

# 厦门华亿传媒集团股份有限公司

XIAMEN HY MEDIA GROUP Co., LTD.



## 公开转让说明书

推荐主办券商



福建省福州市湖东路 268 号

二零一五年十二月

## 声明

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

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

中国证监会、全国股份转让系统公司对本公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或者投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

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

## 重大事项提示

公司特别提醒投资者注意下列风险及重大事项：

### （一）知识产权侵权风险

文化创意产业的产品创造成本高、投入大，但易被模仿传播，且复制成本低。近年来我国知识产权工作取得了长足进步，文化领域知识产权的保护和运用机制已经初步建立，但侵权和盗版的现象仍时有发生，文化创意产业的知识产权侵权风险依然较高。如果公司无法有效保护知识产权，自身的合法权益将难以保障，也会对公司的业务发展造成一定的影响。

### （二）人才流失、短缺的风险

文化创意产业是源自个人创意、技巧及才华的行业，极其依赖个体人脑和人的心智能力。人才资本是文化创意产业最核心的生产要素，能否维持公司文化创意人才队伍的稳定，并不断吸引优秀的人员加盟，关系到公司能否继续保持在行业内的领先优势、经营的稳定性及公司的可持续发展。我国文化创意人才较为紧缺，随着行业竞争日益加剧，行业对人才的需求与日俱增，对行业内企业而言，存在文化创意人才流失、短缺风险。

公司自成立以来，十分注重在人才方面的培养、储备和激励，但文化创意产业市场对专业人才的需求与日俱增，公司仍可能面临专业人才流失的风险。此外，随着公司资产和经营规模的逐渐扩大，公司对文创人才的需求也将逐步加大。如果公司不能及时培养和引进足够的人才，公司亦将面临人才短缺的风险。

### （三）业务区域较为集中的风险

公司以福建省厦门市为主要业务区域，内容产品供应、媒介平台运营、展览展示庆服务等三大主营业务板块的各项业务主要在福建省厦门市及其周边城市开展。目前公司的客户也基本为福建本地客户。厦门地区、福建省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厦门以外的业务市场，以及福建地区以外的客户群体，公司未来在成长上将面临一定的瓶颈。

凭借在区域内的两岸特色、品牌与客户资源、运营经验等竞争优势，公司业务在区域内仍处于稳步增长过程中，但业务区域过于集中使公司业务存在受区域经济波动影响的风险。

### （四）新产品、新服务及新市场开拓计划无法顺利实现的风险

公司是海峡两岸行业领先的文创产业运营商，专注于文化创意产业全产业链运营。为了进一步提升公司的盈利能力，谋求更为广阔的业务发展空间，公司计划在巩固原有业务的基础上拓宽公司产品和服务的范围，开发新产品新服务；同时，公司还将加大市场的拓展力度，并由区域业务向全国业务转型，加快对福建以外市场的开发。但由于文化创意产品的不确定性较高，且新产品、新服务及新市场的开拓对于客户资源获取、运营能力及经验、资质、市场口碑等方面都提出了新的要求，有可能导致公司的经营计划无法顺利实现，进而影响公司未来的业绩。

### （五）业务收入增长趋缓甚至下降的风险

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度营业收入分别为 11,355,177.01 元、37,387,552.94 元、36,095,837.63 元，毛利率分别为 40.08%、52.87%、44.22%，报告期内公司业务收入增长趋缓毛利率下降。公司业务除受春节影响外，无其他季节性因素，2015 年 1-5 月公司业务受到春节影响，且公司媒体资源受到新兴媒体的冲击等因素，收入规模环比出现一定程度的下滑。公司存在业务收入增长趋缓甚至下降的风险。

公司以内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务为核心，兼营文化创意产业多项投资运营等项目，是集杂志出版、内容供应、视觉创意、媒介运营、展览服务、展庆执行等多项商业功能于一体的智力密集型文化创意产业经营实体。公司主要收入类型为广告宣传业务、策划宣传业务、展览展庆业务、书刊编制印发，其中，展览及策划宣传业务仍是公司未来业务收入的主要来源。公司凭借多年的展览承做经验及主题展厅的宣传效果，对政府客户需求的掌握和理解更加敏锐和准确，展览业务已取得不错的成绩和口碑，收入上有继续提升的空间。策划宣传业务为公司主要收入来源之一，公司未来将继续加大业务开发力度，进一步提高公司业绩。

公司拥有的广告媒体资源在 2013 年度及 2014 年度为公司带来稳定的广告宣传收入。但公司拥有的媒体资源形态较为传统，较易受到网络媒体、新媒体等新兴媒体的冲击，预计现有广告宣传业务和书刊编制印发的业务收入增长在未来将进一步放缓。展庆业务受“八项规定”等政府政策的影响，报告期内收入也呈现出下降趋势。报告期内公司开展的部分新项目，如华亿文创的创意门店业务、与台湾投资方共同投资的华亿漫画项目，以及数码速印业务均业绩不佳，影响了公司业务收入的持续增长。

公司已计划继续加强巩固传统业务，并开拓新的媒体和产品服务形式，以发

挥公司的全产业链优势，扩大公司收入规模。但文化创意产业竞争不断加剧，如果公司的原有业务无法保持持续增长，新开发的媒体和产品服务项目亦未能及时产生收益，公司业务收入增长趋缓甚至下降的风险依然存在。

#### （六）毛利率下滑、净利率降低的风险

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度毛利率分别为 40.08%、52.87%、44.22%。公司 2015 年 1-5 月毛利率下滑，公司分项目毛利率分析见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“五、（三）主营业务毛利及毛利率分析”，公司整体毛利率下降的主要影响因素主要系策划宣传业务及展览展庆业务的影响，一方面是由于受收入确认原则的影响，其中涉及的需由财政审核中心审核确认的项目，在财政审核后确认收入；一方面受行业竞争格局的影响，除广播影视、新闻出版等少数细分行业外，国家对文化创意产业在政策上没有准入限制。本行业的市场化程度较高，市场竞争较为充分。由于文化创意产业内涵外延较为广阔，各细分行业之间差异性较大，行业内企业往往专注于某几个细分产业进行发展，且大部分行业内企业普遍规模偏小，尚处于起步阶段，在市场竞争加剧的情况下，企业综合毛利率存在下降风险。

#### （七）公司租赁的一处仓储场所正在搬迁

公司及其子公司在境内共租赁 7 处房屋作为办公、经营、仓储使用（详见本公开转让说明书“第二节 公司业务”之“三、（四）2、生产经营场所的情况”）。其中，华亿文创承租的一处用于仓储的房产，未查出租方就此项房产具有合法出租权，未查此项房产已获房屋产权证，故华亿文创与出租方签订的该项租赁合同存在认定为无效合同或被撤销的潜在风险。虽然华亿文创不存在因该项租赁受到行政处罚的法律风险，不会影响公司的合法合规经营，但华亿文创存在因租赁合同被认定为无效合同或被撤销，进而导致公司无法使用该房产，需要搬迁并承担相应损失的风险。

为避免该项租赁房产存在产权瑕疵给公司带来的潜在风险，华亿文创已决定搬迁仓储场所，并制定了详细的搬迁计划和搬迁时间表，预计于 2015 年 12 月完成物料清点和分类，2016 年 1 月底完成全部搬迁工作。2015 年 11 月 1 日，华亿文创与新出租方签订了《租赁意向书》，意向租赁厦门市鹭江道 52 号海滨大厦底层夹层（面积为 514.52 平方米，租赁期限初步定为 5 年）作为新的仓储场所。

原房产出租方厦门闽运通货运代理有限公司、北京中海物流有限公司已出具承诺，承诺若该项房产存在产权瑕疵或其出租权存在瑕疵而给华亿文创造成损失的，其将承担华亿文创的所有损失。且舞台桁架、音响、画布、桌椅等展庆备用

物料均为可移动物，搬迁难度较小。故该仓储场所的搬迁事项不会影响公司的合法合规经营，亦不会对公司的生产经营活动及持续经营能力构成重大不利影响，不会对公司本次挂牌产生实质性障碍。

#### **（八）公司治理风险**

公司于 2015 年 8 月整体变更为股份公司，股份公司成立时间较短。股份公司成立后，公司逐步建立规范的治理机制，完善了包括但不限于三会议事规则等相关决策管理办法及适应企业现阶段发展的内部控制制度和管理体系，建立健全了公司治理机制。由于股份公司成立时间较短，在相关制度的健全和执行方面仍需假以时日，公司管理层的规范治理及内部控制意识也需在实际运作中进一步提升。随着业务的发展，未来公司的经营管理将对公司治理提出更高要求。因此，公司存在在未来经营中因公司治理不适应公司发展的需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

#### **（九）公司与实际控制人及其下属企事业单位存在相似经营业务，可能存在潜在同业竞争**

公司实际控制人厦门日报社及其下属企事业单位与公司在业务上存在相似经营业务，构成潜在同业竞争的风险。虽然华亿传媒虽然与控股股东、实际控制人厦门日报社及其下属企事业单位存在相似经营业务，但在各相似业务上，华亿传媒与其关联企业均存在明显区隔，并不存在实质性同业竞争；或已采取必要解决措施，尽可能避免同业竞争情况。厦门日报社亦已对未来避免继续发生潜在或实质性同业竞争进行承诺。故厦门日报社及其下属企事业单位的业务不会对华亿传媒及其股东的利益造成损害，华亿传媒与厦门日报社及其下属企事业单位之间的同业情况不会对公司挂牌构成实质性障碍。但在业务调整和经营范围变更方案（详见本节之五、（三）2、厦门日报社为避免下属企事业单位与华亿传媒存在相似业务或经营范围重叠情况，进而发生潜在同业竞争风险的解决措施）通过审批之前，公司与厦门日报社及其下属企事业单位之间的潜在同业竞争风险依然存在。

#### **（十）公司对政府补助存在较大依赖的情形**

报告期内，公司存在较大额的政府补助。2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度公司获得的政府补助分别为 1,151,853.36 元、2,443,023.00 元、3,152,471.00 元，公司获得政府补助的详细情况见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“五、（六）非经常性损益情况”。公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度非经常性损益占净利润比重分别为-369.36%、63.66%、52.40%。从净利润的结构

上看，公司的政府补助占净利润比重较大，对公司的财务状况及经营成果有较大影响。但公司获得的政府补助主要用于补贴公司举办各类文化交流活动或投资建设创意产业项目，公司并未实质从中获利。

由于文化创意产业为国家支持产业，各级政府对文化创意企业的补助将长期存在，文化创意企业获得的政府补助较多是行业内普遍现象，并非公司特例。但公司仍然存在利润来源对政府补助依赖较大的情形。若未来无法取得稳定的政府补助，公司的利润来源将受到影响。

### （十一）华亿漫画投资失败的风险

公司与厦门我样漫画有限公司、厦门华益工贸有限公司等于 2013 年 3 月 15 日共同出资设立厦门华亿漫画，其中公司持股 20%，出资额 300 万元。华亿漫画运行初期，就出现杂志实销率低、现金流倒挂的不利局面，截止至 2013 年 12 月 31 日，华亿漫画累计经营亏损 266.09 万元，根据权益法应确认投资损失 55 万元。为推进华亿漫画授权业务、衍生业务、培训业务等全面发展，公司 2014 年上半年与中国邮政集团公司报刊发行局达成杂志发行全面战略合作及全国千个漫画亭发展战略合作计划，取得一定收益，但仍无法扭转现金流枯竭的局面。后期公司通过多方途径进行交涉谈判均难以达到目的。为避免扩大损失，2014 年 9 月华亿漫画召开董事会，决议自 9 月 30 日华亿漫画停止经营，由于经营管理不善，难以实现营利宗旨，继而缺乏稳定的现金流缴纳员工社保、支付员工工资及偿还公司债务。2014 年 11 月 28 日，公司就劳动争议纠纷承诺解除与陈丽艳等 13 人的劳动关系，并赔偿其经济损失及为其缴交社保。2015 年 2 月 6 日、5 月 11 日及 7 月 20 日，公司因未能偿还其与北京华联印刷有限公司、厦门华彩印业有限公司及广州市人杰彩印厂的印刷款及违约金而分别被起诉，海沧区人民法院对此进行了审理并判决厦门华亿漫画创意有限公司承担相应责任。

由于华亿漫画已严重缺乏清偿能力，未再聘请财务人员，2014 年资产负债表日无法按权益法核算投资损益。鉴于华亿漫画实际经营情况和谨慎性原则，公司对华亿漫画的长期股权投资计提减值至 0，其经营亏损对报告期净利润产生较大的影响。

# 目录

声明.....	1
重大事项提示.....	2
释义.....	9
第一节 基本情况.....	12
一、公司基本情况.....	12
二、股票挂牌情况.....	13
三、挂牌公司股东、股权变化情况.....	14
四、董事、监事、高级管理人员基本情况.....	34
五、报告期内的主要会计数据和财务指标简表.....	36
六、与本次挂牌相关的机构情况.....	38
第二节 公司业务.....	40
一、公司业务情况.....	40
二、公司生产或服务流程及方式.....	54
三、与公司业务相关的关键资源要素.....	66
四、公司主营业务相关情况.....	89
五、公司商业模式.....	100
六、公司所处行业情况.....	101
七、公司未来发展计划.....	127
第三节 公司治理.....	130
一、公司股东大会、董事会、监事会的运行情况及履责情况.....	130
二、公司董事会对公司治理机制执行情况的讨论及评估结果.....	132
三、公司及实际控制人最近两年一期存在的违法违规及受处罚情况.....	136
四、公司的独立性情况.....	143
五、同业竞争情况.....	145
六、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金，或者公司为实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况说明.....	156
七、董事、监事、高级管理人员有关情况说明.....	159
八、董事、监事及高级管理人员报告期内的变动情况.....	166
第四节 公司财务.....	168
一、报告期内公司财务会计报告审计意见.....	168
二、报告期内公司财务报表.....	168
三、公司报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况.....	193
四、最近两年一期的主要财务指标.....	211
五、公司报告期利润形成的有关情况.....	214
六、主要资产情况.....	225
七、主要负债情况.....	243
八、公司股东权益情况.....	251
九、关联方、关联方关系及交易.....	252

十、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 .....	259
十一、资产评估情况 .....	259
十二、股利分配政策和历年分配情况 .....	260
十三、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况 .....	263
十四、可能影响公司持续经营的风险因素及评估 .....	263
第五节 有关声明.....	271
一、本公司全体董事、监事、高级管理人员声明 .....	271
二、主办券商声明 .....	272
三、律师声明 .....	273
四、审计机构声明 .....	274
五、评估机构声明 .....	275
第六节 附件.....	276
一、备查文件 .....	276
二、信息披露平台 .....	276

## 释义

在本公开转让说明书中，除非另有所指，下列词语具有如下含义：

一、常用词语		
本集团、本公司、股份公司、华亿传媒、华亿集团、公司	指	厦门华亿传媒集团股份有限公司(因本公司为整体变更设立,为表述方便,该等称谓在文中部分内容也指公司前身厦门华亿传媒集团有限公司)
有限公司、华亿有限	指	厦门华亿传媒集团有限公司,股份公司前身,曾用名为厦门华亿传媒有限公司
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
证券业协会、协会	指	中国证券业协会
股东大会	指	股份公司股东大会
董事会	指	股份公司董事会
监事会	指	股份公司监事会
三会	指	股东大会、董事会、监事会
“三会”议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》(2005年修订)
《监管办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》(证监会令第85号)
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则(试行)》(股转系统公告[2013]2号)
《标准指引》	指	《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引(试行)》(股转系统公告[2013]18号)
章程、公司章程	指	股份公司的《公司章程》
推荐主办券商、主办券商、兴业证券	指	兴业证券股份有限公司

希格玛会计师事务所、会计师	指	希格玛会计师事务所（特殊普通合伙）
评估机构、中和评估	指	福建联合中和资产评估土地房地产估价有限公司
律师事务所、律师	指	上海锦天城（厦门）律师事务所
全国股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统
全国股份转让系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
公开转让	指	公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并进行公开转让的行为
报告期、最近两年一期	指	2013年、2014年和2015年1-5月
发起人	指	共同发起设立股份有限公司的股东
元、万元	指	人民币元、人民币万元
<b>二、机构名称及专业术语</b>		
建发集团	指	厦门建发集团有限公司
文广集团	指	厦门文广传媒集团有限公司
广电集团	指	厦门广播电视集团
厦门工商	指	厦门市工商行政管理局（厦门市市场监督管理局）
台海杂志	指	厦门台海杂志有限公司，曾用名台海杂志社
华亿内产	指	厦门华亿内容产业有限公司
华亿公关	指	厦门华亿公关传播有限公司
华亿文创	指	厦门华亿文创展务有限公司，曾用名厦门华亿文创产业有限公司
华亿投管	指	厦门华亿投资管理有限公司
华亿速印	指	厦门华亿数码速印有限公司
华亿漫画	指	厦门华亿漫画创意有限公司

翔安投资	指	厦门市翔安投资集团有限公司
海投集团	指	厦门海沧投资集团有限公司
文化创意产业、文创产业	指	基于人们对新技术、新文化的需求，在经济全球化背景下产生的一种以创造力为核心的新兴产业，是一种强调主体文化或文化因素依靠个人(团队)通过技术、创意和产业化的方式开发、营销知识产权的行业。
台赛	指	台海新闻摄影大赛
微电影	指	微型电影，是短片的其中一个类型、小型电影，指的是在电影和电视剧艺术的基础上衍生出来的小型影片，具有完整的情节和观赏性。
IP	指	Intellectual Property，中文为知识产权，指权利人对其所创作的智力劳动成果所享有的财产权利。
户外广告	指	在室外的公共空间，利用公共、自有或他人所有的建筑物、构筑物、场地、空间等向受众传达信息而设立的广告形式，也指此类广告媒体。
媒体公关传播	指	组织运用传播手段，通过媒体向公众传递信息的过程
VI	指	Visual Identity，中文为视觉识别系统，又名企业 VI 视觉设计，将 CI 的非可视内容转化为静态的视觉识别符号
公共关系	指	某一组织为改善与社会公众的关系，促进公众对组织的认识，理解及支持，达到树立良好组织形象、促进商品销售目的等一系列公共活动。

# 第一节 基本情况

## 一、公司基本情况

中文名称：厦门华亿传媒集团股份有限公司

英文名称：XIAMEN HY MEDIA GROUP Co., LTD.

法定代表人：樊亮轩

成立日期：2005年3月11日

整体变更日期：2015年8月18日

注册资本：1,000万元人民币

住所：厦门市思明区吕岭路122号报业大厦1101室

电话：0592-5586688

传真：0592-5135626

电子邮箱：hycm@vip.sina.com

互联网网址：<http://www.hycm.cn/>

董事会秘书：邱一峰

经营范围：广告的设计、制作、代理、发布；会议及展览服务；文化、艺术活动策划；提供企业营销策划服务；对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）；资产管理（法律、法规另有规定除外）；其他未列明文化艺术业；其他未列明批发业（不含需经许可审批的经营项目）。

所属行业：根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司属于“商务服务业（L72）”和“新闻和出版业（R85）”。根据《国民经济行业分类》（GB\_T4754-2011），公司属于“商务服务业（L72）”和“新闻和出版业（R85）”。根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司属于“广告业（L7240）”、“社会经济咨询（L7233）”、“会议及展览服务（L7292）”和“出版业（R852）”。根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司属于“广告（13131010）”、“电影与娱乐（13131011）”和“出版（13131012）”。

主营业务：公司定位为海峡两岸行业领先的文创产业运营商，自设立以来专

注于文化创意产业全产业链运营。公司业务以内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务为核心，兼营文化创意产业多项投资运营等项目，是集杂志出版、内容供应、视觉创意、媒介运营、展览服务、展庆执行等多项商业功能于一体的智力密集型文化创意产业经营实体。

统一社会信用代码：9135020076927131XQ

## 二、股票挂牌情况

### （一）股票挂牌概况

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：1,000万股

挂牌日期：【】年【】月【】日

股票转让方式：协议转让

### （二）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

《公司法》第一百四十一条规定：“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）》第2.8条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人挂牌前直接或间接持有的股份分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股份进行过转让的，该股份的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因

导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

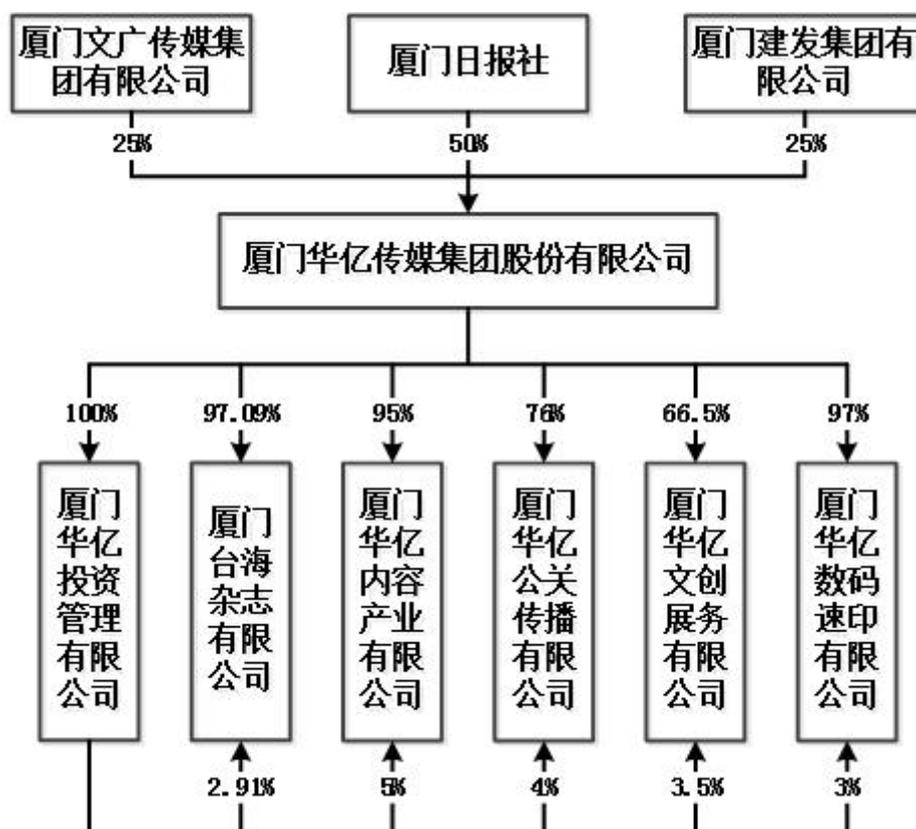
《公司章程》第二十四条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起1年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的25%；离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

公司股东签署承诺函，同意遵照上述《公司法》、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》以及《公司章程》关于股份转让的规定执行。股份公司于2015年8月18日成立，截至本公开转让说明书签署之日股份公司成立未满一年，根据《公司法》及《公司章程》规定，发起人股东所持股份不可转让。因此，本次无可进入股转系统转让的股份。

除上述规定的股份锁定以外，公司全体股东所持股份无冻结、质押或其他转让限制情况，公司股东对其所持股份未做出其他自愿锁定的承诺。

### 三、挂牌公司股东、股权变化情况

#### （一）股权结构图



#### （二）控股股东和实际控制人的基本情况

公司的控股股东、实际控制人为厦门日报社，厦门日报社持有公司 500 万股份，占公司 50% 的股权份额，且根据《厦门华亿传媒有限公司合资合同》及其补充协议，厦门日报社可以决定公司五位董事席位中的三位董事席位，可以对公司决策形成实质性控制。

厦门日报社基本情况如下：

单位名称	厦门日报社		
编号	事证第 13502000080 号		
企业类型	事业单位法人		
法定代表人	李泉佃		
成立日期	1949 年 10 月 24 日		
注册资本	29,358 万元		
住所	厦门市思明区吕岭路 122 号		
经营范围	宣传机关政策，促进机关工作、传播新闻和其他信息，促进社会经济文化发展；主报出版：《厦门日报》、《厦门晚报》、承印各类报刊、书籍、文件等；相关发行：发行《厦门日报》、《厦门晚报》等。广告：广告市场调查、广告设计、广告制作、广告发布、广告信息反馈处理；新闻研究：新闻理论研究、新闻培训、新闻业务交流。		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例
	中共厦门市委	29,358	100.00%
	合计	29,358	100.00%

报告期内，公司控股股东和实际控制人未发生变更。

### （三）前十名股东及持有 5% 以上股份股东的情况

#### 1、前十名股东及持有 5% 以上股份的股东的出资情况

序号	股东名称	出资方式	出资总额(万元)	股数（万股）	出资比例（%）
1	厦门日报社	净资产折股	500.00	500.00	50.00
2	建发集团	净资产折股	250.00	250.00	25.00
3	文广集团	净资产折股	250.00	250.00	25.00
	合计	-	1000.00	1000.00	100.00

#### 2、前十名股东及持有 5% 以上股份的股东的基本情况

（1）厦门日报社，详见本节之“三（二）控股股东和实际控制人的基本情况”。

#### （2）建发集团

企业名称	厦门建发集团有限公司
注册号	350200100002377

企业类型	有限责任公司（国有独资）		
法定代表人	吴小敏		
成立日期	2000年12月6日		
注册资本	450,000万元		
住所	厦门市思明区环岛东路1699号建发国际大厦43楼		
经营范围	1、经营、管理授权范围内的国有资产；2、从事国（境）内外投资；3、房地产开发与经营；4、计算机应用服务业（不含互联网服务业及计算机信息集成）。		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例
	厦门市人民政府国有资产监督管理委员会	450,000.00	100.00%
	合计	<b>450,000.00</b>	<b>100.00%</b>

### （3）文广集团

企业名称	厦门文广传媒集团有限公司		
注册号	350200100019690		
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）		
法定代表人	沈艺奇		
成立日期	2014年1月2日		
注册资本	25,000万元		
住所	厦门市思明区湖滨北路121号广电中心13楼		
经营范围	广告的设计、制作、代理、发布；资产管理（法律、法规另有规定除外）；对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）；非证券类股权投资及与股权投资有关的咨询服务（法律、法规另有规定除外）；文化、艺术活动策划；其他未列明文化艺术业；其他未列明批发业（不含需经许可审批的经营项目）。		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例
	广电集团	25,000.00	100.00%
	合计	<b>25,000.00</b>	<b>100.00%</b>

### （四）公司股份受限制的情况

公司股东均为股份公司发起人，所持有的股份公司的股份，自股份公司成立之日起一年内不得转让。

公司实际控制人厦门日报社需遵照《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》的规定，将其所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。

综上,公司于2015年8月18日由厦门华亿传媒集团有限公司整体变更设立,截至本公开转让说明书签署之日,整体变更设立未满一年,因此公司股东所持股份暂不可进行转让。

除上列情形之外,公司各股东股份不存在质押等转让限制情形、也不存在股权纠纷与潜在纠纷。

### (五) 公司股东之间的关联关系

据核查,公司股东之间不存在关联关系。

### (六) 公司股本形成及变化

#### 1、华亿有限设立

2005年3月1日,厦门工商颁发“登记内名预核字第19200503011076号”《企业名称预先核准通知书》,同意厦门日报社、厦门广播电视集团、厦门建发集团有限公司出资800万元设立厦门华亿传媒有限公司。

2005年3月1日,华亿有限召开股东会,全体股东一致同意选举颜智强、沈艺奇、林晓东、吴小敏、江曙曜为公司董事会成员;选举王文怀为公司监事。2005年3月1日,华亿有限全体股东签订《厦门华亿传媒有限公司章程》。

2005年3月8日,福建华茂有限责任会计师事务所厦门分所出具“闽华茂验字[2005]第3013号”《验资报告》,验证截至2005年3月6日止,公司收到各股东首次缴纳的注册资本合计800万元,均以货币出资。

2005年3月11日,厦门工商颁发注册号为3502001007126的《企业法人营业执照》,核准公司设立登记。公司设立时,名称为厦门华亿传媒有限公司;法定代表人为颜智强;注册资本(实收资本)800万元;住所为思明区吕岭路报业大厦122号1101室;企业类型为有限公司;经营范围为“不从事任何法律、法规规定禁止或需经审批的项目,自主选择经营项目,开展经营活动。(法律规定必须办理审批许可才能从事的经营项目,必须在取得审批许可证明后方可营业。)”

设立时,华亿有限股权结构如下:

序号	股东名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	出资方式	股权比例(%)
1	厦门日报社	400.00	400.00	货币	50.00
2	建发集团	200.00	200.00	货币	25.00
3	广电集团	200.00	200.00	货币	25.00

	合计	800.00	800.00	-	100.00
--	----	--------	--------	---	--------

## 2、华亿有限注册资本第一次变更

2011年7月3日，华亿有限召开股东会，全体股东一致同意华亿有限注册资本由800万元增至1000万元，新增注册资本200万元由未分配利润转增公司资本金，各股东出资额按原投资股本比例相应变更。

2011年9月13日，希格玛会计师事务所厦门分所出具“希会厦验字[2011]第1015号”《验资报告》，验证截至2011年8月31日止，公司已将未分配利润200万元转增实收资本，公司累计注册资本（实收资本）1000万元。

2011年9月22日，厦门市工商局颁发注册号为350200100007927的《企业法人营业执照》，核准公司变更登记。

此次变更后，华亿有限股权结构为：

序号	股东名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	出资方式	股权比例(%)
1	厦门日报社	500.00	500.00	货币、未分配利润	50.00
2	建发集团	250.00	250.00	货币、未分配利润	25.00
3	广电集团	250.00	250.00	货币、未分配利润	25.00
	合计	1,000.00	1,000.00	-	100.00

## 3、华亿有限名称变更

2012年9月26日，华亿有限召开股东会，全体股东一致同意公司名称由“厦门华亿传媒有限公司”变更为“厦门华亿传媒集团有限公司”；修改公司章程相关条款。

2012年10月23日，厦门市工商颁发注册号为350200100007927的《企业法人营业执照》，核准公司此项变更登记。

## 4、华亿有限第一次股权转让

2013年7月9日，厦门广播电视集团向厦门市文化改革发展工作领导小组办公室发出“厦广集[2013]71号”《厦门广播电视集团关于组建厦门文广传媒集团有限公司的请示》，在请示中提及“组建文广传媒集团公司，在注资上先分两步进行：第一步，以货币资金注资设立，计划7月底完成；第二步，将现有全资及控股公司（不含网络股份公司）按资产清查净资产（以2012年12月31日为基准日）注入，同时将现有参股公司按对外投资账面价值划转”。

2013年8月6日，中共厦门市委宣传部出具“厦宣[2013]69号”《中共厦门市委宣传部关于同意组建厦门文广传媒集团有限公司的批复》，确认收悉厦门广播电视集团前述请求，并同意厦门广播电视集团组建厦门文广传媒集团有限公司。

2013年8月15日，厦门广播电视集团就其新创办单位“厦门文广传媒集团有限公司”按前述请示和批复向中共厦门市委宣传部提出《事业单位利用国有资产对外投资申报表》。

2013年8月19日，中共厦门市委宣传部对厦门广播电视集团《事业单位利用国有资产对外投资申报表》出具同意意见，同意厦门广播电视集团将持有的华亿有限25%的股权有偿转让给给厦门文广传媒集团有限公司，作为厦门文广传媒集团有限公司设立时的资产。

2013年9月30日，厦门市财政局对厦门广播电视集团《事业单位利用国有资产对外投资申报表》出具同意意见，同意厦门广播电视集团将持有的华亿有限25%的股权有偿转让给给厦门文广传媒集团有限公司，作为厦门文广传媒集团有限公司设立时的资产。

2014年9月20日，华亿有限召开股东会，全体股东一致同意公司股东厦门广播电视集团将所持有的公司25%股权（认缴注册资本250万元，实缴注册资本250万元），以250万元的价格转让给厦门文广传媒集团有限公司。

2014年10月23日，厦门市工商局颁发注册号为350200100007927的《营业执照》，核准公司此次变更登记。

此次变更后，华亿有限股权结构为：

序号	股东名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	出资方式	股权比例(%)
1	厦门日报社	500.00	500.00	货币、未分配利润	50.00
2	建发集团	250.00	250.00	货币、未分配利润	25.00
3	文广集团	250.00	250.00	货币、未分配利润	25.00
	合计	<b>1,000.00</b>	<b>1,000.00</b>	-	<b>100.00</b>

## 5、华亿有限整体变更为股份有限公司

2014年12月3日，希格玛会计师事务所厦门分所出具“希厦分其字（2014）0079号”《审计报告》，确认截至2014年10月31日，华亿有限账面净资产值为13,946,673.27元。

2014年12月5日，中和评估出具“（2014）榕联评字第486号”《评估报告》，确定截至2014年10月31日，华亿有限净资产的评估值为2122.47万元。

2015年1月6日，厦门日报社、厦门建发集团有限公司、厦门文广传媒集团有限公司签订《发起人协议》，约定共同作为发起人将有限责任公司整体变更为股份有限公司。

2015年4月15日，华亿有限召开临时股东会，全体股东一致同意华亿有限变更为股份有限公司，现有股东作为发起人，各股东持股比例不变；同意经希格玛会计师事务所（特殊普通合伙）审计的，公司截至2014年10月31日的账面净资产值1394.667327万元为依据，折成1000万股，每股面值1元，余额394.667327万元计入资本公积。

2015年4月24日，中共厦门市委宣传部出具《中共厦门市委宣传部关于厦门华亿传媒集团有限公司股份改制及在新三板挂牌资产管理有关事项的批复》（厦委宣[2015]31号），同意厦门华亿传媒集团有限公司整体改制为厦门华亿传媒集团股份有限公司；同意以2014年10月31日作为股改基准日，以2014年10月31日账面资产人民币13,946,673.27元，按1.395:1的折股比例折为股份1,000万股，余额人民币3,946,673.27元作为资本公积。股份公司注册资本为人民币1,000万元，股份总数为1,000万股，每股面值人民币1元，均为普通股，性质为国有法人股；同意厦门日报社、文广集团和建发集团作为公司发起人，其中：厦门日报社持有500万股，占股50%，文广集团持有250万股，占股25%，建发集团持有250万股，占股25%；同意厦门华亿传媒集团有限公司改制为厦门华亿传媒集团股份有限公司后，将公司股票向全国中小企业股份转让系统有限公司申请挂牌。

2015年4月30日，华亿传媒召开股份公司第一次股东大会，出席会议的发起人及代表共3人，代表股份1000万股，占公司有表决权股份总额的100%。会议审议通过了华亿传媒整体变更为股份公司的相关议案；选举产生了公司第一届董事会和第一届监事会；审议通过了公司章程。

2015年6月5日，厦门市财政局出具《厦门市财政局关于厦门华亿传媒集团有限公司股份改制及在新三板挂牌资产管理有关事项的批复》（厦财教[2015]31号），同意厦门华亿传媒集团有限公司全部资产改制为厦门华亿传媒集团股份有限公司；同意厦门华亿传媒集团有限公司改制为厦门华亿传媒集团股份有限公司后，将向全国中小企业股份转让系统有限公司申请挂牌。2015年6月16日，希格玛出具“希会验字(2015)0063号”《验资报告》，验证截至2015

年 6 月 16 日止，公司（筹）之全体发起人已以其拥有的华亿有限截至 2014 年 10 月 31 日止经审计的净资产 13,946,673.27 元折股投入公司（筹），其中 1000 万元折合为公司（筹）的股本，股本总额共 1000 万股，每股面值 1 元，净资产折合股本后的余额 3,946,673.27 元转为资本公积。

2015 年 8 月 18 日，厦门工商颁发注册号为 350200100007927 的《营业执照》，核准公司变更登记。

华亿传媒变更设立为股份公司后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量 (万股)	出资方式	出资时间	持股比例 (%)
1	厦门日报社	500.00	净资产折股	2015.8	50.00
2	建发集团	250.00	净资产折股	2015.8	25.00
3	文广集团	250.00	净资产折股	2015.8	25.00
	合计	<b>1,000.00</b>	-	-	<b>100.00</b>

截至本公开转让说明书签署之日，股份公司的部分财产尚未办妥权属变更登记手续。公司全体股东已承诺及时办理好相关手续，并报公司登记机关备案。因公司系有限公司整体变更而来，原有限公司的权利义务将由公司概括承受，上述资产权属文件尚未更名不会影响公司对于该等财产的独立、排他及完整的权利，不影响公司资产独立性，该事项不会对公司现行业务的开展造成重大影响。

### （七）国资主管部门关于公司设立、注册资本变更、股权转让、股份改制及挂牌事项的批复

#### 1、国资主管部门关于设立华亿有限的审批

华亿有限设立时公司股东为厦门日报社、广电集团、建发集团。

厦门日报社系事业单位法人。2004 年 12 月 1 日厦门日报社向中共厦门市委宣传部出具《关于厦门日报社参与组建华亿传媒有限公司的请示》，请示“厦门日报社拟出资 400 万元人民币参与组建厦门华亿传媒有限公司，请市委宣传部批准。”2004 年 12 月 8 日，中共厦门市委宣传部批复同意厦门日报社的前述申请。

广电集团系事业单位法人，2004 年 12 月 2 日，厦门广播电视集团向中共厦门市委宣传部出具《关于厦门广播电视集团参与组建厦门华亿传媒有限公司的请示》，请示“厦门广播电视集团拟出资 200 万元参与组建厦门华亿传媒有限公司，请市委宣传部批准。”2004 年 12 月 8 日，中共厦门市委宣传部批复同意厦门广播电视集团的前述申请。

建发集团系国有独资企业法人。根据 2000 年 2 月 29 日厦门市人民政府办公厅印发《厦门市人民政府关于商贸国企改革有关问题的会议纪要》（[2000]020 号）、2000 年 3 月 23 日厦门市人民政府出具《厦门市人民政府关于授权厦门建发集团有限公司国有资产经营的批复》（厦府[2000]综 028 号），厦门建发集团有限公司为国有资产运营机构。2005 年 2 月建发集团召开董事会，作出“厦建发董纪要[2005]2 号”《厦门建发集团有限公司董事会决议》，全体董事一致同意，“根据市政府提议，我司与厦门日报社、厦门广电集团合资成立厦门华亿传媒有限公司，参与筹办 2006 年在厦举办的奥林匹克合唱节。同意公司以现金 200 万元出资，占新公司 25% 的股权。”

## 2、国资主管部门关于华亿有限注册资本变更的审批

华亿传媒以未分配利润转增注册资本事项应依《中华人民共和国企业国有资产法》第三十条之规定履行相关手续，该条规定“国家出资企业合并、分立、改制、上市，增加或者减少注册资本，发行债券，进行重大投资，为他人提供大额担保，转让重大财产，进行大额捐赠，分配利润，以及解散、申请破产等重大事项，应当遵守法律、行政法规以及企业章程的规定，不得损害出资人和债权人的权益。”该法第三十三条规定“国有资本控股公司、国有资本参股公司有本法第三十条所列事项的，依照法律、行政法规以及公司章程的规定，由公司股东会、股东大会或者董事会决定。由股东会、股东大会决定的，履行出资人职责的机构委派的股东代表应当依照本法第十三条的规定行使权利。”该法第十三条规定“履行出资人职责的机构委派的股东代表参加国有资本控股公司、国有资本参股公司召开的股东会会议、股东大会会议，应当按照委派机构的指示提出提案、发表意见、行使表决权，并将其履行职责的情况和结果及时报告委派机构。”

公司此次注册资本变更系以未分配利润按股东原持股比例进行转增，符合《中华人民共和国企业国有资产法》第三十条的情形，属于董事会、股东会决定事项，无需取得股东单位主管部门的审批意见。华亿传媒此次未分配利润转增注册资本事项，已依企业国有资产法和公司章程之规定，经公司董事会、股东会表决通过，未损害出资人和债权人的权益，本次注册资本变更合法合规。

## 3、国资主管部门关于华亿有限第一次股权转让的审批

华亿传媒自设立至今，共发生一次股东股权转让事项，系由华亿传媒原股东厦门广播电视集团将其所持的华亿传媒股权划转至其全资子公司，该股权划转事项、以账面价值定价、以非市场竞价方式转让等三个事项均已经厦门广播电视集团的主管部门中共厦门市委宣传部审批通过，并报经厦门市财政局审批通过。

2013年7月9日，厦门广播电视集团发出“厦广集[2013]71号”《厦门广播电视集团关于组建厦门文广传媒集团有限公司的请示》，申请组建文广传媒集团公司，在注资上先分两步进行：第一步，以货币资金注资设立，计划7月底完成；第二步，将现有全资及控股公司（不含网络股份公司）按资产清查净资产（以2012年12月31日为基准日）注入，同时将现有参股公司按对外投资账面价值划转。2013年8月6日，中共厦门市委宣传部出具“厦宣[2013]69号”《中共厦门市委宣传部关于同意组建厦门文广传媒集团有限公司的批复》，确认收悉厦门广播电视集团前述请求，并同意厦门广播电视集团按前述请示所定方案组建厦门文广传媒集团有限公司。

2013年8月15日，厦门广播电视集团依前述请示和批复向中共厦门市委宣传部提出《事业单位利用国有资产对外投资申报表》，将厦门广播电视集团持有的华亿有限25%的股权以账面价值作价转让给厦门文广传媒集团有限公司。2013年8月19日，中共厦门市委宣传部批复同意该《事业单位利用国有资产对外投资申报表》。2013年9月30日，厦门市财政局批复同意该《事业单位利用国有资产对外投资申报表》。

4、国资主管部门关于华亿有限整体变更为股份公司、全国股份转让系统挂牌事项的审批

公司股东厦门日报社系事业单位，文广集团系事业单位广电集团下属全资子公司，故上述两位法人股东应依《事业单位国有资产管理暂行办法》之规定，通过其主管部门获得厦门市财政局关于同意其对外投资企业进行股份改制及到全国中小企业股份转让系统挂牌交易的许可。

2014年8月12日，厦门日报社召开党委会议，会议同意并支持华亿传媒申请新三板挂牌。2014年9月30日，厦门广播电视集团由沈艺奇总裁主持，召开总裁办公会议，会议听取了文广集团关于支持华亿传媒在新三板挂牌事宜的汇报，原则同意支持华亿传媒在新三板挂牌。后厦门日报社、广电集团向厦门市财政局呈请华亿传媒股份改制和新三板挂牌事项。

2015年6月5日，厦门市财政局出具《厦门市财政局关于厦门华亿传媒集团有限公司股份改制及在新三板挂牌资产管理有关事项的批复》（厦财教[2015]31号），同意厦门华亿传媒集团有限公司全部资产改制为厦门华亿传媒集团股份有限公司；同意厦门华亿传媒集团有限公司改制为厦门华亿传媒集团股份有限公司后，将公司股票向全国中小企业股份转让系统有限公司申请挂牌。

公司股东建发集团系国有独资企业法人。2000年2月29日厦门市人民政府办公厅印发《厦门市人民政府关于商贸国企改革有关问题的会议纪要》

([2000]020号)、2000年3月23日厦门市人民政府出具《厦门市人民政府关于授权厦门建发集团有限公司国有资产经营的批复》(厦府[2000]综028号)，授权厦门建发集团有限公司为国有资产运营机构，故厦门建发集团有限公司有权决定同意公司的设立及公司将公司股票向全国中小企业股份转让系统有限公司申请挂牌。2015年4月16日，经建发集团战略管理部负责人、总经理审批同意，建发集团出具《同意华亿传媒改制及申请挂牌的回函》，同意华亿有限整体变更为股份有限公司、到全国中小企业股份转让系统挂牌。

#### (八) 公司股东中私募投资基金管理人或私募投资基金的登记备案情况

公司共有三名法人股东，法人股东的基本情况详见本节之“三、(三)前十名股东及持有5%以上股份股东的情况”。公司三名股东均并非专门从事投资活动，且资金来源均为股东自有资金，不存在任何非公开募集资金的过程，故公司股东不属于私募投资基金管理人或私募投资基金，无需按照《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法(试行)》规定履行备案登记手续。

#### (九) 公司的全资子公司、控股子公司基本情况及历史沿革

截至本公开转让说明书签署之日，公司共有台海杂志、华亿内产、华亿公关、华亿文创、华亿投管、华亿速印等6家全资或控股子公司。

### 1、台海杂志

#### (1) 基本情况

企业名称	厦门台海杂志有限公司		
注册号	350203100007745		
企业类型	其他有限责任公司		
法定代表人	连月美		
成立日期	2013年9月30日		
注册资本	103.00万元		
住所	厦门市思明区吕岭路122号报业大厦11层1101室之12单元		
经营范围	从事台海杂志策划、采写、拍摄、编辑、出版、发行的筹备；图文设计；广告设计、制作、代理、发布。		
股权结构	股东	出资额(万元)	股权比例
	厦门华亿传媒集团股份有限公司	100.00	97.09%
	厦门华亿投资管理有限公司	3.00	2.91%

	<b>合计</b>	<b>103.00</b>	<b>100.00%</b>
<b>治理结构</b>	执行董事兼总经理：连月美；监事：邱一峰		

## (2) 历史沿革

### ① 台海杂志的设立

2013年9月30日，华亿有限出资设立台海杂志，注册资本100万元。2013年9月6日，希格玛会计师事务所厦门分所出具“希会厦分验字（2013）0035号”《验资报告》验证公司股东100万元出资到位。

2013年9月30日，台海杂志取得了厦门市思明区工商局颁发的《企业法人营业执照》。

台海杂志设立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	认缴出资额 (万元)	出资方式	持股比例(%)
1	公司	100.00	100.00	货币	100.00
	<b>合计</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	-	<b>100.00</b>

### ② 台海杂志第一次增资

2015年4月29日，台海杂志股东出具股东决定，决定公司注册资本（实收资本）由100万元增加至103万元，新增注册资本3万元由新股东华亿投管以货币形式增资。2015年4月29日，希格玛会计师事务所厦门分所就前述增资事项出具“希厦分验字（2015）0012号”《验资报告》验证台海杂志新增注册资本3万元到位。

2015年5月29日，台海杂志取得厦门市思明区工商局颁发的新《法人营业执照》。

增资后，台海杂志股权结构变更为：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	持股比例(%)
1	公司	100.00	100.00	货币	97.09
2	华亿投管	3.00	3.00	货币	2.91
	<b>合计</b>	<b>103.00</b>	<b>103.00</b>	-	<b>100.00</b>

## 2、华亿内产

### (1) 基本情况

企业名称	厦门华亿内容产业有限公司		
注册号	350203200334909		
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
法定代表人	林婧		
成立日期	2012年9月3日		
注册资本	260.00万元		
住所	厦门市思明区吕岭路122号11层1101室之1110、1111单元		
经营范围	图书、报刊零售；广告的设计、制作、代理、发布；其他未列明文化艺术业；专业化设计服务。（原经营范围为：图书、报刊零售；广告的设计、制作、代理、发布；文化、艺术活动策划；专业化设计服务。）		
股权结构	<b>股东</b>	<b>出资额（万元）</b>	<b>股权比例</b>
	厦门华亿传媒集团股份有限公司	247.00	95.00%
	厦门华亿投资管理有限公司	13.00	5.00%
	<b>合计</b>	<b>260.00</b>	<b>100.00%</b>
治理结构	执行董事兼总经理：林婧；监事：邱一峰		

## （2）历史沿革

### ①华亿内产的设立

2012年9月3日，华亿有限出资设立华亿内产，注册资本260万元，实收资本100万元。2012年7月3日，希格玛会计师事务所厦门分所出具“希会厦分验字[2012]1016号”《验资报告》，验证公司第一期注册资本（实收资本）100万元到位。

2012年9月3日，华亿内产取得思明区工商局颁发的《企业法人营业执照》。

华亿内产设立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资方式	持股比例（%）
1	公司	247.00	87.00	货币	95.00
2	华亿投管	13.00	13.00	货币	5.00
	<b>合计</b>	<b>260.00</b>	<b>100.00</b>	-	<b>100.00</b>

### ②华亿内产实收资本变更

2014年6月25日，华亿内产召开股东会，公司全体股东一致同意公司股东按公司章程约定缴纳第二期出资160万元，华亿内产实收资本由100万元增加至260万元。2014年6月26日，希格玛会计师事务所厦门分所出具“希厦分验字[2014]0018号”《验资报告》，验证华亿内产第二期注册资本（实收资本）160万元到资。

2014年7月24日，华亿内产到厦门市思明区工商局就公司实收资本变更情况进行备案。

实收资本变更后，华亿内产股权结构变更为：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	持股比例(%)
1	公司	247.00	247.00	货币	95.00
2	华亿投管	13.00	13.00	货币	5.00
	<b>合计</b>	<b>260.00</b>	<b>260.00</b>	-	<b>100.00</b>

### ③华亿内产经营范围变更

2015年9月16日，华亿内产召开股东会，全体股东一致同意，华亿内产经营范围变更为“图书、报刊零售；广告的设计、制作、代理、发布；其他未列明文化艺术业；专业化设计服务”；相应地修改公司章程相关条款。同日，公司出具章程修正案。

2015年9月29日，厦门市思明区市场监督管理局出具统一社会信用代码91350203051168030G号《营业执照》，核准华亿内产经营范围的前述变更。

## 3、华亿公关

### (1) 基本情况

企业名称	厦门华亿公关传播有限公司		
注册号	350205200034220		
企业类型	有限责任公司（国有控股）		
法定代表人	樊亮轩		
成立日期	2012年5月14日		
注册资本	325.00万元		
住所	厦门市海沧区海沧街道钟林路8号海投大厦9层904室		
经营范围	1、企业管理咨询；2、广告设计、制作、代理、发布；3、其他未列明商务服务业（不含需经许可审批的项目）；4、其他未列明文化艺术业。（原经营范围为：1、大型公关、商业活动策划、媒体视觉内容策划、企业形象策划；2、品牌营销市场推广；3、广告设计、制作、代理、发布。）		
股权结构	<b>股东</b>	<b>出资额（万元）</b>	<b>股权比例</b>
	厦门华亿传媒集团股份有限公司	247.00	76.00%
	厦门全景公共关系咨询有限公司	65.00	20.00%
	厦门华亿投资管理有限公司	13.00	4.00%
	<b>合计</b>	<b>325.00</b>	<b>100.00%</b>
治理结构	董事长：樊亮轩；董事兼总经理：张国荣；董事：李廷辉；监事：邱一峰		

(2) 历史沿革

①华亿公关的设立

2012年5月14日，华亿有限、华亿投管出资设立华亿公关，注册资本（实收资本）为260万元。2012年4月27日，希格玛会计师事务所厦门分所出具“希厦分验字[2012]1011号”《验资报告》，验证华亿公关注册资本（实收资本）260万元已到资。

2012年5月14日，华亿公关取得厦门海沧区工商局颁布的《企业法人营业执照》。

华亿公关设立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	持股比例(%)
1	公司	247.00	247.00	货币	95.00
2	华亿投管	13.00	13.00	货币	5.00
	<b>合计</b>	<b>260.00</b>	<b>260.00</b>	-	<b>100.00</b>

②华亿公关第一次增资

2013年6月28日，华亿公关召开股东会，全体股东一致同意公司注册资本由260万元增至325万元，由新股东厦门全景公共关系咨询有限公司增资65万元。2013年7月3日，希格玛会计师事务所厦门分所出具“希会厦分验字(2013)0024号”《验资报告》，验证新增注册资本65万元已到资。

2013年7月24日，华亿公关取得厦门市海沧区工商局颁发的新《企业法人营业执照》。

增资后，华亿公关股权结构变更为：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	持股比例(%)
1	公司	247.00	247.00	货币	76.00
2	华亿投管	13.00	13.00	货币	4.00
3	厦门全景公共关系咨询有限公司	65.00	65.00	货币	20.00
	<b>合计</b>	<b>325.00</b>	<b>325.00</b>	-	<b>100.00</b>

③华亿公关经营范围变更

2015年9月16日，华亿公关召开股东会，全体股东一致同意，华亿公关经

营范围变更为“1、企业管理咨询；2、广告设计、制作、代理、发布；3、其他未列明商务服务业（不含需经许可审批的项目）；4、其他未列明文化艺术业”；相应地修改公司章程相关条款。同日，公司出具章程修正案。

2015年10月21日，厦门市海沧区市场监督管理局出具统一社会信用代码91350205594967920G号《营业执照》，核准华亿公关经营范围的前述变更。

#### 4、华亿文创

##### (1) 基本情况

企业名称	厦门华亿文创展务有限公司		
注册号	350297100000013		
企业类型	其他有限责任公司		
法定代表人	樊亮轩		
成立日期	2011年12月22日		
注册资本	371.43万元		
住所	厦门市翔安区马巷镇五星路481号五楼516室		
经营范围	会议及展览服务；其他未列明文化艺术业；其他未列明商务服务业（不含需经许可审批的项目）；专业化设计服务；包装服务；广告的设计、制作、代理、发布；园林景观和绿化工程施工；工程管理服务。（原经营范围为：会议及展览服务；文化、艺术活动策划；其他未列明文化艺术业；包装服务；文艺创作与表演；广告的设计、制作、代理、发布；园林景观和绿化工程施工；工程管理服务。）		
股权结构	<b>股东</b>	<b>出资额（万元）</b>	<b>股权比例</b>
	厦门华亿传媒集团股份有限公司	247.00	66.50%
	厦门市翔安投资集团有限公司	111.43	30.00%
	厦门华亿投资管理有限公司	13	3.50%
	<b>合计</b>	<b>371.43</b>	<b>100.00%</b>
治理结构	董事长：樊亮轩；董事兼总经理：陈金鹏；董事：黄媛；监事：邵惠真		

##### (2) 历史沿革

###### ①华亿文创的设立

2011年12月22日，华亿有限出资设立华亿文创，注册资本50万元。2011年10月20日，希格玛会计师事务所厦门分所出具“希会厦分验字[2011]1019号”《验资报告》，验证公司注册资本50万元已到位。

2011年12月22日，华亿文创取得厦门市工商局颁发的《企业法人营业执照》。

华亿文创设立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	持股比例(%)
1	公司	50.00	50.00	货币	100.00
	<b>合计</b>	<b>50.00</b>	<b>50.00</b>	-	<b>100.00</b>

#### ②华亿文创第一次增资

2012年4月18日,华亿文创股东出具股东决定,决定公司注册资本增至260万元,其中新股东华亿投管增资13万元,原股东华亿有限增资197万元。2012年4月24日,希格玛会计师事务所厦门分所出具“希会厦分验字[2012]1010号”《验资报告》,验证新增注册资本(实收资本)210万元已到资。

2012年5月21日,华亿文创取得厦门市工商局颁发的新《企业法人营业执照》。

增资后,华亿文创股权结构变更为:

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	持股比例(%)
1	公司	247.00	247.00	货币	95.00
2	华亿投管	13.00	13.00	货币	5.00
	<b>合计</b>	<b>260.00</b>	<b>260.00</b>	-	<b>100.00</b>

#### ③华亿文创第二次增资

2013年1月20日,公司召开股东会,全体股东一致同意华亿文创注册资本增到至371.43万元,由新股东翔安投资增资111.43万元。2013年1月21日,希格玛会计师事务所厦门分所出具“希会厦分验字[2013]0003号”《验资报告》,验证公司新增注册资本111.43万元已到资。

2013年3月15日,华亿文创取得厦门市工商局颁发的新《企业法人营业执照》。

增资后,华亿文创股权结构变更为:

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	认缴出资额 (万元)	出资方式	持股比例(%)
1	公司	247.00	247.00	货币	66.50
2	华亿投管	13.00	13.00	货币	3.50
3	翔安投资	111.43	111.43	货币	30.00
	<b>合计</b>	<b>371.43</b>	<b>371.43</b>	-	<b>100.00</b>

#### ④华亿文创经营范围变更

2015年9月16日，华亿文创召开股东会，全体股东一致同意，华亿文创经营范围变更为“会议及展览服务；其他未列明文化艺术业；其他未列明商务服务业（不含需经许可审批的项目）；专业化设计服务；包装服务；广告的设计、制作、代理、发布；园林景观和绿化工程施工；工程管理服务”；相应地修改公司章程相关条款。同日，公司出具章程修正案。

2015年11月10日，厦门市翔安区市场监督管理局出具统一社会信用代码913502135878586389号《营业执照》，核准华亿文创经营范围的前述变更。

## 5、华亿投管

### （1）基本情况

企业名称	厦门华亿投资管理有限公司		
注册号	350203200290735		
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）		
法定代表人	邱一峰		
成立日期	2011年11月3日		
注册资本	100.00万元		
住所	厦门市思明区吕岭路122号报业大厦11层1101室之1102单元		
经营范围	投资管理咨询（法律、法规另有规定除外）；对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）；广告的设计、制作、代理、发布；专业化设计服务；商务信息咨询。（原经营范围为：投资管理咨询（不含吸收存款、发放贷款、证券、期货及其他金融业务）；广告设计、制作、代理、发布；图文设计、动漫软件设计；企业商贸信息咨询；企业营销策划；企业形象策划、文化活动策划、展览展示服务。）		
股权结构	<b>股东</b>	<b>出资额（万元）</b>	<b>股权比例</b>
	厦门华亿传媒集团股份有限公司	100.00	100.00%
	<b>合计</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00%</b>
治理结构	执行董事兼总经理：邱一峰；监事：吴运福		

### （2）历史沿革

#### ①华亿投管设立

2011年11月3日，华亿有限出资设立华亿投管，注册资本100万元。希格玛会计师事务所厦门分所出具“希会厦分验字[2011]1018”《验资报告》，验证公司股东100万元出资到位。

2011年11月3日，华亿投管取得思明区工商局颁发的《企业法人营业执照》。

华亿投管设立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	持股比例(%)
1	公司	100.00	100.00	货币	100.00
	<b>合计</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	-	<b>100.00</b>

## ②华亿投管经营范围变更

2015年9月16日，华亿投管的股东华亿传媒出具股东决定，决定华亿投管经营范围变更为“投资管理咨询（法律、法规另有规定除外）；对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）；广告的设计、制作、代理、发布；专业化设计服务；商务信息咨询”；相应地修改公司章程相关条款。同日，公司出具章程修正案。

2015年11月2日，厦门市思明区市场监督管理局出具统一社会信用代码913502035812951092号《营业执照》，核准华亿投管经营范围的前述变更。

## 6、华亿速印

### (1) 基本情况

企业名称	厦门华亿数码速印有限公司		
注册号	350206200197277		
企业类型	其他有限责任公司		
法定代表人	林婧		
成立日期	2012年1月20日		
注册资本	150.00万元		
住所	厦门市湖里区金尚路287-289号厦门日报社印务中心大厦地上1层之一、2层之一		
经营范围	包装装潢及其他印刷；会议及展览服务；专业化设计服务；包装服务；文具用品零售；其他未列明的机构与设备租赁（不含需经许可审批的项目）（原经营范围为：包装装潢及其他印刷；文化、艺术活动策划；会议及展览服务；专业化设计服务；包装服务；文具用品零售；其他未列明的机械与设备租赁（不含需经许可审批的项目）。）		
股权结构	<b>股东</b>	<b>出资额（万元）</b>	<b>股权比例</b>
	厦门华亿传媒集团股份有限公司	145.50	97.00%
	厦门华亿投资管理有限公司	4.50	3.00%
	<b>合计</b>	<b>150.00</b>	<b>100.00%</b>
治理结构	执行董事兼总经理：林婧；监事：邱一峰		

### (2) 历史沿革

#### ①华亿速印的设立

2011年10月17日，华亿有限、王珏和张玮出资设立华亿速印，注册资本

150 万元。2011 年 10 月 31 日，希格玛会计师事务所厦门分所出具“希会厦分验字[2011]1021 号”《验资报告》，验证公司股东 150 万元出资到位。

2012 年 1 月 20 日，华亿速印取得厦门市湖里区工商局颁发的《企业法人营业执照》。

华亿速印设立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	持股比例 (%)
1	公司	145.50	145.50	货币	97.00
2	王珏	3.00	3.00	货币	2.00
3	张祎	1.50	1.50	货币	1.00
	<b>合计</b>	<b>150.00</b>	<b>150.00</b>	-	<b>100.00</b>

## ②华亿速印第一次股权转让

2013 年 4 月 1 日，华亿速印召开股东会，全体股东一致同意王珏将所持公司 2% 的股权转让给华亿投管；同意股东张祎将所持有的占公司 1% 的股权转让给华亿投管。

2013 年 3 月 7 日，厦门均和资产评估咨询有限公司出具“厦均和资评报字（2013）第 023 号”《厦门华亿数码速印有限公司拟股权转让项目股东全部权益价值评估报告书》，认为华亿速印评估后的资产总额 143.53 万元，账面净资产 153.26 万元，存在评估减值情形。股东王珏所持公司 2% 的股权价值为 2.87 万元，股东张祎所持公司 1% 的股权价值为 1.44 万元。

2013 年 4 月 1 日，张祎、王珏与华亿投管签订《厦门华亿数码速印有限公司股权转让协议》，约定王珏将其所持公司 2% 的股权以 2.87 万元的价格转让给华亿投管；张祎将所持有的占公司 1% 的股权以 1.44 万元的价格转让给华亿投管，转让价格依厦门均和资产评估咨询有限公司对华亿速印的评估价格作价。

2013 年 4 月 10 日，华亿速印取得湖里区工商局颁发的新《企业法人营业执照》。

股权转让后，华亿速印股权结构变更为：

序号	股东名称	实缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	持股比例 (%)
1	公司	145.50	145.50	货币	97.00
2	华亿投管	4.50	4.50	货币	3.00

	合计	150.00	150.00	-	100.00
--	----	--------	--------	---	--------

### ③华亿速印经营范围变更

2015年9月16日，华亿速印召开股东会，全体股东一致同意华亿速印经营范围变更为“包装装潢及其他印刷；会议及展览服务；专业化设计服务；包装服务；文具用品零售；其他未列明的机构与设备租赁（不含需经许可审批的项目）”；相应地修改公司章程相关条款。同日，公司出具章程修正案。

2015年10月03日，厦门市湖里区市场监督管理局出具统一社会信用代码91350206587633490U号《营业执照》，核准华亿速印经营范围的前述变更。

### （十）公司股东与各子公司的关联关系

截至本公开转让说明书签署之日，公司股东厦门日报社、建发集团、文广集团并未持有公司各子公司股份，与各子公司之间无关联关系。

## 四、董事、监事、高级管理人员基本情况

### （一）董事基本情况

1、樊亮轩，男，董事长。1979年生，本科学历，中国籍，无境外永久居留权。2001年7月至2006年11月就职于厦门日报社，历任记者、首席记者、岛外记者总站站长；2006年11月至2009年6月就职于厦门华亿传媒有限公司，历任副总经理、代总经理，兼任《台海》杂志社社长；2009年7月至2014年8月就职于厦门华亿传媒集团有限公司，任董事、总经理；2014年9月至今就职于厦门华亿传媒集团有限公司，任董事长、总经理；2015年4月30日被选举为公司董事并被聘任为总经理，任期三年。

2、林洪美，男，董事。1968年生，研究生学历，博士学位，中国注册会计师、高级会计师、上市公司独立董事，中国籍，无境外永久居留权。1991年7月至2004年6月就职于厦门电视台，任财务部主任；2004年7月至2009年11月就职于厦门广播电视集团，任资产财务部副主任；2009年11月至2014年4月就职于厦门广播电视集团，任资产财务部主任；2014年4月至今就职于厦门文广传媒集团有限公司，任总经理；2015年4月30日被选举为公司董事，任期三年。

3、黄文洲，男，董事。1965年生，大专学历，硕士学位，会计师，中国籍，无境外永久居留权。1988年6月至1994年1月就职于厦门建发公司，任财务部经理；1994年2月至1998年2月就职于厦门建发集团有限公司，任总经理助理

兼财务部经理；1998年2月至2014年5月就职于厦门建发集团有限公司，任副总经理；1998年6月至2000年2月就职于厦门建发股份有限公司，任副总经理；2000年3月至2010年3月就职于厦门建发股份有限公司，任总经理；2010年4月至2014年5月就职于厦门建发股份有限公司任董事长；2011年12月至今就职于厦门建发集团有限公司，任党委副书记；2014年5月至今就职于厦门建发集团有限公司，任总经理；2015年4月30日被选举为公司董事，任期三年。

4、傅燕美，女，董事。1963年生，大专学历，会计师，中国籍，无境外永久居留权。1982年8月至1993年2月就职于三明纺织厂，历任财务科会计、主办会计、副科长；1993年2月至2001年8月就职于厦门对外图书交流中心，任财务部主任；2001年8月至2013年11月就职于厦门日报社，历任财务部会计、副主任，其中2006年3月至2013年11月兼职于海西晨报社，任财务总监；2013年12月至今就职于厦门日报社，任资产财务中心主任助理；2015年4月30日被选举为华亿传媒公司董事，任期三年。

5、邱一峰，男，董事。1976年生，本科学历，中国籍，无境外永久居留权。1997年7月至2005年4月就职于厦门市外商投资企业协会，历任办公室主任助理、会长秘书；2005年4月至2009年6月就职于厦门华亿传媒有限公司，历任外包部负责人、总经理办公室副经理、总经理助理兼总经理办公室经理；2009年6月至今就职于厦门华亿传媒集团有限公司，任副总经理；2015年4月30日被选举为公司董事并被聘任为副总经理兼董事会秘书，任期三年。

## （二）监事基本情况

1、王文怀，男，监事，1972年生，研究生学历，中级经济师，中国籍，无境外永久居留权。2001年2月至今就职于厦门建发集团有限公司，历任投资部副经理、投资二部副经理、投资二部经理、投资二部总经理、投资总监；2015年4月30日被选举为公司监事，任期三年。

2、冷晓兰，女，监事，1979年生，研究生学历，高级会计师，中国籍，无境外永久居留权。2005年7月至2014年4月就职于厦门广播电视集团，历任投融资主管会计、代理科长、副科长、科长；2014年04月至今就职于厦门文广传媒集团有限公司，任总经理助理兼财务管理部总经理；2015年4月30日被选举为公司监事，任期三年。

3、余白萍，女，监事。1977年生，本科学历，中国籍，无境外永久居留权。2004年1月至2004年5月就职于厦门宏都大饭店，任客房部秘书；2004年6月至2004年10月就职于北京嘉华世达留学机构泉州分公司，任签证翻译；2004

年 11 月至 2005 年 1 月就职于厦门金海润工贸公司，任总经理助理；2005 年 1 月至 2012 年 11 月就职于厦门华亿传媒有限公司，历任总经理办公室内务兼人事、人力资源部副经理；2015 年 4 月 30 日被选举为公司监事，任期三年。

### （三）高级管理人员基本情况

1、樊亮轩，总经理，详见本节之“三（一）董事基本情况”。

2、邱一峰，副总经理兼董事会秘书，详见本节之“三（一）董事基本情况”。

3、林婧，女，副总经理。1983 年生，本科学历，中国籍，无境外永久居留权。2006 年 7 月至 2012 年 10 月就职于厦门华亿传媒有限公司，历任出版事业部经理、厦门华亿传媒有限公司副总经理；2012 年 10 月至今就职于厦门华亿内容产业有限公司，任执行董事、总经理，兼任厦门华亿传媒集团有限公司副总经理。

4、张国荣，男，副总经理。1969 年生，大专学历，中国籍，无境外永久居留权。1995 年 1 月至 2001 年 10 月就职于厦门机优安全技术有限公司，任副总经理；2001 年 11 月至 2004 年 9 月就职于厦门大邦企业有限公司，任董事、副总经理；2004 年 10 月至 2007 年 12 月就职于厦门安德鲁森食品有限公司，任执行副总裁；2008 年 4 月至 2013 年 7 月就职于厦门全景公共关系咨询有限公司，任执行董事；2013 年 7 月至今就职于厦门华亿公关传播有限公司，任董事、总经理，兼任厦门华亿传媒集团有限公司副总经理。

5、蔡福龙，男，财务总监。1977 年生，大专学历，会计师，中国籍，无境外永久居留权。1999 年 10 月至 2004 年 4 月就职于厦门大陆商厦发展有限公司，任主办会计、项目负责人；2004 年 5 月至 2008 年 1 月就职于厦门均和评估咨询有限公司，任项目经理；2008 年 2 月至 2012 年 9 月就职于厦门华亿传媒有限公司，任财务防险部副经理；2012 年 10 月至 2015 年 3 月就职于厦门华亿传媒集团有限公司，任财务防险部经理；2015 年 4 月至今就职于厦门华亿传媒集团有限公司，任财务总监。

## 五、报告期内的主要会计数据和财务指标简表

项目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总计（万元）	3,292.76	4,086.51	4,277.19
股东权益合计（万元）	2,376.88	2,566.91	2,729.31
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	2,119.57	2,154.87	2,367.16

每股净资产（元）	2.38	2.57	2.73
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	2.12	2.15	2.37
资产负债率（母公司）	8.47%	21.06%	34.02%
流动比率（倍）	4.33	3.14	2.44
速动比率（倍）	4.19	3.05	2.39
<b>项目</b>	<b>2015年1-5月</b>	<b>2014年度</b>	<b>2013年度</b>
营业收入（万元）	1,135.52	3,738.76	3,609.58
净利润（万元）	-20.02	281.37	443.17
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-35.30	187.71	381.75
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-93.98	102.26	210.94
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）	-109.26	8.59	149.52
毛利率	40.08%	52.87%	44.22%
净资产收益率	-0.84%	10.96%	16.24%
扣除非经常性损益后净资产收益率	-3.95%	3.98%	7.73%
基本每股收益（元/股）	-0.02	0.28	0.44
稀释每股收益（元/股）	-0.02	0.28	0.44
应收账款周转率（次）	2.77	9.20	19.55
存货周转率（次）	12.93	40.54	58.49
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-272.95	427.34	1,085.43
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.27	0.43	1.09

备注：

- 1、毛利率按照“（营业收入-营业成本）/营业收入”计算；
- 2、净资产收益率按照“归属于普通股股东的当期净利润/期末净资产”计算；扣除非经常性损益后的净资产收益率按照“扣除非经常性损益的归属于普通股股东的当期净利润/期末净资产”计算；
- 3、基本每股收益按照“归属于普通股股东的当期净利润/普通股加权平均数”计算；
- 4、每股净资产按照“当期净资产/期末注册资本”计算；
- 5、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；
- 6、存货周转率按照“当期营业成本/（期初存货+期末存货）/2”计算；
- 7、每股经营活动产生的现金流量净额按照“经营活动产生的现金流量净额/期末注册资本”计算；
- 8、资产负债率按照“当期负债/当期资产”计算；
- 9、流动比率按照“流动资产/流动负债”计算；

10、速动比率按照“（流动资产-存货-预付款项-其他流动资产）/流动负债”计算。

## 六、与本次挂牌相关的机构情况

**（一）主办券商：**兴业证券股份有限公司

住所：福州市湖东路 268 号

法定代表人：兰荣

联系电话：0591-38281888

传真：0591-38507766

项目小组负责人：张明取

项目小组成员：陈晓红、陈益威、吕文君、王慷溉、林池墨

**（二）律师事务所：**上海市锦天城（厦门）律师事务所

住所：厦门市湖里区枋湖北二路 889 号 731、732 单元

办公地址：厦门市思明区展鸿路 82 号厦门国际金融中心 23 层

负责人：刘璇

联系电话：0592-2613399

传真：0592-2630863

经办律师：林富志、涂立强

**（三）会计师事务所：**希格玛会计师事务所（特殊普通合伙）

住所：西安市高新区高新路 25 号希格玛大厦三层、四层

负责人：曹爱民

联系电话：029-88275921

传真：029-88275912

经办会计师：陈长源、陈建滨

**（四）资产评估机构：**福建联合中和资产评估土地房地产估价有限公司

住所：福州市鼓楼区湖东路 168 号宏利大厦写字楼 27D

法定代表人：商光太

联系电话：0591-87820347

传真：0591-87814517

经办评估师：陈建滨、彭雁

**（五）证券登记结算机构：**中国证券登记结算有限公司北京分公司

住所：北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦

联系电话：010-58598980

传真：010-58598977

**（六）申请挂牌证券交易场所：**全国中小企业股份转让系统

法定代表人：杨晓嘉

住所：北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦

电话：010-63889512

传真：010-63889514

## 第二节 公司业务

### 一、公司业务情况

#### (一) 公司主营业务

2005年3月18日，在中共厦门市委、市政府的提议下，厦门日报社、厦门广电集团、建发集团共同投资创立了新兴文化创意产业市场化股份试点企业——厦门华亿传媒有限公司（公司前身）。公司定位为海峡两岸行业领先的文创产业运营商，自设立以来专注于文化创意产业全产业链运营。公司业务以内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务为核心，兼营文化创意产业多项投资运营等项目，是集杂志出版、内容供应、视觉创意、媒介运营、展览服务、展庆执行等多项商业功能于一体的智力密集型文化创意产业经营实体。

公司旗下拥有台海杂志、华亿内产、华亿公关、华亿文创、华亿投管等多家全资或控股子公司，形成内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务及文创产业投资的“3+X”文化创意产业集团化发展格局，如下图所示：



公司地处闽台交流合作前沿，经过十年经营，已在海峡两岸建立了一定的区域影响力：2009年公司被评为厦门市首批重点文化企业，并连续三届蝉联“厦

门市重点文化企业”称号；2011年公司被国台办、福建省台办授予海峡两岸（厦门）视觉创意设计基地称号；2015年公司位列“2014 厦门文化产业年度风云榜”十大年度企业之一；公司“华”商标先后被评为“厦门市著名商标”、“福建省著名商标”。公司历年获得荣誉情况详见本节之“三、(三)3、公司获得荣誉”。

## （二）主要产品和服务

公司各业务板块的基本情况如下：

业务板块	负责子公司	板块定位	主要功能	产品服务形式
内容产品供应	台海杂志、华亿内产、华亿公关	以文、图、影音等内容产品的个性化、定制化为诉求，形成内容产品一站式经营模式	期刊杂志出版	台海杂志出版 内容图书供应 宣传产品定制 影音制品策划 内容衍生活动
			知识内容创作	
			视觉设计传达	
			图片影像供应	
			出版印刷发行	
媒介平台运营	华亿公关	开发、整合各类媒体资源，提供价值创造性、一站式的媒介公关传播方案	媒体资源开发运营	框架媒体运营 媒体公关传播 品牌行销服务(已终止)
			现代媒介放能传播	
			突发舆情危机处理	
展览展庆服务	华亿文创	专注于展览展庆策展、设计、搭建、执行，提供展览展庆链条式服务	主题策展布展	展览展厅策展 展庆活动执行
			智能展厅订制	
			节庆活动执行	
			庆典礼仪活动	
文创产业投资	华亿投管	通过参股、投资文创项目充实公司文创产业链	文创产业投资	文创项目投资

### 1、内容产品供应

公司内容产品供应板块的主要产品和服务如下：

#### （1）台海杂志出版（由台海杂志负责）

公司出版的杂志产品主要为《台海》杂志。《台海》杂志是我国第一本同时面向海峡两岸发行的专业涉台新闻月刊，国务院新闻办调阅的了解台湾的主要刊物，台湾“陆委会”指定的大陆重要涉台刊物。



《台海》杂志定位为海峡两岸政商精英读本，致力于传达两岸时事热点资讯，宣扬闽台文化内涵，在业内具备一定的影响力。中国国民党荣誉主席连战曾为杂志创刊号题词：“沟通两岸、寻找交集”。2013年，由台海杂志策划、采编并刊登四期的“鼓浪屿春夏秋冬”专题，获得了鼓浪屿管委会和众多读者的肯定，为鼓浪屿的对外宣传起到积极的推动作用；分别于2014年3月与2015年4月制作的“台农的春天”、“台农新生代”专题，介绍台湾农民在厦门的创业、生活的故事，获得了不俗反响；杂志部分特色栏目如“最闽南”等已集结成书正式出版。

## （2）内容图书供应（由华亿内产负责）

图书是内容产品供应的传统载体，以其介质成本低、适用人群广泛等特点，成为阅读类产品的主要载体。公司在图书策划方面积累了较强的技术资源和运作经验，并与多家业内知名的出版社建立了合作关系，从前期的选题策划、组稿到后期的编辑、排版，都形成了较为规范的操作流程，能够保证公司策划出品图书的时效和质量。公司近年来主要出品的图书如下：

①厦门新一轮跨越式发展系列丛书：《风从海上来》、《浪涌海西潮》、《好快厦门》、《厦门新跨越》、《与时代同行》、《厦门六十华章》；

②厦门各界名人联袂撰写的城市记忆：《小城大爱》；

③解读闽南乡土风情图书：《翔舞》、《三宝九品百味》、《沧浪》、《最闽南：闽南乡镇影像纪事》；

④寻觅同安二十五座经典古牌坊，同安历史文化丛书：《同安古牌坊》《同台缘》；

⑤互看、互知、互相体认，了解台湾的最佳图文读本：《记者眼中的台湾》、《自由行踪》；

⑥厦门市档案馆系列丛书：《厦门市档案馆指南》、《湖里山炮台与洋务运动》；

⑦文明城市系列读本：《春浓花竞艳》、《春光映海西》、《春熙花更繁》、《春暖绿常在》。



### (3) 宣传产品定制（由华亿内产负责）

针对政府部门、企业等各类客户的宣传需要，公司结合自身的策划、采编、设计等技术优势，为客户提供各类宣传产品的整体定制服务，具体内容如下：

服务种类	具体介绍	图例
------	------	----

<p>关注·城市读本</p>	<p>以城市文化宣传为主，多视角、多层次地对各种城市文化资源和新闻资源进行综合开发与利用。如厦门市委宣传部委托公司制作的《厦门采访指南》、《精彩厦门》、《美丽厦门》等宣传画册。</p>	
<p>观察·品牌读本</p>	<p>以企业文化宣传为主，通过解读厦门品牌企业、知名城市展会等，触摸企业发展的清晰年轮，给予受众一定的启发与借鉴。如联发集团《联发 30 年》纪念册；厦门航空《厦航企业文化系列》，含《发展与巨变》、《鼓励与鞭策》、《谋势与成事》、《岗位与荣光》等 12 册。</p>	
<p>专享·刊物读本</p>	<p>以客户的传播宣传为主，为客户定制内刊、宣传刊物等各类刊物读本，从而树立品牌形象，吸引特定受众，增强品牌效应。如联发集团内刊《联发之窗》、会员刊物《联客会》；禹洲集团会员刊物《禹洲》；厦门市集美区综合性文艺宣传刊物《集美风》等。</p>	
<p>创意·随手笔记</p>	<p>以创意宣传为主，将品牌宣传与笔记本形式相结合成为创意笔记本形式，用一种实用简便创意的方式为客户打造全新的创意宣传品，如江头街道、SM 城市广场的随手抄笔记本。</p>	

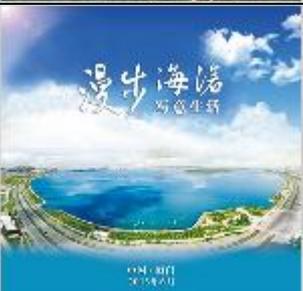
(4) 影音制品策划（由华亿内产、华亿公关共同负责）

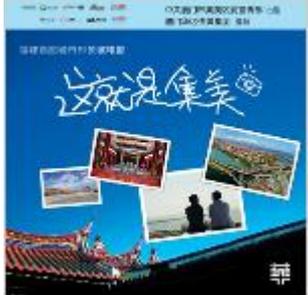
公司拥有影音内容创意和策划的团队和相关资源，能够为各类企业、政府客

户提供包括形象宣传片、专题汇报及记录影片和微电影等各类影音制品的策划服务，以展现城市风貌、宣传企业品牌形象。

公司主要从事影音内容的设计、策划和监制工作，不涉及具体的拍摄、执行过程，无需取得《广播电视节目制作经营许可证》。

公司近年来策划的影音项目如下：

影音制品种类	作品名称	内容简介	图例
形象宣传片	美丽厦门 骑行海沧	影片系海沧城建集团委托，作为海沧区自行车系统的形象宣传视频，通过展现“骑行”这种悠闲自在的生活方式，展示了海沧自行车系统沿线的美丽风光，以及海沧人对自己家园的热爱。	
	宁德，我心中的明天	影片系中共宁德市委宣传部委托，作为宁德“滴水穿石闽东梦”展览的主题影片，影片表现的是宁德某幼儿园大班孩子们春游时的一次班会，从孩子们纯真的视角和无限的想象中，人们仿佛看到了未来宁德的巨大腾飞。	
	漫步海沧 写意生活	影片系海沧城建集团委托，通过 3D 动画的形式，展现当下与未来的前后对比，体现海沧区对于建设规划和发展慢行系统的宏远蓝图。	
专题汇报及记录影片	整洁 美丽 生态	影片系海沧区城市管理行政执法局委托，作为海沧区市容市貌整治管理工作的专题汇报影片	
	乌石浦征地拆迁专题纪录片	影片系江头街道委托，记录了厦门江头乌石浦的征地拆迁情况	
	《生态海沧 美丽家园》、《魅力东孚 生态家园》	影片系厦门市环保局海沧分局委托，作为东孚镇创建国家级生态镇以及海沧区创建国家级生态区的专题汇报片	

			
	澎湃海沧 潮涌海投	影片系厦门海沧投资集团有限公司委托，作为厦门海投集团企业成长发展的专题纪录性影片	
微电影	《这就是集美》	影片系集美区委宣传部委托，以一台相机为线索，通过讲述“丢失相机——寻找相机”的故事，巧妙地将集美的城市风貌展现其中，匠心独运的构思、生动传神的人物、唯美流畅的镜头，演绎了一个发生在集美的浪漫故事。	
	《缘舞曲》	影片系 2014 年首届厦门国际青年微电影节的主题微电影，同时也是五缘湾的形象宣传微电影。影片以风景秀丽的五缘湾为故事背景，讲述了两位年轻人在追求梦想的道路上互相支持，相互鼓励，最终收获了一份唯美爱情的励志故事，并从侧面表现了五缘湾的诗情画意和温馨而富有品质的生活情味。	
	《我是厦门人》	影片系配合 2010 年世博会厦门馆落户厦门园博苑而策划拍摄，以一天的时间为序，《鼓浪屿之波》的乐声贯穿全片。片中，一个个熟悉的厦门场景接连闪现，一张张或熟悉或陌生的面孔用着普通话、方言乃至外语，会心地说道“我是厦门人”，充分展现了厦门的开放与包容，以及其独特的魅力。影片一经传播，便在网络迅速蹿红，感动了千万厦门网友。	

(5) 内容衍生活动（由台海杂志、华亿内产、华亿公关共同负责）

公司通过内容产品供应板块各服务打造原创品牌影响力，开拓已获得的相关 IP 领域内的内容和资源合作，并以 IP 为核心，开展各类内容衍生活动，进一步累积了相关创意和人脉资源，延伸内容产品服务的市场链条，从而打造内部闭环的内容产品平台，为内容产品供应板块的继续发展奠定基础。

公司近年来举办的内容衍生活动如下：

### ①台海新闻摄影大赛（台赛）



台海新闻摄影大赛（台赛）定位为海峡两岸大型专业摄影比赛，由厦门日报社主办，台海杂志承办，公司全程策划执行，至今已举办四届。台赛从不同角度形象生动地反映了海峡两岸的和平发展和共同繁荣，通过两岸摄影师纪实摄影、新闻摄影作品的拍摄、展示和交流，增进两岸同胞和新闻摄影师之间的互相了解。

台赛作为海峡两岸第一个定位“台海”地域的新闻摄影专业赛事，在海峡两岸已建立一定的知名度。马英九、连战、吴伯雄先后为台赛题词。

台海影像見證兩岸

祝台海新聞攝影大賽越辦越好

中國國民黨榮譽主席 吳伯雄 題

聚焦兩岸 見證交集

祝台灣新聞攝影大賽越來越好

連戰 題

### ②海峡两岸图书装帧设计邀请赛



海峡两岸书籍装帧设计邀请赛是海峡两岸惟一的书籍装帧设计赛事，由华亿内产全程策划运营。首届赛事以“书形书韵”为主题，广邀海峡两岸知名出版机构（出版社、出版公司、图书工作室及自由出版人）送书参评。“2015 海峡两岸最美图书展”、“2015 海峡两岸数字阅读体验展”、“‘陪伴与成长’2015 海峡两岸最美绘本展”于福州、厦门等图书馆、大型 SHOPPING MALL 进行巡

回展览；独创公益品牌“金贝壳读书会”邀请蔡崇达等知名作者到场签售互动；同时，携手“海图会”，于专业展会现场与业界进行交流沟通；整体活动展现了海峡两岸图书不同的设计文化与理念，促进两岸书籍设计师之间的沟通交流，助推“全民阅读”。

### ③厦门国际青年微电影节



厦门国际青年微电影节是华亿集团策划并承办的大型自有品牌文化创意活动。华亿公关负责活动的全程策划运营。2014 厦门国际青年微电影节以“微聚力量 影映世界”为主题，旨在为全球青年影视爱好者搭建一个展示、学习、交流、合作的平台，同时进一步完善厦门的影视文化产业链，促进厦门影视文化产业发展，也为公司累积了微电影作品资源和人脉资源。

### 2、媒介平台运营板块（由华亿公关负责）

公司媒介平台运营板块的主要产品和服务如下：

#### （1）框架媒体运营

公司拥有优质的框架媒体资源和一支专业的广告运营团队，通过融入现代化数字技术，不断创新媒体形式，进行多种户内外框架媒体资源的开发、投建和代理，经营衍生出各种贴合客户需求的框架媒体广告产品。公司运营的框架媒体主要为公司自建的天桥 LED 框体广告，并在此基础上选择代理户外看板和立柱、实体展位等其他类型的框架媒体广告，形成以自建媒体资源为核心的框架媒体网络，如下所示：

框架媒体类型	媒体资源说明	图例
天桥 LED 框体广告	公司拥有厦门市湖滨北路市行政服务中心人行天桥、吕岭路江头西路口人行天桥、仙岳路屿后路口人行天桥、莲前东路 BRT K3 线终点站人行天桥、嘉禾路马垵路段人行天桥、枋钟路太古人行天桥、东渡路商检人行天桥等 7 座天桥 LED 广告。公司的天桥 LED 框体广告均为自有资源，地段好，人流、车流密集，广告效应显著。	

<p>户外看板和立柱广告</p>	<p>公司代理运营海沧西引桥高立柱广告、海沧钟林路广告牌1-4等共6面看板和立柱。户外看板和立柱具备良好的地理优势，投放价值和效果优秀。</p>	
<p>实体展位</p>	<p>公司代理运营厦门北站候车厅中的2个实体展位。实体展位是以某些人流密集场所的特定区域划为广告投放区，将商品自身置于该区域，并运用现代技术对该商品进行商业化包装、展示。由于实体展位能够直观地向客户展示商品，传播效果良好。</p>	
<p>高铁座椅靠背广告媒体</p>	<p>公司代理运营厦门高铁站的座椅靠背广告媒体。由于乘客候车时间较长，座椅靠垫广告效果是候车乘客持续收看时间和时间冲击最久的媒体。</p>	

## (2) 媒介公关传播

公司依托与境内外近 200 家媒体的紧密合作关系及社会多方资源，分析各类活动项目的受众群体和传播特点，以行业、市场、产品特点量身定制系统、科学的现代媒介传播体系，为客户的各类项目提供涵盖“公关方案设计、市场受众推广、传播计划执行、媒介宣传运作”的媒介公关传播一条龙服务。通过为客户项目创造良好的公共关系，实现宣传目的。公司近年来服务过的部分媒介公关传播案例如下：

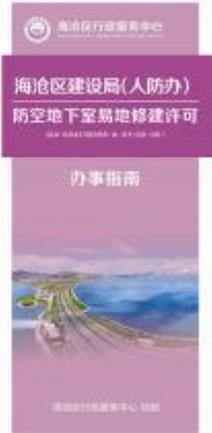
<p style="text-align: center;"><b>厦门国际武术大赛</b></p> 	<p style="text-align: center;"><b>2015 厦门海沧汽车嘉年华</b></p> 
--	---

<p style="text-align: center;"><b>2015 五缘湾论坛</b></p> 	<p style="text-align: center;"><b>2013 年全球国际花园城市（社区）大赛总决赛</b></p> 
<p style="text-align: center;"><b>2013 厦门珍珠湾黄金海岸健步走</b></p> 	<p style="text-align: center;"><b>厦门国际动漫节</b></p> 

### (3) 品牌行销服务

报告期内，公司曾为企事业单位客户提供品牌行销服务，包括 VI 系统、产品设计，营销策划等。公司近年来提供过品牌行销服务的部分客户、项目如下：

<p style="text-align: center;"><b>固克涂料品牌管理项目</b></p> 	<p style="text-align: center;"><b>三明经济开发区项目</b></p> 
<p style="text-align: center;"><b>文圃山恩泽园项目</b></p> 	<p style="text-align: center;"><b>“酒类文化创意园”项目</b></p> 

<p style="text-align: center;"><b>胜福兴“中秋月饼”项目</b></p> 	<p style="text-align: center;"><b>海沧行政服务中心项目</b></p> 
<p style="text-align: center;"><b>海沧青礁院前社文化旅游项目</b></p> 	<p style="text-align: center;"><b>翔安新店镇澳头社区文化提升项目</b></p> 

为专注发展公司的主要业务，并避免公司与厦门日报及其下属企事业单位在品牌营销策划业务上的同业竞争，华亿传媒已终止品牌营销策划业务，并已删除公司及子公司经营范围中涉及品牌营销策划业务的相关内容，详见本公开转让说明书“第三节 公司治理”之“五、同业竞争情况”。

### 3、展览展庆服务板块（由华亿文创负责）

公司展览展庆服务板块的主要产品和服务如下：

#### （1）展览展厅策展

公司通过对空间环境的创意设计，运用多媒体电子设备、建筑模型等信息传播介质的整体布置，以声音、灯光、画面、色彩等手段为辅，烘托、营造出一个富有艺术感染力并极具个性化的展览、展厅等专业展示环境，并通过这一环境，有计划、有目的、合乎逻辑地将展现的文化内容提供给观众。公司近年来策展的部分展览展厅案例如下：

<p>中国上海世博会厦门案例馆</p>	<p>厦门经济特区建设 30 周年成就图片展</p>
	
<p>厦门市惩治和预防腐败体系建设成果展</p>	<p>陈嘉庚先生创办集美学校 100 周年教育成果展</p>
	
<p>宁德市“滴水穿石闽东梦”主题展</p>	<p>弘扬雷锋精神 践行核心价值观 ——厦门市学雷锋事迹展</p>
	

## (2) 展庆活动执行

公司定位为专业的展庆活动执行，拥有相关的活动执行团队和物料资源，利用项目经验、创意设计能力、组织协调能力、执行和管理能力，通过整合各类资源，为客户提供展庆、文化活动策划案的承接和落地执行服务。公司近年来执行的部分展庆活动如下：

<p style="text-align: center;"><b>厦门日报社读者节</b></p> 	<p style="text-align: center;"><b>海峡两岸（厦门海沧）保生慈济文化旅游节</b></p> 
<p style="text-align: center;"><b>第三届两岸城市甜蜜季</b></p> 	<p style="text-align: center;"><b>湖里购物节</b></p> 
<p style="text-align: center;"><b>2014 海沧花灯会</b></p> 	<p style="text-align: center;"><b>东南国际航运中心——生物医药产业园开工仪式</b></p> 

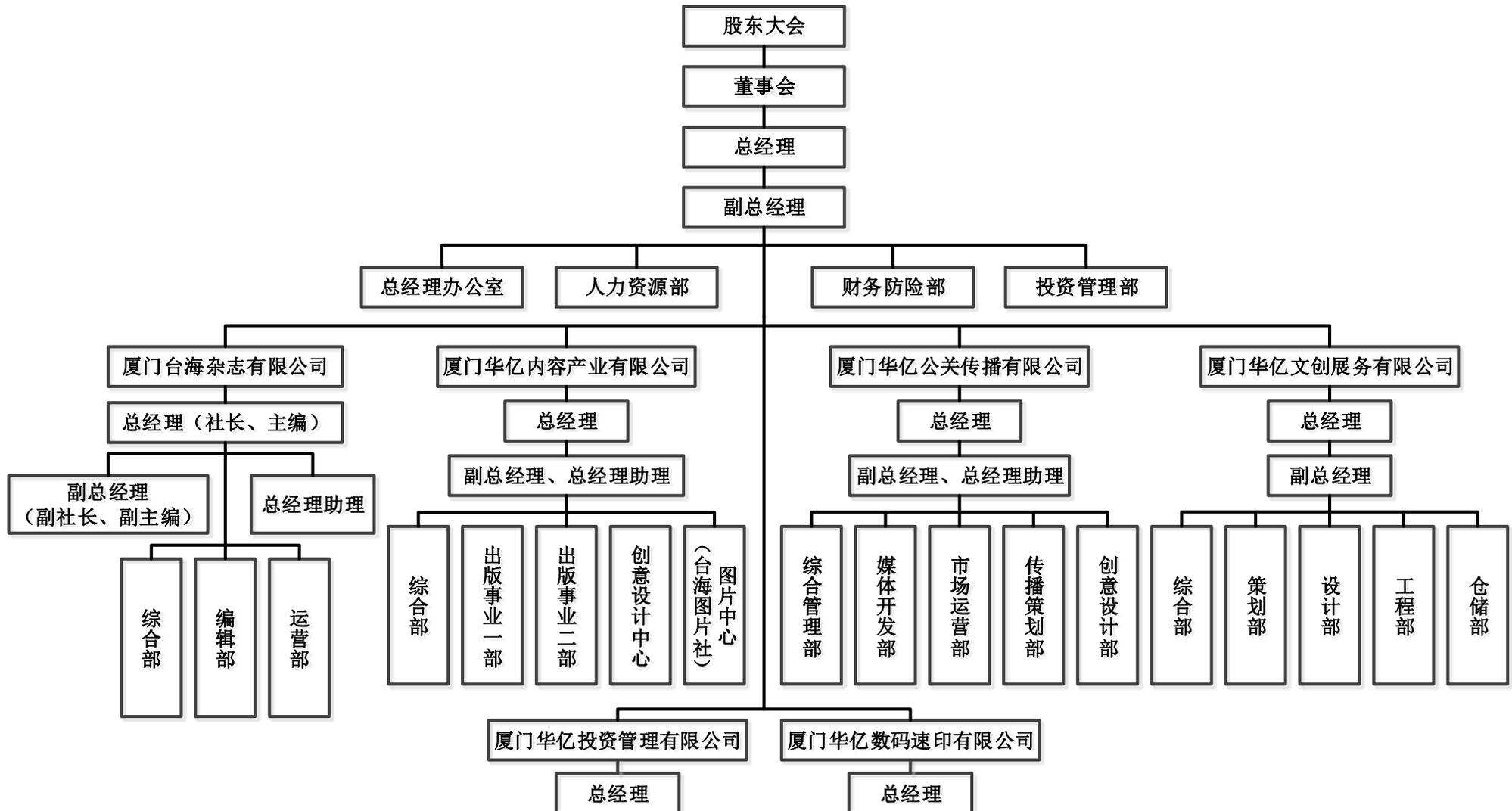
#### 4、文创产业投资板块（由华亿投管负责）

作为海峡两岸行业领先的文创产业运营商，公司在原有的内容产品供应、媒介平台运营、展览展示服务三大主营业务板块基础之上，提供文创投资、运营咨询等各项文创产业投资服务。目前，该板块业务以参股公司子公司为主。未来，公司将利用自身的全产业链优势，投资、参股具有良好增长性的文创项目，吸收新兴文创产业形态，丰富公司业务链条，优化公司产业结构。

## 二、公司生产或服务流程及方式

### (一) 组织结构

#### 1、公司组织结构



## 2、子公司情况

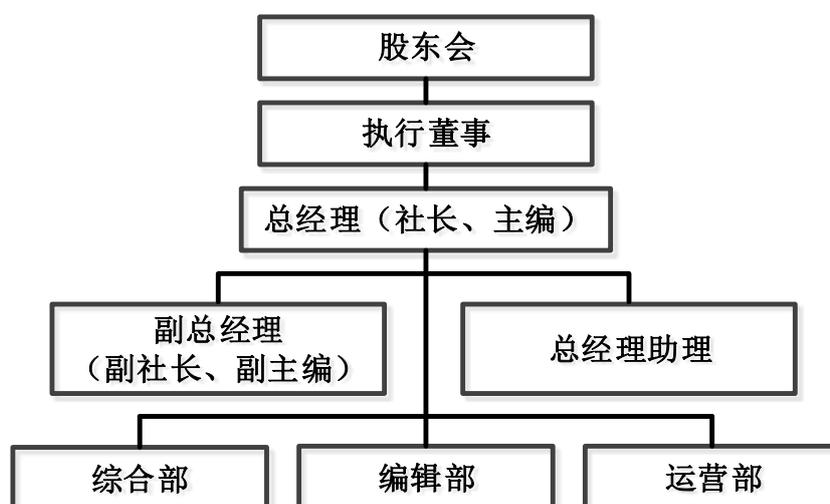
报告期内，公司下属台海杂志、华亿内产、华亿公关、华亿文创、华亿投管、华亿速印等 6 家全资或控股子公司。各子公司开展业务的资质齐备（详见本节之“三、（三）1、与生产经营相关的许可或资质”。6 家子公司的具体情况如下：

### （1）台海杂志

#### ①基本情况

详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、（九）1、台海杂志”。

#### ②组织结构



#### ③最近二年及一期财务简表

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产（万元）	110.84	121.74	94.90
非流动资产（万元）	0.86	1.07	0.18
资产总计（万元）	111.70	122.81	95.08
流动负债（万元）	-	0.06	-
非流动负债（万元）	-	0.06	-
负债总计（万元）	91.04	89.97	13.41
股东权益合计（万元）	20.66	32.84	81.67
项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	65.22	92.94	-
净利润（万元）	-15.18	-48.83	-18.33

#### ④员工情况

详见本节之“三、（五）1、（2）台海杂志员工情况”。

⑤业务定位和主要经营业务

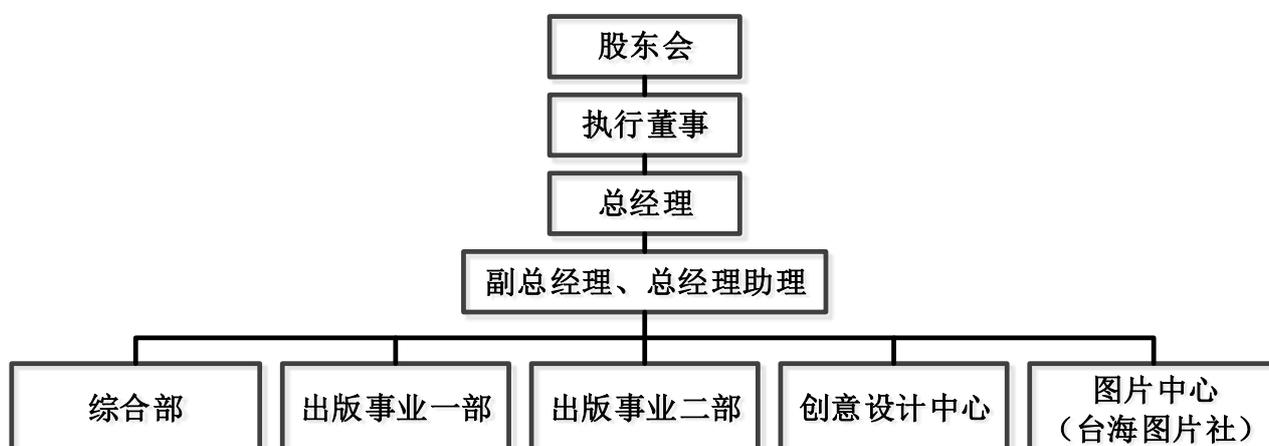
台海杂志定位为公司内容产品供应业务板块的主要执行机构之一。台海杂志经营业务范围包括：杂志与书籍的策划、采写、拍摄、编辑、出版、发行的筹备；海峡两岸文化交流活动的组织、策划、实施等。主营业务为出版发行《台海》杂志和举办相关文化交流活动。

(2) 华亿内产

①基本情况

详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、(九)2、华亿内产”。

②组织结构



③最近二年及一期财务简表

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产(万元)	349.94	599.00	362.41
非流动资产(万元)	21.77	24.80	31.75
资产总计(万元)	371.72	623.80	394.16
流动负债(万元)	71.11	183.99	265.16
非流动负债(万元)	-	0.06	-
负债总计(万元)	71.11	184.05	265.16
股东权益合计(万元)	300.61	439.74	129.00
项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
营业收入(万元)	150.10	718.32	684.23
净利润(万元)	10.87	150.75	126.01

④员工情况

详见本节之“三、(五)1、(3)华亿内产员工情况”。

⑤业务定位和主要经营业务

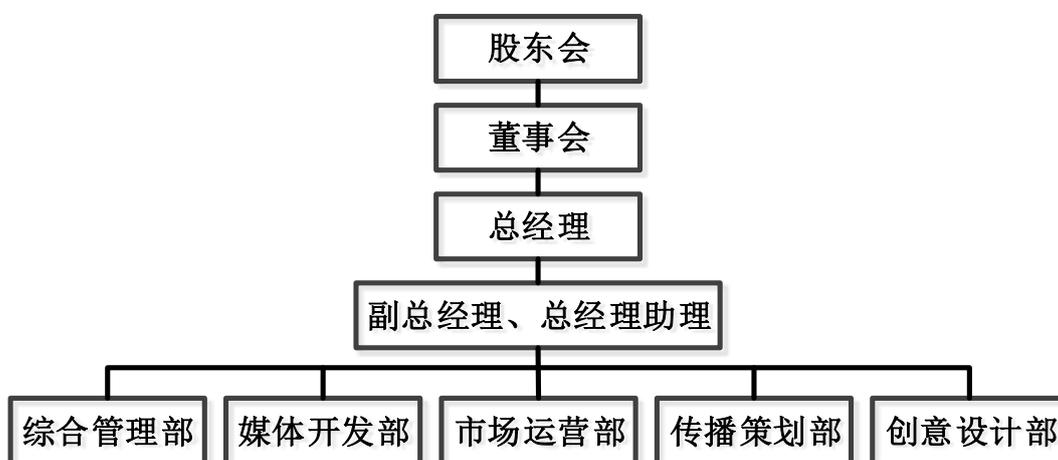
华亿内产定位为公司内容产品供应业务板块的主要执行机构之一。华亿内产着眼于将内容优化为具有价值的信息产品，主营业务为从事具有自主知识产权的内容创作和知识生产，对已有内容进行组合，通过图书、宣传产品等各类内容产品的策划、编辑和制作，满足客户对信息内容传播的需求。

(3) 华亿公关

①基本情况

详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、(九)3、华亿公关”。

②组织结构



③最近二年及一期财务简表

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产(万元)	751.47	1,239.71	633.25
非流动资产(万元)	187.18	252.38	350.55
资产总计(万元)	938.65	1,492.09	983.80
流动负债(万元)	248.01	424.25	226.31
非流动负债(万元)	120.00	200.04	0.056
负债总计(万元)	368.01	624.29	226.37
股东权益合计(万元)	570.64	867.80	757.43
项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
营业收入(万元)	598.34	1,555.92	1,404.25
净利润(万元)	102.85	356.92	300.28

④员工情况

详见本节之“三、(五)1、(4)华亿公关员工情况”。

⑤业务定位和主要经营业务

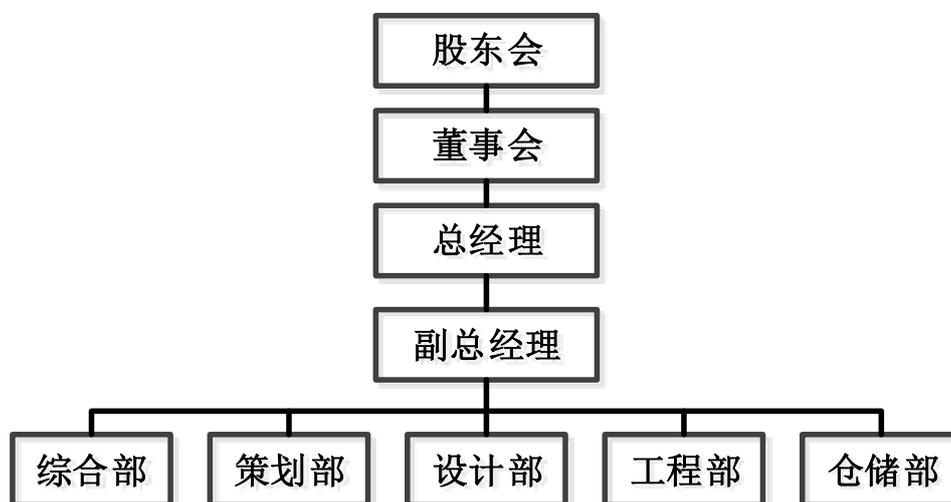
华亿公关定位为内容产品供应业务板块的主要执行机构之一、媒介平台运营业务板块的主要执行机构。华亿公关致力于开发、建设、运营户外广告框架媒体，并依托各类媒体的影响力，整合相关媒体资源，进行户外框架媒体开发运营、现代媒介放能传播、品牌形象策划行销、突发事件舆情危机处理。

(4) 华亿文创

①基本情况

详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、(九)4、华亿文创”。

②组织结构



③最近二年及一期财务简表

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产(万元)	611.04	903.06	902.97
非流动资产(万元)	43.39	46.68	48.10
资产总计(万元)	654.43	949.74	951.07
流动负债(万元)	177.14	154.78	230.36
非流动负债(万元)	-	0.05	0.06
负债总计(万元)	177.14	154.82	230.43
股东权益合计(万元)	477.29	794.92	720.64
项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
营业收入(万元)	206.16	697.14	863.97
净利润(万元)	-17.63	74.27	103.70

④员工情况

详见本节之“三、（五）1、（5）华亿文创员工情况”。

⑤业务定位和主要经营业务

华亿文创定位为展览展庆服务业务板块的主要执行机构。华亿文创主营业务包括：展庆、活动、展览及节会等的策划、运营、执行，以及文化艺术项目、文化景观工程等的创意、施工、服务。

（5）华亿投管

①基本情况

详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、（九）5、华亿投管”。

②组织结构

华亿投管仅设总经理一职，由华亿集团委派人员兼任，无其他内设部门。

③最近二年及一期财务简表

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产（万元）	109.38	78.78	69.58
非流动资产（万元）	46.31	43.31	43.31
资产总计（万元）	155.69	122.09	112.89
流动负债（万元）	-	0.04	-
非流动负债（万元）	-	0.00	-
负债总计（万元）	-	0.04	-
股东权益合计（万元）	155.69	122.05	112.89
项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	-	-	-
净利润（万元）	33.64	9.16	13.01

④员工情况

详见本节之“三、（五）1、（6）其他全资或控股子公司员工情况”。

⑤业务定位和主要经营业务

华亿投管定位为文创产业投资业务板块的主要执行机构。华亿投管主要从事文创产业投资业务，通过投资吸收新形式文创产业形态，丰富公司业务，在文化创意产业产业链上进行产品、服务的创新，提升媒体价值。

（6）华亿速印

①基本情况

详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、（九）6、华亿速印”。

②组织结构

华亿速印仅设总经理一职，由华亿集团委派人员兼任，无其他内设部门。

③最近二年及一期财务简表

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产（万元）	24.77	123.24	34.52
非流动资产（万元）	112.21	95.08	93.24
资产总计（万元）	136.98	218.32	127.76
流动负债（万元）	0.39	75.88	20.24
非流动负债（万元）	40.43	42.45	0.06
负债总计（万元）	40.81	118.33	20.30
股东权益合计（万元）	96.17	99.99	107.46
项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	5.81	88.95	78.47
净利润（万元）	-3.82	-7.47	-35.71

④员工情况

详见本节之“三、（五）1、（6）其他全资或控股子公司员工情况”。

⑤主要经营业务、现在的经营状态和对公司生产经营的影响

华亿速印的主营业务为图文影像输出、数码印刷、平面设计及印后装订等。因华亿速印累计经营亏损，且公司经营战略转变，对产品附加值较低的业务进行战略性放弃等因素，2014年华亿速印召开股东会，全体股东一致同意对华亿速印进行业务调整：华亿速印一方面先行暂停其图文影像输出、数码印刷等业务，另一方面将其所拥有的打印、印刷设备进行出租，以租金收入补贴部分公司运作成本。华亿速印公司仍在正常运行，有产生相应的营业收入、现金流量、交易客户和费用支出，并按时公示年报，经营状态正常。

华亿速印经营合法合规：华亿速印暂停图文影像输出、数码印刷等业务主要出于公司的经营战略和计划转变，并非因异常原因导致停工、停产，亦非完全终止印刷经营活动，不属于《印刷业管理条例》中所规定之需要向原批准设立的出版行政部门备案的情形。华亿速印已就其经营范围中存在的图文输出、数码印刷等业务取得由福建省新闻出版广电局颁发的《印刷经营许可证》（有效期至2017年4月），不存在应取得行政许可、特许经营权而未取得的情形。华亿速

印在报告期内不存在违法违规的情形。

华亿速印 2015 年 1-5 月、2014 年和 2013 年的营业收入分别为 5.81 万元、88.95 万元和 78.47 万元，占华亿传媒合并营业收入的比例较小；且华亿传媒的印刷需求主要由厦门集大印刷厂、厦门市竞成印刷有限公司等外协、外包供应商完成（详见本公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、（四）外协、外包情况说明”），对华亿速印不存在业务依赖。故华亿速印暂停其图文影像输出、数码印刷等业务不会对公司的持续经营能力构成重大不利影响，不会对公司本次挂牌产生实质性障碍。

### 3、华亿集团与各子公司的业务协同情况

公司的主营业务为以内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务为核心，兼营文化创意产业多项投资运营等项目。内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务、文创产业投资各业务板块主要由各子公司实际经营，华亿集团母公司以管理与指导职能为主，如下所示：

业务板块	负责子公司	产品服务形式
内容产品供应	台海杂志、华亿内产、华亿公关	台海杂志出版，内容图书供应，宣传产品定制，影音制品策划，内容衍生活动
媒介平台运营	华亿公关	框架媒体运营，媒体公关传播
展览展庆服务	华亿文创	展览展厅策展，展庆活动执行
文创产业投资	华亿投管	文创项目投资

在实际经营中，由于业务许可资质主要由子公司持有，业务主要由各子公司自行开展，大部分业务合同由各子公司自主签订，集团通过指导子公司业务，沟通、协调相关事项，统筹其他子公司的业务协同关系，统一安排财务等方式对子公司业务进行管理和指导。对少数规模较大、需要各子公司合作完成的大型项目，由集团签订合同，并安排各子公司人员共同合作完成。

在股权关系上，截至本公开转让说明书签署之日，华亿集团直接及间接持有台海杂志 100% 股权、华亿内产 100% 股权、华亿公关 80% 股权、华亿文创 70% 股权、华亿投管 100% 股权、华亿速印 100% 股权，对各子公司均具有绝对控制权。集团可以通过股权投资关系决定子公司的经营方针和经营计划，委派和变更董事、监事，聘任经理，制定管理制度，通过该等形式实现对子公司的有效控制。

在决策机制上，集团董事长、部分董事及核心业务人员担任了子公司的董事、总经理等职，能够通过公司权力机构对子公司形成实际控制。

在管理制度上，集团直接制定了各子公司的管理规章制度。此外，华亿集团

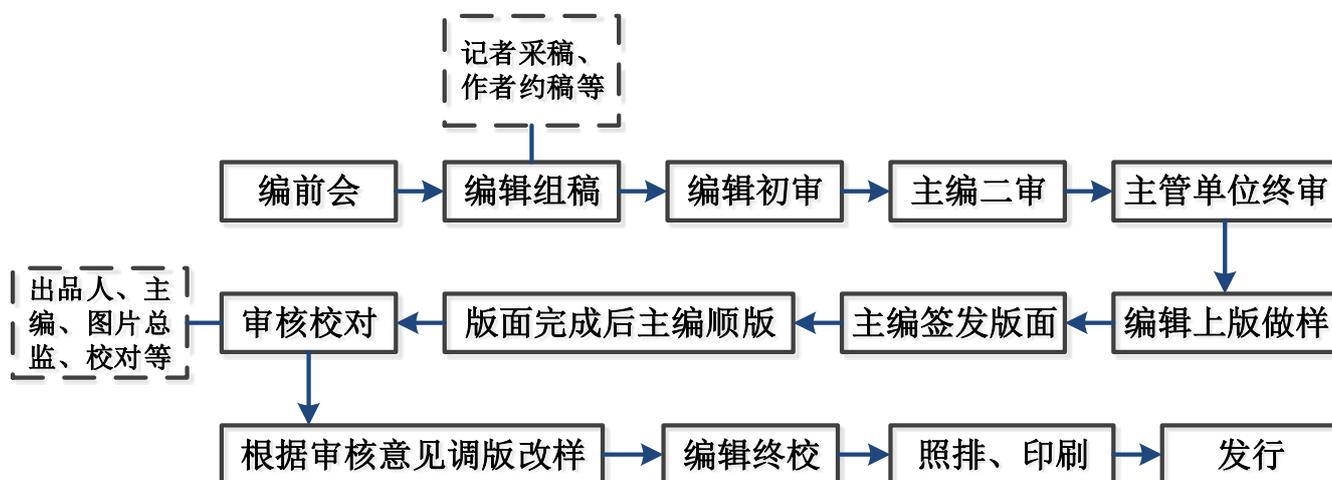
对各子公司的财务进行集中管理（统归集团财务防险部），子公司一般不单独设财务人员。公司具有完善的法人治理结构，通过定期/不定期召开总经理办公会、董事会、股东（大）会的方式制定与子公司相关的决策以及采购、投资事宜。子公司经营利润的分配严格按照出资人协议规定的比例执行，对于个别特殊业务，公司会与子公司单独签署协议约定业务合作方式以及利润分配方式。

## （二）公司业务流程

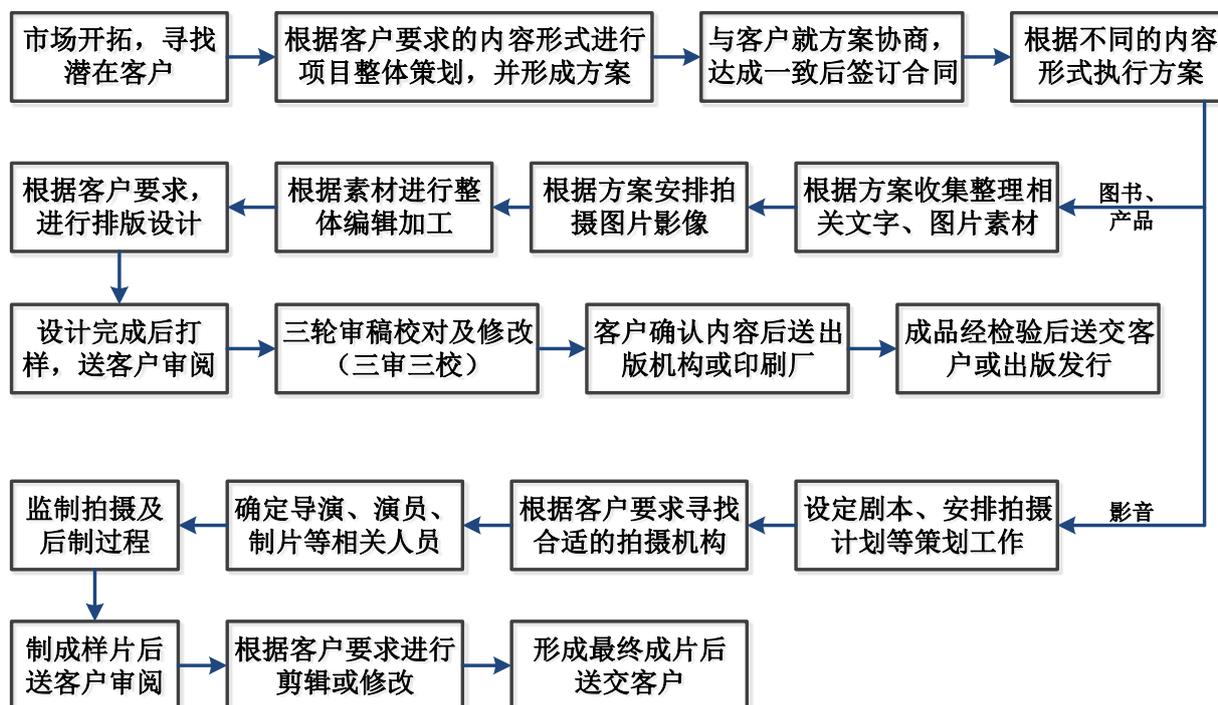
公司报告期内主要的业务流程如下表所示：

序号	业务板块	负责子公司	主要业务流程
1	内容产品供应	台海杂志	杂志出版流程
2		台海杂志、华亿内产、华亿公关	内容产品（图书、产品、影音）供应流程
3	媒介平台运营	华亿公关	框架媒体运营流程
4		华亿公关	媒体公关传播，品牌行销服务流程
5	展览展庆服务	华亿文创	展览展厅策展，展庆活动执行流程
6	文创产业投资	华亿投管	文创项目投资流程

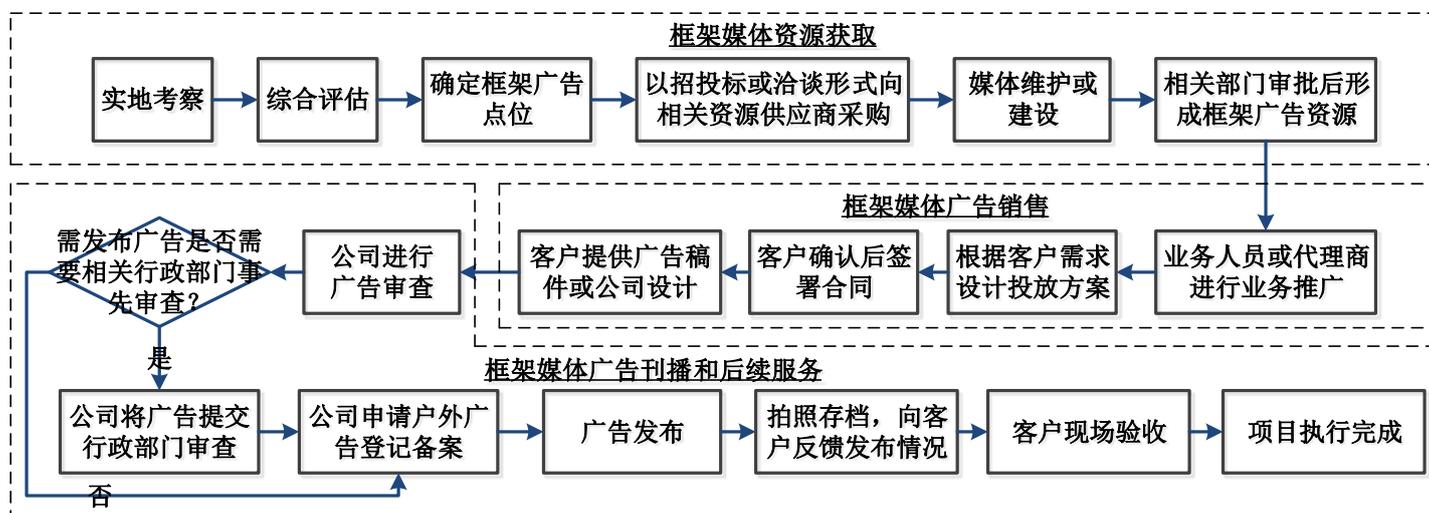
### 1、杂志出版流程（由台海杂志负责）



2、内容产品（图书、产品、影音）供应流程（由台海杂志、华亿内产、华亿公关联合负责）



3、框架媒体运营流程（由华亿公关负责）



公司框架媒体广告审查制度说明：

《关于印发<大众传播媒介广告发布审查规定>的通知》（工商广字〔2012〕26号）指出，“广告经营单位的广告发布前审查是保证广告内容真实、合法、符合社会主义精神文明建设要求的重要措施，也是广告法律法规规定的一项法定义务。”

公司注重对广告信息真实性的内部控制，在广告审查方面制定了相关的业务管理制度，并严格按照《大众传播媒介广告发布审查规定》、《广告审查员管理办

法》等相关规定，由广告审查员对公司发布广告的真实性、合法性、广告形式、广告整体效果等进行审查，在制度方面确保公司所发布广告信息的真实性。《厦门华亿公关传播有限公司公司管理制度》第3条对广告审查与报批过程进行了制度性规范：“媒体开发部户外LED内容发布专员与签单业务员乃至客户（客户由签单业务员负责一对一对接）核实相关刊播信息（时间、内容等）后提交媒体开发部主管把关审核。商业信息由媒体开发部主管把关审核（内容是否合法、刊播画面是否符合户外LED特性、是否符合专业要求等），并签字；媒体开发部主管把握不准的需提交公司分管领导乃至总经理、或集团领导把关审核，并签字。”不论公司发布的广告是公司自行设计或客户提供成稿，均需通过公司业务人员、内容发布专员（广告审查专员）、分管领导的多次审核。公司的广告审核人员严格按照《广告法》、《中华人民共和国侵权责任法》等相关的法律、法规、规范性文件的规定，对广告内容进行严格的监管与把关，包括但不限于对合同内容、产品信息、广告宣传员的内容、宣传形式等进行合规审查。经审核符合相关法律法规规定的广告，方可申请户外广告登记备案并发布。

按照公司发布广告来源涉及行业的不同，公司广告审查制度在具体操作上主要分为一般行业广告审核和特殊行业广告审核。

#### （1）一般行业广告审核

一般行业的广告直接按照相关规定在公司内部进行审核。

#### （2）特殊行业广告审核

新《广告法》第四十六条规定，发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门（以下称广告审查机关）对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。

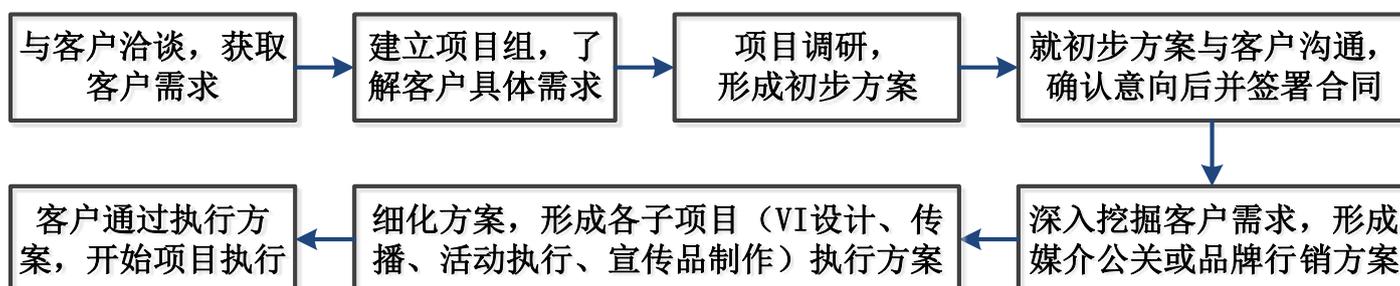
对涉及保健食品、药品、医疗、医疗器械、教育培训、招商投资、房地产、农作物种子等特殊行业的广告，公司按照相关规定在公司内部进行审核后，还需要将广告提交相关行政主管部门进行广告审查。相关行政主管部门对广告版面内容、广告主资质进行核查，提出修改意见，并最终做出审查决定。相关行政主管部门审查通过后，公司再申请户外广告登记备案并发布。

公司发布的户外广告内容中涉及保健食品、药品、医疗、医疗器械、教育培训、招商投资、房地产、农作物种子等特殊行业的，均经过相关行政主管部门审核，并取得相关批复文件。

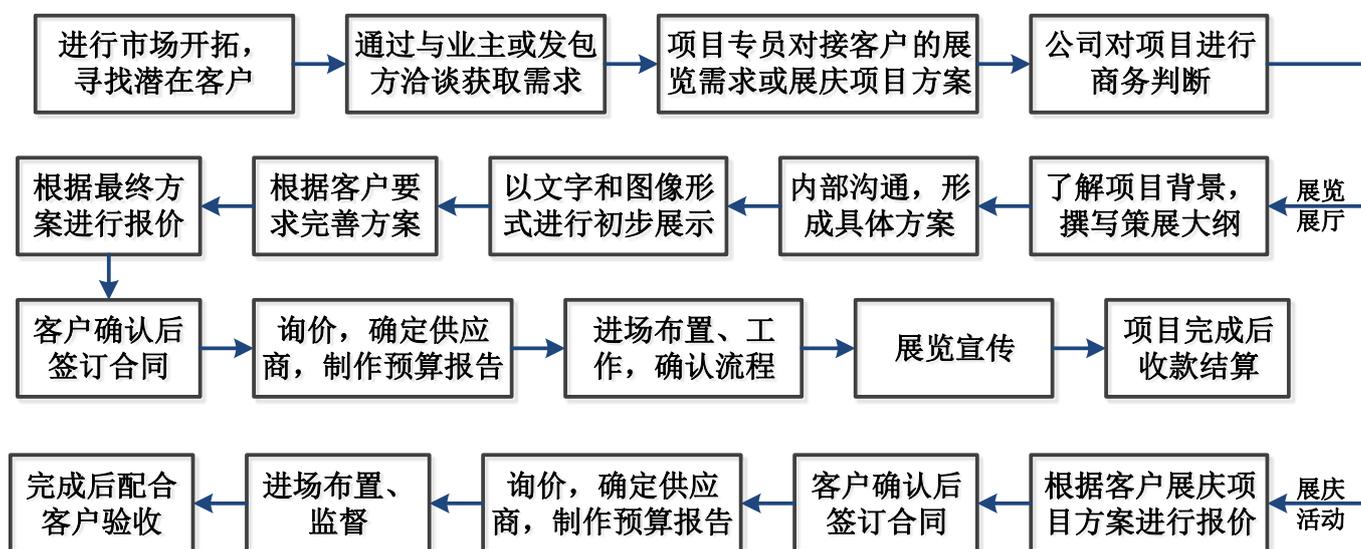
公司现有广告审查员 10 名，均通过工商行政管理部门的统一资格考试，依法取得《广告审查员证》，并按时年检。公司的广告审查人员均具有相关知识和技能，能够按照《广告审查员管理办法》和《厦门华亿公关传播有限公司公司管理制度》等业务准则的要求，严格履行其广告审查职责，保证公司广告审核制度的顺利完成。

此外，由于公司的户外广告在发布前均需经过工商行政管理部门的登记备案，工商行政管理部门在登记备案时亦会对广告内容进行审查。这进一步保证了公司所发布的广告的真实性和合法性。报告期内，公司未发生因广告主发布的虚假或不实交易信息导致的纠纷或潜在纠纷的情形。

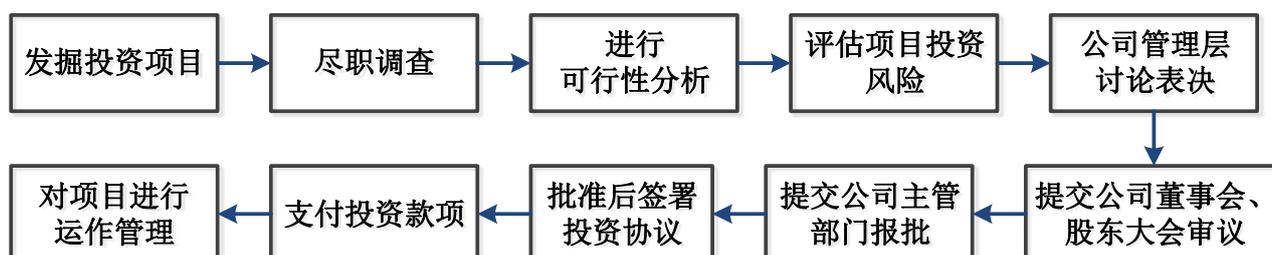
4、媒体公关传播，品牌行销服务流程（由华亿公关负责）



5、展览展厅策展，展庆活动执行流程（由华亿文创负责）



6、文创项目投资流程（由华亿投管负责）



### 三、与公司业务相关的关键资源要素

#### （一）公司产品、服务所使用的主要技术和资源

##### 1、公司产品、服务所使用的主要技术

###### （1）技术概况

公司主要从事文化创意产业业务，公司在提供产品或服务过程中所使用的技术并非普通意义上的“科学技术”，而是在内容产品供应、媒介平台运营、展览展示庆服务领域长期的业务经营中所积累形成的服务能力、策划创意、方法论和执行标准等。这些核心技术并非能够通过客观的科学指标进行衡量，也并非通过大量资金的投入和实验室研发来获得，主要是来源于公司及员工在文化创意产业中的丰富实践经验。

公司各业务板块产品、服务所使用的主要技术概况如下：

①创意策划：公司通过多年策划创意的业务积累和沉淀，具有较强的文化创意策划能力，能够根据客户的不同需求，为其量身定制内容产品、媒介传播、展览展示庆活动等多形式、全方位的策划创意方案。

②视觉传达：公司作为海峡两岸创意设计基地，拥有较强的团队和设计能力，对平面设计、色彩搭配、展览展示、平面视觉、环境艺术、环境规划等方面都具有独特的理解。设计团队为华亿集团内容产品供应、媒介平台运营、展览展示庆服务的三大主营业务板块提供创意设计方面的设计、支撑、指导、培训等职能。

③内容采编：公司拥有一支高水准的内容产品采编策划团队。团队一直保持良好的行业水准和专业素养，不但经验丰富，而且富有创意，为公司的杂志出版、图书出品、产品定制、影音策划、衍生活动等各类内容产品服务提供优质的内容支持。

④公关传播：公司通过多年业内经验积累，形成了自成一体的公关服务专业理论体系以及服务体系，通过深度了解各种公共关系服务策略所产生的效果，将各种资源有效整合起来，根据不同产品和客户要求提供全方位的公关传播、品牌运营等公关服务，得到了客户的普遍认可与好评，增加了客户的粘性。

⑤策展搭建：公司在会展的设计、搭建方面拥有较强的实践经验和操作案例，具备厦门市会展设计、搭建工程企业资质一级（AAA）证书，能够为各类展览展示庆提供整体策展、布展搭建等一体化集成服务。

## （2）公司的研发情况和对技术的保护措施

公司属于文化创意企业，经营业务以各类文化活动为主，所使用的核心技术主要通过经验积累所取得，不存在专有技术研发需求，亦非高新技术企业，故未设置研发机构，不存在研发项目，未配备研发人员及核算研发费用。公司主要技术来自于公司自身的从业经验积累，核心业务人员结合业务实践与自身从业经验，为客户提供创造性、个性化的文化创意服务。

公司的核心团队对公司的业务发展与创新起到了关键作用。公司十分重视核心团队建设，通过提高福利待遇、提供各类员工活动津贴、增加培训机会和创造良好的工作文化氛围等方式来稳定核心团队。未来，公司将在条件允许的情况下，对重要的业务人员实施股权激励。

## 2、公司产品、服务所使用的资源

### （1）品牌和客户资源

公司凭借全产业链业务优势、运营管理能力、人才优势等多方面因素，在业内已经具备一定的知名度和品牌美誉度。此外，公司在长期的市场运作过程中，与众多优质客户建立了长期稳定的合作关系。良好的品牌和客户资源是公司规模与效益并增的基础，也是公司在竞争中的重要优势。

### （2）内容资源

公司在内容产业运作多年，积累了丰富的文字、图片、影像等内容资源，为公司未来进一步运作内容产品业务提供了坚实的基础。公司编辑发行大量期刊、图书内容，在文字资源方面有丰富积累；公司的台海图片库拥有图片总量 10 万余张，内容涵盖社会、经济、民生、艺文、科技、人物等方面，一方面满足自身图片的需求，同时，开放对外图片销售。此外，公司还通过台赛、微电影节等各类内容衍生活动进一步获取相关内容资源，充实公司内容资源。

### （3）媒体资源

公司的媒体资源主要为户外广告媒体资源和大众媒介资源。一方面，公司不断开发利用各类户外广告媒体资源，扩大公司户外广告运营业务规模；公司已拥有，另一方面与境内外近 200 家媒体达成了合作关系，通过良好的大众媒介资源为客户提供全方位的公关传播服务。

## （二）无形资产情况

截至 2015 年 5 月 31 日，公司无形资产明细如下：

序号	无形资产名称	原值（元）	摊销额（元）	净值（元）
1	软件	639,649.58	330,714.73	308,934.85
合计		<b>639,649.58</b>	<b>330,714.73</b>	<b>308,934.85</b>

上表中软件为公司购买的财务软件。截至本公开转让说明书签署之日，公司无用于抵押或担保的无形资产。

公司（含子公司）拥有的知识产权和非专利技术情况为：

(1) 商标

①自有商标

序号	注册商标	注册号/申请号	核定服务项目	申请人	注册日期/申请日期	专用期限
1	来去 COME TO	8667049	第 28 类：风筝；木偶；玩具；万花筒；棋；骰子；运动球类；锻炼身体器械；体育运动器械；圣诞树用装饰品（照明用灯具和糖果除外）。	有限公司	2013/12/21	10 年
2	英雄三岛 DADENG	9914057	第 16 类：纸；杂志（期刊）；报纸；期刊；文具。	有限公司	2013/6/21	10 年
3	冻未条	10631927	第 32 类：果汁；锂盐矿水；矿泉水（饮料）；汽水；以蜂蜜为主的无酒精饮料；乳酸饮料（果制品，非奶）；蒸馏水（饮料）；纯净水（饮料）；豆类饮料；水（饮料）。	有限公司	2013/5/14	10 年
4	博状元	10584032	第 16 类：笔记本；影集；地图；连环漫画书；印刷出版物；书籍；包装纸；纸箱；瓶用纸板或纸制包装物；钢笔。	有限公司	2013/4/28	10 年
5	密店码	10584251	第 28 类：游戏机；自动和投币启动的游戏机；游戏用弹子；游戏套环；魔术器械；活动玩具（床铃）；棋盘游戏器具；纸牌；运动球类球胆；射箭用器具。	有限公司	2013/4/28	10 年
6	战利品	10584133	第 30 类：咖啡；茶；糖果；龟苓膏；蜂蜜；饼干；以谷物为主的零食小吃；糕点；馅饼；方便面；以谷物为主的零食小吃。	有限公司	2013/4/28	10 年
7	燃烧钢铁	10583480	第 25 类：服装；T 恤衫；衬衫；童装；服装；婴儿全套衣；服装；服装；服装；鞋（脚上的穿着物）；帽子（头戴）。	有限公司	2013/4/28	10 年
8	密店码	10583218	第 35 类：广告；广告空间出租；广告策划；商业管理顾问；特许经营的商业管理；替他人推销；职业介绍所；计算机录入服务；会计；寻找赞助。	有限公司	2013/4/28	10 年

厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

9	密店码	10584469	第 41 类：教育；组织教育或娱乐竞赛；文字出版(广告宣传材料除外)；在线电子书籍和杂志的出版；提供在线电子出版物（非下载）；戏剧制作；娱乐；节目制作；在计算机网络上提供在线游戏；娱乐信息（消遣）。	有限公司	2013/4/28	10 年
10	英雄三岛 DADENG	9914106	第 35 类：广告；广告空间出租；商业管理咨询；特许经营的商业管理；替他人采购（帮其他企业购买商品或服务）；替他人推销；职业介绍所；计算机录入服务；会计；寻找赞助。	有限公司	2012/11/7	10 年
11	炮战干粮	9914193	第 29 类：猪肉食品；鱼制食品；干贝；水产罐头；蜜饯；紫菜；海带；精制坚果仁；干食用菌；豆腐制品。	有限公司	2012/11/7	10 年
12	英雄三岛	9914133	第 25 类：服装；内衣；童装；游泳衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾；皮带（服饰用）。	有限公司	2012/11/7	10 年
13	英雄三岛 DADENG	9914082	第 30 类：咖啡；茶；糖果；糕点；以谷物为主的零食小吃；馅饼；谷类制品；方便面；以谷物为主的零食小吃；含淀粉食品；调味品。	有限公司	2012/11/7	10 年
14	英雄三岛	9914143	第 33 类：白兰地；黄酒；鸡尾酒；酒精饮料（啤酒除外）；米酒；葡萄酒；清酒；烧酒；食用酒精；威士忌酒。	有限公司	2012/11/7	10 年
15	冻未条	9682479	第 25 类：服装；童装；婴儿全套衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；领带；围巾；皮带（服饰用）。	有限公司	2012/8/28	10 年
16	青菜公公	9682602	第 6 类：普通金属合金；金属管；金属建筑物；普通金属制钥匙环；金属法兰盘；金属纪念章；动物挂铃；普通金属塑像；青铜制品（艺术品）；普通金属艺术品。	有限公司	2012/8/14	10 年
17	博状元	9682741	第 20 类：非金属刀柄；竹木工艺品；玻璃钢工艺品；树脂工艺品；木制或塑料制招牌；食品用塑料装饰品；医院用非金属身份证明手环；家具用非金属附件；垫褥（亚麻制品除外）；非金属门装置。	有限公司	2012/8/14	10 年
18	博状元	9682708	第 3 类：香皂；擦洗溶液；上光剂；研磨材料；精油；香料；口气清新喷洒剂；干花瓣与香料混合物（香料）；香木；香。	有限公司	2012/8/14	10 年
19	来去 COME TO	9682334	第 3 类：香皂；清洁制剂；皮革保护剂（上光）；研磨材料；精油；香料；化妆品；香水；芬芳袋（干花瓣与香料的混合物）；香。	有限公司	2012/8/14	10 年

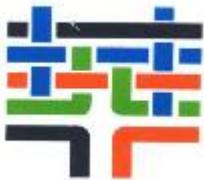
厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

20	米呆	9312435	第 18 类：背包；购物袋；家具用皮缘饰；旅行包；手提包；运动包；书包；旅行用具（皮件）；钱包；伞。	有限公司	2012/5/21	10 年
21	米呆	9312263	第 28 类：风筝；木偶；玩具；万花筒；棋；骰子；运动球类；锻炼身体器械；体育运动器械；圣诞树用装饰品（照明用灯具和糖果除外）。	有限公司	2012/5/21	10 年
22	米呆	9312342	第 25 类：服装；童装；婴儿全套衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；领带；围巾；皮带（服饰用）。	有限公司	2012/5/21	10 年
23	米呆	9311999	第 35 类：广告；广告策划；广告空间出租；商业管理咨询；特许经营的商业管理；替他人推销；职业介绍所；计算机录入服务；会计；寻找赞助。	有限公司	2012/5/14	10 年
24	米呆	9311897	第 41 类：教育；安排和组织大会；组织教育或娱乐竞赛；书籍出版；在线电子书籍和杂志的出版；（在计算机网络上）提供在线游戏；文娱活动；俱乐部服务（娱乐或教育）；节目制作；动物园。	有限公司	2012/5/7	10 年
25	米呆	9312492	第 14 类：首饰盒；贵重金属艺术品；领带夹；胸针（首饰）；玉雕首饰；珠宝（首饰）；银饰品；玛瑙；表；钟。	有限公司	2012/4/21	10 年
26	青菜公公	9315642	第 35 类：广告；广告策划；广告空间出租；商业管理咨询；特许经营的商业管理；替他人推销；职业介绍所；计算机录入服务；会计；寻找赞助。	有限公司	2012/4/21	10 年
27	博状元	9315811	第 28 类：风筝；木偶；玩具；万花筒；棋；骰子；运动球类；锻炼身体器械；体育运动器械；圣诞树用装饰品（照明用灯具和糖果除外）。	有限公司	2012/4/21	10 年
28	米呆	9312309	第 30 类：咖啡；茶；糖果；糕点；以谷物为主的零食小吃；馅饼；谷类制品；方便面；以谷物为主的零食小吃；含淀粉食品；调味品。	有限公司	2012/4/21	10 年
29	米呆	9312456	第 16 类：纸；印刷出版物；杂志（期刊）；海报；说明书；期刊；报纸；图画；油画；文具。	有限公司	2012/4/21	10 年
30	米呆	9312380	第 21 类：餐具（刀、叉、匙除外）；瓷器；陶器；瓷、赤陶或玻璃艺术品；茶具；饮水玻璃杯；梳；牙签盒；化妆用具；室内水族池。	有限公司	2012/4/21	10 年
31	博状元	9315979	第 21 类：餐具（刀、叉、匙除外）；瓷器；陶器；瓷、赤陶或玻璃艺术品；饮水玻璃杯；茶具；梳；牙签盒；化妆用具；室内水族池。	有限公司	2012/4/21	10 年

厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

32	米呆	9315531	第 6 类：普通金属合金；金属管；金属建筑物；普通金属制钥匙环；金属法兰盘；金属纪念章；动物挂铃；普通金属塑像；青铜制品（艺术品）；普通金属艺术品。	有限公司	2012/4/21	10 年
33	博状元	9317055	第 16 类：纸；报纸；海报；期刊；说明书；印刷出版物；杂志（期刊）；图画；油画；文具。	有限公司	2012/4/21	10 年
34	来去 COME TO	8667172	第 35 类：广告策划；广告空间出租；广告；商业管理咨询；特许经营的商业管理；替他人推销；职业介绍所；计算机录入服务；会计；寻找赞助。	有限公司	2011/10/28	10 年
35	来去 COME TO	8666930	第 6 类：普通金属合金；金属管；金属建筑物；普通金属制钥匙环；金属法兰盘；金属纪念章；动物挂铃；普通金属塑像；青铜制品（艺术品）；普通金属艺术品。	有限公司	2011/9/28	10 年
36	来去 COME TO	8666943	第 16 类：纸；报纸；海报；期刊；说明书；印刷出版物；杂志（期刊）；图画；油画；文具。	有限公司	2011/9/28	10 年
37	来去 COME TO	8667097	第 30 类：咖啡；茶；糖果；糕点；以谷物为主的零食小吃；馅饼；谷类制品；方便面；以谷物为主的零食小吃；含淀粉食品；调味品。	有限公司	2011/9/28	10 年
38	来去	8667219	第 41 类：教育；组织教育或娱乐竞赛；安排和组织大会；书籍出版；在线电子书籍和杂志的出版；节目制作；（在计算机网络上）提供在线游戏；文娱活动；俱乐部服务（娱乐或教育）；动物园。	有限公司	2011/9/28	10 年
39	来去 COME TO	8666983	第 21 类：餐具（刀、叉、匙除外）；瓷器；陶器；瓷、赤陶或玻璃艺术品；茶具；饮水玻璃杯；梳；牙签盒；化妆用具；室内水族池。	有限公司	2011/9/28	10 年
40	华亿传媒;HY INTERNATIONAL MEDIA	5743113	第 16 类：印刷出版物；报纸；期刊；杂志（期刊）；新闻刊物；说明书；歌曲集；海报；宣传画；招贴画或纸板。	有限公司	2011/4/14	10 年
41	THPP	7635832	第 9 类：放映设备；滤光镜（摄影）；闪光灯（摄影）；摄影架；摄影器具包；特制摄影设备和器具箱；照片晒印干燥设备；照相机（摄影）；照相机用三角架；照相制版装置。	有限公司	2011/2/28	10 年

42	廿四小时马拉松式市民学习日;XIIIIIVIIIX	6909861	第 41 类: 安排和组织大会; 安排和组织会议; 安排和组织培训班; 安排和组织学术讨论会; 安排和组织专家讨论会; 组织文化或教育展览; 组织竞赛 (教育或娱乐); 安排和组织专题研讨会; 书籍出版; 图书出版 (广告宣传册除外)。	有限公司	2011/2/21	10 年
43	金浪奖	7699736	第 41 类: 安排和组织培训班; 安排和组织专题研讨会; 组织教育或娱乐竞赛; 组织文化或教育展览; 书籍出版; 提供在线电子出版物 (非下载的); 筹划聚会 (娱乐); 数字成像服务; 摄影; 摄影报道。	有限公司	2011/1/7	10 年
44	金浪奖	7699722	第 14 类: 贵金属徽章; 贵金属塑像; 贵金属小雕像; 贵金属小塑像; 贵金属艺术品; 纪念章 (宝石); 奖章; 铜制纪念品; 银制工艺品; 钥匙圈 (小饰物或短链饰物)。	有限公司	2011/1/7	10 年
45	THPP	7635778	第 41 类: 安排和组织培训班; 安排和组织专题研讨会; 组织教育或娱乐竞赛; 组织文化或教育展览; 书籍出版; 图书出版; 在线电子书籍和杂志的出版; 提供在线电子出版物 (非下载的); 筹划聚会 (娱乐); 文娱活动。	有限公司	2010/12/28	10 年
46	THPP	7635806	第 35 类: 电视商业广告; 广告策划; 为零售目的在通讯媒体上展示商品; 直接邮件广告; 市场分析; 组织商业或广告展览; 为消费者提供商业信息和建议 (消费者建议机构); 特许经营的商业管理; 替他人推销; 演员的商业管理。	有限公司	2010/12/21	10 年
47	THPP	7635830	第 16 类: 海报; 连环漫画书; 肖像; 印花用图画; 蚀刻 (版) 画; 镶框或未镶框的绘画 (图画); 图画; 平版印刷工艺品; 照片; 雕刻印刷品 (书画刻印作品)。	有限公司	2010/11/28	10 年
48	金浪奖	7699712	第 6 类: 车辆金属徽章; 金属标志牌; 金属纪念牌; 金属纪念章; 普通金属半身雕塑像; 普通金属塑像; 普通金属小雕像; 普通金属小塑像; 普通金属艺术品; 青铜制品 (艺术品)。	有限公司	2010/11/28	10 年

49	店事	6838333	第 42 类：技术研究；包装设计；计算机软件设计；计算机系统设计；把有形的数据和文件转换成电子媒体；替他人创建和维护网站；托管计算机站（网站）；计算机编程；计算机程序和数据的数据转换(非有形转换)；提供互联网搜索引擎。	有限公司	2010/9/21	10 年
50	店事;ABOUT SHOP	6838335	第 39 类：运输经纪；船舶经纪；包裹投递；递送（信件和商品）；信件投递；电信投递；投递报纸；邮购货物的递送；旅行社（不包括预定旅馆）；旅客陪同。	有限公司	2010/9/21	10 年
51	店事	6838334	第 41 类：组织竞赛（教育换货娱乐）；组织文化或教育展览；安排和组织专题研讨会；安排和组织培训班；图书出版（广告宣传册除外）；书籍出版；在线电子书籍和杂志的出版；提供在线电子出版物(非下载的)；文娱活动；筹划聚会（娱乐）。	有限公司	2010/9/21	10 年
52	店事	7232704	第 45 类：服装出租；交友服务；版权管理；域名注册；知识产权许可；仲裁；知识产权咨询；知识产权监督；计算机软件许可（法律服务）；法律研究。	有限公司	2010/9/14	10 年
53	店事	6838337	第 35 类：室外广告；广告传播；货物展出；广告宣传版本的出版；广告；电视商业广告；商业橱窗布置；数据通讯网络上的在线广告；直接邮件广告；邮购订单形式的广告。	有限公司	2010/9/7	10 年
54	店事	6838338	第 9 类：计算机；电子出版物（可下载）；计算机程序（可下载软件）；唱片；（计算机用）自动电唱机；摄像机；电视游戏卡；照相机（摄影）；动画片；幻灯片（照相）。	有限公司	2010/7/14	10 年
55	店事 ABOUT SHOP	6612544	第 16 类：报纸；期刊；杂志（期刊）；新闻刊物。	有限公司	2010/6/7	10 年
56	店事	6838336	第 38 类：无线电广播；电视播放；电视广播；新闻社；有线电视；供与全球计算机网络的电讯连接服务；远程会议服务；计算机辅助信息与图像传输；计算机辅助信息与图像传送；电子信件。	有限公司	2010/5/7	10 年
57		5743112	第 35 类：广告代理；广告策划；广告宣传本的出版；广告设计；数据通讯网络上的在线广告；商业广告；电视广告；商业管理咨询；组织商业广告性的贸易交易会；组织商业或广告展览。	有限公司	2010/2/7	10 年

厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

58	A' HU	5222174	第 25 类：服装；衬衫；T 恤衫；童装；拖鞋；鞋；帽；袜；领带；围巾。	有限公司	2009/8/14	10 年
59	A' HU	5222173	第 28 类：风筝；游戏机；玩具；毛绒玩具；布袋戏人偶（活动木偶）；玩具气球；卡通手表（玩具手表）；锻炼身体器械；圣诞树用装饰品（照明用灯具和糖果除外）；钓鱼竿。	有限公司	2009/8/14	10 年
60	台赛	16601207	第 41 类：教育；培训；安排和组织会议；安排和组织学术讨论会；书籍出版；在线电子书籍和杂志的出版；摄影；俱乐部服务（娱乐或教育）；摄影报道。	台海杂志	2015/3/31	申请中，尚未注册
61		16613723	第 35 类：广告空间出租；广告设计；户外广告；广告；广告片制作；计算机网络上的在线广告；广告代理；广告版面设计；组织商业或广告展览；为广告或销售组织时装展览。	华亿公关	2015/4/1	申请中，尚未注册
62		16613724	第 42 类：工业品外观设计；造型（工业品外观设计）；包装设计；室内装饰设计；服装设计；计算机软件设计；计算机系统设计；计算机编程；艺术品鉴定；书画刻印艺术设计。	华亿公关	2015/4/1	申请中，尚未注册
63		16613725	第 41 类：组织文化或教育展览；组织表演（演出）；除广告以外的版面设计；书籍出版；娱乐；表演制作；提供博物馆设施（表演、展览）；广播和电视节目制作；录像带录制；摄影。	华亿公关	2015/4/1	申请中，尚未注册
64	博状元	14096222	第 9 类：可下载的手机铃音；电子出版物（可下载）；计算机外围设备；可下载的音乐文件；可下载的影像文件；计算机程序（可下载软件）；计算机软件（已录制）；计算机游戏软件；计算机存储装置；电子公告牌。	华亿投管	2015/5/7	10 年
65	博状元	14103565	第 42 类：把有形的数据或文件转换成电子媒体；计算机程序和数据的数据转换（非有形转换）；计算机软件维护；计算机软件设计；计算机软件更新；提供互联网搜索引擎；网络服务器出租；替他人创建和维护网站；托管计算机站（网站）；计算机编程。	华亿投管	2015/5/7	10 年

66	来去	14151683	第 38 类：有线电视播放；提供互联网聊天室；电子公告牌服务（通讯服务）；提供与全球计算机网络的电讯联接服务；信息传送；提供全球计算机网络用户接入服务；电子邮件；提供数据库接入服务；计算机终端通讯；计算机辅助信息和图像传送。	华亿投管	2015/4/21	10 年
67	博状元	14103492	第 41 类：教育；组织教育或娱乐竞赛；提供在线电子出版物（非下载）；文字出版（广告宣传材料除外）；在线电子书籍和杂志的出版；娱乐；广播和电视节目制作；在计算机网络上提供在线游戏；娱乐信息；摄影报道。	华亿投管	2015/4/14	10 年
68	米呆	16672457	第 38 类：有线电视播放；计算机辅助信息和图像传送；电子邮件；提供全球计算机网络用户接入服务；提供与全球计算机网络的电讯联接服务；计算机终端通讯；信息传送；提供数据库接入服务；提供互联网聊天室；电子公告牌服务（通讯服务）。	华亿投管	2015/4/9	申请中，尚未注册
69	米呆	16672626	第 42 类：托管计算机站（网站）；把有形的数据或文件转换成电子媒体；计算机程序和数据的数据转换（非有形转换）；计算机软件维护；提供互联网搜索引擎；计算机编程；计算机软件设计；计算机软件更新；网络服务器出租；替他人创建和维护网站。	华亿投管	2015/4/9	申请中，尚未注册
70	博状元	14096276	第 38 类：有线电视播放；提供全球计算机网络用户接入服务；提供互联网聊天室；计算机辅助信息和图像传送；计算机终端通讯；提供数据库接入服务；信息传送；提供与全球计算机网络的电讯联接服务；电子邮件；电子公告牌服务（通讯服务）。	华亿投管	2015/4/7	10 年

②被授权使用商标

序号	注册商标	申请号	核定服务项目	申请人/授权方	注册日期/申请日期	专用期限	授权类型	被授权方	授权使用期限
1		5396721	第 16 类：杂志（期刊）；期刊；报纸；新闻刊物。	厦门日报社	2010/1/7	10 年	独占使用	台海杂志	2013/9/30 至 2017/2/28

授权使用情况：《台海》杂志原由厦门日报社主管主办，后经福建省新闻出

版广电局批准，变更为厦门日报社主管，台海杂志主办。2013年9月30日，厦门日报社与台海杂志签订《商标许可合同》，约定厦门日报社无偿许可台海杂志在第16类商品上使用其已注册的前述商标；商标许可使用性质的性质为独占使用许可；使用期限为2013年9月30日起至2017年2月28日止。

### （三）业务许可与公司资质

#### 1、与生产经营相关的许可或资质

公司的主营业务为以内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务为核心，兼营文化创意产业多项投资运营等项目。实际经营中，各业务板块主要由各子公司实际经营，华亿集团以管理与指导职能为主，故相关业务的经营许可主要由各子公司持有，各子公司开展业务的资质齐备。截至本公开转让说明书签署之日，华亿集团下属6家子公司取得相关业务的经营许可概况如下：

序号	子公司	目前具体经营业务	取得的相关经营许可
1	台海杂志	杂志出版	《福建省侨刊乡讯出版许可证》
2	华亿内产	图书出品、产品定制	《中华人民共和国出版物经营许可证》
3	华亿公关	框架媒体运营运营、媒体公关传播、品牌行销服务、影音策划	广告经营资质、《户外广告登记证》
4	华亿文创	展览展厅策展，展庆活动执行	无
5	华亿投管	文创项目投资	无
6	华亿速印	图文输出、数码印刷	《印刷经营许可证》

#### （1）台海杂志

台海杂志主要从事《台海》杂志的出版发行业务，涉及的业务许可资格或资质要求主要为杂志出版许可证。

序号	证书名称	核定项目	权利人	发证机关	有效期
1	福建省侨刊乡讯出版许可证	报刊名称：台海；刊期：月；刊号：CN-35(Q)第0083号；开本：16开；页码：120页；发行地区和范围：本省、台湾等地；主管单位：厦门日报社	台海杂志	福建省新闻出版广电局	2014/8/1 至 2019/8/1

#### （2）华亿内产

华亿内产主要从事图书出品、产品定制等业务，涉及的业务许可资格或资质要求主要为《出版物经营许可证》。图书出品、产品定制等业务不属于出版业务范畴，华亿内产主要与有相关资质的出版社或印刷厂合作开展业务。

序号	证书名称	核定项目	权利人	发证机关	有效期
1	中华人民共和国出版物经营许可证	出版物零售	华亿内产	厦门市思明区文化体育局	2014/3/30 至 2020/3/31

### (3) 华亿公关

华亿公关主要从事框架媒体运营运营、媒体公关传播、品牌行销服务、影音策划等业务，涉及的业务许可资格或资质要求主要为广告经营资质和《户外广告登记证》。媒介公关传播、品牌行销服务、影音制品策划等业务不涉及强制性业务许可资格或资质要求，无需相关的业务许可资格或资质。

#### ①广告经营资质

根据《广告管理条例》第六条、《广告管理条例施行细则》第七条的规定，对于经营广告业务的企业，只需要向具有管辖权的工商行政管理局申请办理企业登记，获得相关营业执照或变更经营范围后即可正常经营，不需办理《广告经营许可证》。

华亿公关系依法设立的有限责任公司，主要从事开发、建设、运营户外广告框架媒体，并依托各类媒体的影响力，整合相关媒体资源，进行框架媒体运营和媒介公关传播等业务，属于经营广告业务的企业范畴。华亿公关已取得统一社会信用代码为 91350205594967920G 的《企业法人营业执照》，核准的经营范围为“广告的设计、制作、代理、发布；其他未列明商务服务业（不含需经许可审批的项目）；企业管理咨询；其他未列明文化艺术业。”因此，华亿公关已具备广告经营资质，无需取得《广告经营许可证》。

#### ②《户外广告登记证》

公司自有的框架媒体——户外 LED 天桥广告均持有《户外广告登记证》。

序号	户外广告类型	登记证号	发布者	所有人	设置地点	发证机关	有效期限
1	户外LED广告	(厦)户外广登字第XL20110316LED001号	华亿公关	华亿有限	嘉禾路马垅路段人行天桥	厦门工商	2015/6/3 至 2015/12/2
2	户外LED广告	(厦)户外广登字第XL20110316LED002号	华亿公关	华亿公关	湖滨北路市行政中心人行天桥	厦门工商	2015/7/1 至 2015/12/31
3	户外LED广告	(厦)户外广登字第XL20110316LED003号	华亿公关	华亿公关	莲前东路 BRT K3 线终点站人行天桥	厦门工商	2015/7/1 至 2015/12/31
4	户外LED广告	(厦)户外广登字第XL20110316LED004号	华亿公关	华亿公关	仙岳路屿后路口人行天桥	厦门工商	2015/7/1 至 2015/12/31
5	户外LED广告	(厦)户外广登字第XL20110923LED006号	华亿公关	华亿公关	吕岭路江头西路口人行天桥	厦门工商	2015/7/1 至 2015/12/31
6	户外LED	(厦)户外广登第	华亿公关	华亿有限	枋钟路太古人行天	厦门工商	2015/7/24 至

	广告	XL20110923LED007号			桥		2016/1/23
7	户外LED广告	(厦)户外广登字第XL20110923LED008号	华亿公关	华亿有限	东渡路商检人行天桥	厦门工商	2015/7/1 至 2015/12/31

#### (4) 华亿文创

华亿文创主要从事展览展庆项目的策划执行业务，不涉及强制性业务许可资格或资质要求，无需相关的业务许可资格或资质。华亿文创承办、策划运作的展览展会项目均属于文化性质活动，不属于涉外经济技术贸易展览会范畴，亦无须进行备案登记。

#### (5) 华亿投管

华亿投管主要从事文创产业投资业务，不涉及强制性业务许可资格或资质要求，无相关的业务许可资格或资质。华亿投管的资金来源均为自有资金，不存在任何非公开募集资金的过程，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》中规定的私募投资基金或私募投资基金管理人，不需要按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定履行登记备案程序。

#### (6) 华亿速印

华亿速印主要从事图文输出、数码印刷等业务，涉及的业务许可资格或资质要求主要为《印刷经营许可证》。

序号	证书名称	核定项目	权利人	发证机关	有效期
1	印刷经营许可证	出版物（专项）；包装装潢印刷品；其他印刷品	华亿速印	福建省新闻出版广电局	2015年5月至 2017年4月

## 2、其他资质或认证

序号	证书名称	权利人	发证机关	认定日期	有效期限
1	广告企业资质等级证书（厦门市广告行业综合服务类一级企业）	华亿公关	厦门市广告协会	2014/5	2017/7
2	厦门市会展设计、搭建工程企业资质一级（AAA）	华亿文创	厦门市会议展览业协会	2014/7	2017/7

上述资质为相关行业协会根据行业发展变化的实际情况，为适应并鼓励企业专业化发展的需求而设立，属于评价类的资质认证而非强制性的许可资质。

## 3、公司（含子公司）获得荣誉

序号	荣誉名称	取得时间
1	2006 厦门品牌建设优秀案例	2006 年

2	第四届世界合唱比赛突出贡献集体	2006年
3	厦门市首批重点文化企业	2009年
4	厦门市参与2010年上海世博会活动先进集体	2010年
5	第十五届福建对外新闻奖二等奖	2011年
6	2010年度福建省侨刊乡讯版面奖一等奖	2011年
7	“海西新风采 福建新跨越”三等奖	2011年
8	公司获得“海峡两岸（厦门）视觉创意设计基地”	2011年
9	“  ”商标被评为“厦门市著名商标”	2011年
10	“  ”商标被评为“福建省著名商标”	2012年
11	第十八届福建对外新闻奖侨刊乡讯好版面一等奖	2013年
12	“2014厦门文化产业年度风云榜”十大年度企业	2015年
13	2014年度优秀内部报刊“好杂志”一等奖	2015年
14	2014年度优秀内部报刊“好专栏”一等奖	2015年

#### （四）公司固定资产情况

##### 1、固定资产情况

截至2015年5月31日，公司固定资产情况如下表：

固定资产种类	原值（元）	累计折旧（元）	净值（元）	成新率（%）
机器设备	538,255.71	458,932.37	79,323.34	14.74
运输工具	1,474,708.41	457,333.96	1,017,374.45	68.99
办公设备	1,339,375.96	988,656.88	350,719.08	26.19
其他	7,169,980.78	4,962,397.12	2,207,583.66	30.79
<b>合计</b>	<b>10,522,320.86</b>	<b>6,867,320.33</b>	<b>3,655,000.53</b>	<b>35.30</b>

其他固定资产主要系公司自建的天桥LED广告屏。上述固定资产均为购置或自建所得，无闲置的固定资产，不存在纠纷或潜在的纠纷。公司主要资产与公司业务具有较高匹配度和较强关联性。本公司的固定资产情况良好，能够满足公司日常的业务运营需求。

##### 2、生产经营场所的情况

公司无自有房产，目前的经营场所均系租赁使用。截至本公开转让说明书签署之日，公司共租赁、使用9处房产，其基本情况如下：

序号	地址	租期	出租方	承租方	总面积（平方米）	租金（元/月）	用途
1	厦门吕岭路122号11层1101室之1101单元、1110单元	2015/4/1至2017/3/31	厦门日报社	华亿集团	162.00	7,290.00	办公

2	厦门市吕岭路 122 号厦门日报报业大厦 11 层 1101 室之 1110 单元	2015/4/1 至 2017/3/31	厦门日报社	台海杂志	108.00	4,860.00	办公
3	厦门市吕岭路 122 号厦门日报报业大厦 11 层 1101 室之 1111、1112 单元	2015/4/1 至 2017/3/31	厦门日报社	华亿内产	143.00	6,435.00	办公
4	厦门市海沧区钟林路 8 号海投大厦 9 层 904 室	2012/2/20 至 2017/5/31	海投集团	华亿公关	233.24	第 1、2 年： 27612.00； 第 3 年： 28992.6； 第 4 年： 30442.23； 第 5 年： 31960.89	办公
5	厦门市吕岭路 122 号厦门日报报业大厦 11 层 1101 室之 1102 单元	2015/4/1 至 2017/3/31	厦门日报社	华亿文创	136.00	6,120.00	办公
6	厦门市翔安区马巷镇 481 号五楼 516 室	2014/12/1 至 2017/11/30	翔安投资	华亿文创	50.00	无偿	注册场所
7	中埔水果批发市场后门京闽物流院内东侧第 1、2 号仓库及办公楼一层楼梯左侧第一、第七间办公室	2014/1/1 至 2016/2/29	厦门闽运通货运代理有限公司、北京中海物流有限公司	华亿文创	560.00	13608.00	仓储
8	厦门市思明区吕岭路 122 号报业大厦 1101 室之 1102 单元	2015/4/1 至 2017/3/31	华亿文创	华亿投管	-	无偿	注册场所
9	厦门市思明区金尚路 287-289 号厦门日报印务中心大楼 1、2 层	2014/10/24 至 2017/3/31	厦门日报社	华亿速印	-	无偿	注册场所

(1) 租赁房产情况说明

上述第 1、2、3、5、8、9 项房产所有权人系公司控股股东厦门日报社，持有“厦门地房证第 00304900 号”《厦门市土地房屋权证》。关于上述第 1、2、3、5 项房产，公司及各子公司与厦门日报社签订了租赁合同，租赁价格系依市场价格而定，价格公允。上述第 8 项房产系华亿投管员工均由华亿集团委任，无实际生产经营，无需占用场所，华亿文创同意无偿授权华亿投管作为工商注册场所使用。上述第 9 项房产系华亿速印已暂停其主营业务并出租其设备，故无需占用场所，厦门日报社同意无偿授权华亿速印作为工商注册场所使用。前述关联租赁行为对公司的财务状况、经营成果无实质性的重大影响，详见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“九、（四）关联租赁”。

上述第 4 项房产所有权人系海投集团，持有“厦国土房证第地 00010480 号”《厦门市土地房屋权证》。租赁价格系依市场价格而定，价格公允。

上述第 6 项房产所有权人系华亿文创股东翔安投资，持有“厦国土房证第 00823746 号”《厦门市土地房屋权证》。翔安投资将该房产无偿提供给华亿文创作为注册、办公场所使用。双方签订了《房屋无偿使用协议》，约定华亿传媒有权自 2014 年 1 月起无偿使用该房屋至 2016 年 2 月。华亿文创于 2014 年 1 月开始实际使用此处房产。该处房产主要作为注册场所使用，且房屋面积较小、非主要办公场所，华亿文创对其不存在依赖性，因此该关联租赁行为对公司的财务状况、经营成果无实质性的重大影响。

上述第 7 项房产系公司租赁所得，截止至本公开转让说明书签署之日，未查出租方就该项房产持有房屋产权证、土地使用权证。

2014 年 7 月 8 日，华亿文创作为承租方与出租方厦门闽运通货代理有限公司、北京中海物流有限公司签订《仓储服务合同》，约定出租方将其位于“中埔水果批发市场后门京闽物流院内东侧第 1、2 号仓库及办公楼一层楼梯左侧第一、第七间办公室”的房产租赁予华亿文创。华亿文创租赁该处房产主要用于存储用于展庆执行业务的舞台桁架、音响、画布、桌椅等备用物料，非主要的生产经营场所。

2015 年 8 月 30 日，厦门闽运通货代理有限公司、北京中海物流有限公司出具《承诺函》，承诺其就位于“中埔水果批发市场后门京闽物流院内东侧第 1、2 号仓库及办公楼一层楼梯左侧第一、第七间办公室”的房产具有合法的出租权，若因上述房产存在产权瑕疵或因其出租权存在瑕疵，导致包括但不限于其与华亿文创签订的租赁合同无效或被撤销、华亿文创被任何单位要求搬离前述房产，造成华亿文创直接或间接损失时，其自愿承担因该项房产产权瑕疵或因其出租权瑕疵而给华亿文创造成的所有损失。虽然华亿文创不存在因该项租赁受到行政处罚的法律风险，不会影响公司的合法合规经营，但因出租方未提供该项房产的房产证或土地使用权证等证明其具备合法出租权利的文件，华亿文创存在该项租赁合同被认定为无效合同或被撤销，进而导致公司无法使用该房产，需要搬迁并承担相应损失的潜在风险。

为避免该项租赁房产存在产权瑕疵给公司带来的潜在风险，华亿文创已决定搬迁仓储场所，并制定了详细的搬迁计划和搬迁时间表，预计于 2015 年 12 月完成物料清点和分类，2016 年 1 月底完成全部搬迁工作。2015 年 11 月 1 日，华亿文创与厦门建发集团有限公司签订了《租赁意向书》，意向租赁厦门市鹭江道 52 号海滨大厦底层夹层（面积为 514.52 平方米，租赁期限初步定为 5 年）作为新的仓储场所。华亿文创拟租赁的该房产拥有合法合规的土地房产证书，不存在权利瑕疵，且能够满足公司的材料存储需求。因舞台桁架、音响、画布、桌椅等展

庆备用物料均为可移动物，搬迁难度较小，搬迁事项对于公司业务的正常开展不会产生重大影响。截至本公开转让说明书签署之日，华亿文创正在按计划进行物料清点和分类工作，搬迁工作正在按计划进行中。《租赁意向书》约定的标的价格系依市场价格而定，定价公允。上述事项已披露于本公开转让说明书“第四节公司财务”之“十四、可能影响公司持续经营的风险因素及评估”。

经核查，上述事项不会影响公司的合法合规经营，亦不会对公司的生产经营活动及持续经营能力构成重大不利影响，故不会对公司本次挂牌产生实质性障碍。

## （2）租赁备案情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司所租赁房产未向房屋租赁主管部门办理房屋租赁登记备案。

根据住房和城乡建设部《商品房屋租赁管理办法》等法规规定，对于未办理房屋租赁登记备案的当事人，房屋租赁主管部门可责令限期补办手续，并处以一千元以上一万元以下罚款。根据《中华人民共和国合同法》第四十四条、最高人民法院《关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（一）》（法释[1999]19号）第九条和《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2009]11号）第四条“当事人以房屋租赁合同未按照法律、行政法规规定办理登记备案手续为由，请求确认合同无效的，人民法院不予支持”的规定，房屋租赁未办理登记备案手续不影响租赁合同在法律上的有效性。

公司的租赁合同未办理房屋租赁登记备案手续不符合有关法律规定，存在被房屋租赁主管部门行政处罚的法律风险，但并不影响该等租赁合同的法律效力，该等租赁合同已生效并具备法律约束力。为避免被房屋租赁主管部门行政处罚的法律风险，公司于2015年8月30日出具《承诺函》，承诺将尽快就上述房屋租赁合同向房屋租赁主管部门办理房屋租赁登记备案。

## （六）公司的员工情况

### 1、公司员工人数及结构

截至2015年8月4日，公司现有员工79人。其中，华亿集团18人、台海杂志7人、华亿内产19人、华亿公关20人、华亿文创15人，具体情况如下：

#### （1）公司员工（含全资、控股子公司员工）整体情况

##### ①按岗位结构分

岗位	人数	比例 (%)	图示
行政管理人员	28	35.44	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 行政管理人员</li> <li>■ 财务人员</li> <li>■ 编辑记者人员</li> <li>■ 流程编辑人员</li> <li>■ 策划创意人员</li> <li>■ 工程人员</li> <li>■ 业务人员</li> </ul>
财务人员	7	8.86	
编辑记者人员	5	6.33	
流程编辑人员	8	10.13	
策划创意人员	20	25.32	
工程人员	5	6.33	
业务人员	6	7.59	
<b>合计</b>	<b>79</b>	<b>100.00</b>	

②按学历结构分

学历	人数	比例 (%)	图示
本科及以上	42	53.16	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 本科及以上</li> <li>■ 大专</li> <li>■ 大专以下</li> </ul>
大专	20	25.32	
大专以下	17	21.52	
<b>合计</b>	<b>79</b>	<b>100.00</b>	

③按年龄结构分

年龄	人数	比例 (%)	图示
30岁(含)以下	42	53.16	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 30岁(含)以下</li> <li>■ 31岁-39岁</li> <li>■ 40岁(含)以上</li> </ul>
31岁-39岁	25	31.65	
40岁(含)以上	12	15.19	
<b>合计</b>	<b>79</b>	<b>100.00</b>	

(2) 台海杂志员工情况

①按岗位结构

岗位	人数	比例 (%)	图示
行政管理人员	2	28.57	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 行政管理人员</li> <li>■ 编辑记者人员</li> </ul>
编辑记者人员	5	71.43	
<b>合计</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	

②按学历结构分

学历	人数	比例 (%)	图示
----	----	--------	----

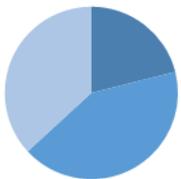
本科及以上	4	57.14	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 本科及以上</li> <li>■ 大专</li> <li>■ 大专以下</li> </ul>
大专	2	28.57	
大专以下	1	14.29	
<b>合计</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	

③按年龄结构分

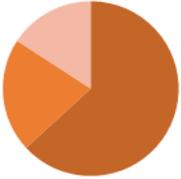
年龄	人数	比例 (%)	图示
30岁(含)以下	4	57.14	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 30岁(含)以下</li> <li>■ 31岁-39岁</li> <li>■ 40岁(含)以上</li> </ul>
31岁-39岁	2	28.57	
40岁(含)以上	1	14.29	
<b>合计</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	

(3) 华亿内产员工情况

①按岗位结构分

岗位	人数	比例 (%)	图示
行政管理人员	4	21.05	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 行政管理人员</li> <li>■ 流程编辑人员</li> <li>■ 策划创意人员</li> </ul>
流程编辑人员	8	42.11	
策划创意人员	7	36.84	
<b>合计</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>	

②按学历结构分

学历	人数	比例 (%)	图示
本科及以上	12	63.16	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 本科及以上</li> <li>■ 大专</li> <li>■ 大专以下</li> </ul>
大专	4	21.05	
大专以下	3	15.79	
<b>合计</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>	

③按年龄结构分

年龄	人数	比例 (%)	图示
30岁(含)以下	16	84.21	 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 30岁(含)以下</li> <li>■ 31岁-39岁</li> <li>■ 40岁(含)以上</li> </ul>
31岁-39岁	3	15.79	
40岁(含)以上	0	0.00	
<b>合计</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>	

(4) 华亿公关员工情况

①按岗位结构分

岗位	人数	比例 (%)	图示
行政管理人员	5	25.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 行政管理人员</li> <li>■ 财务人员</li> <li>■ 策划创意人员</li> <li>■ 编辑记者人员</li> </ul>
财务人员	1	5.00	
策划创意人员	8	40.00	
业务人员	6	30.00	
<b>合计</b>	<b>20</b>	<b>100.00</b>	

②按学历结构分

学历	人数	比例 (%)	图示
本科及以上	9	45.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 本科及以上</li> <li>■ 大专</li> <li>■ 大专以下</li> </ul>
大专	8	40.00	
大专以下	3	15.00	
<b>合计</b>	<b>20</b>	<b>100.00</b>	

③按年龄结构分

年龄	人数	比例 (%)	图示
30岁(含)以下	9	45.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 30岁(含)以下</li> <li>■ 31岁-39岁</li> <li>■ 40岁(含)以上</li> </ul>
31岁-39岁	7	35.00	
40岁(含)以上	4	20.00	
<b>合计</b>	<b>20</b>	<b>100.00</b>	

(5) 华亿文创员工情况

①按岗位结构分

岗位	人数	比例 (%)	图示
行政管理人员	4	26.67	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 行政管理人员</li> <li>■ 财务人员</li> <li>■ 策划创意人员</li> <li>■ 工程人员</li> </ul>
财务人员	1	6.67	
策划创意人员	5	33.33	
工程人员	5	33.33	
<b>合计</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>	

②按学历结构分

学历	人数	比例 (%)	图示
本科及以上	7	46.67	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 本科及以上</li> <li>■ 大专</li> <li>■ 大专以下</li> </ul>
大专	3	20.00	
大专以下	5	33.33	
<b>合计</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>	

③按年龄结构分

年龄	人数	比例 (%)	图示
30岁(含)以下	11	73.33	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 30岁(含)以下</li> <li>■ 31岁-39岁</li> <li>■ 40岁(含)以上</li> </ul>
31岁-39岁	1	6.67	
40岁(含)以上	3	20.00	
<b>合计</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>	

(6) 其他全资或控股子公司员工情况

华亿投管仅设总经理一职，由华亿集团委派员工兼任；华亿速印仅设总经理一职，由华亿集团委派员工兼任。故截至 2015 年 8 月 4 日，两家公司均无在岗员工。

从公司员工的人员结构、学历、职业经验等方面看，符合公司业务发展的匹配性和互补性。

2、公司员工的社会保障情况

截至 2015 年 8 月 4 日，公司共有员工 79 人，公司的所有员工均由公司发放工资。公司为 76 名员工缴纳了社会保险，未缴纳社会保险的人员共计 3 人，其中 3 人在外单位缴交社保，自愿放弃在公司缴交社会保险。

公司依据法律法规规定为员工缴纳住房公积金。目前，公司已为 77 名员工缴纳了住房公积金，未在公司缴交住房公积金 2 人，该 2 人均在其他单位缴交住房公积金。

2015 年 8 月 31 日，厦门市人力资源和社会保障局出具《证明》，证明公司“2013 年 1 月 1 日至今未发现劳动保障违法情况，未因违反劳动保障法律受到市劳动保障部门的行政处罚”。

3、公司核心业务人员情况

(1) 核心业务人员基本情况

林婧，核心业务人员，副总经理，详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“四、（三）高级管理人员基本情况”。

张国荣，核心业务人员，副总经理，详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“四、（三）高级管理人员基本情况”。

连月美，核心业务人员，女，1970年生，大专学历，中国籍，无境外永久居留权。2004年1月至2008年7月就职于厦门日报社，任编辑；2008年8月至今就职于台海杂志，任社长、主编，并兼任公司支部书记和工会主席。

陈科颖，核心业务人员，女，1981年生，本科学历，中国籍，无境外永久居留权。2005年7月至2008年就职于厦门市海峡生活报社，任记者编辑；2008年5月至今就职于华亿内产，任华亿内产副总经理。

颜艺芬，核心业务人员，女，1982年生，研究生学历，中国籍，无境外永久居留权。2010年11月至今就职于华亿内产，任副总经理。

刘茜茹，核心业务人员，女，大专学历，1985年生，中国籍，无境外永久居留权。2004年2月至2006年3月就职于厦门驱动企划有限公司，任设计师；2006年4月至2006年11月就职于厦门龙哥企划有限公司，任设计师；2006年12月至今就职于公司，历任设计师、设计总监。

潘卫峰，核心业务人员，男，1984年生，本科学历，中国籍，无境外永久居留权。2006年11月至2007年10月就职于福建美克运动休闲股份有限公司，任企划专员；2007年11月至2009年07月就职于福建奥维策划机构，任策划专员；2009年08月至2013年06月就职于厦门全景公共关系咨询有限公司，任品牌总监；2013年7月至今就职于华亿公关，任品牌总监。

陈金鹏，核心业务人员，男，1966年生，中专学历，中国籍，无境外永久居留权。1987年9月至1989年9月就职于厦门公园小学，任美术教师；1989年10月至1999年12月就职于厦门华联轻工发展有限公司，任业务员；2000年1月至2005年11月就职于厦门远丰实业有限公司，任工程部经理；2005年11月至今就职于华亿公关，任副总经理。

陈常，核心业务人员，男，1967年生，高中学历，中国籍，无境外永久居留权。2000年3月至2005年12月就职于厦门公交集团有限公司，任驾驶员；2005年12月至2015年8月就职于华亿文创，任副总经理。

## （2）核心业务人员变动情况

报告期内，公司核心业务人员未发生变化。公司核心团队较为稳定，核心员工均长期在公司任职，报告期内未发生重大的人事变动。

(3) 核心业务人员持股情况

姓名	现任职务	持股数量 (万股)	持股比例 (%)	股份转让 限制情况
林婧	公司副总经理，华亿内产执行董事、 总经理	-	-	-
张国荣	公司副总经理，华亿公关董事兼总经 理	-	-	-
连月美	台海杂志社社长兼主编，公司党支部书 记和工会主席	-	-	-
陈科颖	华亿内产副总经理	-	-	-
颜艺芬	华亿内产副总经理	-	-	-
刘茜茹	公司设计总监	-	-	-
潘卫峰	华亿公关品牌总监	-	-	-
陈金鹏	华亿公关副总经理	-	-	-
陈常	华亿文创副总经理	-	-	-
合计		-	-	-

(七) 公司的安全生产标准、质量标准及环境保护等执行情况

1、安全生产执行情况

公司及各子公司不属于矿山企业、建筑施工企业和危险化学品、烟花爆竹、民用爆破器材生产企业，公司业务也不存在生产情形，日常经营过程亦不存在高危险情况，故公司及各子公司无需根据《安全生产法》、《安全生产许可证条例》以及《建设项目安全设施“三同时”监督管理暂行办法》等相关规定取得安全生产许可或进行建设项目安全设施验收。

公司及各子公司重视日常业务环节的安全防护，对涉及用火用电安全、应急疏散、设备检查管理、会展搭建等生产环节均有相关规定与防护措施，日常的经营活动中未出现重大安全生产事故或受到安全生产方面的处罚。2015年8月30日，厦门市思明区安全生产监督管理局出具《安全生产情况证明表》，证明华亿传媒自2013年1月1日至2015年8月30日，“未因违反安全生产法律法规而受到相关部门的行政处罚”；“未因违反安全生产法律法规而受到我局行政处罚，我局也未接到有关该公司发生安全生产的报告”；“我局无厦门市华亿传媒集团股份有限公司发生安全生产事故的报告材料，也无受到我局行政处罚记录。”

2、质量标准执行情况

公司及各子公司根据国家相关标准制定了公司内部质量标准，符合法律法规规定，质量管理体系运行有效。2015年8月30日，厦门市质量技术监督局出具《证明》，证明最近华亿传媒“自2013年1月1日至今，未发生因违反质量技术监督方面的法律、法规和规章而被我局处罚的情况”。

### 3、环境保护执行情况

公司属于文化创意产业。根据《上市公司环保核查行业分类管理名录》（2008年6月24日环保部办公厅函环办函[2008]373号），重污染行业包括火电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、建材、采矿、化工、石化、制药、轻工、纺织、制革等，公司所处行业不属于需要进行环保核查的重污染行业。

公司及各子公司不存在生产建设项目，无须取得特定的环保资质，无须办理排污许可证或取得其他环保行政许可事项。公司的主要业务流程包括杂志出版、内容产品供应、户外广告运营、媒介公关、展览服务、展庆执行等，均不包含对环境影响较大或污染严重的业务。公司及各子公司日常的经营活动对周边环境无不良影响，符合环境保护的要求，合法合规。

### 4、活动安全管理执行情况

公司主营业务涵盖展览服务、展庆活动执行等涉及群众性活动的业务。基于公司的业务类型定位和过往操作案例，公司或各子公司承办或执行的活动、展览及展庆均不属于《大型群众性活动安全管理条例》中规定的大型群众性活动。但为确保活动、展览及展庆的顺利推进，公司作为群众性活动的承办或执行者，在开展业务过程中均参照《大型群众性活动安全管理条例》、《福建省大型群众性活动安全管理办法》的要求，关注活动场所的安全性、制定活动安全工作方案，做好组织工作。

公司高度重视活动、展览或展庆业务的安全管理，事前均制定有活动安全工作方案并参照《大型群众性活动安全管理条例》进行相关准备工作，事中积极配合相关主管部门做好活动安全工作。公司在日常经营活动中未出现公共安全事故或受到相关处罚的情形。目前，华亿传媒、华亿公关和华亿文创均取得公安主管部门的证明，证明前述三家公司不存在违法大型群众性活动相关法律法规，而受到主管部门处罚的情形。

## 四、公司主营业务相关情况

### （一）收入构成及主要产品的规模

报告期内，公司主营业务明确，公司报告期内营业收入的主要构成如下：

1、按收入性质构成

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
主营业务收入	11,355,177.01	100.00	37,387,552.94	100.00	36,095,837.63	100.00
其他业务收入	-	-	-	-	-	-
<b>营业收入合计</b>	<b>11,355,177.01</b>	<b>100.00</b>	<b>37,387,552.94</b>	<b>100.00</b>	<b>36,095,837.63</b>	<b>100.00</b>

2、按产品分类构成（主营业务收入）

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
广告宣传业务	3,520,468.99	31.00	11,086,882.88	29.65	7,725,245.74	21.40
策划宣传业务	3,129,680.72	27.56	8,040,856.03	21.51	11,029,700.05	30.56
展览展庆业务	3,275,865.19	28.85	9,929,321.93	26.56	9,864,091.62	27.33
书刊编制印发	1,296,217.29	11.42	8,016,980.77	21.44	7,395,299.69	20.49
其他	132,944.82	1.17	313,511.33	0.84	81,500.53	0.23
<b>合计</b>	<b>11,355,177.01</b>	<b>100.00</b>	<b>37,387,552.94</b>	<b>100.00</b>	<b>36,095,837.63</b>	<b>100.00</b>

3、按区域分类构成（主营业务收入）

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
福建地区	11,355,177.01	100.00	37,387,552.94	100.00	36,095,837.63	100.00
福建以外地区	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>11,355,177.01</b>	<b>100.00</b>	<b>37,387,552.94</b>	<b>100.00</b>	<b>36,095,837.63</b>	<b>100.00</b>

(二) 公司的主要客户情况（已合并子公司数据）

报告期内，公司的主要客户为各类有广告发布、策划宣传业务、展览展庆服务等文化创意产业相关业务需求的企事业单位客户。2015年1-5月、2014年度和2013年度，公司前五名客户累计销售量占当期销售总额比重分别为30.69%、19.80%和36.45%。公司前五大客户的销售额及其占当期销售总额比例如下表所示：

时期	客户名称	销售金额(元)	占当期销售额的比例(%)
2015年1-5月	厦门湖里区禾山街道办事处	1,094,339.62	9.64
	厦门电广传媒有限公司	867,876.42	7.64
	厦门市农业局	611,750.00	5.39
	厦门海沧区经贸局	471,698.11	4.15

	厦门翔安区委宣传部	439,622.64	3.87
	<b>合计</b>	<b>3,485,286.79</b>	<b>30.69</b>
2014年度	厦门海沧旅游投资集团有限公司	2,768,837.69	7.41
	厦门市武术协会	1,500,000.00	4.01
	厦门禹洲集团房地产投资有限公司	1,231,132.08	3.29
	厦门日报社	1,064,510.69	2.85
	厦门航空有限公司	838,679.20	2.24
	<b>合计</b>	<b>7,403,159.66</b>	<b>19.80</b>
2013年度	厦门市建设与管理局	4,799,471.57	13.3
	厦门集美学校委员会	2,534,714.41	7.02
	宁德城乡规划局	1,773,584.86	4.91
	厦门市规划局	1,487,766.99	4.12
	厦门日报社	820,592.26	2.20
	<b>合计</b>	<b>11,416,130.09</b>	<b>31.55</b>

报告期内，公司对单一客户及前五大客户的销售比例均未超过当期销售额的50%，不存在对主要客户的重大依赖风险。

经调查，除厦门日报社外，公司目前没有其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、持有公司5%以上股份的股东及其他主要关联方在上述客户中占有权益。厦门日报社系公司控股股东，出于业务区隔、避免发生同业竞争的目的，厦门日报社将涉及华亿传媒业务范围的公关传播、活动执行等业务交由华亿传媒完成，详见“第四节 公司财务”之“九、（二）1、（2）向关联方销售货物或提供劳务”。

### （三）公司的主要供应商情况（已合并子公司数据）

报告期内，公司主要采购各类广告发布、印刷、会展服务等。2015年1-5月、2014年度和2013年度，公司前五名供应商累计采购量占当期采购总额的比重分别为42.19%、22.11%和26.80%。前五大供应商的采购额及其占当期采购总额比例如下表所示：

时期	供应商名称	采购金额（元）	占当期采购总额的比例（%）
2015年1-5月	福州汉图会展服务有限公司	1,344,629.40	19.77
	厦门日报社	651,239.08	4.99
	厦门集大印刷厂	344,935.05	5.07
	厦门优业组合影视传媒有限公司	291,262.14	4.28
	福州迈思凡路会展服务有限公司	267,766.99	3.94
	<b>合计</b>	<b>2,899,832.66</b>	<b>38.05</b>

2014年度	厦门市竞成印刷有限公司	1,349,312.82	7.66
	福建泉州吴氏花灯工艺有限公司	806,603.77	4.58
	厦门集大印刷厂	786,109.41	4.46
	厦门日报社	758,254.26	3.54
	福州汉图会展服务有限公司	367,924.53	2.09
	<b>合计</b>	<b>4,068,204.79</b>	<b>22.33</b>
2013年度	厦门日报社	1,425,969.47	7.08
	厦门晶牌照明有限公司	1,229,914.53	6.11
	厦门集大印刷厂	983,472.08	4.88
	福州汉图会展服务有限公司	792,452.83	3.94
	厦门帝元维多利亚大酒店有限公司	628,878.00	3.12
	<b>合计</b>	<b>5,396,162.87</b>	<b>26.8</b>

报告期内，公司对单一供应商及前五大供应商的采购比例均未超过当期采购额的 50%，不存在对主要供应商的重大依赖风险。报告期内，公司前五大供应商重合度较高，主要系为保证公司所提供产品服务的质量，公司与主要供应商均保持了长期稳定的业务合作关系。

经调查，除厦门日报社外，公司目前没有其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、持有公司 5% 以上股份的股东及其他主要关联方在上述供应商中占有权益。厦门日报社系公司控股股东，且厦门日报社旗下拥有《厦门日报》、《厦门晚报》、《海西晨报》、《海峡生活报》等多份报纸媒体，其中《厦门日报》系中共厦门市委机关报，闽南地区发行量最大的报纸。公司出于业务需要，向厦门日报社租赁房产，支付水电、物业，并采购报纸版面发布广告，详见“第四节 公司财务”之“九、（二）1、（1）向关联方采购货物或接受劳务”。

#### （四）外协、外包情况说明

##### 1、外协、外包业务流程说明

公司专注于文化创意产业全产业链运营。公司业务以内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务为核心，兼营文化创意产业多项投资运营等项目，提供杂志出版、内容供应、视觉创意、媒介运营、展览服务、展庆执行等多项商业功能。在实际业务中，公司出于公司自身定位和产业链特点，对提供文创产品或服务中的部分生产、制作环节（如印刷、影音制品制作、会展布置等）通过外协、外包方式进行。

在外协、外包业务流程中，外协、外包供应商仅负责生产、制作，从源头的创意到后期的交易传播等关键环节均由公司掌握。一方面，通过控制内容创

意环节保证了公司外协、外包业务的质量；另一方面，关键环节均由公司控制，明确了公司在各项业务中的主导地位。公司对外协、外包供应商不存在依赖。

## 2、采用外协、外包的原因

文化创意产业已呈现出较为明显的微笑曲线发展趋势，上游的内容创意环节和下游的交易传播环节在整个文化创意产业的价值分配中占据高达 85% 的比重。而中游的生产制作环节仅占 15%。公司根据自身特点及市场发展趋势定位为海峡两岸行业领先的文创产业运营商，为了将公司的人力、财力、物力充分投入到内容创意、交易传播等产业附加值较高的业务环节上，公司充分利用专业化社会分工条件，对产业附加值较低但需要一定软硬件、资质要求的文创产品、服务生产制作环节以外协、外包生产的形式完成，并通过严格的质量标准控制外协、外包生产的产品、服务质量，从而实现公司有限资源的优化配置。

## 3、外协、外包的质量控制

在质量控制上，公司严格制定了采购管理程序，从供应商选择、过程管理控制、质量验证等多方面均设立了严格标准，并严格按照规范进行外协、外包。

外协、外包供应商是决定外协生产质量的重要因素。公司注重对外协、外包供应商的选择，外协、外包供应商均由集团层面对资质证书、实践经验、相关设备、质量保证能力、交货能力等进行综合评审、考核。外协、外包供应商需经评审通过、试生产等多道程序后方可进入合格外协、外包供应商名单。公司及各子公司在进行业务外协、外包时只能在合格外协、外包供应商名单中选择。此外，公司每年都会对外协、外包供应商进行业务考核，确保外协、外包的质量。

## 4、与外协、外包供应商的定价机制

在定价机制上，公司在产生外协、外包需求时，会与外协、外包供应商在材料选择、定制成本、数量等方面进行谈判，在考虑项目整体成本和合同毛利率的情况下，制定合理的采购价格，再经过比质、比价最终确定合同，从而在定价机制上保证了外协、外包定价的公允性。

## 5、保持外协、外包供应商稳定性的措施

报告期内，公司不存在频繁变换主要外协、外包供应商的情形。公司与外协、外包供应商着眼于长期战略合作关系建设，以共同发展为目的，构建互惠互利的合作平台。公司主要的外协、外包供应商均长期与公司保持稳定的业务合作关系。此外，公司亦在不断开发新的外协、外包供应商，在保持供应稳定的前提下，提高效率，增强公司业务的柔性。

6、公司外协、外包情况

(1) 主要外协、外包供应商及采购情况

报告期内，公司主要的外协、外包供应商为厦门集大印刷厂、厦门市竞成印刷有限公司、厦门优业组合影视传媒有限公司、福州汉图会展服务有限公司、福州迈思凡路会展服务有限公司。公司主要向上述外协、外包生产商采购印刷、影音制品、会展布置等各类需外协或外包的产品或服务。报告期内公司向主要外协、外包供应商的采购情况如下表所示。

单位：元

外协、外包供应商名称	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	采购金额	占当期采购总额的比例	采购金额	占当期采购总额的比例	采购金额	占当期采购总额的比例
厦门集大印刷厂	344,935.05	5.07%	786,109.41	4.46%	983,472.08	4.88%
厦门市竞成印刷有限公司	102376.16	1.50%	1,349,312.82	7.66%	777153.51	3.86%
厦门优业组合影视传媒有限公司	291,262.14	4.28%	192,000.00	1.09%	-	-
福州汉图会展服务有限公司	1,344,629.4	19.77%	367,924.53	2.09%	792,452.83	3.94%
福州迈思凡路会展服务有限公司	267,766.99	3.94%	45,500.00	0.26%	-	-
<b>合计</b>	<b>2,350,969.74</b>	<b>34.56%</b>	<b>2,740,846.76</b>	<b>15.56%</b>	<b>2,553,078.42</b>	<b>12.68%</b>

(2) 主要外协、外包供应商的基本情况

厦门集大印刷厂基本情况如下：

企业名称	厦门集大印刷厂		
注册号	350200000000874		
企业类型	全民所有制		
法定代表人	陈铭		
设立时间	1993年5月27日		
注册资本	220.0万元		
住所	厦门市集美区集美大道199号		
经营范围	书、报刊印刷；包装装潢及其他印刷。		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例
	厦门集美大学资产经营有限公司	220.00	100.00%
	合计	220.00	100.00%
资质情况	《印刷经营许可证》（闽（2015）印证字354400017号）（有效期限至2017年3月）		

厦门市竞成印刷有限公司基本情况如下：

企业名称	厦门市竞成印刷有限公司		
注册号	350206200001279		
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
法定代表人	宗小芳		
成立时间	2004年5月23日		
注册资本	200.0万元		
住所	厦门市湖里区后坑前社37号		
经营范围	书、报刊印刷；包装装潢及其他印刷；装订及印刷相关服务；本册印制；文具制造；其他文教办公用品制造；文具用品批发；其他文化用品批发；文具用品零售；其他文化用品零售；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；纸和纸板容器制造；其他纸制品制造。		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例
	叶常峰	96.66	48.33%
	杨靖	36.00	18.00%
	夏乐维	34.00	17.00%
	宗小芳	33.34	16.67%
	合计	200.00	100.00%
资质情况	《印刷经营许可证》（闽（2015）印证字354400032号）（有效期限至2017年3月）		

厦门优业组合影视传媒有限公司基本情况如下：

企业名称	厦门优业组合影视传媒有限公司		
注册号	350203200210002		
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
法定代表人	吕祖松		
成立时间	2010年5月6日		
注册资本	500.0万元		
住所	厦门市湖里区五缘湾特色商业街二期B区B06栋一层		
经营范围	文化活动策划；影视剧本创作；影视器材出租；提供电影院线建设策划咨询服务。制作、发行：电视剧、电视专题、电视综艺、动画故事节目（许可证有效期至2017年4月01日）。		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例
	吕祖松	465.00	93.00%
	徐明	35.00	7.00%
	合计	500.00	100.00%
资质情况	《广播电视经营制作许可证》（（闽）字第00098号）（有效期限至2017年4月1日）		

福州汉图会展服务有限公司基本情况如下：

企业名称	福州汉图会展服务有限公司		
注册号	350102100025937		
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
法定代表人	方清		
设立时间	2008年5月28日		
注册资本	600.0万元		
住所	福州市鼓楼区福新路239号双子星吉翔楼10层A2单元		
经营范围	会议及展览服务；展厅的布置设计；承办设计、制作、代理发布国内各类广告；展览设备批发、代购代销；建筑装饰装修工程设计及施工（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例
	方清	540.00	90.00%
	郑强	60.00	10.00%
	合计	600.00	100.00%
资质情况	无需		

福州迈思凡路会展服务有限公司基本情况如下：

企业名称	福州迈思凡路会展服务有限公司		
注册号	350104100070938		
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
法定代表人	宋建波		
设立时间	2012年7月6日		
注册资本	100.0万元		
住所	福州市仓山区仓前街道巷下路2号万春二区1号B栋一层06店面		
经营范围	会议及会展服务；企业形象策划；礼仪庆典服务；文化艺术交流活动的策划（不含演出）；设计、代理、发布国内各类广告；展台设计、画册设计、标牌设计、平面设计、装饰装修工程设计；影视策划咨询（不含出版、演出）；会展设备租赁。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）。		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例
	宋建波	90.00	90.00%
	陈宁宁	10.00	10.00%
	合计	100.00	100.00%
资质情况	无需		

报告期内，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员、主要关联方或持股5%以上的股东未在上述外协、外包供应商中享有权益。

#### （五）对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

公司重大业务合同执行情况良好，未出现纠纷或其它无法执行情况。

1、截至本公开转让说明书签署之日，公司重大销售合同及执行情况列表如下（根据公司的业务情况，合同金额在50万元以上的销售合同视为重大合同）：

序号	公司名称	客户名称	合同内容	合同金额 (元, 含税)	签订日期	履行情况
1	华亿公关	厦门苏宁云商销售有限公司	天桥 LED 大屏苏宁形象广告	561,600.00	2015.7	正在履行
2	华亿内产	中共厦门市翔安区委宣传部	中共厦门市翔安区委宣传部——《业翔民安》(2015年, 共6期)	717,000.00	2015.6	正在履行
3	华亿集团、华亿文创	周宁县党史办	周宁县革命历史纪念馆项目	985,000.00	2015.5	正在履行
4	华亿文创	厦门市农业局	“第七届厦门名优特农产品展销会”项目	648,455.00	2015.2	履行完毕
5	华亿公关	湖里区人民政府禾山街道办事处	五缘湾论坛项目	828,199.00	2014.12	履行完毕
6	华亿文创	翔安区委宣传部	翔安区东方新城广场户外造型宣传媒体建设项目	508,600.00	2014.11	履行履行
7	华亿文创	厦门日报社	厦门日报社第十四届读者节氛围布置及活动执行	511,840.00	2014.10	履行完毕
8	华亿公关	厦门海沧旅游投资集团有限公司	海沧青礁院前“闽台生态文化村”文化提升项目第一阶段策划与执行	374,000.00	2014.9	履行完毕
9	华亿集团	厦门市机关事务管理局(业主)、厦门市东区开发有限公司(代建)	厦门市廉政宣传教育基地声像展示辅助系统	7,967,900.00	2014.8	正在履行
10	华亿文创	厦门市湖里区金尚社区居委会	厦门市金尚社区党建工作成果展示	684,500.00	2014.8	履行完毕
11	华亿集团	厦门特房建设工程有限公司	厦门市廉政宣传教育基地工程一楼展厅布展项目	1,880,000.00	2014.8	正在履行
12	台海杂志	福建省海洋与渔业厅	第四届台赛冠名、荣誉主办单位	700,000.00	2014.7	履行完毕
13	华亿公关	厦门市武术协会	2014年第三届厦门国际武术大赛整合宣传、商业运作和氛围布置、物料设计制作	1,500,000.00	2014.7	履行完毕
14	华亿公关	厦门电广传媒有限公司	独家代理 LED 广告屏房地产行业专项代理商	-	2014.7	履行完毕
15	华亿公关	厦门禹洲集团地产投资有限公司	户外广告发布	520,000.00	2014.6	履行完毕
16	华亿公关	中冶置业(福建)有限公司	厦门北站实物展位广告	588,000.00	2014.4	履行完毕
17	华亿内产	中共厦门市翔安区委	《业翔民安》美丽专刊	550,000.00	2014.4	履行

厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

		宣传部				完毕
18	华亿内产	中共厦门市翔安区委宣传部	中共厦门市翔安区委宣传部——《业翔民安》（2014年，共6期）	693,600.00	2014.4	履行完毕
19	华亿公关	厦门固克涂料集团有限公司	杂志媒体广告发布	576,000.00	2013.12	履行完毕
20	华亿文创	厦门海沧旅游投资集团有限公司	“美丽厦门 共同缔造”2014海沧花灯会	1,800,000.00	2013.12	履行完毕
21	华亿集团	厦门市建设与管理局	2013 全球国际花园城市（社区）大赛总决赛组织筹备工作	5,591,600.00	2013.11	履行完毕
22	华亿集团	厦门禹洲集团地产投资有限公司	户外广告发布	785,000.00	2013.11	履行完毕
23	华亿文创	宁德市城乡规划局	《滴水穿石闽东梦·宁德市“摆脱贫困·建设小康”主题展》设计及布展工程	2,350,000.00	2013.11	履行完毕
24	华亿集团	厦门市集美学校委员会(陈嘉庚先生创办集美大学100周年活动筹备会)	《陈嘉庚先生创办集美学校100周年教育成果展》	2,174,800.00	2013.9	履行完毕
25	华亿文创	厦门市建设与管理局	《“第四届中国（天津滨海）国际生态城市论坛暨博览会”厦门展馆》陈列设计及施工	518,000.00	2013.9	履行完毕
26	华亿公关	厦门市湖里区经济贸易发展局	“魅力湖里·欢乐悦购”2013湖里购物节	791,379.00	2013.8	履行完毕
27	华亿公关	融信（福建）投资集团有限公司	2013 第二届厦门国际武术大赛冠名、金牌战略合作伙伴	700,000.00	2013.8	履行完毕
28	华亿公关	厦门苏宁云商销售有限公司	天桥 LED 大屏苏宁形象广告	561,600.00	2013.7	履行完毕
29	华亿文创	厦门海沧城建集团有限公司	“美丽海沧“花灯会项目	950,000.00	2013.3	履行完毕

2、截至本公开转让说明书签署之日，公司重大采购合同及执行情况列表如下（根据公司的业务情况，合同金额在35万元以上的采购合同视为重大合同）：

序号	公司名称	供应商名称	合同内容	合同金额（元，含税）	签订日期	履行情况
1	华亿集团	福州迈思凡会展服务有限公司	“周宁革命历史纪念馆”项目布展工作	360,000.00	2015.7	正在履行
2	华亿文创	厦门市宏展园林工程有限公司	翔安区东方新城广场宣传栏项目制作、施工及维护工程	379,309.45	2014.12	正在履行
3	华亿集团	福州汉图会展服务有限公司	《厦门党风廉政（警示）教育基地》展厅设计及施工	3,922,488.00	2014.9	正在履行
4	华亿集团	福州汉图会展服务有	厦门党风廉政（警示）教	1,125,074.00	2014.9	正在

		限公司	育基地展厅多媒体设备安装			履行
5	华亿内产	厦门市竞成印刷有限公司	《厦航 30 周年企业文化系列丛书》	381,440.00	2014.8	履行完毕
6	华亿文创	福州汉图会展服务有限公司	《厦门市金尚社区党建工作成果展示》陈列设计及施工	400,000.00	2014.7	履行完毕
7	华亿集团	厦门市企联书画院	“两岸艺术季活动”策划执行	500,000.00	2014.4	履行完毕
8	华亿文创	福建泉州吴氏花灯工艺有限公司	“美丽厦门 共同缔造”2014 海沧花灯会现场设计、布置及试亮灯工作	855,000.00	2014.1	履行完毕
9	华亿集团	厦门帝元维多利亚大酒店	2013 年全球国际花园城市（社区）竞赛总决赛会议	628,878.00	2013.12	履行完毕
10	华亿公关	厦门晶牌照明有限公司	湖滨南路国贸人行天桥 LED 显示屏、钢结构及电缆敷设	1,075,000.00	2013.4	履行完毕

3、截至本公开转让说明书签署之日，公司重大投资合同及执行情况列表如下（根据公司的业务情况，公司对外投资文创项目的合同视为重大合同）：

2012年9月8日，厦门我样动漫有限公司、厦门华益工贸有限公司、公司、吕墩建、张靓菡签订《设立厦门华亿漫画创意有限公司合作协议书》及《设立厦门华亿漫画创意有限公司合作补充协议》，拟合资设立华亿动漫。协议内容摘要如下：

<p><b>一、出资及股权结构</b></p> <p>1、合资公司注册资本为1500万元，由厦门我样动漫有限公司、厦门华益工贸有限公司、公司三方共同认缴。</p> <p>2、公司认缴出资额300万元，以货币出资。</p> <p>3、公司的货币出资款应在本协议生效后5个工作日内汇入华亿漫画的验资账户。</p>
<p><b>二、华亿漫画的管控与经营</b></p> <p>1、华亿漫画设董事会，董事会由5名董事构成，其中公司委派1名董事。董事长由公司推荐，经董事会选举产生。华亿漫画设1名监事，由公司委派。</p> <p>2、华亿漫画设经营管理机构，负责公司的日常经营管理工作，1名副总理由公司提名，财务总监由厦门华益工贸有限公司和公司提名，均由董事会聘任。</p>
<p><b>三、公司的责任和义务</b></p> <p>1、公司将协调各种社会资源，尽力协助华亿漫画获取经营所需的各类资质（包括但不限于期刊刊号、发行渠道等）。</p> <p>2、公司将协调各种社会资源，尽力协助华亿漫画获取政府对创意文化产业的各类政策支持。</p> <p>3、华亿漫画如有需要，可要求或委托公司利用自身的渠道与经验，协助华亿漫画在刊物发行、市场营销等领域开展工作。</p> <p>4、公司承诺在华亿漫画设立后不得再参与投资于华亿漫画业务重合的动漫相关业务。若有其他机会参与投资于华亿漫画业务不重合的动漫相关业务的，须优先介绍给华亿漫画。</p>

若厦门我样动漫有限公司或吕墩建、张靓菡不同意华亿漫画实际参与该投资的，则公司可自行决定是否参与投资，但该投资不得损害华亿漫画利益。

#### 四、违约责任

1、如果本协议一方违约，违约方应承担对本协议其他损害方的损害赔偿责任。如果多方违约，各方应各自承担其违约引起的责任。

2、若签约一方或多方出现违反本协议中关于责任和义务的条款，从而损害华亿漫画或其他签约方的合法权利的，守约方有权要求违约方向其赔偿损失或向华亿漫画赔偿损失。同时守约方有权要求违约方受让守约方所持有的华亿漫画全部或部分股权，受让价格不低于华亿漫画的注册资本或守约方提出要求时的华亿漫画净资产。

#### 补充协议

在华亿漫画设立之日起3年内，关于华亿漫画的增资等重要事项的议案，需经所有股东一致通过才能生效。

截至本公开转让说明书签署之日，上述《合作协议》仍在履行。具体情况详见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“十四、（十）华亿漫画投资失败的风险”。

## 五、公司商业模式

公司定位为海峡两岸行业领先的文创产业运营商，立足于文化创意行业，以福建省厦门市为主要业务区域，利用公司的策划创意、视觉传达、内容采编、公关传播、会展搭建等相关技术，以及品牌客户资源、内容资源、媒体资源等相关资源要素，支撑内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务及文创产业投资的“3+X”业务板块体系，为各类企事业客户提供包括杂志出版、内容供应、视觉创意、媒介运营、展览服务、展庆执行等多种商业功能在内的文化创意产业全产业链运营服务，并获得收入、利润和现金流。

公司各业务板块的商业模式如下：

### （一）内容产品供应板块（台海杂志、华亿内产、华亿公关）

公司的内容产品供应板块立足于出版业。公司运用策划创意、视觉传达、内容采编等相关技术，整合各类文化创意资源，以文、图、影音等内容产品的个性化、定制化为诉求，形成内容产品一站式经营模式，为联发集团、厦门航空等大型企事业单位提供台海杂志出版，内容图书供应，宣传产品定制，影音制品策划等多项内容服务，并依托公司的内容 IP 资源打造内容衍生活动，从而获得收入。

### （二）媒介平台运营板块（华亿公关）

公司的媒介平台运营板块立足于广告业和公共关系行业。公司运用策划创意、公关传播等相关技术，开发、整合各类媒体资源，向具有框体广告、媒介公关宣传需求的客户提供价值创造性、一站式的媒介公关传播方案，通过运营媒介

平台的方式获取收入。

### （三）展览展庆服务板块（华亿文创）

公司的媒介平台运营板块立足于会展业。公司专注于展览展庆策展、设计、搭建、执行，运用自身在会展搭建上的相关技术和物料资源，为企事业单位提供展览展厅策展，展庆活动执行等展览展庆链条式服务，通过展览展庆服务输出公司的文化创意，并获取收入。

### （四）文创产业投资板块（华亿投管）

公司的文创产业投资板块是内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务三大主营业务板块的有力补充。公司作为海峡两岸行业领先的文创产业运营商，利用自身的全产业链优势，投资、参股具有良好增长性的文创项目，吸收新兴文创产业形态，对原有的业务板块起到支撑提振的作用，又有利于公司未来发展新的文创项目，从而丰富公司业务链条，优化公司产业结构，实现收入和利润的增长。

## 六、公司所处行业情况

### （一）行业概况

#### 1、行业分类

公司定位为海峡两岸行业领先的文创产业运营商，自设立以来专注于文化创意产业全产业链运营。公司业务以内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务为核心，兼营文化创意产业多项投资运营等项目，是集杂志出版、内容供应、视觉创意、媒介运营、展览服务、展庆执行等多项商业功能于一体的智力密集型文化创意产业经营实体。根据国家统计局 2012 年 7 月发布的行业分类标准《文化及相关产业分类（2012 年）》，公司业务均属于文化及相关产业的分类范畴。公司所处行业为“轻资产、重创意”的文化创意产业。

文化创意产业（Cultural and Creative Industries），是基于人们对新技术、新文化的需求，在经济全球化背景下产生的一种以创造力为核心的新兴产业，是一种强调主体文化或文化因素依靠个人（团队）通过技术、创意和产业化的方式开发、营销知识产权的行业。世界上最先使用“文化创意产业”概念的是中国台湾地区。2002 年，台湾地区经济建设委员会将“文化创意产业”列为“挑战 2008 重点发展计划”中的一项。2006 年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》，“文化创意产业”这一概念首次出现在

党和政府的重要文件之中。目前，世界各地对文化创意产业的内涵和外延界定仍各不相同，在产业名称上也存在分歧：在英国叫创意产业，在美国叫版权产业，在西班牙叫文化休闲产业，在日本、韩国、德国、荷兰等国家叫文化产业<sup>①</sup>；在我国各省市的产业发展规划中也存在着文化产业、创意产业、文化创意产业三种称谓<sup>②</sup>。但上述界定至少存在 3 项共通的核心构成元素，即文化创意产业以文化创意为产品内容、利用符号意义创造产品价值、知识产权受到保障。

文化创意产业是在传统的文化产业基础上发展起来的产业概念，但又不完全等同于新兴的创意产业。文化创意产业包含着文化产业注重创意价值的一面和创意产业注重文化价值的一面，代表着文化产业的高端创意部分以及创意产业以文化为核心价值的定位部分；凸现了文化产业创新的趋向和创意产业强调文化高附加值的产业取向，强调文化产品创意功能以及文化创造力对经济发展的贡献力。文化创意产业突出了“创意”在整个文化产业链和“文化”在整个创意产业中的核心地位，是“文化”和“创新”、“产业文化化”和“文化产业化”的高度融合，是以文化创新为核心价值，向公众提供独特文化内容、文化体验及创意成果的新型产业形态和行业集群<sup>③</sup>。

国内外文化产业发展的经验表明，文化创意产业属于知识密集型新兴产业，具有许多其他经济产业所不具备的重要特征<sup>④</sup>：首先，文化创意产业的发展主要依靠精神成果和智力投入，而不是物质形态的资源；文化产品在生产或消费过程中都不会对生态环境造成明显的负面影响，是典型的绿色经济、低碳经济。其次，文化创意产业门类众多、产业链长，适合各种类型的企业、人群和资本的进入，既可以发展拥有高新技术装备的现代化大型企业，也可以接纳个体式的工作室或家庭式的生产作坊；既可以吸纳掌握高新科技的高端人才，也能满足有一技之长普通劳动者的就业要求。再次，文化创意产业是艺术加技术的产业，一旦受到人们的认可和追捧，就会产生较高的经济回报；此外，文化创意产业具有一次投入、一次研发而成果可以多次转化的特点，使投入成本不断分摊，在经济收益上产生叠加效应。最后，文化创意产业一方面能激发出巨大的文化认同感和民族自信心，增强民族的凝聚力；另一方面又能不断扩大和增强本国文化的传播力和影响力，逐渐树立起良好的国家形象，促进国家综合实力的提升。因此，文化创意产业受到越来越多国家的重视，并成为越来越多国家和地区的发展方略，不少国家更提出了“文化立国”、“文化强国”的战略<sup>⑤</sup>，文化创意产业因此成为 21 世纪世界

<sup>①</sup> [http://www.stats.gov.cn/tjzs/tjsj/tjcb/dysj/201412/t20141209\\_649990.html](http://www.stats.gov.cn/tjzs/tjsj/tjcb/dysj/201412/t20141209_649990.html)

<sup>②</sup> 张振鹏：《文化创意产业的中国特性和中国道路》（《经济问题探索》2011 年第 11 期）

<sup>③</sup> 魏美妮：《文化创意产业及其发展策略研究》（《陕西教育（高教）》2015 年第 4 期）

<sup>④</sup> [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_880133e50100wod7.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_880133e50100wod7.html)

<sup>⑤</sup> <http://finance.sina.com.cn/leadership/mroll/20111122/162610861488.shtml>

经济中最具活力和成长潜力的行业之一，被誉为“过剩经济时代的朝阳产业”<sup>①</sup>。

文化创意产业至今还没有统一的行业统计标准<sup>②</sup>。目前国内除北京上海杭州等少数地区外，其它省市也仍未对该产业进行具体统计分类与衡量<sup>③</sup>。根据《北京市文化创意产业提升规划（2014-2020年）》，文化创意产业具体包含文化艺术、广播影视、新闻出版、广告会展、艺术品交易、设计服务、文化科技融合、文化金融融合、文化与其他领域融合等九类数十个细分行业。

公司具体应用的主要细分行业为出版业、广告业、公共关系行业和会展业，具体如下：

公司行业大类	涉及业务板块	主要子公司	细分行业	行业分类
文化创意行业	内容产品供应	台海杂志、华亿内产、华亿公关	出版业	《上市公司行业分类指引》：新闻和出版业（R85）； 《国民经济行业分类》：新闻和出版业（R85）； 《挂牌公司管理型行业分类指引》：出版业（R852）； 《挂牌公司投资型行业分类指引》：出版（13131012）
	媒介平台运营	华亿公关	广告业、公共关系行业	《上市公司行业分类指引》：商务服务业（L72）； 《国民经济行业分类》：商务服务业（L72）； 《挂牌公司管理型行业分类指引》：广告业（L7240）、社会经济咨询（L7233）； 《挂牌公司投资型行业分类指引》：广告（13131010）
	展览展庆服务	华亿文创	会展业	《上市公司行业分类指引》：商务服务业（L72）； 《国民经济行业分类》：商务服务业（L72）； 《挂牌公司管理型行业分类指引》：会议及展览服务（L7292）； 《挂牌公司投资型行业分类指引》：电影与娱乐（13131011）

## 2、行业监管部门

文化创意产业的行业监管部门主要为中共中央宣传部和文化部。

中共中央宣传部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门，负责引导社会舆论；负责从宏观上指导精神产品的生产；负责提出宣传思想文化事业发展的指导方针，指导宣传文化系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系。各地党委宣传部负责辖区内意识形态管理工作。

文化部是行业的产业主管部门，负责拟订文化艺术方针政策，起草文化艺术法律法规草案；拟订文化艺术事业发展规划并组织实施；指导、管理文学艺术事

<sup>①</sup> 史蕾琦,王燕茹：《文化创意产业与城市品牌营销的研究》（《现代城市研究》2012年第8期）

<sup>②</sup> <http://www.chinanews.com/cul/news/2010/02-01/2102352.shtml>

<sup>③</sup> 蔡洪杰：《福建省文化创意产业现状与对策分析》（《长春理工大学学报（社会科学版）》2011年第1期）

业，指导艺术创作与生产，推动各门类艺术的发展，管理全国性重大文化活动；推进文化艺术领域的公共文化服务，规划、引导公共文化产品生产，指导国家重点文化设施建设和基层文化设施建设；拟订文化艺术产业发展规划，指导、协调文化艺术产业发展，推进对外文化产业交流与合作。

此外，由于文化创意产业的细分行业众多，不同细分行业的主管部门存在一定差异。公司所处细分行业的主管部门如下：

#### （1）出版业

国家新闻出版广电总局是国务院主管新闻出版和广播电影电视事业和著作权管理的直属机构，负责制定出版业的发展规划、宏观调控目标和产业政策；制定全国出版、印刷、复制、发行单位总量、结构、布局的规划；指导、推进新闻出版业的改革；审核互联网从事出版信息服务的申请，对互联网出版信息内容实施监督管理；管理著作权工作，查处或组织查处有重大影响的著作权侵权案件和涉外侵权案件；负责管理、协调图书、报纸、期刊和电子出版物的进口贸易等。

国家版权局是国务院著作权行政管理部门，主管全国的著作权管理工作，其主要职责是：拟订国家版权战略纲要和著作权保护管理使用的政策措施并组织实施，承担国家享有著作权作品的管理和使用工作，对作品的著作权登记和法定许可使用进行管理；承担著作权涉外条约有关事宜，处理涉外及港澳台的著作权关系；组织查处著作权领域重大及涉外违法违规行为；组织推进软件正版化工作。

#### （2）广告业

工商行政管理部门是广告行业的主要监管部门，包括国家工商行政管理总局和县级以上工商局。国家工商行政管理总局内设广告监督管理司，各省、自治区、直辖市的工商行政管理局设广告监督管理处。省以下工商行政管理机关实行垂直管理。地区、市工商行政管理局设广告监督管理科。县、自治县、自治州、市、省辖市属区工商行政管理局设商标广告科或股。

工商行政管理部门具有指导广告业发展的职能，主要负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。其中，广告发布活动管理主要包括制定、执行、监测广告发布标准，查处违法广告；广告经营活动管理包括规范市场经营行为、取缔非法经营行为等；此外，国家工商行政管理总局还承担指导广告行业发展的职能。

由于广告的公众性，除工商行政管理部门外，其他相关政府部门也在规范广告行业的工作中发挥重要的行政监管作用，如食品药品监管部门对食品、药品、

医疗器械广告的监管；农业行政部门对农药、兽药广告的监管等。

中国广告协会是主要的行业自律、监督组织，成立于1983年12月，为国家工商行政管理总局直属事业单位。中国广告协会是由广告公司、广告媒体、广告主、广告调查机构、广告设备器材供应机构等经营单位、地方性广告组织、广告教学研究机构及个人自愿结成的行业性的全国性的非营利性的社会组织，承担着抓自律、促发展，指导、协调、服务、监督的基本职能。此外，国内大部分省市地区也都成立了广告协会，在当地工商行政管理部门和中国广告协会的指导下，对所在地区的广告行业进行指导、协调、服务、监督。

### （3）公共关系行业

公共关系行业在我国尚无明确的行政主管部门。行业内企业主要通过行业内部实行自律式管理，接受中国国际公共关系协会（CIPRA）、中国公共关系协会（CPRA）等自律性组织的管理。

中国国际公共关系协会成立于1991年，是具有社团法人地位的全国性公共关系行业组织。该机构致力于公共关系的理论研究和实践探索，制定中国公共关系业发展战略，实施公共关系行业管理；规范公共关系行业及从业人员的行为，提高公共关系行业及其从业人员的社会地位，维护公共关系从业人员的合法权益；提供多种形式、内容丰富的会员服务，加强中国公共关系组织同海内外相关组织的联系，推动中国公共关系业的职业化、规范化、专业化和国际化发展；通过多渠道、多形式开展国际公共关系领域的交流合作，为国内外组织机构提供咨询，为我国的改革开放和经济建设服务。

中国公共关系协会成立于1987年，是经民政部核准登记的具有全国性社会团体法人资格的非盈利性社会组织。该协会目前的业务主管单位是国家新闻出版广电总局。其主要职责是开拓和发展中国的公共关系事业，参与国际公共关系活动，弘扬中华民族文化，开展行业自律、资源整合、人才培养、理论研究和国际交流与合作。

### （4）会展业

商务部是国务院主管商业贸易的行政部门，也是会展业的主管机构。与会展业相关的主要职责为：负责推进流通产业结构调整，指导流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展；牵头拟订服务贸易发展规划并开展相关工作等。外贸发展局归属于商务部，负责国际性会展项目的备案工作，及台湾展商参展物品进入大陆境内的审批工作。在地方层级，各地商务厅和商务局是当地会展业的重要监管

机构。在商务主管部门的协调下，工商、城管、公安、消防等政府部门也对会展业负有一定的监管责任。

此外，一些把会展业作为重点行业发展的城市成立了专门职能部门，负责会展业的发展和监管。如大连市成立了展览管理办公室；广州市、重庆市等多地市成立了由分管副市长任组长的会展业管理领导小组；公司所处福建省厦门市成立了厦门市会议展览事务局。

### 3、行业监管体制及主要法律法规

根据文化创意行业细分行业不同，行业的监管体制和主要法律法规存在较大差异。公司所处细分行业的行业监管体制及主要法律法规如下：

#### (1) 出版业

##### ①出版物出版许可

根据《出版管理条例》（国务院令第 594 号），报纸、期刊、图书、音像制品和电子出版物等均应当由出版单位出版。设立出版单位，由其主办单位持申请书向所在省、自治区、直辖市人民政府出版行政部门提出申请，省、自治区、直辖市人民政府出版行政部门审核同意后，转报国务院出版行政部门审批。

根据《图书出版管理规定》（新闻出版总署令第 36 号）图书由依法设立的图书出版单位出版。设立图书出版单位须取得图书出版许可证。

根据《期刊出版管理规定》（新闻出版总署令第 31 号），期刊由依法设立的期刊出版单位出版。期刊出版单位出版期刊，必须经新闻出版总署批准，持有国内统一连续出版物号，领取《期刊出版许可证》。

根据《电子出版物出版管理规定》（新闻出版总署令第 34 号），国家对电子出版物出版活动实行许可制度；未经许可，任何单位和个人不得从事电子出版物的出版活动。

##### ②出版选题监管制度

根据国务院颁布的《国务院关于修改〈出版管理条例〉的决定》《图书、期刊、音像制品、电子出版物重大选题备案办法》（新闻出版署[1997]860 号）和《新闻出版署关于加强和改进重大选题备案工作的通知》等文件规定，图书出版社、音像出版社和电子出版物出版社的年度出版计划及涉及国家安全、社会安定等方面的重大选题，应当经所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核后报国务院出版行政主管部门备案；涉及重大选题，未在出版前报备案的

出版物，不得出版；期刊社的重大选题，应当依照前款规定办理备案手续。

### ③刊号、书号许可使用制度

中国标准刊号（CSSN）由一个以“ISSN”为标识的国际标准刊号（International standard serial numbering—ISSN）和一个以中国国别代码“CN”为标识的国内统一刊号两部分组成。期刊刊号由国务院出版行政主管部门对其进行管理。期刊出版单位出版期刊，需持有国内统一连续出版物号，并领取《期刊出版许可证》。公开发行的期刊，需向ISSN中国国家中心申领国际标准连续出版物号，并向国务院出版行政主管部门申领条型码，一个国内统一连续出版物号对应出版一种期刊，不得存在“一号多刊”的情况。

中国标准书号是国际标准书号（International Standard Book Number，简称ISBN）系统的组成部分，它是国际出版业和图书贸易通用的标识编码系统。一个ISBN唯一标识一部在制作、销售和发行中的专题出版物。根据《图书出版管理规定》，图书使用中国标准书号或者全国统一书号、图书条码以及图书在版编目数据须符合有关标准和规定；图书出版单位不得向任何单位或者个人出售或者以其他形式转让本单位的名称、中国标准书号或者全国统一书号；图书出版单位不得以一个中国标准书号或者全国统一书号出版多种图书，不得以中国标准书号或者全国统一书号出版期刊；图书出版单位租型出版图书、合作出版图书、出版自费图书须按照新闻出版总署的有关规定执行。

### ④出版物发行许可

根据《出版管理条例》（国务院令第594号），国家实行出版物发行许可制度。出版物发行包括出版物的总发行、批发、零售等活动。从事出版物总发行业务的单位，须经所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核后，报国务院出版行政主管部门批准。从事出版物批发业务的单位，须经省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核许可。从事出版物零售业务的单位和个体工商户，须经县级人民政府出版行政主管部门审核许可。从事出版物连锁经营业务的单位，在省、自治区、直辖市范围内经营的，应当经其总部所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门批准；跨省或者在全国范围内经营的，应当经其总部所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政主管部门审核后，报国务院出版行政主管部门批准。

根据《印刷业管理条例》（国务院令315号），国务院出版行政部门主管全国的印刷业监督管理工作。县级以上地方各级人民政府负责出版管理的行政部门负责本行政区域内的印刷业监督管理工作。县级以上各级人民政府公安部门、工

商行政管理部门及其他有关部门在各自的职责范围内，负责有关的印刷业监督管理工作。

根据《印刷品承印管理规定》（新闻出版总署、公安部令第 19 号），印刷业经营者从事印刷经营活动，应当建立、健全承印验证制度、承印登记制度、印刷品保管制度、印刷品交付制度、印刷活动残次品销毁制度等管理制度。

#### ⑤出版物质量管理制度

根据新闻出版总署发布的《期刊出版质量管理规定》，主要对期刊内容、编校、设计、印制 4 个方面做出了规定，四项均合格的期刊，其质量属合格。

根据《图书质量保障体系》（新闻出版总署令第 8 号），图书质量保障体系主要从编辑出版责任、预报机制、引导机制、约束机制、监督机制、奖惩机制、责任机制、社会监督机制等几方面对图书质量保障做出了规定。

### (2) 广告业

#### ①广告经营许可管理机制

根据《广告管理条例》、《广告经营许可证管理办法》、《广告管理条例施行细则》，广告经营者实行登记制度。其中，设立经营广告业务的企业，向具有管辖权的工商行政管理局申请办理企业登记，发给营业执照；广播电台、电视台、报刊出版单位，事业单位以及其他法律、行政法规规定申请兼营广告业务应当办理广告经营许可登记的单位，向省、自治区、直辖市、计划单列市或其授权的县级以上工商行政管理局申请登记，领取《广告经营许可证》后，方可从事相应的广告经营活动；经营广告业务的个体工商户，向所在地工商行政管理局申请，经所在地工商行政管理局依法登记，发给营业执照。

#### ②广告发布过程监管机制

一般监管：根据《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》、《广告管理条例施行细则》，广告发布前，广告发布者应依据相关法律法规对广告内容等进行自审，并报工商行政管理部门审核；广告发布后，工商行政管理部门会进行随时监督监管，对造成不良社会影响及违法违规的广告按照相关规定进行处理。

特殊监管：对于关乎国计民生的特殊行业和产品的广告内容，工商行政管理机关依据《中华人民共和国广告法》并会同有关部门制定了一系列专项监管制度，包括《食品广告发布暂行规定》、《药品广告审查办法》、《医疗器械广告审查办法》等。通过这些专项规定，明确了相关产品广告在发布过程中的审查方法、

审查程序及违反相关规定的处罚措施，规范了广告行业的发展。

### ③户外广告管理制度

根据《中华人民共和国广告法》、《户外广告登记管理规定》，户外广告发布单位发布户外广告应当依照本规定向工商行政管理机关申请登记，接受工商行政管理机关的监督管理。法律、法规和国家工商行政管理总局规定一定形式的户外广告发布下列广告应当依照规定向工商行政管理机关申请户外广告登记，包括：利用户外场所、空间、设施发布的，以展示牌、电子显示装置、灯箱、霓虹灯为载体的广告；利用交通工具、水上漂浮物、升空器具、充气物、模型表面绘制、张贴、悬挂的广告；在地下铁道设施，城市轨道交通设施，地下通道，以及车站、码头、机场候机楼内外设置的广告。户外广告的管理办法，由地方性法规、地方政府规章规定。

### （3）公共关系行业

公共关系行业在我国尚无明确的行政主管部门和监管体制，行业内部实行自律式管理机制。行业监管体制主要为行业的自律规章。2002年12月6日，中国国际公共关系协会第三次会员代表大会审议通过了《中国国际公共关系协会会员行为准则》，并于2003年1月1日实施执行，该准则结合中国实际情况，原则性地规定了公共关系从业人员的行为规范。2003年11月6日，中国国际公共关系协会正式通过了《公共关系咨询业服务规范》（指导意见），该规范涉及公共关系行业总则、职业概述、工作流程、公司管理、战略与营销、职业开发、职业道德等内容，从原则上规范了中国公共关系业的行业服务标准。

### （4）会展业

我国会展业的监管体制经历了从“政府包办”逐步过渡到“政府主办、协会协办、企业承办”，再过渡到现在的商业展会完全由企业运作的演变过程。2003年国务院取消“关于在境内举办经济技术展览会的主办单位资格的审批”，境内办展不再需要行政审批。在会展业的发展过程中，政府在会展业中的角色不断变化且干预程度逐渐减小，行业监管部门对会展业的管理以监督为主、以审批为辅。根据《国务院办公厅关于对在我国境内举办对外经济技术展览会加强管理的通知》（国办发[1997]25号）、《海关总署、商务部关于在我国境内举办对外经济技术展览会有关管理事宜的通知》（署监发[2004]2号）、《商务部、海关总署关于台商参加经济技术展览会有关管理事宜的通知》（商台函[2004]21号）规定，目前仅展览面积在1000平方米以上的对外经济技术展览会或有台商参加的经济技术展览会需要向主管部门备案。

#### 4、相关产业政策

文化创意产业是国家大力推进并鼓励发展的产业之一。国务院连续颁布了鼓励扶持该产业发展的一系列优惠政策，为该产业及多个细分行业都建立了良好的政策环境。与公司相关的国家产业政策如下表所示：

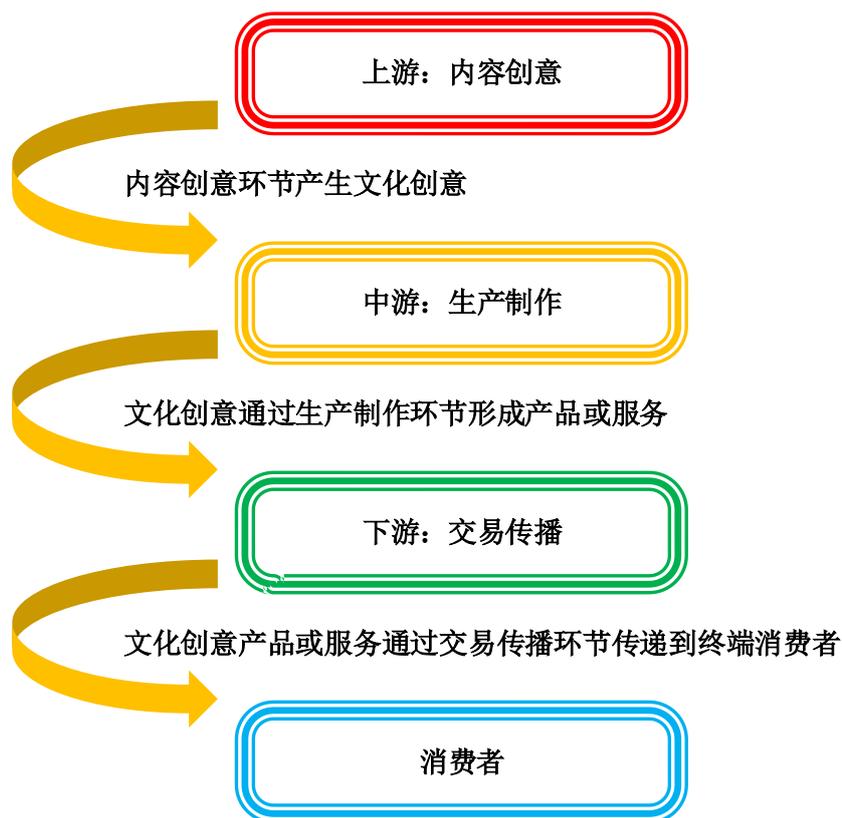
序号	政策名称	发布时间	摘要
1	《关于促进广告业发展的指导意见》	2008年	提出广告业是现代服务业的重要组成部分，是创意经济中的重要产业，在服务生产、引导消费、推动经济增长和社会文化发展等方面，发挥着十分重要的作用，要促进广告产业向专业化、规模化发展，培育具有国际竞争力的广告企业。
2	《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》	2009年	意见确定了演艺业、动漫业、文化娱乐业、游戏业、文化会展业、文化旅游业、艺术品与工艺美术、艺术创意与设计、网络文化、文化产品数字制作与相关服务等十个重点领域，并明确了各个领域的发展方向。对这些新兴领域，文化部门将给予高度关注和密切跟踪，及时把握发展动态，并制定出台相应的促进办法，尽快将其培育成为文化产业新的增长点。
3	《文化产业振兴规划》	2009年	规划指出要加快发展文化创意、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。
4	《关于推进广告战略实施的意见》	2009年	《意见》分为实施广告战略的总体要求、实施广告战略的重点任务、广告战略的组织实施三部分，计划到2020年，把我国建设成为广告创意、策划、设计、制作、发布、管理水平达到或接近国际先进水平的国家。
5	《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》	2010年	提出要推动符合条件的文化企业上市融资；支持处于成熟期、经营较为稳定的文化企业在主板市场上市；鼓励已上市的文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组；探索建立宣传文化部门与证券监管部门的项目信息合作机制；加强适合于创业板市场的中小文化企业项目的筛选和储备，支持其中符合条件的企业上市。
6	《数字出版“十二五”时期发展规划》	2011年	以企业为主体，发挥市场基础性作用，以新技术和市场需求为主导，充分发挥政府因势利导作用，共同推动数字出版产业全面协调可持续发展。加快传统出版业向数字出版转型步伐，完成存量出版资源数字化整理加工工作，对内容资源进行全方位、深层次的开发利用；改造传统出版流程，建立适应数字出版产业发展的内容生产方式和传播渠道；大力发展数字报刊，建设学术期刊网络发布平台；引导和鼓励传统印刷企业开展数字印刷业务。
7	《关于推进文化企业境内上市有关工作的通知》	2011年	各级文化行政部门要充分认识到借助资本市场发展文化产业的重要性，积极转变管理方式和服务方式，鼓励文化企业探索利用多层次、多渠道的融资手段，引导有条件的优质文化企业通过公开发行股票直接融资，进一步完善文化市场主体

8	《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》	2011年	决定指出，加快发展文化产业，必须构建结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系。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。
9	《商务部关于“十二五”期间促进会展业发展的指导意见》	2011年	把会展业培育成我国现代服务业的战略先导性产业，逐步提高我国会展业的国际竞争力，力争使我国从会展大国发展成为会展强国。
10	《关于推进广告战略实施的意见》	2012年	意见指出，要建设成为广告创意、策划、设计、制作、发布、管理水平达到或接近国际先进水平的国家，形成一批专业化程度高、创新能力强、具有国际竞争力的广告（企业）集团，培养一批国际化、创新型高端广告专业人才。
11	《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》	2012年	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，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业；推动文化产业与旅游、体育、信息、物流、建筑等产业融合发展，提升品牌价值，增加物质产品和现代服务业的附加值和文化含量。
12	《“十二五”时期文化产业倍增计划》	2012年	计划要求“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。
13	《广告产业发展“十二五”规划》	2012年	该规划指出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。
14	《服务业发展“十二五”规划》	2012年	在推动重点行业的服务出口，促进出口结构转型升级的篇章中，提到重点培育金融、传媒、咨询、会展等现代服务贸易，加快培育一批拥有自主知识产权和知名品牌的服务贸易重点企业。在积极推进海峡两岸服务业合作的篇章中，又提到加强两岸会展产业合作，搭建两岸企业经贸交流平台。
15	《国家文化科技创新工程纲要》	2012年	加强文化创意设计与展示自主核心技术和装备研发，形成整体技术集成解决方案；研究文化科技与相关产业融合发展的集成技术，增加相关产业文化科技含量，促进创新文化建设；结合国家公共文化服务体系建设，加强农家书屋、文化馆、图书馆、博物馆、科技馆等文化公共服务平台的网络化和数字化建设；依托国家高新技术产业开发区、国家可持续发展实验区等，建立一批各具特色的国家级文化和科技融合示范基地；把文化科技重大项目纳入国家相关科技发展规划和计划，予以持续稳定支持，支持开展文化科技创新
16	《产业结构调整指导目录（2011年本）》（2013年修订）	2013年	广告创意、广告策划、广告设计、广告制作、会展服务、文化艺术、新闻出版、大众文化、文化创意设计服务等多个文化创意细分行业均被列入鼓励类行业。
17	《全国资源型城市可持续发展规划（2013-2020年）》	2013年	支持有条件的城市积极发展金融服务、服务外包、文化创意、人力资源、会展等现代服务业。
18	《关于加快发展对外文化贸易的意见》	2014年	在意见中提到鼓励保险机构创新保险品种和保险业务，开展知识产权侵权险，演艺、会展、出版物印刷复制发行等新型

			险种和业务。
19	《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》	2014年	意见指出，文化创意和设计服务具有高知识性、高增值性和低能耗、低污染等特征。推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展，促进与实体经济深度融合，是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措，是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求，是促进产品和服务创新、催生新业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高生活质量的重要途径。
20	《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》	2014年	中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。习近平总书记指出，要“推动传统媒体和新兴媒体融合发展，强化互联网思维，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合；要着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团”。
21	《关于深入推进文化金融合作的意见》	2014年	建立完善文化金融中介服务体系；探索创建文化金融合作试验区；完善文化企业信贷管理机制；加快推进文化企业直接融资；开发推广适合对外文化贸易特点的金融产品及服务；加大金融支持文化消费的力度；推进文化产业与相关产业融合发展；推进文化产业与相关产业融合发展；创新文化资产管理方式；加强文化金融公共服务；加强财政对文化金融合作的支持
22	《2014年文化系统体制改革工作要点》	2014年	加快发展演出、娱乐、动漫、游戏、数字文化等产品市场，有序发展产权、版权、技术、信息等要素市场；制定出台推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展配套政策措施及推动特色文化产业发展的指导性文件。
23	《关于推动特色文化产业发展的指导意见》	2014年	意见将培育特色文化品牌作为特色文化产业发展的一项主要任务，明确提出要支持各地实施“一地（县、镇、村）一品牌”战略，形成一批具有较强影响力和市场竞争力的产品品牌。

## 5、产业链上下游之间的关联性

文化创意产业链通常由内容创意、生产制作和交易传播三个环节构成，典型的文化创意产业链如下图所示：



根据国际发展经验，文化创意产业链中的核心环节是内容创意环节，关键环节是交易传播环节，这两个环节在整个文化创意产业的价值分配中占据高达 85% 的比重<sup>①</sup>。其中，内容创意环节约占 45%，交易传播环节约占 40%，生产制作环节约占 15%。可见，文化创意产业已呈现出较为明显的微笑曲线发展趋势，产业附加值集中于上游的内容创意和下游的交易传播环节。

## 6、进入行业的主要壁垒

### (1) 资源整合和运营能力壁垒

文化创意产业产业链条较长，涉及专业领域较多，从前期的创意策划，中期的生产制作到后期的传播交易都有各自的资源需求。这就要求文化创意企业必须能够在较短时间内整合各环节的分散资源，并提供高品质的服务，从而满足客户需求。缺乏资源整合和运营能力的企业较难进入该行业，同时，资源整合和运营能力也决定了行业内企业的竞争能力。

### (2) 专业人才壁垒

文化创意产业属人才密集型产业，专业性的人才队伍成为文创企业核心竞争力的主要组成部分。从创意人员的原创能力、策划设计人员的策划、设计能力到

<sup>①</sup> <http://www.superpku.com/wenhuchuangyichanyeyanjiuzhongxin/moshijiexi/wenh/2013/0801/558.html>

营销人员的业务推广能力均需要高素质的人才队伍来实现。公司要提高产品原创、策划、设计能力和业务推广营销的效率都必须通过引进或培养高素质的富有原创精神和管理能力的人员，进而提高公司在文化创意产业运营中的竞争力。目前市场中优秀的原创性人才和团队匮乏，给拟进入该行业者形成较大障碍。

### （3）在位优势壁垒

文化创意产业的在位运营企业在长期的运营过程中，不断积累着各类文化创意产品和服务的研发、营销等多方面经验。一方面，文化创意产品和服务的质量不断提升，业务运营逐渐完善、特色日益明显；另一方面，在位运营企业和新老客户之间的信任关系也在长期交流的过程中慢慢得以建立。因此，客户对在位运营企业所提供的文化创意产品和服务的偏好度和忠诚度都将不断增加。而新进入的企业和潜在进入企业在关于顾客需求的信息积累方面存在着或大或小的不对称性。因此，不论是文创产品的设计或提供的个性化服务方面，文化创意产业在在位运营企业的在位优势较为明显，形成一定的进入壁垒。

## 7、影响行业发展的有利因素和不利因素

### （1）有利因素

#### ①国家宏观政策的推动

随着国家继续保持经济良好发展态势，同时，“文化强国”战略作为传承国家文明、提高国民素质、提升消费层次的重要基础，使得文化创意产业已成为中国经济转型升级过程中的重要组成部分，也是中国国民生活质量全面提升的重要组成部分。大力发展文化创意产业，不仅能够引领我国经济发展，而且能够转变经济发展模式，助力创新型国家建设。党的十八届六中全会将文化产业列为国民经济支柱性产业，近年来，国家在文化创意产业密集出台了诸多政策和配套措施。

《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》、《“十二五”时期文化产业倍增计划》、《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》、《2014年文化系统体制改革工作要点》等国家或行业的政策均鼓励和支持文化创意行业的发展。具体政策说明见本节之“六、（一）4、相关产业政策”。

#### ②地方政府的大力支持

目前，全国多地省市都把文化创意产业列为当地“十二五”规划的重点领域，作为推动产业结构升级转型，推动自主创新的重要抓手，充分认识到，文化创意产业不仅是经济社会发展的重要支撑，而且是吸纳就业、保障民生的重要途径。我国有22个省、市、自治区制定了文化产业发展规划纲要，23个设立了文

化产业发展专项资金，14个成立了文化产业协会或促进会。广东、浙江、江苏、安徽、湖南、辽宁等省都在制定建设“文化大省”、“文化强省”的目标<sup>①</sup>。北京、上海、重庆、深圳、广州、杭州等城市都相继出台了文化创意产业指导意见和财政投入、税收优惠、投融资、人才建设、园区开发、知识产权保护、文化创意产业专项资金等一系列促进政策。地方政府的大力支持，为文化创意产业的迅速发展提供了良好的保障。

### ③国民经济的持续增长刺激文化创意产业迅速发展

近年来，我国国民经济快速发展，居民生活水平不断提高，2014年我国人均GDP已超过7000美元。从国外发展经验看，城市人均GDP达到这一水平后，国民经济开始进入到持续稳定增长、经济结构快速升级、城市化水平迅速提升的新阶段，社会消费结构将向发展型、享受型转变，大众消费重点从物质领域向文化领域转移，文化消费在总消费支出中的比重会急剧增加。这为文化创意产业的发展提供了更广泛的市场需求。2012年全国城镇居民人均文化教育娱乐支出占总消费支出比重仅为14.9%<sup>②</sup>，与发达国家15%至18%的数据相比，仍有较大差距，文化消费潜力远未得到释放。

### ④新媒体、新技术催生更广阔的市场空间

中国互联网络信息中心发布的第33次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，2013年中国网民规模达到6.18亿人，互联网普及率达到45.8%。新媒体和新技术已经改变了人们的生活、工作、阅读甚至思维方式，当前以互联网、通信网、电视网为基础的电子报纸、电子期刊、电子图书、网络文学、网络数据库、手机报纸、手机期刊、手机小说等新型数字媒体已经初具规模，市场空间广阔。新媒体、新技术的不断出现和发展创新扩展了文化创意产业的市场空间。

## (2) 不利因素

### ①知识产权的保护力度有待提高

文化创意产业的核心资产是知识产权<sup>③</sup>。文化创意产业的产品创造成本高、投入大，但易被模仿传播，且复制成本低。这一特性使得文化创意产业成为很容易受到侵权伤害的产业<sup>④</sup>。没有知识产权保护，创意主体的合法权益就得不到保障。没有收益，创意主体也就不会有创意动力，没有创意，也就不会有文化创意

<sup>①</sup> 王晓红：《我国文化创意产业发展现状及思路》（《时代经贸》2012年第2期）

<sup>②</sup> 根据2012年城镇居民家庭人均文化娱乐用品消费和文化娱乐用品消费的现金支出测算

<sup>③</sup> <http://ip.people.com.cn/GB/12845414.html>

<sup>④</sup> <http://news.hexun.com/2014-10-14/169324363.html>

产业。近年来，在我国政府的高度重视和有力推动下，我国知识产权工作取得了长足进步，文化领域知识产权的保护和运用机制已经初步建立，但文化知识产权工作开展力度仍然不够，现有法律制度下，文化领域知识产权侵权成本低，举证和维权难度大<sup>①</sup>的现象依然大量存在。因此，我国文化创意产业急需加强知识产权保护，完善知识产权相关法律，提高知识产权保护水平，减少知识产权侵权事件的发生。不解决知识产权的保护问题，文化创意产业不可能发展壮大。

## ②人才缺乏制约行业发展

文化创意产业是源自个人创意、技巧及才华的行业，极其依赖个体人脑和人的心智能力<sup>②</sup>。因此，人才资本是文化创意产业最核心的生产要素，能否拥有大量的各类文化创意人才，将成为夺取创意产业发展制高点的决胜因素。我国文化创意产业人才结构失衡的现象较为严重：从人才层次上来看，中高级人才尤其是创新型人才和经营管理型高级人才比重较小；从知识结构上看，知识结构和能力结构单一的人才居多，跨学科、跨领域、跨行业的复合型人才短缺<sup>③</sup>。文化创意产业人才的严重缺乏制约了文化创意产业的健康发展。

## ③行业融资体系不健全

国家发展文化创意产业的共同经验都表明，文化创意产业的发展有赖于资金的有效投入<sup>④</sup>。虽然近年来政府已加大对文化创意产业的支持力度，但行业融资体系仍然处于不健全的状态。文化创意企业多数为轻资产运营的中小型企业，加之文化创意产业所产生的产品主要为图像、文字、音像等无形的精神文化产物。有形资产缺乏、无形资产估值困难、收益不确定、经营风险高等因素造成文化创意企业融资难度大、融资成本高。融资难已成为制约中国各地文化创意产业快速发展的一个难点<sup>⑤</sup>。

## （二）市场规模

### 1、文化创意产业的市场规模和前景概述

文化创意产业是国家经济转型过程中的重要产物。由于附加值高、发展可持续，文化创意产业在区域经济与社会发展中的引领作用，已成为世界各国和地区政府的共识。全世界的创意经济每天创造 220 亿美元的产值，并以每年 5% 左右

<sup>①</sup> [http://www.gov.cn/xinwen/2015-05/19/content\\_2864743.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2015-05/19/content_2864743.htm)

<sup>②</sup> 唐谢芬：《高等教育中文化创意产业人才培养的瓶颈与对策分析》

<sup>③</sup> [http://cul.china.com.cn/2014-01/16/content\\_6616446.htm](http://cul.china.com.cn/2014-01/16/content_6616446.htm)

<sup>④</sup> 周宇：《文化创意产业的融资渠道探讨》（《人民论坛》2013 年第 29 期）

<sup>⑤</sup> [http://news.trjcn.com/detail\\_37443.html](http://news.trjcn.com/detail_37443.html)

的速度递增<sup>①</sup>。据联合国统计，文化创意产业已占全球 GDP 的 11%，并以每年 10% 的速度增长<sup>②</sup>，大大高于全球 GDP 的增长速度。在一些发达国家增长速度更快，美国每年增长达 14%，英国为 12%。文化创意产业已成为世界经济增长的新动力，引领着全球未来经济的发展。发展文化创意产业已成为当今世界经济发展的新潮流和众多国家的战略性选择<sup>③</sup>。

近年来，中国文化创意产业发展规模从小到大，势头良好，整体实现了较快增长，在国民经济中的份额稳步提高，对整个国民经济的贡献逐年加大。据国家统计局数据，2013 年我国文化产业增加值为 21,351 亿元，与 GDP 的比值为 3.63%；文化产业法人单位增加值为 20,081 亿元，比上年增加 2010 亿元，增长 11.1%，比同期 GDP 现价增速高 1 个百分点。其中，文化制造业增加值 9,166 亿元，占 42.9%；文化批零售业增加值 2,146 亿元，占 10.1%；文化服务业增加值 10,039 亿元，占 47.0%。自 2004 年我国开始统计文化产业数据以来，我国文化产业增加值年均增速在 15% 以上<sup>④</sup>。按照目前的发展速度，党的十八大报告提出“2020 年文化产业成为国民经济支柱性产业”的目标有望顺利实现<sup>⑤</sup>。

近年来，全国各地文化创意产业蓬勃发展，文化创意产业在区域 GDP 中所占的比例和绝对利润值都在逐年增长，已成为区域经济的战略性支柱产业和经济增长点。以北京市为例，其文化创意产业增加值从 2004 年的 573 亿元增加到 2013 年的 2794.3 亿元，占 GDP 比重达到 13.1%<sup>⑥</sup>，位居全国首位。文化创意产业已成为仅次于金融业的第二大支柱产业<sup>⑦</sup>。又如公司所在福建省厦门市，2014 年厦门市文化产业实现增加值约 270 亿元，增速 12%，占 GDP 比重超过 8%<sup>⑧</sup>。

## 2、公司细分行业的市场规模和前景概述

### (1) 出版业

根据《新闻出版业“十二五”时期发展规划》，“十一五”期间，我国新闻出版业产业规模快速提升，产业结构不断优化，产业链日趋完善，基本形成以图书、报纸、期刊、音像、电子、网络、手机等媒体的出版、印刷、复制、传播、外贸等为主，包括教育、科研、版权代理、物资供应、国际合作等在内的完整产业体系。2005 年至 2010 年，新闻出版业实现增加值达 3,500 亿元，年均复合增

<sup>①</sup> 约翰·霍金斯：《创意经济：如何点石成金》

<sup>②</sup> 智研咨询集团：《2013-2018 中国文化创意产业市场深度研究以及投资战略咨询报告》

<sup>③</sup> <http://www.chyxx.com/industry/201405/241865.html>

<sup>④</sup> <http://finance.sina.com.cn/chanjing/cyxw/20140718/152019750408.shtml>

<sup>⑤</sup> [http://paper.ce.cn/jjrb/html/2013-08/27/content\\_169414.htm](http://paper.ce.cn/jjrb/html/2013-08/27/content_169414.htm)

<sup>⑥</sup> [http://news.xinhuanet.com/local/2015-03/12/c\\_127573372.htm](http://news.xinhuanet.com/local/2015-03/12/c_127573372.htm)

<sup>⑦</sup> <http://news.hexun.com/2014-10-14/169324363.html>

<sup>⑧</sup> [http://xxgk.xm.gov.cn/wgxjxxgk/zfxgkml/qtzfgkxx/201504/t20150415\\_1067277.htm](http://xxgk.xm.gov.cn/wgxjxxgk/zfxgkml/qtzfgkxx/201504/t20150415_1067277.htm)

增长率为 13.0%。截至“十一五”末，我国日报出版规模、图书出版品种与出版总量居世界第一，电子出版、网络学术出版总量居世界第二，印刷业总产值居世界第三。

根据《2014 年新闻出版产业分析报告》<sup>①</sup>，2014 年全国出版、印刷和发行服务业实现营业收入 19967.1 亿元，较 2013 年增长 9.4%，表明新闻出版产业在国民经济“新常态”背景下仍继续保持了较好的可持续发展能力，如下图所示：



出版行业的各个细分领域概况如下：

2014 年全国共出版图书 44.8 万种，较 2013 年增加 0.4 万种，增长 0.9%。其中，新版图书 25.6 万种，与上年持平；重印、重版图书品种 19.3 万种，增加 0.4 万种，增长 2.2%。图书出版定价总金额 1363.5 亿元，增长 5.8%。图书出版实现营业收入 791.2 亿元，增长 2.7%。

2014 年全国共出版期刊 9966 种，较 2013 年增长 0.9%；总印数 31.0 亿册，降低 5.4%；定价总金额 249.4 亿元，降低 1.6%。期刊出版实现营业收入 212.0 亿元，降低 4.5%。

2014 年，全国共出版电子出版物 11823 种，较 2013 年增长 1.0%；出版数量 3.5 亿张，降低 0.6%。电子出版物出版实现营业收入 10.9 亿元，增长 6.5%；利润总额 1.8 亿元，降低 33.6%。

数字出版实现营业收入 3387.7 亿元，较 2013 年增加 847.4 亿元，增长 33.4%。增长速度在新闻出版各产业类别中继续名列前茅。

<sup>①</sup> [http://www.ppsc.gov.cn/xwzx/201507/t20150717\\_168602.html](http://www.ppsc.gov.cn/xwzx/201507/t20150717_168602.html)

从出版行业的总印数（出版数量）和定价（出版）总金额看：

2014 年全国共出版图书、期刊、报纸、音像制品和电子出版物 583.5 亿册（份、盒、张）。其中，图书占总量 14.0%，位居第二；降低 1.5%，增速位居第二；期刊占总量 5.3%，位居第三；降低 5.4%，增速位居第四；电子出版物：占总量 0.6%，位居第四；降低 0.6%，增速位居第一。

2014 年全国出版图书、期刊、报纸和音像制品的定价（出版）总金额为 2076.6 亿元。其中，图书占总量 65.7%，位居第一；增长 5.8%，增速位居第一；期刊占总量 12.0%，位居第三；降低 1.6%，增速位居第三。

## （2）广告业

改革开放以来，我国广告业从零起步，经历了从无到有、从小到大的发展历程。历经三十年的发展，中国广告市场已逐步成长为生机勃勃、富有活力的市场，是全球广告市场增长最快的国家之一。中国在 2007 年还是世界第五大广告市场，在中国经济持续增长的带动下，于 2010 年上升为世界第四大广告市场，并在 2013 年跃居为全球第二大广告市场<sup>①</sup>。

根据国家工商总局的统计数据显示，2010 年至 2014 年中国广告市场规模分别为 2341 亿元、3125 亿元、4698 亿元、5020 亿元和 5130 亿元，年均复合增长率达到 21.67%。对比 1981 年 1.2 亿元的广告经营额，增加了 4000 余倍，年均增长速度远超同期 GDP 的增长比率。2008 年至 2014 年我国广告市场规模如下图所示：



随着广告市场的快速发展，广告业在国民经济中的地位日益凸现<sup>②</sup>。2010 年至 2014 年间我国广告营业额占 GDP 的比重分别为 0.57%、0.65%、0.88%、0.86%

<sup>①</sup> [http://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2014-05/06/nw.D110000gmrb\\_20140506\\_3-10.htm?div=-1](http://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2014-05/06/nw.D110000gmrb_20140506_3-10.htm?div=-1)

<sup>②</sup> <http://www.docin.com/p-9560053.html>

和 0.81%，占社会消费品零售总额的比重分别为 1.46%、1.70%、2.23%、2.07% 和 1.89%<sup>①</sup>，总体占比均呈现上升趋势，如下图所示：



研究指出，广告营业额与国内生产总值的相关系数达到 97.7%，二者间存在很高的相关性<sup>②</sup>。经济发展会使企业营销及广告投入力度进一步加大，进而推动广告营业额的持续提高，未来中国广告市场仍具有较大潜力。

2014 年中国国内生产总值达到 63.65 万亿元，同比增长 7.4%。随着中国经济结构性改革调整，中国 GDP 增速维持在 7% 上下将成为常态。整体来看 GDP 增长较为平稳，保持在合理区间，为广告业的发展创造了良好的外部条件。内在动力方面，我国广告营业额占 GDP 的比重基本维持在 0.5%-0.9% 的区间之内，相比国际平均水平 1.5%、发达国家平均 2% 的广告开支占 GDP 比重<sup>③</sup>，尚有较大差距。预计未来 5 年内，我国广告营业额占 GDP 的比重可能达到 1%-2%，复合增长率达到 10%-20%<sup>④</sup>，市场规模将超过 1 万亿元，整体广告市场仍是可值得看好的增长型行业。

### (3) 公共关系行业

公共关系行业起源于美国 18 世纪的政治宣传，发展于发达的现代商品经济，20 世纪初公共关系行业逐渐形成。如今，公共关系行业已成为一个具有相当规模的成熟行业<sup>⑤</sup>。根据全球权威公关行业资讯机构《霍尔姆斯报告》（The Holmes Report）2014 年发布的年度调查数据，2013 年世界公共关系行业总体规模达到 125 亿美元，年增长率达到 11%<sup>⑥</sup>。

<sup>①</sup> 根据国家统计局公布的历年 GDP 和社会消费品零售总额数据测算。

<sup>②</sup> 《我国广告营业额与国内生产总值关系的实证研究》（《企业研究》2013 年第 14 期）

<sup>③</sup> 中国行业研究网：《2014-2018 年广告媒体行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》

<sup>④</sup> 中信证券：《传媒行业深度报告：迎接第三次互联网广告变革，大数据造就新机遇》

<sup>⑤</sup> 陈向阳：《公共关系顾问专业指南》

<sup>⑥</sup> <http://www.holmesreport.com/latest/article/world-report-global-pr-industry-growth-surges-to-11->

我国公共关系发展历史相比欧美国家要短得多。上世纪 80 年代初，部分外商独资企业和合资企业在内部设立了公共关系部，形成国内公共关系行业的雏形。1984 年伟达公关公司在北京设立办事处；1985 年博雅公关公司与中国新华社下属的中国新闻发展公司在北京联手成立了中国第一家公共关系公司——中国环球公共关系公司；1996 年，中国公关业领军企业蓝色光标公关公司在北京成立；若干标志性事件印证了 20 世纪 90 年代中国公关市场的崛起<sup>①</sup>。

经过短短二十多年的发展，我国公共关系行业已初具规模，市场需求逐步扩大，营业收入逐年增长，未来发展潜力巨大。2014 年中国公共关系市场继续保持稳定增长。据中国国际公共关系协会调查估算，我国公共关系市场的年营业规模约为 380 亿元人民币，年增长率约为 11.5%<sup>②</sup>。2004 年-2014 年中国公共关系行业年度营业额变化如下图所示：



我国公共关系服务内容主要包括：传播顾问、媒体执行、品牌传播、产品推广、整合传播、危机管理、活动管理、事件营销、网络公关、数字媒体营销、政府关系及企业社会责任服务等。其中，传播顾问、品牌传播、活动管理、整合传播和网络公关是目前我国公共关系公司的最主要业务。根据中国国际公共关系协会对具有代表性的 35 家公共关系服务公司的调查显示<sup>③</sup>，8 家（23%）以顾问咨询为主，9 家（26%）以传播代理和执行为主，6 家（17%）以活动代理和执行为主，12 家（34%）以网络公关为主，如下图所示：

<sup>①</sup> 郭惠民：《中国公共关系市场发展史概要》（《国际公关》2014 年第 2 期）

<sup>②</sup> [http://opinion.huanqiu.com/opinion\\_china/2015-04/6207022.html](http://opinion.huanqiu.com/opinion_china/2015-04/6207022.html)

<sup>③</sup> 《中国公共关系业 2013 年度行业调查报告》



#### (4) 会展业

会展业是现代服务业的重要组成部分，也是连接生产与消费的桥梁和纽带，不仅能够促进供需对接、畅通流通渠道，对区域和行业经济发展也有强大拉动作用。据相关资料显示，国际上会展业发达国家的产业带动系数大约为 1:9，即会展业所带动的相关产业的收入可达到会展业直接收入的 9 倍左右。高度的产业关联对城市 GDP 的拉动效应非常明显，进而使得会展经济成为带动城市和区域经济发展的新亮点<sup>①</sup>。随着全球会展业的不断发展，会展业对区域经济带动作用愈发明显。据统计，全球会展产业每年直接经济效益超过 3000 亿美元，为世界经济带来的增长总额超过 3 万亿美元，约占全球 GDP 总和的 4%<sup>②</sup>。会展业已经与旅游业、房地产业并称为世界“三大无烟产业”<sup>③</sup>。

与经济发达国家相比，尽管我国会展业起步较晚，但是发展相当迅速。自改革开放至今，我国会展业经历从无到有、从小到大，行业经济效益逐年攀升，场馆建设日臻完善，已成为国民经济的助推器和新亮点。近年来，我国会展产业年均增幅超 20%，每年的展览数量已居亚洲首位，有超过 40 个城市已将会展业列为城市发展支柱产业<sup>④</sup>。

据《2014 中国会展产业年度报告》数据显示，2009 年-2013 年间，我国会展场次由 4500 场增加至 7851 场，年化增长率为 14.93%；直接收入由 2026 亿元增加至 3796 亿元，年化增长率达到 17%。2009 年-2013 年间我国会展业运行情况

<sup>①</sup> 《2013-2017 年中国会展行业市场前瞻与投资机会分析报告》

<sup>②</sup> [http://news.xinhuanet.com/expo/2014-10/20/c\\_127116800.htm](http://news.xinhuanet.com/expo/2014-10/20/c_127116800.htm)

<sup>③</sup> <http://www.chinaqw.com/news/200812/01/140112.shtml>

<sup>④</sup> <http://www.cena.com/news/bencandy-htm-fid-54-id-20547.html>

如下所示<sup>①</sup>：

年份	展览(场)	面积(万平方米)	会议(万场)	节庆(万场)	展出面积(万平方米)	就业(万人次)	直接收入(亿元)	占GDP比例	占第三产业比例	拉动效应(万亿元)
2009	4,500	4,615	3.8	5.1	45	1,790	2,026	0.60%	1.37%	1.8
2010	6,200	7,440	53	6.3	51.8	1,900	2,482	0.62%	1.45%	2.2
2011	6,830	8,120	64.2	6.5	60	1,980	3,016	0.64%	1.48%	2.7
2012	7,813	9,098	72.6	6.9	69.3	1,950	3,587	0.69%	1.54%	3.2
2013	7,851	10,344	76.5	6.1	61.8	1,960	3,796	0.67%	1.45%	3.4

公司所处福建省厦门市是新兴的会展城市，2014 年先后获得“2013~2014 年度中国会展名城”、“2014 中国最具魅力会议目的地”等会展行业权威殊荣<sup>②</sup>。据《厦门市会展业统计分析报告（2014 年）》<sup>③</sup>，厦门市 2014 年共举办各类展览会 200 场，比上一年增加 16 场，同比增长达 8.7%；全年展览会共吸引来自 150 多个国家和地区的 77,402 名客商，国内 283,554 名客商，观众总人数达 4,860,446 人次；2014 年共接待 50 人以上的商业会议 4177 场，比上年增加 31 场，同比增长 0.75%；规模以上会议 113 场，比上年增加 18 场，同比增长 18.9%；参会境内总人数 856,378 人，同比增长 6.2%。2014 年，厦门市会展业共实现经济效益 276.27 亿元，较上年增加 39.11 亿元，增长 16.5%；其中直接经济效益 116.53 亿元（直接收入 10.99 亿元，间接收入 105.54 亿元），较上年增加 15.60 亿元，增长 15.5%；带动经济效益为 159.74 亿元，较上年增加 23.51 亿元，增长 17.3%<sup>④</sup>。区域会展业具有良好的市场前景。

### （三）基本风险特征

#### 1、市场需求风险

文化创意公司的价值由其拥有的文化创意产品及其团队决定，而影响文化创意产品价值的因素众多，不确定性很大，市场风险较高。由于文化创意产品重在观念价值和精神需求，具有很强的主观性，文化创意产品或服务的提供者是根据自身的主观判断进行创作，受众也是根据自身的主观判断进行评价，这使得文化创意产品的市场需求较难把握和预测，与其他经济产业相比，不确定性较强。文化创意公司所提供的产品或服务能否为市场和受众所接受，能否产生超额收益，存在一定的市场需求风险。

<sup>①</sup> <http://www.tnc.com.cn/info/c-003-d-3490127.html>

<sup>②</sup> [http://szb.mnw.cn/html/2015-01/16/content\\_4318207.htm](http://szb.mnw.cn/html/2015-01/16/content_4318207.htm)

<sup>③</sup> [http://news.xmnn.cn/a/xmxw/201503/t20150317\\_4395780.htm](http://news.xmnn.cn/a/xmxw/201503/t20150317_4395780.htm)

<sup>④</sup> <http://news.163.com/15/0317/09/AKT95LS500014AEE.html>

## 2、知识产权风险

文化创意产业的产品创造成本高、投入大，但易被模仿传播，且复制成本低。近年来我国知识产权工作取得了长足进步，文化领域知识产权的保护和运用机制已经初步建立，但侵权和盗版的现象仍时有发生，文化创意产业的知识产权风险依然较高。如果行业内企业无法有效保护知识产权，自身的合法权益将难以保障。

## 3、文化创意人才流失、短缺风险

文化创意产业是源自个人创意、技巧及才华的行业，极其依赖个体人脑和人的心智能力。人才资本是文化创意产业最核心的生产要素，能否维持公司文化创意人才队伍的稳定，并不断吸引优秀的人员加盟，关系到公司能否继续保持在行业内的领先优势、经营的稳定性及公司的可持续发展。我国文化创意人才较为紧缺，随着行业竞争日益加剧，行业对人才的需求与日俱增，对行业内企业而言，存在文化创意人才流失、短缺风险。

### （四）公司在行业中的竞争地位

#### 1、行业竞争格局和公司的竞争地位

除广播影视、新闻出版等少数细分行业外，国家对文化创意产业在政策上没有准入限制。本行业的市场化程度较高，市场竞争较为充分。由于文化创意产业内涵外延较为广阔，各细分行业之间差异性较大，行业内企业往往专注于某几个细分产业进行发展，且大部分行业内企业普遍规模偏小，尚处于起步阶段<sup>①</sup>。

公司立足厦门，着眼两岸，经过十年经营，在内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务三大主营业务板块均取得了良好的成绩，在海峡两岸建立了一定的区域影响力。2009年公司被评为厦门市首批重点文化企业，并连续三届蝉联“厦门市重点文化企业”称号；2011年公司被国台办、福建省台办授予海峡两岸（厦门）视觉创意设计基地称号；2015年公司位列“2014 厦门文化产业年度风云榜”十大年度企业之一等。公司正在成为海峡两岸行业领先的文创产业运营商。

#### 2、公司在细分行业中的主要竞争对手

##### （1）内容产品供应板块

##### ①福建海峡旅游文化传媒有限公司

福建海峡旅游文化传媒有限公司成立于2010年11月，致力于旅游传媒出版、旅游展会组织、旅游活动策划和旅游目的地营销等旅游文化板块业务。公司主要

<sup>①</sup> <http://b2b.toocle.com/detail--5217749.html>

出品的杂志《海峡旅游》是一本具有闽台区域风格、覆盖两岸四地的旅游人文期刊。

## (2) 媒介平台运营板块

### ①厦门威扬广告有限公司

厦门威扬广告有限公司是国家一级广告企业、中国百强户外媒体供应商，并获得福建省著名商标，担任厦门市公关协会会长单位。公司拥有形式齐全的户外媒体，包括 LED 户外大屏、沿街灯箱、高立柱和户外看板等。

### ②厦门市唐码博美广告有限公司

厦门市唐码博美广告有限公司成立于 2000 年 4 月，是 TOM 户外传媒集团厦门子公司。公司具有国内一流的全面整合营销传播能力，提供全程品牌传播策划、创意传达、媒介代理、印刷制作、活动执行等全方位广告传播服务，是厦门地区杰出领先的综合性广告公司。

### ③厦门新格品牌管理咨询有限公司

新格品牌管理咨询有限公司（Thinker Brand）是新格品牌机构的主要成员，是中国市场最优秀最专业的品牌管理顾问机构之一，被业界评为“2008 年度中国本土最具合作价值智业机构”，拥有深厚的客户基础及良好的市场口碑。

### ④边界品牌顾问有限公司

边界品牌顾问有限公司是一家专业品牌管理与传播代理公司，目前全面代理和深度服务客户包括福建电信、厦门电信、泉州电信、泰山食品、恒安集团、金龙客车、贝尔熊连锁等，总部位于厦门，在上海、福州、泉州均设有分公司或办事处。

## (3) 展览展庆服务板块

### ①厦门契合展览服务有限公司

厦门契合展览服务有限公司成立于 2001 年，主要从事展会设计搭建、公关活动现场策划及展厅设计、商用空间设计等。“契合展览”是一家综合型、专业化的国际性品牌会展公司，在北京、上海、厦门分别设有独立公司，秉承“默契、配合”的企业理念，多年来服务于中外各大知名品牌与政府机关部门。

## 3、公司竞争优势

### (1) 竞争优势

### ①全产业链业务优势

公司定位为海峡两岸行业领先的文创产业运营商，是行业内为数不多的将内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务等业务板块有效整合的集团化企业。在公司的统一运作下，华亿内产、台海杂志、华亿公关、华亿文创、华亿投管等子公司形成“3+X”文化创意产业集团化发展格局，基本覆盖从上游内容创意的产生（创作、策划），到中游的生产制作（编辑、出版、制作）。再到下游的交易传播（广告、营销、执行）的文化创意产业链上、中、下游，构成公司的全产业链优势。公司的期刊、图书、定制读本、户外广告运营、品牌营销、展览展庆举办、产业投资等多项业务已经形成协同效应，共同推进公司在文化创意产业的发展进程。

### ②海峡两岸特色优势

公司地处闽台交流合作前沿，具有很强的区域特色。公司着眼于海峡两岸，促进闽台文化交流，探索海峡两岸文化创意产业合作新模式。公司被国台办、福建省台办授予海峡两岸（厦门）视觉创意设计基地称号，在海峡两岸已经具有一定的品牌影响力。未来，公司将继续充分发挥这一区域特色优势，整合海峡两岸优势的传媒资源，总结文化创意经验，进一步推动公司业务的发展。

### ③运营管理优势

公司扎根海峡西岸多年，将国外创意产业成熟、先进的管理理念与中国文化创意产业运作特点及公司现状相结合，并针对海峡两岸文化创意产业合作交流、共同发展的时代背景，建立起具有“华亿特色”的运营管理体系：内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务三大核心业务按板块专业运营，形成模块化、标准化的运营方式；产业流程涵盖文化创意产品在策划创作、营销宣传、发行销售、投资运营等多个相关环节和领域，形成“围成产业圈”的产品矩阵，有效促成各业务板块的融合发展，实现公司资源共享和配置优化。

### ④品牌和客户资源优势

公司凭借全产业链业务优势、运营管理能力、人才优势等多方面因素，在业内已经具备一定的知名度和品牌美誉度。此外，公司在长期的市场运作过程中，与众多优质客户建立了长期稳定的合作关系。公司的客户资源一方面有利于继续提升品牌形象，另一方面为公司进一步发展、扩大公司经营规模提供极便利的条件。良好的品牌和客户资源是公司规模与效益并增的基础，也是公司在竞争中的重要优势。

## ⑤人才优势

创意设计是文化创意产业的“灵魂”，是保证作品或服务效果的关键环节之一，文化创意人才能力水平和持续成长直接决定了文化创意企业的生存与发展。公司作为知识密集型企业，十分重视人才团队的建设工作。公司的核心业务人员大多在公司长期任职，拥有本行业多年工作经历和资源。公司根据不同的业务板块制定不同的评价标准和培养机制，以更好地吸引和筛选人才。由此，公司已构建起一支高素质、执行力强、经验丰富的专业团队。优秀且稳定的文化创意产业运营团队是公司快速稳定发展的最根本保障之一。

## (2) 竞争劣势

### ①业务规模较小

公司在海峡西岸深耕多年，以出色的创意设计、完善的全产业链业务、周到的服务等特点，已经具备一定的区域影响力，在业内获得了客户的广泛认可，已经成长为在海峡两岸业内具有一定影响力的文创产业运营商。但是，与国内国际其他知名的文化创意企业相比，公司的业务规模相对较小，品牌知名度也略显不足，未来与这些知名企业竞争时将处于不利地位。公司需要通过资本市场提高资金实力，从而迅速扩大规模并提高品牌知名度，实现跨越式发展。

### ②业务扩张能力有待提高

公司以福建省厦门市为主要业务区域，客户也主要为福建本地客户。公司专注于本地化业务，在现有区域市场已经具备一定的竞争力，但业务扩张能力相比部分竞争对手有所欠缺。公司已计划拓展业务种类和范围，并开拓福建地区以外的客户群体和市场资源。未来公司将在保持本地业务竞争力的基础上着力提高自身的业务扩张能力，加大人才与资源的投入。

### ③融资渠道单一

由于公司资产、业务规模较小，公司主要依靠股东投入与自身积累，较少使用其他融资手段，目前的融资渠道较为单一。文化创意产业竞争日趋激烈，对公司的资金实力提出了更高的要求，融资渠道单一不利于公司更好地参与市场竞争，已成为影响公司持续发展的主要瓶颈之一。为满足公司的业务升级、规模扩展、应对市场竞争的需求，公司急需拓宽融资渠道。

## 七、公司未来发展计划

### (一) 发展愿景

公司通过与科技融合、与资本融合，实现内生性增长和外延式扩张的双轮驱动，做大做强，提升效益，创新治理结构、商业模式，打造全媒体、全要素、全天候的集成服务平台，成为海峡两岸行业领先的文创产业投资运营商。

## （二）发展模式

通过互联引领、双轮驱动、融合发展，完成增长动力转换，实现项目平台化、内容网络化、产品市场化的差异化发展。

以客户为导向，通过内外资源整合，一手抓内生性增长，坚定内容产品供应商主营战略，复合产品形态，优化产品链条，推进公司内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务三大主营业务板块融合发展，由区域市场走向全国性市场。一手抓外延式扩张，积极培育新的业务，寻求新的发展机遇，围绕客户“痛点”创新产品形态。

## （三）发展计划

### 1、提振传统板块

#### （1）内容产品供应板块

突出内容产品的个性化、定制化，满足客户的需求，整合资源、提升专业、做大产业、做强品牌，链长产业链，围成全方位一站式复合经营产业圈，延伸内容产品增值服务的市场链条，成为海峡两岸具有影响力的内容产品供应商。

#### （2）媒介平台运营板块

拓展媒介平台，积极推进新媒体的开发，提升平面媒体、广电媒体、户外框架媒体、新媒体等全媒体开发运营策划推广整合行销能力，提高企业竞争力，打造厦门最大的户外 LED 框架媒体运营商，成为海峡两岸具有影响力的媒介平台运营商。

#### （3）展览展庆服务板块

加快整体转型适应能力，提升专业水平，及时吸收国内外先进展览业务的技术和理念，拓宽视野，做精做专展览展庆服务，增强市场竞争力，实现由区域走向全国，成为海峡两岸具有影响力的展览展庆服务商。

### 2、创新互联板块

公司将利用自身在文化创意产业全产业链上的优势，加强文创产业投资业务，通过参股、投资其他文化创意项目，吸收新形式文创产业形态，进一步丰富公

司业务，促进公司跨越式发展。

### 3、完善保障机制

(1) 进行制度的创新。公司将按照全国中小企业股份转让系统的规范性要求，建立内部组织机构，完善公司企业法人治理结构。健全股东大会、董事会、监事会的各项规章制度，改善董事会结构，强化激励机制，充分发挥监事会的监督职能，规范公司的决策体系，制定完整、合理、有效的内部控制制度，完善信息披露，建立符合现代企业制度要求，体现文化创意企业特点的资产组织形式和经营模式，提高公司的治理水平。

(2) 进行体制机制的创新。完善顶层设计，实行晋升机制、薪酬机制、股权机制的有效结合。一是加快薪酬制度改革步伐，建立健全富有激励效应的分配机制。二是探索实行股权激励，力争试水混合所有制改革，逐步推行企业管理层、骨干员工乃至普通员工持股，使员工与企业形成以产权为纽带的利益共同体。三是加大标杆激励导向，对公司创新驱动转型发展做出突出贡献的项目及其团队给予奖励。四是做好人才梯队建设，培养一批专业的管理人才。五是鼓励公司内部的创业创新氛围，组建创业创新小组，支持小组带领引领创新。

(3) 创新管理流程。融合发展，健全完善现代企业管理制度，建立反应迅速、有效的生产和运营管理流程，以全面流程管理促进公司发展。

## 第三节 公司治理

### 一、公司股东大会、董事会、监事会的运行情况及履责情况

#### （一）“三会”的建立健全及运行情况

有限公司时期，公司按照《公司法》和有限公司章程建立了基本治理结构，设立股东会、董事会，董事会由五名董事组成，因公司规模较小，未设立监事会，仅设一名监事，行使相应的决策、执行和监督职能。公司的决策管理中心是股东会，公司经营范围变更、注册资本变更及股权转让等重大事项均经过公司股东会讨论并形成会议决议，股东会表决程序符合《公司法》和彼时《公司章程》的规定并能得到执行，有限公司重大发展战略、经营计划或融资等重大事项由董事会进行审议、商定。但有限公司股东会、董事会、监事会制度的建立和运行情况也存在一定瑕疵，如存在股东会、董事会决议届次不清、未能完整保管会议记录资料及相关决议的情形。有限阶段，公司在“三会”治理制度及其运行方面虽有欠完善，但不影响决策机构决议的实质效力，也未损害公司及股东利益。

2015年4月30日，股份公司第一次股东大会召开。依据《公司法》的相关规定，在第一次股东大会上经股东审议表决，通过了股份公司《公司章程》。经投票选举，股份公司产生了第一届董事会、监事会成员，其中监事会成员中包含一名由职工大会选举的职工监事。

股份公司第一届董事会第一次会议，选举产生了股份公司董事长，并由董事会聘任了公司总经理、副总经理、财务总监及董事会秘书。

股份公司第一届监事会第一次会议，选举产生了股份公司监事会主席。

此外，为积极完善法人治理结构，建立现代企业制度，促进公司的规范运作，公司在主办券商和律师的帮助下进一步加强和完善了公司治理工作，并在此基础上构建了适应公司发展需要的治理机制和组织结构。

股份公司期间，公司严格按照《公司法》及《公司章程》的规定召开“三会”，累计共召开3次股东大会、3次董事会、1次监事会，会议情况均得到完整记录与保存。

#### 1、股东大会的建立健全及运行情况

股份公司设立以来，股东大会依法履行了《公司法》、《公司章程》所赋予

的权利和义务，并制订了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》和《监事会议事规则》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易管理制度》及《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》等内控管理制度。

股份公司股东大会严格按照法律、法规、《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使权利。股东大会对列入议程的决议事项均采用表决通过的形式。股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。表决的方式采取记名方式投票表决。决议分为普通决议和特别决议。普通决议应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权过半数通过；特别决议应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权三分之二以上通过。

2015年4月30日，召开股份公司第一次股东大会，选举产生了公司第一届董事会、监事会成员，审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》以及《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》等内控相关制度；审议通过了整体变更的相关议案，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极作用；审议通过了公司股票进入全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让等相关议案。

2015年9月4日，召开股份公司第二次股东大会，审议通过了关于公司股票转让方式的议案等相关议案。

股东大会机构和制度的建立及执行，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极作用。

## 2、董事会的建立健全及运行情况

股份公司董事会现由5名董事组成，董事由股东大会选举产生，任期3年，任期届满，可连选连任。董事会选举产生了董事长，并由董事会聘任了公司总经理、副总经理、财务总监及董事会秘书。

公司通过《公司章程》及在其基础上制订的《董事会议事规则》确立了董事会机制建立及运行的指引准则。依其规定，公司董事会会议应当有全体董事的过半数出席方可举行。董事会实行记名投票表决制度，每一董事享有一票表决权。董事的表决意向分为同意、反对或弃权。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。《公司法》及《公司章程》就特殊事项的决议有更高要求的，从其规定。上述会议决议制度能够保证董事会决策机制运行的有效性。

公司董事会及董事严格按照法律、法规、《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利。截至本公开转让说明书签署之日，股份公司共召开2次董事会会议。股份公司董事会依据《公司法》、《公司章程》以及《董事会议事规则》的规定，对公司董事任命以及基本制度的制定等事项进行审议并作出了合法及有效的决议。同时，对需要股东大会审议的事项，按规定拟定议案并提交了股东大会审议，切实发挥了董事会的作用。

### **3、监事会的建立健全及运行情况**

股份公司现有3名监事，其中1名职工代表监事由公司职工大会选举产生，其余2名监事由公司股东大会选举产生。公司监事会设监事会主席1名。监事的任期每届为3年，监事任期届满，连选可以连任。

公司通过《公司章程》及在其基础上制订的《监事会议事规则》确立了监事会机制建立及运行的指引准则。依其规定，监事会会议应当有半数以上的监事出席方可举行，每一监事享有一票表决权。监事的表决意向分为同意、反对或弃权。监事会作出决议，必须经全体监事半数以上同意。上述会议决议制度能够保证监事会决策机制运行的有效性。

公司监事及监事会严格按照法律、法规、《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利。截至本公开转让说明书签署之日，股份公司共召开1次监事会会议，就选举股份公司监事会主席等事项做出了合法及有效的决议。自股份公司成立以来，监事会的运行逐步规范，对公司规范运行形成有效监督。

#### **(二) “三会”人员履行职责情况**

公司股东大会、董事会及监事会的相关人员能按照相关议事规则独立、勤勉、诚信地履行职责及义务。股份公司股东大会和董事会能够按期召开，对股份公司的重大决策事项做出有效决议并予以执行。股份公司监事会能履行对公司财务状况及董事、高级管理人员的监督职责，保证股份公司治理合法合规。

#### **(三) 职工代表监事履行责任的实际情况**

2015年4月29日，公司召开职工代表大会，选举余白萍为职工代表监事。余白萍自担任监事以来，积极履行监事的职责，对公司董事、高级管理人员和公司重大生产经营决策、重大投资等事宜实施监督。

## **二、公司董事会对公司治理机制执行情况的讨论及评估结果**

### **(一) 公司董事会对公司治理机制执行情况的讨论**

## 1、股东权利保护

《公司章程》中规定了股东享有的权利和承担的义务，通过明确权利义务保障股东权益，通过对控股股东和实际控制人诚信义务的规定保护公司社会公众股东的权利。具体条款如下：

第二十八条 公司股东享有下列权利：

（一）公司股东享有知情权，有权查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；公司股东可以向公司董事会秘书书面提出上述知情权的请求，公司董事会秘书在收到上述书面请求之日起 5 日内予以提供，无法提供的，应给予合理的解释；（二）公司股东享有参与权，有权参与公司的重大生产经营决策、利润分配、弥补亏损、资本市场运作（包括但不限于发行股票并上市、融资、配股等）等重大事宜。公司控股股东不得利用其优势地位剥夺公司中小股东的上述参与权或者变相排挤、影响公司中小股东的决策；（三）公司股东享有质询权，有权对公司的生产经营进行监督，提出建议或者质询；有权对公司董事、监事和高级管理人员超越法律和本章程规定的权限的行为提出质询；（四）公司股东享有表决权，有权依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（五）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（六）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（七）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（八）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（九）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

第三十三条 公司股东承担下列义务：

（一）遵守法律、行政法规和本章程。（二）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金。（三）除法律、法规规定的情形外，不得退股。（四）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任；公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任。（五）法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

第三十五条 公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司和公司其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人

的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。控股股东及实际控制人违反相关法律、法规及本章程规定，给公司及其他股东造成损失的，应承担赔偿责任。

## 2、投资者关系管理

公司于《公司章程》第八章及《投资者关系管理制度》中规定了对投资者关系管理的内容与方式，投资者关系管理负责人及工作职责，投资者关系管理信息披露等制度，全方位保护投资者权益。公司在投资者关系管理方面坚持充分保障投资者知情权及合法权益、合规披露信息、投资者机会均等、公平公正、诚实守信、高效低耗、保密等原则，促进公司与投资者之间的良性关系，增进投资者对公司的进一步了解和熟悉，建立稳定和优质的投资者基础，获得长期的市场支持，形成服务投资者、尊重投资者的企业文化，促进公司整体利益最大化和股东财富增长并举的投资理念。

投资者关系管理工作中公司与投资者沟通的内容主要包括：

（一）公司的发展战略，包括公司的发展方向、发展规划、竞争战略、市场战略和经营方针等；

（二）法定信息披露及其说明，包括定期报告、临时报告和业绩说明会等；

（三）公司依法可以披露的经营管理信息，包括生产经营状况、财务状况、新产品或新技术的研究开发、经营业绩、股利分配、管理模式及变化等；

（四）公司依法可以披露的重大事项，包括公司的重大投资及其变化、资产重组、收购兼并、对外合作、对外担保、重大合同、关联交易、重大诉讼或仲裁、管理层变动以及大股东变化等信息；

（五）企业经营管理理念和企业文化建设；

（六）公司的其他相关信息。

## 3、纠纷解决机制

公司通过明确股东之间、股东与公司之间、股东与公司高管之间的纠纷解决机制来保障全体股东的权益。

《公司章程》第七条规定：“公司章程自生效之日起，即成为规范公司的组织与行为、公司与股东、股东与股东之间权利义务关系的具有法律约束力的文件，

对公司、股东、董事、监事、高级管理人员具有法律约束力的文件。依据本章程，股东可以起诉股东，股东可以起诉公司董事、监事、总经理和其他高级管理人员，股东可以起诉公司，公司可以起诉股东、董事、监事、总经理和其他高级管理人员。公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间涉及本章程规定的纠纷，应当先行通过协商解决，协商不成的，通过诉讼方式解决。”《公司章程》第三十一条规定：“董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，连续 180 日以上单独或合并持有公司 1% 以上股份的股东有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼。监事会、董事会收到前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到请求之日起 30 日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼。他人侵犯公司合法权益，给公司造成损失的，本条第一款规定的股东可以依照前两款的规定向人民法院提起诉讼。”《公司章程》第三十二条规定：“董事、高级管理人员违反法律、行政法规或者本章程的规定，损害股东利益的，股东可以向人民法院提起诉讼。”

#### 4、关联股东、董事回避制度

《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》及《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》，共同形成公司关联回避表决的内控体系，通过关联回避制度保证公司全体股东的各项权利。

上述制度文件规定公司与股东及实际控制人之间提供资金、商品、服务或者其他资产的交易，应当严格按照关联交易的决策程序履行董事会、股东大会的审议程序，关联董事、关联股东应当回避表决。

#### 5、财务管理、风险控制机制

公司在有限公司阶段制定的《厦门华亿传媒集团有限公司管理制度手册》第六章中对公司财务管理制度予以规定，对公司资金管理、财务管理各环节都进行了规范，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。股份公司成立之后，公司持续规范财务管理，深入细化财务管理等一系列规章制度，还补充制定了《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》及《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》。公司现有各制度与公司业务发展相契合，能够有效规范公司治理，对公司业务活动的健康运行提供充分保证，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。

公司的财务管理和内部控制制度在完整性、有效性、合理性方面不存在重大缺陷，内部控制制度有效地保证了公司经营业务有序进行，保护了公司资产的安全完整，促进了公司经营效率的提高和经营目标的实现，符合公司发展的要求。

## （二）公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

公司董事会已于2015年8月20日召开的股份公司第一届董事会第二次会议上对公司治理机制执行情况予以评估。董事会对公司治理机制的执行情况讨论认为：

有限公司时期，公司建立了基本公司治理结构，设立股东会、董事会，并设有一名监事，行使相应的决策、执行和监督职能。

股份公司成立后，公司积极针对不规范情况进行整改，依法建立健全了股东大会、董事会、监事会、总经理、董事会秘书的治理结构，制定了规范的“三会”规则、《总经理工作细则》及《董事会秘书工作细则》。

股份公司现有的一整套治理制度能够有效地提高公司治理水平、提高决策科学性、保护公司及股东利益，能够有效地识别和控制经营中的重大风险，能够给所有股东提供合适保护以及保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利，便于接受未来机构投资者及社会公众的监督，符合公司发展要求。

公司现有的治理机制兼顾了公司的发展历史、经营特质、风险因素和战略规划，能够有效地识别、控制经营管理过程中可能出现的重大风险，能够有效地提升公司治理水平和决策科学性，能够保证公司股东尤其是中小股东的知情权、参与权、质询权和表决权等权利的行使，符合有关法律、法规和规范性文件的要求。公司现有治理机构在完整性、有效性和合理性方面不存在重大缺陷，并且能够得以较好地贯彻执行。鉴于股份公司设立时间较短，虽然已建立完善的公司治理机制，但在实际运行中仍需管理层不断深化公司治理理念，加深相关知识的学习，提高规范运行的意识，以保证公司治理机制的有效、规范运行。公司今后还将根据不断更新的规范要求 and 持续变化的内外实际，对公司治理机制及时补充、完善，确保其时效性、合法性和生机活力。

## 三、公司及实际控制人最近两年一期存在的违法违规及受处罚情况

### （一）公司及其子公司最近两年一期存在的违法违规及受处罚情况

#### 1、工商违法违规情况

2015年2月27日，厦门市湖里区工商行政管理局出具“厦湖工商处[2015]19号”《行政处罚告知书》，认为华亿传媒未取得《户外广告登记证》擅自在东渡路156号楼顶发布户外广告的行为违反了《厦门经济特区户外广告管理办法》，对公司处以行政处罚：没收违法所得28,091.18元；处罚款10,000元；依法予以拆除违法广告，所产生的费用由公司承担。2015年3月6日，公司缴纳了前述违法所得和罚款，共计38,091.18元。

上述违法违规行为系因有限公司工作人员在户外广告登记管理工作中疏忽所致。在收到行政处罚决定书后，公司及时缴纳了罚款，对有关人员进行了批评教育，并及时整改，解除了与广告主“厦门禹洲鸿图地产开发公司”签订的“东YX098”号《户外广告发布合同》。公司系基于其与南京军区第九房地产管理公司签订的《军队房地产租赁合同》，取得东渡路156号楼顶广告牌的使用权。公司受到该行政处罚时，前述合同已届满，且公司未与产权人续约，已不再使用该处屋顶广告牌。公司在2015年8月份股份制改造后完善了相应的内部控制制度，并出具合规经营承诺，承诺将严格内部管理，杜绝未经许可擅自设置户外广告牌情况的发生。

2015年8月20日，厦门工商出具《证明》，证明华亿传媒“2013年1月1日至今未发现因重大违反工商管理法规而受到处罚的情形”。

综上，主办券商与律师通过查阅《行政处罚决定书》、《军队房地产租赁合同》和相关法律法规的规定，一致认为前述工商违规行为性质较轻，未造成重大危害后果。公司已及时缴纳罚款，并积极进行整改，截至本公开转让说明书签署之日未再发生类似情况。且前述行政处罚的行政机关已出具证明，认定公司前述“擅自设置户外广告”的行为不属于重大违法违规行为，根据《厦门经济特区户外广告管理办法》的相关规定，该违规行为性质不属于重大，不会对本次挂牌构成实质影响。

## 2、税务违法违规情况

### (1) 华亿传媒税务违法违规情况

2014年7月21日，厦门市思明区国家税务局出具“厦思国税罚处[2014]74号”《税务行政处罚决定书》，就华亿传媒因保管不善丢失增值税普通发票发票联1份事项，处以2000元罚款。

上述税务违法违规行为系因华亿传媒工作人员工作疏忽，未妥当保存发票发票联所致，公司在上述税务违法行为发生后及时依据处罚决定书的告知内容

进行税收申报及缴交罚款。依《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条和《中华人民共和国发票管理办法实施细则》第三十四条之规定，律师与主办券商一致认为前述违法违规行为性质较轻，未造成重大危害后果。公司已及时缴纳罚款，并积极进行整改。2015年8月4日，厦门市思明区国家税务局出具“厦国税直纳字征（2015）第376号”《《纳税证明》，证明华亿传媒自2013年1月1日至2015年7月31日，尚未发现其他欠税或违法违章纪录。故上述事项不会对本次挂牌构成实质影响。

## （2）台海杂志税务违法违规情况

2015年8月12日，厦门市国家税务局直属税务分局出具“厦国税直纳字征（2015）第403号”《《纳税证明》，证明台海杂志“在2013年12月和2014年11月所属期存在两次文化事业建设费逾期未申报记录，已于2014年1月16日和2014年12月16日补申报，尚未发现其他欠税或违法违章纪录”。

台海杂志逾期申报文化事业建设费事项系因公司财务人员在申报纳税时不慎漏勾选择了“文化事业建设费”一项，造成违规逾期未申报。公司已及时补交相关款项，并组织公司财务人员认真学习相关税法知识。该事项虽然违反税务管理规定，但该项违规行为性质轻微，税务局未作出行政处罚决定，没有产生罚款，且公司现已处理完毕，故该行为不属于重大违法违规行为。

## （3）华亿投管税务违法违规情况

2014年3月18日，厦门市地方税务局直属税务分局出具“厦地税直简罚〔2014〕21号”《《行政处罚决定书》（简易），就华亿投管未按照规定的期限办理所属2014年1月税收申报事项，处以200元罚款。

根据《税收征收管理法》第六十二条之规定，律师与主办券商一致认为公司的行政违法行为被处罚款金额较小，未造成重大危害后果，不属于情节严重的情形。公司已及时缴纳罚款，并积极进行整改。根据相关规定，该违规行为性质不属于重大，不会对本次挂牌构成实质影响。

综上，主办券商与律师通过查阅《税务行政处罚决定书》、《行政处罚决定书》、《纳税证明》及《中华人民共和国发票管理办法》、《中华人民共和国发票管理办法实施细则》、《税收征收管理法》等相关法律法规的规定，一致认为前述税务违规行为情节轻微，罚款数额较低，且公司已积极进行整改，未对公司或他人利益造成重大影响，属于非重大行政处罚情形，非重大违法违规行为，不会对本次挂牌构成实质性影响。

3、除上述工商、税务方面的违法违规情况外，公司报告期内未发生因违反国家法律、行政法规、规章的行为受到刑事处罚或适用重大违法违规情形的行政处罚，不存在涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见的情形。公司已就此出具声明，并承诺未来将完善内部管理机制，严格内部管理，减少及避免违法违规行为的发生。华亿传媒及其子公司均已取得各主管部门对其报告期内不存在重大违法违规情况的证明，具体情况如下：

#### (1) 华亿传媒

2015年9月16日，厦门市住房公积金管理中心出具《单位住房公积金缴交证明》，证明华亿传媒“自2013年1月1日至2015年7月31日，无因违反住房公积金法律法规受到我中心处罚的记录”。2015年9月1日，厦门市地方税务局直属税务分局出具“厦地税直证[2015]02150053号”《涉税证明》，证明华亿传媒“自2013年1月1日至2015年7月31日，依法履行纳税义务，暂未发现因违反税收法律、法规和规范性文件的重大违法行为而被我局行政处罚的情形，暂未发现因违反社会保险费征收方面的法律、法规、政策而被我局行政处罚的情形”。2015年9月1日，厦门市规划委员会出具《证明》，证明“自2013年1月1日至今，华亿传媒无基建项目，未违反用地及建设规划管理方面的法律、法规、政策的行为和记录，也没有因违反用地及建设规划管理方面的法律、法规、政策而受到处罚”。2015年8月20日，厦门市工商行政管理局出具《证明》，证明华亿传媒“自2013年1月1日至今合法合规经营，未发现重大因违反工商行政管理法规而受到我局行政处罚的情形。”2015年8月28日，厦门市人力资源和社会保障局出具《证明》，证明华亿传媒“自2012年1月至今未发现劳动保障违法情况，未因违反劳动保障法律法规受到市人力资源和社会保障部门的行政处罚。”2015年8月21日，厦门市质量技术监督局出具“厦质监证字[2015]309号”《证明》，证明华亿传媒“自2013年1月1日至今，未发生因违反质量技术监督方面的法律、法规和规章而被我局处罚的情况”。2015年8月4日，厦门市思明区国家税务局出具“厦国税直纳字证（2015）第376号”《纳税证明》，证明华亿传媒除2014年7月因丢失发票被处罚2000元外，自“2013年1月1日至2015年7月31日，尚未发现其他欠税或违法违规记录”。2015年9月16日，厦门市公安局治安支队出具《证明》，证明主管部门未发现华亿传媒“自2013年1月1日至2015年5月31日，存在因违反大型群众性活动相关法律、法规及规范性文件受到公安机关行政处罚的相关信息”。

#### (2) 台海杂志

2015年8月25日，厦门市住房公积金管理中心出具《单位住房公积金缴交证明》，证明台海杂志“未因违反住房公积金法律法规受到我中心处罚的记录。”

2015年8月31日，厦门市文化广电新闻出版出具《证明》，证明“自2013年9月30日至本证明出具之日，该公司未受到我局行政处罚。”2015年8月17日，厦门市思明区地方税务局出具“厦地税思证[2015]02150154号”《涉税证明》，证明台海杂志“自2013年1月1日至2015年7月31日，依法履行纳税义务，未发现因违反税收法律、法规和规范性文件的重大违法行为而被我局行政处罚的情形，暂未发现因违反社会保险费征收方面的法律、法规、政策而被我局行政处罚的情形”。2015年8月20日，厦门市工商行政管理局出具《证明》，证明台海杂志“自2013年9月30日在我局依法注册，设立至今合法合规经营，未发现因违法工商行政管理法规而受到我局行政处罚的情形”。2015年8月21日，厦门市质量技术监督局出具“厦质监证字[2015]312号”《证明》，证明台海杂志“自2013年1月1日至今，未发生因违反质量技术监督方面的法律、法规和规章而被我局处罚的情况”。2015年8月28日，厦门市人力资源和社会保障局出具《证明》，证明台海杂志“自2013年1月至今未发现劳动保障违法情况，未因违反劳动保障法律法规而受到市人力资源和社会保障部门的行政处罚”。2015年8月12日，厦门市思明区国家税务局出具“厦国税直纳字证（2015）第403号”《纳税证明》，证明台海杂志“在2013年12月和2014年11月所属期存在两次文化事业建设费逾期未申报记录，已于2014年1月16日和2014年12月16日补申报，尚未发现其他欠税或违法违纪记录”。

### （3）华亿内产

2015年8月27日，厦门市住房公积金管理中心出具《单位住房公积金缴交证明》，证明华亿内产“自2013年1月1日至今，无因违反住房公积金法律法规受到我中心处罚的记录”。2015年8月12日，厦门市地方税务局直属税务分局出具“厦地税直证[2015]02150047号”《涉税证明》，证明华亿内产“自2013年1月1日至2015年7月31日，依法履行纳税义务，未发现因违反税收法律、法规和规范性文件的重大违法行为而被我局行政处罚的情形，暂未发现因违反社会保险费征收方面的法律、法规、政策而被我局行政处罚的情形”。2015年8月21日，厦门市质量技术监督局出具“厦质监证字[2015]314号”《证明》，证明华亿内产“自2013年1月1日至今，未发生因违反质量技术监督方面的法律、法规和规章而被我局处罚的情况”。2015年8月27日，厦门市人力资源和社会保障局出具《证明》，证明华亿内产“自2012年9月成立至今未发现劳动保障违法情况，未因违反劳动保障法律法规而受到市人力资源和社会保障部门的行政处罚。”2015年8月20日，厦门市工商行政管理局出具《证明》，证明华亿内产“自2013年1月1日至今合法合规经营，未发现因违法工商行政管理法规而受到我局行政

处罚的情形”。2015年8月25日，厦门市思明区文化市场综合执法大队出具《证明》，证明华亿内产“自成立至今未违反出版物经营相关法律、法规及规范性文件的情形，未受到我大队的行政处罚”。2015年8月6日，厦门市国家税务局直属税务分局出具“厦国税直纳字证（2015）第381号”《纳税证明》，证明华亿公内产自2013年1月1日至2015年7月31日“无违法违章纪录”。

#### （4）华亿公关

2015年8月31日，厦门市住房公积金管理中心出具《单位住房公积金缴交证明》，证明华亿公关“自2013年1月1日至2015年7月31日，无因违反住房公积金法律法规受到我中心处罚的记录”。2015年8月10日，厦门市海沧区地方税务局出具“厦地税沧证[2015]02150048号”《涉税证明》，证明华亿公关“自2013年1月1日至2015年7月31日，依法履行纳税义务，未发现因违反税收法律、法规和规范性文件的重大违法行为而被我局行政处罚的情形，暂未发现因违反社会保险费征收方面的法律、法规、政策而被我局行政处罚的情形”。2015年9月16日，厦门市公安局治安支队出具《证明》，证明主管部门未发现华亿公关“自2013年1月1日至2015年5月31日，存在因违反大型群众性活动相关法律、法规及规范性文件受到公安机关行政处罚的相关信息”。2015年8月10日，厦门市海沧区工商行政管理局出具《证明》，证明华亿公关“自2012年5月14日至今未发现违反工商行政管理法规而受到行政处罚的情形”。2015年8月6日，厦门市质量技术监督局第二分局出具《证明》，证明华亿公关“自2013年1月1日至今，未发生因违反质量技术监督方面的法律法规而受我局的行政处罚”。2015年8月10日，厦门市安全生产监督管理局出具《安全生产情况证明表》，证明“我局无华亿公关自2013年1月1日至2015年8月5日发生安全生产事故的报告材料，也无受到我局行政处罚的记录。”2015年8月6日，厦门市海沧区城市管理行政执法局出具《证明》，证明华亿公关自“2013年1月1日至今，在海沧区辖区内查无我局的行政处罚记录”。2015年8月10日，厦门市规划委员会海沧规划分局出具《证明》，证明华亿公关“自设立至本证明出具日，尚未在我局进行建设项目的规划报建，我局未发现报建方面的违规行为”。2015年8月6日，厦门市海沧区国家税务局出具“厦沧国税纳字证（2015）第890号”《纳税证明》，证明华亿公关自“2013年1月1日至2015年7月31日，能按时申报，暂未发现因违反税收方面的法律法规而被税务主管部门予以行政处罚的情形”。

#### （5）华亿文创

2015年8月14日，厦门市住房公积金管理中心出具《单位住房公积金缴交证明》，证明华亿文创“未因违反住房公积金法律法规受到我中心处罚的记录。”

2015年9月6日，厦门市翔安区城市管理行政执法局出具《证明》，证明华亿文创自“在我局无违法违规记录”。2015年9月6日，厦门市翔安区安全生产监督管理局出具《安全生产情况证明表》，证明主管部门无华亿公关“自2013年1月1日至2015年9月6日，发生安全生产事故的报告材料，也无受到我局行政处罚的记录。”2015年8月20日，厦门市工商行政管理局出具《证明》，证明华亿文创“自2013年1月1日至今合法合规经营，未发现因违法工商行政管理法规而受到我局行政处罚的情形”。2015年8月21日，厦门市质量技术监督局出具“厦质监证字[2015]311号”《证明》，证明华亿文创“自2013年1月1日至今，未发生因违反质量技术监督方面的法律、法规和规章而被我局处罚的情况”。2015年9月16日，厦门市公安局治安支队出具《证明》，证明主管部门未发现华亿文创“自2013年1月1日至2015年5月31日，存在因违反大型群众性活动相关法律、法规及规范性文件受到公安机关行政处罚的相关信息”。2015年8月6日，厦门市国家税务局直属税务分局出具“厦国税直纳字证（2015）第382号”《纳税证明》，证明华亿公文创自2013年1月1日至2015年7月31日“无违法违章纪录”。2015年8月13日，厦门市安翔区地方税务局出具“厦地税翔证[2015]02150033号”《涉税证明》，证明华亿文创“自2013年1月1日至2015年7月31日，依法履行纳税义务，暂未发现因违反税收法律、法规和规范性文件的重大违法行为而被我局行政处罚的情形，暂未发现因违反社会保险费征收方面的法律、法规、政策而被我局行政处罚的情形”。2015年8月27日，厦门市人力资源和社会保障局出具《证明》，证明华亿文创“自2012年1月至今未发现劳动保障违法情况，未因违反劳动保障法律法规而受到市人力资源和社会保障部门的行政处罚”。

#### (6) 华亿投管

2015年8月12日，厦门市地方税务局直属税务分局出具“厦地税直证[2015]02150049号”涉税证明，证明华亿投管“自2013年1月1日至2015年7月31日，暂未发现因违反税收法律、法规和规范性文件的重大违法行为而被我局处罚的情况。暂未发现因违反发现因违反社会保险费征收方面的法律、法规、政策而被我局行政处罚的情形。”2015年8月21日，厦门市工商行政管理局出具《证明》，证明华亿投管“自2013年1月1日至今未发现因违法工商行政管理法规而受到我局行政处罚的情形”。2015年8月21日，厦门市质量技术监督局出具“厦质监证字[2015]310号”《证明》，证明华亿投管“自2013年1月1日至今，未发生因违反质量技术监督方面的法律、法规和规章而被我局处罚的情况”。

#### (7) 华亿速印

2015年8月31日，厦门市文化广电新闻出版出具《证明》，证明“自2012年

1月至本证明出具之日，该公司未受过我局行政处罚”。2015年8月12日，厦门市地方税务局直属税务分局出具“厦地税直证[2015]02150048号”《涉税证明》，证明华亿速印“自2013年1月1日至2015年7月31日，依法履行纳税义务，暂未发现因违反税收法律、法规和规范性文件的重大违法行为而被我局处罚的情况。暂未发现因违反社会保险费征收方面的法律、法规、政策而被我局行政处罚的情形。”2015年8月20日，厦门市工商行政管理局出具《证明》，证明华亿速印“自2013年1月1日至今合法合规经营，未发现因违法工商行政管理法规而受到我局行政处罚的情形”。2015年8月21日，厦门市质量技术监督局出具“厦质监证字[2015]313号”《证明》，证明华亿速印“自2013年1月1日至今，未发生因违反质量技术监督方面的法律、法规和规章而被我局处罚的情况”。2015年8月6日，厦门市国家税务局直属税务分局出具“厦国税直纳字证（2015）第380号”《纳税证明》，证明华亿速印自2013年1月1日至2015年7月31日“无违法违纪记录”。

综上所述，主办券商、律师认为，虽然华亿传媒及其子公司在报告期内存在工商、税务方面的违法违规行为，但该等违法违规行为情节轻微，罚款数额较低，均属于非重大行政处罚情形，非重大违法违规行为，且公司已积极进行整改，未对公司或他人利益造成重大影响，故不会对本次挂牌构成实质性影响。除此之外，华亿传媒及其子公司报告期内均未发生其他因违反国家法律、行政法规、规章的行为，未有受到刑事处罚或适用重大违法违规情形的行政处罚，不存在涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见的情形，并均已取得各主管部门对其报告期内不存在重大违法违规情况的证明。

## （二）实际控制人最近两年存在的违法违规及受处罚情况

公司控股股东及实际控制人最近两年未发生重大违法违规及其他受处罚的情况。公司控股股东及实际控制人厦门日报社已就此出具声明。

公司现任董事、监事和高级管理人员具备和遵守《公司法》规定的任职资格和义务，不存在报告期内受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施的情形。公司现任董事、监事和高级管理人员已就此出具声明。

## 四、公司的独立性情况

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

### （一）业务独立

华亿传媒以内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务为核心业务，兼营文化创意产业多项投资运营等项目，具备杂志出版、内容供应、视觉创意、媒介运营、展览服务、展庆执行等商业功能，致力于为客户提供契合自身实际需求与期望的综合性服务方案，公司具有完整的业务流程、独立的经营场所以及商务渠道，公司独立获取业务收入和利润，具有独立自主的经营能力。

股东以及其他关联方均承诺未来不会从事与公司构成同业竞争的业务，保证公司的业务独立于股东和关联方。公司的业务独立。

### （二）资产独立

公司历史沿革过程中的历次出资及注册资本变更等均经过合法的程序，并通过了工商行政管理部门的变更登记确认。

公司具备与其开展业务相配套的资质、许可。公司主要资产包括商标、运输设备等。股份公司设立后，各发起人将生产经营性资产、相关的全部许可及资质完整投入公司，该等资产完整、权属明确。

报告期内，公司存在与关联方的资金往来，详见本公开转让说明书“第三节公司治理”之“六、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金，或者公司为实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况”。截至本公开转让说明书签署之日，公司现不存在资金、资产被实际控制人占用而损害公司利益的情况，不存在以资产、权益或信誉为股东债务提供担保的情形。公司资产独立。

### （三）人员独立

公司具有独立的劳动、人事管理体系，不存在股东干预公司人事任免的情形。公司独立招聘员工，建立独立的人事聘用和任免制度以及独立的工资管理制度，公司与员工建立劳动关系并为员工缴纳社会保险和公积金。

公司董事、监事、高级管理人员的任职严格按照《公司法》、《公司章程》等有关规定产生，公司高级管理人员均在本公司领取薪酬，未在实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事外的其他职务，公司的财务人员未在实际控制人控制的其他企业中兼职。公司人员独立。

### （四）财务独立

公司设立独立的财务会计部门，设财务总监一名并配备了专业财务人员，建立了独立的会计核算体系，能够独立做出财务决策，不存在股东干预公司资金使用的情况。公司具有规范的财务管理及风险控制制度。

公司独立纳税，不存在与实际控制人及其控制的其他企业混合纳税现象。公司开立有独立的基本存款账户，不存在与实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司财务独立。

### （五）机构独立

公司建立了适合自身经营所需的股东大会、董事会和监事会等机构，其中股东大会作为最高权力机构、董事会为决策机构、监事会为监督机构，且已聘任总经理、副总经理及财务总监等高级管理人员。公司在上述组织机构中内设总经理办公室、人力资源部、财务防险部、投资管理部、品牌市场部等部门，各职能部门分工协作，形成有机的独立运营主体，不受控股股东和实际控制人的干预。公司机构独立。

## 五、同业竞争情况

### （一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的基本情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人厦门日报社及其下属 8 家一级子公司、3 家二级子公司的基本情况如下：

序号	企事业名称	企业性质	经营范围	主营业务	注册资本 (万元)	投资情况
1	厦门日报社	事业单位法人	宣传机关政策，促进机关工作、传播新闻和其他信息，促进社会经济文化发展。主报出版：《厦门日报》、《厦门晚报》、承印各类报刊、书籍、文件等；相关发行：发行《厦门日报》、《厦门晚报》等。广告：广告市场调查、广告设计、广告制作、广告发布、广告信息反馈处理；新闻研究：新闻理论研究、新闻培训、新闻业务交流。	出版发行《厦门日报》、《厦门晚报》；承印各类报刊、书籍、文件等；设计、制作、发布广告	29,358	主办单位：中共厦门市委；企业化管理资金：29,358 万元
2	厦门报业发行有限公司	有限公司	报刊批发；图书批发；图书、报刊零售；其他文化用品批发；其他文化用品零售；装卸搬运；国内货运代理；广告的设计、制作、代理、发布。	报刊批发；图书批发；图书、报刊零售。	100	厦门日报社出资 100 万元
3	海西晨报社	事业单位法人	传播新闻和其他信息，促进社会经济文化发展；主报出版；增项出版：主报网络版出版；相关印刷；相关	出版发行《海西晨报》；设计、制作、发布广告	3,131.06	厦门日报社出资 3000 万元

厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

			发行；广告：广告市场调查、广告设计、广告制作、广告发布、广告信息反馈处理；相关社会服务。			
4	厦门东方广告公司	全民所有制	设计、制作印刷品广告，利用《海西晨报》发布国内外广告。	设计、制作印刷品广告，利用《海西晨报》发布国内外广告。	300	海西晨报社出资 300 万元
5	海西(厦门)信息科技传送有限公司	有限公司	图书、报刊零售；快递服务；其他预包装食品批发；其他散装食品批发；乳制品（含婴幼儿配方奶粉）批发；图书批发；报刊批发；粮油零售；酒、饮料及茶叶批发；软件开发；互联网销售；其他互联网服务（不含需经许可审批的项目）；广告的设计、制作、代理、发布；会议及展览服务；企业管理咨询；文具用品批发；果品零售；蔬菜零售；肉、禽、蛋零售；纺织品及针织品零售；其他日用品零售；水产品批发；厨房用具及日用杂品零售；水产品零售。	物流、生鲜配送	200	海西晨报社出资 200 万元
6	海峡网络(厦门)传媒有限公司		计算机信息网络的安装及其技术咨询；计算机网络技术的开发、咨询、服务；新技术产品的开发、转让；信息系统开发、咨询、服务；网页制作；设计、制作、代理发布国内广告。	互联网媒体运营	300	厦门日报社出资 300 万元
7	厦门海峡视界传媒有限公司	有限公司	广告的设计、制作、代理、发布；其他未列明建筑安装业；工程和技术研究和试验发展；文化、艺术活动策划；会议及展览服务；提供企业营销策划服务；其他未列明商务服务业（不含需经许可审批的项目）；电影和影视节目制作；电影和影视节目发行；软件开发。	厦门市公共场所公益性文化宣传电子视屏建设和管理	3,000	厦门日报社出资 3000 万元
8	厦门鹭江广告公司	全民所有制	广告的设计、制作、代理、发布；其他饮料及冷饮服务（含甜品站）；互联网接入及相关服务（不含网吧）；其他互联网服务（不含需经许可审批的项目）；商务信息咨询；社会经济咨询（不含金融业务咨询）；果品零售；蔬菜零售；肉、禽、蛋零售；水产品零售；互联网销售；其他未列明零售业（不含需经许可审批的项目）；婚姻服务（不含涉外婚姻介绍）；文艺创作与表演；文化、艺术活动策划；其他未列明文化艺术业；会议及展览服务；房地产中介服务（不含评估）。	《厦门日报》广告发布业务	150	厦门日报社出资 150 万元
9	厦门晚报传	有限	广告设计、制作、代理、发布；文	《厦门晚报》广告	100	厦门日报社出

	媒发展有限公司	公司	化活动策划、组织；市场调研；日用百货、农副产品销售；品牌营销策划；会议及展览服务；房地产营销策划；礼仪庆典服务；网站建设。	发布业务		资 100 万元
10	厦门海峡生活报社有限责任公司	有限公司	报纸出版；广告的设计、制作、代理、发布；文化、艺术活动策划；其他未列明文化艺术业；艺术表演场馆的管理（不含文艺演出）；其他未列明服务业（不含需经许可审批的项目）。	《海峡生活报》广告发布业务	430	厦门日报社出资 430 万元
11	厦门鹭江物业管理有限公司	有限公司	房地产经营与管理。	企业已被吊销，无实际业务	101	厦门日报社出资 71 万元，厦门鹭江广告公司出资 30 万元
12	厦门市星期三广告有限公司	有限公司	1、设计、代理国内报纸广告。2、文化用品批发、零售。	企业已被吊销，无实际业务	80	厦门日报社出资 30 万元，海峡生活报社出资 50 万元

## （二）与厦门日报及其下属企事业单位存在相似经营业务情况对公司的影响

经核查，华亿集团与厦门日报社及其下属企事业单位在下列经营业务上存在重叠：广告业务，展览业务，展庆、文化活动、品牌营销策划和图书、报刊零售。华亿传媒与厦门日报社及其下属企事业单位的相似经营业务情况如下：

序号	企事业单位名称	广告业务	展览业务	展庆、文化活动	品牌营销策划	图书、报刊零售
1	厦门日报社	《厦门日报》广告发布	无	无	无	无
2	厦门报业发行有限公司	《厦门日报》、《厦门晚报》、《海峡生活报》夹报广告发布	无	无	无	《厦门日报》、《厦门晚报》、《海峡生活报》征订、发行及零售
3	海西晨报社	《海西晨报》广告发布	无	无	无	无
4	厦门东方广告公司	《海西晨报》广告发布	无	无	无	无
5	海西（厦门）信息科技有限公司	《海西晨报》夹报广告发布	经营范围涉及，但实际已停止经营此项业务	无	无	《海西晨报》征订、发行及零售
6	海峡网络（厦门）传媒有限公司	网络媒体的广告发布	无	无	无	无
7	厦门海峡视界传媒有限公司	厦门市公共场所文化宣传电子视屏建设和管理	经营范围涉及，但实际已停止经营此项业务	展庆、文化活动策划	企业营销策划	无
8	厦门鹭江广告公司	《厦门日报》广告发布	会议及展览服务	展庆、文化活动策划	无	无

9	厦门晚报传媒发展有限公司	《厦门晚报》广告发布	会议及展览服务	展庆、文化活动策划；礼仪庆典服务	品牌营销策划；房地产营销策划；	无
10	厦门海峡生活报社有限责任公司	《海峡生活报》广告发布	无	经营范围涉及，但实际未经营此项业务	无	无

### 1、华亿传媒具备经营独立性，不存在控股股东损害华亿传媒及其他股东利益的情形

华亿传媒系由中共厦门市委、厦门市政府提议，厦门日报社、厦门广电集团、建发集团共同投资成立的，市场化导向为主，充分参与市场竞争。华亿传媒在业务、资产、人员、财务、机构等方面与厦门日报社及其下属企事业单位完全独立，公司具有独立完整的产、供、销业务体系及面向市场独立经营的能力。且公司现有股东中，厦门日报社持股 50%、文广集团持股 25%、建发集团持股 25%。厦门日报社并不能完全影响华亿传媒在服务、采购、销售、发展战略、产业布局及资本性支出等方面的决策，决策需要获取其他 2 位股东的认可方可通过。厦门日报社无法通过直接或间接干预华亿传媒的方式来支持其下属企业发展。因此，华亿传媒具备经营独立性，不存在控股股东损害华亿传媒及其他股东利益的情形。

### 2、华亿传媒与厦门日报社及其下属企事业单位在存在同业情形的五项业务上能够进行明显区分，不存在实质性同业竞争；或已采取必要解决措施，尽可能避免同业竞争情况

#### (1) 广告业务

因厦门日报社的报纸媒体资源优势，在设立下属企事业单位时均在其经营范围中预设广告业务。但华亿传媒与厦门日报社下属企事业单位所从事的广告业务在广告载体、业务性质和广告业务定位上存在着明显的差异，能够进行明显区分，不存在实质性同业竞争：

##### ①广告载体和业务性质不同

华亿传媒主要依靠自有或代理的框架媒体资源开展业务，从媒介形态上类似户外广告。而厦门日报社及其下属企事业单位厦门鹭江广告公司、厦门晚报传媒发展有限公司、厦门东方广告公司、厦门海峡生活报社有限责任公司、厦门报业发行有限公司、海西（厦门）信息科技传送有限公司、海峡网络（厦门）传媒有限公司主要依托报纸媒体、网络媒体资源开展广告业务。框架媒体所属的户外广告与报纸广告、网络广告是广告业下属的细分行业，相互之间存在较明显的区隔。华亿传媒与上述业务相似企业在业务运用的主要资源要素的形态、资源特性、受

众群体、产业链结构和宣传效果上都存在明显的差异，不存在实质性同业竞争。

厦门日报社下属仅厦门海峡视界传媒有限公司拥有户外 LED 显示屏媒体，在资源要素上与华亿传媒相似。但厦门海峡视界传媒有限公司系厦门市政府基于“厦门市公共场所文化宣传电子视屏建设和管理”的目的而设立，“运行与管理坚持以公益性为主”，“宣传内容主要包括政府信息发布、城市形象宣传、时事政策宣传、公共信息发布、公益广告宣传、重大活动宣传、社会典型宣传（包括配合中心宣传、道德模范宣传、先进企业宣传等）”<sup>①</sup>。在业务性质上，厦门海峡视界传媒有限公司主要为框架媒体资源的业主，而非专门的广告经营企业。且华亿传媒已经与厦门海峡视界传媒有限公司签订协议，代理其商业广告发布业务。故华亿传媒与厦门海峡视界传媒有限公司在广告业务上不存在实质性同业竞争。

## ②明确广告业务定位，以广告载体差异设定业务区分

为规范集团内部经营范围，避免出现实质性同业竞争，厦门日报社对其下属企事业单位的广告业务进行了明确的业务定位，并以广告载体的差异设定了各自广告业务的区分和专属细分领域：华亿传媒专门负责框架媒体的运营业务。厦门日报社要求各下属企事业单位严格按照设定的业务定位和细分领域进行广告业务的开拓，并承诺厦门日报社及其下属企事业单位未来亦不会进入华亿传媒的框架媒体业务领域。

## （2）展览业务

厦门日报社及其下属企事业单位中，仅厦门海峡视界传媒有限公司、厦门鹭江广告公司、厦门晚报传媒发展有限公司经营业务涉及从事展览业务，与华亿传媒的展览业务存在重叠。其他企事业单位均不涉及展览业务，与华亿传媒不存在同业竞争关系。其中，海西（厦门）信息科技传送有限公司、厦门海峡视界传媒有限公司仅在经营范围中涉及会议和展览服务，但实际已停止从事相关业务，与华亿传媒不存在实质性同业竞争。

华亿传媒与其他业务相似企业所从事的展览业务在细分行业、业务定位、主要客户和商业运作形式上存在着明显的差异，能够进行明显区分，不存在实质性同业竞争：

### ①细分行业、业务定位不同

华亿传媒从事的展览业务主要以公益性、文化性的主题展览、展厅业务为主，

<sup>①</sup>中共厦门市委宣传部专题会议纪要：《关于建设公共场所文化宣传电子视频的专题会议纪要》

从事主题展馆、成就成果展览等主题展览、展厅的策展、布展，如中国上海世博会厦门案例馆、厦门市惩治和预防腐败体系建设成果展，在业务定位上属于公共文化活动的，详见本公开转让说明书“第二节 公司业务”之“一、（二）3、（1）展览展厅策展”。而上述业务相似企业均未从事主题展览、展厅业务，而主要从事商业性展览或展销，如各类商品、服务的展销会、博览会等，在业务定位上属于商业经济活动。经调查，上述业务相似企业近期举办的展览展销案例如下：

序号	业务相似企业的展览展销案例
1	海西投资理财博览会
2	2015 厦门晚报精品留学教育展
3	厦门首届一二手车联展
4	海西房 车大联展
5	厦门人居环境展示会暨中国（厦门）国际建筑节能博览会
6	厦门名优特农产品展销会

由上可见，华亿传媒从事的公益性文化展览业务与业务相似企业的商业性展览展销属于展览业的不同细分行业，在展览形式上差别较大，业务定位上也并不相同，能够进行明显区分，不存在实质性同业竞争。

### ②主要客户和商业运作形式差异

华亿传媒从事的展览业务主要以公益性的主题展览、展厅业务为主，主要客户为各类具有大型空间文化主题展示需求的政府部门，目的是为了通过主题展览、展厅展现文化内容、成就成果等。而上述业务相似企业主要从事商业性展览或展销服务，主要客户为有意参加商业性展览、展销的企业客户，目的主要是通过展览、展销实现商品、服务销售。双方主要客户的区别较大，难以相互转化。

此外，从商业运作形式上，华亿传媒承接政府客户的委托或订单，并根据政府客户的需求进行相关主题展览、展厅的策展工作，业务收入主要来自于政府客户的展览服务支出。而上述相似企业的商业运作模式主要是通过商业性展览或展销向企业客户进行招商从而获得赞助、参展收入。

由上可见，双方的展览业务在主要客户上并不相同，在商业运作形式上存在显著差异，能够明显区分，不存在实质性同业竞争。

### （3）展庆、文化活动业务

厦门日报社及其下属企事业单位中，仅厦门海峡视界传媒有限公司、厦门鹭江广告公司、厦门晚报传媒发展有限公司、厦门海峡生活报社有限责任公司经营业务涉及从事展庆、文化活动业务，与华亿传媒的展庆、文化活动业务存在重叠。

其他企事业单位均不涉及展庆、文化活动业务，与华亿传媒不存在同业竞争关系。其中，厦门海峡生活报社有限责任公司仅在经营范围中涉及展庆、文化活动服务，但实际并非从事相关业务，与华亿传媒不存在实质性同业竞争。

华亿传媒与其他业务相似企业所从事的展庆、文化活动服务业务在业务定位、资源要素、产业链结构上存在着明显的差异，能够进行明显区分，不存在实质性同业竞争：

①业务定位、资源要素、产业链结构、客户群体不同

华亿传媒展庆、文化活动业务定位为专业的展庆活动执行，主要系根据客户的相关需求，落地执行展庆、文化活动策划案，拥有自己的活动执行团队和舞台桁架、音响等物料资源（华亿文创专门了租赁物料仓库用于相关活动物料资源的仓储存放），处于展庆、文化活动产业链的下游；而上述业务相似企业以展庆、文化活动服务的策划、组织等服务为主，并未配备相关的活动执行团队，无活动执行的相关物料资源，处于展庆、文化活动产业链的中上游。双方业务属于展庆、文化活动业务中的不同层次，并不冲突，不存在竞争关系。

从展庆、文化活动业务面向的客户来看，华亿传媒客户主要为已经有相关展庆、文化活动策划案，需要后续策划执行、公关服务的客户；上述业务相似企业的客户主要为需要展庆、文化活动的策划服务，但不需要执行（自己执行或委托其他公司执行）的客户。在客户群体的诉求上，双方亦存在显著差异，非竞争关系。

②明确展庆、文化活动服务业务定位，设定业务区分

为规范集团内部经营范围，避免出现实质性同业竞争，厦门日报社对其下属企事业单位的展庆、文化活动服务业务进行了明确的业务定位，并设定了业务的区分和专属细分领域：华亿传媒专门负责展庆、文化活动的执行业务。厦门日报社要求各下属企事业单位严格按照设定的业务定位和细分领域进行展庆、文化活动服务的业务开拓，并承诺厦门日报社及其下属企事业未来亦不会参与华亿传媒的展庆、文化活动服务执行业务。

为避免公司与厦门日报及其下属企事业单位在展庆、文化活动业务上发生实质性同业竞争，华亿传媒将严格按照设定的业务定位和细分领域进行展庆、文化活动的执行业务，并删除公司及子公司经营范围中涉及文化、艺术活动策划的相关内容（详见本节之“五、（三）1、华亿传媒为避免与厦门日报及其下属企事业单位在展庆、文化活动业务和品牌营销策划业务上发生同业竞争的解决措施”）。

#### （4）品牌营销策划

厦门日报社及其下属企事业单位中，仅厦门海峡视界传媒有限公司、厦门晚报传媒发展有限公司经营业务涉及从事品牌营销策划，与华亿传媒的品牌营销策划业务存在重叠。其他企事业单位均不涉及品牌营销策划，与华亿传媒不存在同业竞争关系。

华亿传媒与上述其他企业的品牌营销策划业务存在一定的相似性。但根据华亿传媒的业务定位和规划，华亿传媒现有及未来的三大主业为内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务（详见本公开转让说明书“第二节 公司业务”之“一、公司业务情况”）。媒介平台运营板块中，华亿传媒主要从事的业务为框架媒体运营和媒介公关传播，品牌营销策划业务的占比较小，并非公司主业或不可或缺的重要业务，而是定位为公司业务开拓初期的业务扩展手段，通过全案服务方式促进宣传产品定制、广告业务、媒介公关传播、展览、展庆执行等公司主营业务的销售。

为专注发展公司的主要业务，并避免公司与厦门日报及其下属企事业单位在品牌营销策划业务上的同业竞争，华亿传媒已终止品牌营销策划业务，并删除公司及子公司经营范围中涉及品牌营销策划业务的相关内容（详见本节之“五、（三）1、华亿传媒为避免与厦门日报及其下属企事业单位在展庆、文化活动业务和品牌营销策划业务上发生同业竞争的解决措施”）。

终止品牌营销策划业务，一方面能够解决与公司实际控制人厦门日报社及其下属企事业单位的同业竞争情形，另一方面有助于公司厘清经营战略，聚焦业务，将精力专注于主要业务上。因此终止品牌营销策划业务，并删除公司及子公司经营范围中涉及品牌营销策划业务的相关内容，并不会对公司的持续经营能力造成严重不利影响，不会对公司挂牌构成实质性障碍。

#### （5）图书、报刊零售

厦门日报社及其下属企事业单位中，仅厦门报业发行有限公司、海西（厦门）信息科技传送有限公司经营范围涉及从事图书、报刊零售，与华亿传媒之子公司华亿内产存在重叠。其他企事业单位的经营范围均不涉及图书、报刊零售，与华亿传媒之子公司华亿内产间不存在同业竞争关系。

华亿传媒与其他业务相似企业所从事的“图书、报刊零售”业务在销售产品、销售渠道上存在着明显的差异，能够进行明显区分，不存在实质性同业竞争：

厦门报业发行有限公司经营范围中的“图书、报刊零售”，主要指其从事厦

门日报社体系内的《厦门日报》、《厦门晚报》、《海峡生活报》等报纸的全年征订和零售工作；而海西（厦门）信息科技传送有限公司于经营范围中的“图书、报刊零售”，主要指其从事《海西晨报》的全年征订和零售工作。前述两家单位从事的是报纸零售工作，渠道以报刊亭等各类报纸零售点为主。而华亿内产从事的“图书、报刊零售”业务主要为销售其策划的内容图书，其从事的是图书零售工作，渠道主要为各类书店。图书产品和报纸产品在出版频率、内容方向和受众上均存在显著差异，不存在实质性同业竞争。

公司控股股东、实际控制人厦门日报社已于 2015 年 11 月 4 日出具承诺函，对未来避免继续发生潜在或实质性同业竞争进行承诺（详见本节之“五、（二）避免同业竞争的承诺和规定”）。

综上所述，主办券商、律师认为，虽然华亿传媒虽然与控股股东、实际控制人厦门日报社及其下属企事业单位存在相似经营业务，但在各相似业务上，华亿传媒与其关联企业均存在明显区隔，并不存在实质性同业竞争；或已采取必要解决措施，尽可能避免同业竞争情况。厦门日报社亦已对未来避免继续发生潜在或实质性同业竞争进行承诺。故厦门日报社及其下属企事业单位的业务不会对华亿传媒及其股东的利益造成损害，华亿传媒与厦门日报社及其下属企事业单位之间的同业情况不会对公司挂牌构成实质性障碍。但在业务调整和经营范围变更方案（详见本节之五、（三）2、厦门日报社为避免下属企事业单位与华亿传媒存在相似业务或经营范围重叠情况，进而发生潜在同业竞争风险的措施）通过审批之前，公司与厦门日报社及其下属企事业单位之间的潜在同业竞争风险依然存在。公司已经在本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“十四、可能影响公司持续经营的风险因素及评估”对上述事项进行风险披露。

### （三）避免同业竞争的承诺和规定

1、2015 年 11 月 4 日，公司控股股东、实际控制人厦门日报社出具《避免同业竞争承诺》，就避免同业竞争问题承诺如下：

（1）①除现有对外投资企事业单位外，不再增设与华亿传媒存在同业竞争关系的企业；②不会利用作为华亿传媒控股股东和实际控制人的地位，或利用这种地位获得的信息，作出不利于华亿传媒而有利于其他公司的决定或判断；③将为华亿传媒的最大利益行使股东权利；④本单位及下属企事业单位将按目前已确定的主营业务方向发展，未来将不会开展与华亿传媒存在同业竞争的业务；⑤经上级主管部门同意，在华亿传媒挂牌后，本单位将把该部分存在潜在同业竞争的业务进行拆分，并分批转让至公司，以彻底解决潜在的同业竞争问题；⑥在本单

位与华亿传媒存在关联关系期间，本承诺书为有效之承诺。

(2) 本单位承诺在华亿传媒存续期间，如本单位及本单位控制的法人或者其他经营实体从事了与华亿传媒经营范围内构成竞争或可能构成竞争的业务，导致华亿传媒发生利益受损，本单位将承担相应的责任。当华亿传媒与厦门日报社下属关联企事业单位出现直接的市场竞争时，若因厦门日报社没有直接干预有关企事业单位的具体生产经营活动而致华亿传媒受到损失的，本单位将承担相关责任。

(3) 本单位承诺公允对待下属企业。华亿传媒通过长期积累，在广告业务、展览业务、展庆和文化活动业务方面已有所长，本单位承诺有 LED 户外广告、公益性主题展览展厅、展庆及文化活动的执行业务资源时，优先向华亿传媒提供相关的商业合作机会。

(4) 本单位保证遵循《公司法》、股转公司关于法人治理结构的相关规范性文件规定，确保华亿传媒按公众公司的规范独立自主经营，以保证华亿传媒的人员独立和董、监事及高级管理人员的稳定、资产完整、业务、财务、机构独立，从而保障华亿传媒具有独立完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

2、其他董事、监事及高级管理人员出具《关于避免同业竞争的承诺函》承诺如下：

为避免今后出现同业竞争情形，华亿传媒董事、监事及高级管理人员出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，表示本人目前未从事或参与与股份公司构成同业竞争的行为，并承诺：未经厦门华亿传媒集团股份有限公司股东大会同意，将不在中国境内外自营或经营任何在商业上对华亿传媒构成竞争的业务及活动，或拥有与华亿传媒存在竞争关系的任何经济实体、机构经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经营实体、机构、经济组织的控制权；本人愿意承担因违反上述承诺而给华亿传媒造成的全部经济损失。

### 3、公司治理制度对避免同业竞争的规定

为避免未来发生同业竞争的可能，公司在《公司章程》及其他制度文件中作出了相关规定。《公司章程》规定：董事、高级管理人员未经股东大会同意，不得利用职务便利，为自己或他人谋取本应属于公司的商业机会，自营或者为他人经营与公司同类的业务；董事、高级管理人员违反本条规定所得的收入，应当归公司所有；给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。《总经理工作制度》规定：总经理不得自营或为他人经营与公司同类的营业或者从事损害公司利益的活动。

#### （四）对存在相似经营业务的解决措施

1、华亿传媒为避免与厦门日报及其下属企事业单位在展庆、文化活动业务和品牌营销策划业务上发生同业竞争的解决措施

##### ①展庆、文化活动策划

针对华亿传媒与厦门日报下属部分企业在展庆、文化活动业务上存在经营范围相重叠的情况，华亿传媒将严格按照设定的业务定位和细分领域进行展庆、文化活动的执行业务，并删除公司及子公司经营范围中涉及文化、艺术活动策划的相关内容。

经厦门日报社党委会讨论决定，厦门日报社下属企事业单位已明确业务定位，不会与华亿传媒在此项业务上产生同业竞争的情况。2015年9月16日，华亿内产、华亿文创、华亿投管、华亿速印股东会已作出决议，各公司股东一致同意删除经营范围中涉及“文化、艺术活动策划”的相关内容。2015年11月4日，华亿传媒召开股东大会，全体股东一致同意删除华亿传媒经营范围中“文化、艺术活动策划”内容。截至本公开转让说明书签署之日，上述企业均已完成经营范围变更。

##### ②品牌营销策划

针对华亿传媒与厦门日报下属部分企业在品牌营销策划业务上较为相似的情况，华亿传媒将终止品牌营销策划业务，并删除公司及子公司经营范围中涉及品牌营销策划业务的相关内容。

2015年9月16日，华亿公关召开股东会，全体股东一致同决终止品牌营销策划业务并删除经营范围中“企业形象策划”、“品牌营销市场推广”内容。2015年9月16日，华亿投资召开股东会，全体股东一致同决终止品牌营销策划业务并删除经营范围中“企业营销策划；企业形象策划”内容。2015年11月4日，华亿传媒召开股东大会，全体股东一致同意终止品牌营销策划业务并删除经营范围中“提供企业营销策划服务”内容。截至本公开转让说明书签署之日，上述企业均已终止品牌营销策划业务并完成经营范围变更。

2、厦门日报社为避免下属企事业单位与华亿传媒存在相似业务或经营范围重叠情况，进而发生潜在同业竞争风险解决措施

厦门日报社下属企事业单位中，海西（厦门）信息科技传送有限公司经营范围中有“会议及展览服务”的内容；厦门海峡视界传媒有限公司经营范围中有“会议及展览服务”的内容；厦门海峡生活报社有限责任公司经营范围中有“文

化、艺术活动策划”的内容；厦门鹭江广告公司经营范围中有“其他未列明文化艺术业”的内容。前述企事业单位的经营范围与华亿传媒存在重叠，但前述企业实际未从事该等业务，并不存在实质性同业竞争。

为避免潜在的同业竞争风险，2015年11月4日，厦门日报社党委会同意华亿传媒关于提请厦门日报对下属企事业单位进行业务和经营范围调整的申请，同意海西（厦门）信息科技传送有限公司删除其经营范围中有“会议及展览服务”内容，厦门海峡视界传媒有限公司删除其经营范围中“会议及展览服务”内容，厦门海峡生活报社有限责任公司删除其经营范围中“文化、艺术活动策划”内容，厦门鹭江广告公司删除其经营范围中“其他未列明文化艺术业”的内容。

2015年11月4日，厦门日报社出具承诺，将于今年年底完成业务调整和经营范围变更方案，报送中共厦门市委宣传部审批，以彻底解决厦门日报社与华亿传媒的同业经营问题。2015年11月4日，海西（厦门）信息科技传送有限公司出具承诺函，承诺其将于主管部门批准后，删除其经营范围中“会议及展览服务”内容。2015年11月11日，海西（厦门）信息科技传送有限公司出具承诺函承诺删除其经营范围中“会议及展览服务”内容，厦门海峡视界传媒有限公司出具承诺函承诺删除其经营范围“会议及展览服务”内容，厦门海峡生活报社有限责任公司出具承诺函承诺删除其经营范围中“文化、艺术活动策划”内容，厦门鹭江广告公司出具承诺函承诺删除其经营范围中“其他未列明文化艺术业”的内容。

### 3、避免未来发生潜在同业竞争风险的措施

公司控股股东、实际控制人厦门日报社已于2015年11月4日出具承诺函，对避免未来发生潜在同业竞争进行承诺（详见本节之“五、（二）避免同业竞争的承诺和规定”）。

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

### （一）实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金情况

1、报告期内，公司与其控股股东、实际控制人厦门日报社其控制的其他企业的资金往来具体情况如下：

关联方	项目名称	账面余额（元）		
		2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31

海西晨报社	应付账款	48,573.00	0.00	0.00
厦门日报社	应付账款	430,500.00	49,500.00	0.00
厦门海峡视界传媒有限公司	应付账款	120,000.00	0.00	0.00
海西（厦门）信息科技传送有限公司	应付账款	167.54	2,960.00	0.00
海峡网络（厦门）传媒有限公司	应付账款	0.00	0.00	20,594.00
厦门日报社	预付款项	18,585.00	52,290.00	0.00
厦门日报社	其他应收款	49,410.00	6,610.00	0.00

应收款项回款情况及产生原因见“第四节 公司财务”之“九、（二）关联交易”、“第四节 公司财务”之“九、（三）关联往来”。

应付款项付款情况及产生原因见“第四节 公司财务”之“九、（二）关联交易”、“第四节 公司财务”之“九、（三）关联往来”。

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在任何关联方资金拆借情况。

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

为防止发生股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为，公司通过在《公司章程》、《股份公司关联交易管理制度》和《股份公司防范控股股东及关联方资金占用管理制度》等内部规章制度中规定相应的条款，对公司股东、实际控制人及关联方资金占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为做出如下约束安排：

①《公司章程》规定，股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。关联股东明确表示回避的，由出席股东大会的其他股东对有关关联交易事项进行审议表决，表决结果与股东大会通过的其他决议具有同样法律效力。

董事与董事会会议决议事项所涉及的相关方有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足三人的，应将该事项提交股东大会审议。

②在《公司章程》规定，公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司及其他股东利益。公司控股股东及实际控制人对公司和公司其他股东负

有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东及实际控制人不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。公司的控股股东、实际控制人违反相关法律、法规及章程规定，给公司及其他股东造成损失的，应当承担赔偿责任。

《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》中明确规定不得以下列方式将资金直接或间接地提供给控股股东及关联方使用：1、有偿或无偿地拆借公司的资金给控股股东及关联方使用；2、通过银行或非银行金融机构向关联方提供委托贷款；3、委托控股股东及关联方进行投资活动；4、为控股股东及关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；5、代控股股东及关联方偿还债务；6、监管部门认定的其他方式。

③《公司章程》和《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》中规定，公司严格防止控股股东及关联方的非经营性资金占用的行为，并持续建立防止控股股东非经营性资金占用的长效机制。公司董事、监事及高级管理人员要及时关注公司控股股东及关联方挪用资金等侵占公司利益等情形。公司监事应定期查阅公司与关联方之间的资金往来情况，杜绝控股股东及关联方的非经营性资金占用情况的发生。

④《关联交易管理制度》规定关联交易的实施权限如下：第十四条下列关联交易由公司董事长审批，并报董事会备案：（一）与关联自然人发生的金额低于100万元的关联交易；（二）与关联法人发生的金额低于300万元的关联交易。第十五条下列关联交易由公司董事会审议决定：（一）与关联自然人发生的金额在100万元以上不满200万元的关联交易；（二）与关联法人发生的金额在300万元以上不满500万元的关联交易。第十六条下列关联交易由公司董事会审议通过后，提交股东大会，由股东大会审议决定：（一）与关联自然人发生的金额在200万元以上的关联交易；（二）与关联法人发生的金额在500万元以上的关联交易；（三）根据本制度第二十一条规定，因关联董事回避后董事会不足法定人数时，该关联交易由公司股东大会审议决定。

### 3、声明及承诺

为避免未来出现资金拆借和往来情形，2015年8月20日，公司出具了《厦门华亿传媒集团股份有限公司关于担保事项及无资金占用的承诺函》，承诺公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。公司有严格的资金管理制度，不存在有资金被大股东、实际控制人及其控制的其他企

业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。

## （二）公司为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况

最近两年一期公司不存在为实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情况。

## 七、董事、监事、高级管理人员有关情况说明

### （一）本人及其直系亲属以任何方式直接或间接持有公司股份的情况

当前公司股东均为法人股东，不存在董事、监事、高级管理人员及其直系亲属以任何方式直接或间接持有公司股份的情况。

### （二）相互之间存在亲属关系情况

公司董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系的情况。

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

#### 1、协议签署情况

华亿传媒总经理樊亮轩曾与厦门日报社签订无固定期限《劳动合同》。但樊亮轩自 2006 年至今均于华亿传媒工作，未在厦门日报社担保任何职务，并于华亿传媒领取薪酬，由华亿传媒支付其社保、公积金费用，并被华亿传媒董事会聘任为公司高管，故樊亮轩与华亿传媒建立了事实劳动关系。2015 年 4 月 30 日，华亿传媒召开股份公司第一届董事会第一次会议，全体董事一致同意聘任樊亮轩为公司总经理。2015 年 8 月 20 日，樊亮轩出具《承诺函》，承诺其自 2006 年始，未在厦门日报社担保任何职务，其作为华亿传媒总经理，将按《公司法》《公司章程》及公司内部管理规定，履行勤勉尽职义务，并承诺其与华亿传媒未就劳动事项产生任何争议，认可其与华亿传媒间事实劳动关系并将不就未签订劳动合同或相关事项，向华亿传媒主张权利。

除樊亮轩外，在公司专职领薪的其他董事、监事、高级管理人员与本公司均签有《劳动合同》，对工作内容、劳动报酬等方面作了规定。该等《劳动合同》均履行正常，不存在现时的或可预见发生的违约情形。

#### 2、承诺情况

##### （1）关于避免同业竞争的承诺

公司全体董事、监事、高级管理人员于 2015 年 8 月 20 日签署《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺未经厦门华亿传媒集团股份有限公司股东大会同意，将不在中国境内外自营或经营任何在商业上对华亿传媒构成竞争的业务及活动，或拥有与华亿传媒存在竞争关系的任何经济实体、机构经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经营实体、机构、经济组织的控制权；本人愿意承担因违反上述承诺而给华亿传媒造成的全部经济损失。

(2) 关于规范关联交易的承诺

公司全体董事、监事和高级管理人员于 2015 年 8 月 20 日签署《关于关联交易的承诺函》，承诺本人将尽量减少、避免与公司之间发生关联交易；对于能够通过市场方式与独立第三方之间发生的交易，将由公司与独立第三方进行；本人不以向公司拆借，占用公司资金或采取由公司代垫款项，代偿债务等方式侵占公司资金。对于本人与公司之间必需的一切交易行为，均将严格遵守市场原则，本着公平互利，等价有偿的一般原则，公平合理的进行。本人与公司所发生的关联交易将以签订书面合同或协议等形式明确约定，并严格遵守有关法律、法规以及公司章程，关联交易决策制度等规定，履行各项批准程序和信息披露义务。本人不通过关联交易损害公司以及公司其他股东的合法权益，如因关联交易损害公司及公司其他股东合法权益的，本人自愿承担由此造成的一切损失。

(3) 关于管理层诚信状况的承诺

公司全体董事、监事、高级管理人员于 2015 年 8 月 20 日签署《任职情况及任职资格的说明》，声明本人不存在违反《公司法》第 147 条、148 条、149 条规定的情形。

(四) 董事、监事、高级管理人员与公司各子公司的关联关系

姓名	公司职务	与公司各子公司的关联关系情况	
		子公司	关联关系情况
樊亮轩	华亿传媒董事长、总经理	华亿公关	担任董事长、法定代表人
		华亿文创	担任董事长、法定代表人
邱一峰	华亿传媒董事、副总经理、 董事会秘书	台海杂志	担任监事
		华亿内产	担任监事
		华亿公关	担任监事
		华亿投管	担任执行董事兼总经理、 法定代表人
		华亿速印	担任监事
张国荣	华亿传媒副总经理	华亿公关	担任董事兼总经理

林婧	华亿传媒副总经理	华亿内产	担任执行董事兼总经理、法定代表人
		华亿速印	担任执行董事兼总经理、法定代表人

除上述人员外，本公司其他董事、监事、高级管理人员与公司各子公司无关联关系。

(五) 在其他单位兼职情况

姓名	公司职务	兼职单位情况		
		兼职单位	职位	是否在该兼职方领取薪资
樊亮轩	华亿传媒董事长、总经理	厦门华亿漫画创意有限公司	董事长	否
林洪美	华亿传媒董事	厦门广播电视集团	党委委员	否
		厦门文广传媒集团有限公司	董事兼总经理	是
		厦门广播电视广告有限公司	董事长	否
		厦门卫视广告有限公司	董事长	否
		厦门文广影音有限公司	董事长	否
		厦门广播电视产业发展有限公司	董事长	否
		厦门全心购物有限公司	董事长	否
		厦门广播电视数字传媒有限公司	董事长	否
		厦门文广投资管理有限公司	董事长	否
		厦门信息港建设发展股份有限公司	董事	否
		厦门国家会计学院	教授	是
		厦门大学管理学院	教授	是
		黄文洲	华亿传媒董事	厦门建发集团有限公司
厦门建发股份集团有限公司	副董事长			否
厦门建发纸业有限公司	董事			否
厦门建发汽车有限公司	董事			否
厦门建发轻工有限公司	董事			否
厦门建宇实业有限公司	董事			否

	厦门建发物资有限公司	董事	否
	厦门建发金属有限公司	董事	否
	厦门建益达有限公司	董事	否
	建发物流集团有限公司	董事	否
	厦门建发原材料贸易有限公司	董事	否
	厦门建发国际酒业集团有限公司	董事	否
	厦门星原融资租赁有限公司	董事	否
	厦门建发农产品有限公司	董事	否
	厦门建发晟茂有限公司	董事	否
	厦门建发能源有限公司	董事	否
	厦门建发高科有限公司	董事	否
	厦门建发矿业有限公司	董事	否
	厦门建发化工有限公司	董事	否
	厦门建发通商有限公司	董事	否
	厦门建发通讯有限公司	董事	否
	厦门建发船舶贸易有限公司	董事	否
	厦门建发恒驰金融信息技术服务有限公司	董事	否
	昌富利（香港）贸易有限公司	董事	否
	建发（加拿大）进出口有限公司	董事	否
	建发（上海）有限公司	董事	否
	建发（北京）有限公司	董事	否
	建发（广州）有限公司	董事	否
	建发（天津）有限公司	董事	否
	建发（成都）有限公司	董事	否

厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

		建发（青岛）有限公司	董事	否
		建发房地产集团	董事	否
		联发集团有限公司	董事	否
		厦门旅游集团有限公司	董事	否
		厦门会展集团股份有限公司	董事	否
		厦门建邦资产管理服务有限公司	董事	否
		厦门华益工贸有限公司	总经理	否
		厦门建发新兴产业股权投资有限责任公司	董事	否
		厦门建发旅游会展投资有限公司	董事长	否
		厦门航空有限公司	董事	否
		君龙人寿保险有限公司	董事	否
		厦门国际银行股份有限公司	董事	否
		四川永丰浆纸股份有限公司	副董事长	否
傅燕美	华亿传媒董事	厦门日报社	资产财务中心主任助理	是
		厦门信息港建设发展股份有限公司	董事	否
邱一峰	华亿传媒董事、副总经理、董事会秘书	厦门华亿漫画创意有限公司	监事	否
王文怀	华亿传媒监事会主席	厦门建发集团有限公司	投资总监	是
		厦门会展集团股份有限公司	监事	否
		厦门华侨电子企业有限公司	董事	否
		厦门嘉诚投资发展有限公司	董事	否
		厦门华益工贸有限公司	董事	否
		厦门建发新兴产业股权投资有限责任公司	董事长	否
		厦门建发旅游会展投资有限公司	董事	否
		君龙人寿保险有限公司	董事	否
		厦门国际信托有限	董事	否

		公司		
		厦门华亿漫画创意有限公司	董事	否
		厦门船舶重工股份有限公司	监事	否
		四川永丰浆纸股份有限公司	监事	否
		厦门紫金铜冠投资发展有限公司	董事	否
冷晓兰	华亿传媒监事	厦门文广传媒集团有限公司	总经理助理兼财务管理部总经理	是
		厦门广播电视广告有限公司	董事	否
		厦门卫视广告有限公司	董事	否
		厦门文广影音有限公司	董事	否
		厦门广播电视产业发展有限公司	董事	否
		厦门全心购物有限公司	董事	否
		厦门广播电视数字传媒有限公司	董事	否
		厦门文广投资管理有限公司	董事	否
		海峡国家版权交易中心有限公司	董事	否
		余白萍	华亿传媒监事、人力资源部副经理	-
张国荣	华亿传媒副总经理	厦门全景公共关系咨询有限公司	执行董事	否
		云香远韵（厦门）生态茶业有限公司	监事	否
林婧	华亿传媒副总经理	-	-	-
蔡福龙	华亿传媒财务总监	-	-	-

除上述人员外，本公司其他董事、监事、高级管理人员未在其他企业任职。

#### （六）对外投资与公司存在利益冲突的情况

公司高级管理人员张国荣持有厦门全景公共关系咨询有限公司 70.00%的股份，云香远韵（厦门）生态茶业有限公司 20.00%的股份。

厦门全景公共关系咨询有限公司的基本情况如下：

企业名称	厦门全景公共关系咨询有限公司
注册号	350203200059917

企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）			
法定代表人	张国荣			
成立日期	2008年3月31日			
注册资本	50万元			
住所	厦门市思明区建业路1号之三501单元			
经营范围	社会经济咨询（不含金融业务咨询）；投资咨询（法律、法规另有规定除外）；市场调查。			
股权结构		股东姓名	出资额(万元)	股权比例
		张国荣	35.00	70.00%
		张冬娜	15.00	30.00%
		合计	50.00	100%

云香远韵（厦门）生态茶业有限公司的基本情况如下：

企业名称	云香远韵（厦门）生态茶业有限公司			
注册号	350203200337436			
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）			
法定代表人	廖昀			
成立日期	2012年9月19日			
注册资本	100万元			
住所	厦门市思明区故宫路135号之B			
经营范围	环保产品技术研发；环保工程设计及施工（凭资质证书经营）；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。批发兼零售：预包装食品（许可证有效至2015年08月23日）。			
股权结构		股东姓名	出资额(万元)	股权比例
		廖昀	80.00	80.00%
		张国荣	20.00	20.00%
		合计	100.00	100%

经核查，截至本公开转让说明书签署之日，厦门全景公共关系咨询有限公司和云香远韵（厦门）生态茶业有限公司的经营范围与华亿传媒及各子公司均无重叠，不存在利益冲突情况。

除上述情况外，截至本公开转让说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对外投资。

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

本公司董事、监事、高级管理人员报告期内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况。

全体董事、监事、高级管理人员已就此签署《关于诚信状况的声明》。详见本节之“七（三）董事、监事、高级管理人员与公司签订重要协议或做出重要承诺的情况”。

#### （八）其他对公司持续经营有不利影响的情况

本公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对公司持续经营有不利影响的情况。

## 八、董事、监事及高级管理人员报告期内的变动情况

### （一）董事变动情况

1、2011年9月26日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意选举江曙曜、沈艺奇、吴小敏、林晓东、樊亮轩为公司董事会成员。

2、2014年9月30日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意重新选举樊亮轩、傅燕美、黄文洲、林洪美为新一届董事，另一名由职工代表大会选举产生。

2015年3月12日，有限公司召开全体职工大会，补选江肇臻作为职工代表出任厦门华亿传媒集团有限公司董事会的职工董事

3、2015年4月30日，股份有限公司召开了第一次股东大会，选举樊亮轩、林洪美、黄文洲、傅燕美及邱一峰为股份公司第一届董事会董事，任期为2015年4月30日至2018年4月29日。

本次变更后及截至本公开转让说明书签署之日，董事人员为：樊亮轩、林洪美、黄文洲、傅燕美及邱一峰。

公司报告期内的董事的变动未对公司的正常经营造成重大影响。董事的变化符合有关法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》的规定，并履行了必要的法律程序，且不会对公司的持续经营和业绩造成不利影响。

### （二）监事变动情况

1、2011年9月26日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意选举王文怀为公司监事。

2、2014年9月30日，有限公司召开股东会，继续选举王文怀为公司监事，任期从2014年10月1日至2017年9月30日。

3、2015年4月30日，股份有限公司召开了第一次股东大会，选举王文怀、冷晓兰与股份公司2015年4月29日第一次职工大会选举产生的职工代表监事余白萍共同组成公司第一届监事会，任期自2015年4月30日至2018年4月29日。

本次变更后及截至本公开转让说明书签署之日，监事人员为：王文怀、冷晓兰、余白萍。

公司在报告期内，监事任职人员稳定，切实履行监督职责。公司由有限公司改制为股份公司时，监事人员的变动符合有关法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》的规定，并履行了必要的法律程序，且不会对公司的持续经营和业绩造成不利影响。

### （三）高级管理人员变动

1、2009年6月26日，有限公司召开董事会，同意聘任樊亮轩为公司总经理；同意聘任邱一峰为公司副总经理。

2、2011年9月26日，有限公司召开董事会，同意继续聘任樊亮轩为公司总经理。

3、2014年9月30日，有限公司召开董事会，继续聘任樊亮轩为公司总经理，任期3年。

4、2015年4月30日，公司召开第一届董事会，同意聘任樊亮轩为公司总经理；聘任邱一峰为公司副总经理兼董事会秘书；聘任林婧为公司副总经理；聘任张国荣为公司副总经理；聘任蔡福龙为公司财务总监。

本次变更后及截至本公开转让说明书签署之日，公司高级管理人员为：总经理樊亮轩，副总经理邱一峰、林婧、张国荣，财务负责人蔡福龙，董事会秘书邱一峰。

公司报告期内的高级管理人员的变动未对公司的正常经营造成重大影响。报告期内，高级管理人员的变化符合有关法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》的规定，并履行了必要的法律程序，且不会对公司的持续经营和业绩造成不利影响。

## 第四节 公司财务

### 一、报告期内公司财务会计报告审计意见

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度财务报告经具有证券期货相关业务资格的希格玛会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了“希会审字(2015)1758 号”标准无保留意见的《审计报告》。

### 二、报告期内公司财务报表

#### （一）公司财务报表编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部于2006年2月15日颁布的《企业会计准则——基本准则》和38项具体会计准则、其后颁布的企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）、以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》（2010年修订）的披露规定编制财务报表。

#### （二）报告期内公司合并财务报表范围及变化情况

##### 1、公司合并报表范围确定原则

公司将拥有实际控制权的子公司纳入合并财务报表范围。合并财务报表以母公司和纳入合并范围的子公司的个别财务报表为基础，根据其他相关资料，按照权益法调整对子公司的长期股权投资后，由母公司按照《企业会计准则第33号——合并财务报表》编制。

##### 2、报告期内公司合并财务报表范围及合并范围发生变更的说明

###### （1）通过设立或投资等方式取得的子公司

子公司全称	子公司类型	注册地	注册资本 (万元)	经营范围
厦门华亿投资管理 有限公司	全资子公司	厦门市 思明区	100.00	投资管理咨询（不含吸收存款、发放贷款、证券、期货及其他金融业务）；广告设计、制作、代理、发布；图文设计、动漫软件设计；企业商贸信息咨询；企业营销策划；企业形象策划、文化活动策划、展览展示服务。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营。）

厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

厦门华亿文创展务有限公司	控股子公司	厦门市翔安区	371.43	会议及展览服务；文化、艺术活动策划；其他未列明文化艺术业；包装服务；文艺创作与表演；广告的设计、制作、代理、发布；园林景观和绿化工程施工；工程管理服务。
厦门华亿数码速印有限公司	全资子公司	厦门市湖里区	150.00	会议及展览服务；包装服务；包装装潢及其他印刷；文化、艺术活动策划；专业化设计服务；文具用品零售。
厦门华亿公关传播有限公司	控股子公司	厦门市海沧区	325.00	大型公关、商业活动策划、媒体视觉内容策划、企业形象策划；品牌营销市场推广；广告设计、制作、代理、发布。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营。）
厦门华亿内容产业有限公司	全资子公司	厦门市思明区	260.00	图书、报刊零售；广告的设计、制作、代理、发布；文化、艺术活动策划；专业化设计服务。
厦门台海杂志有限公司	全资子公司	厦门市思明区	103.00	从事台海杂志策划、采写、拍摄、编辑、出版、改行的筹备；图文设计；广告设计、制作、代理、发布。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营。）

(续)

子公司全称	期末实际出资额 持股比例	表决权比例	是否纳入合并范围
厦门华亿投资管理有限公司	100.00%	100.00%	是
厦门华亿文创展务有限公司	70.00%	70.00%	是
厦门华亿数码速印有限公司	100.00%	100.00%	是
厦门华亿公关传播有限公司	80.00%	80.00%	是
厦门华亿内容产业有限公司	100.00%	100.00%	是
厦门台海杂志有限公司	100.00%	100.00%	是

(2) 合并范围发生变更的说明

2013年度：

本期新纳入合并范围的子公司情况如下：

名称	注册资本 (万元)	持股比例	经营范围	表决权 比例	是否纳入 合并范围
厦门台海杂志有限公司	103.00	100%	从事台海杂志策划、采写、拍摄、编辑、出版、发行的筹备；图文设计；广告设计、制作、代理、发布。	100%	是

2014年度：

本期无新纳入合并范围的主体和不再纳入合并范围的主体的情况。

2015年1-5月：

本期无新纳入合并范围的主体和不再纳入合并范围的主体的情况。

(三) 公司报告期的资产负债表、利润表、现金流量表和所有者权益变动表

合并资产负债表

单位：元

资产	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
<b>流动资产：</b>			
货币资金	23,472,406.28	27,952,268.02	29,082,471.98
交易性金融资产			
应收票据			
应收账款	2,780,949.65	5,417,871.87	2,707,908.36
预付款项	291,021.44	634,339.18	184,633.41
应收利息			
应收股利			
其他应收款	1,061,173.15	1,017,845.82	1,031,516.46
存货	608,616.58	444,111.52	425,243.47
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产			
<b>流动资产合计</b>	<b>28,214,167.10</b>	<b>35,466,436.41</b>	<b>33,431,773.68</b>
<b>非流动资产：</b>			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			
长期股权投资	-	-	2,450,000.00
投资性房地产			
固定资产	3,655,000.53	4,332,262.85	5,747,206.34
在建工程	-	-	275,641.02
无形资产	308,934.85	72,577.49	185,345.99
长期待摊费用	1,872.54	22,257.36	168,928.31
递延所得税资产	747,663.31	971,575.65	513,021.58
其他非流动资产			
<b>非流动资产合计</b>	<b>4,713,471.23</b>	<b>5,398,673.35</b>	<b>9,340,143.24</b>
<b>资产总计</b>	<b>32,927,638.33</b>	<b>40,865,109.76</b>	<b>42,771,916.92</b>

合并资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益（或股东权益）	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
<b>流动负债：</b>			
短期借款			
应付票据			
应付账款	2,725,095.02	5,535,106.90	5,745,776.36
预收款项	2,527,880.41	2,042,314.98	4,064,507.74
应付职工薪酬	669,900.71	1,584,507.28	1,799,332.70
应交税费	-151,616.63	1,721,034.93	1,990,701.02
应付利息			
应付股利			
其他应付款	741,625.99	399,968.45	126,117.22
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
<b>流动负债合计</b>	<b>6,512,885.50</b>	<b>11,282,932.54</b>	<b>13,726,435.04</b>
<b>非流动负债：</b>			
长期借款			
长期应付款			
专项应付款			
预计负债		236,171.32	
递延收益	2,645,921.64	3,676,941.00	1,752,352.00
递延所得税负债			
其他非流动负债			
<b>非流动负债合计</b>	<b>2,645,921.64</b>	<b>3,913,112.32</b>	<b>1,752,352.00</b>
<b>负债合计</b>	<b>9,158,807.14</b>	<b>15,196,044.86</b>	<b>15,478,787.04</b>
<b>所有者权益（或股东权益）：</b>			
实收资本（或股本）	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00
资本公积	2,048,290.99	2,048,290.99	2,048,290.99
减：库存股			
专项储备			
盈余公积	1,795,232.06	1,795,232.06	1,795,232.06
一般风险准备			
未分配利润	7,352,150.68	7,705,188.60	9,828,112.20
外币报表折算差额			
归属于母公司所有者权益合计	21,195,673.73	21,548,711.65	23,671,635.25
少数股东权益	2,573,157.46	4,120,353.25	3,621,494.63
<b>所有者权益（或股东权益）合计</b>	<b>23,768,831.19</b>	<b>25,669,064.90</b>	<b>27,293,129.88</b>
<b>负债和所有者权益（或股东权益）总计</b>	<b>32,927,638.33</b>	<b>40,865,109.76</b>	<b>42,771,916.92</b>

母公司资产负债表

单位：元

资产	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
<b>流动资产：</b>			
货币资金	7,811,570.62	2,659,367.95	11,769,392.07
交易性金融资产			
应收票据			
应收账款	529,942.89	1,955,207.08	463,033.38
预付款项	121,152.62	121,323.71	44,569.30
应收利息			
应收股利			870,000.00
其他应收款	202,409.41	120,828.73	454,363.89
存货	44,163.48	45,698.26	137,077.93
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产			
<b>流动资产合计</b>	<b>8,709,239.02</b>	<b>4,902,425.73</b>	<b>13,738,436.57</b>
<b>非流动资产：</b>			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			
长期应收款			
长期股权投资	10,865,000.00	10,865,000.00	11,715,000.00
投资性房地产			
固定资产	749,788.75	822,574.76	991,644.65
在建工程			
工程物资			
固定资产清理			
生产性生物资产			
油气资产			
无形资产	44,500.96	61,576.02	185,345.99
开发支出			
商誉			
长期待摊费用		-	2,774.00
递延所得税资产	265,075.77	314,341.78	497,572.53
其他非流动资产			
<b>非流动资产合计</b>	<b>11,924,365.48</b>	<b>12,063,492.56</b>	<b>13,392,337.17</b>
<b>资产总计</b>	<b>20,633,604.50</b>	<b>16,965,918.29</b>	<b>27,130,773.74</b>

母公司资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益（或股东权益）	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
<b>流动负债：</b>			
短期借款			
交易性金融负债			
应付票据			
应付账款	208,799.58	1,428,532.30	2,253,288.14
预收款项	-	-	3,564,173.12
应付职工薪酬	209,931.86	266,147.02	691,310.99
应交税费	-84,887.21	304,898.77	870,976.21
应付利息			
应付股利			
其他应付款	371,829.96	86,020.60	100,214.18
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
<b>流动负债合计</b>	<b>705,674.19</b>	<b>2,085,598.69</b>	<b>7,479,962.64</b>
<b>非流动负债：</b>			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
专项应付款			
预计负债	-	236,171.32	-
递延收益	1,041,666.65	1,250,408.00	1,750,552.00
递延所得税负债			
其他非流动负债			
<b>非流动负债合计</b>	<b>1,041,666.65</b>	<b>1,486,579.32</b>	<b>1,750,552.00</b>
<b>负债合计</b>	<b>1,747,340.84</b>	<b>3,572,178.01</b>	<b>9,230,514.64</b>
<b>所有者权益（或股东权益）：</b>			
实收资本（或股本）	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00
资本公积	2,056,160.98	2,056,160.98	2,056,160.98
减：库存股			
专项储备			
盈余公积	1,795,232.06	1,795,232.06	1,795,232.06
一般风险准备			
未分配利润	5,034,870.62	-457,652.76	4,048,866.06
<b>所有者权益（或股东权益）合计</b>	<b>18,886,263.66</b>	<b>13,393,740.28</b>	<b>17,900,259.10</b>
<b>负债和所有者权益（或股东权益）总计</b>	<b>20,633,604.50</b>	<b>16,965,918.29</b>	<b>27,130,773.74</b>

合并利润表

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
一、营业总收入	11,355,177.01	37,387,552.94	36,095,837.63
其中：营业收入	11,355,177.01	37,387,552.94	36,095,837.63
二、营业总成本	12,027,264.51	34,930,426.77	32,150,047.57
其中：营业成本	6,803,789.98	17,620,842.08	20,135,394.16
营业税金及附加	162,014.68	451,230.14	563,478.70
销售费用	1,942,294.76	7,434,821.16	5,402,533.73
管理费用	3,224,899.43	7,473,107.59	6,911,826.20
财务费用	-238,140.29	-629,888.65	-843,885.88
资产减值损失	132,405.95	2,580,314.45	-19,299.34
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）			
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-550,000.00
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-550,000.00
汇兑收益（损失以“-”号填列）			
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	-661,585.01	2,457,126.17	3,395,790.06
加：营业外收入	1,152,007.94	2,951,259.68	3,297,770.64
减：营业外支出	165,904.66	563,061.76	201,349.91
其中：非流动资产处置损失	6,953.97	238,575.42	-
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	324,518.27	4,845,324.09	6,492,210.79
减：所得税费用	514,249.49	2,031,589.07	2,060,502.97
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	-200,233.71	2,813,735.02	4,431,707.82
六、每股收益：			
（一）基本每股收益	-0.03	0.19	0.38
（二）稀释每股收益	-0.03	0.19	0.38
七、其他综合收益			
八、综合收益总额	-200,233.71	2,813,735.02	4,431,707.82
归属于母公司所有者的综合收益总额	-353,037.92	1,877,076.40	3,817,533.18
归属于少数股东的综合收益总额	152,804.21	936,658.62	614,174.64

母公司利润表

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
一、营业收入	1,855,000.66	7,058,099.97	6,932,790.13
减：营业成本	1,326,602.38	3,454,175.00	5,206,066.90
营业税金及附加	11,323.66	29,531.04	136,377.09
销售费用	88,777.69	1,004,698.34	1,096,327.73
管理费用	1,416,252.05	3,144,914.09	3,823,286.40
财务费用	-31,556.60	-138,951.96	-770,089.86
资产减值损失	11,269.29	2,438,951.29	-26,702.33
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）			
投资收益（损失以“-”号填列）	6,460,000.00	1,926,300.00	320,000.00
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			-550,000.00
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	5,492,332.19	-948,917.83	-2,212,475.80
加：营业外收入	208,350.44	948,783.52	3,218,545.00
减：营业外支出	158,893.24	323,153.76	200,000.00
其中：非流动资产处置损失	-	1,947.29	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	5,541,789.39	-323,288.07	806,069.20
减：所得税费用	49,266.01	183,230.75	263,967.58
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	5,492,523.38	-506,518.82	542,101.62
五、每股收益：			
（一）基本每股收益			
（二）稀释每股收益			
六、其他综合收益			
七、综合收益总额	5,492,523.38	-506,518.82	542,101.62

合并现金流量表

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
<b>一、经营活动产生的现金流量</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	16,058,392.29	36,583,843.03	44,461,955.70
客户存款和同业存放款项净增加额			
向中央银行借款净增加额			
向其他金融机构拆入资金净增加额			
收到原保险合同保费取得的现金			
收到再保险业务现金净额			
保户储金及投资款净增加额			
处置交易性金融资产净增加额			
收取利息、手续费及佣金的现金			
拆入资金净增加额			
回购业务资金净增加额			
收到的税费返还	123,798.00	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	127,683.35	4,865,751.69	5,227,813.81
经营活动现金流入小计	16,309,873.64	41,449,594.72	49,689,769.51
购买商品、接受劳务支付的现金	10,239,632.42	18,476,978.87	23,161,814.18
客户贷款及垫款净增加额			
存放中央银行和同业款项净增加额			
支付原保险合同赔付款项的现金			
支付利息、手续费及佣金的现金			
支付保单红利的现金			
支付给职工以及为职工支付的现金	4,848,441.58	9,890,260.62	8,726,879.77
支付的各项税费	2,807,111.81	4,575,411.63	4,297,300.03
支付其他与经营活动有关的现金	1,144,161.54	4,233,552.36	2,649,493.28
经营活动现金流出小计	19,039,347.35	37,176,203.48	38,835,487.26
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-2,729,473.71</b>	<b>4,273,391.24</b>	<b>10,854,282.25</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量</b>			
收回投资收到的现金			
取得投资收益所收到的现金			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	130.00	41,823.47	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金	-	150,000.00	-
投资活动现金流入小计	130.00	191,823.47	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	50,518.03	1,007,618.67	666,370.84

厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
投资支付的现金		-	3,043,100.00
质押贷款净增加额			
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金	-	150,000.00	-
投资活动现金流出小计	50,518.03	1,157,618.67	3,709,470.84
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-50,388.03</b>	<b>-965,795.20</b>	<b>-3,709,470.84</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量</b>			
吸收投资收到的现金	-	-	2,524,600.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	2,524,600.00
取得借款收到的现金			
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	-	-	2,524,600.00
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,700,000.00	4,437,800.00	2,000,000.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	1,700,000.00	437,800.00	-
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计	1,700,000.00	4,437,800.00	2,000,000.00
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-1,700,000.00</b>	<b>-4,437,800.00</b>	<b>524,600.00</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>			
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-4,479,861.74</b>	<b>-1,130,203.96</b>	<b>7,669,411.41</b>
加：期初现金及现金等价物余额	27,952,268.02	29,082,471.98	21,413,060.57
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>23,472,406.28</b>	<b>27,952,268.02</b>	<b>29,082,471.98</b>

母公司现金流量表

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
<b>一、经营活动产生的现金流量</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	3,382,184.51	2,220,856.32	12,950,652.47
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	1,261.63	422,773.14	5,120,628.22
经营活动现金流入小计	3,383,446.14	2,643,629.46	18,071,280.69
购买商品、接受劳务支付的现金	2,622,687.92	4,051,188.82	4,859,702.51
支付给职工以及为职工支付的现金	1,065,866.55	2,802,586.16	3,488,223.62
支付的各项税费	427,140.20	549,341.57	970,834.68
支付其他与经营活动有关的现金	575,548.80	1,536,552.77	1,503,977.92
经营活动现金流出小计	4,691,243.47	8,939,669.32	10,822,738.73
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-1,307,797.33</b>	<b>-6,296,039.86</b>	<b>7,248,541.96</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量</b>			
收回投资收到的现金			
取得投资收益所收到的现金	6,460,000.00	2,796,300.00	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	920.00	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金	-	150,000.00	-
投资活动现金流入小计	6,460,000.00	2,947,220.00	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	-	11,204.26	422,531.94
投资支付的现金	-	1,600,000.00	4,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金	-	150,000.00	-
投资活动现金流出小计	-	1,761,204.26	4,422,531.94
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>6,460,000.00</b>	<b>1,186,015.74</b>	<b>-4,422,531.94</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量</b>			
吸收投资收到的现金			
取得借款收到的现金			
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计			
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	4,000,000.00	2,031,888.89
支付其他与筹资活动有关的现金			

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
筹资活动现金流出小计	-	4,000,000.00	2,031,888.89
筹资活动产生的现金流量净额	-	-4,000,000.00	-2,031,888.89
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	5,152,202.67	-9,110,024.12	794,121.13
加：期初现金及现金等价物余额	2,659,367.95	11,769,392.07	10,975,270.94
六、期末现金及现金等价物余额	7,811,570.62	2,659,367.95	11,769,392.07

合并所有者权益变动表

单位：元

项目	2015年1-5月										
	归属于母公司所有者权益									少数 股东权益	所有者权益 合计
	实收资本	其他权 益工具	资本公积	减：库 存股	其他综 合收益	专项 储备	盈余公积	未分配利润	小计		
一、上年期末余额	10,000,000.00	-	2,048,290.99	-	-	-	1,795,232.06	7,705,188.60	21,548,711.65	4,120,353.25	25,669,064.90
加：会计政策变更											-
前期差错更正											-
其他											-
二、本年期初余额	10,000,000.00	-	2,048,290.99	-	-	-	1,795,232.06	7,705,188.60	21,548,711.65	4,120,353.25	25,669,064.90
三、本年增减变动金额 (减少以“-”号填列)	-	-	-	-	-	-	-	-353,037.92	-353,037.92	-1,547,195.79	-1,900,233.71
(一) 综合收益总额								-353,037.92	-353,037.92	152,804.21	-200,233.71
(二) 所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-
1. 股东投入的普通股										-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本										-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额										-	-
4. 其他										-	-
(三) 利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-1,700,000.00	-1,700,000.00
1. 提取盈余公积										-	-

2. 对所有者（或股东）的分配										-	-1,700,000.00	-1,700,000.00
3. 其他										-		-
（四）所有者权益内部结转			-							-	-	-
1. 资本公积转增资本（或股本）										-		-
2. 盈余公积转增资本（或股本）										-		-
3. 盈余公积弥补亏损										-		-
4. 其他										-		-
（五）专项储备										-		-
1. 本期提取										-		-
2. 本期使用										-		-
（六）其他										-		-
四、本年年末余额	10,000,000.00	-	2,048,290.99	-	-	-	1,795,232.06	7,352,150.68	21,195,673.73	2,573,157.46	23,768,831.19	

合并所有者权益变动表（续）

单位：元

项目	2014 年度										
	归属于母公司所有者权益									少数 股东权益	所有者权益 合计
	实收资本	其他权 益工具	资本公积	减：库 存股	其他综 合收益	专项 储备	盈余公积	未分配利润	小计		
一、上年期末余额	10,000,000.00	-	2,048,290.99	-	-	-	1,795,232.06	9,828,112.20	23,671,635.25	3,621,494.63	27,293,129.88
加：会计政策变更									-		-
前期差错更正									-		-
其他									-		-
二、本年期初余额	10,000,000.00	-	2,048,290.99	-	-	-	1,795,232.06	9,828,112.20	23,671,635.25	3,621,494.63	27,293,129.88
三、本年增减变动金额 （减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	-	-2,122,923.60	-2,122,923.60	498,858.62	-1,624,064.98
（一）综合收益总额								1,877,076.40	1,877,076.40	936,658.62	2,813,735.02
（二）所有者投入和减 少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-
1. 股东投入的普通股									-		-
2. 其他权益工具持有者 投入资本									-		-
3. 股份支付计入所有者 权益的金额									-		-
4. 其他									-		-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-4,000,000.00	-4,000,000.00	-437,800.00	-4,437,800.00

1. 提取盈余公积									-	-		-
2. 对所有者（或股东）的分配									-4,000,000.00	-4,000,000.00	-437,800.00	-4,437,800.00
3. 其他										-		-
（四）所有者权益内部结转										-		-
1. 资本公积转增资本（或股本）										-		-
2. 盈余公积转增资本（或股本）										-		-
3. 盈余公积弥补亏损										-		-
4. 其他										-		-
（五）专项储备										-		-
1. 本期提取										-		-
2. 本期使用										-		-
（六）其他										-		-
四、本年年末余额	10,000,000.00	-	2,048,290.99	-	-	-	1,795,232.06	7,705,188.60	21,548,711.65	4,120,353.25	25,669,064.90	

合并所有者权益变动表（续）

单位：元

项目	2013 年度										
	归属于母公司所有者权益									少数 股东权益	所有者权益 合计
	实收资本	其他权 益工具	资本公积	减：库 存股	其他综 合收益	专项 储备	盈余公积	未分配利润	小计		
一、上年期末余额	10,000,000.00		2,056,160.98				1,671,011.58	7,477,120.39	21,204,292.95	42,988.17	21,247,281.12
加：会计政策变更									-		-
前期差错更正							70,010.32	587,668.79	657,679.11	-38.17	657,640.94
其他									-		-
二、本年期初余额	10,000,000.00	-	2,056,160.98	-	-	-	1,741,021.90	8,064,789.18	21,861,972.06	42,950.00	21,904,922.06
三、本年增减变动金额 （减少以“-”号填列）	-	-	-7,869.99	-	-	-	54,210.16	1,763,323.02	1,809,663.19	3,578,544.63	5,388,207.82
（一）综合收益总额								3,817,533.18	3,817,533.18	614,174.64	4,431,707.82
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-7,869.99	-	-	-	-	-	-7,869.99	2,964,369.99	2,956,500.00
1. 股东投入的普通股									-	2,964,369.99	2,964,369.99
2. 其他权益工具持有者 投入资本									-		-
3. 股份支付计入所有者 权益的金额									-		-
4. 其他			-7,869.99						-7,869.99		-7,869.99
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	54,210.16	-2,054,210.16	-2,000,000.00		-2,000,000.00

1. 提取盈余公积							54,210.16	-54,210.16	-		-
2. 对所有者（或股东）的分配								-2,000,000.00	-2,000,000.00		-2,000,000.00
3. 其他									-		-
（四）所有者权益内部结转									-		-
1. 资本公积转增资本（或股本）									-		-
2. 盈余公积转增资本（或股本）									-		-
3. 盈余公积弥补亏损									-		-
4. 其他									-		-
（五）专项储备									-		-
1. 本期提取									-		-
2. 本期使用									-		-
（六）其他									-		-
四、本年年末余额	10,000,000.00	-	2,048,290.99	-	-	-	1,795,232.06	9,828,112.20	23,671,635.25	3,621,494.63	27,293,129.88

母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	2015年1-5月										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他							
一、上年期末余额	10,000,000.00	-	-	-	2,056,160.98	-	-	-	1,795,232.06	-457,652.76	13,393,740.28
加：会计政策变更											-
前期差错更正											-
其他											-
二、本年期初余额	10,000,000.00	-	-	-	2,056,160.98	-	-	-	1,795,232.06	-457,652.76	13,393,740.28
三、本年增减变动金额 (减少以“-”号填列)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,492,523.38	5,492,523.38
(一) 综合收益总额										5,492,523.38	5,492,523.38
(二) 所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入的普通股											-
2. 其他权益工具持有者投入资本											-
3. 股份支付计入所有者权益的金额											-
4. 其他											-
(三) 利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 提取盈余公积											-

2. 对所有者（或股东）的分配												-
3. 其他												-
（四）所有者权益内部结转					-				-		-	-
1. 资本公积转增资本（或股本）												-
2. 盈余公积转增资本（或股本）												-
3. 盈余公积弥补亏损												-
4. 其他												-
（五）专项储备												-
1. 本期提取												-
2. 本期使用												-
（六）其他												-
四、本年年末余额	10,000,000.00	-	-	-	2,056,160.98	-	-	-	1,795,232.06	5,034,870.62		18,886,263.66

母公司所有者权益变动表（续）

单位：元

项目	2014 年度										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他							
一、上年期末余额	10,000,000.00	-	-	-	2,056,160.98	-	-	-	1,795,232.06	4,048,866.06	17,900,259.10
加：会计政策变更											-
前期差错更正											-
其他											-
二、本年期初余额	10,000,000.00	-	-	-	2,056,160.98	-	-	-	1,795,232.06	4,048,866.06	17,900,259.10
三、本年增减变动金额 （减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-4,506,518.82	-4,506,518.82
（一）综合收益总额										-506,518.82	-506,518.82
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入的普通股											-
2. 其他权益工具持有者投入资本											-
3. 股份支付计入所有者权益的金额											-
4. 其他											-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-4,000,000.00	-4,000,000.00

1. 提取盈余公积											-	-
2. 对所有者（或股东）的分配											-4,000,000.00	-4,000,000.00
3. 其他												-
（四）所有者权益内部结转												-
1. 资本公积转增资本（或股本）												-
2. 盈余公积转增资本（或股本）												-
3. 盈余公积弥补亏损												-
4. 其他												-
（五）专项储备												-
1. 本期提取												-
2. 本期使用												-
（六）其他												-
四、本年年末余额	10,000,000.00	-	-	-	2,056,160.98	-	-	-	1,795,232.06	-457,652.76		13,393,740.28

母公司所有者权益变动表（续）

单位：元

项目	2013 年度										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减：库 存股	其他综合 收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
		优先 股	永续 债	其他							
一、上年期末余额	10,000,000.00				2,056,160.98				1,671,011.58	4,930,881.71	18,658,054.27
加：会计政策变更											-
前期差错更正									70,010.32	630,092.89	700,103.21
其他											-
二、本年期初余额	10,000,000.00	-	-	-	2,056,160.98	-	-	-	1,741,021.90	5,560,974.60	19,358,157.48
三、本年增减变动金额 （减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	-	-	54,210.16	-1,512,108.54	-1,457,898.38
（一）综合收益总额										542,101.62	542,101.62
（二）所有者投入和减少资本											-
1. 股东投入的普通股											-
2. 其他权益工具持有者 投入资本											-
3. 股份支付计入所有者 权益的金额											-
4. 其他											-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-	54,210.16	-2,054,210.16	-2,000,000.00

1. 提取盈余公积									54,210.16	-54,210.16	-
2. 对所有者（或股东）的分配										-2,000,000.00	-2,000,000.00
3. 其他											-
（四）所有者权益内部结转											-
1. 资本公积转增资本（或股本）											-
2. 盈余公积转增资本（或股本）											-
3. 盈余公积弥补亏损											-
4. 其他											-
（五）专项储备											-
1. 本期提取											-
2. 本期使用											-
（六）其他											-
四、本年年末余额	10,000,000.00	-	-	-	2,056,160.98	-	-	-	1,795,232.06	4,048,866.06	17,900,259.10

### 三、公司报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况

#### （一）会计期间

公司的会计年度自公历每年一月一日起至十二月三十一日止。

本次申报期间为 2013 年 1 月 1 日至 2015 年 5 月 31 日。

#### （二）营业周期

本公司的营业周期为 12 个月，并且作为资产和负债的流动性划分标准。

#### （三）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

#### （四）记账基础和计量属性

本公司以权责发生制为记账基础。在对会计要素进行计量时，一般采用历史成本，在能保证所确定的会计要素金额能够取得并可靠计量的情况下，根据企业会计准则的要求采用重置成本、可变现净值、现值、公允价值计量。

#### （五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、分步实现企业合并过程中的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

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

#### 2、同一控制下企业合并

##### （1）个别财务报表

公司以支付现金、转让非现金资产、承担债务方式或以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付合并对价之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收

益。如果存在或有对价并需要确认预计负债或资产，该预计负债或资产金额与后续或有对价结算金额的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足的，调整留存收益。

对于通过多次交易最终实现企业合并的，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，在取得控制权日，长期股权投资初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。对于合并日之前持有的股权投资，因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的所有者权益其他变动，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时转入当期损益。

合并发生的各项直接相关费用，包括为进行合并而支付的审计费用、评估费用、法律服务费用等，于发生时计入当期损益；与发行权益性工具作为合并对价直接相关的交易费用，冲减资本公积，资本公积不足冲减的，依次冲减盈余公积和未分配利润；与发行债务性工具作为合并对价直接相关的交易费用，作为计入债务性工具的初始确认金额。

被合并方存在合并财务报表，则以合并日被合并方合并财务报表中归属于母公司的所有者权益为基础 确定长期股权投资的初始投资成本。

## （2）合并财务报表

合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。对于通过多次交易最终实现企业合并的，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，合并方在达到合并之前持有的长期股权投资，在取得日与合并方与被合并方同处于同一方最终控制之日孰晚日与合并日之间已确认有关损益、其他综合收益和其他所有者权益变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

被合并各方采用的会计政策与本公司不一致的，本公司在合并日按照本公司会计政策进行调整，在此基础上按照企业会计准则规定确认。

## 3. 非同一控制下企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为本公司在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性工具或债务性工具的公允价值。在合并合同中对可能影响合并成本的未来事项作出约定的，购买日如果估计未来事项很可能发生并且对合并成本的影响金额能够可靠计量的，也计入合并成本。

本公司为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益；本公司作为合并对价发行的权益性工具或债务性工具的交易费用，计入权益性工具或债务性工具的初始确认金额。

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

通过多次交换交易分步实现的非同一控制下企业合并，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

(1) 在个别财务报表中，合并日之前持有的股权投资采用权益法核算的，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

合并日之前持有的股权投资采用金融工具确认和计量准则核算的，以该股权投资在合并日的公允价值加上新增投资成本之和，作为合并日的初始投资成本。原持有股权的公允价值与账面价值之间的差额以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应全部转入合并日当期的投资收益。

(2) 在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期投资收益。

## (六) 合并财务报表的编制方法

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括母公司所控制的单独主体）均纳入合并财务报表。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

合并财务报表以本公司及子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料由本公司编制。

合并财务报表时抵销本公司与各子公司、各子公司相互之间发生的内部交易对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并股东权益变动表的影响。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额的，其余额仍应当冲减少数股东权益。在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司以及业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司以及业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司以及业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

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

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

#### **（七）现金及现金等价物的确定标准**

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（一般从购买日起，三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

#### **（八）外币业务折算**

外币业务交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率折合

成人民币记账。资产负债表日，外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。

以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，由此产生的汇兑差额作为公允价值变动损益计入当期损益。如属于可供出售外币非货币性项目的，形成的汇兑差额计入其他综合收益。

### （九）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

#### 1、单项金额重大并单独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	单项金额重大的标准指单项金额占应收款项账面余额 5% 以上的或是单项金额超过 50 万人民币。
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，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

#### 2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

组合名称	坏账准备计提方法
账龄分析法组合	账龄分析法
无风险组合	其他方法

##### （1）账龄分析法计提坏账准备

账龄	应收账款坏账准备 计提比例（%）	其他应收款坏账准备 计提比例（%）
1 年以内	3	3
1-2 年	10	10
2-3 年	20	20
3-4 年	50	50
4-5 年	80	80
5 年以上	100	100

##### （2）采用其他方法计提坏账准备

对于公司应收关联方的款项、员工暂借款（含备用金）、计提的应收银行存款利息等作为无风险组合，除若有证据表明存在减值之外，不计提坏账准备。

#### 3、单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	单项金额不超过 50 万元的其他应收款，单项金额不超过 50 万元的应收账款，存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项。
坏账准备的计提方法	根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

## （十）存货

### 1、存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。主要包括原材料、委托加工材料、在产品、自制半成品、产成品（库存商品）等。

### 2、发出存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时，采用加权平均法确定发出存货的实际成本。

### 3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，并按单个存货项目计提存货跌价准备，但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。

存货可变现净值的确定依据：①产成品可变现净值为估计售价减去估计的销售费用和相关税费后金额；②为生产而持有的材料等，当用其生产的产成品的可变现净值高于成本时按照成本计量；当材料价格下降表明产成品的可变现净值低于成本时，可变现净值为估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

### 4、存货的盘存制度

本公司的存货盘存制度为永续盘存制。

## （十一）长期股权投资

### 1、投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，具体会计政策详见本报告上述第五点同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法。

### （2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投

资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；发行或取得自身权益工具时发生的交易费用，可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

## 2、后续计量及损益确认

### (1) 成本法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算，并按照初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，本公司按照享有被投资单位宣告分派的现金股利或利润确认为当期投资收益。

### (2) 权益法

本公司对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算；对于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联营企业的权益性投资，采用公允价值计量且其变动计入损益。

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

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

本公司在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

本公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。

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

被投资单位以后期间实现盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值后，恢复确认投资收益。

### 3、长期股权投资核算方法的转换

#### (1) 公允价值计量转权益法核算

本公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。

原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

按权益法核算的初始投资成本小于按照追加投资后全新的持股比例计算确定的应享有被投资单位在追加投资日可辨认净资产公允价值份额之间的差额，调整长期股权投资的账面价值，并计入当期营业外收入。

#### (2) 公允价值计量或权益法核算转成本法核算

本公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，或原持有对联营企业、合营企业的长期股权投资，因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，在编制个别财务报表时，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

购买日之前持有的股权投资按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

(3) 权益法核算转公允价值计量本公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

#### (4) 成本法转权益法

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整。

#### (5) 成本法转公允价值计量

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

### 4、长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款之间的差额，应当计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- (1) 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

- (2) 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- (3) 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- (4) 一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，不属于一揽子交易的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

(1) 在个别财务报表中，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额计入当期损益。处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

(2) 在合并财务报表中，对于在丧失对子公司控制权以前的各项交易，处置价款与处置长期股权投资相应对享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益；在丧失对子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

(1) 在个别财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

(2) 在合并财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

## 5、共同控制、重大影响的判断标准

如果本公司按照相关约定与其他参与方集体控制某项安排，并且对该安排回

报具有重大影响的活动决策，需要经过分享控制权的参与方一致同意时才存在，则视为本公司与其他参与方共同控制某项安排，该安排即属于合营安排。

合营安排通过单独主体达成的，根据相关约定判断本公司对该单独主体的净资产享有权利时，将该单独主体作为合营企业，采用权益法核算。若根据相关约定判断本公司并非对该单独主体的净资产享有权利时，该单独主体作为共同经营，本公司确认与共同经营利益份额相关的项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司通过以下一种或多种情形，并综合考虑所有事实和情况后，判断对被投资单位具有重大影响：

(1) 在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表；(2) 参与被投资单位财务和经营政策制定过程；(3) 与被投资单位之间发生重要交易；(4) 向被投资单位派出管理人员；(5) 向被投资单位提供关键技术资料。

## (十二) 固定资产

### 1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，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：

- (1) 与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- (2) 该固定资产的成本能够可靠地计量。

### 2、固定资产分类和折旧方法

本公司固定资产主要分为：机器设备、运输设备、办公设备、其他等；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
机器设备	10	5%	9.5%
运输设备	10	5%	9.5%
办公设备	5	5%	19%
其他	3	5%	31.67%

### 3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

资产负债表日，本公司对固定资产检查是否存在可能发生减值的迹象，当存在减值迹象时应进行减值测试确认其可收回金额，按账面价值与可收回金额孰低计提减值准备，减值损失一经计提，在以后会计期间不再转回。

减值测试方法：对存在减值迹象的固定资产测试其可收回金额。

固定资产可收回金额根据资产公允价值减去处置费用后净额与资产预计未来现金流量的现值两者孰高确定。

固定资产的公允价值减去处置费用后净额，如存在公平交易中的销售协议价格，则按照销售协议价格减去可直接归属该资产处置费用的金额确定；或不存在公平交易销售协议但存在资产活跃市场或同行业类似资产交易价格，按照市场价格减去处置费用后的金额确定；或无法可靠估计固定资产的公允价值净额，则以该固定资产持有期间和最终处置时预计未来现金流量现值作为其可收回金额。

### （十三）在建工程

#### 1、在建工程的类别

本公司在建工程分为自营方式建造和出包方式建造两种。

#### 2、在建工程结转固定资产的标准和时点

本公司在建工程结转固定资产时点：工程完工达到预定可使用状态时，结转固定资产。预定可使用状态的判断标准：符合下列情况之一：

（1）固定资产的实体建造（包括安装）工作已经全部完成或实质上已经全部完成；

（2）已经试生产或试运行，并且其结果表明资产能够正常运行或能够稳定地生产出合格产品时，或者试运行结果表明能够正常运转或营业时；

（3）该项建造的固定资产上的支出金额很少或者几乎不再发生；

（4）所购建的固定资产已经达到设计或合同要求，或与设计或合同要求基本相符。

#### 3、在建工程减值测试方法、减值准备计提方法

资产负债表日，本公司对在建工程检查是否存在可能发生减值的迹象，当存在减值迹象时应进行减值测试确认其可收回金额，按账面价值与可收回金额孰低

计提减值准备，减值损失一经计提，在以后会计期间不再转回。

在建工程减值测试方法：对存在减值迹象的在建工程应当测试其可收回金额。

在建工程可收回金额根据资产公允价值减去处置费用后净额与资产预计未来现金流量的现值两者孰高确定。

#### （十四）借款费用

##### 1、借款费用资本化的确认原则

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

##### 2、资本化金额计算方法

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

暂停资本化期间：在购建或生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，应当暂停借款费用的资本化期间。

资本化金额计算：①借入专门借款，按照专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后金额确定；②占用一般借款按照累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率计算确定。资本化率为一般借款加权平均利率计算确定。③借款存在折价或溢价，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或溢价金额，调整每期利息金额。

实际利率法是根据借款实际利率计算其摊余折价或溢价或利息费用的方法。其中实际利率是借款在预期存续期间的未来现金流量，折现为该借款当前账面价值所使用的利率。

#### （十五）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，分别为①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。②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、使用寿命有限的无形资产使用寿命估计

本公司对使用寿命有限的无形资产，估计其使用寿命时通常考虑以下因素：①运用该资产生产的产品通常的寿命周期、可获得的类似资产使用寿命的信息；②技术、工艺等方面的现阶段情况及对未来发展趋势的估计；③以该资产生产的产品或提供劳务的市场需求情况；④现在或潜在的竞争者预期采取的行动；⑤为维持该资产带来经济利益能力的预期维护支出，以及公司预计支付有关支出的能力；⑥对该资产控制期限的相关法律规定或类似限制，如特许使用期、租赁期等；⑦与公司持有其他资产使用寿命的关联性等。

## 3、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：①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；②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。

## 4、无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法

资产负债表日，本公司对无形资产检查是否存在可能发生减值的迹象，当存在减值迹象时应进行减值测试确认其可收回金额，按账面价值与可收回金额孰低计提减值准备，减值损失一经计提，在以后会计期间不再转回。

无形资产减值测试方法：对存在减值迹象的无形资产应当测试其可收回金

额。

无形资产可收回金额根据资产公允价值减去处置费用后净额与资产预计未来现金流量的现值两者孰高确定。

5、内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准，以及开发阶段支出符合资本化条件的具体标准

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段的具体标准：为获取新的技术和知识等进行的有计划的调查阶段，应确定为研究阶段，该阶段具有计划性和探索性等特点；在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等阶段，应确定为开发阶段，该阶段具有针对性和形成成果的可能性较大等特点。

#### （十六）长期待摊费用

本公司长期待摊费用是指已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用，主要包括财产保险费、房屋装修费等。长期待摊费用按费用项目的受益期限分期摊销。长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

#### （十七）职工薪酬

##### 1、短期薪酬的会计处理方法

短期薪酬是指本公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬，离职后福利和辞退福利除外。本公司在职工提供服务的会计期间，将应付的短期薪酬确认为负债，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

##### 2、离职后福利的会计处理方法

离职后福利是指本公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。

离职后福利设定提存计划主要为参加由各地劳动及社会保障机构组织实施的社会基本养老保险、失业保险等。在职工为本公司提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司按照国家规定的标准和年金计划定期缴付上述款项后，不再有其他的支付义务。离职后福利设定受益计划主要为离退休人员支付的明确标准的统筹外福利、为去世员工遗属支付的生活费等。对于设定受益计划中承担的义务，在资产负债表日由独立精算师（根据企业实际撰写）使用预期累计福利单位法进行精算，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，其中：除非其他会计准则要求或允许职工福利成本计入资产成本，设定受益计划服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额在发生当期计入当期损益；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动在发生当期计入其他综合收益，且在后续会计期间不允许转回至损益。

### 3、辞退福利的会计处理方法

辞退福利是指本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿，在发生当期计入当期损益。

### 4、其他长期职工福利的会计处理方法

其他长期职工福利是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外的其他所有职工福利。对符合设定提存计划条件的其他长期职工福利，在职工为本公司提供服务的会计期间，将应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本；除上述情形外的其他长期职工福利，在资产负债表日由独立精算师使用预期累计福利单位法进行精算，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。

## （十八）预计负债

### 1、预计负债的确认标准

该义务是公司承担的现实义务，且履行该义务很可能导致经济利益流出，该义务的金额能够可靠地计量时确认该义务为预计负债。

## 2、预计负债的计量方法

按照履行相关现实义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，如所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同，最佳估计数为该范围内中间值确定；如涉及多个项目，按照各种可能结果及相关概率计算确定最佳估计数。

资产负债表日应当对预计负债账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能真实反映当前最佳估计数，应当按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

### （十九）收入

#### 1、商品销售收入

本公司销售商品收入同时满足下列条件的，予以确认：

- （1）将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- （2）即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；
- （5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

#### 2、提供劳务收入

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

- （1）收入的金额能够可靠计量；
- （2）相关的经济利益很可能流入企业；
- （3）交易的完工进度能够可靠地计量；
- （4）交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能可靠估计的情况下，按已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的部分确认收入，并按相同金额结转成本，不能得到补偿的部分，计入当期损益，不确认提供劳务收入。

## （二十）政府补助

### 1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，按照所建造或购买的资产使用年限分期计入营业外收入。

### 2、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

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

## （二十一）递延所得税资产和递延所得税负债

本公司递延所得税资产和递延所得税负债确认：

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，确定该计税基础为其差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、递延所得税资产的确认以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。如未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的，则减记递延所得税资产的账面价值。

## （二十二）会计政策和会计估计变更的说明

### 1、会计政策的变更

2014年初，财政部分别以财会[2014]6号、7号、8号、10号、11号、14号及16号发布了《企业会计准则第39号——公允价值计量》、《企业会计准则第30号——财务报表列报（2014年修订）》、《企业会计准则第9号——职工薪酬（2014年修订）》、《企业会计准则第33号——合并财务报表（2014年修订）》、《企业会计准则第40号——合营安排》、《企业会计准则第2号——长期股权投资（2014年修订）》及《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》，

要求自 2014 年 7 月 1 日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行，鼓励在境外上市的企业提前执行。同时，财政部以财会[2014]23 号发布了《企业会计准则第 37 号——金融工具列报(2014 年修订)》(以下简称“金融工具列报准则”)，要求在 2014 年年度及以后期间的财务报告中按照该准则的要求对金融工具进行列报。

本公司于 2014 年 7 月 1 日开始执行新颁布或修订的企业会计准则；因新准则的实施而进行的会计政策变更未对报告期内财务报表比较数据产生影响。

## 2、会计估计变更

本公司本财务报告期内无重大会计估计变更事项。

## 四、最近两年一期的主要财务指标

项目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总计(万元)	3,292.76	4,086.51	4,277.19
股东权益合计(万元)	2,376.88	2,566.91	2,729.31
归属于申请挂牌公司的股东权益合计(万元)	2,119.57	2,154.87	2,367.16
每股净资产(元)	2.38	2.57	2.73
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产(元)	2.12	2.15	2.37
资产负债率(母公司)	8.47%	21.06%	34.02%
流动比率(倍)	4.33	3.14	2.44
速动比率(倍)	4.19	3.05	2.39
项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
营业收入(万元)	1,135.52	3,738.76	3,609.58
净利润(万元)	-20.02	281.37	443.17
归属于申请挂牌公司股东的净利润(万元)	-35.30	187.71	381.75
扣除非经常性损益后的净利润(万元)	-93.98	102.26	210.94
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)	-109.26	8.59	149.52
毛利率	40.08%	52.87%	44.22%
净资产收益率	-0.84%	10.96%	16.24%
扣除非经常性损益后净资产收益率	-3.95%	3.98%	7.73%
基本每股收益(元/股)	-0.02	0.28	0.44
稀释每股收益(元/股)	-0.02	0.28	0.44
应收账款周转率(次)	2.77	9.20	19.55
存货周转率(次)	12.93	40.54	58.49

经营活动产生的现金流量净额（万元）	-272.95	427.34	1,085.43
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.27	0.43	1.09

备注：净资产收益率和每股收益的计算按照证监会公告[2010]2号——《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）规定计算。

### （一）盈利能力分析

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度营业收入分别为 1,135.52 万元、3,738.76 万元、3,609.58 万元，毛利率分别为 40.08%、52.87%、44.22%。公司 2015 年 1-5 月的业务收入较小。公司主要业务包括广告宣传业务、策划宣传业务、展览展庆业务和书籍编辑印发。

公司主要收入类型为广告宣传业务、策划宣传业务、展览展庆业务、书刊编制印发。展览及策划宣传业务仍是公司未来业务收入的主要来源。公司凭借多年的展览承做经验及主题展厅的宣传效果，对政府客户需求的掌握和理解更加敏锐和准确，展览业务已取得不错的成绩和口碑，收入上有继续提升的空间。策划宣传业务为公司主要收入来源之一，公司未来将继续加大业务开发力度，进一步提高公司业绩。

公司拥有的广告媒体资源在 2013 年度及 2014 年度为公司带来稳定的广告宣传收入。但公司拥有的媒体资源形态较为传统，较易受到网络媒体、新媒体等新兴媒体的冲击，预计现有广告宣传业务和书刊编制印发的业务收入增长在未来将进一步放缓。展庆业务受“八项规定”等政府政策的影响，报告期内收入也呈现出下降趋势。报告期内公司开展的部分新项目，如华亿文创的创意门店业务、与台湾投资方共同投资的华亿漫画项目，以及数码速印业务均业绩不佳，影响了公司业务收入的持续增长。公司未来将开拓新的产品、业务和市场以发展原本积累的优势。

### （二）偿债能力分析

#### 1、长期偿债能力分析

公司 2015 年 5 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日的资产负债率分别为 8.47%、21.06%和 34.02%，公司主要依靠自有资金进行经营，随着后期子公司的设立也业务独立，公司逐渐将业务转移到相关主体，母公司资产负债率下降。

#### 2、短期偿债能力分析

公司 2015 年 5 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日的流动比率分别为 4.33、3.14 和 2.44，速动比率分别为 4.19、3.05 和 2.39。从整体来看，目前公司短期偿债相关指标较高，短期偿债能力较强。

### （三）营运能力分析

公司 2015 年 1-5 月、2014 年、2013 年应收账款周转率分别为 2.77、9.20 和 19.55。公司应收账款周转速度较快，公司收入规模占比较大的为策划宣传业务、展览展庆业务，策划宣传业务在项目完成时确认收入，展览展庆业务中除大型展览活动按完工进度百分比法确认收入，其余在项目完工时确认收入，因此应收账款一般只反映项目尾款，大额与收入相关的往来的预收账款中体现，应收账款占收入比重较小。2015 年应收账款周转率下降系受收入规模下降的影响。

从总体上看，公司应收账款余额处于合理水平，应收账款质量较好，信用风险较低，不能收回的风险较小。

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度存货周转率分别为 12.93、40.54 和 58.49，公司存货周转速度较快，存货期末余额主要包含为项目采购的商品及零星工程支出及其他低值易耗品。由于公司主要业务为策划宣传业务、展览展庆业务等，不涉及大量商品销售，存货占总资产比重较小。2015 年存货周转率下降系受成本下降的影响。

### （四）现金流量分析

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额（元）	-2,729,473.71	4,273,391.24	10,854,282.25
投资活动产生的现金流量净额（元）	-50,388.03	-965,795.20	-3,709,470.84
筹资活动产生的现金流量净额（元）	-1,700,000.00	-4,437,800.00	524,600.00
现金及现金等价物净增加额（元）	-4,479,861.74	-1,130,203.96	7,669,411.41

#### 1、经营活动现金流量

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度经营活动产生的现金流量净额分别为-2,729,473.71 元、4,273,391.24 元、10,854,282.25 元。2014 年度相比 2013 年度经营活动产生的现金流量降低 6,580,891.01，降低比例 60.63%，主要系销售商品、提供劳务收到的现金下降以及 2014 年度支付给员工的工资有所增加。

2015 年度经营活动产生现金流量为负，影响因素包括公司的政府补助一般在下半年取得，2015 年度 1-5 月的政府补助较以往年度较小，购买商品、接受劳务支付的现金有所上升。

## 2、投资活动现金流量

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度投资活动产生的现金流量净额分别为-50,388.03 元、-965,795.20 元、-3,709,470.84 元。2013 年投资支出系对华亿漫画的投资、固定资产的采购；2014 年度、2015 年度主要系固定资产采购支出。

## 3、筹资活动现金流量

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度筹资活动产生的现金流量净额分别为-1,700,000.00 元、-4,437,800.00 元、524,600.00 元，公司历年来施行股利分配政策，2013 年度产生正的筹资活动系引入少数股东的增资款。

# 五、公司报告期利润形成的有关情况

## （一）公司主要收入类型和具体确认方法

公司是一家以内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务为核心，兼营文化创意产业多项投资运营等项目，是集杂志出版、内容供应、视觉创意、媒介运营、展览服务、展庆执行等多项商业功能于一体的智力密集型文化创意产业经营实体。收入具体分类及确认方式如下：

1、广告宣传业务：公司广告收入包括自营和代理两种模式。广告自营收入来源于公司拥有的 7 座天桥 LED 广告屏；广告代理收入来源于户外看板和立柱、位于厦门北站候车亭的 2 个实体展位等。公司按广告发布期确认收入；

2、策划宣传业务：策划宣传业务主要包括品牌创意设计、影视制作宣传、活动策划传播。公司采用个案服务的原则,即针对不同品牌、受众和不同传播理念进行完整独立的分案设计。对在同一会计年度内开始并完成的劳务,于完成劳务并且劳务交易结果能够可靠估计的时候确认收入(一般以客户在业务确认函上签字或盖章为准);如果劳务的开始和完成分属不同的会计年度,则在提供劳务已经完成并且劳务交易的结果能够可靠估计的情况下,于劳务完成的年度确认相关的劳务收入。如果在资产负债表日提供劳务交易结果不能可靠估计的,区分以下情况处理:(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,则不确认提供劳务收入。项目结束后,对合同约定经费需由财政审核中心审核确认为准,在财政审核中心审核后确认收入;在项目竣工后,按工程结算报告或实际投入使用后确认收入和成本;

3、展览展庆收入：展览展庆活动收入的确认方式与策划宣传业务一致；

4、书刊编辑印发

(1) 图书编辑出版收入：图书编辑出版业务在客户签字确认后出版印刷，实现销售后确认收入；

(2) 书籍编辑制作：公司签订书籍编辑制作合同时，对方会指定执行签字任可人，在执行签字任可人确认后印刷，由印刷厂将书刊交付客户并取得验收单时确认收入；

(3) 印刷收入：客户验收后确认收入。

## (二) 公司最近两年一期收入构成

### 1、营业收入的主要构成情况

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
主营业务收入	11,355,177.01	100.00	37,387,552.94	100.00	36,095,837.63	100.00
其他业务收入	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>营业收入合计</b>	<b>11,355,177.01</b>	<b>100.00</b>	<b>37,387,552.94</b>	<b>100.00</b>	<b>36,095,837.63</b>	<b>100.00</b>

### 2、按产品种类划分的主营业务收入

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
广告宣传业务	3,520,468.99	31.00	11,086,882.88	29.65	7,725,245.74	21.40
策划宣传业务	3,129,680.72	27.56	8,040,856.03	21.51	11,029,700.05	30.56
展览展庆业务	3,275,865.19	28.85	9,929,321.93	26.56	9,864,091.62	27.33
书刊编制印发	1,296,217.29	11.42	8,016,980.77	21.44	7,395,299.69	20.49
其他	132,944.82	1.17	313,511.33	0.84	81,500.53	0.23
<b>合计</b>	<b>11,355,177.01</b>	<b>100.00</b>	<b>37,387,552.94</b>	<b>100.00</b>	<b>36,095,837.63</b>	<b>100.00</b>

### 3、按区域种类划分的主营业务收入

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
福建	11,355,177.01	100.00	37,387,552.94	100.00	36,095,837.63	100.00
福建以外	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>合计</b>	<b>11,355,177.01</b>	<b>100.00</b>	<b>37,387,552.94</b>	<b>100.00</b>	<b>36,095,837.63</b>	<b>100.00</b>

### 4、收入和利润总额的变动趋势及原因

项目	2015年1-5月	2014年度		2013年度
	营业收入(元)	营业收入(元)	变动率	营业收入(元)
营业收入	11,355,177.01	37,387,552.94	3.58%	36,095,837.63
营业成本	6,803,789.98	17,620,842.08	-12.49%	20,135,394.16
营业利润	-672,087.50	2,457,126.17	-27.64%	3,395,790.06
利润总额	314,015.78	4,845,324.09	-25.37%	6,492,210.79
净利润	-200,233.71	2,813,735.02	-36.51%	4,431,707.82

报告期内，公司2014年度收入较2013年度上升3.58%，成本降低12.49%，展览展庆业务和策划宣传业务成本降低幅度较大，主要系收入确认方式和业务结构的影响。2014年度营业利润、利润总额和净利润分别下降27.64%、25.37%和36.51%，主要系2014年人工支出有所增加，华亿漫画项目经营失败计提减值准备至长期股权投资为零，对利润影响较大。

2015年1-5月公司营业收入为11,355,177.01元，收入规模有所缩减，成本及费用支出并未减少，直接导致经营亏损，但公司依赖于其所取得的政府补助仍实现正的利润总额。从整体上看，公司面临业务转型阶段，未来主要加大力度拓展展览业务，维持策划宣传业务收入水平，面对新媒体改革，减弱纸媒的销售，开发新的媒体形式。

### (三) 主营业务毛利及毛利率分析

报告期内分产品毛利分析表如下：

单位：元

类别	收入	成本	毛利	毛利率
<b>2015年1-5月</b>				
广告宣传业务	3,520,468.99	1,193,899.46	2,326,569.53	66.09%
策划宣传业务	3,129,680.72	2,474,035.42	655,645.30	20.95%
展览展庆业务	3,275,865.19	2,483,819.44	792,045.75	24.18%
书刊编制印发	1,296,217.29	554,577.96	741,639.33	57.22%
其他	132,944.82	97,457.70	35,487.12	26.69%
<b>合计</b>	<b>11,355,177.01</b>	<b>6,803,789.98</b>	<b>4,551,387.03</b>	<b>40.08%</b>
<b>2014年度</b>				
广告宣传业务	11,086,882.88	3,283,017.98	7,803,864.90	70.39%
策划宣传业务	8,040,856.03	4,905,821.35	3,135,034.68	38.99%
展览展庆业务	9,929,321.93	5,715,648.44	4,213,673.49	42.44%
书刊编制印发	8,016,980.77	3,533,067.79	4,483,912.98	55.93%
其他	313,511.33	183,286.52	130,224.81	41.54%
<b>合计</b>	<b>37,387,552.94</b>	<b>17,620,842.08</b>	<b>19,766,710.86</b>	<b>52.87%</b>

2013 年度				
广告宣传业务	7,725,245.74	2,661,683.76	5,063,561.98	65.55%
策划宣传业务	11,029,700.05	7,524,353.55	3,505,346.50	31.78%
展览展庆业务	9,864,091.62	6,561,990.52	3,302,101.10	33.48%
书刊编制印发	7,395,299.69	3,343,653.61	4,051,646.08	54.79%
其他	81,500.53	43,712.72	37,787.81	46.37%
<b>合计</b>	<b>36,095,837.63</b>	<b>20,135,394.16</b>	<b>15,960,443.47</b>	<b>44.22%</b>

### 1、广告宣传业务

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度广告宣传业务收入分别为 3,520,468.99 元、11,086,882.88 元、7,725,245.74 元，毛利率分别为 66.09%、70.39%、65.55%。公司媒体形式主要包括天桥 LED 广告屏、户外看板和立柱、北站展位、台海杂志等其他书媒，广告宣传业务的主要成本包括 LED 广告屏折旧、维护支出、广告发布费、电费。公司 2014 年度毛利率较高，系 2014 年度广告宣传业务业务模块最大的天桥 LED 广告屏收入较 2013 年度上升 25.48%，LED 广告屏最大成本支出为折旧费，2014 年度部分广告屏折旧年限到期，折旧费整体下降。2015 年受新媒体冲击及春节淡季影响，广告宣传业务收入规模略显缩减，毛利率降低。

### 2、策划宣传业务

策划宣传业务主要包括品牌创意设计、影视制作宣传、活动策划传播。公司采用个案服务的原则，即针对不同品牌、受众和不同传播理念进行完整独立的方案设计。

公司在公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度策划宣传业务收入分别为 3,129,680.72 元、8,040,856.03 元、11,029,700.05 元，毛利率分别为 20.95%、38.99% 和 31.78%，毛利率的变化系业务结构变化以及发生的成本是否有政府补偿的影响。2013 年度最大的活动策划项目国际花园城市总决赛（占收入总额 24.70%）在 2014 年进行财政审核，根据历史经验，财审对收入的调整力度大，由于收入无法可靠估计，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，故该项目在 2013 年度毛利率体现为 0，导致 2013 年度毛利率低于 2014 年度。2015 年度毛利率较 2014 年度下降 18.04%，主要系本年度微电影节（占收入比重 23.57%），该存在政府补助情形，收入确认较小。

与同行业相比的毛利率情况如下：

股份代码	名称	2014 年度毛利率	2013 年度毛利率
------	----	------------	------------

831803	炫泰文化	26.54%	28.23%
831975	温迪数字	48.67%	32.71%
	平均值	37.61%	30.47%
	华亿传媒	38.99%	31.78%

炫泰文化（831803）和温迪数字（831975）主营业务均为通过为客户提供公共关系服务，包括品牌传播、公共事务、媒介关系、产品推广、公关活动、策展活动、企业社会责任等一体化的链条式服务，以帮助客户实现在产品营销推广、媒体宣传、品牌价值提升等目的，从而收取服务费用。公司策划宣传业务毛利率与同行业平均水平相当。

### 3、展览展庆业务

公司业务模块之一为展庆活动的策划、布置、执行和大型文化主题展馆布展项目的综合解决方案。

公司通过招投标或会议指定方式取得展览展庆活动。在项目中标后，公司指定现场项目负责人和策划团队，公司在对方提供的现有设施平面图、展陈内容、大纲、展品名录和规格、有关史料、素材、图片等资料基础上对其进行深化设计，方案经客户评审通过后，公司会在投标价格基础上根据深化图纸编制项目预算及报价清单，公司按照报价清单与客户签订总承包合同。项目完工后，结算报告书对合同价格所有调整的，公司亦会根据结算审计报告中的调整内容相应调整各项业务收入。公司主要客户资源为政府部门及事业单位，公司依托厦门日报社党报资讯信息优势，对政府主题展有更强的理解能力，并通过政府教育展厅传播华亿传媒陈列设计成果的口碑。

展览活动活动的主要成本包括公司人工成本、委外设计施工成本（物料由施工方提供），项目人员现场费用；展庆活动主要也采用外包方式，由外包方进行策划、物料购买，公司派出员工进行现场监督。

2015年1-5月、2014年度、2013年度展览展庆业务收入总额分别为3,275,865.19元、9,929,321.93元、9,864,091.62元，毛利率分别为24.18%%、42.44%%、33.48%。公司2014年展览展庆业务毛利率明显高于其他两个期间，主要系《陈嘉庚先生创办集美学校100周年教育成果展》陈列设计与施工项目在2013年度开始执行并跨年度执行，该项目需要财政审核后确认整体收入金额，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，该项目在2013年度毛利率体现为0，2014年发生成本支出较低的情况下，导致整体毛利率较高。

与同行业相比，公司展览展庆活动毛利率情况如下：

股份代码	名称	2014 年度毛利率	2013 年度毛利率
831023	北展股份	60.00%	63.97%
831946	名洋会展	49.94%	40.86%
	平均值	54.97%	52.42%
	华亿传媒	50.42%	33.49%

北展股份（831023）主要从事展览展示服务、礼仪庆典服务、会议服务；名洋会展（831946）目前主要立足于会展项目的组织承办、为行业展览主办机构提供主场运营服务、为参展商提供展位创意设计及服务。与公司在细分行业存在差异，毛利率差异较大。

#### 4、书刊编辑印发业务

公司书刊编辑印发业务包括图书编辑出版收入、内刊编辑制作收入和印刷收入。

（1）图书编辑出版收入：公司对作者提供的文字进行编辑、内容丰富并通过出版社出版，取得图书后进行销售，公司目前拥有的图书为《最闽南》，主要以零售方式进行销售。图书编辑出版涉及的成本为人工支出、刊号、印刷费。图书编辑出版业务在客户签字确认后出版印刷，实现销售后确认收入。报告期内公司仅在 2014 年度对《最闽南》进行少量印刷，由于二次印刷，仅发生少量的印刷成本。

（2）书籍编辑制作：公司书籍编辑类型主要包括内刊编辑制作和图书编辑制作。内刊如《钻石会》、《联客会》、《禹州》、《翔安夜刊》的编辑制作，公司通过销售刊物取得收入，涉及的成本包括人工支出、稿酬支出、印刷成本。公司签订书籍编辑制作合同时，对方会指定执行签字任可人，在执行签字任可人确认后印刷，由印刷厂将书刊交付客户并取得验收单时确认收入。

（3）印刷收入：公司旗下的华亿速印主要从事图文影像输出、数码印刷、平面设计及印后装订等业务。公司书籍印刷采用外包的方式。印刷收入涉及的成本主要为耗材支出，由于华亿速印近年来累计经营亏损，并未给公司带来可观利润，公司于 2014 年底不再经营印刷业务，接收的少量业务采用外包的方式。

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度书刊编辑印发收入分别为 1,296,217.29 元、8,016,980.77 元、7,395,299.69 元，毛利率分别为 57.22%、55.93%、54.79%。由于图书编辑出版收入和印刷收入在报告期内占比很小，此类收入主要来源于书籍编辑制作，毛利率较为稳定。公司 2015 年 1-5 月受媒体变革影响，公司以纸媒为介质的宣传物销量有所萎缩。

(四) 公司期间费用的变动及分析

报告期内公司期间费用及结构分析表

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
营业收入	11,355,177.01	37,387,552.94	36,095,837.63
营业成本	6,803,789.98	17,620,842.08	20,135,394.16
销售费用	1,942,294.76	7,434,821.16	5,402,533.73
管理费用	3,224,899.43	7,473,107.59	6,911,826.20
财务费用	-238,140.29	-629,888.65	-843,885.88
销售费用占营业收入比重	17.10%	19.89%	14.97%
管理费用占营业收入比重	28.40%	19.99%	19.15%
财务费用占营业收入比重	-2.10%	-1.68%	-2.34%

公司 2015 年 1-5 月、2014 年、2013 年费用总额分别为 4,929,053.90 元、14,278,040.10 元、13,650,718.27 元，占营业收入比重分别为 43.41%、38.19%、31.78%。费用且占营业收入比重逐渐升高。

1、销售费用

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度的销售费用具体构成如下表所示：

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占比	金额(元)	占比	金额(元)	占比
薪酬支出	1,703,702.96	87.72%	4,898,298.15	65.88%	4,510,869.07	83.50%
折旧费	121,827.06	6.27%	433,180.41	5.83%	433,921.44	8.03%
房租	71,442.00	3.68%	334,809.00	4.50%	175,641.97	3.25%
设计基地策划费	0.00	0.00%	500,093.33	6.73%	120,000.00	2.22%
广告费	0.00	0.00%	552,830.21	7.44%	0.00	0.00%
交通费	14,345.20	0.74%	54,301.00	0.73%	53,226.10	0.99%
其他	30,977.54	1.59%	661,309.06	8.89%	108,875.15	2.02%
<b>合计</b>	<b>1,942,294.76</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,434,821.16</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,402,533.73</b>	<b>100.00%</b>

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度销售费用分别为 1,942,294.76 元、7,434,821.16 元、5,402,533.73 元，占收入比重分别为 17.10%、19.89%和 14.97%。销售费用占收入比重表现平稳，实质上收入和销售费用均有所下降。公司销售费用主要核算销售人员工资、折旧费、房租等。公司销售人员工资与绩效挂钩，2015 年 1-5 月业绩缩减，薪酬支出降低幅度大。

## 2、管理费用

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度的管理费用具体构成如下表所示：

项目	2015 年 1-5 月		2014 年度		2013 年度	
	金额（元）	占比	金额（元）	占比	金额（元）	占比
薪酬支出	2,119,117.45	65.72%	4,743,157.55	63.46%	4,489,980.03	64.96%
咨询顾问费	191,867.01	5.95%	41,135.00	0.55%	15,000.00	0.22%
办公费	164,557.38	5.10%	567,470.82	7.59%	606,320.33	8.77%
业务招待费	159,512.91	4.95%	254,382.11	3.40%	236,652.79	3.42%
房租	146,239.32	4.53%	330,286.42	4.42%	342,690.87	4.96%
折旧费用	94,549.07	2.93%	221,953.25	2.97%	181,218.34	2.62%
装修费摊销	20,384.82	0.63%	277,954.73	3.72%	174,092.56	2.52%
无形资产摊销	20,033.25	0.62%	100,294.07	1.34%	92,540.12	1.34%
其他	308,638.22	9.57%	936,473.64	12.53%	773,331.16	11.19%
合计	<b>3,224,899.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,473,107.59</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,911,826.20</b>	<b>100.00%</b>

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度的管理费用分别为 3,303,415.34 元、7,473,107.59 元、6,911,826.20 元，占收入比重分别为 28.40%、19.99%、19.15%。管理费用占收入比重呈上升趋势，管理费用多数为固定成本支出，占比变化主要是收入规模下降。公司管理费用主要核算管理员工资、咨询顾问费、办公费、业务招待费和房租。工资变动系 2014 年度基本工资提升，2015 年咨询顾问费为新三板顾问费支出，装修费摊销变动主要系华亿文创销售门店在 2014 年关闭，与其相关的摊销支出在 2014 年度摊销完毕。

## 3、财务费用

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度的财务费用具体构成如下表所示：

单位：元

类别	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
利息支出	0.00	0.00	31,888.89
减：利息收入	240,420.83	635,544.82	876,758.74
其他	2,280.54	5,656.17	983.97
合计	<b>-238,140.29</b>	<b>-629,888.65</b>	<b>-843,885.88</b>

报告期内财务费用主要系利息收入和手续费支出。

## （五）重大投资收益

报告期内的重大投资收益情况如下：

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
权益法核算的长期股权投资收益	0.00	0.00	-550,000.00

权益法核算的长期股权投资收益金额系公司对联营企业厦门华亿漫画创意有限公司所持股权（公司持股 20%）权益法核算产生的投资损失。

公司股东为突破区域市场局限、拓展关联产业平台经过，经过长期的商务谈判、尽职调查，公司与厦门我样漫画有限公司、厦门华益工贸有限公司于 2013 年 3 月 15 日共同出资设立厦门华亿漫画，其中公司持股 20%，出资额 300 万元，可以对公司实际经营产生重大影响。华亿漫画运行初期，就出现杂志实销率低、现金流倒挂的不利局面，截止至 2013 年 12 月 31 日，华亿漫画累计经营亏损 266.09 万元，根据权益法应确认投资损失 53.22 万元。由于华亿漫画报表取得的滞后性，在 2013 年度出具审计报告时未取得华亿漫画报表，公司根据实际情况按 55 万确定投资损失，由于计提差异较小，未超过重要性水平，在后期审计过程中未进行前期更正。

为推进华亿漫画授权业务、衍生业务、培训业务等全面发展，公司 2014 年上年年与中国邮政集团公司报刊发行局达成杂志发行全面战略合作及全国千个漫画亭发展战略合作计划，取得一定收益，但仍无法扭转现金流枯竭的局面。后期公司通过多方途径进行交涉谈判均难以达到目的。为避免扩大损失，引起不稳定，2014 年 9 月华亿漫画召开董事会，决议自 9 月 30 日华亿漫画停止经营，由于华亿漫画已严重缺乏清偿能力，未再聘请财务人员，2014 年资产负债表日无法按权益法核算投资损益，鉴于华亿漫画实际经营情况和谨慎性原则，将对华亿漫画的长期股权投资计提减值至 0。

## （六）非经常性损益情况

1、公司报告期内非经常性损益明细表如下：

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1,151,853.36	2,443,023.00	3,152,471.00
非流动资产处置损失合计	6,953.97	238,575.42	-
对外捐赠	0.00	0.00	200,000.00

除上述各项之外的营业外收支净额	-158,796.11	183,750.34	143,949.73
<b>非经常性损益总额合计</b>	<b>986,103.28</b>	<b>2,388,197.92</b>	<b>3,096,420.73</b>
减：所得税影响金额	246,525.82	597,049.48	774,105.18
<b>非经常性损益净额合计</b>	<b>739,577.46</b>	<b>1,791,148.44</b>	<b>2,322,315.55</b>
<b>净利润</b>	<b>-200,233.71</b>	<b>2,813,735.02</b>	<b>4,431,707.82</b>
<b>占当期净利润的比例</b>	<b>-369.36%</b>	<b>63.66%</b>	<b>52.40%</b>

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度非经常性损益占净利润比重分别为-369.36%、63.66%、52.40%，从净利润结构上看，公司对政府补助存在较大的依赖，详见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“十四、（九）公司对政府补助存在较大依赖的情形”。

公司政府补助最大来源于海峡两岸视觉创意设计基地项目的中央补助和市委宣传部补助，收到的补助资金共 400 万元，项目资金用于漫画项目、“来去厦门”、品牌门店、创意微电影节、台海新闻摄影大赛、两岸原创动漫嘉年华等活动支出，公司补助资金用于弥补已发生活动的费用支出。

公司 2013 年度取得漫画创意产业项目补助资金 100 万用于华亿漫画的投资建设，项目总投资额 300 万元，后期经营亏损已关闭，经营损失在 2013 年度确认投资损失 55 万，2014 年企业持续亏损不再进行经营活动。根据华亿漫画实际情况和谨慎性原则，2014 年度将投资款计提减值至 0，政府资金补助降低了公司的累计亏损，但并未实质从中获利。

## 2、政府补助明细如下：

单位：元

序号	项目	形式	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度	与资产相关 /与收益相关
1	中央海峡两岸视觉创意设计基地项目补助	货币资金	208,333.35	500,000.00	1,250,000.00	收益相关
2	印客互动平台建设补助款	货币资金	19,722.01	376,023.00		收益相关
3	《台海》杂志入岛发行经费	货币资金		300,000.00	300,000.00	收益相关
4	台海图片社系统升级经费	货币资金			523,545.00	收益相关
5	市海峡两岸视觉创意设计基地项目补助	货币资金		1,000,000.00		收益相关
6	漫画创意产业项目补助	货币资金			1,000,000.00	收益相关
7	微电影项目补助款	货币资金	800,000.00			收益相关
8	政府奖励金	货币资金	123,798.00	267,000.00	78,926.00	收益相关
	<b>合计</b>	-	<b>1,151,853.36</b>	<b>2,443,023.00</b>	<b>3,152,471.00</b>	-

公司享受上述财政补贴的依据如下（以上面表格的序号顺序做如下列示）：

1、根据《财政部关于下达 2013 年文化产业发展专项资金的通知》（财文资[2013]23 号）及《海峡两岸（厦门）视觉创意设计基地项目可行性研究报告》，厦门华亿传媒集团有限公司作为海峡两岸（厦门）视觉创意设计基地项目的挂牌单位自 2011 年 6 月进行项目建设，建设周期为 6 年，公司自 2013 年取得项目补贴作为专项应付款按建造年限进行摊销。（厦委宣财[2014]17 号）

2、根据《中共厦门市委宣传部关于厦门日报社申请 2014 年宣传文化发展专项资金请示的批复》，同意批复厦门华亿传媒集团城市形象推广智能应用——印客互动平台建设补助经费 80 万元，公司按已发生的成本支出确认收益。

3、根据《关于厦门日报社申请 2013 年宣传文化事业经费请示的批复》（厦委宣财[2013]17 号），公司取得《台海》杂志入岛发行经费 30 万；

根据《中共厦门市委宣传部关于厦门日报社申请 2014 年宣传文化发展专项资金请示的批复》，公司取得《台海》杂志入岛发行补助经费 30 万。

4、根据《关于厦门日报社申请 2013 年宣传文化事业经费请示的批复》（厦委宣财[2013]17 号），公司取得台海图片社硬件升级经费 50 万；

根据《关于厦门日报社申请宣传文化事业经费请示的批复》（厦委宣财[2008]20 号），公司取得台海杂志社购置闽台民俗信息采集系统设备补助 30 万，公司对尾款进行确认。

5、根据《中共厦门市委宣传部关于厦门日报社申请 2014 年宣传文化发展专项资金请示的批复》，同意批复厦门华亿传媒集团海峡两岸（厦门）视觉创意设计基地举办两岸交流活动项目补助经费 100 万。用于台湾摄影大赛项目经费支出、双年展项目经费支出、微电影项目经费支出、海峡两岸视觉创意设计基地经费支出。

6、根据《关于厦门日报社申请 2013 年宣传文化事业经费请示的批复》（厦委宣财[2013]17 号），公司取得漫画创意产业项目补助 100 万。

7、根据财政部下发的财教[2014]274 号通知，公司取得两岸微电影交流服务平台项目补助资金 200 万元，公司按照项目进度确认政府补助。

8、根据《关于拨付 2014-2015 年度厦门市 50 家重点文化企业奖励资金的通知》厦门华亿传媒集团有限公司取得创意设计企业奖励金 10 万。

## （七）报告期内适用税率及主要财政税收优惠政策

### 1、主要税种及税率

税种	计税依据	税率		
		2015年1-5月	2014年度	2013年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	3%、6%、13%、17%	3%、6%、13%、17%	3%、6%、13%、17%
营业税	按税法规定计算的应税收入计征	3%-5%	3%-5%	3%-5%
城市维护建设税	按实际缴纳的营业税、增值税及消费税计征	7%	7%	7%
企业所得税	按应纳税所得额计征	25.00%	25.00%	25.00%
教育费附加	按实际缴纳的营业税、增值税及消费税计征	3.00%	3.00%	3.00%
地方教育费附加	按实际缴纳的营业税、增值税及消费税计征	2.00%	2.00%	2.00%

## 2、税收优惠及批文

报告期内公司未享受税收优惠政策。

## 六、主要资产情况

公司报告期内主要资产状况：

项目	2015.5.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额（元）	占总资产比例	金额（元）	占总资产比例	金额（元）	占总资产比例
货币资金	23,472,406.28	71.28%	27,952,268.02	68.40%	29,082,471.98	67.99%
应收账款	2,780,949.65	8.45%	5,417,871.87	13.26%	2,707,908.36	6.33%
预付款项	291,021.44	0.88%	634,339.18	1.55%	184,633.41	0.43%
其他应收款	1,061,173.15	3.22%	1,017,845.82	2.49%	1,031,516.46	2.41%
存货	608,616.58	1.85%	444,111.52	1.09%	425,243.47	0.99%
<b>流动资产合计</b>	<b>28,214,167.10</b>	<b>85.69%</b>	<b>35,466,436.41</b>	<b>86.79%</b>	<b>33,431,773.68</b>	<b>78.16%</b>
长期股权投资	0.00	0.00%	0.00	0.00%	2,450,000.00	5.73%
固定资产	3,655,000.53	11.10%	4,332,262.85	10.60%	5,747,206.34	13.44%
在建工程	0.00	0.00%	0.00	0.00%	275,641.02	0.64%
无形资产	308,934.85	0.94%	72,577.49	0.18%	185,345.99	0.43%
长期待摊费用	1,872.54	0.01%	22,257.36	0.05%	168,928.31	0.39%
递延所得税资产	747,663.31	2.27%	971,575.65	2.38%	513,021.58	1.20%
<b>非流动资产合计</b>	<b>4,713,471.23</b>	<b>14.31%</b>	<b>5,398,673.35</b>	<b>13.21%</b>	<b>9,340,143.24</b>	<b>21.84%</b>
<b>资产总计</b>	<b>32,927,638.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>40,865,109.76</b>	<b>100.00%</b>	<b>42,771,916.92</b>	<b>100.00%</b>

公司 2015 年 5 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日资产总额

分别为 32,927,638.33 元、40,865,109.76 元和 42,771,916.92 元。公司资产规模整体保持增长的态势。具体分析如下：

### (一) 货币资金

单位：元

项目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
现金	74,610.30	32,929.90	24,565.16
银行存款	23,397,795.98	27,919,338.12	29,057,906.82
<b>合计</b>	<b>23,472,406.28</b>	<b>27,952,268.02</b>	<b>29,082,471.98</b>

公司期末货币资金主要由银行存款构成。公司属于轻资产企业，对固定资产的投入较小，公司日常留存较多流动资金作为银行定期存款。整体上看公司资金可以满足企业生产经营需求。

### (二) 应收账款

#### 1、应收账款整体情况

单位：元

项目	2015年1-5月 /2015.5.31	2014年度 /2014.12.31	2013年度 /2013.12.31
账面余额	2,914,884.39	5,523,220.79	2,783,912.06
坏账准备	133,934.74	105,348.92	76,003.70
账面价值	2,780,949.65	5,417,871.87	2,707,908.36
营业收入	11,355,177.01	37,387,552.94	36,095,837.63
资产总额	32,927,638.33	40,865,109.76	42,771,916.92
账面余额占营业收入比例	25.67%	14.77%	7.71%
账面价值占流动资产总额比例	8.45%	13.26%	6.33%
应收账款周转率	2.77	9.20	19.55

从各期末应收账款余额占营业收入的比重来看，公司 2015 年 5 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日的占比分别为 25.67%、14.77%、7.71%。公司收入规模占比较大的为策划宣传业务、展览展庆业务。其中，需要财审的策划宣传业务在项目完成时确认收入，展览展庆业务中除大型展览活动按完工进度百分比法确认收入，其余在项目完工时确认收入，因此应收账款一般只反映项目尾款，大额与收入相关的往来的预收账款中体现，应收账款占收入比重较小。2015 年 1-5 月占比增加主要系收入规模下降。

从各期末应收账款占流动资产的比重来看，2015 年 5 月 31 日、2014 年 12 月 31 日和 2013 年 12 月 31 日应收账款/资产总额比例分别为 8.45%、13.26%和

6.33%，公司流动资产占比最大的为货币资金，公司对应收账款的回款情况有严格的控制措施，报告期内应收账款相对平稳。

公司 2015 年 1-5 月、2014 年、2013 年应收账款周转率分别为 2.77、9.20 和 19.55。公司应收账款周转速度较快，2015 年应收账款周转率下降系受收入规模下降的影响。应收账款周转率变动分析详见“第四节 公司财务”之“四、（三）营运能力分析”。

## 2、应收账款账龄分析

单位：元

账龄	2015.5.31			
	账面余额	比例（%）	坏账准备	账面净额
无风险组合：	168,749.15	5.79	0.00	168,749.15
账龄分析法组合：				
1 年以内	2,060,768.34	70.70	61,823.05	1,998,945.29
1-2 年	649,616.90	22.29	64,961.69	584,655.21
2-3 年	35,750.00	1.23	7,150.00	28,600.00
合计	<b>2,914,884.39</b>	<b>100.00</b>	<b>133,934.74</b>	<b>2,780,949.65</b>

单位：元

账龄	2014.12.31			
	账面余额	比例（%）	坏账准备	账面净额
无风险组合：	341,685.85	6.19	0.00	341,685.85
账龄分析法组合：				
1 年以内	5,145,784.94	93.17	101,773.92	5,044,011.02
1-2 年	35,750.00	0.65	3,575.00	32,175.00
合计	<b>5,523,220.79</b>	<b>100.00%</b>	<b>105,348.92</b>	<b>5,417,871.87</b>

单位：元

账龄	2013.12.31			
	账面余额	比例（%）	坏账准备	账面净额
无风险组合：	250,455.61	9.00	0.00	250,455.61
账龄分析法组合：				
1 年以内	2,533,456.45	91.00	76,003.70	2,457,452.75
合计	<b>2,783,912.06</b>	<b>100.00</b>	<b>76,003.70</b>	<b>2,707,908.36</b>

3、截至 2015 年 5 月 31 日，公司应收账款期末余额前五名单位情况如下表：

单位名称	与公司关系	账面余额（元）	占比	账龄	款项性质
------	-------	---------	----	----	------

厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

厦门市机关事务管理局	非关联方	350,082.88	12.01%	1年以内	展厅布置款
中共宁德市委党史研究室	非关联方	340,000.00	11.66%	1-2年	展会布置款
厦门禹洲海景城房地产有限公司	非关联方	196,250.00	6.73%	1年以内	户外广告款
海西晨报社	非关联方	161,864.15	5.55%	1年以内	广告宣传费
宁德市城乡规划局	非关联方	117,500.00	4.03%	1-2年	展会布置款
<b>合计</b>	-	<b>1,165,697.03</b>	<b>39.99%</b>	-	-

截至2014年12月31日，公司应收账款期末余额前五名单位情况如下表：

客户名称	与公司关系	账面余额(元)	占比	账龄	款项性质
厦门市机关事务管理局	非关联方	1,753,320.98	31.74%	1年以内	展览布置款
厦门海沧旅游投资集团有限公司	非关联方	656,260.00	11.88%	1年以内	景观改造款
中共宁德市委党史研究室	非关联方	340,000.00	6.16%	1年以内	展览布置款
福建省海洋与渔业厅	非关联方	315,000.00	5.70%	1年以内	活动策划款
厦门日报社	关联方	255,000.00	4.62%	1年以内	书籍制作款
<b>合计</b>	-	<b>3,319,580.98</b>	<b>60.10%</b>	-	-

截至2013年12月31日，公司应收账款期末余额前五名单位情况如下表：

客户名称	与公司关系	账面余额(元)	占比	账龄	款项性质
宁德市城乡规划局	非关联方	675,000.00	24.25%	1年以内	展览布置款
厦门特房羽毛球俱乐部有限公司	非关联方	286,395.10	10.29%	1年以内	活动策划款
厦门日报社	关联方	245,675.91	8.82%	1年以内	活动策划款
集美学校委员会	非关联方	217,480.00	7.81%	1年以内	展览布置款
禹州集团房地产投资	非关联方	181,250.00	6.51%	1年以内	户外广告款
<b>合计</b>	-	<b>1,646,551.41</b>	<b>57.68%</b>	-	-

4、截至2015年5月31日，应收账款无持有本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位欠款。

截至2014年12月31日，应收账款期末余额中应收持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位的欠款情况如下：

单位名称	账面余额(元)	占应收账款总额的比例	款项性质
厦门日报社	255,000.00	6.76%	书籍制作款

截至2013年12月31日，应收账款期末余额中应收持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位的欠款情况如下：

单位名称	账面余额(元)	占应收账款总额的比例	款项性质
厦门日报社	245,958.41	8.83%	活动策划款

5、报告期内其他关联方账款见“第四节 公司财务”之“九、关联方及关联交易”。

### (三) 预付账款

#### 1、预付账款按账龄列示

账龄	2015.5.31		2014.12.31		2013.12.31	
	账面余额(元)	比例	账面余额(元)	比例	账面余额(元)	比例
1年以内	191,953.06	65.96%	634,339.18	100.00%	184,633.41	100.00%
1-2年	99,068.38	34.04%		0.00%		0.00%
合计	<b>291,021.44</b>	<b>100.00%</b>	<b>634,339.18</b>	<b>100.00%</b>	<b>184,633.41</b>	<b>100.00%</b>

2、报告期内，前五大预付账款情况如下：

截至2015年5月31日，前五名预付账款情况如下：

单位：元

单位名称	账面余额	比例	账龄	款项内容
厦门市星纳软件有限公司	94,291.26	32.40%	1-2年	预付 OA 系统款项
厦门市海沧市政建设管理中心	68,904.00	23.68%	1年以内	场地租金
中石化森美（福建）石油有限公司	36,357.72	12.49%	1年以内	汽油油费
厦门日报社	18,585.00	6.39%	1年以内	办公室租金
卓影（厦门）服饰有限公司	19,402.00	6.67%	1年以内	制服预付款
合计	<b>224,857.93</b>	<b>81.62%</b>	-	-

截至2014年12月31日，前五名预付账款情况如下：

单位：元

单位名称	账面余额	比例	账龄	款项内容
厦门科亿电脑科技有限公司	256,390.61	40.42%	1年以内	预付硬件款项
福建铁路广告传媒有限责任公司	117,924.52	18.59%	1年以内	租赁费
厦门市星纳软件有限公司	94,291.26	14.86%	1年以内	预付 OA 系统款项
福州迈思凡路会展服务有限公司	80,000.00	12.61%	1年以内	布展费
厦门日报社	52,290.00	8.24%	1年以内	办公室租金
合计	<b>600,896.39</b>	<b>94.73%</b>	-	-

截至2013年12月31日，前五名预付账款情况如下：

单位：元

单位名称	账面余额	比例	账龄	账龄
------	------	----	----	----

厦门德纵装饰建材有限公司	61,432.00	33.27%	1年以内	观光园店装修
厦门日报社	53,810.00	29.14%	1年以内	办公室租金
中石化森美(福建)石油有限公司	24,892.01	13.48%	1年以内	汽油油费
厦门市翔发集团有限公司	15,413.40	8.35%	1年以内	店铺租金
厦门维喜服饰有限公司	9,600.00	5.20%	1年以内	服装预付款
<b>合计</b>	<b>165,147.41</b>	<b>89.45%</b>	-	-

3、报告期内，预付账款中持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位欠款列示如下：

截至2015年5月31日，持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位欠款：

单位	2015年5月31日金额(元)	占总额比例	账龄	款项内容
厦门日报社	18,585.00	6.39%	1年以内	办公室租金
<b>合计</b>	<b>18,585.00</b>	<b>6.39%</b>	-	-

截至2014年12月31日，持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位欠款：

单位	2014年12月31日金额(元)	占总额比例	账龄	款项内容
厦门日报社	52,290.00	8.24%	1年以内	办公室租金
<b>合计</b>	<b>52,290.00</b>	<b>8.24%</b>	-	-

截至2013年12月31日，持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位欠款：

单位	2013年12月31日金额(元)	占总额比例	账龄	款项内容
厦门日报社	53,810.00	29.14%	1年以内	办公室租金
<b>合计</b>	<b>53,810.00</b>	<b>29.14%</b>	-	-

4、本报告期无预付其他关联方账款。

#### （四）其他应收款

1、其他应收款账龄及坏账分析

单位：元

类别	2015年5月31日				净额
	账面金额		坏账准备		
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款					

厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

按组合计提坏账准备的其他应收款：	1,096,486.38	100.00%	35,313.23	3.22%	1,061,173.15
其中：账龄分析法组合	355,383.00	32.41%	35,313.23	9.94%	320,069.77
无风险组合	741,103.38	67.59%	0.00	0.00%	741,103.38
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款					
<b>合计</b>	<b>1,096,486.38</b>	<b>100.00%</b>	<b>35,313.23</b>	<b>3.22%</b>	<b>1,061,173.15</b>

单位：元

类别	2014年12月31日				
	账面金额		坏账准备		净额
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款：	1,037,080.69	100.00%	19,234.87	1.85%	1,017,845.82
其中：账龄分析法组合	566,961.00	54.67%	19,234.87	3.39%	547,726.13
无风险组合	470,119.69	45.33%	0.00	0.00%	470,119.69
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款					
<b>合计</b>	<b>1,037,080.69</b>	<b>100.00%</b>	<b>19,234.87</b>	<b>1.85%</b>	<b>1,017,845.82</b>

单位：元

类别	2013年12月31日				
	账面金额		坏账准备		净额
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款：	1,037,523.87	100.00%	6,007.41	0.58%	1,031,516.46
其中：账龄分析法组合	176,103.55	16.97%	6,007.41	3.41%	170,096.14
无风险组合	861,420.32	83.03%	0.00	0.00%	861,420.32
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款					
<b>合计</b>	<b>1,037,523.87</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,007.41</b>	<b>0.58%</b>	<b>1,031,516.46</b>

(1) 组合中，按账龄分析法计提坏账准备的其他应收款：

单位：元

账龄	2015年5月31日				
	金额	比例	坏账准备	计提比例	账面净额
1年以内	34,061.00	3.11%	1,021.83	3%	33,039.17
1-2年	300,000.00	27.36%	30,000.00	10%	270,000.00
2-3年	21,232.00	1.94%	4,246.40	20%	16,985.60

3-4年	90.00	0.01%	45.00	50%	45.00
<b>合计</b>	<b>355,383.00</b>	<b>32.41%</b>	<b>35,313.23</b>	-	<b>320,069.77</b>

单位：元

账龄	2014年12月31日				
	金额	比例	坏账准备	计提比例	账面净额
1年以内	535,289.00	51.61%	16,058.67	3%	519,230.33
1-2年	31,582.00	3.05%	3,158.20	10%	28,423.80
2-3年	90.00	0.01%	18.00	20%	72.00
<b>合计</b>	<b>566,961.00</b>	<b>54.67%</b>	<b>19,234.87</b>	-	<b>547,726.13</b>

单位：元

账龄	2013年12月31日				
	金额	比例	坏账准备	计提比例	账面净额
1年以内	165,756.35	15.98%	4,972.69	3%	160,783.66
1-2年	10,347.20	1.00%	1,034.72	10%	9,312.48
<b>合计</b>	<b>176,103.55</b>	<b>16.97%</b>	<b>6,007.41</b>	-	<b>170,096.14</b>

(2) 组合中，归属于无风险组合的其他应收款：

项目	2015年5月31日		
	账面余额（元）	坏账计提比例	坏账准备（元）
厦门日报社	49,410.00	0%	0.00
定期存款利息	497,744.12	0%	0.00
职工备用金	154,876.53	0%	0.00
其他	39,072.73	0%	0.00
<b>合计</b>	<b>741,103.38</b>	-	<b>0.00</b>

项目	2014年12月31日		
	账面余额（元）	坏账计提比例	坏账准备（元）
厦门日报社	6,610.00	0%	0.00
定期存款利息	336,218.96	0%	0.00
职工备用金	46,983.50	0%	0.00
其他	80,307.23	0%	0.00
<b>合计</b>	<b>470,119.69</b>	-	<b>0.00</b>

项目	2013年12月31日		
	账面余额（元）	坏账计提比例	坏账准备（元）
厦门日报社	6,610.00	0%	0.00
厦门全景公共关系咨询有限公司	475,000.00	0%	0.00

定期存款利息	288,214.29	0%	0.00
职工备用金	89,751.92	0%	0.00
其他	1,844.11	0%	0.00
<b>合计</b>	<b>861,420.32</b>	<b>-</b>	<b>0.00</b>

对公司应收关联方的款项、员工暂借款（含备用金）、计提的应收银行存款利息等作为无风险组合，除若有证据表明存在减值之外，不计提坏账准备。2013年12月31日、2014年12月31日及2015年5月31日，公司未对归属于无风险组合的其他应收款计提坏账准备。

报告期内，公司制定备用金管理制度并根据规定严格执行，具体规章及执行程序如下：公司所属员工因业务需要，经财务防险部财务和负责人审核，公司总经理审批后，可从财务防险部取得款项，作为日常业务备用金，公司主要备用金形式包括差旅费借款、零星采购借款、项目临时性借款。

#### （1）差旅费借款

①需借支差旅费时，应填写借款单，注明预借金额；②经各级主管审查、审核、签批；③到出纳处领款；④财务防险部以请款单为借款依据、报销差旅费审核依据；⑤借款限额不能超过出差费用预算金额。

#### （2）零星采购借款

①由采购部门作出书面采购计划或填写采购单；②填写借款单，经各级主管审查、审核、签批；③到出纳处领款；④财务防险部以借款单为借款依据；⑤借款限额不能超过批示的采购单金额。

#### （3）项目临时性借款

①须有项目预算报告；②借款人根据预算需预借用途填写借款单；③经相关人员签批；④到出纳处领款；⑤财务防险部以借款单作为借款还款依据；⑥借款限额不能超过预算报告需借支的金额。

对出差人员,返回公司10天内报销差旅费;对零星采购借款,货到公司10天内报销;采购与借款总期限不能超过1个月报销或还款;对项目借款,项目结束后10天内报销或还款。

公司2015年5月31日、2014年12月31日、2013年12月31日合并备用金总额分别为154,876.53元、46,983.50元、89,751.92元，主要备用金支出系项目临时性借款，公司严格按照备用金制度执行，要求项目结束后10天内报销或还款，不存在未及时费用化及资金占用的情形。

截止至 2015 年 5 月 31 日，公司应收厦门日报社款项金额为 49,410.00 元，款项性质为房租押金，属于正常经营产生的款项，除此之外，不存在任何关联方占款。

2、报告期内前五大其他应收款情况：

截至2015年5月31日，前五大其他应收款情况：

单位：元

单位名称	金额	占比	账龄	款项内容
定期存款利息	497,448.23	45.37%	1 年以内	定期存款利息
福建铁路广告传媒有限责任公司	300,000.00	27.36%	1-2 年	履约保证金
厦门日报社	49,410.00	4.51%	1 年以内	房租押金
刘舒萍（公司员工）	38,500.00	3.51%	1 年以内	职工备用金
厦门欣富地智能科技有限公司	30,000.00	2.74%	1 年以内	汽车模型押金
<b>合计</b>	<b>915,358.23</b>	<b>83.48%</b>	-	-

截至2014年12月31日，前五大其他应收款情况：

单位：元

单位名称	金额	占比	账龄	款项内容
定期存款利息	336,218.96	32.42%	1 年以内	定期存款利息
福建铁路广告传媒有限责任公司	300,000.00	28.93%	1 年以内	履约保证金
厦门市市政建设开发总公司	235,289.00	22.69%	1 年以内	赔偿款
张文征	15,500.00	1.49%	1 年以内	职工备用金
厦门象屿发展有限公司	10,350.00	1.00%	1-2 年	仓库押金
<b>合计</b>	<b>897,357.96</b>	<b>86.53%</b>	-	-

截至2013年12月31日，前五大其他应收款情况：

单位：元

单位名称	金额	占比	账龄	款项内容
厦门全景公共关系咨询有限公司	475,000.00	45.78%	1 年以内	投资款
定期存款利息	288,214.29	27.78%	1 年以内	定期存款利息
厦门华丽新工程有限公司	111,300.00	10.73%	1 年以内	装修代垫款
海沧投资集团	22,145.76	2.13%	1 年以内	装修押金
<b>合计</b>	<b>917,809.19</b>	<b>86.42%</b>	-	-

3、报告期内其他应收款中持本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位欠款列示如下：

（1）截至 2015 年 5 月 31 日，持本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股

东单位欠款：

单位名称	2015年5月31日金额(元)	占总额比例	账龄	款项内容
厦门日报社	49,410.00	4.51%	1年以内	房租押金
合计	<b>49,410.00</b>	<b>4.51%</b>	-	-

(2) 截至2014年12月31日，持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位欠款：

单位名称	2014年12月31日金额(元)	占总额比例	账龄	款项内容
厦门日报社	6,610.00	0.64%	1-2年	房租押金
合计	<b>6,610.00</b>	<b>0.64%</b>	-	-

(3) 截至2013年12月31日，持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位欠款：

单位名称	2013年12月31日金额(元)	占总额比例	账龄	款项内容
厦门日报社	6,610.00	0.64%	1年以内	房租押金
合计	<b>6,610.00</b>	<b>0.64%</b>	-	-

4、报告期内其他应收款期末余额应收其他关联方款项列示如下：

关联方名称	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
厦门全景公共关系咨询有限公司	0.00	0.00	475,000.00

### (五) 存货

存货构成明细如下：

单位：元

项目	2015.5.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	0.00	0.00	0.00
库存商品	760,743.74	175,483.54	585,260.20
周转材料	23,356.38	0.00	23,356.38
合计	<b>784,100.12</b>	<b>175,483.54</b>	<b>608,616.58</b>

单位：元

项目	2014.12.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	22,400.80	0.00	22,400.80
库存商品	484,492.91	87,741.77	396,751.14
周转材料	24,959.58	0.00	24,959.58

合计	531,853.29	87,741.77	444,111.52
----	------------	-----------	------------

单位：元

项目	2013.12.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	28,682.18	0.00	28,682.18
库存商品	357,827.54	0.00	357,827.54
周转材料	38,733.75	0.00	38,733.75
合计	425,243.47	0.00	425,243.47

2015年5月31日公司存货主要为库存商品。库存商品主要为部分纪念品、手工艺品以及为翔安东方新城宣传栏制作和翔安灯会等项目采购的商品及工程支出，此外，公司控股子公司厦门华亿文创展务有限公司2014年12月起停止门店商品销售业务，对其暂未处理掉的纪念品、手工艺品等库存商品计提了存货跌价准备。

#### （六）长期股权投资

2015年5月31日长期股权投资变动情况：

单位：元

项目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.5.31
对联营企业投资	2,450,000.00	-	-	2,450,000.00
小计	2,450,000.00	-	-	2,450,000.00
减：长期股权投资减值准备	2,450,000.00	-	-	2,450,000.00
合计	0.00	-	-	0.00

2014年长期股权投资变动情况：

单位：元

项目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31
对联营企业投资	2,450,000.00	-	-	2,450,000.00
小计	2,450,000.00	-	-	2,450,000.00
减：长期股权投资减值准备	-	2,450,000.00	-	2,450,000.00
合计	2,450,000.00	-2,450,000.00	-	0.00

2013年长期股权投资变动情况：

单位：元

项目	2012.12.31	本期增加	本期减少	2013.12.31
对联营企业投资	-	3,000,000.00	550,000.00	2,450,000.00
小计	-	3,000,000.00	550,000.00	2,450,000.00

减：长期股权投资减值准备	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>3,000,000.00</b>	<b>550,000.00</b>	<b>2,450,000.00</b>

对联营企业投资为对本公司持有的厦门华亿漫画创意有限公司 20% 股权。截止 2015 年 5 月 31 日，由于经营不善，华亿漫画公司累计亏损，本公司按规定对持有的股权投资进行权益法核算，已减计到 0。

### (七) 固定资产

2015 年 1-5 月固定资产情况如下：

单位：元

项目	机器设备	运输工具	办公设备	其他	合计
一、账面原值：					
1.期初金额	538,255.71	1,474,708.41	1,356,209.28	7,158,652.57	10,527,825.97
2.本期增加金额	0.00	0.00	10,512.82	11,328.21	21,841.03
3.本期减少金额	0.00	0.00	27,346.14	0.00	27,346.14
4.期末金额	538,255.71	1,474,708.41	1,339,375.96	7,169,980.78	10,522,320.86
二、累计折旧：					
1.期初金额	414,695.63	398,103.67	857,666.87	4,525,096.95	6,195,563.12
2.本期增加金额	44,236.74	59,230.29	148,624.05	437,300.17	689,391.25
3.本期减少金额	0.00	0.00	17,634.04	0.00	17,634.04
4.期末金额	458,932.37	457,333.96	988,656.88	4,962,397.12	6,867,320.33
三、固定资产账面净值：					
1.期初金额	123,560.08	1,076,604.74	498,542.41	2,633,555.62	4,332,262.85
2.本期增加金额	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3.本期减少金额	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
4.期末金额	79,323.34	1,017,374.45	350,719.08	2,207,583.66	3,655,000.53
四、减值准备：					
1.期初金额					
2.本期增加金额					
3.本期减少金额					
4.期末金额					
五、固定资产账面价值：					
1.期初金额	123,560.08	1,076,604.74	498,542.41	2,633,555.62	4,332,262.85
4.期末金额	79,323.34	1,017,374.45	350,719.08	2,207,583.66	3,655,000.53

2014 年固定资产情况如下：

单位：元

项目	机器设备	运输工具	办公设备	其他	合计
一、账面原值：					
1.期初金额	538,255.71	1,275,148.58	1,248,031.38	6,783,699.47	9,845,135.14
2.本期增加金额	-	199,559.83	159,990.38	1,033,573.91	1,393,124.12
3.本期减少金额	-	-	51,812.48	658,620.81	710,433.29
4.期末金额	538,255.71	1,474,708.41	1,356,209.28	7,158,652.57	10,527,825.97
二、累计折旧：					
1.期初金额	262,777.21	259,299.80	569,834.98	3,006,016.81	4,097,928.80
2.本期增加金额	151,918.42	138,803.87	336,214.61	1,826,281.45	2,453,218.35
3.本期减少金额	0.00	0.00	48,382.72	307,201.31	355,584.03
4.期末金额	414,695.63	398,103.67	857,666.87	4,525,096.95	6,195,563.12
三、固定资产账面净值：					
1.期初金额	275,478.50	1,015,848.78	678,196.40	3,777,682.66	5,747,206.34
2.本期增加金额	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3.本期减少金额	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
4.期末金额	123,560.08	1,076,604.74	498,542.41	2,633,555.62	4,332,262.85
四、减值准备：					
1.期初金额					
2.本期增加金额					
3.本期减少金额					
4.期末金额					
五、固定资产账面价值：	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
1.期初金额	275,478.50	1,015,848.78	678,196.40	3,777,682.66	5,747,206.34
4.期末金额	123,560.08	1,076,604.74	498,542.41	2,633,555.62	4,332,262.85

2013年固定资产情况如下：

单位：元

项目	机器设备	运输工具	办公设备	其他	合计
一、账面原值：					
1.期初金额	501,933.49	1,275,148.58	748,168.91	6,655,813.32	9,181,064.30
2.本期增加金额	36,322.22	0.00	499,862.47	127,886.15	664,070.84
3.本期减少金额	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
4.期末金额	538,255.71	1,275,148.58	1,248,031.38	6,783,699.47	9,845,135.14
二、累计折旧：					
1.期初金额	76,795.04	136,011.56	286,376.34	802,869.86	1,302,052.80
2.本期增加金额	185,982.17	123,288.24	283,458.64	2,203,146.95	2,795,876.00
3.本期减少金额	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

4.期末金额	262,777.21	259,299.80	569,834.98	3,006,016.81	4,097,928.80
三、固定资产账面净值:					
1.期初金额	425,138.45	1,139,137.02	461,792.57	5,852,943.46	7,879,011.50
2.本期增加金额	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3.本期减少金额	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
4.期末金额	275,478.50	1,015,848.78	678,196.40	3,777,682.66	5,747,206.34
四、减值准备:					
1.期初金额					
2.本期增加金额					
3.本期减少金额					
4.期末金额					
五、固定资产账面价值:					
1.期初金额	425,138.45	1,139,137.02	461,792.57	5,852,943.46	7,879,011.50
4.期末金额	275,478.50	1,015,848.78	678,196.40	3,777,682.66	5,747,206.34

公司固定资产包含机器设备、运输设备、办公设备和其他。公司采用租赁方式使用办公场所和生产场所。公司已按固定资产折旧政策足额计提折旧，不存在折旧计提不足的情况。

公司主要固定资产为其他，主要包含位于厦门市市政府、仙岳路、前埔及天心岛等地的LED广告屏，相关设备根据实际可使用的年限计提折旧。

2015年5月31日、2014年12月31日和2013年12月31日公司固定资产成新率分别为34.74%、41.15%、58.38%，公司固定资产成新率逐年下降。公司属于轻资产企业，机器设备的价值较低，可替代性强，不存在淘汰、更新、大修、技术升级等重大情形。

报告期内，无固定资产发生可收回金额低于账面价值的事项，不存在减值迹象，未计提固定资产减值准备。

### (八) 无形资产

2015年1-5月无形资产情况如下：

单位：元

项目	软件	土地使用权	其他	合计
一、账面原值				
1.期初金额	383,258.97			383,258.97
2.本期增加金额	256,390.61			256,390.61
3.本期减少金额				

4.期末金额	639,649.58			639,649.58
二、累计摊销				
1.期初金额	310,681.48			310,681.48
2.本期增加金额	20,033.25			20,033.25
3.本期减少金额				
4.期末金额	330,714.73			330,714.73
三、减值准备				
1.期初金额				
2.本期增加金额				
3.本期减少金额				
4.期末金额				
四、账面价值				
1.期初金额	72,577.49			72,577.49
4.期末金额	308,934.85			308,934.85

2014年无形资产情况如下：

单位：元

项目	软件	土地使用权	其他	合计
一、账面原值				
1.期初金额	370,400.00			370,400.00
2.本期增加金额	12,858.97			12,858.97
3.本期减少金额				
4.期末金额	383,258.97			383,258.97
二、累计摊销				
1.期初金额	185,054.01			185,054.01
2.本期增加金额	125,627.47			125,627.47
3.本期减少金额				
4.期末金额	310,681.48			310,681.48
三、减值准备				
1.期初金额				
2.本期增加金额				
3.本期减少金额				
4.期末金额				
四、账面价值				
1.期初金额	185,345.99			185,345.99
4.期末金额	72,577.49			72,577.49

2013年无形资产情况如下：

单位：元

项目	软件	土地使用权	其他	合计
一、账面原值				
1.期初金额	308,000.00			308,000.00
2.本期增加金额	62,400.00			62,400.00
3.本期减少金额	0			0
4.期末金额	370,400.00			370,400.00
二、累计摊销				
1.期初金额	84,913.93			84,913.93
2.本期增加金额	100,140.08			100,140.08
3.本期减少金额	0			0
4.期末金额	185,054.01			185,054.01
三、减值准备				
1.期初金额				
2.本期增加金额				
3.本期减少金额				
4.期末金额				
四、账面价值				
1.期初金额	223,086.07			223,086.07
4.期末金额	185,345.99			185,345.99

### (九) 长期待摊费用

2015年1-5月长期待摊费用情况如下：

单位：元

项目	2014.12.31	本期增加	本期摊销	其他减少	2015.5.31
办公楼装修费用	22,257.36	0.00	20,384.82	0.00	1,872.54
<b>合计</b>	<b>22,257.36</b>	<b>0.00</b>	<b>20,384.82</b>	<b>0.00</b>	<b>1,872.54</b>

2014年长期待摊费用情况如下：

单位：元

项目	2013.12.31	本期增加	本期摊销	其他减少	2014.12.31
办公楼装修费用	168,928.31	106,750.38	253,421.33	0.00	22,257.36
<b>合计</b>	<b>168,928.31</b>	<b>106,750.38</b>	<b>253,421.33</b>	<b>0.00</b>	<b>22,257.36</b>

2013年长期待摊费用情况如下：

单位：元

项目	2012.12.31	本期增加	本期摊销	其他减少	2013.12.31
办公楼装修费用	328,128.91	7,027.00	166,227.60	0.00	168,928.31
<b>合计</b>	<b>328,128.91</b>	<b>7,027.00</b>	<b>166,227.60</b>	<b>0.00</b>	<b>168,928.31</b>

(十) 递延所得税资产

报告期内公司递延所得税资产情况如下：

单位：元

项目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
递延所得税资产：			
其中：与未来收益相关的政府补助	661,480.42	918,494.25	437,500.00
应收款项坏账准备	42,312.00	31,145.96	20,053.01
存货跌价准备	43,870.89	21,935.44	-
其他	-	-	55,468.57
<b>合计</b>	<b>747,663.31</b>	<b>971,575.65</b>	<b>513,021.58</b>

账面递延所得税资产系与未来收益相关的政府补助、计提坏账准备及存货跌价准备产生的可抵扣暂时性差异所产生的。

(十一) 资产减值准备

1、2015年1-5月各项资产减值准备实际计提、冲销与转回明细：

单位：元

序号	项目	期初账面余额	计提数	冲销数	转回数	期末账面余额
1	坏账准备	124,583.79	44,664.18	0.00	0.00	169,247.97
2	存货	87,741.77	87,741.77	0.00	0.00	175,483.54
3	长期股权投资	2,450,000.00	0.00	0.00	0.00	2,450,000.00
	<b>合计</b>	<b>2,662,325.56</b>	<b>132,405.95</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>2,794,731.51</b>

2、2014年各项资产减值准备实际计提、冲销与转回明细：

单位：元

序号	项目	期初账面余额	计提数	冲销数	转回数	期末账面余额
1	坏账准备	82,011.11	42,572.68	0.00	0.00	124,583.79
2	存货	-	87,741.77	0.00	0.00	87,741.77
3	长期股权投资	-	2,450,000.00	0.00	0.00	2,450,000.00
	<b>合计</b>	<b>82,011.11</b>	<b>2,580,314.45</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>2,662,325.56</b>

3、2013年各项资产减值准备实际计提、冲销与转回明细：

单位：元

序号	项目	期初账面余额	计提数	冲销数	转回数	期末账面余额
1	坏账准备	101,310.45	0.00	0.00	-19,299.34	82,011.11
	<b>合计</b>	<b>101,310.45</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>-19,299.34</b>	<b>82,011.11</b>

## 七、主要负债情况

公司报告期内主要负债状况：

项目	2015.5.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额（元）	占总负债比例	金额（元）	占总负债比例	金额（元）	占总负债比例
应付账款	2,725,095.02	29.75%	5,535,106.90	36.42%	5,745,776.36	37.12%
预收款项	2,527,880.41	27.60%	2,042,314.98	13.44%	4,064,507.74	26.26%
应付职工薪酬	669,900.71	7.31%	1,584,507.28	10.43%	1,799,332.70	11.62%
应交税费	-151,616.63	-1.66%	1,721,034.93	11.33%	1,990,701.02	12.86%
其他应付款	741,625.99	8.10%	399,968.45	2.63%	126,117.22	0.81%
<b>流动负债合计</b>	<b>6,512,885.50</b>	<b>71.11%</b>	<b>11,282,932.54</b>	<b>74.25%</b>	<b>13,726,435.04</b>	<b>88.68%</b>
预计负债	0.00	0.00%	236,171.32	1.55%	0.00	0.00%
递延收益	2,645,921.64	28.89%	3,676,941.00	24.20%	1,752,352.00	11.32%
<b>非流动负债合计</b>	<b>2,645,921.64</b>	<b>28.89%</b>	<b>3,913,112.32</b>	<b>25.75%</b>	<b>1,752,352.00</b>	<b>11.32%</b>
<b>负债合计</b>	<b>9,158,807.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,196,044.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,478,787.04</b>	<b>100.00%</b>

2015年5月31日、2014年12月31日、2013年12月31日负债总额分别为9,158,807.14元、15,196,044.86元和15,478,787.04元，其中流动负债占总负债比例分别为71.11%、74.25%和88.68%，占比较大的主要是应付账款和预收账款。

### （一）应付账款

1、报告期内应付账款明细情况如下：

账龄	2015年5月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额（元）	比例	金额（元）	比例	金额（元）	比例
1年以内（含）	2,278,711.13	83.62%	4,844,780.08	87.53%	5,269,603.28	91.71%
1-2年（含）	245,993.17	9.03%	602,638.98	10.89%	174,662.13	3.04%
2-3年	143,052.88	5.25%	84,630.34	1.53%	301,510.95	5.25%
3年以上	57,337.84	2.10%	3,057.50	0.06%	-	0.00%
<b>合计</b>	<b>2,725,095.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,535,106.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,745,776.36</b>	<b>100.00%</b>

2、报告期内，应付账款余额前五名单位情况：

（1）截至2015年5月31日，公司应付账款前五名供应商情况如下：

单位：元

单位名称	金额	占总额比例	账龄	款项内容
厦门日报社	430,500.00	15.80%	1年以内	广告费
厦门优业组合影视传媒有限公司	204,000.00	7.49%	1年以内	拍摄服务费

厦门晶牌照明有限公司	186,253.85	6.83%	2-3 年	LED 屏维护费
厦门集美大学印刷厂	137,325.70	5.04%	2-3 年	印刷费
福州汉图会展服务有限公司	97,934.88	3.59%	1 年以内	布展费
<b>合计</b>	<b>1,056,014.43</b>	<b>38.75%</b>	-	-

(2) 截至 2014 年 12 月 31 日, 公司应付账款前五名供应商情况如下:

单位: 元

单位名称	金额	占总额比例	账龄	款项内容
福州汉图会展服务有限公司	1,104,438.75	27.61%	1 年以内	布展费
厦门竞成印刷有限公司	396,845.00	9.92%	1 年以内	印刷费
厦门集美大学印刷厂	341,993.36	8.55%	1-2 年	印刷费
厦门科亿电脑科技有限公司	307,287.00	7.68%	1 年以内	电脑耗材
厦门万相园林景观工程设计有限公司	203,394.77	5.09%	1 年以内	设计费、制作费
<b>合计</b>	<b>2,353,958.88</b>	<b>58.85%</b>	-	-

(3) 截至 2013 年 12 月 31 日, 公司应付账款前五名供应商情况如下:

单位: 元

单位名称	金额	占总额比例	账龄	款项内容
帝元维多利亚大酒店	378,878.00	10.56%	1 年以内	会务费
厦门市竞成印刷有限公司	300,400.00	8.37%	1 年以内	印刷费
厦门集美大学印刷厂	279,417.00	7.79%	1 年以内	印刷费
厦门晶牌照明有限公司	236,453.68	6.59%	2-3 年	LED 屏款项
厦门日报社	193,600.00	5.39%	1 年以内	广告费
<b>合计</b>	<b>1,388,748.68</b>	<b>38.70%</b>	-	-

3、报告期内, 应付账款中欠持有本公司 5% (含 5%) 以上表决权股份的股东单位的款项列示如下:

(1) 截至 2015 年 5 月 31 日, 持本公司 5% (含 5%) 以上表决权股份的股东单位应付账款列示如下:

单位名称	2015 年 5 月 31 日金额(元)	占总额比例	账龄	款项内容
厦门日报社	430,500.00	2.10%	1 年以内	广告发布费
<b>合计</b>	<b>430,500.00</b>	<b>2.10%</b>	-	-

(2) 截至 2014 年 12 月 31 日, 持本公司 5% (含 5%) 以上表决权股份的股东单位应付账款列示如下:

单位名称	2014 年 12 月 31 日金额(元)	占总额比例	账龄	款项内容
------	-----------------------	-------	----	------

厦门日报社	49,500.00	13.97%	1年以内	广告发布费
<b>合计</b>	<b>49,500.00</b>	<b>13.97%</b>	-	-

(3) 截至 2013 年 12 月 31 日, 持本公司 5% (含 5%) 以上表决权股份的股东单位应付账款列示如下:

单位	2013年12月31日金额(元)	占总额比例	账龄	款项内容
厦门日报社	193,600.00	5.39%	1年以内	广告发布费
<b>合计</b>	<b>193,600.00</b>	<b>5.39%</b>	-	-

4、报告期内, 应付账款中欠其他关联方款项的情况如下:

单位: 元

关联方名称	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
海西晨报社	48,573.00	-	-
厦门海峡视界传媒有限公司	120,000.00	-	-
海西(厦门)信息科技传送有限公司	167.54	2,960.00	-
海峡网络(厦门)传媒有限公司	-	-	20,594.00

## (二) 预收账款

1、报告期内预收账款情况如下:

单位: 元

账龄	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
1年以内(含1年)	1,467,358.40	2,023,483.92	3,989,507.74
1-2年	1,060,522.01	18,831.06	75,000.00
<b>合计</b>	<b>2,527,880.41</b>	<b>2,042,314.98</b>	<b>4,064,507.74</b>

2、报告期内, 前五大预收账款情况如下:

(1) 截至 2015 年 5 月 31 日, 公司预收账款前五名客户情况如下:

单位: 元

单位名称	与公司关系	金额	占总额比例	款项性质
翔安区委宣传部	非关联方	428,836.47	16.96%	宣传栏制作费
福建省海洋与渔业厅	非关联方	291,209.17	11.52%	台赛项目款
厦门首开翔泰置业有限公司	非关联方	283,018.86	11.20%	布展费
海西晨报社	关联方	188,679.24	7.46%	LED 广告费
中国建设银行厦门分行	非关联方	168,648.93	6.67%	广告费
<b>合计</b>	-	<b>1,360,392.67</b>	<b>53.82%</b>	-

(2) 截至 2014 年 12 月 31 日, 公司大额预收账款客户情况如下:

单位：元

单位名称	与公司关系	金额	占总额比例	款项性质
翔安区委宣传部	非关联方	383,396.22	18.77%	宣传栏制作费
福建省海洋与渔业厅	非关联方	362,066.55	17.73%	台赛项目款
厦门湖里区禾山街道办事处	非关联方	283,018.86	13.86%	互动传播收入
中国建设银行厦门分行	非关联方	235,849.05	11.55%	广告费
福建兆翔广告有限公司	非关联方	221,698.11	10.86%	广告费
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>1,486,028.79</b>	<b>72.76%</b>	<b>-</b>

(3) 截至 2013 年 12 月 31 日，公司大额预收账款客户情况如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	金额	占总额比例	款项性质
厦门市建设与管理局	非关联方	2,075,679.33	51.07%	活动项目款
厦门市集美学校委员会	非关联方	1,266,619.52	31.16%	展览项目款
厦门市委宣传部	非关联方	329,500.00	8.11%	书籍制作费
中国建设银行厦门分行	非关联方	196,540.87	4.84%	广告费
厦门港务集团海天集装箱有限公司	非关联方	78,000.00	1.92%	策划费
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>3,946,339.72</b>	<b>97.09%</b>	<b>-</b>

3、截止 2015 年 5 月 31 日，预收款项中无欠持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的款项。

4、报告期内，预收账款中关联方款项列示如下：

单位：元

关联方名称	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
海西晨报社	188,679.24	0.00	0.00

### (三) 应付职工薪酬

#### 1、应付职工薪酬明细表

2015 年 1-5 月应付职工薪酬变动表：

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加额	本年减少额	2015年5月31日
一、短期薪酬	1,584,507.28	3,721,147.29	4,635,753.86	669,900.71
二、离职后福利	0.00	212,687.72	212,687.72	0.00
其中：设定提存计划	0.00	212,687.72	212,687.72	0.00
<b>合计</b>	<b>1,584,507.28</b>	<b>3,933,835.01</b>	<b>4,848,441.58</b>	<b>669,900.71</b>

2014 年应付职工薪酬变动表:

单位: 元

项目	2013年12月31日	本期增加额	本年减少额	2014年12月31日
一、短期薪酬	1,799,332.70	9,119,058.10	9,333,883.52	1,584,507.28
二、离职后福利	0.00	556,377.10	556,377.10	0.00
其中: 设定提存计划	0.00	556,377.10	556,377.10	0.00
<b>合计</b>	<b>1,799,332.70</b>	<b>9,675,435.20</b>	<b>9,890,260.62</b>	<b>1,584,507.28</b>

2013 年应付职工薪酬变动表:

单位: 元

项目	2012年12月31日	本期增加额	本年减少额	2013年12月31日
一、短期薪酬	1,420,433.37	8,655,824.14	8,276,924.81	1,799,332.70
二、离职后福利	0.00	449,954.96	449,954.96	0.00
其中: 设定提存计划	0.00	449,954.96	449,954.96	0.00
<b>合计</b>	<b>1,420,433.37</b>	<b>9,105,779.10</b>	<b>8,726,879.77</b>	<b>1,799,332.70</b>

## 2、短期薪酬明细表

2015 年 1-5 月短期薪酬变动表:

单位: 元

项目	2014年12月31日	本期增加额	本年减少额	2015年5月31日
一、工资、奖金、津贴和补贴	1,471,839.87	3,212,102.64	4,144,179.85	539,762.66
二、职工福利费	0.00	121,060.97	121,060.97	0.00
三、社会保险费	0.00	138,547.82	138,547.82	0.00
其中: 1. 基本医疗保险费	0.00	94,616.40	94,616.40	0.00
2. 工伤保险	0.00	8,188.43	8,188.43	0.00
3. 生育保险费	0.00	35,742.99	35,742.99	0.00
四、住房公积金	0.00	176,640.00	176,640.00	0.00
五、工会经费和职工教育经费	112,667.41	72,795.86	55,325.22	130,138.05
六、其他	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>合 计</b>	<b>1,584,507.28</b>	<b>3,721,147.29</b>	<b>4,635,753.86</b>	<b>669,900.71</b>

2014 年短期薪酬变动表:

单位: 元

项目	2013年12月31日	本期增加额	本年减少额	2014年12月31日
一、工资、奖金、津贴和补贴	1,657,009.48	7,847,381.10	8,032,550.71	1,471,839.87
二、职工福利费	0.00	317,763.85	317,763.85	0.00
三、社会保险费	0.00	363,056.59	363,056.59	0.00
其中: 1. 基本医疗保险费	0.00	247,017.23	247,017.23	0.00

厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

2. 工伤保险	0.00	30,317.59	30,317.59	0.00
3. 生育保险费	0.00	85,721.77	85,721.77	0.00
四、住房公积金	3,414.00	413,774.80	417,188.80	0.00
五、工会经费和职工教育经费	138,909.22	177,081.76	203,323.57	112,667.41
六、其他	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>合计</b>	<b>1,799,332.70</b>	<b>9,119,058.10</b>	<b>9,333,883.52</b>	<b>1,584,507.28</b>

2013 年短期薪酬变动表:

单位: 元

项目	2012年12月31日	本期增加额	本年减少额	2013年12月31日
一、工资、奖金、津贴和补贴	1,211,960.21	7,159,962.25	6,714,912.98	1,657,009.48
二、职工福利费	0.00	686,544.20	686,544.20	0.00
三、社会保险费	0.00	284,183.88	284,183.88	0.00
其中: 1. 基本医疗保险费	0.00	230,963.88	230,963.88	0.00
2. 工伤保险	0.00	18,232.87	18,232.87	0.00
3. 生育保险费	0.00	34,987.13	34,987.13	0.00
四、住房公积金	0.00	358,783.48	355,369.48	3,414.00
五、工会经费和职工教育经费	208,473.16	166,350.33	235,914.27	138,909.22
六、其他	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>合计</b>	<b>1,420,433.37</b>	<b>8,655,824.14</b>	<b>8,276,924.81</b>	<b>1,799,332.70</b>

3、离职后福利-设定提存计划明细表

2015 年 1-5 月离职后福利-设定提存变动表:

单位: 元

项目	2014年12月31日	本年增加额	本年减少额	2015年5月31日
1.基本养老保险	0.00	189,032.98	189,032.98	0.00
2.失业保险费	0.00	23,654.74	23,654.74	0.00
<b>合计</b>	<b>0.00</b>	<b>212,687.72</b>	<b>212,687.72</b>	<b>0.00</b>

2014 年离职后福利-设定提存变动表:

单位: 元

项目	2013年12月31日	本年增加额	本年减少额	2014年12月31日
1.基本养老保险	0.00	504,596.42	504,596.42	0.00
2.失业保险费	0.00	51,780.68	51,780.68	0.00
<b>合计</b>	<b>0.00</b>	<b>556,377.10</b>	<b>556,377.10</b>	<b>0.00</b>

2013 年离职后福利-设定提存变动表:

单位: 元

项目	2012年12月31日	本年增加额	本年减少额	2013年12月31日
----	-------------	-------	-------	-------------

1.基本养老保险	0.00	407,352.05	407,352.05	0.00
2.失业保险费	0.00	42,602.91	42,602.91	0.00
<b>合计</b>	<b>0.00</b>	<b>449,954.96</b>	<b>449,954.96</b>	<b>0.00</b>

工资的核算方式采用本月计提本月，本月发放上月的方式。公司每年根据员工工作时间、表现及职位晋升情况提升一定比例工资。2013年及2014年，公司员工人数基本保持一致。2015年1-5月由于2014年末华亿文创停止门店业务后，不再聘用原门店工作人员，员工人数有所下降。

#### (四) 应交税费

报告期内应交税费情况如下：

单位：元

税费项目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
增值税	-134,678.29	-39,064.54	35,970.68
营业税	0.00	0.00	56.00
企业所得税	-82,118.09	1,689,560.29	1,877,859.01
个人所得税	39,067.84	37,231.87	27,060.15
城市维护建设税	4,850.42	12,546.38	10,239.59
印花稅	0.00	0.00	5,621.92
教育费附加	1,473.26	5,377.01	4,822.91
地方教育附加	1,587.65	3,584.67	3,012.60
文化事业建设费	18,200.58	13,149.30	26,058.16
其他税费	0.00	-1,350.05	0.00
<b>合计</b>	<b>-151,616.63</b>	<b>1,721,034.93</b>	<b>1,990,701.02</b>

#### (五) 其他应付款

1、报告期内其他应付款明细如下：

账龄	2015.5.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额（元）	占比	金额（元）	占比	金额（元）	占比
1年以内	434,506.40	58.59%	393,543.23	98.39%	26,627.22	21.11%
1-2年	301,032.15	40.59%	351.22	0.09%	15,740.00	12.48%
2-3年	13.44	0.00%	3,552.00	0.89%	83,750.00	66.41%
3年以上	6,074.00	0.82%	2,522.00	0.63%		0.00%
<b>合计</b>	<b>741,625.99</b>	<b>100.00%</b>	<b>399,968.45</b>	<b>100.00%</b>	<b>126,117.22</b>	<b>100.00%</b>

2、大额其他应付款情况

截至2015年5月31日，大额其他应付款情况如下：

单位：元

单位名称	账面余额	比例	账龄	款项内容
厦门海投集团有限公司	356,973.38	48.13%	1-2年	担保赔付款
厦门电广传媒有限公司	240,000.00	32.36%	1年以内	广告保证金
谢莉	64,129.35	8.65%	1-2年	项目暂扣款
杨冉	29,100.80	3.92%	1-2年	项目暂扣款
厦门日报社	15,270.45	2.06%	1年以内	代扣代缴社保费
<b>合计</b>	<b>705,473.98</b>	<b>95.13%</b>	-	-

截至2014年12月31日，大额其他应付款情况如下：

单位：元

单位名称	账面余额	比例	账龄	款项内容
厦门电广传媒有限公司	240,000.00	60.00%	1年以内	广告保证金
<b>合计</b>	<b>240,000.00</b>	<b>60.00%</b>	-	-

截至2013年12月31日，公司无大额其他应付款。

3、报告期内，其他应付款中欠持有本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位的款项列示如下：

截至2015年5月31日，持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位其他应付款列示如下：

项目	2015年5月31日金额(元)	占总额比例	款项内容
厦门日报社	15,270.45	3.97%	代扣代缴社保费
<b>合计</b>	<b>15,270.45</b>	<b>3.97%</b>	

4、报告期内其他应付款中无应付其他关联方情况。

#### （六）预计负债

2015年1-5月预计负债明细如下：

单位：元

项目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.5.31
对外提供担保	236,171.32	120,802.06	356,973.38	0.00
<b>合计</b>	<b>236,171.32</b>	<b>120,802.06</b>	<b>356,973.38</b>	<b>0.00</b>

2014年预计负债明细如下：

单位：元

项目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31
对外提供担保	0.00	236,171.32	0.00	236,171.32

合计	0.00	236,171.32	0.00	236,171.32
----	------	------------	------	------------

2013 年预计负债没有发生额。

本公司联营企业华亿漫画向海投集团租赁办公场所，本公司对其提供担保。2014 年度起，华亿漫画公司因经营不善等情况无力偿还该租金、物业费等相关费用，根据担保协议，本公司对此承担担保责任，且预计很可能承担此项债务，故按月计提相应的预付负债，截止 2015 年 4 月，累计共计提预计负债 356,973.38 元；2015 年 5 月，本公司与华亿漫画公司、厦门海投集团签订三方协议，本公司以价值 356,973.38 元的以后期间广告权益作为支付对价，同时终止该项租赁合同，即该或有事项不确定因素已经不存在，按准则规定将预计负债金额转入其他应付款核算。

### （七）递延收益

单位：元

序号	项目/类别	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
1	政府补助（文化事业费）	1,200,000.00	2,000,000.00	0.00
2	政府补助（海峡两岸视觉基地项目）	1,041,666.65	1,250,000.00	1,750,000.00
3	政府补助（印客互动平台建设项目）	404,254.99	424,457.00	624.00
4	购买防伪税控设备减免税款	0.00	2,484.00	1,728.00
	合计	2,645,921.64	3,676,941.00	1,752,352.00

公司享受上述财政补贴的依据如下（以上面表格的序号顺序做如下列示）：

- 1、详见本节之“五、（六）、7”；
- 2、详见本节之“五、（六）、1”；
- 3、详见本节之“五、（六）、2”；

4、财政部、国家税务总局关于增值税税控系统专用设备和技術维护费用抵减增值税税额有关政策的通知（财税[2012]15 号）。

## 八、公司股东权益情况

单位：元

项目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
实收资本（或股本）	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00
资本公积	2,048,290.99	2,048,290.99	2,048,290.99
盈余公积	1,795,232.06	1,795,232.06	1,795,232.06
未分配利润	7,352,150.68	7,705,188.60	9,828,112.20

归属于母公司所有者权益合计	21,195,673.73	21,548,711.65	23,671,635.25
少数股东权益	2,573,157.46	4,120,353.25	3,621,494.63
所有者权益（或股东权益）合计	23,768,831.19	25,669,064.90	27,293,129.88

## 九、关联方、关联方关系及交易

### （一）关联方信息

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

#### 1、存在控制关系的关联方

##### （1）控股股东、实际控制人

序号	关联方名称/姓名	与公司关系	持股比例
1	厦门日报社	公司控股股东、实际控制人	持有公司 50% 股权

##### （2）受实际控制人控制的关联方

序号	关联方名称/姓名	与公司关系	持股比例
1	厦门报业发行有限公司	公司实际控制人厦门日报社持有其 100% 股权	-
2	厦门海峡视界传媒有限公司	公司实际控制人厦门日报社持有其 100% 股权	-
3	厦门海峡生活报社有限责任公司	公司实际控制人厦门日报社持有其 100% 股权	-
4	海峡网络（厦门）传媒有限公司	公司实际控制人厦门日报社持有其 100% 股权	-
5	厦门鹭江广告公司	公司实际控制人厦门日报社持有其 100% 股权	-
6	厦门晚报传媒发展有限公司	公司实际控制人厦门日报社持有其 100% 股权	-
7	厦门市星期三广告有限公司	公司实际控制人厦门日报社直接持有厦门市星期三广告有限公司 37.5% 股权，厦门日报社通过其占有 100% 股权的厦门海峡生活报社有限责任公司间接持有厦门市星期三广告有限公司 62.5% 股权（吊销未注销）	-
8	厦门鹭江物业管理有限公司	公司实际控制人厦门日报社持有厦门鹭江物业管理有限公司 70.3% 的股权，厦门日报社持有 100% 股权的厦门鹭江广告公司持有厦门鹭江物业管理有限公司 29.7% 的股权（吊销未注销）	-
9	海西晨报社	公司实际控制人厦门日报社是海西晨报社的举办单位	-

10	厦门东方广告公司	公司实际控制人厦门日报社主办的海西晨报社持有厦门东方广告公司 100% 的股权	-
11	海西（厦门）信息科技传送有限公司	公司实际控制人厦门日报社主办的海西晨报社持有海西（厦门）信息科技传送有限公司 100% 的股权	-

### (3) 公司控股或实际控制的企业

序号	关联方名称/姓名	与公司关系	持股比例
1	厦门台海杂志有限公司	控股子公司	直接持股 97.09%，通过全资子公司厦门华亿投资管理有限公司持股 2.91%
2	厦门华亿数码速印有限公司	控股子公司	直接持股 97.00%，通过全资子公司厦门华亿投资管理有限公司持股 3.00%
3	厦门华亿投资管理有限公司	全资子公司	直接持股 100.00%
4	厦门华亿内容产业有限公司	控股子公司	直接持股 95.00%，通过全资子公司厦门华亿投资管理有限公司持股 5.00%
5	厦门华亿公关传播有限公司	控股子公司	直接持股 76.00%，通过全资子公司厦门华亿投资管理有限公司持股 4.00%
6	厦门华亿文创展务有限公司	控股子公司	直接持股 66.50%，通过全资子公司厦门华亿投资管理有限公司持股 3.50%

## 2、不存在控制关系的关联方

### (1) 持有公司 5% 以上股份的其他股东

序号	关联方名称/姓名	与公司关系	持股比例
1	厦门文广传媒集团有限公司	公司股东	持有华亿集团 25% 股权
2	厦门建发集团有限公司	公司股东	持有华亿集团 25% 股权

详情见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、(三) 前十名股东及持有 5% 以上股份股东的情况”。

### (2) 报告期内曾持有 5% 以上股份的其他股东

序号	关联方名称/姓名	与公司关系	持股比例
1	厦门广播电视集团	曾持有华亿集团 25% 股权（现持有公司股东文广集团 100% 股权）	曾持有华亿集团 25% 股权

### (3) 公司董事、监事、高级管理人员

序号	关联方名称/姓名	与公司关系	持股比例
1	樊亮轩	公司董事长兼总经理	-
2	林洪美	公司董事	-
3	黄文洲	公司董事	-
4	傅燕美	公司董事	-

5	邱一峰	公司董事兼副总经理、董事会秘书	-
6	王文怀	公司监事会主席	-
7	冷晓兰	公司监事	-
8	余白萍	公司监事	-
9	林婧	公司副总经理	-
10	张国荣	公司副总经理	-
11	蔡福龙	财务总监	-

#### (4) 其他关联企业

序号	关联方名称	与公司的关系
1	厦门华亿漫画创意有限公司	公司参股企业，公司持有华亿漫画 20% 股权
2	厦门全景公共关系咨询有限公司	公司副总经理张国荣持有其 70% 股权，对其具有控制权

### (二) 关联交易

#### 1、经常性关联方交易

##### (1) 向关联方采购货物或接受劳务

关联方名称	2015年1-5月金额		2014年度金额		2013年度金额	
	交易金额(元)	占比	交易金额(元)	占比	交易金额(元)	占比
厦门日报社	651,239.08	4.99%	758,254.26	3.54%	1,425,969.47	6.02%
厦门海峡视界传媒有限公司	127,358.49	0.98%	69,811.32	0.33%	56,603.77	0.24%
厦门报业发行公司	0.00	0.00%	7,269.60	0.03%	1,750.00	0.01%
海峡网络(厦门)传媒有限公司	14,150.94	0.11%	9,745.28	0.05%	32,512.28	0.14%
海西晨报社	55,257.55	0.42%	216,981.14	1.01%	171,028.30	0.72%
海西(厦门)信息科技传送有限公司	47,169.81	0.36%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
<b>合计</b>	<b>895,175.87</b>	<b>6.86%</b>	<b>1,062,061.60</b>	<b>4.96%</b>	<b>1,687,863.82</b>	<b>7.12%</b>

公司与厦门日报社的采购内容包括租金及其水电、物业；版面采购；每年由厦门日报社委托华亿集团及其子公司策划执行的读者节活动；

公司与厦门海峡视界传媒有限公司的采购支出包括根据客户需求采购“厦门市公共场所文化宣传电子视屏”的广告发布费；

公司与厦门报业发行公司的采购支出系公司委托其对台海杂志进行发行的杂志发行费，每年年底进行结算；

公司与海峡网络(厦门)传媒有限公司、海西晨报社的采购均为购买版面支出；

公司与海西（厦门）信息科技传送有限公司的采购支出系根据客户需求，对农展会项目向其采购农产品，海西（厦门）信息科技传送有限公司开展线上销售业务，主要进行农产品销售。

(2) 向关联方销售货物或提供劳务

关联方名称	2015年1-5月金额		2014年度金额		2013年度金额	
	交易金额（元）	占比	交易金额（元）	占比	交易金额（元）	占比
厦门日报社	103,291.62	0.95%	1,064,557.70	2.88%	820,592.26	2.20%
厦门报业发行公司	0.00	0.00%	16,417.81	0.04%	85.47	0.00%
海峡网络（厦门）传媒有限公司	0.00	0.00%	35,293.30	0.10%	228,821.69	0.61%
海西晨报社	118,664.76	1.09%	188,679.25	0.51%	0.00	0.00%
<b>合计</b>	<b>221,956.38</b>	<b>2.04%</b>	<b>1,304,948.06</b>	<b>3.53%</b>	<b>1,049,499.42</b>	<b>2.82%</b>

公司与厦门日报社的销售业务主要系日常公关传播、活动执行等收入；

公司与厦门报业发行公司销售业务系对其销售杂志收入；

公司与海峡网络（厦门）传媒有限公司的销售业务系委托其在网上刊播发布活动信息等；

公司与海西晨报社的销售业务系对其销售杂志版面。

## 2、关联交易的公允性与必要性

根据以上关联交易内容可见，公司与厦门日报社发生关联交易的比重较大，主要是华亿集团及其子公司与厦门日报社等关联方存在较多的关联租赁行为，租赁地址为厦门市思明区吕岭路 122 号报业大厦，2013 年至 2015 年 3 月的租赁价格为每平方米 35 元/月，续签后租赁价格每平方米 45 元/月。

根据厦门日报社与非关联方厦门九龙宝典传媒有限公司签订的租赁期为 2014 年 3 月 1 日至 2016 年 2 月 29 日的租赁合同（厦报租[2014]001），厦门日报社出租的厦门市思明区吕岭路 122 号报业大厦第 11 层 1101 室之 1106、1107 单元每平方米租赁价格为 45 元/月，与华亿传媒及其关联公司价格一致，华亿传媒及其关联公司与厦门日报社租赁价格公允。

其他采购支出为采购版面支出，厦门日报社作为厦门区域最大的纸媒公司，公司活动宣传通过其媒体传播效应强，对其采购具备必要性，采购版面价格均采用市场公允价格。与厦门日报社销售业务系读者节等活动策划收入，在项目成立初期均有项目立项与预算，并通过业务人员谈判定价，不存在显示公允的情形。公司未来仍将与厦门日报社等关联方发生业务往来，但不存在重大依赖的情形。

### (三) 关联往来

#### 1、截止 2015 年 5 月 31 日关联方往来余额

单位：元

关联方名称	2015年5月31日金额					
	应收账款	预付款项	其他应收款	应付账款	预收款项	其他应付款
海西晨报社	161,864.15	-	-	48,573.00	188,679.24	-
厦门日报社	-	18,585.00	49,410.00	430,500.00	-	15,270.45
厦门海峡视界传媒有限公司	-	-	-	120,000.00	-	-
海西（厦门）信息科技传送有限公司	-	-	-	167.54	-	-

#### 2、截止 2014 年 12 月 31 日关联方往来余额

单位：元

关联方名称	2014年12月31日金额					
	应收账款	预付款项	其他应收款	应付账款	预收款项	其他应付款
厦门日报社	255,000.00	52,290.00	6,610.00	49,500.00	-	-
海西晨报社	76,685.85	-	-	-	-	-
海西（厦门）信息科技传送有限公司	10,000.00	-	-	2,960.00	-	-

#### 3、截止 2013 年 12 月 31 日关联方往来余额

单位：元

关联方名称	2013年12月31日金额			
	应收账款	预付账款	其他应收款	应付账款
厦门日报社		53,810.00	6,610.00	193,600.00
海峡网络（厦门）传媒有限公司	2,955.40		-	20,594.00
厦门全景公共关系咨询有限公司	-		475,000.00	-
厦门华亿漫画创意有限公司	560.00		-	-

### (四) 关联租赁

报告期内，公司的关联租赁情况如下：

序号	承租方	出租方	租期	地址	总面积 (平方米)	租金 (元/月)	用途
1	华亿集团	厦门日报社	2015/4/1 至 2017/3/31	厦门吕岭路122号11层1101室之1101单元、1110单元	162.00	7,290.00	办公
2	台海杂志	厦门日报社	2015/4/1 至 2017/3/31	厦门市思明区吕岭路报业大厦122号11层1101室之1110单元	108.00	4,860.00	办公

厦门华亿传媒集团股份有限公司公开转让说明书

3	华亿内产	厦门日报社	2015/4/1 至 2017/3/31	厦门市思明区吕岭路报业大厦122号11层1101室之1111单元、1112单元	143.00	6,435.00	办公
4	华亿文创	厦门日报社	2015/4/1 至 2017/3/31	厦门市思明区吕岭路报业大厦122号1102室	136.00	6,120.00	办公
5	华亿投管	华亿文创	2015/4/1 至 2017/3/31	厦门市思明区吕岭路122号报业大厦1101室之1102单元	-	无偿	注册场所
6	华亿速印	厦门日报社	2014/10/24 至2017/3/31	厦门市思明区金尚路287-289号厦门日报印务中心大楼1、2层	-	无偿	注册场所
7	华亿内产	厦门日报社	2012/7/1/至 2015/6/30	厦门市思明区吕岭路报业大厦122号11层1101室之11、12单元	91.00	3,185.00	办公
8	华亿内产	厦门日报社	2013/4/1/至 2015/3/31	厦门市思明区吕岭路122号报业大厦11层1101室之1110、1111单元	226.00	7,910.00	办公
9	华亿文创	厦门日报社	2013/4/1/至 2015/3/31/	厦门市思明区吕岭路122号报业大厦1102室	136.00	4,760.00	办公
10	华亿集团	厦门日报社	2013/4/10至 2015/3/3	厦门市思明区吕岭路122号报业大厦1101室	136.00	4,760.00	办公
11	华亿投管	厦门日报社	2013/4/1/至 2015/3/31	厦门市思明区吕岭路122号报业大厦1101室之1102单元	136.00	4,760.00	办公
12	华亿速印	厦门日报社	2013/10/24/ 至 2014/10/23/	厦门市思明区金尚路287-289号厦门日报印务中心大楼1、2层	100.00	1层：800； 2层：720	办公

公司未有自有经营场所，报告期内办公场所均采用租赁形式。华亿集团及其子公司与厦门日报社等关联方存在较多的关联租赁行为，租赁地址为厦门市思明区吕岭路122号报业大厦，2013年至2015年3月的租赁价格为每平方米35元/月，续签后租赁价格每平方米45元/月。

根据厦门日报社与非关联方厦门九龙宝典传媒有限公司签订的租赁期为2014年3月1日至2016年2月29日的租赁合同（厦报租[2014]001），厦门日报社出租的厦门市思明区吕岭路122号报业大厦第11层1101室之1106、1107单元每平方米租赁价格为45元/月，与华亿传媒及其关联公司价格一致，华亿传媒及其关联公司与厦门日报社租赁价格公允。

华亿投管主要从事子公司的投资管理工，目前公司只委派经营管理人员兼任，无实际生产经营活动。公司在2015年3月31日与厦门日报社租赁合同到期后未再续签。2015年8月20日，华亿文创出具《无偿使用授权书》，同意无偿授权华亿投管使用“厦门市思明区吕岭路122号报业大厦1101室之1102单元”处房产作为工商注册地址使用，无偿授权使用期限为自2015年4月1日起至2017

年 3 月 31 日止。

华亿速印由于累计经营亏损，已于 2014 年下半年停止经营，后期接受的业务采用委外形式制作，为防止经营亏损的扩大，与厦门日报社的租赁合同在 2014 年 10 月到期后未再续签。公司拥有设备对外租赁，不再占用场所。2015 年 8 月 20 日，厦门日报社出具《无偿使用授权书》，同意无偿授权华亿速印使用“厦门市思明区金尚路 287-289 号厦门日报印务中心大楼 1、2 层”处房产作为工商注册地址使用，无偿授权使用期限为自 2014 年 10 月 24 日起至 2017 年 3 月 31 日止。

### （五）关联担保

2013 年 3 月 29 日，海沧集团、华亿有限及华亿漫画签订《三方协议》，约定华亿有限将其于 2013 年 1 月 1 日向海投集团租赁的福建省厦门市海沧区钟林路 8 号海投大厦 10 层 1004、1005 室房屋中面积为 455 平方米部分的权利义务转让给华亿漫画，租赁期限至 2017 年 12 月 31 日止。同时合同约定，华亿有限对华亿漫画履行该协议及租赁合同承担连带责任。

2015 年 5 月 22 日，因华亿漫画经营不善，无力偿还租金和物业费共计 356,973.38 元。因此，海投集团依据前述签订的《三方协议》第三条之规定要求华亿有限承担连带责任。在华亿有限用旗下价值 356,973.38 元的广告资源代偿华亿漫画所欠租金和物业水电费后，华亿有限、海投集团、华亿漫画原先签订的《海投大厦租赁合同》和《三方协议》于 2015 年 5 月 31 日予以终止。

上述关联交易均发生于股份公司设立前，尚未建立《关联交易决策制度》时，该等交易在当时无需履行关联交易表决程序。公司在报告期内发生的关联交易系为公司的生产经营提供业务支持，公司关联交易均基于市场公平、公正的原则，以协议、合同形式进行的，不存在损害公司及其他股东合法利益的情况。

为进一步加强关联交易的审批和严格执行公司章程关于关联交易的规定，公司控股股东、实际控制人及关联企业出具《关于关联交易的承诺函》，作出如下承诺：

（1）本人/单位将尽量减少、避免与公司之间发生关联交易；对于能够通过市场方式与独立第三方之间发生的交易，将由公司与独立第三方进行；本人/单位不以向公司拆借，占用资金或由公司代垫款项，代偿债务等方式侵占公司资金。

（2）对于本人/单位与公司之间必需的一切交易行为，均将严格遵守市场规则，本着公平互利，等价有偿的一般原则，公平合理的进行。

(3) 本人/单位与公司所发生的关联交易将以签订书面合同或协议等形式明确约定，并严格遵守有关法律、法规以及公司章程，关联交易决策制度等规定，履行各项批准程序和信息披露义务。

(4) 本人/单位不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益，若造成损害的，本人/单位自愿承担一切损失。

## 十、提请投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

公司无应披露的期后事项、或有事项及其他重要事项。

## 十一、资产评估情况

### (一)整体变更为股份有限公司的资产评估

设立股份有限公司时，公司委托福建联合中和资产评估土地房地产估价有限公司对公司截止至 2014 年 10 月 31 日的股东全部权益价值进行评估，福建联合中和资产评估土地房地产估价有限公司于 2014 年 12 月 5 日出具《评估报告》（（2014）榕联评字第 486 号），评估有效期为一年，自 2014 年 11 月 1 日至 2015 年 10 月 31 日。

#### (1) 资产评估方法

采用资产基础法作为本次评估方法。

#### (2) 资产评估结果

于评估基准日，委估净资产公允价值的评估值为 2,122.47 万元，较审计后净资产增值 1,394.67 万元，增值率为 52.18%。

### (二) 华亿公关拟增值扩股项目全部权益价值的资产评估

2013 年华亿公关拟进行股权转让，公司委托厦门均和资产评估咨询有限公司对华亿公关截止至 2013 年 4 月 30 日的股东全部权益价值进行评估，厦门均和资产评估咨询有限公司于 2013 年 6 月 22 日出具《评估报告》（厦均和资评报字（2013）第 100 号），评估有效期为一年，自 2013 年 4 月 30 日至 2014 年 4 月 30 日。

#### (1) 资产评估方法

采用成本法作为本次评估方法。

### (2) 资产评估结果

于评估基准日，委估净资产公允价值的评估值为 438.12 万元，账面净资产为 425.08 万元，增值率为 3.07%。

### (三) 华亿速印拟股权转让项目全部权益价值的资产评估

2013 年华亿速印拟进行股权转让，公司委托厦门均和资产评估咨询有限公司对华亿速印截止至 2012 年 12 月 31 日的股东全部权益价值进行评估，厦门均和资产评估咨询有限公司于 2013 年 3 月 7 日出具《评估报告》（厦均和资评报字（2013）第 023 号），评估有效期为一年，自 2013 年 1 月 1 日至 2014 年 1 月 1 日。

#### (1) 资产评估方法

采用成本法作为本次评估方法。

#### (2) 资产评估结果

于评估基准日，委估净资产公允价值的评估值为 143.53 万元，账面净资产 153.26 万元，减值率为 6.35%。

## 十二、股利分配政策和历年分配情况

### (一) 股利分配政策

根据《公司章程》规定，公司的股利分配政策及分配原则具体安排如下：

第一百五十二条 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

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

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

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

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

第一百五十三条 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

第一百五十四条 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。

第一百五十五条 公司利润分配政策为：

（一）公司实行持续稳定的利润分配政策，重视对全体股东的合理投资回报并兼顾公司的持续发展；

（二）按照前述第一百五十二条的规定，在提取10%的法定公积金和根据公司发展的需要提取任意公积金后，对剩余的税后利润进行分配。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力；

（三）公司可以采取现金、股票或者现金股票相结合等法律法规允许的其他方式分配股利，并积极推行以现金方式分配股利；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；

（四）如无重大投资计划或重大现金支出发生，公司应当采取现金方式分配利润，公司最近三年以现金形式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可供分配利润的 30%；

（五）公司可根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要调整利润分配政策，调整后的利润分配政策不得违反法律法规规章的规定，有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会审议后提交股东大会批准。

## （二）实际分配情况

### 1、2013 年华亿传媒对外分配 200 万元

华亿传媒 2013 年 6 月 9 日召开股东会，会议一致通过按股本比例实施 2012 年利润分配方案，本期利润分配金额为人民币 200 万元。

### 2、2014 年华亿公关实现利润分配 246.55 万元

华亿公关于 2014 年 3 月 20 日召开股东会，决议通过实施 2013 年度利润分配方案，本期分配金额为 246.55 万元，其中华亿传媒实现利润分配所得 192.63 万元，厦门全景公共关系咨询有限公司实现利润分配所得 43.78 万元，华亿投管实现利润分配所得 10.14 万元。本次利润分配未按股权比例进行分配，根据全景公关入股时签订的《增资扩股协议》，协议约定，在华亿公关评估基准日 2013 年 4 月 30 日前，华亿公关未列入评估的已完成未确认收入的项目形成的净利润暂估为 276,517.59 元，在 2013 年度利润分配中仅对华亿传媒和华亿投管进行分配。

### 3、华亿内产 2014 年实现利润分配 100 万元

华亿内产于 2014 年 11 月召开临时股东大会，会议决议实施 2013 年度利润分配方案，本期利润分配金额为人民币 100 万元，华亿传媒实现利润分配所得 100 万元。

### 4、2014 年华亿传媒实现对外分配 400 万

华亿传媒于 2014 年 9 月 30 日召开股东会，决议通过按投资比例实施 2013 年度利润分配方案，本期利润分配金额为人民币 400 万元。

### 5、2015 年华亿公关实现利润分配 400 万元

华亿公关于 2015 年 3 月 4 日召开股东会，决议通过按投资比例分配 2014 年度利润分配方案，本期利润分配金额为人民币 400 万元，其中华亿传媒实现利润分配所得 304 万元，厦门全景公共关系咨询有限公司实现利润分配所得 80 万元，华亿投管实现利润分配所得 16 万元。

### 6、2015 年华亿文创实现利润分配 300 万元

华亿文创于 2015 年 3 月 26 日召开股东会，决议通过按投资比例实施 2014 年度利润分配方案，本期利润分配金额为人民币 300 万元，其中华亿传媒实现利润分配所得 199.5 万元，厦门市翔安投资集团有限公司实现利润分配所得 90 万元，厦门华亿投资管理有限公司实现利润分配所得 10.5 万元。

### 7、2015 年华亿内产实现利润分配 150 万元

华亿内产于 2015 年 2 月 28 日召开股东会，决议通过按投资比例实施 2014 年度利润分配方案，本期利润分配金额为 150 万元，华亿传媒实现利润分配所得 150 万元。

### 十三、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

公司纳入合并报表的企业为台海杂志、华亿内产、华亿公关、华亿文创、华亿投管等公司的全资和控股子公司，基本情况如下。

序号	纳入合并报表范围的子公司	类型	注册地	注册资本(万元)	经营范围
1	台海杂志	全资子公司	厦门市思明区	103.00	从事台海杂志策划、采写、拍摄、编辑、出版、改行的筹备；图文设计；广告设计、制作、代理、发布。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营。）
2	华亿内产	全资子公司	厦门市思明区	260.00	图书、报刊零售；广告的设计、制作、代理、发布；文化、艺术活动策划；专业化设计服务。
3	华亿公关	控股子公司	厦门市海沧区	325.00	大型公关、商业活动策划、媒体视觉内容策划、企业形象策划；品牌营销市场推广；广告设计、制作、代理、发布。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营。）
4	华亿文创	控股子公司	厦门市翔安区	371.43	会议及展览服务；文化、艺术活动策划；其他未列明文化艺术业；包装服务；文艺创作与表演；广告的设计、制作、代理、发布；园林景观和绿化工程施工；工程管理服务。
5	华亿投管	全资子公司	厦门市思明区	100.00	投资管理咨询（不含吸收存款、发放贷款、证券、期货及其他金融业务）；广告设计、制作、代理、发布；图文设计、动漫软件设计；企业商贸信息咨询；企业营销策划；企业形象策划、文化活动策划、展览展示服务。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营。）
6	华亿速印	全资子公司	厦门市湖里区	150.00	会议及展览服务；包装服务；包装装潢及其他印刷；文化、艺术活动策划；专业化设计服务；文具用品零售。

上述子公司的详细情况详见本公开转让说明书“第二节 公司业务”之“二、（一）2、子公司情况”。

### 十四、可能影响公司持续经营的风险因素及评估

公司结合自身特点及所处的行业实际情况，识别以下可能影响公司持续经营的风险性因素，并积极采取不同的应对措施。

#### （一）知识产权侵权风险

文化创意产业的产品创造成本高、投入大，但易被模仿传播，且复制成本低。近年来我国知识产权工作取得了长足进步，文化领域知识产权的保护和运用机制已经初步建立，但侵权和盗版的现象仍时有发生，文化创意产业的知识产权侵权

风险依然较高。如果公司无法有效保护知识产权，自身的合法权益将难以保障，也会对公司的业务发展造成一定的影响。

应对措施：公司将加大对知识产权的保护力度，通过申请商标、版权等形式保护自身知识产权不受非法侵害。此外，公司也将利用自身的全产业链优势，充分开发知识产权资源的产品形式，加大知识产权侵权的难度。

## （二）人才流失、短缺的风险

文化创意产业是源自个人创意、技巧及才华的行业，极其依赖个体人脑和人的心智能力。人才资本是文化创意产业最核心的生产要素，能否维持公司文化创意人才队伍的稳定，并不断吸引优秀的人员加盟，关系到公司能否继续保持在行业内的领先优势、经营的稳定性及公司的可持续发展。我国文化创意人才较为紧缺，随着行业竞争日益加剧，行业对人才的需求与日俱增，对行业内企业而言，存在文化创意人才流失、短缺风险。

公司自成立以来，十分注重在人才方面的培养、储备和激励，但文化创意产业市场对专业人才的需求与日俱增，公司仍可能面临专业人才流失的风险。此外，随着公司资产和经营规模的逐渐扩大，公司对文创人才的需求也将逐步加大。如果公司不能及时培养和引进足够的人才，公司亦将面临人才短缺的风险。

应对措施：针对可能产生的人才流失风险，公司一方面加强企业文化的培养，将严格的规章制度与人性化管理相结合，形成了良好的企业文化氛围和高度和谐的团队协作精神；另一方面，公司建立了有效的薪酬体系与人才激励制度，将工作及项目目标激励与物质激励相结合，同时完善岗位职能制度建设，使各类员工都能够充分发挥才能。报告期内，公司的高级管理人员与核心业务人员等核心团队未发生人员变动，较为稳定。

## （三）业务区域较为集中的风险

公司以福建省厦门市为主要业务区域，内容产品供应、媒介平台运营、展览展示庆服务等三大主营业务板块的各项业务主要在福建省厦门市及其周边城市开展。目前公司的客户也基本为福建本地客户。厦门地区、福建省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厦门以外的业务市场，以及福建地区以外的客户群体，公司未来在成长上将面临一定的瓶颈。

凭借在区域内的两岸特色、品牌与客户资源、运营经验等竞争优势，公司业务在区域内仍处于稳步增长过程中，但业务区域过于集中使公司业务存在受区域经济波动影响的风险。

应对措施：一方面，公司将继续依托内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务等业务板块的专业服务占领本地市场，不断提升业务服务水平、建立品牌影响力、优化业务模式、发挥服务优势，以吸引更多外地客户，强化公司原有业务；另一方面，公司也将利用自身的文化创意全产业链运营优势，计划通过文创产业投资、开发新产品新服务等手段推进公司的文创业务，扩大公司的业务深度和区域辐射面。

#### （四）新产品、新服务及新市场开拓计划无法顺利实现的风险

公司是海峡两岸行业领先的文创产业运营商，专注于文化创意产业全产业链运营。为了进一步提升公司的盈利能力，谋求更为广阔的业务发展空间，公司计划在巩固原有业务的基础上拓宽公司产品和服务的范围，开发新产品新服务；同时，公司还将加大市场的拓展力度，并由区域业务向全国业务转型，加快对福建以外市场的开发。但由于文化创意产品的不确定性较高，且新产品、新服务及新市场的开拓对于客户资源获取、运营能力及经验、资质、市场口碑等方面都提出了新的要求，有可能导致公司的经营计划无法顺利实现，进而影响公司未来的业绩。

应对措施：公司在新产品、新服务及新市场上的开拓计划主要围绕着“提振传统板块，创新互联板块”两大目标展开，建立在公司现有技术基础、业务内容及客户资源上，利用新技术对公司传统业务进行改造，并逐步介入新的发展领域，发展计划具备较高的可行性。此外，公司将进一步加强产品创新、吸引高端文创人才，并扩充营销业务团队、储备客户资源，增强公司的竞争力，为上述发展计划的实施提供条件支撑。

#### （五）业务收入增长趋缓甚至可能下降的风险

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度营业收入分别为 11,355,177.01 元、37,387,552.94 元、36,095,837.63 元，毛利率分别为 40.08%、52.87%、44.22%，报告期内公司业务收入增长趋缓毛利率下降。公司业务除受春节影响外，无其他季节性因素，2015 年 1-5 月公司业务受到春节影响，且公司媒体资源受到新兴媒体的冲击等因素，收入规模环比出现一定程度的下滑。公司存在业务收入增长趋缓甚至下降的风险。

公司以内容产品供应、媒介平台运营、展览展庆服务为核心，兼营文化创意产业多项投资运营等项目，是集杂志出版、内容供应、视觉创意、媒介运营、展览服务、展庆执行等多项商业功能于一体的智力密集型文化创意产业经营实体。公司主要收入类型为广告宣传业务、策划宣传业务、展览展庆业务、书刊编制印

发，其中，展览及策划宣传业务仍是公司未来业务收入的主要来源。公司凭借多年的展览承做经验及主题展厅的宣传效果，对政府客户需求的掌握和理解更加敏锐和准确，展览业务已取得不错的成绩和口碑，收入上有继续提升的空间。策划宣传业务为公司主要收入来源之一，公司未来将继续加大业务开发力度，进一步提高公司业绩。

公司拥有的广告媒体资源在 2013 年度及 2014 年度为公司带来稳定的广告宣传收入。但公司拥有的媒体资源形态较为传统，较易受到网络媒体、新媒体等新兴媒体的冲击，预计现有广告宣传业务和书刊编制印发的业务收入增长在未来将进一步放缓。展庆业务受“八项规定”等政府政策的影响，报告期内收入也呈现出下降趋势。报告期内公司开展的部分新项目，如华亿文创的创意门店业务、与台湾投资方共同投资的华亿漫画项目，以及数码速印业务均业绩不佳，影响了公司业务收入的持续增长。

公司已计划继续加强巩固传统业务，并开拓新的媒体和产品服务形式，以发挥公司的全产业链优势，扩大公司收入规模。但文化创意产业竞争不断加剧，如果公司的原有业务无法保持持续增长，新开发的媒体和产品服务项目亦未能及时产生收益，公司业务收入增长趋缓甚至下降的风险依然存在。

应对措施：针对公司业务收入增长趋缓甚至可能下降的情况，公司已制定了相应的发展计划（详见本公开转让说明书“第二节 公司业务”之“七、发展计划”），通过提振传统板块、创新互联板块、完善保障机制等多种手段，拓展公司业务，加快公司发展，以应对文化创意产业日益激烈的市场竞争。

#### （六）毛利率下滑、净利率降低的风险

公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度毛利率分别为 40.08%、52.87%、44.22%。公司 2015 年 1-5 月毛利率下滑，公司分项目毛利率分析见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“五、（三）主营业务毛利及毛利率分析”，公司整体毛利率下降的主要影响因素主要系策划宣传业务及展览展庆业务的影响，一方面是由于受收入确认原则的影响，其中涉及的需由财政审核中心审核确认的项目，在财政审核后确认收入；一方面受行业竞争格局的影响，除广播影视、新闻出版等少数细分行业外，国家对文化创意产业在政策上没有准入限制。本行业的市场化程度较高，市场竞争较为充分。由于文化创意产业内涵外延较为广阔，各细分行业之间差异性较大，行业内企业往往专注于某几个细分产业进行发展，且大部分行业内企业普遍规模偏小，尚处于起步阶段，在市场竞争加剧的情况下，企业综合毛利率存在下降风险。

应对措施：一方面，公司将加强产品和服务的开发提供力度，及时满足客户偏好的转换，扩大公司的业务规模和市场占有率；另一方面，公司也将根据业务发展情况加大营销力度和内部成本费用管理，增强公司的盈利能力。

### （七）公司租赁的一处仓储场所正在搬迁

公司及其子公司在境内共租赁 7 处房屋作为办公、经营、仓储使用（详见本公开转让说明书“第二节 公司业务”之“三、（四）2、生产经营场所的情况”）。其中，华亿文创承租的一处用于仓储的房产，未查出租方就此项房产具有合法出租权，未查此项房产已获房屋产权证，故华亿文创与出租方签订的该项租赁合同存在认定为无效合同或被撤销的风险。虽然华亿文创不存在因该项租赁受到行政处罚的法律风险，不会影响公司的合法合规经营，但华亿文创仍然存在因租赁合同被认定为无效合同或被撤销，进而导致公司无法使用该房产，需要搬迁并承担相应损失的风险。

为避免该项租赁房产存在产权瑕疵给公司带来的潜在风险，华亿文创已决定搬迁仓储场所，并制定了详细的搬迁计划和搬迁时间表，预计于 2015 年 12 月完成物料清点和分类，2016 年 1 月底完成全部搬迁工作。2015 年 11 月 1 日，华亿文创与新出租方签订了《租赁意向书》，意向租赁厦门市鹭江道 52 号海滨大厦底层夹层（面积为 514.52 平方米，租赁期限初步定为 5 年）作为新的仓储场所。

原房产出租方厦门闽运通货运代理有限公司、北京中海物流有限公司已出具承诺，承诺该项房产不存在产权瑕疵、出租权不存在瑕疵。且舞台桁架、音响、画布、桌椅等展庆备用物料均为可移动物，搬迁难度较小。故该仓储场所的搬迁事项不会影响公司的合法合规经营，亦不会对公司的生产经营活动及持续经营能力构成重大不利影响，不会对公司本次挂牌产生实质性障碍。

应对措施：公司不存在因该项租赁受到行政处罚的法律风险，不会影响公司的合法合规经营。该项房产出租方已出具承诺，若发生争议，其将承担华亿文创因该项房产权瑕疵或其出租权瑕疵而遭受的全部损失。且华亿文创已决定搬迁该仓储场所以彻底解决潜在风险，并制定了详细的搬迁计划和搬迁时间表，尽可能减小搬迁对公司经营造成的不利影响。截至本公开转让说明书签署之日，华亿文创已初步选定仓储场所并与其业主签订了《租赁意向书》，其他搬迁工作正在按计划进行。

### （八）公司治理风险

公司于 2015 年 8 月整体变更为股份公司，股份公司设立时间较短。股份公

司成立后，公司逐步建立规范的治理机制，完善了包括但不限于三会议事规则等相关决策管理办法及适应企业现阶段发展的内部控制制度和管理体系，建立健全了公司治理机制。由于股份公司成立时间较短，在相关制度的健全和执行方面仍需假以时日，公司管理层的规范治理及内部控制意识也需在实际运作中进一步提升。随着业务的发展，未来公司的经营管理将对公司治理提出更高要求。因此，公司存在在未来经营中因公司治理不适应公司发展的需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

应对措施：公司已制定了规范公司治理及强化监督制衡的管理制度，并着重强化全体股东、董事、监事、高级管理人员规范公司治理的理念，使其审慎履行管理、监督职责，确保严格按照《公司章程》及其他管理制度的规定实施“三会”程序，规范公司治理行为。

#### **（九）公司与实际控制人及其下属企事业单位存在相似经营业务，构成潜在同业竞争的风险**

公司实际控制人厦门日报社及其下属企事业单位与公司在业务上存在相似经营业务，构成潜在同业竞争的风险。虽然华亿传媒虽然与控股股东、实际控制人厦门日报社及其下属企事业单位存在相似经营业务，但在各相似业务上，华亿传媒与其关联企业均存在明显区隔，并不存在实质性同业竞争；或已采取必要解决措施，尽可能避免同业竞争情况。厦门日报社亦已对未来避免继续发生潜在或实质性同业竞争进行承诺。故厦门日报社及其下属企事业单位的业务不会对华亿传媒及其股东的利益造成损害，华亿传媒与厦门日报社及其下属企事业单位之间的同业情况不会对公司挂牌构成实质性障碍。但在业务调整和经营范围变更方案（详见本节之“五、（三）2、厦门日报社为避免下属企事业单位与华亿传媒存在相似业务或经营范围重叠情况，进而发生潜在同业竞争风险的解决措施”）通过审批之前，公司与厦门日报社及其下属企事业单位之间的潜在同业竞争风险依然存在。

应对措施：公司实际控制人厦门日报社以及公司的董事、监事、高级管理人员均已出具承诺函，对未来避免继续发生潜在或实质性同业竞争进行承诺；公司的治理制度亦对避免同业竞争作出了相关规定（详见本公开转让说明书“第三节 公司治理”之“五、（二）避免同业竞争的承诺和规定”）。解决相似经营业务的具体措施也正在推进中（详见本公开转让说明书“第三节 公司治理”之“五、（三）对存在相似经营业务的解决措施”）。在业务调整和经营范围变更方案通过审批之后，公司的潜在同业竞争风险将彻底解决。

### （十）公司对政府补助存在较大依赖的情形

报告期内，公司存在较大额的政府补助。2015年1-5月、2014年度、2013年度公司获得的政府补助分别为1,151,853.36元、2,443,023.00元、3,152,471.00元，公司获得政府补助的详细情况见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“五、（六）非经常性损益情况”。公司2015年1-5月、2014年度、2013年度非经常性损益占净利润比重分别为-369.36%、63.66%、52.40%。从净利润的结构上看，公司的政府补助占净利润比重较大，对公司的财务状况及经营成果有较大影响。但公司获得的政府补助主要用于补贴公司举办各类文化交流活动或投资建设创意产业项目，公司并未实质从中获利。

由于文化创意产业为国家支持产业，各级政府对文化创意企业的补助将长期存在，文化创意企业获得的政府补助较多是行业内普遍现象，并非公司特例。但公司仍然存在利润来源对政府补助依赖较大的情形。若未来无法取得稳定的政府补助，公司的利润来源将受到影响。

应对措施：一方面，公司将积极提升业务服务水平、建立品牌影响力、优化业务模式、发挥服务优势，通过公司自身业务的发展壮大获取利润，减少公司对政府补助的依赖；另一方面，公司也将充分利用目前政府扶持文化创意产业这一政策优惠，继续开拓文化创意产业业务，不断加快自身的发展速度。

### （十一）华亿漫画投资失败的风险

公司与厦门我样漫画有限公司、厦门华益工贸有限公司等于2013年3月15日共同出资设立厦门华亿漫画，其中公司持股20%，出资额300万元。华亿漫画运行初期，就出现杂志实销率低、现金流倒挂的不利局面，截止至2013年12月31日，华亿漫画累计经营亏损266.09万元，根据权益法应确认投资损失55万元。为推进华亿漫画授权业务、衍生业务、培训业务等全面发展，公司2014年上半年与中国邮政集团公司报刊发行局达成杂志发行全面战略合作及全国千个漫画亭发展战略合作计划，取得一定收益，但仍无法扭转现金流枯竭的局面。后期公司通过多方途径进行交涉谈判均难以达到目的。为避免扩大损失，2014年9月华亿漫画召开董事会，决议自9月30日华亿漫画停止经营，由于经营管理不善，难以实现营利宗旨，继而缺乏稳定的现金流缴纳员工社保、支付员工工资及偿还公司债务。2014年11月28日，公司就劳动争议纠纷承诺解除与陈丽艳等13人的劳动关系，并赔偿其经济损失及为其缴交社保。2015年2月6日、5月11日及7月20日，公司因未能偿还其与北京华联印刷有限公司、厦门华彩印业有限公司及广州市人杰彩印厂的印刷款及违约金而分别被起诉，海沧区人民

法院对此进行了审理并判决厦门华亿漫画创意有限公司承担相应责任。

由于华亿漫画已严重缺乏清偿能力，未再聘请财务人员，2014 年资产负债表日无法按权益法核算投资损益。鉴于华亿漫画实际经营情况和谨慎性原则，公司对华亿漫画的长期股权投资计提减值至 0，其经营亏损对报告期净利润产生较大的影响。

应对措施：由于华亿漫画资金流断裂，已无法承担清算费用，公司目前暂时搁置其清算。未来若有合适的项目和充足的资金再启动华亿漫画，公司仍会进行尝试。此外，由于文创产业投资板块是公司的四大业务板块之一，公司在未来的文创产业投资中将加大尽职调查、审核、监管等力度，尽量避免项目投资中的风险。

## 第五节 有关声明

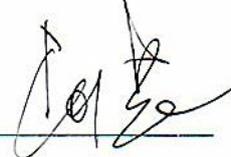
### 一、本公司全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺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。

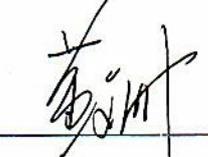
全体董事：

  
\_\_\_\_\_

樊亮轩

  
\_\_\_\_\_

林洪美

  
\_\_\_\_\_

黄文洲

  
\_\_\_\_\_

傅燕美

  
\_\_\_\_\_

邱一峰

全体监事：

  
\_\_\_\_\_

王文怀

  
\_\_\_\_\_

冷晓兰

  
\_\_\_\_\_

余白萍

全体高级管理人员：

  
\_\_\_\_\_

樊亮轩

  
\_\_\_\_\_

邱一峰

  
\_\_\_\_\_

林婧

  
\_\_\_\_\_

张国荣

  
\_\_\_\_\_

蔡福龙

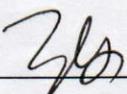
厦门华亿传媒集团股份有限公司



## 二、主办券商声明

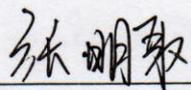
本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：



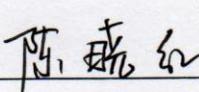
兰荣

项目负责人：

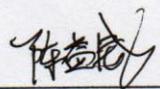


张明取

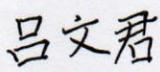
项目小组成员：



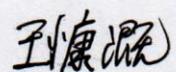
陈晓红



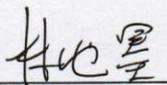
陈益威



吕文君



王慷溉



林池墨

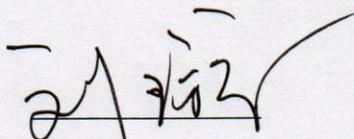
兴业证券股份有限公司

2015年12月3日

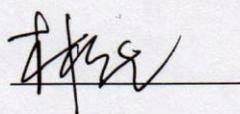
### 三、律师声明

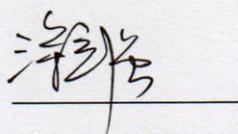
本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书中不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

  
刘璇

经办律师：

  
林富志

  
涂立强

上海锦天城（厦门）律师事务所

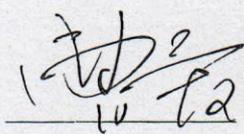
2015年12月3日



#### 四、审计机构声明

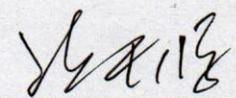
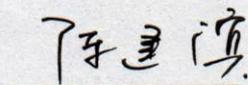
本所及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的审计报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书中不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：


曹爱民

签字注册会计师：

陈长源

陈建滨

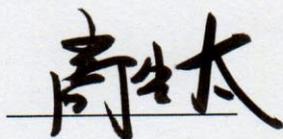
  
希格玛会计师事务所（特殊普通合伙）

2015年12月3日

## 五、评估机构声明

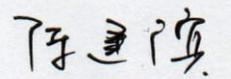
本所及签字注册资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的资产评估报告无矛盾之处。本所及签字注册资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书中不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

评估机构负责人：

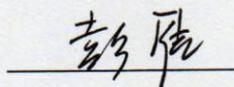


商光太

签字注册资产评估师：



陈建滨



彭雁

福建联合中和资产评估土地房地产估价有限公司

2015年12月3日



## 第六节 附件

### 一、备查文件

- (一) 主办券商推荐报告
- (二) 财务报表及审计报告
- (三) 法律意见书
- (四) 公司章程
- (五) 全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见

### 二、信息披露平台

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