推广服务提供商，品牌营销业务将是公司的重点方向，2015 年公司品牌营销业务继续发力，2015 年 1-4 月该项业务收入占比已超过 70%，公司业务步入良性发展轨道。

(2) 按地区分类

目前公司业务均在黑龙江省内开展，尚未在其他地区开展业务。

3、毛利率分析

公司两年一期的毛利率水平如下表：

单位：人民币元

2015 年 1-4 月

类 别	项 目	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利率 (%)
主营业务	广告代理	2,698,072.61		2,698,072.61	100.00
	品牌营销	7,764,145.98	4,195,021.06	3,569,124.92	45.97
其他业务	广告制作	330,188.67		330,188.67	100.00
合 计		10,792,407.26	4,195,021.06	6,596,386.20	61.13

2014 年度

类别	项目	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利率 (%)
主营业务	广告代理	18,855,921.65		18,855,921.65	100.00
	品牌营销	27,665,819.13	26,650,737.62	1,015,081.51	3.67

合 计		46,521,740.78	26,650,737.62	19,871,003.16	42.71
2013 年度					
类别	项目	营业收入	营业成本	营业毛利	毛利率 (%)
主营业务	广告代理	10,594,378.99		10,594,378.99	100.00
	品牌营销	21,680,483.57	22,136,552.62	-456,069.05	-2.10
合 计		32,274,862.56	22,136,552.62	10,138,309.94	31.41

注：由于广告代理成本主要为人员成本，且人员难以区分，发生较少，故未单独予以核算。

2013 年、2014 年、2015 年 1-4 月毛利率分别为 31.41%、42.71% 和 61.12%。报告期内，公司营业毛利率水平较高且大幅提升。2015 年 1-4 月和 2014 年分别提高了 43.10% 和 35.98%，原因主要有两个方面：一是 2014 年公司与省电台签订了独家代理旅游、地产、金融行业广告的协议，广告代理的业务量大幅增加，而广告代理的毛利率水平是较高，因而拉升了 2014 年的毛利率。二是随着品牌营销收入规模的持续增加以及公益性营销活动承接的减少，品牌营销业务盈利水平明显提高。

4、利润情况

单位：人民币元

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度		2013 年度
	金额	金额	增长率%	金额
营业收入	10,792,407.26	46,521,740.78	44.14	32,274,862.56
营业成本	4,196,021.06	26,650,737.62	20.39	22,136,552.62
营业利润	5,337,565.28	15,941,368.21	148.28	6,420,774.33
利润总额	5,337,565.28	15,941,177.21	161.55	6,094,904.38
净利润	5,337,565.28	15,873,803.57	160.44	6,094,904.38

报告期内，公司利润水平呈大幅上涨趋势，2014 年公司净利润较上年大幅增加达 160.44%，主要是由于公司与省电台签订了独家代理旅游、地产、金融行

业广告的协议，从而增加了毛利率较高的广告代理业务收入规模，此外 2014 年子公司因处置对龙广云绿的长期股权投资而取得投资收益 85.51 万元。

（二）期间费用分析

报告期内，公司的期间费用情况如下：

单位：人民币元

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度		2013 年度
	金额	金额	增长率(%)	金额
营业收入	10,792,407.26	46,521,740.78	44.14	32,274,862.56
管理费用	1,233,802.31	4,626,912.86	64.31	2,816,008.54
财务费用	-60,795.21	-149,055.88	279.17	-39,311.38
期间费用合计	1,173,007.10	4,477,856.98	61.27	2,776,697.16
管理费用占营业收入比重 (%)	11.43	9.95	13.97	8.73
财务费用占营业收入比重 (%)	-0.56	-0.32	166.67	-0.12
期间费用占营业收入比重 (%)	10.87	9.63	11.98	8.60

报告期内，公司管理费用主要包括办公费、税费、职工薪酬、折旧摊销等；财务费用主要包括利息收入及手续费。

公司 2014 年期间费用合计为 4,477,856.98 元，较 2013 年上涨了 61.27%，主要是由于公司业务量的增加致使管理费用增加。报告期内，期间费用费用合计占销售收入的比例呈上升趋势，主要是由于 2014 年管理费用大幅增加所致。

1、报告期内管理费用明细情况如下：

单位：人民币元

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度		2013 年度
	金额	金额	增长率(%)	金额
办公费	256,326.32	860,112.55	5.87	812,412.60
税费	210,408.14	1,642,306.55	190.74	564,863.11

职工薪酬	171,406.23	658,679.76	43.33	459,551.12
折旧与摊销	203,387.66	545,085.25	6.43	512,146.26
差旅费	70,410.70	354,198.49	27.16	278,553.50
其他	321,863.26	566,530.26	200.58	188,481.95
合 计	1,233,802.31	4,626,912.86	64.31	2,816,008.54

2014 年管理费用较 2013 年度大幅增加 64.31%，主要是因为 2014 年补发职工工龄工资引起职工薪酬大幅增加以及文化事业费大幅上升所致。

2、报告期内财务费用明细情况如下：

单位：人民币元

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度		2013 年度
	金额	金额	增长率(%)	金额
手续费	653.50	1,866.89	51.75	1,230.25
利息支出	-61,458.71	-150,922.77	272.27	-40,541.63
合 计	-62,112.21	-149,055.88	279.17	-39,311.38

2014 年财务费用较 2013 年度大幅增加 279.17%，主要是由于 2014 年货币资金增加引起利息收入大幅增加所致。

(三) 报告期内重大投资收益情况

单位：人民币元

被投资单位名称	初始投资额	期初余额	2013 年度确认的投资损益	2014 年度确认的投资损益
哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司	4,000,000.00	3,532,281.31	59,921.05	855,077.64
合 计	4,000,000.00	3,532,281.31	59,921.05	855,077.64

为了突出主业，子公司于 2014 年将所持有的龙广云绿 40% 的股份全部转让给黑龙江广电广告公司，当期因处置该长期股权投资所获投资收益 855,077.64 元。

（四）报告期非经常性损益情况

单位：人民币元

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
营业外收入	-	-	-
营业外支出	-	191.00	325,869.95
处置长期股权投资产生的投资收益		855,077.64	
非经常性损益合计（影响利润总额）	-	854,886.64	-325,869.95
减：所得税影响额	-		
非经常性损益净额（影响净利润）	-	854,886.64	-325,869.95
净利润	5,337,565.28	15,873,803.57	6,094,904.38
扣除非经常性损益后净利润	5,337,565.28	15,018,916.93	6,420,774.33
非经常损益占净利润的比率（%）	-	5.39%	-5.35%

公司 2013 年对外捐赠导致发生营业外支出 325,869.95 元；公司 2014 年营业外支出 191 元为固定资产盘亏损失；2014 年子公司粮安天成因转让所持龙广云绿 40% 的股份而产生投资收益 855,077.64 元。

由于报告各期非经常性损益所涉及金额较小，对公司的盈利能力影响较小，不会影响公司的持续经营能力。

（五）适用的主要税收政策**1、公司的主要税种、税率**

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或提供应税劳务	6%
营业税	应纳税营业额	3%、5%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育费附加	应缴流转税税额	2%

文化事业建设费	广告收入	3%
企业所得税	应纳税所得额	25%（免缴）

根据财政部、国家税务总局于 2013 年 05 月 24 日发布的《关于在全国开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点税收政策的通知》（财税[2013]37 号），本公司自 2013 年 08 月 01 日起，对外提供服务等业务取得收入按照 6% 的增值税税率计缴增值税。

2、税收优惠情况

按照国办发【2014】15 号文《国务院办公厅关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》和财税【2014】84 号文件《财政部 国家税务总局 中宣部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》中的规定，文化事业单位转制为企业的，免征企业所得税，文件执行期限 2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日。公司按照规定享受该项税收优惠政策。

五、财务状况分析

（一）资产的主要构成及减值准备

1、流动资产分析

单位：人民币元

项 目	2015-4-30		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	68,475,408.68	93.87%	64,278,765.71	84.08%	30,012,343.68	73.78%
应收账款	4,128,613.10	5.66%	402,599.50	0.53%	2,521,042.78	6.20%
预付款项	72,000.00	0.10%	-	-	257,300.00	0.62%
其他应收款	267,677.75	0.37%	11,769,912.65	15.40%	7,889,778.55	19.40%
合 计	72,943,699.53	100.00%	76,451,277.86	100.00%	40,680,465.01	100.00%

（1）货币资金

类别	2015-4-30	2014-12-31	2013-12-31
现金	25,573.59	3,484.62	236,767.15
银行存款	68,449,835.09	64,275,281.09	29,775,576.53
合计	68,475,408.68	64,278,765.71	30,012,343.68

(2) 应收账款

①报告期内应收账款及坏账准备情况表如下：

单位：人民币元

账龄	2015-4-30			2014-12-31			2013-12-31		
	账面余额	计提比例%	坏账准备	账面余额	计提比例%	坏账准备	账面余额	计提比例%	坏账准备
1年以内	3,804,850.00	-	-	86,974.00	-	-	1,108,841.78	-	-
1至2年	86,974.00	10.00	8,697.40	350,695.00	10.00	35,069.50	1,569,112.22	10.00	156,911.22
2至3年	350,695.00	30.00	105,208.50	-	30.00	-	-	30.00	-
合计	4,242,519.00	2.68	113,905.90	437,669.00	8.01	35,069.50	2,677,954.00	5.86	156,911.22

报告期内，公司应收账款金额有所波动，主要是由于正常业务往来所致。截至2015年4月30日，公司的应收帐款余额为4,242,519.00元，较2014年底的余额大幅增加，主要原因是与客户的业务往来跨期所导致，财务风险较低。

公司采用备抵法核算应收款项的坏账，期末按账龄分析法并结合个别认定法计提坏账准备，计入当期损益。截至2015年4月30日，公司应收账款账龄均处于3年以内，其中账龄在1年以内的应收账款比例为89.68%，应收账款风险控制在较低水平。公司销售业务均签订销售合同，且要求提前预付款，因此有效控制了欠款的发生。公司在历史上未发生过账款无法收回的情况，应收账款管理情况良好。

②各报告期末应收账款余额前五名债务人情况

截至2015年4月30日，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位：人民币元

单位名称	与本公司关系	期末余额	年限	占应收账款期末余额合计数
------	--------	------	----	--------------

				的比例(%)
中国人民财产保险股份有限公司黑龙江分公司	客户	2,495,947.00	1年以内	58.83
中国工商银行股份有限公司黑龙江分行	客户	426,600.00	1年以内	10.06
黑龙江金玉之堂文化传播公司	客户	401,193.00	1年以内	9.46
黑龙江省香坊实验农场北大荒现代农业园	客户	350,695.00	3年以内	8.27
哈尔滨贯日长虹广告公司	客户	242,027.00	1年以内	5.70
合计	-	3,916,462.00	-	92.31

截至2014年12月31日，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位：人民币元

单位名称	与本公司关系	期末余额	年限	占应收账款期末余额合计数的比例(%)
黑龙江省香坊实验农场北大荒现代农业园	客户	350,695.00	1-2年	80.13
重庆植恩医药销售公司	客户	80,000.00	1年内	18.28
哈尔滨市希望鸟文化传播有限责任公司	客户	6,974.00	1年内	1.59
合计	-	437,669.00	-	100.00

截至2013年12月31日，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位：人民币元

单位名称	与本公司关系	期末余额	年限	占应收账款期末余额合计数的比例(%)
黑龙江滨才房地产开发集团有限公司	购房	1,663,259.00	1-2年	62.11%
黑龙江省金玉之堂文化传播有限公司	客户	500,000.00	1年以内	18.67%
黑龙江省香坊实验农场北大荒现代农业园	客户	350,695.00	1年以内	13.10%
哈尔滨贯日长虹广告有限公司	客户	160,000.00	1年以内	6.00%
黑龙江第七元素广告有限公司	客户	4,000.00	1年以内	0.13%

合计	-	2,677,954.00	-	100.00
----	---	--------------	---	--------

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

④截至2015年4月30日，应收账款余额中无应收关联方款项。

（3）预付款项

①报告期内预付款项按账龄披露情况：

单位：人民币元

账 龄	2015-4-30		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	72,000.00	100.00			257,300.00	100.00
合 计	72,000.00	100.00			257,300.00	100.00

②截至2014年12月31日，预付账款余额中无预付持有本公司5%（含5%）以上表决权的股东欠款情况。

③截至2014年12月31日，预付款项余额中无预付关联方款项。

（4）其他应收款

①报告期内其他应收款及坏账准备情况：

单位：人民币元

类 别	2015-4-30		坏账准备	
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)
1、单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款				
2、按组合计提坏账准备的其他应收款	267,677.75	100.00		
账龄分析法组合	267,677.75	100.00		
关联方组合				

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款				
合 计	267,677.75	100.00		

2014-12-31

类 别	账面余额		坏账准备	
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)
1、单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款				
2、按组合计提坏账准备的其他应收款	11,769,912.65	100.00		
账龄分析法组合	28,062.75	0.24		
关联方组合	11,741,849.90	99.76		
3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款				
合 计	11,769,912.65	100.00		

2013-12-31

类 别	账面余额		坏账准备	
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)
1、单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款				
2、按组合计提坏账准备的其他应收款	7,889,778.55	100.00		
账龄分析法组合	110,000.00	1.39		
关联方组合	7,779,778.55	98.61		
3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款				
合 计	7,889,778.55	100.00		

采用账龄分析法计提坏账准备的其他应收款：

账 龄	2015-4-30			2014-12-31			2013-12-31		
	账面余额	计提比例 %	坏账准备	账面余额	计提比例 %	坏账准备	账面余额	计提比例 %	坏账准备
1 年以内	267,677.75			28,062.75			110,000.00		
合 计	267,677.75			28,062.75			110,000.00		

其他应收款按款项性质分类情况

款项性质	2015-4-30	2014-12-31	2013-12-31
关联方往来	-	11,741,849.90	7,779,778.55
职工备用金	267,677.75	28,062.75	110,000.00
合计	267,677.75	11,769,912.65	7,889,778.55

截至2015年4月30日，公司应收账款余额为267,677.75元，全部为职工备用金欠款，且账龄均在1年以内，因此不需要计提坏账准备。

②截至2015年4月30日，公司不存在控股股东及其他关联方占用公司资金、资产或其他资源的情形。

③各报告期末其他应收款余额前五名债务人情况

截至2015年4月30日，公司其他应收款前五名债务人情况如下：

单位：人民币元

债务人名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备余额
韩洋洋	备用金	109,466.00	1年以内	40.89%	-
李辰	备用金	62,156.00	1年以内	23.22%	-
梁宜男	备用金	50,000.00	1年以内	18.68%	-
张红	备用金	17,000.00	1年以内	6.35%	-
原春彬	备用金	16,200.00	1年以内	6.05%	-
合计	-	254,822.00	-	95.20%	-

截至2014年12月31日，公司其他应收款前五名债务人情况如下：

单位：人民币元

债务人名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备余额
黑龙江人民广播电台	代付工资款	11,741,849.90	1年以内	99.76%	-

王昕	备用金	12,855.75	1年以内	0.11%	-
王志刚	备用金	12,156.00	1年以内	0.10%	-
李辰	备用金	3,051.00	1年以内	0.03%	-
合计	-	11,769,912.65	-	100%	-

截至2013年12月31日，公司其他应收款前五名债务人情况如下：

单位：人民币元

债务人名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备余额
黑龙江人民广播电台	代付工资款	7,779,778.55	1年以内	98.61%	-
姜晔	备用金	70,000.00	1年以内	0.89%	-
赵雷鸣	备用金	40,000.00	1年以内	0.50%	-
合计	-	7,889,778.55	-	100%	-

2、非流动资产

单位：人民币元

项目	2015-4-30		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期股权投资	-	-	-	-	3,592,202.36	55.83%
固定资产	4,798,321.23	99.09%	4,388,664.44	98.97%	2,790,156.67	43.37%
无形资产	43,983.34	0.91%	45,916.67	1.03%	51,716.67	0.80%
合计	4,842,304.57	100%	4,434,581.11	100	6,434,075.70	100

(1) 长期股权投资

①公司长期股权投资报告期内的基本情况如下：

单位：人民币元

项目	2015-4-30	2014-12-31	2013-12-31
----	-----------	------------	------------

项 目	2015-4-30		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期股权投资	-	-	-	-	3,592,202.36	100.00
减：金融资产减值准备	-	-	-	-	-	-
合 计	-	-	-	-	3,592,202.36	100.00

②公司长期股权投资两年报告期的变动情况如下：

单位：人民币元

账 龄	2014-1-1	本期增减变动			2014-12-31	减值准备 期末余额
		追加投资减 少投资	权益法下 确认的投 资收益	计提减 值准备		
哈尔滨龙广云绿电子 商务股份有限公司	3,532,281.31	-4,000,000.00	59,921.05	-	-	-
合 计	3,532,281.31	-4,000,000.00	59,921.05	-	-	-

续上表

账龄	2013-1-1	本期增减变动		2013-12-31	减值准备 期末余额
		权益法下确认 的投资收益	计提减 值准备		
哈尔滨龙广云绿电子 商务股份有限公司	3,532,281.31	59,921.05	-	3,592,202.36	-
合计	3,532,281.31	59,921.05	-	3,592,202.36	-

③2012年4月，公司控股子公司粮安天成入股哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司，持股40%的股份。2014年6月，公司为了突出主业，将所持40%的股份转让给黑龙江广电广告公司。

(2) 固定资产

①报告期内的固定资产原值、折旧、净值等见下表：

单位：人民币元

项 目	2015-1-1	本年增加	本年减少	2015-4-30
一、账面原值合计	6,062,317.02	611,111.12		6,673,428.14
其中：运输工具	3,903,056.77	611,111.12		4,514,167.89

办公设备	386,247.00			386,247.00
电子设备	13,990.00			13,990.00
房屋及建筑物	1,759,023.25			1,759,023.25
二、累计折旧	1,673,652.58	201,454.33		1,875,106.91
其中：运输工具	1,473,114.48	154,496.00		1,627,610.48
办公设备	196,299.52	24,593.20		220,892.72
电子设备	4,238.58	1,476.72		5,715.30
房屋及建筑物	0	20,888.41		20,888.41
三、减值准备合计				
其中：运输工具				
办公设备				
电子设备				
房屋及建筑物				
四、账面价值合计	4,388,664.44			4,798,321.23
其中：运输工具	2,429,942.29			2,886,557.41
办公设备	189,947.48			165,354.28
电子设备	9,751.42			8,274.70
房屋及建筑物	1,759,023.25			1,738,134.84

单位：人民币元

项 目	2014-1-1	本年增加	本年减少	2014-12-31
一、账面原值合计	3,928,153.00	2,137,984.02		6,062,317.02
其中：运输工具	3,533,826.00	369,230.77		3,903,056.77
办公设备	390,067.00		3,820.00	386,247.00
电子设备	4,260.00	9,730.00		13,990.00
房屋及建筑物		1,759,023.25		1,759,023.25
二、累计折旧	1,137,996.33	539,285.25		1,673,652.58
其中：运输工具	1,010,498.42	462,616.06		1,473,114.48

办公设备	126,148.91	73,779.61	3,629.00	196,299.52
电子设备	1,349.00	2,889.58		4,238.58
房屋及建筑物				
三、减值准备合计				
其中：运输工具				
办公设备				
电子设备				
房屋及建筑物				
四、账面价值合计	2,790,156.67			4,388,664.44
其中：运输工具	2,523,327.58			2,429,942.29
办公设备	263,918.09			189,947.48
电子设备	2,911.00			9,751.42
房屋及建筑物				1,759,023.25

单位：人民币元

项 目	2013-1-1	本年增加	本年减少	2013-12-31
一、账面原值合计	3,738,803.00	189,350.00		3,928,153.00
其中：运输工具	3,383,826.00	150,000.00		3,533,826.00
办公设备	350,717.00	39,350.00		390,067.00
电子设备	4,260.00			4,260.00
房屋及建筑物				
二、累计折旧	631,650.07	506,346.26		1,137,996.33
其中：运输工具	576,282.72	434,215.70		1,010,498.42
办公设备	55,367.35	70,781.56		126,148.91
电子设备		1,349.00		1,349.00
房屋及建筑物				
三、减值准备合计				
其中：运输工具				

办公设备				
电子设备				
房屋及建筑物				
四、账面价值合计	3,107,152.93			2,790,156.67
其中：运输工具	2,807,543.28			2,523,327.58
办公设备	295,349.65			263,918.09
电子设备	4,260.00			2,911.00
房屋及建筑物				

①公司主要的固定资产为运输工具、房屋及建筑物，办公设备、电子设备四类，其中运输工具的账面价值占固定资产总价值的60.16%，符合行业业务特点。

②上述房屋及建筑物系公司拥有的哈尔滨滨才城幸福新居一期1-L座6号房产，该房产目前正在办理相关产权登记，尚未取得房产证。

③截至2015年4月30日，公司各项固定资产使用状态良好，不存在减值情况，故未计提固定资产减值准备。

④截至2015年4月30日，公司固定资产无抵押等情况。

(3) 无形资产

报告期内无形资产情况如下：

单位：人民币元

项 目	2013-1-1	本期增加额	本期减少额	2013-12-31
一、原价合计	58,000.00			58,000.00
软件	58,000.00			58,000.00
二、累计摊销额合计	483.33	5,800.00		6,283.33
软件	483.33	5,800.00		6,283.33
三、无形资产减值准备合计				
软件				

四、无形资产账面价值合计	57,516.67	-	-	51,716.67
软件	57,516.67	-	-	51,716.67

单位：人民币元

项 目	2014-1-1	本期增加额	本期减少额	2014-12-31
一、原价合计	58,000.00			58,000.00
软件	58,000.00			58,000.00
二、累计摊销额合计	6,283.33	5,800.00		12,083.33
软件	6,283.33	5,800.00		12,083.33
三、无形资产减值准备合计				
软件				
四、无形资产账面价值合计	51,716.67	-	-	45,916.67
软件	51,716.67	-	-	45,916.67

单位：人民币元

项 目	2015-1-1	本期增加额	本期减少额	2015-4-30
一、原价合计	58,000.00			58,000.00
软件	58,000.00			58,000.00
二、累计摊销额合计	12,083.33	1,933.33		14,016.66
软件	12,083.33	1,933.33		14,016.66
三、无形资产减值准备合计				
软件				
四、无形资产账面价值合计	45,916.67	-	-	43,983.34
软件	45,916.67	-	-	43,983.34

公司的无形资产为2012年12月购入的一套图文播出系统，截至2015年4月30日，无形资产净值为43,983.34元。

3、资产减值准备实际计提及转回情况

(1) 报告期内坏账备计提及转回情况：

单位：人民币元

项 目	2015年1-4月		2014年度		2013年度	
	计提金额	转回金额	计提金额	转回金额	计提金额	转回金额
应收账款	78,836.40			121,841.72	156,911.22	
其他应收款						
合 计	-121,841.72				156,911.22	

(2) 公司固定资产、无形资产等不存在减值迹象，未计提减值准备。

(二) 负债的主要构成及其变化

公司报告期内负债的总体情况如下：

单位：人民币元

项 目	2015-4-30		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付账款	48,844,853.38	87.89%	57,657,278.35	90.07%	39,074,709.53	84.74%
预收款项	1,210,000.00	2.18%	210,000.00	0.33%	100,000.00	0.22%
应付职工薪酬	-	-	70,959.00	0.11%	-15,778.37	-0.03%
应交税费	355,596.94	0.64%	726,318.12	1.13%	1,314,098.97	2.85%
其他应付款	5,162,608.56	9.29%	5,345,923.56	8.35%	5,639,934.21	12.23%
合 计	55,573,058.88	100.00%	64,010,479.03	100.00%	46,112,964.34	100.00%

1、应付账款

(1) 公司应付账款及账龄情况如下

单位：人民币元

项 目	2015-4-30	2014-12-31	2013-12-31
-----	-----------	------------	------------

项 目	2015-4-30		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	8,569,972.03	17.55%	24,309,630.23	42.37%	25,566,530.29	65.43%
1-2年	6,927,233.23	14.18%	21,008,424.88	36.30%	13,273,159.24	33.97%
2-3年	21,008,424.88	43.01%	12,339,223.24	21.33%	-	-
3年以上	12,339,223.24	25.26%	-	-	235,020.00	0.60%
合 计	48,844,853.38	100%	57,867,278.35	100.00%	39,074,709.53	100.00%

公司应付账款主要是与黑龙江广电广告公司和黑龙江人民广播电台等的业务往来所产生的。2014年应付账款较2013年增长了48.09%，主要原因是2014公司因广告代理业增加而代收的广告款大幅增加，而实际控制人省电台及其关联方未严格根据合同协议向公司催收款项，使得公司对关联方欠款金额较大。

(2) 报告期内各期末应付账款余额前五单位情况如下：

①截至2015年4月30日，账龄超过1年的大额应付账款：

单位：人民币元

单位名称	与公司关系	款项性质	金额	占总额的比例(%)
黑龙江广电广告公司	关联方	代理广告款	39,322,581.51	80.51
黑龙江人民广播电台	关联方	代理广告费	9,507,251.87	19.46
哈尔滨希望鸟文化传播有限公司	非关联方	制作费	9,800.00	0.02
哈尔滨啤酒节演出劳务费	非关联方	劳务费	5,220.00	0.01
合 计	-	-	48,844,853.38	100.00

②截至2014年12月31日,应付账款余额前五单位情况：

单位：人民币元

单位名称	与公司关系	款项性质	金额	占总额的比例(%)
黑龙江广电广告公司	关联方	代理广告款	39,322,581.51	67.95

单位名称	与公司关系	款项性质	金额	占总额的比例(%)
黑龙江人民广播电台	关联方	代理广告费	17,899,793.84	30.93
容大（上海）影视制作有限公司	非关联方	制作费	169,625.00	0.29
黑龙江酷派文化传媒有限公司	非关联方	制作费	119,232.00	0.21
哈尔滨中天奕文化传播有限公司	非关联方	制作费	100,000.00	0.17
合计	-	-	57,611,232.35	99.56

③截至2013年12月31日,应付账款余额前五名单位情况:

单位:人民币元

单位名称	与公司关系	款项性质	金额	占总额的比例(%)
黑龙江广电广告公司	关联方	代理广告款	33,347,648.12	85.34
容大（上海）影视制作有限公司	非关联方	广告费	1,296,000.00	3.32
黑龙江盈日影视文化传播有限公司	非关联方	广告费	700,000.00	1.79
哈尔滨圣域视觉设计有限公司	非关联方	广告费	568,482.00	1.45
哈尔滨中天奕文化传播有限公司	非关联方	广告费	388,890.00	1.00
合计	-	-	36,301,020.12	92.90

(3) 截至2015年4月30日, 应付账款中欠关联方情况如下:

关联方名称	关联关系	款项性质	金额	占总额的比例(%)
黑龙江人民广播电台	实际控制人	代理广告款	9,507,251.87	19.46
黑龙江广电广告公司	实际控制人控制的其他企业	代理广告费	38,538,600.92	78.90
合计	-	-	48,045,852.79	98.36

2、预收款项

(1) 公司预收账款账龄结构如下:

单位：人民币元

项 目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
1年以内（含1年）	1,210,000.00	210,000.00	100,000.00
合 计	1,210,000.00	210,000.00	100,000.00

(2) 截至2015年4月30日，预收款项余额中无预收关联方款项。

3、应付职工薪酬

(1) 应付职工薪酬分类列示情况如下：

单位：人民币元

项 目	2013-1-1	本期增加额	本期减少额	2013-12-31
一、短期薪酬	-14,238.82	1,794,604.01	1,796,143.56	-15,778.37
二、离职后福利-设定提存计划	-	148,154.52	148,154.52	-
三、辞退福利				
四、一年内到期的其他福利				
合 计	-14,238.82	1,942,758.53	1,944,298.08	-15,778.37

单位：人民币元

项 目	2014-1-1	本期增加额	本期减少额	2014-12-31
一、短期薪酬	-15,778.37	2,417,247.19	2,330,509.82	70,959.00
二、离职后福利-设定提存计划	-	232,261.65	232,261.65	-
三、辞退福利				
四、一年内到期的其他福利				
合 计	-15,778.37	2,649,508.84	2,562,771.47	70,959.00

单位：人民币元

项 目	2015-1-1	本期增加额	本期减少额	2015-4-30
一、短期薪酬	70,959.00	1,196,681.51	1,267,640.51	
二、离职后福利-设定提存计划		170,903.12	170,903.12	
三、辞退福利				

四、一年内到期的其他福利				
合 计	70,959.00	1,367,584.63	1,438,543.63	

(2) 短期职工薪酬情况:

单位: 人民币元

项 目	2013-1-1	本期增加额	本期减少额	2013-12-31
1.工资、奖金、津贴和补贴		1,564,230.80	1,564,230.80	
2.职工福利费				
3.社会保险费	-14,238.82	119,828.52	121,368.07	-15,778.37
其中: 医疗保险费	-14,238.82	105,742.20	107,281.75	-15,778.37
工伤保险费		8,828.40	8,828.40	
生育保险费		5,257.92	5,257.92	
4.住房公积金		72,288.00	72,288.00	
5.工会经费和职工教育经费		38,256.69	38,256.69	
6.短期带薪缺勤				
7.短期利润分享计划				
合 计	-14,238.82	1,794,604.01	1,796,143.56	-15,778.37

单位: 人民币元

项 目	2014-1-1	本期增加额	本期减少额	2014-12-31
1.工资、奖金、津贴和补贴		2,147,669.00	2,076,710.00	70,959.00
2.职工福利费				
3.社会保险费	-15,778.37	178,506.40	162,728.03	
其中: 医疗保险费	-15,778.37	147,187.84	131,409.47	-
工伤保险费		18,891.05	18,891.05	
生育保险费		12,427.51	12,427.51	
4.住房公积金		74,404.00	74,404.00	
5.工会经费和职工教育经费		16,667.79	16,667.79	

6.短期带薪缺勤				
7.短期利润分享计划				
合 计	-15,778.37	2,417,247.19	2,330,509.82	70,959.00

单位：人民币元

项 目	2015-1-1	本期增加额	本期减少额	2015-4-30
1.工资、奖金、津贴和补贴	70,959.00	1,067,578.30	1,138,537.30	70,959.00
2.职工福利费				
3.社会保险费		67,530.22	67,530.22	
其中： 医疗保险费		55,494.68	55,494.68	-
工伤保险费		8,629.38	8,629.38	
生育保险费		3,406.16	3,406.16	
4.住房公积金		57,184.00	57,184.00	
5.工会经费和职工教育经费		4,388.99	4,388.99	
6.短期带薪缺勤				
7.短期利润分享计划				
合 计	70,959.00	1,196,681.51	1,267,640.51	

(3) 设定提存计划情况：

单位：人民币元

项 目	2013-1-1	本期增加额	本期减少额	2013-12-31
1.基本养老保险		132,000.00	132,000.00	
2.失业保险费		16,154.52	16,154.52	
合 计		148,154.52	148,154.52	

单位：人民币元

项 目	2014-1-1	本期增加额	本期减少额	2014-12-31
1.基本养老保险		214,231.20	214,231.20	
2.失业保险费		18,030.45	18,030.45	

合 计		232,261.65	232,261.65	
单位：人民币元				
项 目	2015-1-1	本期增加额	本期减少额	2015-4-30
1.基本养老保险		161,350.56	161,350.56	
2.失业保险费		9,552.56	9,552.56	
合 计		170,903.12	170,903.12	

(4) 公司严格按照国家部门的规定，为职工按时交纳社会保险、住房公积金等。

(5) 2014年底应付工资余额产生的原因为：公司年底计提当年的年度奖金和12月的应发工资产生，第二年的一月份全部发放完毕。公司在存续期内没有拖欠职工工资的情况发生。

4、应交税费

单位：人民币元

税 种	2015-4-30	2014-12-31	2013-12-31
增值税	118,326.65	376,356.87	758,290.92
水利建设基金			12,503.68
价格调控基金			62,518.41
文化建设费	132,470.55	227,518.67	378,056.57
企业所得税	67,373.64	67,373.64	
城市维护建设税	15,402.89	26,344.97	53,153.86
印花税	5,100.01	3,984.99	5,050.82
地方教育费附加	4,400.83	7,527.14	15,186.82
个人所得税	5,921.14	5,921.14	6,557.67
教育费附加	6,601.23	11,290.70	22,780.22
合 计	355,596.94	726,318.12	1,314,098.97

报告期内，公司未受到主管税务部门重大处罚。

5、其他应付款

(1) 其他应付款明细表：

单位：人民币元

款项性质	2015-4-30	2014-12-31	2013-12-31
关联方往来	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
职工备用金及其他	162,608.56	345,923.56	639,934.21
合 计	5,162,608.56	5,345,923.56	5,639,934.21

(2) 报告期内，各期末其他应付款余额前五单位情况如下：

①截至2015年4月30日，其他应付款余额前五大情况：

单位：人民币元

单位名称	金额	占总额的比例(%)
哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司	5,000,000.00	96.85
张时妍	76,283.00	1.48
丁越	55,960.00	1.08
柳娜	23,335.00	0.45
何瑞	4,053.00	0.08
合 计	5,159,631.00	99.94

②截至2014年12月31日，其他应付款余额前五大情况：

单位：人民币元

单位名称	金额	占总额的比例(%)
哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司	5,000,000.00	93.53
大信会计师事务所	210,000.00	3.93
丁越	55,960.00	1.05

黑龙江省东奥龙智能系统开发有限公司	16,012.00	0.30
邵勇	15,630.00	0.29
合 计	5,297,602.00	99.10

③截至2013年12月31日，其他应付款余额前五单位情况：

单位：人民币元

单位名称	金额	占总额的比例(%)
哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司	5,000,000.00	88.65
张洋	180,000.00	3.19
丁越	78,095.75	1.38
王菲	71,600.00	1.27
程璐	36,240.00	0.64
合 计	5,365,935.75	95.14

(3) 截至2015年4月30日其他应付账款余额中应付关联方款项如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	款项性质	金额	年限	占总额的比例(%)
哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司	受同一控制人控制的企业	股权转让款	5,000,000.00	3年以上	88.65
合 计	-	-	5,000,000.00	-	88.65

2012年黑龙江人民广播电台拨付公司资金500万元用于成立龙广云绿，同期公司子公司粮安天成出资400万参股成立龙广云绿，因此公司未使用该款项。2014年子公司粮安天成将所持龙广云绿40%的股份全部转让给黑龙江广电广告公司。由于尚未与债权人尚未确定还款计划，故目前该笔款项仍未支付。

(三) 股东权益

单位：人民币元

项 目	2015-4-30	2014-12-31	2013-12-31
-----	-----------	------------	------------

股本（实收资本）	5,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
资本公积	559,395.38	-	-
盈余公积	1,124,451.20	1,480,390.74	-
未分配利润	15,529,098.64	13,394,989.20	-998,423.63
归属母公司的所有者权益合计	22,212,945.22	16,875,379.94	1,001,576.37
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	22,212,945.22	16,875,379.94	1,001,576.37

股本及资本公积的变化原因详见“第一节 基本情况”之“五、历史沿革”。

六、管理层对公司最近两年财务状况、经营成果和现金流量状况的分析

（一）财务状况分析

单位：元

项 目	2015-4-30		2014-12-31		2013-12-31
	金额	增长率 (%)	金额	增长率 (%)	金额
流动资产	72,943,699.53	-4.59	76,451,277.86	87.93	40,680,465.01
非流动资产	4,842,304.57	9.19	4,434,581.11	-31.08	6,434,075.70
总资产	77,786,004.10	-3.83	80,885,858.97	71.68	47,114,540.71
流动负债	55,573,058.88	-13.18	64,010,479.03	38.81	46,112,964.34
无非流动负债	-	-	-	-	-
总负债	55,573,058.88	-13.18	64,010,479.03	38.81	46,112,964.34

报告期内，公司的资产和负债规模大幅增加，其中2014年末总资产、总负债较2013年末分别大幅增加71.68%和38.81%；2015年4月末末总资产、总负债较2014年末分别下降3.83%和13.18%。

2014年末流动资产较2013年末大幅增加了87.93%，主要是因为广告代理业务量大幅增加，公司代收广告款而使货币资金大幅上升；2015年4月末流动资产较2014年末下降了4.59%，主要是由于清理收回省电台其他应收款引起的。

2014年末非流动资产较2013年末大幅降低了31.08%，主要是公司出售对龙广云绿的长期股权投资所致；2015年4月末非流动资产较2014年末增加了9.19%，主要是由于新购车辆引起。

2014年末流动负债较2013年末大幅增加了38.81%，主要是因为广告代理业务量大幅增加，公司应支付的代收广告款大幅上升所致；2015年4月末流动负债较2014年末下降了13.18%，主要是因为公司支付代收广告款引起。

公司资产构成配比结构如下：

单位：元

项目	2015-4-30		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
流动资产	72,943,699.53	93.77	76,451,277.86	94.52	40,680,465.01	86.34
非流动资产	4,842,304.57	6.23	4,434,581.11	5.48	6,434,075.70	13.66
总资产	77,786,004.10	100.00	80,885,858.97	100.00	47,114,540.71	100.00

公司2013年末、2014年末、2015年4月末流动资产占总资产的比重分别为86.34%、94.52%和93.77%，公司流动资产占比较高，公司流动资产中主要为货币资金、应收账款构成，公司的资产结构符合广告传媒行业的特点，并与公司的业务较为匹配。

（二）盈利能力分析

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
营业收入（元）	10,792,407.26	46,521,740.78	32,274,862.56
净利润（元）	5,337,565.28	15,873,803.57	6,094,904.38
毛利率（%）	61.13	42.71	31.41
净资产收益率（%）	27.31	177.59	-297.91
基本每股收益（元/股）	1.07	7.94	3.05

报告期内公司净利润呈现上升趋势，2014年净利润较2013年增长160.44%，主要是由于公司与省电台签订了独家代理旅游、地产、金融行业广告的协议，从

而增加了毛利率较高的广告代理业务收入规模，此外2014年因处置对龙广云绿的长期股权投资而取得投资收益85.51万元。

2013年、2014年、2015年1-4月毛利率分别为31.41%、42.71%和61.12%。报告期内，公司营业毛利率水平较高且大幅提升。2015年1-4月和2014年分别提高了43.10%和35.98%，原因主要有两个方面：一是2014年公司与省电台签订了独家代理旅游、地产、金融行业广告的协议，广告代理的业务量大幅增加，而广告代理的毛利率水平是较高，因而拉升了2014年的毛利率。二是随着品牌营销收入规模的持续增加以及公益性营销活动承接的减少，品牌营销业务盈利水平明显提高。

在公司净利润提高的情况，报告期内公司净资产收益率呈下降趋势，这主要是因为报告期初公司存在大额未弥补亏损，从而使得加权平均净资产出现递增的情况。

随着净利润的提高，报告期内公司每股收益大幅增加，2014年每股收益较2013年上升了160.33%。

报告期内，公司销售规模大幅增加，毛利润保持在较高水平且大幅提升，净利润水平逐步上涨，总体而言公司的盈利能力较强。

（三）偿债能力分析

项目	2015-4-30	2014-12-31	2013-12-31
资产负债率（%）	71.13	78.99	96.43
流动比率（倍）	1.31	1.19	0.88
速动比率（倍）	1.31	1.19	0.88

报告期内，公司的资产负债率有所降低，但仍然处于较高的水平，其原因在于：为扶持公司发展，实际控制人省电台及其关联方未严格根据合同协议向公司催收款项，使得公司对关联方欠款金额较大，从而导致公司资产负债率处于较高水平。报告期内，公司的流动比率和速动比率均稳步上升。

公司的负债构成配比结构如下：

项目	2015-4-30		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
应付账款	48,844,853.38	87.89	57,657,278.35	90.07	39,074,709.53	84.74
预收款项	1,210,000.00	2.18	210,000.00	0.33	100,000.00	0.22
应付职工薪酬		-	70,959.00	0.11	-15,778.37	-0.03
应交税费	355,596.94	0.64	726,318.12	1.13	1,314,098.97	2.85
其他应付款	5,162,608.56	9.29	5,345,923.56	8.35	5,639,934.21	12.23
流动负债合计	55,573,058.88	100.00	64,010,479.03	100.00	46,112,964.34	100.00
负债合计	55,573,058.88	100.00	64,010,479.03	100.00	46,112,964.34	100.00

报告期内，公司的负债全部为流动负债，无长期负债，其中短期负债主要由应付账款和其他应付款构成。报告期内，公司负债主要为对关联方的欠款，截至2015年4月30日，应付账款和其他应付款中对关联方的欠款分别为48,829,833.38元和5,000,000.00元，占应收账款和其他应收款的比例分别99.97%和96.85%。为扶持公司发展，实际控制人“省电台”及其他关联方未严格按照合同协议向公司催收款项，从而导致公司资产负债率一直处于较高水平。

截至2015年4月30日，公司应付账款中欠关联方省电台和广电广告分别为9,507,251.87元和39,322,581.51元，2015年8月公司分别与省电台和关联广告就所欠款项签订了《还款协议》，其中对于所欠省电台款项分三期偿还，即2015年11月30日还款4,000,000.00元、2016年5月31日还款3,000,000.00元、2017年8月31日还款2,507,251.87元；对于所欠广电广告剩余款项分三期偿还，即2015年12月31日还款15,000,000.00元、2016年6月30日还款13,000,000.00元、2017年6月30日还款10,538,600.92元。

截至2015年4月30日，公司其他应付款中主要为欠龙广云5,000,000.00元，由于尚未与债权人尚未确定还款计划，故目前该笔款项仍未支付。

从公司债务结构和主要债务到期情况来看，尽管公司资产负债率较高，但主要为对关联方欠款，由于关联方对于公司的扶持，偿还关联方欠款的约定期限较为宽松，故公司偿债能力较强，不能偿还到期债务的风险较低。

(四) 营运能力分析

项目	2015年1-4月	2014年度	2013年度
应收账款周转率（倍）	4.61	29.86	24.10

报告期内，公司应收账款周转率保持在较高水平且有所提高，公司2013年、2014年、2015年1-4月应收账款周转率分别为24.10、29.86和4.61，其中2014年应收账款周转率较2013年提高了23.90%。

总体而言，公司应收账款周转率保持在较高水平且持续提高，公司营运能力较强。

(五) 现金流量分析

单位：元

项目	2015年1-4月	2014年度		2013年度
	金额	金额	增长率（%）	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	4,902,198.53	30,293,867.05	25.63	24,113,459.62
投资活动产生的现金流量净额	-705,555.56	3,972,554.98	-3,064.06	-134,024.00
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	-	-
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	4,196,642.97	34,266,422.03	42.90	23,979,435.62
期末现金及现金等价物余额	68,475,408.68	64,278,765.71	114.17	30,012,343.68

报告期内，公司的持有现金水平维持在较高水平，2013年末、2014年末及2015年4月末公司的现金及现金等价物余额分别为30,012,343.68元、64,278,765.71元和68,475,408.68，其中2014年末现金及现金等价物增加额较2013年提高了42.90%。

2014年公司经营活动产生的现金流量净额较2013年增长了25.63%，主要原因为公司业务收入大幅增加以及因广告代理业务而代收广告款大幅增加引起。

2014年公司投资活动产生的现金流量净额较2013年增加了3,064.06%，主要是为了突出主业，子公司于2014年将所持有的龙广云绿40%的股份全部转让给黑

龙江广电广告公司并收回投资价款4,447,280.00元。

总体而言，公司持有现金的水平较高，在实际控制人支持的情况下，公司在经营活动中获取现金的能力较强。

七、关联方、关联方关系及关联交易

（一）关联方和关联关系

1、关联方的认定标准

根据《公司法》、《企业会计准则第36号—关联方披露》和中国证券监督管理委员会第40号《上市公司信息披露管理办法》，公司关联方认定标准以是否存在控制、共同控制或重大影响为前提条件，并遵循实质重于形式的原则，即判断一方有权决定一个企业的财务和经营政策，并能据以从该企业的经营活动中获取利益，及按照合同约定对某项经济活动所共有的控制，仅在与该项经济活动相关的重要财务和生产经营决策需要分享控制权的投资方一致同意时存在，或对一个企业的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，均构成关联方。关联方包括关联法人和关联自然人。

2、存在控制关系的关联方

关联方名称	持股数（股）	与公司的关系	出资比例	股东性质
黑龙江瑞科数码科技有限公司	2,550,000	控股股东	51%	企业法人
黑龙江人民广播电台	2,450,000	实际控制人	49%	事业单位法人

黑龙江人民广播电台直接持有公司49%的股份，并通过其控制的瑞科数码持有公司51%的股份，合计控制公司100%的股份，因此认定其为公司的实际控制人。

3、不存在控制关系的关联方

关联方名称（姓名）	持股比例（%）	与本公司关系
董家骥	-	董事长

张瑜	-	董事、总经理
李辰	-	董事、副总经理
张大力	-	董事、副总经理
张晔	-	董事
郭新宇	-	监事会主席
程陆勇	-	监事
吴国莉	-	职工监事
王昕	-	财务总监、董事会秘书
黑龙江广电广告公司	-	同一控制人控制的其他企业
黑龙江龙脉影艺影视有限公司	-	同一控制人控制的其他企业
哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司	-	同一控制人控制的其他企业
黑龙江龙脉互动传媒有限责任公司	-	同一控制人控制的其他企业
哈尔滨粮安天成现代农业服务有限公司	-	全资子公司

公司的董事、监事及高级管理人员具体情况参见“第一节 基本情况”之“七、董事、监事和高级管理人员情况”。

除此之外，受同一控制人省电台控制的其他关联企业较多，省电台已出具声明，确认不构成同业竞争关系，也不存在关联交易。

4、关联单位基本情况

(1) 黑龙江省人民广播电台

单位名称	成立日期	注册地	法定代表人	企业性质	上级主管部门
黑龙江人民广播电台	1945-8-20	黑龙江省哈尔滨市汉水路 333 号	杨晶	事业单位	黑龙江省新闻出版广电局

续上表：

单位名称	注册号	法定经营范围
黑龙江人民广播电台	事证第 123000000333	广播新闻、信息、促进经济文化发展。制作播出新闻、文艺、专题等广播节目。

(2) 黑龙江瑞科数码科技有限公司

单位名称	成立日期	注册地	法定代表人	注册资本	股权结构	
黑龙江瑞科数码科技有限公司	2007-12-29	黑龙江省哈尔滨市汉水路 333 号	李皎	200 万元	黑龙江龙脉互动传播有限责任公司	100%
					合计	100%

续上表

单位名称	注册号	法定经营范围
黑龙江瑞科数码科技有限公司	230000100058373	增值电信业务（按增值电信业务经营许可证核定的范围经营）；因特网信息服务业务（不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械、文化、广电等限制性内容（含电子广告））。一般经营项目：设计、制作、代理、发布国内广告；软件开发；网络工程技术服务；系统集成；信息咨询服务；营销策划；销售电子产品、计算机及辅助设备、计算机软件、通信设备（不含无线电发射设备）、家用电器、五金交电、文化体育用品、服装鞋帽、日用百货、手机和手机配件、蔬菜、肉、禽、蛋、水产品、农畜产品。手机维修。商务代理服务。（以上项目需专项许可的除外）。

(3) 黑龙江广电广告公司

单位名称	成立日期	注册地	法定代表人	注册资本	股权结构	
黑龙江广电广告公司	1994-4-12	哈尔滨市南岗区汉水路 333 号	赵鸿洋	50 万元	黑龙江人民广播电台	100%
					合计	100%

续上表：

单位名称	注册号	法定经营范围
黑龙江广电广告公司	230000100037818	设计、制作、发布、代理国内外各类广告业务；信息咨询，室内外装饰，代销百货，家用电器，保健用品，小型农业器械。

(4) 黑龙江龙脉影艺影视有限公司

单位名称	成立日期	注册地	注册资本	法定代表人	股权结构	
黑龙江龙脉影艺影视有限公司	2007-10-10	哈尔滨市南岗区汉水路333号	550万元	焦春溪	黑龙江人民广播电台	100%
					合计	100%

续上表：

单位名称	注册号	法定经营范围
黑龙江龙脉影艺影视有限公司	2301031003812	许可经营项目：时政新闻以外的专题、专栏、综艺、动画、电视剧（基础资质）的节目制作和节目版权的交易、代理交易（广播电视节目制作经营许可证有效期至2015年4月1日）；经营演出经纪业务（经营许可证有效期至2013年12月31日）。一般经营项目：企业形象策划，会议及展览展示服务；设计、制作、发布、代理国内广告业务；摄影服务；婚庆礼仪服务。

(5) 黑龙江龙脉互动传媒有限责任公司

单位名称	成立日期	注册地	注册资本	法定代表人	股权结构	
黑龙江龙脉互动传媒有限责任公司	2007-9-25	哈尔滨市南岗区汉水路333号	150万	赵迎春	黑龙江人民广播电台	100%

续上表：

单位名称	注册号	法定经营范围
黑龙江龙脉互动传媒有限公司	230000100053512	许可经营项目：卫星地面接收设施配套供应及组织安装施工、售后服务维修等相关服务（卫星地面接收设施安装服务许可证有效期至2013年12月29日）。一般经营项目：设计、制作、代理、发布国内广告；软件开发及销售、网络工程技术服务、系统集成；信息咨询服务；百货、农副产品；资料翻译。

(6) 哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司

单位名称	成立日期	注册地	注册资本	法定代表人	股权结构	
哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司	2012-4-16	哈尔滨市南岗区汉水路333号	1000万	赵刚	黑龙江广电广告公司	40%

(7) 哈尔滨粮安天成现代农业服务有限公司

粮安天成系公司全资子公司，基本情况详见“第四节公司财务”之“二、(二)合并报表范围”部分。

(二) 报告期的关联交易

1、经常性关联交易

(1) 购销商品、提供和接受劳务的关联交易

单位：人民币元

2015年1-4月

关联方名称	关联交易类型	关联交易内容	关联交易定价方式及决策程序	金额	占同类交易金额的比例(%)
黑龙江人民广播电台	广告代理收入	广告代理费收入	每年确定统一广告代理价	2,698,072.61	100.00
黑龙江人民广播电台	品牌策划推广成本	购买广播广告时段成本	统一合同价	1,147,168.84	27.35
黑龙江人民广播电台	代收代付广告费	代收广告费	每年确定统一广告代理价	8,066,419.58	100.00

2014年度

关联方名称	关联交易类型	关联交易内容	关联交易定价方式及决策程序	金额	占同类交易金额的比例(%)
黑龙江广电广告公司	广告代理收入	广告代理费收入	每年确定统一广告代理价	10,608,975.58	56.26
黑龙江广电广告公司	品牌策划推广成本	购买广播广告时段成本	统一合同价	1,589,630.96	5.96
黑龙江人民广播电台	广告代理收入	广告代理费收入	每年确定统一广告代理价	8,246,946.07	43.74
黑龙江人民广播电台	品牌策划推广成本	购买广播广告时段成本	统一合同价	2,477,804.04	8.96
黑龙江人民广播电台	品牌策划推广收入	活动举办收入	协商价格	5,960,000.00	21.54

黑龙江人民广播电台	代收代付广告费	代收广告费	每年确定统一广告代理价	13,321,989.80	36.80
黑龙江广电广告公司	代收代付广告费	代收广告费	每年确定统一广告代理价	22,877,165.18	63.20

2013年度

关联方名称	关联交易类型	关联交易内容	关联交易定价方式及决策程序	金额	占同类交易金额的比例(%)
黑龙江广电广告公司	广告代理收入	广告代理费收入	每年确定统一广告代理价	10,594,378.99	100.00
黑龙江广电广告公司	品牌策划推广成本	购买广播广告时段成本	统一合同价	3,913,926.90	17.68
黑龙江广电广告公司	代收代付广告费	代收广告费	每年确定统一广告代理价	22,083,227.59	100.00

①独家代理售卖关联方省电台旅游、地产、金融行业类广告业务系公司的主营业务之一，代理省电台的广告业务有利于公司业务的发展。公司通过签订合作协议的方式获取黑龙江人民广播电台旅游、地产、金融行业的广告独家代理销售权，以直接销售的方式将上述广告资源销售给企业、广告公司等需求方并代收广告价款，公司根据合作协议的约定按照完成代理销售额获得一定比例的返点收入。省电台根据代理广告的行业以及不同类别的广告所占的市场份额不同，制定了不同的返点基数和返点比例。根据公司与省电台签订的合作协议，对于广告代理收费的标准为：完成任务额 100%(含 100%)以前，返点 13%-18%；完成任务额 100%-130% (含 130%) 时，返点 18%-23%；完成任务额 130%-150% (含 150%) 时，返点 23%-28%；完成任务额 150%以上时，返点 28%-33%。公司的广告代理收费标准与同为代理省电台广告的其他关联方的代理收费标准在返点基数和返点比例上略有不同，这主要是由于所代理广告的行业以及不同类别的广告所占的市场份额不同而引起的。公司家代理售卖关联方省电台旅游、地产、金融行业类广告业务具有必要性和公允性，且由于系公司主营业务之一，故未来还将持续发生。

②公司购买省电台广播广告时段资源主要是由于公司在为客户进行品牌营销服务中，需要根据所品牌营销业务的性质确定通过省电台发布活动信息及广告，故公司根据需从关联方采购省电台广播广告时段资源。省电台广告刊例价系由省电台统一制定并对外发布，公司与省电台就广告发布时间段及时间量

结合刊例价协商签订合同，并支付相应的费用。公司购买省电台广播广告时段资源具有必要性和公允性，且由于省电台在黑龙江省具有垄断性质，故未来随着公司品牌营销业务的开展，公司购买省电台广播广告时段资源的关联交易还将持续发生。

（2）关联租赁

单位：人民币元

出租方名称	承租方名称	租赁资产情况	租赁面积	租赁资产涉及金额	租赁起始日	租赁终止日
黑龙江人民广播电台	本公司	房屋	20 平方米	无偿出租	2008-8-15	2018-8-15

省电台无偿出租给公司办公室 20 m²，主要是便于公司为省电台开展广告代理服务，具有必要性和公允性，公司预计在 2 年内将搬离该租赁场所，不会长期持续租赁。

2、偶发性关联交易

单位：人民币元

关联方名称	关联交易类型	关联交易内容	关联交易定价方式及决策程序	交易时间	金额
黑龙江广电广告公司	股权转让	转让持有的哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司的全部股份	评估价格	2014 年	4,447,280.00

2014年8月，公司为了突出主业，将所持有的哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司的40%的股份全部转让给黑龙江广电广告公司，当期因处置子公司长期股权投资所获投资收益855,077.64元。

3、关联方往来款余额

公司各报告期期末对关联方的往来余额如下所示：

类别	关联方	2015-4-30	2014-12-31	2013-12-31
----	-----	-----------	------------	------------

其他应收款	黑龙江人民广播电台	-	11,741,849.90	7,779,778.55
应付账款	黑龙江人民广播电台	9,507,251.87	17,899,793.84	-
	黑龙江广电广告公司	39,322,581.51	39,322,581.51	33,347,648.12
其他应付款	哈尔滨龙广云绿电子商务股份有限公司	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00

为支持公司发展，实际控制人省电台及关联方广电广告未严格根据合同协议向公司催收款项。

截至 2015 年 4 月 30 日，公司应付账款中欠关联方省电台和广电广告分别为 9,507,251.87 元和 39,322,581.51 元，2015 年 8 月公司分别与省电台和关联广告就所欠款项签订了《还款协议》，其中对于所欠省电台款项分三期偿还，即 2015 年 11 月 30 日还款 4,000,000.00 元、2016 年 5 月 31 日还款 3,000,000.00 元、2017 年 8 月 31 日还款 2,507,251.87 元；对于所欠广电广告剩余款项分三期偿还，即 2015 年 12 月 31 日还款 15,000,000.00 元、2016 年 6 月 30 日还款 13,000,000.00 元、2017 年 6 月 30 日还款 10,538,600.92 元。

截至 2015 年 4 月 30 日，公司其他应付款中主要为欠龙广云 5,000,000.00 元，由于尚未与债权人尚未确定还款计划，故目前该笔款项仍未支付。

4、关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

公司主要关联交易和关联往来占比情况如下表：

项 目	2015 年 1-4 月	2014 年度	2013 年度
关联销售占营业收入的比重	25.00%	53.34%	32.83%
关联采购占采购总额的比总	26.93%	15.26%	17.68%
关联其他应收款占比	-	99.76%	98.61%
关联应付账款占比	99.97%	98.89%	85.34%
关联其他应付款占比	96.85%	93.53%	88.65%

报告期内，为扶持公司发展，实际控制人省电台及其关联方未严格根据合同协议向公司催收款项，使得公司对关联方欠款金额较大，从而导致公司资产负债

率处于较高水平，如果未来省电台及关联方因需要而在短时间内集中向公司收回所欠款项，将可能会对公司的财务状况不利影响。

报告期内，对关联方销售占比较高，2013年、2014年、2015年1-4月公司实现关联销售占营业收入比例分别为32.83%、53.34%和25.00%，并且所有涉及省电台广告代理及媒体资源的业务均依赖于关联方，故关联交易对公司成果具有重大影响。此外实际控制人省电台决定着广告“刊例费”的定价水平，省电台对广告“刊例费”的调整也对公司经营构成了重大影响。

（三）关联交易决策程序执行情况

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

股份公司成立后，除《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》对关联交易决策作出规定外，公司还专门制定了《关联交易管理办法》，严格规范关联交易行为。公司亦在积极的清理关联方往来款项余额。

（四）规范和减少关联交易的承诺和措施

由于实际控制人省电台在黑龙江省内具有唯一性，公司与实际控制人省电台之间的关联交易难以避免。为避免关联交易产生利益输送或其他损害其它中小股东的情况，公司的控股股东、实际控制人及董事、监事、高级管理人员已出具《规范及减少关联交易的承诺函》，“承诺将充分尊重龙广传媒的独立法人地位，保障龙广传媒独立经营、自主决策，确保龙广传媒的业务独立、资产完整、人员独立、财务独立，以避免、减少不必要的关联交易；本单位/本人及本单位/本人控制的其他企业将严格控制与龙广传媒及其子公司之间发生的关联交易。本单位/本人及本单位/本人控制的其他企业承诺不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用、挪用龙广传媒及其子公司资金，也不要求龙广传媒及其子公司为本单位/本人及本单位/本人控制的其他企业进行违规担保。如果龙广传媒在今后的经营活动中与本单位/本人及本单位/本人控制的其他企业发生不可避免的关联交易，本单位/本人将促使此等交易按照国家有关法律法规的要

求，严格执行龙广传媒《公司章程》和关联交易决策制度中所规定的决策权限、决策程序、回避制度等内容，充分发挥监事会的作用，并认真履行信息披露义务，保证遵循市场交易的公开、公平、公允原则及正常的商业条款进行交易，本单位/本人及本单位/本人控制的其他企业将不会要求或接受龙广传媒给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件，保护龙广传媒和股东利益不受损害。”

八、提请投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

截至本公开转让说明书签署日，公司无需要披露的重大期后事项、或有事项及其他重要事项。

九、报告期内资产评估情况

报告期内，公司进行了股改资产评估，具体情况如下：

有限公司整体变更设立股份公司，中瑞国际资产评估（北京）有限公司接受委托，以2014年6月30日为评估基准日，对黑龙江龙广之声文化传播有限公司的股东全部权益价值采用成本法进行了评估，并于2014年11月14日出具了《黑龙江龙广之声文化传播有限公司股份制改制上市项目资产评估报告》（中瑞评报字[2014]第1108136号），评估结果如下：

单位：万元

项 目	账面价值	评估价值	增值率（%）
资产总计	6,052.55	6,094.62	0.7
负债总计	5,496.61	5,496.61	0
净资产	555.94	598.01	7.57

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

十、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况及公开转让后的股利分配政策

（一）报告期内股利分配政策

有限公司期间，原公司章程未规定股利分配政策。

（二）报告期内公司的股利分配情况

公司报告期内未进行股利分配。

（三）公开转让后的股利分配政策

根据股份公司最新的《公司章程》规定，公司现行的和公开转让后的股利分配政策如下：

- 1、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。
- 2、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。
- 3、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。
- 4、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。
- 5、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。
- 6、公司持有的本公司股份不参与分配利润。
- 7、公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。公司董事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑公众投资者的利益。

8、公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式来进行利润分配，利润分配不得超过累积可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

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

10、公司利润分配采取现金或者股票方式分配股利。股东违规占有公司资金的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

十一、持续经营能力情况

报告期内，公司连续盈利，收入规模和盈利能力均呈大幅上升的趋势，2014年公司营业收入增长了44.14%，净利润增长了160.44%。

公司依托实际控制人黑龙江人民广播电台的媒体资源优势，专注于广告代理以及品牌营销业务的发展，且与实际控制人签订了独家代理旅游、地产、金融类广告业务的合作经营协议，为公司业务发展提供了有力保障，公司具有持续经营能力。

十二、风险因素

（一）实际控制人变更的风险

公司目前的实际控制人为黑龙江人民广播电台，根据《中共黑龙江省委常委委员会第78次常委会议纪要【2014】26号》、《黑龙江省机构编制委员会关于黑龙江电视台与黑龙江人民广播电台合并组建黑龙江广播电视台的通知【2015】21号》、《中共黑龙江省委组织部关于同意成立黑龙江广播电视台党委的通知》相关文件，将撤销黑龙江人民广播电台和黑龙江电视台建制，组建黑龙江广播电视台。目前两台合并已经开展的工作包括成立了黑龙江广播电视台党委，确定黑龙江广播电视台班子成员。两台合并新的法人资格还没有确立，仍按原法人资质运行，办公室、人力、计财、经管等综合部门已开始合署办公，原正职及副职仍按原分工运行，频率、频道、台出资公司均没有合并，仍处于独立运行状态。

未来随着两台合并的推进，公司的实际控制人将发生变更，如果新的实际控制人对公司的战略规划、业务经营等进行重大调整，将可能对公司的经营产生重

大影响。

（二）公司实际控制人不当控制风险

公司实际控制人省电台直接和间接持有公司 100%的股权，可以通过行使表决权对公司发展战略、经营决策、人事安排和利润分配等重大事项施加影响，若实际控制人利用其控制权对公司进行不当控制，可能给公司经营带来重大风险。

（三）公司治理和内部控制风险

公司于 2015 年 1 月由有限公司整体变更为股份有限公司。股份公司成立后，公司建立了较为健全的治理机构、三会议事规则及具体业务制度，公司内部控制环境得到优化，内部控制制度得到完善。但是，由于股份公司成立至今运营时间较短，公司治理层和管理层的规范意识还需进一步提高，对股份公司治理机制尚需逐步理解、熟悉。此外，内部控制制度尚未在实际经营活动中经过充分的检验，治理结构和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐渐完善。因此股份公司设立初期，公司仍存在一定公司治理和内部控制风险。

（四）广告发布的法律风险

公司从事广告代理业务，其代理的广告发布存在一定的法律风险：

1、广告内容违法的风险

违反法律禁止性规定，违规发布广告；违反社会公序良俗发布广告；贬低竞争对手发布广告；使用虚假广告；侵犯他人知识产权。而公司在广告代理和发布过程中没有履行严格审核业务，致使违法广告得到传播，给公司带来法律诉讼风险。

2、广告程序违法的法律风险

对于特殊的广告发布者例如药品广告，没有履行必要的行政审批程序，违规发布广告，国家相应执法部门给予处罚，从而给公司带来的风险。

（五）市场竞争加剧的风险

尽管广告行业有着人才、资金和品牌认可度等壁垒，但是由于国民经济的持续发展，“中国制造”的强力崛起，在中国发展和成熟了一大批优质企业，这些企业对广告的需求是刚性的，致使一大批中小规模的企业进入行业，行业低端市场竞争激烈，基本处于完全竞争状态。

公司如果不能快速占领市场，提高高端市场的市场占有率，提高“整合营销传播服务”的能力和水平，势必将面临严酷的低端市场的无序竞争，从而公司将可能面临较大的经营风险。

（六）重要业务人员严重流失的风险

广告行业对人才的要求很高，随着广告业的持续发展和新技术的深入应用，具有丰富行业经验和创新性、创意水平的广告人才对公司的业务开展具有重要作用，是公司能在激烈的市场竞争中保持竞争优势、取得持续发展的关键因素。随着广告行业竞争的不断加剧，对广告人才的争夺必将日趋激烈。如果公司未来不能在发展前景、薪酬、福利等方面持续提供具有竞争力的待遇和激励机制，可能会造成专业技术人才的严重流失，这将极大地制约公司的创新能力和长远发展，从而对公司的经营产生不利影响。

（七）受众替代的风险

广告的最终受众是人，广告企业经营成败的决定因素是人们的接受程度，但是人们的消费习惯、价值观、行为方式以及社会结构与制度是不断变化的，如果未来公司不能紧跟潮流因时而变，将会对公司的产生不利影响。

（八）经济环境的风险

广告行业主要是为企业的经营服务的，当国家的经济处于上行期时，各类企业积极投资，扩大生产规模，因此对外宣传的需求就相应增大；当国家的经济处于下行期时就相反。因此，如果未来经济环境发生恶化，将会对公司的经营产生不利影响。

（九）广告代理业务资源依赖实际控制人的风险

报告期内，公司广告代理业务的营业收入占总收入的比例较高，2013年度、2014年度、2015年1-4月分别为32.83%、40.54%和25.00%。公司目前的广告业务资源主要来自实际控制人省电台，公司已与省电台签属了独家代理旅游、房产、金融类广告业务的协议。未来公司如果未能继续获得此项独家代理权利，或者省电台大幅调低代理费用，将会对公司的经营发展产生严重不利影响。

（十）公司规模较小的经营风险

报告期内公司营业收入虽然呈现不断增长的趋势，但与国内大型广告公司相比，规模仍偏较小，随着行业竞争的加剧以及公司发展的需求，对公司规模的要求也在不断的提高，规模小仍是当前制约公司快速发展的不利因素，公司规模小将可能影响公司抵御市场风险的能力，从而对公司经营产生不利影响。

（十一）客户集中的风险

报告期内，公司销售集中度较高，2013年度、2014年度、2015年1-4月对前五大客户累计营业收入占当期营业收入总额的比重分别为63.00%、88.68%、85.62%。如果上述客户由于市场变化、服务质量等原因终止合作或不与公司续约，将会对公司的经营状况产生重大不利影响。

（十二）区域市场风险

公司现阶段的主要业务集中在黑龙江省境内，该地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩，如果不能有效地开拓黑龙江省以外的市场，公司成长将面临一定的瓶颈。同时，业务集中于单一的区域市场，一旦本地区出现不利于公司发展的意外因素，公司将面临较大的市场风险，从而对公司经营产生不利影响。

（十三）媒体渠道成本上升的风险

公司主要的经营成本包括购买电台渠道的成本，但未来受经济发展、城市生活成本上升、电台广告位需求不断增加等因素的影响，公司的渠道成本存在持续增长的风险。虽然公司通过多种形式不断扩充自有渠道资源，并不断提高现有广告渠道的利用率。但如果未来电台媒体渠道成本上升速度过快，将会对公司未来业务经营产生不良的影响。

（十四）关联交易重大依赖的风险

2013年、2014年、2015年1-4月公司向关联方的关联采购金额分别是3,913,926.90元、4,067,435.00元以及1,147,168.84元,占比分别为17.68%、15.26%和26.93%;向关联方销售金额分别为10,594,378.99元、24,815,921.65元以及2,698,072.61元,占比分别为32.83%、53.34%和25.00%,关联采购和销售金额均较高,存在对关联方的重大依赖。

尽管目前公司具有较为独立的业务运作系统,基本具备独立面对市场的能力,但是由于公司主要代理实际控制人省电台的旅游、地产和金融类广告业务,且广播电台具有较强的区域垄断性质,报告期内关联交易金额较大,从而造成了公司在广告代理和广告资源方面依赖于实际控制人的情况,对公司业务独立性具有不利影响。未来公司如果关联交易大幅减少或停止,将会对公司的持续经营能力产生重大不利影响。

(十五) 广告行业机制不完善的风险

目前我国媒体事业产业协调发展的体制机制尚待完善,广播电视广告产业经济效益和社会效益相统一的运行机制尚待协调,行业的成熟与发展还需有一个不断积累经验的过程,如果未来行业机制不能得到有效完善,将会对公司健康发展产生不利影响。

(十六) 广告刊例价调增的风险

刊例价是指每家媒体根据自身的知名度、发行量、发行区域等因素,都会核定适合自己定位的刊例价格。一般实际刊登时都会给客户有折扣,不同的媒体也有不同的折扣,视媒体内部的规定而定。公司盈利主要分为广告代理业务收入和品牌营销业务收入。其中广告代理业务收入为媒介投放支出的采购费与向客户收取的广告发布费之间的差价,而刊例价是“采购费”的重要组成部分。如果省电台大幅调增刊例价,而公司为了稳定客户的需要,难以同步调整收费,这将会对公司的经营业绩产生不利影响。

(十七) 商标的使用权风险

报告期内,公司仅使用实际控制人的一项商标,系“龙”字标识,该商标知识产权归黑龙江省广播电台所有。按照省电台的内部规定,其下属企业全部统一

使用上述商标。公司作为省电台的控股子公司也必须使用此标识。此外，“龙”字标识代表公司为黑龙江广播电台的企业，有利于增加公司的信誉度，便于洽谈业务。公司使用“龙”字标示系省电台规定，但对于公司独立开展业务并无限制。目前黑龙江广播电台仍在使用该商标，尚无转让计划。如果实际控制人收回商标使用权，将会对公司的业务开展和对外宣传产生严重的不利影响。

（十八）资产负债率较高的风险

母公司 2013 年、2014 年和 2015 年 1-4 月的资产负债率分别为 96.43%、78.99%、71.13%，高于同行业公司。公司高负债形成的主要原因为应付省电台和广电广告代理广告款金额较大，实际控制人为支持公司发展，未严格根据合同约定向龙广传媒催款，故导致资产负债率较高。如果未来省电台及关联方因需要而在短时间内集中向公司收回所欠款项，将可能会对公司的财务状况不利影响。

第五节 有关声明

一、申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事签名：

董家骥

张 瑜

李 辰

张大力

张 晔

全体监事签名：

郭新宇

程陆勇

吴国莉

全体高级管理人员签名：

张 瑜

李 辰

张大力

王 昕



黑龙江龙广传媒股份有限公司（公章）

2015年9月18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。

项目负责人签字： 李书春
李书春

项目小组人员签字： 李书春
李书春

苏华椿
苏华椿

林超
林超

法定代表人签字： 王常青
王常青

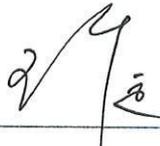


三、申请挂牌公司律师声明

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

律师事务所负责人签名：  _____

李 矩

经办律师签名：  _____
王 庭

 _____
周 芳



四、出具申请挂牌审计报告会计师事务所声明

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

会计师事务所负责人签名： 吴卫星
吴卫星

经办注册会计师签名： 王进 魏成根
王进 魏成根

大信会计师事务所(特殊普通合伙) (公章)



2015年9月18日

第六节 附件

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