

北京景典传媒科技股份有限公司

**Beijing Kindin Media Technology Co. Ltd.**



旅行，从选择景典开始

# 公开转让说明书

主办券商



长春市自由大路 1138 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。

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

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

# 重大事项提示

公司特别提醒投资者注意下列重大事项：

## 1、广告供应商依赖风险

报告期内，公司与北京金日恒升有限责任公司签订了广告服务合同，公司以较低的价格取得了地铁广告展位，该合同持续到2023年。虽然目前公司正在与多家广告展位供应商洽谈合作，开拓除地铁隧道外的诸多其他媒体形式。但是，短期内，公司在北京地区的地铁广告展位依赖于北京金日恒升有限责任公司，如果该公司与本公司合作发生重大不利变化，将对公司经营产生重大不利影响。

## 2、企业盈利能力较弱

目前公司处于初创期向成长期转型的阶段，公司规模较小。2013年、2014年和2015年1-5月，公司营业收入分别为58.25万元、146.43万元和131.95万元，净利润分别为-2.01万元、0.72万元和16.77万元，虽然报告期内公司经营业绩逐年增长，但是相对于其他同类成熟企业营业收入与净利润仍然较低。

## 3、特殊收入确认方式风险

公司存在广告置换门票业务，收入确认方式特殊。2014年、2015年部分广告置换门票合同没有签订金额，部分合同签订金额缺乏公允性。公司2014年和2015年广告销售收入会计师事务所按照公允价值准则和公允价值的一般原则对其公允价值进行了重新核定。由于地铁广告本身每个站段不同价格不同，且由于各个站段广告具有唯一性，因此以往的交易价格对于公允价值的确定不具备完全参考意义，而公司对于各个站段广告具有垄断性，使得广告位通常不具备可比产品以进行公允价值确定。根据《企业会计准则第39号——公允价值计量》的规定，采用市场法对广告易货的公允价值进行衡量，以同行业毛利率为参考，选取多家业务相类似的企业取其广告业务的毛利率均值进行调整，按其计算后的结果作为广告易货交易的公允价格，并选择以门票销售收入未来现金流量现值折现，企业根据门票销售的期限以及企业资金占用渠道等因素，选取3年期国债利率为折现率进行门票销售收入折现，进行验证。虽然目前这种方式确定广告收入为企业所选择的最佳方式，但可能因预测数据的不准确而导致的收入确认风险。

#### 4、公司治理风险

公司存在治理风险。公司于 2015 年 8 月 12 日由北京景典华美文化传媒有限责任公司整体变更设立。股份公司设立后，建立健全了法人治理结构，完善了现代企业发展所需的内部控制体系。但是，由于股份公司成立的时间较短，各项管理、控制制度的执行尚未经过较长经营周期的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐渐完善；同时，随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

#### 5、OTA（在线旅游企业）订单人工核对风险

公司电子客票部分通过分销携程等 OTA 产品实现，公司通过数据接口方式实现 OTA 的订单，但账务处理未实现时时核对。目前主要是通过人工核对，线上运营部人员每隔两到三日与携程等 OTA 对接人员进行一次电子客票核对，可能存在因客票销售数据差异使得消费者到达景区后出现不能顺利入园的情况，产生消费者投诉风险。

#### 6、控股股东和实际控制人不当控制的风险

公司控股股东、实际控制人吴向超持有公司 61.11%的股份，其妻王晓丹持有公司 16.20%的股份，二人合计持有公司 77.31%的股份。尽管股份公司成立后，公司建立了较为完善的法人治理结构，通过《公司章程》对股东，特别是控股股东的行为进行了相关的约束，并建立了关联交易回避表决制度及其他相关制度，以防止和杜绝实际控制人作出不利于公司和其他股东利益的决策和行为，但如果控股股东、实际控制人利用其控制地位，通过行使表决权等方式对本公司的人事任免、经营决策等进行控制，仍有可能损害本公司及本公司中小股东的利益。

## 目录

声明 .....	1
重大事项提示 .....	2
目录 .....	4
释义 .....	6
<b>第一节 基本情况 .....</b>	<b>2</b>
一、公司概况 .....	2
二、公司股票基本情况 .....	3
三、    公司股权结构、股东以及股本演变情况 .....	5
四、公司董事、监事、高级管理人员基本情况 .....	14
五、报告期主要会计数据及主要财务指标 .....	17
六、本次挂牌的有关机构 .....	19
<b>第二节 公司业务 .....</b>	<b>22</b>
一、公司主要业务、主要产品（服务）及其用途 .....	22
二、公司内部组织结构图和业务流程 .....	25
三、公司业务相关的关键资源情况 .....	29
四、公司业务收入情况 .....	34
五、公司的商业模式 .....	41
六、公司所处行业的情况 .....	43
<b>第三节 公司治理 .....</b>	<b>56</b>
一、公司报告期内股东大会、董事会、监事会制度建立及运行情况 .....	56
二、董事会对公司现有治理机制的讨论和评估 .....	57
三、公司及控股股东、实际控制人最近两年内存在的违法违规及受处罚情况 .....	59
四、公司的独立性 .....	59
五、公司最近两年内资金被占用或为控股股东、实际控制人及其控制企业提供担保情况 .....	61
六、同业竞争的情况 .....	62
七、董事、监事、高级管理人员其他有关情况说明 .....	62
八、最近两年内董事、监事、高级管理人员变动情况及原因 .....	66
<b>第四节 公司财务 .....</b>	<b>68</b>

一、 财务报表 .....	68
二、 审计意见 .....	81
三、 财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况 .....	81
四、 报告期内主要会计政策、会计估计及其变更情况和影响 .....	81
五、 公司财务状况、经营成果和现金流量状况的简要分析 .....	89
六、 报告期内主要会计数据和财务指标分析 .....	101
七、 关联方、关联方关系及关联交易 .....	134
八、 期后事项、或有事项及其他重要事项 .....	137
九、 报告期内的资产评估情况 .....	138
十、 股利分配情况 .....	138
十一、 控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况 .....	139
十二、 风险因素及自我评估 .....	139
<b>第五节 有关声明 .....</b>	<b>142</b>
主办券商声明 .....	144
审计机构声明 .....	145
资产评估机构声明 .....	146
律师声明 .....	147
<b>第六节 附件 .....</b>	<b>148</b>

## 释义

在本公开转让说明书中，除非另有所指，下列词语具有的含义如下：

公司、本公司、景典传媒、景典游、股份公司	指	北京景典传媒科技股份有限公司
景典华美有限/有限公司	指	北京景典华美文化传媒有限责任公司
《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》
全国股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
主办券商、东北证券	指	东北证券股份有限公司
挂牌、公开转让	指	公司股份在全国中小企业股份转让系统挂牌及公开转让行为
公开转让说明书	指	北京景典传媒科技股份有限公司公开转让说明书
公司章程	指	北京景典传媒科技股份有限公司章程
公司章程（草案）	指	北京景典传媒科技股份有限公司章程（草案）
三会	指	股东大会、董事会和监事会
股东大会	指	北京景典传媒科技股份有限公司股东大会
董事会	指	北京景典传媒科技股份有限公司董事会
监事会	指	北京景典传媒科技股份有限公司监事会
三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监
管理层	指	公司董事、监事及高级管理人员
报告期	指	2013年1月1日至2015年5月31日
会计师事务所	指	北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）
律师事务所	指	北京德恒律师事务所
元、万元	指	人民币元、人民币万元
OTA	指	Online Travel Agent; 网络平台与旅行社相互融合的在线旅行社

注：本文中凡未特殊说明，尾数合计差异系四舍五入造成。

---

## 第一节 基本情况

### 一、公司概况

中文名称：北京景典传媒科技股份有限公司

英文名称：Beijing Kindin Media Technology Co. Ltd.

法定代表人：吴向超

有限公司设立日期：2010年12月21日

股份公司设立日期：2015年8月12日

注册资本：620万元

住所：北京市朝阳区酒仙桥路甲12号1号楼14层1410室

办公地址：北京市朝阳区酒仙桥路甲12号1号楼14层1410室

邮编：100016

电话：010-64320261

传真：010-84572532

互联网网址：<http://www.kindinmedia.com>

电子邮箱：[wangxiaodan@kindin.com.cn](mailto:wangxiaodan@kindin.com.cn)

董事会秘书：王晓丹

信息披露负责人：王晓丹

经营范围：技术服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、制作、代理、发布广告；企业策划；经济贸易咨询；市场调查；会议及展览服务；计算机系统服务；票务代理；销售电子产品、文具用品、工艺品、日用品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）

所属行业：按照中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》，公司属于商务服务业(代码为 L72)；依据国家统计局《国民经济行业分类(GB/T4754-2011)》可分类为旅游管理服务（代码为 L7272）。根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为旅游管理服务（代码为 L7272）；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为互联网软件与服务（代码为 17101010）。

主要业务：旅游业广告和旅游互联网平台服务

组织机构代码：56748085-0

## 二、公司股票基本情况

### （一）股票代码、股票简称、挂牌日期、交易方式

股票代码：【】

股票简称：【】

股票种类：人民币普通股

每股面值：1 元

股票总量：6,200,000 股

挂牌日期：【】年【】月【】日

交易方式：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

#### 1、法律法规及公司章程对股东所持股份的限制性规定

《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）》第二章 2.8 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

《公司章程》第二十五条规定：“公司的股份可以依法转让。若公司股份未获准在依法设立的证券交易场所公开转让，公司股东应当以非公开方式协议转让股份，不得采取公开方式向社会公众转让股份，股东协议转让股份后，应当及时告知公司，同时在股份登记存管机构办理登记过户”。

《公司章程》第二十七条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

## 2、股东对所持股份自愿锁定的承诺

公司股东已按照《公司法》第一百四十一条、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第 2.8 条以及《公司章程》第二十五条、第二十七条的要求锁定其所持有的公司股份。除上述情况外，公司全体股东所持股份无其他自愿锁定的承诺。

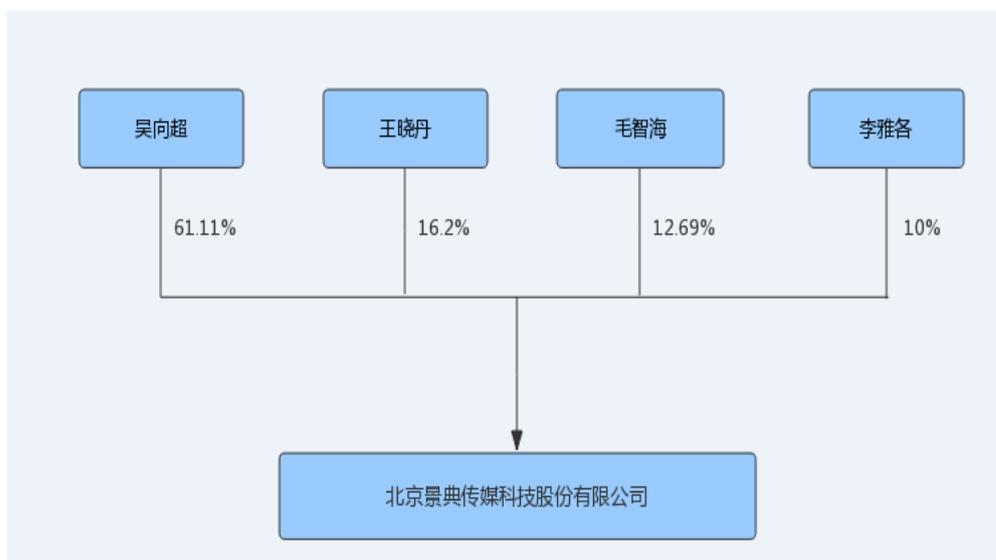
### 3、股东所持股份的限售安排

截至本公开转让说明书签署日，股份公司成立未满一年，根据《公司法》第一百四十一条、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第二章 2.8 条规定、《公司章程》第二十五条、第二十七条规定，本次无可进入全国股份转让系统公开转让的股份。具体情况如下：

序号	股东名称	股东性质	挂牌前持有股份数（股）	持股比例（%）	挂牌后可转让股份数（股）	挂牌后转让限售股份数（股）
1	吴向超	自然人股东	3,788,915	61.11	0	3,788,915
2	王晓丹	自然人股东	1,004,425	16.20	0	1,004,425
3	毛智海	自然人股东	786,800	12.69	0	786,800
4	李雅各	自然人股东	619,860	10.00	0	619,860
合计			6,200,000	100.00	0	6,200,000

## 三、公司股权结构、股东以及股本演变情况

### （一）公司的股权结构图



上述 4 名自然人股东不存在现行法律法规或任职单位规定的不适合担任股东的情形，公司股东适格。

### （二）前十名股东及持股 5%以上股份股东持股情况

序号	股东	股东性质	持股数量（股）	股权比例（%）	是否存在质押或其他争议
1	吴向超	自然人股东	3,788,915	61.11	否
2	王晓丹	自然人股东	1,004,425	16.20	否
3	毛智海	自然人股东	786,800	12.69	否
4	李雅各	自然人股东	619,860	10.00	否
合计			<b>6,200,000</b>	<b>100.00</b>	--

公司各股东现均为其名下公司股份的实际持有人，其所持股份均不存在信托持股、委托持股或者其他类似安排，亦未对所持股份所含的表决权、收益权做任何限制性安排。各股东所持股份不存在被冻结、质押或其他有争议的情况，且未设置任何第三者权益限制，亦不存在现有的或潜在的重大权属纠纷。

### （三） 股东之间关系

吴向超与王晓丹系夫妻关系，除此之外，各股东间无其他关联关系。

### （四） 公司控股股东及实际控制人

#### 1、 控股股东、实际控制人的认定理由和依据

##### （1） 控股股东

公司的控股股东为吴向超。吴向超现持有公司 3,788,915 股，占股本总额的 61.11%。

《公司法》第二百一十六条第二款规定：“控股股东，是指其出资额占有限责任公司资本总额百分之五十以上或者其持有的股份占股份有限公司股本总额百分之五十以上的股东；出资额或者持有股份的比例虽然不足百分之五十，但依其出资额或者持有的股份所享有的表决权已足以对股东会、股东大会的决议产生重大影响的股东”。吴向超所持股份比例占股份有限公司股本总额百分之五十以上，其足以对股东大会的决议产生重大影响，故认定其为公司的控股股东。

##### （2） 实际控制人

公司的实际控制人为吴向超和王晓丹。

吴向超现持有股份公司 3,788,915 股，占股本总额的 61.11%。王晓丹系吴向超之配偶，现持有股份公司 1,004,425 股，占股本总额的 16.20%。二人合计持有股份公司的股份总数比例为 77.31%。

吴向超现任股份公司董事长兼总经理，王晓丹现任公司董事、财务总监兼董事会秘书。吴向超和王晓丹能够有效控制公司的日常经营方针及重大决策，对公司拥有控制权，因此认定吴向超与王晓丹为公司的实际控制人。

综上，景典传媒的实际控制人为吴向超和王晓丹，认定依据充分合法。

## 2、控股股东及实际控制人基本情况

(1) 吴向超：男，1974年8月生，中国国籍，无境外永久居留权，2006年7月毕业于南京大学，硕士学历。1998年10月至2002年3月，任北京金色世纪网络订房服务有限公司财务总监。2002年3月至2007年4月，任北京金色世纪商旅网络有限公司总经理。2007年4月至2008年5月，任易家度假投资有限公司副总经理。2008年5月至2011年9月，任中国华油集团公司阳光出行网副总经理。2011年9月至2015年6月，任中国移动通信集团设计院有限公司电子商务事业部高级总监。2011年4月至2012年5月，任景典华美有限执行董事兼经理。2012年5月至2015年6月，任景典华美有限监事。现任公司董事长兼总经理。

(2) 王晓丹：女，1978年1月生，中国国籍，无境外永久居留权，2006年毕业于中央广播电视大学，本科学历。2011年9月至2015年1月，历任北京力天昭阳科技有限公司财务总监。2014年2月至2015年6月，任景典华美有限执行董事兼经理。现任公司董事、财务总监兼董事会秘书。

## 3、控股股东及实际控制人近两年内变化情况

报告期内，公司控股股东、实际控制人未发生重大变化。

## 4、控股股东及实际控制人合法合规情况

公司的控股股东、实际控制人最近 24 个月内不存在重大违法违规行为。

## (五) 公司设立以来股本的形成及变化情况

### 1、有限公司的设立

2010年12月21日，自然人胡英兵、兰贵河、吴向超分别以认缴出资额25万元（实缴5万元）、50万元（实缴10万元）、25万元（实缴5万元）作为出资共同设立了北京景典华美文化传媒有限责任公司。

2010年11月29日，北京中靖诚会计师事务所（普通合伙）出具中靖诚审验字[2010]第1634号《验资报告》，确认上述20万元实缴货币出资已入账，剩余货币出资于2012年11月28日缴清。

2010年12月21日，经北京市工商行政管理局朝阳分局登记注册，有限公司取得注册号为110105013462304的《企业法人营业执照》，有限公司正式成立，注册资本100万，实收资本20万元，法定代表人为胡英兵，住所为北京市朝阳区裕民路12号E2座2307室。有限公司的经营项目为一般经营项目：组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、制作、代理、发布广告；企业策划；经济贸易咨询；市场调查；会议及展览服务；计算机系统服务；票务代理；销售电子产品、文具用品、工艺品、日用品。

有限公司设立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴情况		设立时实际缴付情况		分期缴付情况		
		出资额（万元）	认缴比例（%）	出资额（万元）	出资方式	出资额（万元）	出资时间（年月日）	出资方式
1	胡英兵	25	25	5	货币	20	2012.11.28	货币
2	兰贵河	50	50	10	货币	40	2012.11.28	货币
3	吴向超	25	25	5	货币	20	2012.11.28	货币
合计		100	--	20	--	80	--	--

## 2、有限公司第一次股权转让

2011年4月6日，有限公司召开股东会，全体股东一致通过如下决议：同意胡英兵将认缴的货币出资25万元（实缴资金5万元，未缴资金20万元）以5

万元的价格转让给吴向超；兰贵河将认缴的货币出资 50 万元（实缴资本 10 万元，未缴资金 40 万元）以 10 万元的价格转让给吴向超；吴向超将认缴的货币出资 10 万元无偿（实缴资本 0 万元，未缴资金 10 万元）转让给毛智海。

2011年4月6日，股权转让各方分别签署《出资转让协议书》，对股权转让事宜进行了约定。

2011年4月18日，有限公司就本次股权转让事宜在北京市工商局朝阳分局办理了工商变更登记。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴情况		设立时实际缴付情况		分期缴付情况		
		出资额（万元）	认缴比例（%）	出资额（万元）	出资方式	出资额（万元）	出资时间（年月日）	出资方式
1	吴向超	90	90	20	货币	70	2012.11.28	货币
2	毛智海	10	10	0	货币	10	2012.11.28	货币
合计		100	--	20	--	80	--	--

### 3、有限公司第二次股权转让及实缴出资

2011年4月25日，有限公司召开股东会，一致通过如下决议：同意吴向超将认缴的货币资金90万元（实缴20万元，未缴70万元）中的8万元（实缴0万元，未缴8万元）无偿转让给毛智海；吴向超将认缴的货币资金90万元（实缴20万元，未缴70万元）中的37万元（实缴0万元，未缴37万）无偿转让给耿颖强。同意变更公司实收资本为100万元，其中吴向超实际出资45万元，耿颖强实际出资37万元，毛智海实际出资18万元。

2011年4月25日，股权转让各方分别签署《出资转让协议书》，对股权转让事宜进行了约定。

2011年5月16日，北京中靖诚会计师事务所（普通合伙）出具中靖诚验字[2011]

第E-0461号《验资报告》，审验确认：截至2011年5月16日，公司已收到吴向超、毛智海、耿颖强的实缴出资共100万元。

2011年5月26日，有限公司就本次股权转让、增资事宜在北京市工商局朝阳分局办理了工商变更登记。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	吴向超	45	45	货币
2	毛智海	18	18	货币
3	耿颖强	37	37	货币
合 计		<b>100</b>	<b>100</b>	--

#### 4、有限公司第三次股权转让

2012年5月22日，有限公司召开股东会，形成如下决议：同意耿颖强将其37万元出资以37万元的价格全部转让给刘金雯。同意增加新股东刘金雯。

2012年5月22日，股权转让各方分别签署《出资转让协议书》，对股权转让事宜进行了约定。

2012年6月21日，有限公司就本次股权转让事宜在北京市工商局朝阳分局办理了工商变更登记。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	吴向超	45	45	货币
2	毛智海	18	18	货币
3	刘金雯	37	37	货币
合 计		<b>100</b>	<b>100</b>	--

#### 5、有限公司第四次股权转让、第一次增加注册资本

2014年4月4日，有限公司召开股东会，形成以下决议：同意吴向超将其0.24万元出资以0.24万元的价格转让给刘彬，毛智海将1.08万元出资以1.08万元的价格转让给刘彬，刘金婵将0.28万元出资以0.28万元的价格转让给刘彬；同意公司注册资本增加至120万元（新增注册资本额20万元），其中毛智海出资16.92万元，吴向超出资44.76万元，刘金婵出资36.72万元，刘彬出资7.2万元，李斌出资7.2万元，赵辉出资7.2万元；同意李斌、刘彬、刘金婵、毛智海、吴向超、赵辉组成新的股东会；同意公司章程修正案。

2014年4月4日，股权转让各方分别签署《出资转让协议书》，对股权转让事宜进行了约定。

按照新《公司法》（2014年3月1日起施行）规定，本次增资取消了专业验资机构对出资进行验证的强制要求。根据公司提供的《记账凭证》及中国工商银行业务回单（回单编号：14129000001、14124000002），刘彬、李斌、赵辉三人已分别于2014年5月4日和2014年5月9日向公司缴足上述增资款。2014年4月4日，有限公司就本次股权转让、增资事宜在北京市工商局朝阳分局办理了工商变更登记。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	吴向超	44.76	37.30	货币
2	毛智海	16.92	14.10	货币
3	刘金婵	36.72	30.60	货币
4	刘彬	7.20	6.00	货币
5	李斌	7.20	6.00	货币
6	赵辉	7.20	6.00	货币
合计		120.00	100.00	--

## 6、有限公司第五次股权转让

2014年11月3日，有限公司召开股东会，形成如下决议：同意刘彬、李斌、

赵辉将各自持有的 7.2 万元出资分别以 7.2 万元的价格转让给王晓丹；同意刘金婵将 36.72 万元出资以 36.72 万元的价格转让给吴向超。同意减少股东李斌、刘彬、赵辉、刘金婵。

2014 年 11 月 3 日，股权转让各方分别签署《出资转让协议书》，对股权转让事宜进行了约定。

2014 年 11 月 13 日，有限公司就本次股权转让事宜在北京市工商局朝阳分局办理了工商变更登记。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	吴向超	81.48	67.90	货币
2	毛智海	16.92	14.10	货币
3	王晓丹	21.60	18.00	货币
合 计		<b>120.00</b>	<b>100.00</b>	--

## 7、有限公司第二次增加注册资本

2015 年 5 月 25 日，有限公司召开股东会，形成如下决议：同意增加公司注册资本为 133.33 万元（新增注册资本额 13.33 万元），新增注册资本由李雅各以 500 万元认购公司 10% 的股权，其中 13.33 万元作为公司注册资本，486.67 万元计入公司资本公积；同意增加新股东李雅各。

2015 年 6 月 9 日，有限公司就本次增资事宜在北京市工商局朝阳分局办理了工商变更登记。

根据公司提供的《记账凭证》及中国工商银行《业务回单》（回单编号：15149000001），李雅各已于 2015 年 5 月 29 日向公司缴足上述增资款，此次增资已在工商局完成了工商变更登记。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	吴向超	81.48	61.11	货币
2	毛智海	16.92	12.69	货币

3	王晓丹	21.60	16.20	货币
4	李雅各	13.33	10.00	货币
合 计		<b>133.33</b>	<b>100.00</b>	--

## 8、有限公司整体变更为股份公司

2015年7月3日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意有限公司拟以2015年5月31日为基准日，以不高于经审计账面净资产值折股，整体变更为股份公司。

2015年7月3日，公司全体发起人股东签订了《发起人协议》，根据北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）2015年7月1日出具的（2015）京会兴审字第10010216号《审计报告》（审计基准日为2015年5月31日），有限公司经审计账面净资产为6,312,549.57元；根据北京国融兴华资产评估有限责任公司2015年7月2日出具的国融兴华评报字[2015]第020138号《评估报告》（评估基准日为2015年5月31日），有限公司净资产评估值为9,754,774.08元。公司股份总数依据上述有限公司经审计的净资产值折股，股本6,200,000元，净资产折股后剩余112,549.57元计入资本公积。2015年7月18日，股份公司召开创立大会，股份公司发起人均出席了会议。会议审议通过了全体发起人股东按照各自在公司的出资比例持有相应数额的股份，有限公司整体变更为股份公司；同时公司颁布了股份公司章程，选举了公司第一届董事会成员和第一届监事会成员。

2015年7月18日，北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具（2015）京会兴验字第10010082号《验资报告》，对股份公司整体变更的净资产折股进行验证，确认公司已收到全体股东缴纳的注册资本620万元。

2015年8月12日，北京景典传媒科技股份有限公司取得了北京市工商行政管理局朝阳分局颁发注册号为110105013462304的《企业法人营业执照》，股份公司正式成立。公司注册资本620万元，法定代表人为吴向超，住所为北京市朝阳区酒仙桥路甲12号1号楼14层1410室，经营范围为：技术服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、制作、代理、发布广告；企业策划；经济贸

易咨询；市场调查；会议及展览服务；计算机系统服务；票务代理；销售电子产品、文具用品、工艺品、日用品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）

股份公司股东及持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
1	吴向超	3,788,915	61.11	净资产
2	王晓丹	1,004,425	16.20	净资产
3	毛智海	786,800	12.69	净资产
4	李雅各	619,860	10.00	净资产
合计		<b>6,200,000</b>	<b>100.00</b>	--

景典华美有限以上述经审计的净资产值整体变更为股份公司的过程符合改制时法律、法规和规章的有关规定，该次整体变更真实、合法、有效。公司上述净资产折股整体变更设立的过程，存在自然人股东需要缴纳个人所得税的风险。

综上所述，景典传媒自设立至今历次出资均为货币或净资产形式出资，公司股东已真实、足额缴纳出资款，且历次出资形式及比例合法、合规；公司历次出资均已通过股东会/股东大会决议，经验资机构验资或经入资凭证验证，并均已履行工商变更登记。由此，公司历次出资履行程序完备、合法合规，其历次出资行为合法、有效。公司股权转让履行了《公司法》及相关法律法规关于股东股权转让的必要程序，股权清晰，不存在纠纷或潜在纠纷。

#### （六）子公司历史沿革和分公司基本情况

公司自设立以来未设立过子公司和分公司。

#### （七）公司设立以来重大资产重组情况

公司自设立以来未实施过重大资产重组。

### 四、公司董事、监事、高级管理人员基本情况

## （一）公司董事

公司第一届董事会由 5 名董事组成，任期自 2015 年 7 月 18 日至 2018 年 7 月 18 日。

公司董事基本情况如下：

吴向超：简历情况详见第一节之“三、（四）公司控股股东及实际控制人”之“2、（1）控股股东及实际控制人基本情况”。

王晓丹：简历情况详见第一节之“三、（四）公司控股股东及实际控制人”之“2、（2）控股股东及实际控制人基本情况”。

毛智海，董事：男，1975年7月生，中国国籍，无境外永久居留权，2003年5月毕业于美国北卡罗来纳大学，硕士学历；2006年2月获得美国弗吉尼亚州注册会计师。2003年7月至2006年7月，历任美国德勤会计师事务所 & 美国德勤税务师事务所---华盛顿特区分所资深税务咨询顾问、资深审计师。2006年8月至2007年12月，任德勤华永会计师事务所有限公司---北京分所资深审计师。2008年1月至2010年10月，任北京千方科技集团有限公司首席财务官。2010年12月至2013年2月，任耀华投资有限公司管理董事；2010年12月至2014年8月，任中国盛达包装集团独立董事。2013年3月至2013年12月，任东方集团投资控股有限公司集团首席财务官。2014年1月至2015年6月，任蓝港互动有限公司首席财务官。2015年6月至今，任广州弹幕网络科技有限公司首席财务官。现任公司董事。

李雅各，董事：男，1978年8月生，中国国籍，无境外永久居留权，2001年7月毕业于河南农业大学机电工程学院，本科学历。2001年7月至2007年12月，历任郑州宇通客车股份有限公司接待部主任、区域经理、浙江省销售经理。2008年3月至今，任河南金丰煤业集团有限公司供应部经理。2009年3月至今，任登封金丰矿山设备有限公司总经理。现任公司董事。

许睿，董事、副总经理：男，1972年5月生，中国国籍，无境外永久居留权，1996年毕业于清华大学，本科学历。1991年7月至2010年5月，任中国国际旅行社总社副总工程师。2010年5月至2015年3月，任中国移动通信集团设

设计院有限公司商旅部副总监、IT 总监。2015 年 4 月至今，任景典华美有限副总经理。现任公司董事、副总经理。

## （二）公司监事

公司第一届监事会由 3 名监事组成，其中张祁、聂晨阳为股东代表监事，徐慧为职工代表监事，任期自 2015 年 7 月 18 日至 2018 年 7 月 18 日。

公司监事基本情况如下：

张祁，监事会主席：男，1977 年 11 月生，中国国籍，无境外永久居留权，2005 年毕业于荷兰格罗宁根大学，硕士学历。2006 年 7 月至 2009 年 1 月，任安永华明会计师事务所高级咨询师。2009 年 4 月至 2010 年 2 月，任德豪国际北京立信会计师事务所有限公司高级审计师。2010 年 2 月至 2011 年 8 月，任北汽福田汽车股份有限公司高级项目经理。2012 年 4 月至 2013 年 4 月，任日信证券有限责任公司融资并购部业务副总经理。2013 年 4 月至 2014 年 2 月，任东方集团投资控股有限公司投资经理。2014 年 2 月至 2015 年 5 月，任蓝港互动有限公司 CFO 助理。2015 年 6 月至今，任广州弹幕网络科技有限公司财务总监。现任公司监事。

聂晨阳，监事：男，1977 年 2 月 23 日生，中国国籍，无境外永久居留权，2004 年 8 月毕业于利兹大学（英国），硕士学历。1999 年 7 月至 2002 年 5 月，任中国远洋运输集团北京项目顾问（总公司资本运营部）。2005 年 3 月至 2007 年 5 月，任中电华通通讯有限公司高级投资经理。2007 年 9 月至 2012 年 10 月，任 CCG 投资者关系北京董事（管理北京代表处）。2013 年 5 月至 2015 年 2 月，任耀华投资有限公司副总裁。2015 年 2 月至今，任君安信（北京）科技有限公司资本运营部经理。现任公司监事。

徐慧，监事：女，1987 年 4 月生，中国国籍，无境外永久居留权，2011 年 7 月毕业于长春理工大学，本科学历。2011 年 4 月至 2012 年 9 月，任北京世纪一家网电子商务有限公司运营经理。2012 年 12 月至 2015 年 3 月，就职于北京奇虎科技有限公司从事活动策划工作。2015 年 3 月至 2015 年 5 月，任高德软件有限公司运营经理。2015 年 5 月至今，任景典华美有限高级运营经理。现任公司监事。

### （三）公司高级管理人员

公司高级管理人员共 3 名，任期自 2015 年 7 月 18 日至 2018 年 7 月 18 日。

公司高级管理人员基本情况如下：

吴向超，董事长兼总经理：简历情况详见第一节之“三、（四）公司控股股东及实际控制人”之“2、（1）控股股东及实际控制人基本情况”。

王晓丹，董事、财务总监、董事会秘书：简历情况详见第一节之“三、（四）公司控股股东及实际控制人”之“2、（2）控股股东及实际控制人基本情况”。

许睿，董事、副总经理：简历情况详见第一节之“四、（二）公司董事”。

综上所述，公司董事、监事、高级管理人员不存在不具备法律法规规定的任职资格或违反法律法规规定、所兼职单位规定的任职限制等任职资格方面的瑕疵。

## 五、报告期主要会计数据及主要财务指标

项目	2015 年 1-5 月	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资产总计（万元）	750.26	206.51	168.3
负债总计（万元）	119	92.02	76.13
股东权益合计（万元）	631.25	114.49	92.17
归属于申请挂牌公司股东权益（万元）	631.25	114.49	92.17
每股净资产（元）	4.73	0.95	0.92
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	4.73	0.95	0.92
流动比率（倍）	6.03	1.93	1.47

速动比率（倍）	5.35	1.04	0.56
资产负债率（母公司）	15.86%	44.56%	45.23%
<b>项目</b>	<b>2015年1-5月</b>	<b>2014年</b>	<b>2013年</b>
营业收入（万元）	131.95	146.43	58.25
净利润（万元）	16.77	0.72	-2.01
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	16.77	0.72	-2.01
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	16.77	0.72	-1.99
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）	16.77	0.72	-1.99
毛利率	62.54%	63.92%	86.61%
净资产收益率（归属于公司普通股股东的净利润）	13.65%	0.68%	-2.16%
净资产收益率（扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润）	13.65%	0.68%	-2.14%
基本每股收益（元/股）	0.14	0.01	-0.02
稀释每股收益（元/股）	0.14	0.01	-0.02
应收账款周转率（次）	3.94	38.53	
存货周转率（次）	1.73	2.02	1.66
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-9.51	37.01	-20.75

每股经营活动产生的现金流量 净额（元/股）	-0.07	0.31	-0.21
--------------------------	-------	------	-------

注 1：除特别说明，主要会计数据和财务指标为合并口径数据。注 2：净资产收益率、每股收益计算公式参照《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》执行。注 3：每股净资产的计算公式为：每股净资产=各报告期末净资产额/股本。注 4：每股经营活动现金流量的计算公式为：每股经营活动现金流量=各报告期内经营活动现金流量产生的净额/股本。

## 六、本次挂牌的有关机构

### （一）主办券商

名 称： 东北证券股份有限公司  
 法定代表人： 杨树财  
 注册地 址： 吉林省长春市自由大路 1138 号  
 办公地 址： 北京市西城区锦什坊街 28 号恒奥中心 D 座 5 层  
 电 话： 010-68573828  
 传 真： 010-68573837  
 项目负责人： 张国海  
 项目组成员： 梁司南、李元丽、张琪

### （二）律师事务所

名 称： 北京德恒律师事务所  
 法定代 表人： 王丽  
 住 所： 北京市西城区金融街 19 号富凯大厦 B 座 12 层  
 电 话： 010-52682888  
 传 真： 010-52682999

经 办 律 师： 范利亚、李奥利

### （三）会计师事务所

名 称： 北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）  
执行事务合伙人： 王全洲  
住 所： 北京市西城区裕民路 18 号北环中心 22 层  
电 话： 010-82250666  
传 真： 010-82252337  
经办注册会计师： 李冬梅、高连勇

### （四）资产评估机构

名 称： 北京国融兴华资产评估有限责任公司  
法定代表人： 赵向阳  
住 所： 北京市西城区裕民路 18 号北环中心 703 室  
电 话： 010-51667811  
传 真： 010-82253743  
经 办 人 员： 李朝阳、张志华

### （五）证券登记结算机构

名 称： 中国证券登记结算有限责任公司北京分公司  
住 所： 北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层  
电 话： 010-58598980  
传 真： 010-58598977

### （六）证券交易场所

名 称： 全国中小企业股份转让系统有限责任公司  
法定代表人： 杨晓嘉

住 所： 北京市西城区金融大街丁 26 号

电 话： 010-63889512

邮 编： 100033

## 第二节 公司业务

### 一、公司主要业务、主要产品（服务）及其用途

#### （一）主要业务

公司是一家从事旅游业广告和旅游互联网平台服务的移动互联电商企业，业务聚焦于旅游目的地营销推广的专业整合，致力于打造领先的景区目的地旅游预订及社交平台。

#### （二）主要服务及用途

公司主要服务包括旅游广告服务和旅游互联网平台服务，具体情况如下：

##### 1、旅游广告服务

公司旅游广告业务聚焦于地铁隧道广告，定位于旅游目的地营销推广的专业整合，并致力于成为中国旅游业地铁隧道广告的重要代理。由于业务发展需要，目前公司广告业务主要集中于北京地区。北京金日恒升科技有限公司是公司主要的广告位供应商，在北京金日恒升科技有限独家运营的隧道视频媒体中，公司是旅游类广告的（包括景区、度假村、旅行社和酒店等）重要代理商之一。北京金日恒升科技有限的隧道视频媒体，覆盖北京、上海、深圳地铁及即将在全国运营的其他城市地铁线路。并且在北京的地铁隧道广告覆盖了诸多日均客流量较大的重要站段，如人民大学-海淀黄庄、海淀黄庄-中关村、东单-建国门、天安门西-天安门东、雍和宫-东直门、车公庄-平安里等。

公司广告业务和旅游业务相辅相成，2013年度、2014年度广告业务作为公司的主营业务，广告收入是公司的利润的主要来源。2014年公司管理层开始逐步进行业务拓展，以旅游广告为基础，与旅游景点合作，开展以广告置换客票的方式进行旅游业务拓展。2015年以来地铁隧道广告作为公司获得门票、酒店等旅游资源的重要手段，已经成为公司旅游一体化综合服务平台的重要组成部分。公司通过广告置换门票的独特方式获得了旅游资源。具体在合同中，合同约定景区客票供应方给予公司的门票为门票使用权，双方一致认可通过公司“景

典游”(这里指景典游 e-booking 系统)生成电子门票。客人持有景典游 e-booking 平台生成的电子客票入园,景区客票供应方应当及时登录公司提供的 e-booking 账号确认客票信息,景区客票供应方应当根据公司的景典游 e-booking 系统显示的订单信息,单独核查入园人员的订单号、验证码及身份信息与显示信息一致,及时核减已经使用的 e-booking 订单,并作为确认门票剩余量的依据。双方一致同意景区客票供应方采用景区门票使用权进行易货支付的方式向公司支付广告发布费用。公司地铁隧道广告网站如下:

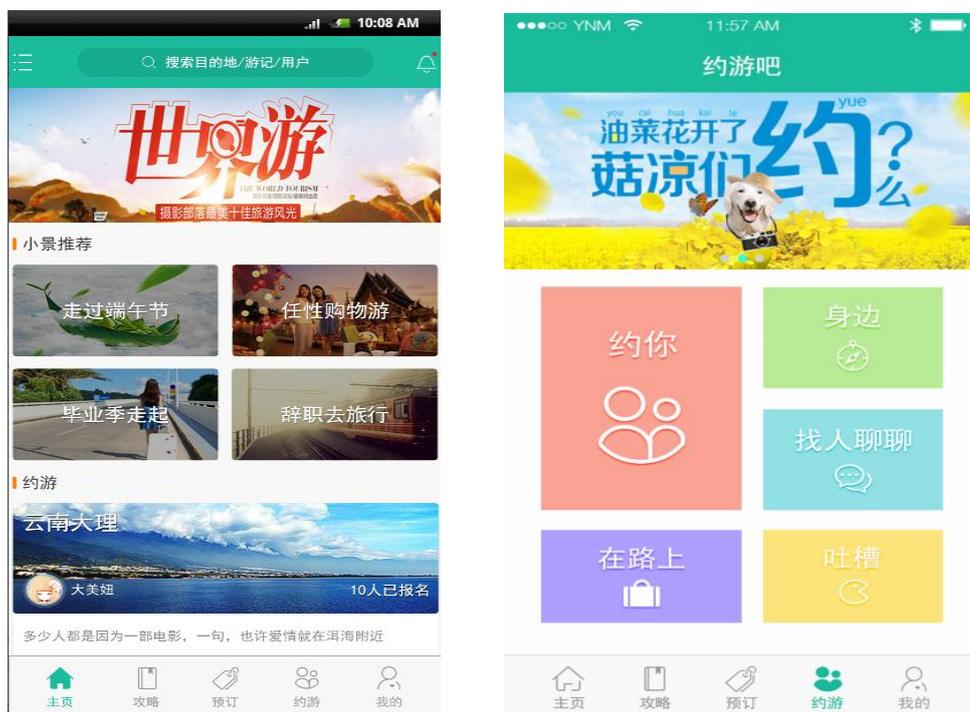


## 2、旅游互联网平台服务

公司开发了“景典游”旅游互联网平台,包括“景典游”APP和EBOOKING系统两部分。

“景典游”APP是定位于景区目的地旅游的移动互联网预订与社交平台,以境内4A、5A或境外同等质量的景区为核心,为自由行客户提供旅游目的地景区门票、酒店、租车、导游导览以及攻略、简介、产品预订及旅游社交等综合服务。从现阶段自由行客户的实际需求来看,攻略查询、酒店和门票预订、经验交流及分享会经常交叉使用,相互关联。但目前市场上的平台多集中于旅游攻略、预订、资讯、社交等某一单一功能,或者虽具有这些功能但彼此独立,不利于客户针对

某一特定景区进行深度、精准的搜索。在这一背景下，公司有针对性的研发推出“景典游”APP，该产品面向互联网所有用户提供服务，无任何地域限制，同时能集上述所有功能于一体，并将各种功能深度融合，方便客户针对某一目的地景区进行精准的搜索，并进行各种功能的自由切换。“景典游”APP 专注于景区目的地旅游这一在线旅游细分市场。在此基础上，公司将继续推陈出新，将传统媒体渠道推广与搜索引擎营销、新媒体推广、资源导流、线下等方式相结合。“景典游”APP 界面如下：



EBOOKING 系统是公司的 B2B 平台，公司一方面通过为景区或旅行社分销门票实现盈利。另一方面会通过 EBOOKING 系统为旅行社开设账户，使旅行社成为“景典游”平台的客户。旅行社登陆账户后可以上传产品，也可以在平台上购买其他产品。

公司这一旅游互联网平台的主要特点包括以下四个方面：

(1) 智慧：“景典游”基于客户的旅游体验，提供智慧的推荐及旅游中的智慧服务，如智慧导航、智慧导购、智慧导游、智慧导览。基于大数据分析及社会热点，为客户提供适合自身的旅游产品规划、智能地推荐所需的产品，由查询的攻略可转换为行程，根据定位系统及预订的产品可提供导航、导览，使客户通过使

用手机即可轻松体验自由行。

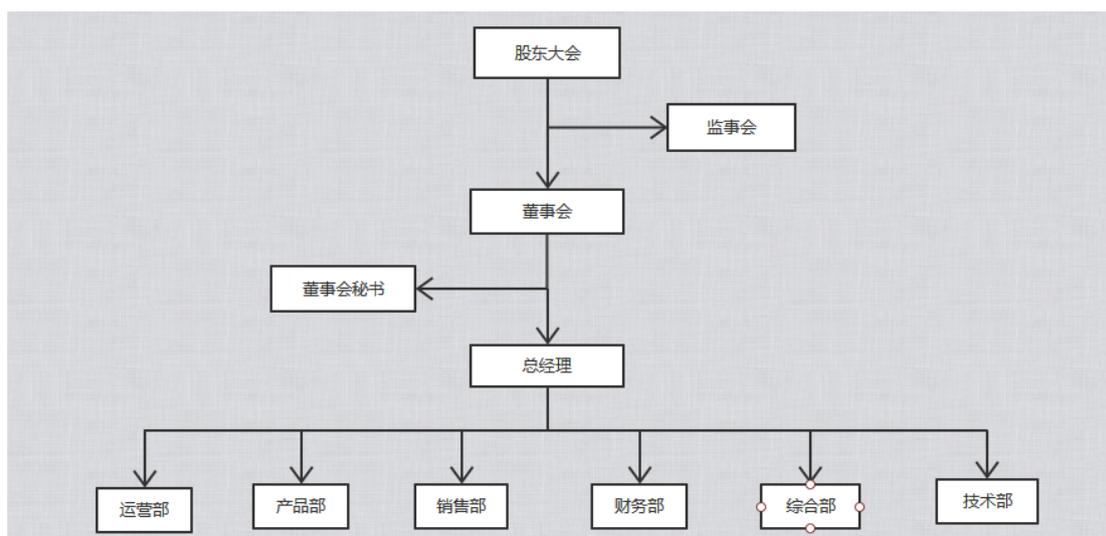
(2) 专业旅游社交：区别于其它社交产品，根据旅游行业特点，创建“约你、在路上、找人聊聊、身边、吐槽”五个场景，供客户邀伴、交流和分享；

(3) 集成：将资讯、攻略、预订、社交等与旅游密切相关的功能集于同一APP，可避免旅游中打开多个APP而造成每次需从头开始查找景区、重复操作、信息不共享的困难；

(4) 价格优势：公司很多景区、酒店客票是通过公司地铁广告置换方式采购，相比直接采购方式具有一定的价格优势。

## 二、公司内部组织结构图和业务流程

### (一) 公司内部组织结构图

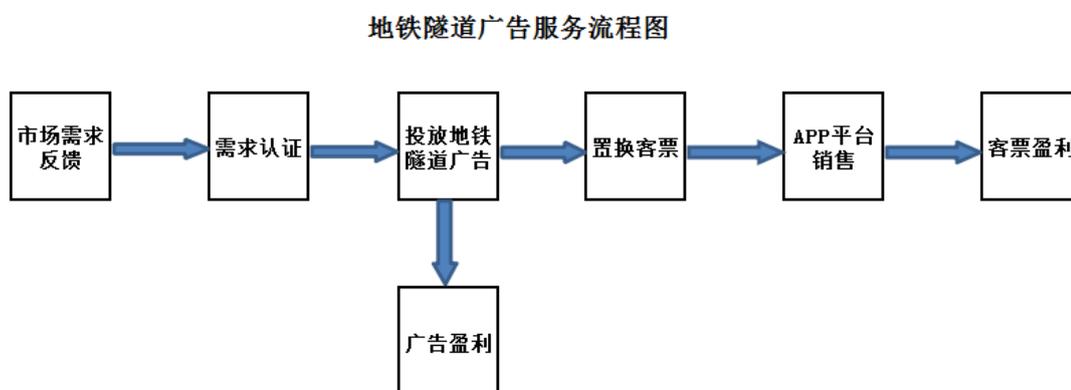


### (二) 公司主要业务的流程及方式

#### 1、地铁隧道广告

地铁隧道广告服务主要是针对全国各地景区、酒店提供服务，在全国有地铁覆盖的城市的地铁隧道中投放景区、酒店广告，进行宣传拓展服务。公司目前主要是通过为全国各地景区、酒店投放地铁隧道广告，以此来置换当地的景区和酒店的客票，而后在公司的“景典游”平台上销售获利。其中不适合置换或者景区、酒店等无置换意向的，公司会直接通过投放广告来盈利。公司采用此种资源互换

的方式，能够低价采购旅游资源，形成价格竞争优势。地铁隧道广告服务流程图如下：



## 2、“景典游”平台

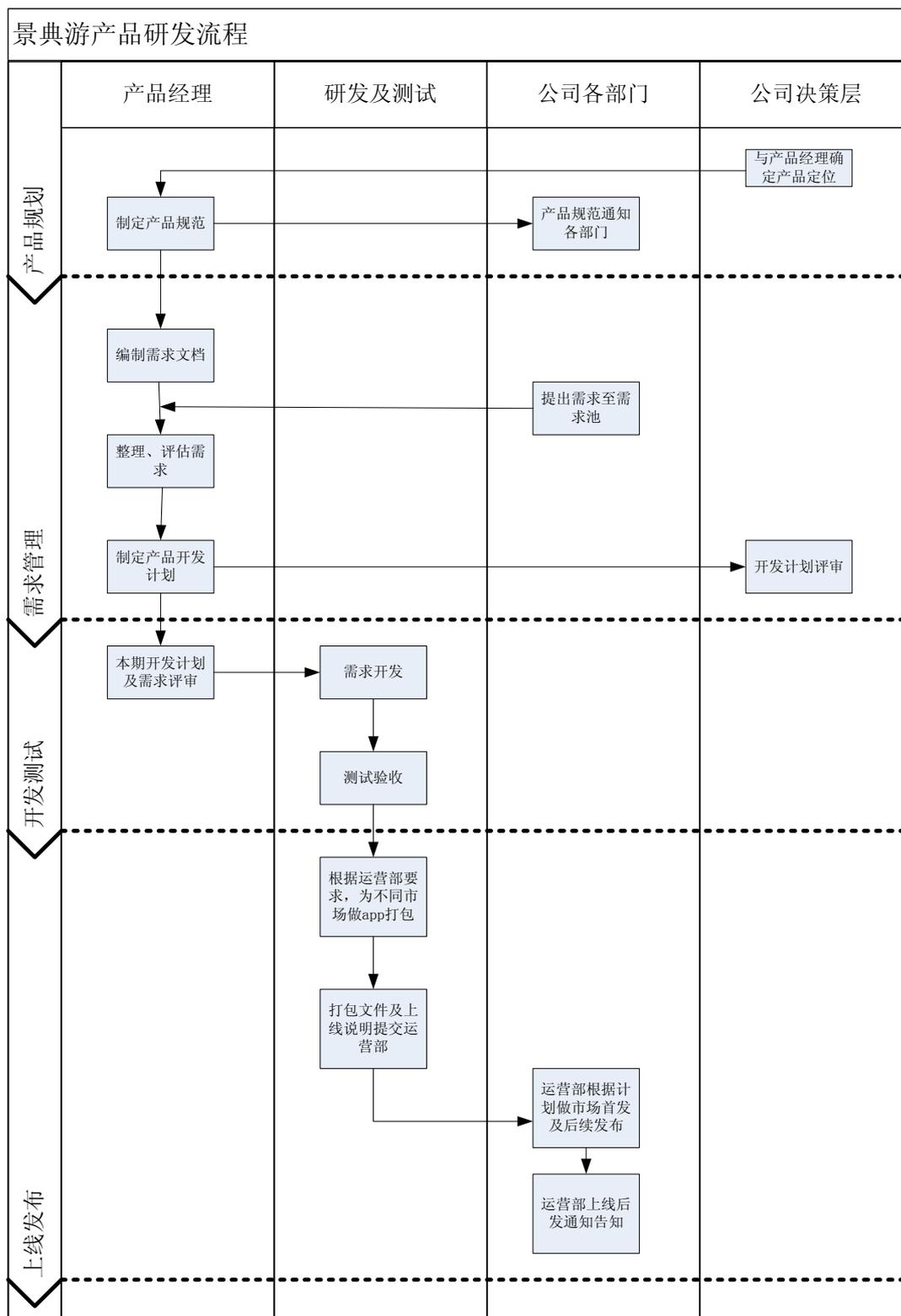
### (1) “景典游”平台研发流程

公司“景典游”平台研发流程主要包括产品规划、需求管理、开发测试和上线发布四个阶段。

公司管理层确定产品定位，并将定位传递至产品部、技术部、运营部及销售部。产品部根据产品定位设计产品，技术部并按产品需求、规范开发平台。运营部根据产品规范通过平台进行用户、产品的运营，确保准确、快速的推广产品。销售部根据产品规范及运营部需求，采购产品，确保平台产品的丰富、优质、独特。

产品部确定产品定位后，制定产品上线计划，分期分批上线，平均每月上旬上线一次，使客户不断感受到产品的更新与进步。具体方式为：产品部将需求分期分批，制定开发计划，将研发人员分两组，迭代推进。一组开发当期产品，另一组准备下期开发。待第一组开发完成后做结项工作时，另一组进入下期的开发编码。以此来保证开发的进度，并确保开发完成后收尾工作不影响下期开发。同时建立需求池管理，将平时收集到的需求放入需求池，产品部定期评估需求，制定并调整开发计划，以保证开发的推进，确保需求不遗失、不延误。

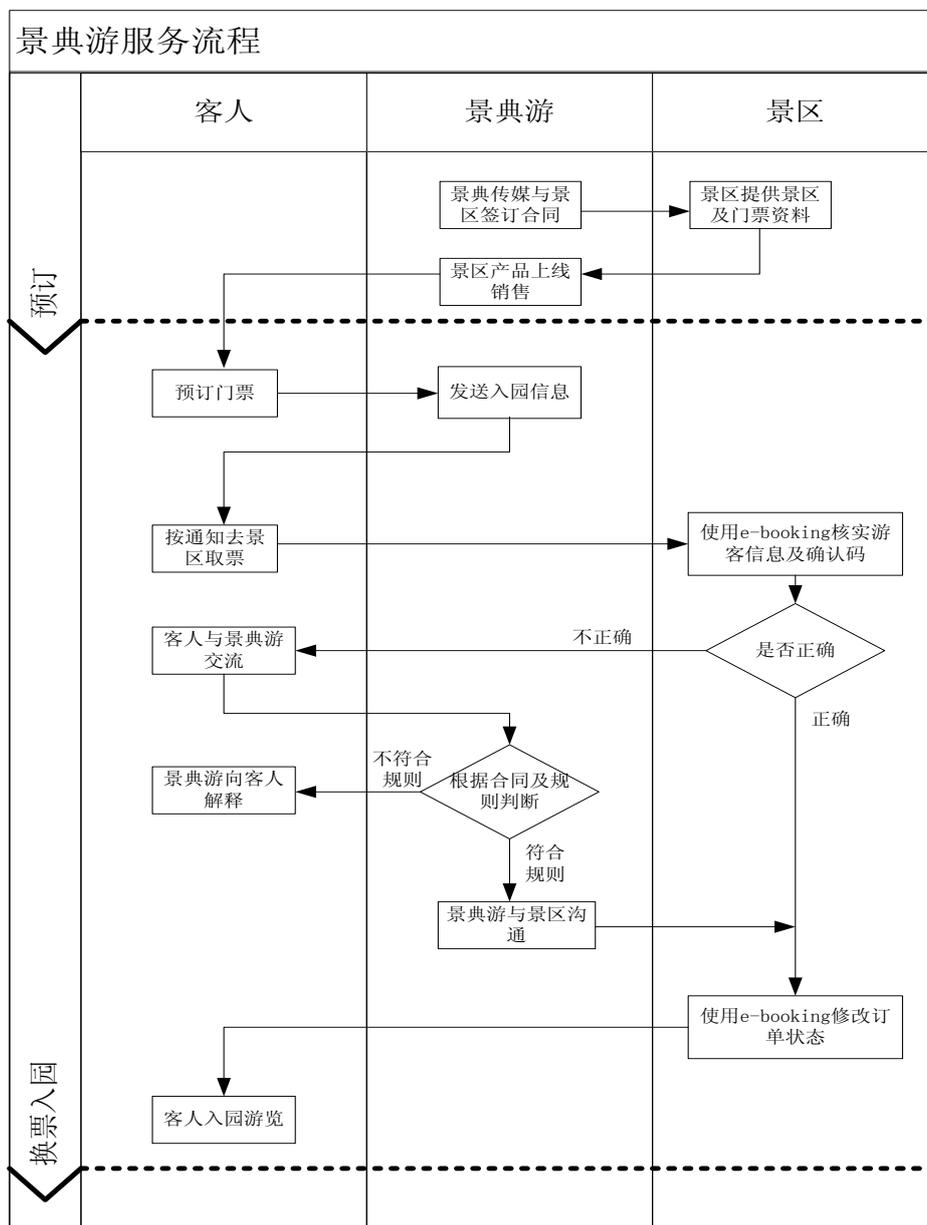
公司具体研发流程如下图：



(2) “景典游”服务流程

“景典游”APP 是基于国内及境外景区目的地休闲度假旅游，提供自由行客户

预订与社交的综合旅游服务平台。通过移动互联网，使自由行客户获得优质低价旅游服务的同时，提供行前“规划/约游”、行中“导航/导游”、行后“分享/推荐”的全方位智慧服务。“景典游”APP 作为客户和景区的媒介，使客户更加方便的享受旅游的全过程，获得高端旅游体验。“景典游”具体服务流程图如下：



客户在“景典游”APP 上预定门票，公司会发送相关入园信息到客户手机上。客户到达景区后一种方式是凭借电子票到景区兑换门票，另一种方式是直接刷身份证或者扫描二维码进入。目前公司采购的 36 家景区中涉及人工核对入园的仅恩施景区的 3 个景点，其他都为刷身份证或二维码验证入园。

### (3) 景区分销门票的具体流程:

①公司与景区开展合作的产品为合同约定范围内景点的门票使用权,即通过公司“景典游”生成电子门票电子使用权凭证,具体形态为二维码或短信验证码。

②产品订购唯一路径:景区登录“景典游”进行产品订购;公司收到景区产品订单后立即操作确认并生成电子门票电子使用权凭证。

③产品转售:旅行社及旅行社的合作方进行产品销售和转销售时,非经公司书面同意销售或转售价格不得低于公司确定的最低限价,公司产品的最低限价详见“景典游”e-booking 分销平台。如违反规定,景区承担转售产品票面金额三倍的违约金,公司有权单方解除本合同,并从保证金或未支付款项中直接扣除违约金。

④产品使用:有效期内,客户持有电子门票前往景点游览时,向景区管理方出具电子门票,景区进行现场核验后予以放行或办理入住手续。如电子门票电子使用权凭证使用未能成功,客户通过“景典游 APP”投诉平台书面向公司投诉。公司应在第一时间与景区沟通,首先保证游客入园,避免产生游客投诉而影响后续的行程及造成组团方向游客赔款的情况。

## 三、公司业务相关的关键资源情况

### (一) 公司主要服务的核心技术

#### 1、公司主要服务的核心技术情况

##### (1) “景典游”APP 综合服务技术

“景典游”平台前端通过 APP 方式展示及提供资讯、攻略、预订等服务,后端是利用 JAVA 语言开发的 Web 网站。通过多层分布式架构,初期提供前端 3000 人并发访问,截止 2015 年底已实现日均可承载千万访问量,峰值提供十万级并发访问。应用服务器使用 tomcat、数据库使用 mysql,通过使用分布式、多层架构、并结合高频访问页静态化、CDN 加速等技术,提供大数据访问;通过大数据分析、AI 技术,为用户提供智能推荐、智慧旅游服务;通过第三方 GIS 接口,为用户提供导航服务。公司拥有专业、高效的运营团队,通过订单、用户、内容

的运营服务，为用户提供从资讯、预订、支付到咨询的全方位服务。APP 可提供邮件、qq、微信、电话等多种交流和服务渠道。

## （2）专业旅游广告

目前，公司在北京、上海、深圳、成都四地共有 870 个地铁隧道广告位，按每个客户每次投放 4 周，每年可容纳 1 万个客户，广告资源价值 25 亿元。上海、深圳、成都的媒体资源还在扩展。广州、南京、杭州、香港等一线城市也在不断增加。地铁隧道广告，作为一种新兴的广告媒体，是一种集电气、电子学和电脑图像工程学为一身的，综合创新研发而成的 21 世纪全新概念的数字影像媒体。运用电影和电视的原理，借助隧道壁面安装的高性能的 LED，使在高速移动的地铁列车上的乘客看到一系列连续的彩色动态画面。公司的地铁隧道广告站段具有垄断性，可为客户提供专业、高效、独特的广告服务。

## 2、研发基本情况

公司设有技术部，部门聘请经验丰富的研发、设计人员加入团队，负责公司产品的研发和设计。报告期内，公司持续优化产品结构，加强了“景典游”APP 产品的研发力度，扩展 APP 所具有的功能，对其中的约游等模块进行深度优化与研发，使其更加符合客户需求，通过 APP 所销售的产品逐步提升。目前已研发出安卓和 IOS 两个版本，能够在智能手机上稳定运行。公司于 2014 年 11 月推出景典游 v1.0 版，2015 年初推出 v2.0 版，目前已经上线强化专业旅游社交的 v3.0 版。

报告期内，公司无研发费用，主要原因是公司不属于生产型企业，无实验室、生产车间等。公司技术部员工由公司高管和运营部人员兼任，研发费用没有单独核算。

## 3、核心技术人员情况

### （1）核心技术人员基本情况

吴向超：简历情况详见第一节之“四、（三）公司高级管理人员”。

许睿：简历情况详见第一节之“四、（三）公司高级管理人员”。

徐慧：简历情况详见第一节之“四、（二）公司监事”。

### （2）报告期内核心技术人员变化情况及原因

报告期内，核心技术人员未发生重大变化。

### （3）核心员工竞业禁止的情况

公司核心技术人员与原任职单位无竞业禁止约定，不存在与原任职单位知识产权、商业秘密方面的侵权纠纷或潜在纠纷。

### 4、公司所取得的技术的明细，以及是否存在侵犯他人知识产权情形。

截至本公开转让说明书签署日，公司已取得4项商标。公司原始取得的商标，注册人均均为“景典华美有限”，不存在其他单位的职务发明、侵犯他人知识产权、竞业禁止等问题。

## （二）公司采取的质量标准

公司是一家从事旅游业广告和旅游互联网平台服务的移动互联电商企业，业务所涉及的产品均为非标产品，无对应行业标准，需要根据客户的个性化需求进行设计和调配。

## （三）公司主要无形资产情况

### 1、商标

截至本公开转让说明书签署日，公司拥有 4 项商标专用权正在申请，具体情况如下：

序号	商标名称	申请号	核定类别	申请人	期限
1	 景典传媒 KINDI	第 16255930 号	35	景典华美有限	10 年
2	 景典游	第 16256207 号	9	景典华美有限	10 年

3	 景典游	第 16256515 号	39	景典华美有限	10 年
4	 约游吧	第 16256970 号	9	景典华美有限	10 年

## 2、网络域名

截至本公开转让说明书签署日，公司拥有2项网络域名，具体情况如下：

序号	域名	所有者	有效日期	最近一期期末账面价值
1	kindin.com.cn	景典华美有限	2010-11-19 到 2017-06-11	-
2	Kindinmedia.com	景典华美有限	2011-06-11 到 2017-11-19	-

## 3、软件著作权

截至本公开转让说明书签署日，公司已获得2项软件著作权，具体情况如下：

序号	软件名称	证书号	登记号	著作权人	开发完成日期	首次发表日期	权利取得方式
1	景典游软件（Android版）V1.0	软著登 记字 1059781	201 5SR 172 695	北京景典传媒科技股份有限公司	2015.08.10	2015.08.24	原始取得
2	景典游软件（IOS版）V1.0	软著登 记字 1059776	201 5SR 172 690	北京景典传媒科技股份有限公司	2015.08.10	2015.08.24	原始取得

### （四）公司取得的业务资格和资质情况

1、公司目前从事非经营性互联网信息服务，根据《互联网信息服务管理办法》的规定，对非经营性互联网信息服务应履行备案手续。目前公司已取得京ICP备11019448号及京公安网备110105011718号的备案许可，公司主营业务合法合规。

2、公司于2015年9月11日取得了中关村高新技术企业证书，有效期三年，证书编号：20152042056201。

#### （五）公司拥有的特许经营权情况

截至本公开转让说明书签署日，公司不存在拥有特许经营权的情况。

#### （六）公司主要生产设备等重要固定资产使用情况

截至2015年5月31日，公司主要固定资产如下：

固定资产名称	固定资产原值	累计折旧	成新率（%）
办公设备	31,471.00	12,584.14	60.01

#### （七）公司员工

截至本公开转让说明书签署日，公司共有员工29人，构成情况如下：

##### （1）按专业结构划分：

专业结构	人数（人）	占比（%）
管理人员	6	20.69
研发与工程技术人员	9	31.03
市场营销人员	4	13.79
其他人员	10	34.49
<b>合计</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>

##### （2）按年龄划分：

年龄	人数（人）	占比
30岁以下	22	75.86
30-39岁	5	17.24
40-49岁	12	6.9
50岁及以上	0	
<b>合计</b>	<b>29</b>	<b>100.00%</b>

##### （3）按受教育程度划分：

教育程度	人数（人）	占比
------	-------	----

博士或硕士研究生	1	3.45%
本科	22	75.86
专科	6	20.69
专科以下	0	0
合计	29	100.00%

#### (八) 公司环保事项

公司主要从事旅游业广告和旅游互联网平台服务，不属于污染行业，且不存在生产环节。公司日常环保合法合规，不存在环保违法和受处罚的情况。

#### (九) 安全生产情况

公司不存在生产环节，不涉及安全生产相关问题。

#### (十) 其他体现所属行业或业态特征的资源要素

公司不存在其他体现所属行业或业态特征的资源要素。

### 四、公司业务收入情况

#### (一) 公司业务收入构成及主要服务销售情况

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(%)
广告费收入	425,333.33	32.23	1,184,715.66	80.91	582,524.27	100.00
分销门票收入	893,329.71	67.70	279,611.50	19.09	--	--
代携程销售门票佣金收入	814.81	0.06	--	--	--	--
合计	1,319,477.85	100.00	1,464,327.16	100.00	582,524.27	100.00

#### (二) 公司主要产品或服务消费群体及报告期内前五大客户情况

##### 1、公司主要产品或服务的消费群体

公司主要通过直销+代理方式的实现销售。其中，通过APP销售的产品销售

对象是终端消费者，广告产品直销方式的销售对象是旅游景区，代理销售的销售对象是旅行社。

## 2、报告期内前五大客户情况

客户名称	营业收入（元）	占公司营业总收入的比例（%）
<b>2013 年</b>		
开封市旅游局	582,524.27	100.00
<b>合 计</b>	<b>582,524.27</b>	<b>100.00</b>
<b>2014 年</b>		
国家林业局国有林场和林木种苗工作总站	413,958.38	28.27
恩施旅游集团有限公司	384,000.00	26.22
北京市天宁旅行社有限责任公司	279,611.50	19.10
开封市旅游局	194,174.76	13.26
北京煜明盛景科技有限公司	80,582.52	5.50
<b>合 计</b>	<b>1,352,327.16</b>	<b>92.35</b>
<b>2015 年 1-5 月</b>		
北京世纪印象国际旅行社有限公司	728,155.00	55.18
洛阳黛眉山旅游发展有限公司	224,266.67	17.00
山西太原市友好旅游有限公司	145,631.00	11.04
五岳寨旅游开发有限公司	123,733.33	9.38
芦芽山旅游发展有限责任公司	77,333.33	5.86
<b>合 计</b>	<b>1,299,119.33</b>	<b>98.46</b>

2013 年、2014 年、2015 年 1-5 月，公司对前五名客户销售占比分别为 100%、92.35%和 98.46%，客户集中度较高。2013 年为公司发展初期，业务规模较小，主要通过为开封市旅游局提供地铁隧道广告盈利。公司发展初期，重点主要集中于平台建设和系统的维护升级，公司平台建设成熟后，逐渐加强了渠道的拓展。所以 2013 年客户集中。2014 年开始公司管理层逐步进行业务拓展，开展与旅游景点的合作，以广告换门票的方式进行旅游业务拓展，开始为部分景区和旅行社分销门票，客户范围逐步扩展。目前，公司客户比较集中，因为公司目前产品规

模和产品数量有限。并且，由于目前合作的客户实力较强，为控制相关销售费用，一直与其稳定合作。2015年公司主推“景典游”APP，积极拓展客户范围，增强服务品牌效应，随着公司业务的拓展，公司客户会实现稳定快速的增长。报告期内公司向部分客户的销售收入变化较大，主要受公司业务调整、客户需求变化等影响。公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其关联方或持有公司5%以上股份的股东在上述客户中均未占有权益。

### （三）公司主要服务的原材料、能源情况及报告期内前五大供应商情况

#### 1、主要产品的原材料、能源情况

公司采购的主要产品为广告资源、景区门票和酒店等。

#### 2、报告期内前五大供应商情况

报告期内，公司前五大供应商及采购情况具体情况如下：

供应商名称	采购金额（元）	占当期采购额的比例（%）
<b>2013年</b>		
北京金日酷媒文化传播有限公司	778,000	100.00
<b>合计</b>	<b>778,000</b>	<b>100.00</b>
<b>2014年</b>		
恩施旅游集团有限公司	3,600,000	86.71
国家林业局森林公园管理办公室	384,000	9.25
克什克腾旗达里诺尔有限责任公司	100,000	2.41
介休市绵山风景区开发有限责任公司	67,500	1.63
<b>合计</b>	<b>4,151,500</b>	<b>100.00</b>
<b>2015年1-5月</b>		
洛阳黛眉山旅游发展有限公司	1,620,000	54.04
五岳寨旅游开发有限公司	810,000	27.02
芦芽山旅游发展有限责任公司	489,600	16.33
北京金日酷媒文化传播有限公司	78,000	2.61
<b>合计</b>	<b>2,997,600</b>	<b>100.00</b>

2013年度公司的主要业务是广告业，采购集中度较高，主要因为公司处于

业务发展初期，业务单一且规模较小，北京金日恒升有限责任公司是公司的广告供应商，北京金日酷媒文化传播有限公司是代收款公司，是北京金日恒升有限责任公司的子公司。2014 年开始公司逐步扩展业务范围，优先选择质量较好的供应商，积极拓展供应商的范围，公司对单一供应商的依赖程度逐步降低。随着公司业务的进一步增长，公司业务模式将逐步从 B2B 转向 B2C，地铁隧道广告的收入将进一步下降，依托“景典游”APP 平台的收入将逐步增加，公司的供应商范围也将拓展到全国各大景区、酒店等。公司正在积极进行业务转型，2015 年 1-5 月的情况来看，广告收入占公司的总收入比重正在逐渐降低。广告收入占总收入的比重由 2014 年的 80.91%，下降到了 2015 年的 32.23%，公司从旅游传媒企业逐步转型为提供旅游业广告和旅游互联网平台服务的移动互联电商企业。公司通过进一步扩展广告供应商和战略调整会逐步减少对于金日恒升的依赖性。因为公司的采购模式的独特性，公司的客户和供应商有部分重合，在一份合同中公司为景区提供地铁隧道广告，所以景区是公司的客户，同时公司用地铁隧道广告置换门票，景区为公司提供门票，景区则又是公司的供应商。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其关联方或持有公司 5% 以上股份的股东在上述供应商中均未占有权益。

#### （四）公司重大业务合同及履行情况

报告期内，公司所有合同情况如下：

##### 1、销售合同

序号	客户名称	合同标的	合同主要内容	合同期间	合同金额 (万元)	合同履行情况
1	北京市天宁旅行社有限责任公司	门票	公司向对方提供 11 家门票共计 5500 张，由对方负责在北京及其周边市场的门票销售工作（不得在电商销售）	2014.9.22— 2015.9.22	28.80	正在履行

2	北京世纪印象国际旅行社有限公司	门票	对方承诺包销公司产品恩施大峡谷门票 10000 张和黄金洞门票 1000 张，分批分次通过公司“景典游”完成订购	2015.1.1— 2015.12.31	合同金额 75 万元，在合同生效起三个月内付清	已履行
3	山西太原市友好旅游有限公司	门票	对方承诺包销公司产品介休绵山景区门票 3000 张	2015.4.8— 2016.10.21	15.00	正在履行
4	北京华盛寰宇国际旅游有限公司	门票	对方承诺包销公司产品山西绵山门票 400 张，通过公司“景典游”完成订购	2015.4.27— 2016.10.21	2.00	正在履行
5	山西太原市友好旅游有限公司	门票	对方承诺包销公司产品绵山景区门票 1130 张，通过公司“景典游”完成订购	2015.6.5— 2016.6.5	5.65	正在履行
6	深圳市力行海外旅行社有限责任公司	门票	公司选择分销合作模式，对方仅作为技术服务提供商及出境旅游产品平台	2015.3.25— 2016.3.25	公司以预存款形式结算双方的订单款项，并采取实时扣款的方式结账	正在履行

## 2、采购合同

序号	客户名称	采购内容	合同主要事项	合同期间	合同金额及付款方式 (万元)	合同履行情况
1	介休市绵山风景区开发有限责任公司	门票	公司负责绵山风景区广告公交车身的投放	2014.6.6-2014.9.5	6.75	已履行

2	开封市旅游局	门票	公司负责开封市旅游宣传片地铁隧道广告的投放	2013.4.19-2013.7.18	60.00	已履行
3	恩施旅游集团有限公司	门票	公司负责恩施景区旅游宣传片地铁隧道视频广告的投放	2014.6.20-2014.10.9	合同金额 360 万元	已履行
4	芦芽山旅游发展有限责任公司	门票	公司负责芦芽山景区旅游宣传片地铁隧道视频广告的投放	2015.4.17-2015.8.20	合同金额 48.96 万元;对方采用景区门票和酒店客房使用权进行易货支付的方式向公司支付广告发布费用	正在履行
5	河北五岳寨旅游开发有限公司	门票	公司负责河北五岳寨国家森林公园旅游宣传片的地铁隧道视频广告的投放	2015.6.12-2015.8.6	合同金额 81 万元;对方采用景区门票使用权进行易货支付的方式向公司支付广告发布费用	已履行
6	河南洛阳黛眉山原始生态文化旅游发展有限公司	门票	公司负责河南黛眉山景区旅游宣传片地铁隧道视频广告的投放	2015.4.17-2015.10.15	合同金额 162 万元;对方采用景区门票使用权进行易货支付的方式向公司支付广告发布费用	正在履行
7	克什克腾旗达里诺尔国家级自然保护区生态旅游有限责任公司	门票	公司负责达里诺尔湖动感广告在地铁隧道媒体的投放	2014.7.4-2014.7.24	10.00	已履行

8	国家林业局国有林场和林牧种苗工作总站	门票	公司负责全国61处典型国家森林公园在地铁隧道媒体的图片展示	2014.9.26-2014.10.09	122.65	已履行
9	开封市旅游局	门票	公司负责开封市旅游宣传片地铁隧道广告的投放	2013.12.27-2014.2.20	合同金额20万元;对方应分别于广告投放前10个工作日及广告投放结束后支付	已履行
10	介休市绵山风景区开发有限责任公司	门票	公司负责绵山风景区广告地铁隧道视频的投放	2014.6.6-2014.7.31	合同金额68.64万元;对方采用景区门票置换公司广告投放费	已履行
11	北京金日酷媒文化传播有限公司	广告	对方负责地铁隧道视频广告中公司代理客户宣传推广	2013.10.4-2015.12.31	70.00	正在履行
12	厦门翠丰温泉度假酒店有限公司	门票、客房	公司被授予翠丰SPA温泉公园入园券的销售授权,通过公司“景典游”软件自动生成电子门票。	2015.7.21	双方以“景典游”中e-booking系统体现的产品使用量为对账依据,以确认产品的具体购销数量、计算佣金。	正在履行

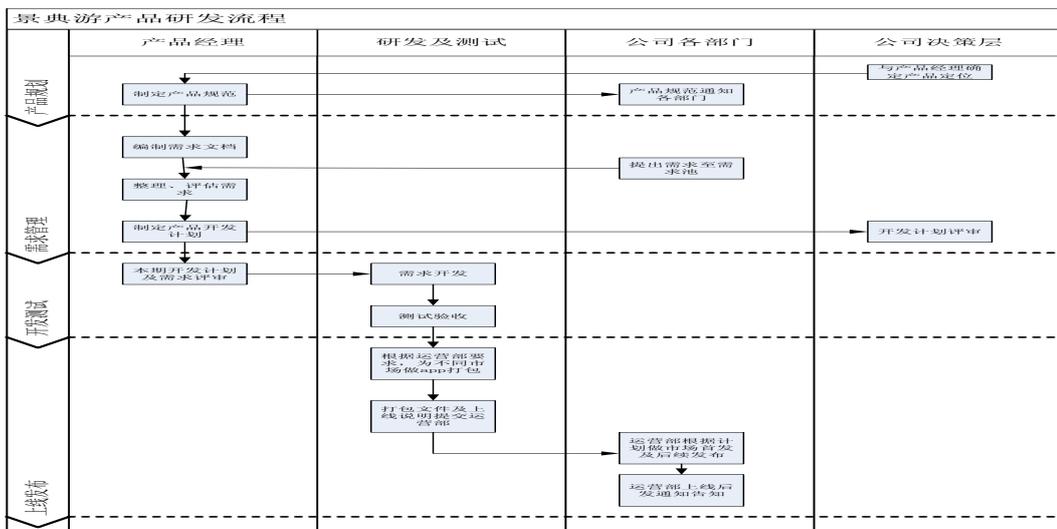
13	武夷山南方铁路旅行社有限公司	门票、客房	公司被授予武夷山套票、印象大红袍等产品的销售授权，通过公司“景典游”软件自动生成电子门票。	2015.3.7-2016.3.26	双方以“景典游”中 e-booking 系统体现的产品使用量为对账依据，以确认产品的具体购销数量、计算佣金。	正在履行
----	----------------	-------	---	--------------------	--	------

3、房屋租赁合同

序号	出租方	签署日期	租赁金额(万元)	租赁期限(年)	租赁用途	合同履行情况
1	北京鑫地园林集团有限公司	2015.4.26	20.00	2015.5.15 至 2016.5.14	办公	终止履行
2	北京宝蓝鹏安科技孵化器有限公司	2015.7.10	111.82	2015.7.31 至 2017.4.30	办公	正在履行

五、公司的商业模式

公司主要依托“景典游”平台为客户提供优质低价的全方位智慧旅游服务。主要商业模式如下图：



## （一）运营（服务）模式

“景典游”旨在以平台化、轻资产方式提供运营服务。通过完善的平台，提供智能化、专业化在线服务，减少人工服务，在用户感受方便服务的同时，降低服务成本。将节省的人工成本，转至优化平台，提升用户体验。平台依据大数据分析，为用户提供旅游行前决策的推荐，将有意向的攻略自动转化为行程，即时预订，并可转向“约游”。在旅游当中，提供自助导航，带客户前往旅游目的地。自助导览，带客人浏览景区，并在需要时播放导游词及旅游介绍的音频、视频资料。在线机器人将连接“景典游”旅游知识库，自助解答问题或查询资料。投诉及建议也通过在线方式提交。

## （二）销售模式

### 1、“景典游”B2C 平台销售

公司主要销售模式是通过“景典游”APP 面向终端消费者的直销方式。“景典游”作为一款面向景区目的地旅游的 APP 平台，通过有价格竞争力的景区目的地产品和服务（景区门票+景区导游+租车+景区住宿），面向境内及境外自由行游客，提供有影响力的旅游电商销售及旅游场景化社交。

### 2、“景典游”B2B 平台销售

公司在面向终端用户提供 APP 服务的同时，为丰富平台产品的种类和数量，加快 APP 平台对产品销售的消化速度，景典游同时面向旅行社、OTA、渠道等供应商或分销商，提供了方便、实用的景典游 B2B 平台，供应商可以在平台上发布产品和服务，分销商可根据规则在平台上购买产品和服务。

## （三）研发模式

公司研发模式是以自主研发为主，辅助短期外包。

公司研发以技术部为核心，其他部门协调配合。技术部、运营部及销售部三个部门围绕着产品部的规范，各自推进部门工作，彼此关联互动。公司产品分期开发，迭代上线。同时公司建立需求池，将平时收集到的需求放入需求池，产品部定期评估需求，制定并调整开发计划，以保证开发的推进，确保需求不遗失、不延误。当公司工期紧张或者公司缺乏部分模块的开发人才时，公司会采取外包

方式,与其他公司合作开发部分模块或者外聘技术人员按照公司的需求进行产品研发。

公司具体服务外包情况如下:

服务外包的对象	金额(元)	合同签订日期	服务内容
北京世纪思特技术开发有限公司	185,000	2014.04.08	前端移动客户端(支持安卓、IOS),功能为产品查询预订、旅游咨询浏览、旅游攻略浏览;后台包括旅游咨询维护、旅游攻略维护、旅游门票产品维护、订单处理、报表统计
北京世纪思特技术开发有限公司(补充协议)	80,000	2014.10.08	景典游后端系统开发
北京君创众联科技有限公司	50,000	2014.11.10	景典游后端系统开发

#### (四) 采购模式

根据产品部确定的产品规范以及运营部的运营计划,销售部制定采购计划,针对目的区域的不同类产品,如景区门票、酒店等旅游资源,实施采购。销售部采购时,原则上以置换为主,以保证产品的价格优势,将置换产品作为重点产品。通过易货方式采购门票、酒店等旅游资源,即公司通过为景区或酒店提供地铁隧道广告置换景区门票和酒店房间。在不适合置换或供应商无置换意向时,公司则直接采购门票,通过为景区分销门票盈利。公司同时兼顾渠道产品,通过接入一家大型 OTA 以及几家地区性有特色产品的小型 OTA 或旅行社,解决产品覆盖广度问题。对于地铁隧道广告,公司直接采用现金方式向供应商采购广告位。

## 六、公司所处行业的情况

按照中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》,公司属于商务服务业(代码为 L72);依据国家统计局《国民经济行业分类(GB/T4754-2011)》可分类为旅游管理服务(代码为 L7272)。根据《挂牌公司管理型行业分类指引》,公司所

属行业为旅游管理服务（代码为 L7272）；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为互联网软件与服务（代码为 17101010）。

## （一）行业概况

### 1、行业概况

旅游业是一个范围很广的概念，是指为国内外旅游者提供服务的一系列相关行业的统称，主要包括“吃、住、行、游、购、娱”六大要素，涉及的子行业包括旅行社、酒店、旅游交通运输和旅游景区等。而在线旅游指的是通过网络的方式查阅和预订旅游产品，并可以通过网络分享旅游或旅行经验，是依托互联网快速发展起来的新型产业模式。

旅游业是世界三大朝阳产业之一，是二十一世纪的主导型产业，尤其当旅游业与知识经济和信息经济高度融合，使得旅游电子商务给旅游业发展带来了新的契机。在旅游市场持续扩容和信息技术广泛应用的双重推动下，在线旅游得以快速发展，市场容量不断扩张。



数据来源：艾瑞咨询

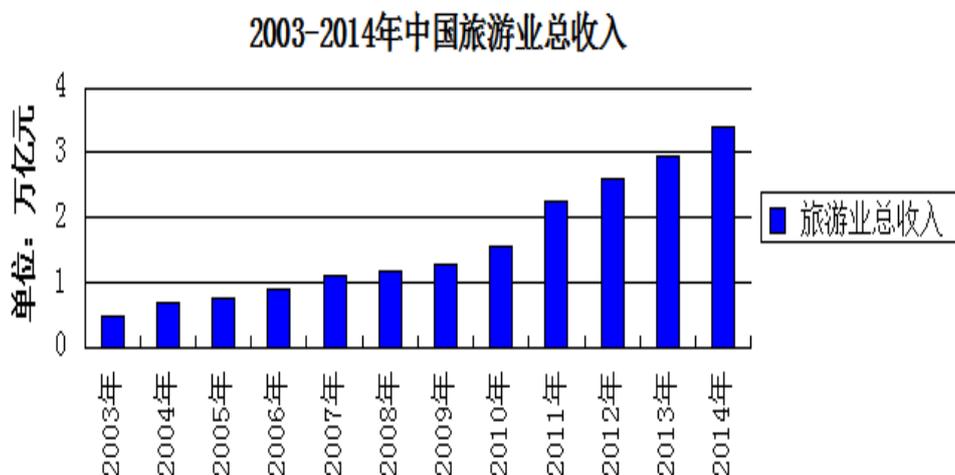
2014年，我国经济出现了24年来增长率最低的7.4%。但是在线旅游市场仍呈现快速发展态势，市场交易规模首次突破3,000亿，达到3,077.9亿元，增长率也高达38.9%。在线旅游市场竞争激烈，部分企业出现亏损，互联网巨头的加入，给在线旅游行业行业的发展带来一定的挑战。但总体而言，我国经济发展的大形势没有改变，人们消费能力和欲望越来越强的趋势没有改变，这些都将促

进在线旅游市场进一步扩大，预计 2015 年的市场交易规模将突破 4,000 亿元。

## 2、发展前景和市场空间

未来中国的在线旅游市场将进入黄金增长期，发展前景广阔，市场空间巨大。这主要得益于我国旅游市场的快速发展和互联网技术的普及。

旅游业属于资源消耗低、辐射能力强、综合效益好的服务业，是国家重点发展的战略性产业。根据国家旅游局统计，我国旅游行业总收入最近十几年总体呈现稳步增长态势，行业总收入从 2003 年的 0.49 万亿元上升到 2014 年的 3.38 万亿元。



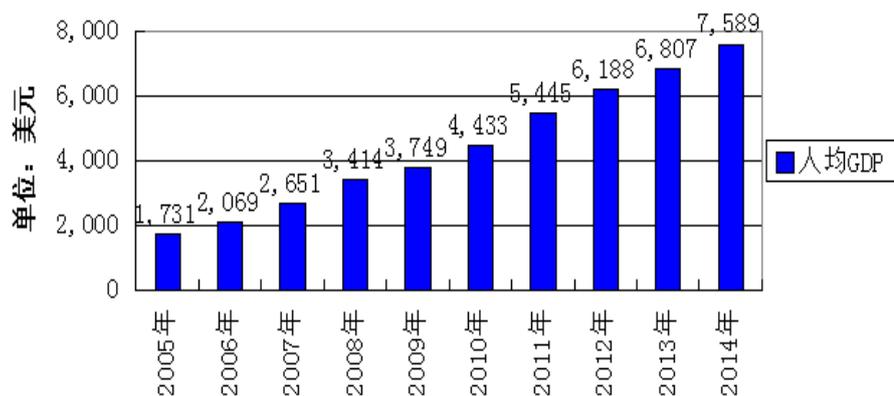
数据来源：wind

我国在线旅游发展迅速，主要原因如下：

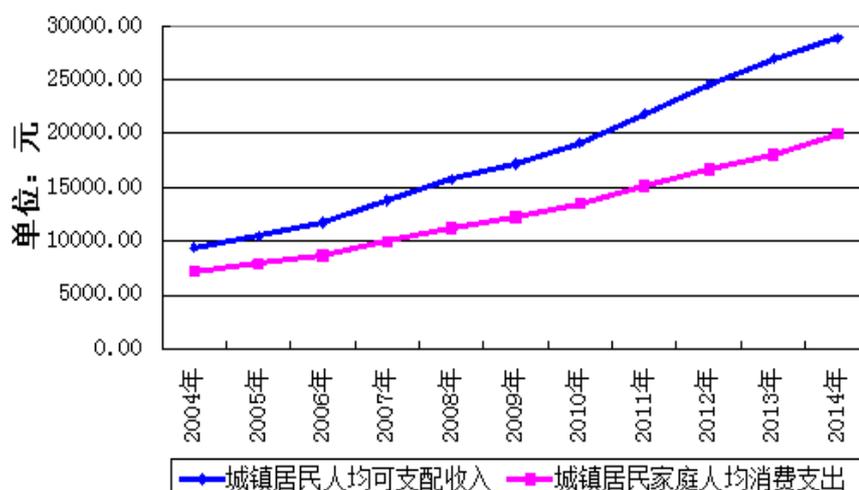
### (1) 人们收入水平的提高为在线旅游的发展提供了基础

几十年前，旅游对于当时的中国人民来说还是一种奢侈品。随着经济的发展，社会的进步，人们的收入水平提高，生活水平也不断提高。很多人的生活满足不仅限于衣、食、住、行的物质满足，精神生活也越来越重要，旅游不断走入越来越多人的生活，发展成为大众化、经常性消费的生活方式。根据国家统计局数据，近十年来，我国人均 GDP 也实现了显著增长，2011 年人均 GDP 突破 5,000 美元大关，2014 年人均 GDP 已达到 7,485 美元。

2005-2014年中国人均GDP数值



2004-2014年城镇居民收支情况



数据来源：国家统计局

(2) 智能手机、平板电脑等电子产品的普及为在线旅游的发展提供了媒介。智能手机、平板电脑的普及为整个旅游业提供了更大的在线旅游市场空间。在国外，60%的休闲旅游及40%的商业旅游都是通过线上预定，而在国内，这个比例平均为5%。Google 数据显示中国城市智能手机的普及率大大提高，从2012年的33%上升至47%，近一半的中国城市居民已经拥有智能手机。其中，69%的用户每天都会使用智能手机访问互联网，这个比率高于美国的智能手机用户。通过智能手机等终端旅行者可以登陆在线旅游服务商的网站进行信息的查询，订单的支付，客户端则可以把预定的结果、航班延误等信息随时通知旅行者。因此，在使用智能手机、平板电脑等预定的旅行者，91%的人会因为在线预订便捷、快速等特点而在此选择该服务。这为在线旅游的快速发展提供了充足的媒介。

### (3) 在线旅游渗透率不断提高将带动在线旅游的快速发展

中国在线旅游市场交易规模占整体旅游交易规模的比例仍然较低，中国在线旅游尚处于发展的初期。据旅游局与旅游研究院数据显示，2015 年上半年在线旅游渗透率为 8.9%。但是国民的旅游需求不断提高，并且伴随着核心运营商对旅游线上业务的重视不断加强，旅行者的预定习惯不断从线下转移到线上，并对线上预定形成很高的黏性。在线旅游渗透率将随着中国互联网渗透率和旅游企业线上服务的标准化程度的提高而逐步提高，未来发展空间巨大。

## 3、行业发展趋势

### (1) 营销方式多样化

在线旅游网络营销方式不断走向多样化，不仅通过网站，与此同时，微信、微博、秒杀、团购等营销方式极大提高了人们对旅游网站的关注度。

由于团购网站能提供高性价比的生活服务类商品，使中国网民对生活服消费的强劲需求不减，尤其是对休闲旅游服务的需求。旅游团购的核心产品是酒店、景区门票和打包旅游服务，由于这些产的高标准化，使其率先成为旅游团购的市场切入点。团购酒店的价格比正常价格低 30%-80% 不等，因此大大减少了酒店客房的空置率，所以大量酒店热衷于团购方式，这对于传统模式带来了强大的冲击。

目前，旅行者热衷于旅游之前上网查看攻略，旅游中实时分享美食与美景，旅游之后发布点评，在社交网站上分享旅游经历。而微博、微信都为旅游者的这些需求提供了媒介。随着微博、微信的火热，在线旅游企业纷纷开通微博、微信公众号，以拓展社会化媒体营销。对于在线旅游企业来说，微博、微信不仅是口碑营销的绝佳平台，也是产品和用户满意度的检测平台。

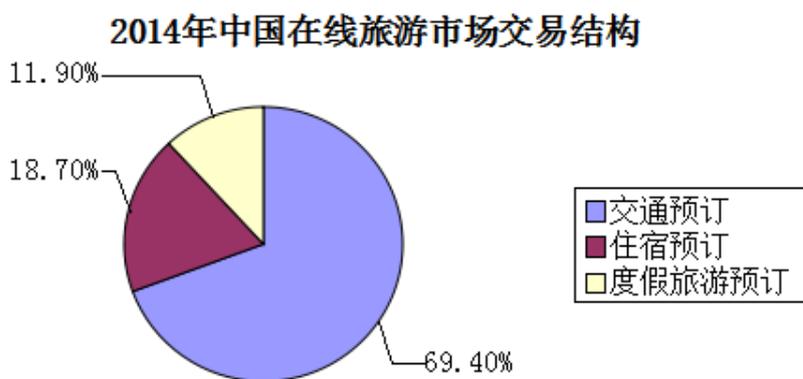
### (2) 旅游在线预订移动化

中国互联网信息中心发布的数据显示，2014 年中国网民规模 6.49 亿，手机网民达 5.57 亿，手机已经超过台式电脑、平板电脑等互联网接入设备，成为中国网民第一大网络终端。移动端在线旅游预订目前仍处于初级阶段，中国互联网信息中心的数据显示，2014 年手机即时通信和手机搜索仍是用户最常使用的应用，手机旅行预订仅占 13%，但增长迅速，且有巨大的发展空间。随着移动智能

终端的普及，用户及时旅行需求和习惯正在逐步培养中，未来旅游在线预订会不断走向移动化。

### （3）度假旅游细分市场发展潜力大

在线旅游市场主要有在线交通预订、在线住宿预订和在线度假旅游预订三个细分市场，交通预订和住宿预订经过十几年的发展，互联网化程度较高，发展相对成熟，未来增速将逐渐趋于平缓，相比较而言度假旅游预订市场具有较大发展潜力。2014年中国在线旅游市场按照交易额计算的市场结构如下：



数据来源：易观智库

## （二）市场竞争情况

由于在线旅游市场发展空间巨大，且目前处于发展初期阶段，在巨大的需求和诱人的“钱景”下，除了携程、去哪儿等一些老牌企业之外，众多新兴网站也如雨后春笋般进入在线旅游市场，市场竞争激烈。而互联网巨头BAT的投资热，则催生在线旅游市场竞争进入白热化阶段。中国在线旅游始于携程，但是携程一家独大的局面已经有所改善，去哪儿、艺龙、去啊、腾邦国际、号百商旅、同游网等企业的市场份额也在不断增加。目前各家在线旅游企业都在以短期的利润换取更大的规模和份额，市场竞争越演越烈。

随着在线旅游市场的不断发展，用户对市场的需求愈发细分化。如果能找到用户需求的痛点并在细分领域进行深耕，在大市场背景下做好差异化定位，很多细分领域还有待于开发，景区目的地旅游就是其中潜力巨大的细分市场。

在线旅游市场整体竞争激烈，公司主要竞争对手有：

大连约伴传媒股份有限公司（以下简称约伴传媒），主营业务包含旅游服务业和广告业，其中，旅游服务业是公司的核心业务，主营业务按收入来源可以分为旅游服务业务、广告业务。约伴传媒本部目前以广告业务为主，下属子公司以旅游服务业为主。约伴传媒是在传统旅游业务基础上专注于半自助游业务的专业化旅游服务提供商。

上海路骋国际旅行社股份有限公司（以下简称路骋国际），主营产品和服务包括会展服务、自驾游产品、团队旅游服务、咨询服务等业务。

吉林省差旅天下网络技术股份有限公司（以下简称差旅天下），主营业务包括差旅服务和软件产品销售。差旅服务是指当一家企业的出差费用达到一定规模时，公司通过对企业的差旅活动进行整体考察分析，提供相关的差旅咨询意见，共同改进流程，并通过利用公司所拥有的资源降低企业的差旅成本或提高出差人的舒适度，并提供差旅全程服务的管理活动。差旅天下差旅服务的实质在于充分利用公司的资源为客户在机票预订、酒店预订、组织境内外旅游、组织会议会展等方面实现成本最小化。软件产品销售是指公司销售自行研究开发的差旅管理工具软件、办公管理软件、车辆管理软件等标准化软件。

约伴传媒是行业内与公司业务较相近的公司，公司从事广告和旅游服务业务，但是与公司通过“景典游”APP平台提供的旅游服务不同，约伴传媒提供的是传统的旅行社旅游服务。路骋国际提供的主要是自驾游服务。差旅天下提供的主要是围绕差旅的系列服务和软件产品。上述公司的产品与公司产品存在一定差异。

### （三）行业壁垒

#### 1、资金壁垒

目前，在线旅游发展仍处于初期阶段，占领市场份额尤为重要，所以需要企业牺牲短期利润，如果企业不能在长期中占领一定的市场份额，那么短期的利润难以持续。这就需要企业投入大量的资金，加大战略投资。首先，加大研发投入，加强IT支持和巩固旅游服务平台。其次，加强渠道建设和品牌宣传投入力度。这样的投资规模可能对新进入者形成较大的挑战。

## 2、供应商资源壁垒

在线旅游服务企业主要向客户提供景点门票、餐饮、住宿、机票等一系列服务。能否与旅游资源供应商取得良好的合作，取得稳定、低价、高质的旅游资源，对于在线旅游企业的服务水平有很大影响。新进入的企业通常很难在段时间内建立获得充足稳定的供应商资源。

## 3、销售渠道壁垒

营销渠道是在线旅游企业的重要资源，尤其在大市场已经基本被携程、去哪儿、艺龙等在线旅游企业占据的情况下，在短时间内建立稳定的、独特的、高质量的营销渠道对于提升企业品牌知名度、市场影响力以及产品盈利能力的至关重要，对于新进入者也形成较大的挑战。

### （四）行业发展的有利因素和不利因素

#### 1、有利因素

##### （1）国家政策支持

旅游业作为绿色、可持续发展产业，得到国家的大力支持。国家相继出台一系列政策，促进旅游业持续健康发展，打造中国旅游升级版。国务院 2009 年 12 月公布《国务院关于加快发展旅游业的建议》；2013 年 2 月公布《国民旅游休闲纲要（2013-2020 年）》；2013 年 10 月 1 日正式实施《旅游法》，从法律层面进一步规范旅游产业的发展；2014 年 8 月，国务院发布《关于促进旅游业改革发展的若干意见》。对于在线旅游，政府也出台了专门的法律法规予以规范，如《旅行社产品第三方网络平台交易经营和服务要求》、《旅行社服务网点服务要求》等。国家旅游局明确提出 2014 年是“智慧旅游年”，在一系列的政策推动下，旅游业的信息化水平逐步加强，在线旅游市场在旅游业经济总量中的比重明显提升。

（2）宏观经济的整体向好和人民收入水平的提高为在线旅游的发展提供保证

中国经济的基本面整体向好，虽然近几年的 GDP 增速放缓，但是人民收入水平不断提高，城乡差距不断缩小，中国经济发展出现“新常态”。而旅游业尤其是在线旅游业这种智力密集度高、产出附加值高、资源消耗少、环境污染少的行

业符合“新常态”的发展趋势，将成为国民经济的战略性支柱产业。中国经济稳步增长及随之带来的人均可支配收入不断增加为在线旅游的繁荣和产业发展提供了坚实的物质基础，有力推动了旅游产品大众化的趋势。

### （3）信息技术和互联网的发展为在线旅游的发展奠定了基础

近年来，信息技术和互联网技术快速发展，PC 端在线旅游发展迅速，而从 2012 年至 2014 年中国移动互联网呈现爆发式增长，这带动中国在线旅游移动端市场规模迅速扩大。据易观智库数据统计，2014 年中国在线旅游移动端市场规模达到 1247.3 亿元人民币，2015 年后增速将放缓，但是还会继续增长。中国在线旅游移动端占比逼近 PC 端，2015 年将超过 PC 端。信息技术和互联网的发展尤其是智能手机、平板电脑的普及为在线旅游的发展奠定了良好的基础。

## 2、不利因素

### （1）市场竞争激烈

在线旅游市场竞争激烈，研发费用和市场费用快速增长，价格战侵蚀利润空间，市场占有率成为在线旅游企业的首要目标，因而亏损有所扩大。从众多上市的在线旅游企业 2014 年年报可以看出，携程是为数不多的盈利的公司，净利润高达 2.4 亿，但是 2014 年第四季度归属于携程股东的净亏损为 2.24 亿元人民币，这也是携程上市以来的首次亏损。去哪儿全年亏损 18.5 亿元；艺龙全年亏损 2.69 亿元；途牛全年亏损 4.635 亿元。且亏损数额较去年有所扩大，2013 年亏损最严重的是去哪儿网，归属于去哪儿网股东的净亏损为 1.873 亿元人民币。在线旅游处于发展的初期，多数企业要在人力、产品研发、市场营销方面加大投入，以保持或提高市场份额，而投入的增长远大于收入的增长，所以短时间内企业会呈现亏损。

### （2）不可抗力的影响

自然因素中的地震、海啸、异常恶劣气候等因素；流行性疾病，如禽流感、埃博拉病毒等；当地政治、经济环境的异变，如泰国曼谷的闹市区的炸弹案等，都会导致旅游需求的下降，在线旅游预订量的下降，或大范围违约和客户投诉情况，从而对在线旅游行业产生不利影响。

## （五）风险特征

### 1、市场竞争风险

在线旅游市场发展潜力巨大，且处于发展初期，利润前景可观。大型在线旅游企业纷纷抢占国内市场，创业公司深耕细分市场，BAT 进入 OTA，市场竞争日益激烈。在线旅游业还面临着毛利率低、线下成本高、产业链长、上游供应商信息化程度低等一系列问题，如果在线旅游企业不能通过各种方式不断提高竞争力，在短期内做强做大，提高市场占有率，则有可能受到其他企业的挑战，面临激烈的行业竞争风险。

### 2、技术风险

在线旅游企业的发展除依靠传统旅游资源外，更重要的是依靠技术资源。需要前、中、后台人员的配合完成整个技术流程。由于整个互联网的开放性、共享性导致以 Internet 为主要平台的在线企业面临严重的外部安全问题，如网络病毒、网络黑客、断网等。同时，如果企业核心技术被篡改、偷窃，将会给企业带来不可挽回的损失。最重要的是如果企业不能在短时间内研究、开发出新的技术模式，可能存在被其他企业技术赶超的风险。

## （六）公司在行业中的竞争地位

与国内领先的在线旅游企业，如携程、去哪儿相比，公司的收入基数较低，但发展迅速。随着在线旅游市场的不断发展，用户对市场的需求愈发细分化，很多细分领域还有待于开发。如果能找到用户需求的痛点并在细分领域进行深耕，在大市场背景下做好差异化定位，则有较大的发展空间。景区目的地旅游就是其中潜力巨大的细分市场。公司则是在这一细分市场先发制人。但是公司和大型 OTA 企业相比成立时间较短，存在技术、研发投入、人才储备及客户资源方面的不足的问题，公司现阶段在市场上处于弱势地位。通过公司的系列人才培养、技术开发，渠道挖掘的规划，公司将会在细分市场树立一席之地。

自 2010 年成立以来，公司伴随着旅游行业的快速发展，在国内一线、二线城市储备了一批重要的渠道，地铁隧道广告和平台上景点覆盖了北京、上海、江西、成都等多个国内一、二线城市，企业品牌影响力不断提高。公司通过从专注

旅游传媒向整个移动端在线旅游业的成功转型，在产品设计能力、管理能力、品牌营销能力等方面积累了丰富的经验，为公司未来的快速发展打下了坚实基础。

## 1、公司竞争优势

### （1）理念优势

公司率先推出景区目的地旅游新概念，在行业巨头纷纷抢夺在线旅游市场的背景下，深耕景区目的地旅游这一潜力巨大的细分市场。景区目的地旅游区别于传统旅游模式，是以景区为目的地的休闲度假游，区别于目前多数的只为客户提供旅游单项预订服务的模式。客户的旅游，是从定位旅游景点开始，围绕该景点安排其它景点，再根据时间安排住宿、交通等要素。“景典游”根据客户旅游需求，在 APP 中展示及提供服务时，以“景点”为核心，显示关联景区门票、关联住宿酒店、租车、导游等服务，使客户规划、预订时可以围绕景点进行相关功能的搜索，更方便、更自然。公司为客户提供行前规划、约游，行中导航、导游，行后分享、推荐的全方位智慧服务。公司是行业中少数几家采用景区目的地旅游服务模式运营的移动互联网企业，将旅游电商与旅游社交进行了深度的融合，打造在线旅游全新体验。

### （2）领先的技术研发优势

公司的核心技术人员有多年的旅游信息化建设经验，曾就职于国内相关行业龙头企业，是既精通旅游业务，又精通互联网技术的复合型人才。可凭借旅游信息化经验和资源，快速准确的把握在线旅游市场的发展方向，实现企业发展目标，避免零起点和盲目试错，短时间打造高质量产品。

### （3）采购模式新颖

公司通过地铁隧道广告置换景点门票、酒店、租车等旅游资源，获得较低采购价格，并采用渗透法定价，迅速获得大量用户，短时间内占领细分市场。公司通过上游户外广告资源置换客票旅游资源的易货形式获得较低采购价格，通过下游移动互联网平台运营实现产品变现和超额利润空间。此种采购模式新颖、独特，且能获得较同行业更低的采购价格，形成价格优势。

## 2、公司竞争劣势

### (1) 公司规模较小，人员储备不足

公司目前处于快速发展阶段，但仍然处于发展初期，规模较小，公司核心技术人员经验丰富，但是配套人员缺乏，所以公司为配合产品定期上线计划，采取核心技术自主研发，非核心技术外包的方式。公司的渠道建设方面也存在有丰富的渠道资源，但是跟进人员缺乏的问题。总体来说，公司的人员招聘速度不及公司的发展速度，会造成公司发展后劲不足。

### (2) 资金不足劣势

公司创业团队在旅游信息化领域有较长时间的探索和积累，但是公司创立之初的资金主要由创业者提供，公司规模较小，难以获得银行贷款，资金实力较弱。尤其公司正处于快速发展时期，在增强品牌宣传、加快新产品研发、提高技术研发水平、引进优秀人才和拓展销售渠道等方面均迫切需要大量的资金支持，但目前公司尚未进入资本市场，股权融资价格受限，难以支持公司快速发展。

## 3、公司应对市场竞争所采取的措施

### (1) 巩固优势，加快人才招聘

首先，通过传统媒体、社会化营销、公共活动和新媒体等方式，加大对品牌的宣传力度，迅速提升品牌形象，增强品牌影响力；其次继续推动公司的规范化和管理的信息化建设，加强团队建设，辅助员工持股、企业文化建设等，吸引和培养优秀人才，提高企业人才留存率，增加企业和团队的凝聚力、向心力。

### (2) 拓宽融资渠道

公司要发展，必须有资金的支持，除了通过自身积累外，借助金融市场进行外部融资是必经之路。公司会尽快扩大融资，如通过在全国中小企业股份转让系统挂牌的方式融资，以增强品牌宣传、加快新产品研发、提高技术研发水平、引进优秀人才、拓展销售渠道，更好地促进企业未来发展。

### (3) 加强市场渠道推广

首先，公司运用 SEM 推广方式即搜索引擎营销，增加互联网用户的关注量和下载量。利用微博，微信，搜狐等门户，百度等搜索引擎，论坛，博客等新媒体，制定相应的网络病毒式传播方案，宣传品牌，推广产品。通过与应用市场的合作投放，流量方案制定，在应用市场上占领一席之地，提高客户端活跃度与转化率。

其次，公司同样重视传统媒体渠道推广。通过自有的地铁隧道广告，写字楼硬广方式的曝光推广公司产品服务，迅速占领地铁人群及白领上班族主流旅游消费市场。

最后，公司非常重视活动营销。通过大型活动，与团体，旅行社，景区做深度合作、主题活动，如 9 月户外露营活动、和景区达人体验活动，增加用户粘性，以活动黏住用户，以特色化运营为主要赢利点。

### 第三节 公司治理

#### 一、公司报告期内股东大会、董事会、监事会制度建立及运行情况

2010年12月21日有限公司设立之初，按照《公司法》及有限公司《公司章程》的规定，未设立董事会、监事会，仅设执行董事一名、监事一名，执行董事和监事由股东会选举产生。有限公司股东、股东会及相关管理人员能够按照《公司法》及有限公司《公司章程》中的相关规定，在增加注册资本、股权转让、整体变更等事项上依法召开股东会，并形成相关决议。执行董事能够履行公司章程赋予的权利和义务，勤勉尽职，监事能够对公司的运作进行监督。

2015年8月12日，有限公司以经审计的净资产折股，整体变更为股份公司。股份公司成立后，按照《公司法》、《非上市公众公司监督管理办法》、《非上市公众公司监管指引第3号——章程必备条款》制定了《公司章程》，依法设立了股东大会、董事会、监事会，建立健全了公司治理机制。此外，公司还通过制定《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《关联交易决策制度》、《投融资管理办法》等内部治理细则，进一步强化了公司相关治理制度的操作性。

公司董事会由5人组成，实行董事会领导下的总经理负责制。监事会由3人组成，其中股东代表监事2名，职工监事1名。股东大会是公司的权力机构，董事会是执行机构对公司股东大会负责、监事会作为监督机构对公司的财务进行检查、对公司董事及高管人员执行公司职务的行为进行监督。目前公司设董事长兼总经理一名，副总经理两名，财务总监兼董事会秘书一名。

截至本公开转让说明书签署日，股份公司共召开两次股东大会、两次董事会会议、一次监事会会议和一次职工代表大会，上述会议均依照有关法律法规和公司章程发布通知并按期召开，会议文件完整，会议记录中时间、地点、出席人数等要件齐备，会议文件归档保存，会议记录正常签署。公司三会运行基本情况良好。自公司职工代表大会选举职工代表监事以来，职工监事能够履行章程赋予的

权利和义务，出席公司监事会的会议，依法行使表决权，并列席了公司的董事会会议，并对董事会决议事项提出合理化建议。

股份公司在今后的实际运作中仍需要管理层不断深化公司治理理念，加深相关知识的学习，提高规范运作的意识，以保证公司治理机制的有效运行。

## 二、董事会对公司现有治理机制的讨论和评估

### （一）投资者关系管理

公司的《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》及《关联交易决策制度》等一系列内部管理制度，建立健全了公司法人治理机制，能给股东提供合适的保护并保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。

公司的《公司章程》及《投资者关系管理制度》对信息披露和投资者关系管理进行了规定。公司由董事会秘书负责投资者关系管理工作，在全面深入了解公司运作和管理、经营状况、发展战略等情况下，负责策划、安排和组织各类投资者关系管理活动。董事会秘书负责协调和组织公司信息披露事宜，参加公司所有涉及信息披露的有关会议，及时知晓公司重大经营决策及有关信息资料，并向投资者披露，同时应保证公司信息披露的及时性、合法性、真实性和完整性。同时公司努力为中小股东参加股东大会创造条件，充分考虑召开的时间和地点以便于股东参加。

### （二）纠纷解决机制

《公司章程》第九条规定，本公司章程自生效之日起，即成为规范公司的组织与行为、公司与股东、股东与股东之间权利义务关系的具有法律约束力的文件，对公司、股东、董事、监事、高级管理人员具有法律约束力的文件。依据本章程，股东可以起诉股东；股东可以起诉公司董事、监事、总经理和其他高级管理人员；股东可以起诉公司；公司可以起诉股东、董事、监事、总经理和其他高级管理人员。

《公司章程》第三十五条规定，董事、高级管理人员违反法律、行政法规或者本章程的规定，损害股东利益的，股东可以向人民法院提起诉讼。

### （三）关联股东和董事回避制度

公司的《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易决策制度》规定了关联股东和董事回避制度，对于公司与股东及实际控制人之间提供资金、商品、服务或者其他资产的交易，应当严格按照有关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。具体规定为《公司章程》第八十条：“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。该关联股东在股东大会就上述事项进行表决时，应当回避；并且在这种情况下，负责清点该事项之表决投票的股东代表不应由该关联股东的代表出任”。《公司章程》第一百一十九条：“董事与董事会会议决议事项所涉及的主体有关联关系的，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。出席会议的无关联关系董事人数不足3人的，不得对有关议案进行表决，应当将该事项提交股东大会审议”。

### （四）财务管理、风险控制相关的内部管理制度

公司建立了《公司财务管理制度》、《各部门管理制度汇编》等一系列规章制度，涵盖了公司人力资源管理、财务管理、研发管理、销售管理、物资采购、行政管理等经营过程和各个具体环节，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。公司的财务管理和内部控制制度在完整性、有效性、合理性方面不存在重大缺陷，内部控制制度有效的保证了公司经营业务的有效进行，保护了公司资产的安全完整，能够防止、发现、纠正错误，保证了公司财务资料的真实性、合法性、完整性，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。

### （五）公司管理层对公司治理机制评估结果

公司董事会对公司治理机制的执行情况讨论后认为，公司现有的治理机制能够有效地提高公司治理水平和决策质量、有效地识别和控制经营管理中的重大风险，能够给所有股东提供合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，便于接受投资者及社会公众的监督，符合公司发展的要求。报告期内公司与关联方之间存在较大关联交易和资金往来，但截至本说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的企业占用的情形。公司治理机制存在的不足之处主要在于公司董事会目前尚未聘请独立董事，公司今后根据自身的发展，将聘请独立董事，弥补这一不足，进一步完善公司治理机制。

公司管理层认为公司的治理结构和内控制度还将进一步的健全和完善，以适应公司不断发展壮大的需要。

### 三、公司及控股股东、实际控制人最近两年内存在的违法违规及受处罚情况

#### （一）公司最近两年一期违法违规及受处罚情况

公司最近两年一期不存在重大违法违规行为，亦没有因重大违法违规行为而被行政机关处罚的情况。

#### （二）公司控股股东、实际控制人最近两年一期违法违规及受处罚情况

报告期内，公司控股股东、实际控制人严格遵守国家的法律法规，未因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则等受到刑事、民事、行政处罚或纪律处分；无因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情形；最近两年一期无对所任职的公司因重大违法违规行为而被处罚负有责任的情形。

### 四、公司的独立性

#### （一）公司的业务独立

公司从事旅游业广告和旅游产品开发与销售，拥有独立、完整的业务流程，独立的经营场所以及供应、销售部门和渠道。公司独立获取业务收入和利润，具

有独立自主的经营能力，不存在依赖控股股东、实际控制人及其他关联方进行生产经营的情形，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争，不存在影响公司独立性的重大或频繁的关联方交易。

公司业务独立。

## （二）公司的资产独立性

公司具备与经营业务体系相配套的资产。公司具有开展业务所需的技术、设备、设施、场所，同时具有与经营有关的商标、域名等，设备购置发票和凭证齐全。公司资产独立完整、产权明晰，不存在权利瑕疵、权属争议纠纷或其他权属不明的情形。公司在知识产权方面不存在对他方的重大依赖，不存在知识产权纠纷方面的诉讼或仲裁。

公司资产独立。

## （三）公司的人员独立性

公司总经理、副总经理、财务总监等高级管理人员均未在景典传媒的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，且均未在景典传媒的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；景典传媒的财务人员也未在景典传媒的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司的董事、总经理及其他高级管理人员均通过内部合法程序产生，不存在控股股东及实际控制人干预公司董事会和股东大会已经作出的人事任免决定的情况。公司独立与职工签订劳动合同并缴纳社会保险、为员工交纳公积金。公司员工的劳动、人事、工资报酬以及相应的社会保障完全独立管理。

公司人员独立。

## （四）公司的财务独立性

公司设立了独立的财务会计部门，配备了专职的财务人员，建立了独立的会计核算体系，制定了独立的财务管理制度及各项内部控制制度，独立进行会计核算和财务决策。公司拥有独立银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控

制的其他企业共用银行账户的情况。公司依法独立纳税、内部控制完整、执行有效。

公司财务独立。

#### **（五）公司的机构独立**

公司按照建立规范法人治理结构的要求，设立了股东大会、董事会和监事会，实行董事会领导下的总经理负责制。公司根据业务经营的需要设置了完整的内部组织机构，各部门职责明确、工作流程清晰。公司组织机构独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在合署办公、混合经营的情形，自设立以来未发生股东干预本公司正常生产经营活动的现象。

公司机构独立。

### **五、公司最近两年内资金被占用或为控股股东、实际控制人及其控制企业提供担保情况**

#### **（一）公司最近两年内资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用情况**

报告期内，公司曾存在控股股东吴向超业务性质借款，但 2015 年 6 月 24 日，吴向超已将上述款项归还完毕。具体详见第四节公司财务之“七、关联方、关联方关系及关联交易（二）关联交易”部分。截至本公开说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情形。

#### **（二）公司最近两年内为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保情况**

公司最近两年内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

#### **（三）防止公司股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源所采取的具体安排及执行情况**

为防止公司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，公司制定了《关联交易决策制度》，详细规定了关联交易的审核、表决和回避程序，防止股东及关联方资金占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为。公司还通过相关规章制度对股东大会、董事会、总经理的相关权限做出明确规定，明确了股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源给公司或者其他股东造成损失的应当依法承担赔偿责任。2015年8月21日，公司实际控制人出具《承诺函》，承诺将不以任何方式违法违规将公司资金直接或间接地提供给其本人或其控制的关联方使用。

## 六、同业竞争的情况

### （一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的企业之间同业竞争情况

除本公司外，公司控股股东、实际控制人吴向超、王晓丹均未再投资或在其他公司担任重要职务。

### （二）关于避免同业竞争的承诺

2015年8月21日，公司的股东、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员出具了《避免同业竞争承诺函》，表示目前未从事或参与与股份公司存在同业竞争的活动，并承诺：将不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对股份公司构成竞争的业务及活动，或拥有与股份公司存在竞争关系的任何经营实体、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，或在该经营实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员。

## 七、董事、监事、高级管理人员其他有关情况说明

### （一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属直接或间接持有股份情况

序号	姓名	职位（与管理层的关系）	持股数量（股）	持股比例（%）
1	吴向超	董事长、总经理	3,788,915	61.11

2	王晓丹	董事、财务总监、董事会秘书	1,004,425	16.20
3	毛志海	董事	786,800	12.69
4	李雅各	董事	619,860	10.00
合计			<b>6,200,000</b>	<b>100.00</b>

除上述情形外，公司不存在董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持有公司股份情况。

## （二）董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系

吴向超与王晓丹系夫妻关系，除此之外，董事、监事、高级管理人员之间无亲属关系。

## （三）董事、监事、高级管理人员与申请挂牌公司签订重要协议和做出重要承诺

截至本公开转让说明书签署日，公司的高级管理人员均与本公司签署了《劳动合同》，对双方的权利义务进行了约定。目前所有合同及协议均正常履行，不存在违约情形。

董事、监事、高级管理人员及核心人员作出的重要声明和承诺包括：（1）公司管理层关于避免同业竞争的承诺；（2）公司管理层关于诚信状况的书面声明；（3）与公司不存在利益冲突情况的声明；（4）公司高级管理人员关于不在股东单位双重任职、不从公司关联企业领取报酬及其他情况的书面声明；（5）公司管理层就公司对外担保、重大投资、委托理财、关联方交易等事项的情况符合法律法规和公司章程的书面声明；（6）公司管理层对公司最近两年不存在重大诉讼、仲裁及未决诉讼、仲裁事项情况的声明。

## （四）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况

姓名	在本公司职务	兼职单位	担任职务	兼职单位经营范围、主营业务情况	兼职单位与本公司关系

毛志海	董事	广州弹幕网络科技有限公司	首席财务官	经营范围：网络技术的研究、开发；软件开发；信息系统集成服务；游戏软件设计制作；软件服务；信息电子技术服务；广告业；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；电子产品批发；软件批发；计算机零配件批发；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口。主营业务：制作和推广动画、游戏的弹幕式视频分享。	关联方
李雅各	董事	河南金丰煤业集团有限公司	供应部经理	经营范围：煤炭开采、销售(限分支机构凭有效许可证经营)、矿山机械、设备、耐材制品的销售。主营业务：煤炭开采、销售。	无关系
		登封金丰矿山设备有限公司	总经理、销售部经理	经营范围和主营业务：矿山设备、配件销售及维修服务。	关联方
张祁	监事会主席	广州弹幕网络科技有限公司	财务总监	经营范围：网络技术的研究、开发;软件开发；信息系统集成服务;游戏软件设计制作；软件服务；信息电子技术服务；广告业；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；电子产品批发；软件批发；计算机零配件批发；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口。主营业务：制作和推广动画、游戏的弹幕式视频分享。	关联方

聂晨阳	监事	君安信(北京)科技有限公司	部门经理	经营范围：互联网信息服务（除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械和BBS以外的内容）。）（电信与信息服务业务经营许可证有效期至2017年1月5日）；投资管理；经济合同担保（不含融资性担保）；技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）主营业务：北京地区中小企业线下借贷中介服务	无关系
-----	----	---------------	------	---	-----

#### （五）董事、监事、高级管理人员对外投资与公司存在利益冲突的情况

除本公司外，公司董事、监事、高级管理人员均未投资其他公司，不存在对外投资的情形，与公司不存在利益冲突。

#### （六）董事、监事、高级管理人员的诚信状况

公司董事、监事、高级管理人员于2015年8月21日出具书面声明，郑重承诺：公司及公司董事、监事、高级管理人员均不存在因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情形。公司董事、监事、高级管理人员无应对所任职公司最近24个月因重大违法违规行为被处罚负有责任的情形；不存在个人负有数额较大债务到期未清偿的情形；不存在欺诈或其他不诚实行为，不存在最近24个月受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情形。

#### （七）董事、监事、高级管理人员竞业禁止情形

公司董事、监事、高级管理人员不存在违反竞业禁止的法律规定或与原单位约定的情形，不存在有关上述竞业禁止事项的纠纷或潜在纠纷。

公司董事、监事、高级管理人员不存在与原任职单位知识产权、商业秘密方面的侵权纠纷或潜在纠纷。

### （八）董事、监事、高级管理人员其它对公司持续经营有不利影响的情形

董事、监事、高级管理人员不存在其它对公司持续经营有不利影响的情形。

## 八、最近两年内董事、监事、高级管理人员变动情况及原因

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员变动情况如下：

### （一）董事变动情况及原因

2012年5月22日，公司召开股东会，选举毛智海为公司执行董事。2014年2月3日，公司召开股东会，选举王晓丹为公司执行董事。

2015年7月18日，公司发起人召开创立大会，选举吴向超、王晓丹、毛智海、李雅各、许睿5人为公司第一届董事会董事。同日，公司第一届董事会第一次会议推选吴向超为公司董事长。

由上可见，近两年公司董事人员基本保持稳定。目前，公司董事会构成符合现阶段公司发展需要，能够较好地保护公司及广大股东利益，对促进公司规范运作具有积极意义。

### （二）监事变动情况及原因

自2012年5月22日起至2015年7月18日，一直由吴向超担任公司监事。

2015年7月18日，公司发起人召开创立大会，选举张祁、聂晨阳为公司股东代表监事，与职工代表监事徐慧共同组成了股份公司第一届监事会。同日，公司第一届监事会第一次会议选举张祁为公司监事会主席。

上述监事人员变动系景典华美有限整体变更为股份公司，完善公司治理结构的需要。公司监事会的人员配置能够满足现阶段公司发展需要且能够较好地保护公司及广大股东利益，对促进公司规范运作具有积极意义。

### （三）高级管理人员变动情况及原因

2012年5月22日，公司执行董事做出决定，解聘吴向超经理职务，聘用毛智海为公司新经理。2014年2月3日，公司执行董事做出决定，解聘毛智海经理职务，聘用王晓丹为公司经理。

2015年7月18日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任吴向超为公司总经理；许睿为副总经理；王晓丹为财务总监和董事会秘书。

由上可见，近两年公司高管人员基本保持稳定，其构成符合现阶段公司发展需要，有利于公司现代化的经营管理，对促进公司规范运作具有积极意义。

上述董事、监事、高级管理人员变动系景典华美有限整体变更为股份公司，完善公司治理结构的需要，公司核心经营管理团队未发生变化，不会对公司治理产生重大不利影响。

## 第四节 公司财务

本节的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的公司财务报告。公司提醒投资者关注本公开转让说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

### 一、财务报表

#### (一) 最近两年一期公司财务报表

##### 资产负债表

单位：元

项目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
<b>流动资产：</b>			
货币资金	5,211,157.52	335,965.49	24,108.50
交易性金融资产			
应收票据			
应收账款	594,500.00	76,000.00	
预付款项	34,134.04	63,666.68	
应收利息			
应收股利			
其他应收款	562,335.20	545,218.50	398,583.25
存货	773,646.84	751,880.65	700,000.00
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>7,175,773.60</b>	<b>1,772,731.32</b>	<b>1,122,691.75</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			
投资性房地产			
固定资产	21,226.51	18,886.86	9,173.70

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	285,083.33		
开发支出		261,000.00	
商誉			
长期待摊费用			545,727.28
递延所得税资产	20,466.95	12,449.05	5,419.05
其他非流动资产			
<b>非流动资产合计</b>	<b>326,776.79</b>	<b>292,335.91</b>	<b>560,320.03</b>
<b>资产总计</b>	<b>7,502,550.39</b>	<b>2,065,067.23</b>	<b>1,683,011.78</b>
<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	706,000.00	628,000.00	700,000.00
预收款项	116,000.00	116,000.00	20,000.00
应付职工薪酬	99,684.40	23,477.09	6,161.18
应交税费	257,803.82	138,068.75	16,429.62
应付利息			
应付股利			
其他应付款	10,512.60	14,642.82	18,699.98
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>1,190,000.82</b>	<b>920,188.66</b>	<b>761,290.78</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			

递延收益			
预计负债			
递延所得税负债			
其他非流动负债			
<b>非流动负债合计</b>			
<b>负债合计</b>	<b>1,190,000.82</b>	<b>920,188.66</b>	<b>761,290.78</b>
<b>所有者权益：</b>			
实收资本	1,333,300.00	1,200,000.00	1,000,000.00
资本公积	4,882,700.00	16,000.00	
减：库存股			
专项储备			
盈余公积			
一般风险准备			
未分配利润	96,549.57	-71,121.43	-78,279.00
<b>所有者权益合计</b>	<b>6,312,549.57</b>	<b>1,144,878.57</b>	<b>921,721.00</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>7,502,550.39</b>	<b>2,065,067.23</b>	<b>1,683,011.78</b>

## 利润表

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
<b>一、营业收入</b>	<b>1,319,477.85</b>	<b>1,464,327.16</b>	<b>582,524.27</b>
减：营业成本	494,328.23	528,377.00	78,000.00
营业税金及附加	17,792.08	41,747.89	20,097.08
销售费用	101,450.00	400,000.00	100,882.00
管理费用	462,281.06	388,392.83	369,449.08
财务费用	557.16	107.45	526.49
资产减值损失	32,071.60	28,119.97	19,784.75
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）			
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>210,997.72</b>	<b>77,582.02</b>	<b>-6,215.13</b>
加：营业外收入		0.05	
减：营业外支出		5.23	165.52
其中：非流动资产处置损失			
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>210,997.72</b>	<b>77,576.84</b>	<b>-6,380.65</b>
减：所得税费用	43,326.72	70,419.27	13,720.26
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>167,671.00</b>	<b>7,157.57</b>	<b>-20,100.91</b>
<b>五、每股收益：</b>			
（一）基本每股收益	0.1397	0.0064	-0.0201
（二）稀释每股收益	0.1397	0.0064	-0.0201
<b>六、其他综合收益</b>			

---

七、综合收益总额	167,671.00	7,157.57	-20,100.91
----------	------------	----------	------------

## 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	370,839.05	971,000.00	600,000.00
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	6,197.48	30,214.20	64,670.11
经营活动现金流入小计	<b>377,036.53</b>	<b>1,001,214.20</b>	<b>664,670.11</b>
购买商品、接受劳务支付的现金		99,000.00	78,000.00
支付给职工以及为职工支付的现金	222,444.11	144,479.77	86,200.86
支付的各项税费	1,615.66	42,566.88	52,648.16
支付其他与经营活动有关的现金	248,084.73	345,110.56	655,284.79
经营活动现金流出小计	<b>472,144.50</b>	<b>631,157.21</b>	<b>872,133.81</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-95,107.97</b>	<b>370,056.99</b>	<b>-207,463.70</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金			
取得投资收益收到的现金			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额			
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计			
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	29,700.00	274,200.00	720,600.01
投资支付的现金			
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计	<b>29,700.00</b>	<b>274,200.00</b>	<b>720,600.01</b>

投资活动产生的现金流量净额	-29,700.00	-274,200.00	-720,600.01
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	5,000,000.00	216,000.00	
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	5,000,000.00	216,000.00	
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金			
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计			
筹资活动产生的现金流量净额	5,000,000.00	216,000.00	
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	4,875,192.03	311,856.99	-928,063.71
加：期初现金及现金等价物余额	335,965.49	24,108.50	952,172.21
六、期末现金及现金等价物余额	5,211,157.52	335,965.49	24,108.50

## 所有者权益变动表

单位：元

项目	2015年1-5月							
	实收资本	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	1,200,000.00	16,000.00					-71,121.43	1,144,878.57
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年初余额	1,200,000.00	16,000.00					-71,121.43	1,144,878.57
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	133,300.00	4,866,700.00					167,671.00	5,167,671.00
（一）净利润							167,671.00	167,671.00
（二）其他综合收益								
上述（一）和（二）小计								
（三）股东投入和减少资本	133,300.00	4,866,700.00						5,000,000.00
1. 股东投入资本	133,300.00	4,866,700.00						5,000,000.00
2. 股份支付计入股东权益的金额								
3. 其他								

(四) 利润分配								
1. 提取盈余公积								
2. 提取一般风险准备								
3. 对股东的分配								
4. 其他								
(五) 股东权益内部结转								
1. 资本公积转增股本(或股本)								
2. 盈余公积转增股本(或股本)								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
(六) 专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用								
(七) 其他								
<b>四、本期期末余额</b>	<b>1,333,300.00</b>	<b>4,882,700.00</b>					<b>96,549.57</b>	<b>6,312,549.57</b>

## 所有者权益变动表（续表）

单位：元

项目	2014年							
	实收资本	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00						-78,279.00	921,721.00
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年初余额	1,000,000.00						-78,279.00	921,721.00
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	200,000.00	16,000.00					7,157.57	223,157.57
（一）净利润							7,157.57	7,157.57
（二）其他综合收益								
上述（一）和（二）小计								
（三）股东投入和减少资本	200,000.00	16,000.00						216,000.00
1. 股东投入资本	200,000.00	16,000.00						216,000.00
2. 股份支付计入股东权益的金额								
3. 其他								

(四) 利润分配								
1. 提取盈余公积								
2. 提取一般风险准备								
3. 对股东的分配								
4. 其他								
(五) 股东权益内部结转								
1. 资本公积转增股本(或股本)								
2. 盈余公积转增股本(或股本)								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
(六) 专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用								
(七) 其他								
<b>四、本期期末余额</b>	<b>1,200,000.00</b>	<b>16,000.00</b>					<b>-71,121.43</b>	<b>1,144,878.57</b>

## 所有者权益变动表（续表）

单位：元

项目	2013年							
	实收资本	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00						-58,178.09	941,821.91
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年初余额	1,000,000.00						-58,178.09	941,821.91
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）							-20,100.91	-20,100.91
（一）净利润							-20,100.91	-20,100.91
（二）其他综合收益								
上述（一）和（二）小计								
（三）股东投入和减少资本								
1. 股东投入资本								
2. 股份支付计入股东权益的金额								
3. 其他								

(四) 利润分配								
1. 提取盈余公积								
2. 提取一般风险准备								
3. 对股东的分配								
4. 其他								
(五) 股东权益内部结转								
1. 资本公积转增股本(或股本)								
2. 盈余公积转增股本(或股本)								
3. 盈余公积弥补亏损								
4. 其他								
(六) 专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用								
(七) 其他								
<b>四、本期期末余额</b>	<b>1,000,000.00</b>						<b>-78,279.00</b>	<b>921,721.00</b>

## 二、 审计意见

公司聘请的具有证券期货相关业务资格的北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年财务会计报告（包括 2015 年 5 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日的资产负债表，2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年的利润表、所有者权益变动表和现金流量表以及财务报表附注）实施审计，并出具了“（2015）京会兴审字第 10010216 号”审计报告，审计意见为标准无保留意见。审计意见如下：“我们认为，贵公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了贵公司 2015 年 5 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日的财务状况以及 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度的经营成果和现金流量。”。

## 三、 财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

报告期内，公司不存在纳入财务报表的合并主体。

## 四、 报告期内主要会计政策、会计估计及其变更情况和影响

### （一）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，按照财政部发布的《企业会计准则—基本准则》、41 项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下简称“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》（2014 年修订）的披露规定编制财务报表。

### （二）持续经营

本公司以持续经营为基础编制 2015 年 5 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日的资产负债表，2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度的利润表、现金流量表、所有者权益变动表，以及财务报表附注。

### 一、 重要会计政策及会计估计

#### （一）遵循企业会计准则的声明

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

#### （一）会计期间

自公历 1 月 1 日至 12 月 31 日止为一个会计年度，本报告期为 2013 年 1 月 1 日至 2015 年 5 月 31 日。

### （一） 记账本位币

本公司以人民币为记账本位币。

### （二） 现金及现金等价物的确定标准

本公司现金及现金等价物包括库存现金、可以随时用于支付的存款以及本公司持有的期限短（一般为从购买日起，三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

### （三） 外币业务和外币报表折算

#### 1、 外币业务折算

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

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

#### 2、 外币报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，在其他综合收益项目下单独列示“外币报表折算差额”项目。

### （四） 应收款项坏账准备

期末如果有客观证据表明应收款项发生减值，则将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。可收回金额是通过对其未来现金流量（不包括尚未发生的信用损失）按原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（扣除预计处置费用等）。原实际利率是初始确认该应收款项时计算确定的实际利率。短期

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

### 1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：	单项金额 20.00 万元及以上应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：	单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

### 2、按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项

对于单项金额非重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收账款组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定本期各项组合计提坏账准备的比例，据此计算本期应计提的坏账准备。

确定组合的依据	
账龄组合	以应收款项的账龄为信用风险特征划分组合
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	按账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的计提比例：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00	5.00
1—2 年	10.00	10.00
2—3 年	30.00	30.00
3—4 年	50.00	50.00
4—5 年	80.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00

### 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	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量存在显著差异。
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。

## （五） 存货

### 1、 存货的分类

存货分类为：发出商品、库存商品，库存商品主要是广告发布权、景区客票、酒店客房。

### 2、 发出存货的计价方法

存货在取得时按实际成本计价，领用、发出时按加权平均法计价。

### 3、 存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

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

发出商品、库存商品等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；未执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

### 4、 存货的盘存制度

采用永续盘存制。

## （六） 固定资产

### 1、 固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产分类为：办公设备。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

### 2、 折旧方法

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

各类固定资产折旧年限和年折旧率列示如下

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
办公设备	年限平均法	5	10.00	18.00

## （七）无形资产

### 1、无形资产的计价方法

#### （1）取得无形资产时按成本进行初始计量

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

#### （2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

#### 1、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命（年）	依据
景典游软件	5.00	预计使用年限

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

经复核，本年期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

## （八）长期待摊费用

对于已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用，作为长期待摊费用按预计受益年限分期摊销。如果长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益的，则将其

尚未摊销的摊余价值全部转入当期损益。

各类长期待摊摊销方法和摊销年限列示如下：

内容	摊销方法	摊销期限
房屋装修费	直线平均法	预计受益期限

内容	摊销方法	摊销期限
广告宣传费	直线平均法	预计受益期限

## （九）职工薪酬

职工薪酬是指为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。包括短期薪酬、离职后福利。

### 1、短期薪酬的会计处理方法

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

### 2、离职后福利的会计处理方法

离职后福利计划为设定提存计划。

在职工为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。根据设定提存计划，预期不会在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内支付全部应缴存金额的。

## （十二）收入

### 1、销售商品收入的确认

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

### 2、提供劳务收入的确认

公司提供的劳务收入是广告代理劳务收入和代理销售客票佣金收入。在资产负债表日提供广告代理劳务交易和代理销售客票服务交易的结果能够可靠估计的，劳务完成后，并取得收款的权利后，确认提供劳务收入。

**公司收入确认具体方法：**（1）收取货币资金的广告收入：为客户发布广告完成，取得收款权利后，确认收入；（2）置换门票和酒店客房收入：签订合同，双方权利义

务发生转移，取得门票或客房的使用权后，确认收入；（3）销售景区门票收入：门票销售合同已经签订，公司已将商品所有权相关的主要风险和报酬转移给购货方，取得收款权利后，确认收入；（4）自家 APP 平台销售门票收入：APP 销售门票，公司已将商品所有权相关的主要风险和报酬转移给购货方，在线收款或取得收款权利后，确认收入。（5）代销携程门票的佣金收入：根据合同约定，每周统计销售门票数量，双方进行对账后，确认佣金收入。

### （十三）递延所得税资产和递延所得税负债

对于某些资产、负债项目的账面价值与其计税基础之间的差额，以及未作为资产和负债确认但按照税法规定可以确定其计税基础的项目的账面价值与计税基础之间的差额产生的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税资产及递延所得税负债。

一般情况下所有暂时性差异均确认相关的递延所得税。但对于可抵扣暂时性差异，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，确认相关的递延所得税资产。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损及税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

除与直接计入其他综合收益或所有者权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或所有者权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损益。

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

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

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资

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

#### **(十四) 关联方**

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

本公司关联方包括但不限于:

- 1、母公司;
- 2、施加重大影响的投资方;
- 3、最终控制人及与其关系密切的家庭成员 ;
- 4、本公司的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员;
- 5、本公司最终控制人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制的其他企业。

#### **(十五) 重要会计政策、会计估计的变更**

##### **1、重要会计政策变更**

根据中华人民共和国财政部的规定,本公司会计政策变更前采取中国财政部于 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、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定,本次变更后采用的会计政策为财政部在 2014 年 1 月 26 日起陆续发布的企业会计准则第 2 号、9 号、30 号、33 号、37 号、39 号、40 号、41 号等八项准则和 2014 年 7 月 23 日修改的《企业会计准则-基本准则》。其余未变更部分仍采用财政部在 2006 年 2 月 15 日颁布的相关准则及有关规定。

上述变更对公司财务状况、经营成果及现金流量未产生影响。

##### **2、重要会计估计变更**

本报告期本公司主要会计估计未发生变更。

## 五、公司财务状况、经营成果和现金流量状况的简要分析

### （一）盈利能力分析

类别	2015年1-5月	2014年度	2013年度
净利润（元）	167,671.00	7,157.57	-20,100.91
毛利率	62.54%	63.92%	86.61%
净资产收益率	13.65%	0.68%	-2.16%
每股收益（元/股）	0.1397	0.0064	-0.0201

#### 1、净利润和毛利率分析

公司2015年1-5月的净利润为16.77万元，公司2014年的净利润为0.72万元，2013年的净利润-2.01万元。公司业绩呈现较大幅度增长，原因在于2014营业收入比2013年增长了151.38%，营业收入的大幅增加至使净利润有所上升。2013年公司以广告业务为主，主要从事旅游广告业务，2014年公司利用自身广告业务优势，积极开发旅游客户资源，并自主研发了景典游APP，以广告置换客票，然后企业将置换的客票进行销售，导致企业利润有较大幅度的增加。

报告期内，公司2015年1-5月、2014年和2013年综合毛利率分别为62.54%、63.92%、86.61%，2014年较2013年度综合毛利率下降的原因是企业业务逐步进入拓展期。2013年企业主要业务从事旅游广告代理业务，由于当时广告业务采取现金收款方式，因此毛利率较高。2014年公司管理层开始逐步进行业务拓展，公司以“以景点为主做目的地旅游”为战略发展目标，以旅游广告为基础，开始开展与旅游景点的合作，公司开始开展以广告换客票的方式进行旅游业务拓展。公司为了能够实现销售，在签订合同时，会给予对方一定的销售折让。因此毛利率有所降低。

#### 2、净资产收益率和每股收益分析

公司截至2015年5月31日、2014年、2013年净资产收益率分别为13.65%、0.68%、-2.16%。公司2014年较2013年净资产收益率增加的原因主要是公司2014年净利润有所增长，2014年净利润扭亏为盈，其增长的主要原因在于2013年公司以广告业务为主，主要从事旅游广告业务，2014年公司管理层开始逐步进行业务拓展，公司以“以景点为

主做目的地旅游”为战略发展目标，以旅游广告为基础，开始开展与旅游景点的合作，公司开始开展以广告换客票的方式进行旅游业务拓展。公司为了能够实现销售，在签订合同时，会给予对方一定的销售折让。销售业绩的提升以及销售折扣的形成，导致企业收入和成本均有较大幅度的增加。2014年11月，企业自主开发了景典游APP，实现了线上渠道与线下渠道的融合。目前企业正在积极进行对APP的更新改造升级，以“智慧旅游”为核心，积极发展“互联网+”的资源整合，提升客户服务价值，为企业经营业绩的提升创造了新的增长空间，从2014年开始，企业净利润实现了扭亏为盈。

公司每股收益保持稳定，2015年1-5月每股收益为0.1397元，2014年度和2013年度每股收益为0.0064元和-0.0201元，2014年较2013年度每股收益持续提升，其主要原因与净资产收益率增加的原因相类似，主要源于净利润增长所致。公司2015年进行了股权融资500万元，2014年进行了21.6万元股权融资。

## （二）偿债能力分析

类别	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产负债率（%）	15.86	44.56	45.23
流动比率（倍）	6.03	1.93	1.47
速动比率（倍）	5.35	1.04	0.56

### 1、资产负债率分析

公司截至2015年5月31日、2014年12月31日和2013年12月31日的资产负债率分别为15.86%、44.56%、45.23%，资产负债率逐年降低，企业目前所有负债均为经营性负债。所有资产也均为经营性资产，2013年与2014年资产负债率保持平稳，公司整体运营良好，整体运营平稳有序。2015年5月31日，公司资产负债率大幅下降的主要原因在于2015年年初，公司进行了股权融资，获得了500万元融资资金，导致2015年5月31日，公司资产大幅提升，导致2015年5月31日资产负债率有较大幅度下降。

### 2、流动比率和速动比率分析

截至2015年5月31日，2014年12月31日，2013年12月31日，公司流动比率分别为6.03、1.93、1.47，速动比率为5.35、1.04、0.56。

公司从2013年到2015年，流动比率、速动比率均逐渐提升，由于公司没有非流动

负债，流动资产占公司总资产比重较大，报告期内流动资产占总资产的比重分别为 95.64%、85.84%、66.71%。导致公司 2015 年 1-5 月流动比率与速动比率大幅度提升的原因主要在于 2015 年 5 月 20 日公司进行了股权融资，李雅各注资 500 万元，致使公司货币资金大幅增加。2015 年 4 月 25 日，公司与北京世纪印象国际有限公司签署产品分销合同，该笔合同由北京世纪印象国际有限公司包销公司恩施大峡谷客票和黄金洞客票，合同总金额为 55 万元，该客票公司已经交付旅行社，尚未收到款项，导致公司 2015 年 5 月 31 日应收账款余额大幅增加，因此导致整体流动比率与速动比率增长。

2014 年度新股东投资 216,000.00 元和 2014 年度的经营积累所致公司货币资金有所增加，致使总体流动比率与速动比率增加。

公司目前存货主要是电子客票（客票）以及广告展位库存。地铁广告展位一直属于较为稀缺资源，地铁广告展位具有较好的变现能力，能够快速为企业带来价值收益，因此该部分存货具有较好的流动性。电子客票是公司与景区签订的电子客票及一些列电子形式的餐票与住宿票，这部分电子客票都是有订单时即时出具，因此不存在减值，同时根据其合同条款约定，如果因为非公司原因导致电子客票无法使用，对方将以现金进行损失与差价补偿。因此存货整体流动性较强，具备较好的变现性。

综合以上分析，公司流动资产与速动资产具备较好的流动性和变现能力，公司不存在长期付款、对外担保、或有负债与未决诉讼等影响偿债能力的表外不利因素，公司整体偿债能力较好。

### （三）营运能力分析

类别	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
应收账款周转率（次）	3.94	38.53	
存货周转率（次）	1.73	2.02	1.66
总资产周转率（次）	0.28	0.78	0.43

2015 年 5 月 31 日、2014 年、2013 年应收账款周转率分别为 3.94、38.53、0 次，公司应收账款 2013 年底和 2012 年底均为 0，主要是地铁广告位紧俏，销售情况良好，因此广告费收入的账期比较短或者为现销，导致年底均没有应收账款。因此 2013 年度应收账款周转率的计算没有意义。2014 年企业业务逐步开展，企业年底存在应收账款，由于分销客票业务刚刚开展，因此应收账款数额不大，整体周转率较高。2015 年 1-5

月到 2014 年应收账款周转率降低的主要原因是其一收入并非全年整体收入，其二截止 2015 年 5 月 31 日存在大额北京世纪印象国际有限公司应收账款，导致其整体应收账款周转率下降较多。整体而言，企业业务刚刚起步，因此应收账款尚不稳定，应收账款周转率所能传递信息的意义不大。

公司 2015 年 1-5 月、2014 年和 2013 年的存货周转率分别为 1.73 次、2.02 次、1.66 次，公司的存货周转率维持稳定，公司的存货周转速度一直较好，公司采取较为完善的管理制度，对电子客票和广告位均进行定期与不定期的监控，整体变动不大。

公司 2015 年 5 月 31 日、2014 年和 2013 年的总资产周转率分别为 0.28 次、0.78 次、0.43 次。公司总资产周转率一直保持稳定，公司正处于快速发展阶段，整体资产的增加速度较快，2014 年相对于 2013 年，总资产周转率有一定幅度的提升，体现出公司整体资产管理趋于良好。

#### （四）获取现金能力分析

单位：元

类别	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
经营活动现金流入	377,036.53	1,001,214.20	664,670.11
经营活动现金流出	472,144.50	631,157.21	872,133.81
经营活动产生的现金流量净额	-95,107.97	370,056.99	-207,463.70
投资活动现金流入			
投资活动现金流出	29,700.00	274,200.00	720,600.01
投资活动产生的现金流量净额	-29,700.00	-274,200.00	-720,600.01
筹资活动现金流入	5,000,000.00	216,000.00	
筹资活动现金流出			
筹资活动产生的现金流量净额	5,000,000.00	216,000.00	
现金及现金等价物净增加净额	4,875,192.03	311,856.99	-928,063.71

#### 1、经营活动现金流量分析

##### （1）净利润与经营活动产生的现金流量净额差异分析

单位：元

类别	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
----	--------------	---------	---------

1、经营活动产生的现金流量净额	-95,107.97	370,056.99	-207,463.70
2、净利润	167,671.00	7,157.57	-20,100.91
3、差额 (=1-2)	-262,778.97	362,899.42	-187,362.79
4、盈利现金比率 (=1/2)	-56.72%	5170.15%	1032.11%

2015年1-5月、2014年、2013年公司经营活动产生现金流量净额分别为-95,107.97元、370,056.99元、-207,463.70元，公司2015年1-5月、2014年、2013年销售商品、提供劳务收到的现金的金额分别为370,839.05元、971,000.00元、600,000.00元，占营业收入比重分别为28.10%、66.31%、103.00%，2013年销售回款与收入基本匹配，由于2014年开始公司进行了广告置换客票的业务，导致公司销售商品、提供劳务收到的现金占收入的比重逐渐降低。公司2015年1-5月、2014年、2013年购买商品、接受劳务支付的现金的金额分别为0元、99,000.00元、78,000.00元，占营业收入比重分别为0、6.76%、13.39%，由于公司目前存货采购以置换客票为主，现金支出较少，2015年与北京金日恒升科技有限公司签订的合同尚未付款，因此2015年该数值为0。2014年度较2013年度经营性现金流量上升主要是因公司现金性支出较少，2014年销售客票产生了许多现金流流入，因此整体经营性现金流上升。

公司认为经营活动现金流波动是合理的。公司净利润与经营性现金流量净额之间的差异分析：

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
<b>1. 将净利润调节为经营活动现金流量：</b>			
净利润	167,671.00	7,157.57	-20,100.91
加：资产减值准备	32,071.60	28,119.97	19,784.75
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	2,360.35	3,486.84	3,288.84
无形资产摊销	25,916.67		
长期待摊费用摊销		545,727.28	174,872.73
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）			
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）			
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）			
财务费用（收益以“-”号填列）			

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
投资损失（收益以“-”号填列）			
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-8,017.90	-7,030.00	-4,946.18
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）			
存货的减少（增加以“-”号填列）	-21,766.19	-51,880.65	-700,000.00
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-563,155.66	-314,421.90	-385,082.06
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	269,812.16	158,897.88	704,719.13
其他			
经营活动产生的现金流量净额	-95,107.97	370,056.99	-207,463.70
<b>2. 不涉及现金收支的重大投资和筹资活动：</b>			
债务转为资本			
一年内到期的可转换公司债券			
融资租入固定资产			
<b>3. 现金及现金等价物净变动情况：</b>			
现金的期末余额	5,211,157.52	335,965.49	24,108.50
减：现金的期初余额	335,965.49	24,108.50	952,172.21
加：现金等价物的期末余额			
减：现金等价物的期初余额			
现金及现金等价物净增加额	4,875,192.03	311,856.99	-928,063.71

公司净利润与经营性现金流量净额之间的差异主要受固定资产折旧、存货、往来款、财务费用的影响。具体差异分析如下：

1) 2015年1-5月净利润为167,671.00元，经营活动现金流量净额为-95,107.97元，差额为-262,778.97元，主要原因是：①经营性应收项目增加了563,155.66元，导致现金流量减少；②存货增加了21,766.19元，导致了现金流量减少。③经营性应付项目增加了269,812.16元，导致现金流量增加。

2) 2014年净利润为7,157.57元，经营活动现金流量净额为-22,806,175.01元，差额为-23512107.21元，主要原因是：①存货增加了51,880.65元，导致现金流量减少；②经营性应付项目增加了158,897.88元，导致了现金流量增加；③经营性应收项目增加了314,421.90元，导致了现金流量减少。④长期待摊费用摊销545,727.28元，导致了现金流增加。

3) 2013 年净利润 -20,100.91 元, 经营活动现金流量净额为-207,463.70 元, 差额为 -187,362.79 元, 主要原因是: ①存货增加了 700,000.00 元, 导致现金流量减少; ②经营性应收项目增加了 385,082.06 元, 导致了现金流量减少; ⑥经营性应付项目增加了 704,719.13 元, 导致了现金流量增加。

(2) 公司“销售商品、提供劳务收到的现金”与收入对比表

单位: 元

项 目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
营业收入	1,319,477.85	1,464,327.16	582,524.27
加: 应交增值税	39,584.34	43,929.81	17,475.73
应收账款的减少(期初—期末)	-518,500.00	-76,000.00	-
预收账款的增加(期末—期初)	-	96,000.00	-
减: 广告置换客票确认收入	-469,723.14	-557,256.97	
销售商品、提供劳务收到的现金	370,839.05	971,000.00	600,000.00

(3) 公司“购买商品、接受劳务支付的现金”与成本对比表

单位: 元

项 目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
营业成本	494,328.23	528,377.00	78,000.00
加: 存货的增加(期末—期初)	21,766.19	51,880.65	700,000.00
应付账款的减少(期初—期末)	-78,000.00	72,000.00	-700,000.00
预付账款的增加(期末—期初)	-29,532.64	63,666.68	-
减: 预付账款中房屋租金	-29,532.64	63,666.68	
广告费置换客票确认存货	438,094.42	553,257.65	
购买商品、接受劳务支付的现金		99,000.00	78,000.00

(4) 收到其他与经营活动有关的现金及支付其他与经营活动有关的现金具体构成如下表所示:

1) 收到的其他与经营活动有关的现金

单位: 元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
利息收入	213.84	589.05	670.11
往来款	5,983.64	29,625.15	64,000.00
合计	<b>6,197.48</b>	<b>30,214.20</b>	<b>64,670.11</b>

## 2) 支付的其他与经营活动有关的现金

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
银行手续费	771.00	696.50	1,196.60
业务招待费		5,961.00	49,339.00
业务推广费			100,000.00
差旅费		4,083.50	2,878.50
办公费		45,412.50	10,617.79
通讯费		4,140.00	755.00
其他	35,203.20	7,202.00	49,516.00
往来款	102,147.23	277,615.06	440,981.90
合计	248,084.73	345,110.56	655,284.79

## 2、投资活动现金流量分析

2015年1-5月、2014年度、2013年度公司投资活动现金流量净额为 -29,700.00元、-274,200.00元、-720,600.01元。投资活动产生的现金流量主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金。

## 3、筹资活动现金流量分析

2015年1-5月、2014年、2013年筹资活动产生的现金流量净额分别为 5,000,000.00元、216,000.00元、0元。筹资活动产生的现金主要是2014年和2015年取得的两笔股权融资款500万元和21.6万元。

### (五) 报告期改变正常经营活动，对报告期持续经营存在较大影响的行为

报告期内公司不存在改变正常经营活动，对报告期持续经营存在较大影响的行为。

### (六) 财务指标同行业比较分析

公司同行业可比企业为大连约伴传媒股份有限公司（以下简称“约伴传媒”）、上海

路骋国际旅行社股份有限公司（以下简称“路骋国旅”）和吉林省差旅天下网络技术股份有限公司（以下简称“差旅天下”）。

约伴传媒，全国中小企业股份转让系统挂牌公司，股票代码：（830812），全名为“大连约伴传媒股份有限公司”。约伴传媒是一家在传统旅游业务基础上，专注于半自助游业务的专业化旅游服务提供商，并致力于通过其自助游约伴平台，进一步推动旅游服务业和广告业持续发展。约伴传媒主营业务包含旅游服务业和广告业，其中，旅游服务业是其核心业务。约伴传媒主营业务按收入来源可以分为旅游服务业务、广告业务，约伴传媒本部目前以广告业务为主，下属子公司以旅游服务业为主。

路骋国旅，全国中小企业股份转让系统挂牌公司，股票代码：（831320），全名为“上海路骋国际旅行社股份有限公司”。目前，路骋国旅主要从事会展服务、自驾游产品、团队旅游服务、咨询服务等业务。路骋国旅主营产品和服务包括会展服务、自驾游产品、团队旅游服务、咨询服务等业务。

差旅天下，全国中小企业股份转让系统挂牌公司，股票代码：（430578），全名为“吉林省差旅天下网络技术股份有限公司”。差旅天下主营业务包括差旅服务和软件产品销售。差旅服务是指当一家企业的出差费用达到一定规模时，差旅天下通过对企业的差旅活动进行整体考察分析，提供相关的差旅咨询意见，共同改进流程，并通过利用其所拥有的资源降低企业的差旅成本或提高出差人的舒适度，并提供差旅全程服务的管理活动。差旅天下差旅服务的实质在于充分利用公司的资源为客户在机票预订、酒店预订、组织境内外旅游、组织会议会展等方面实现成本最小化。软件产品销售是指差旅天下销售自行研究开发的差旅管理工具软件、办公管理软件、车辆管理软件等标准化软件。

其报告期内的财务指标如下：

### 1、盈利能力比较分析

2014 年度

类别	约伴传媒	路骋国旅	差旅天下	算术平均	景典传媒
净利润（万元）	-36.45	0.63	774.56	246.25	0.72
毛利率（%）	11.80	39.18	65.76	38.91	63.92

净资产收益率 (%)	-5.88	0.13	36.28	10.18	0.68
每股收益 (元/股)	-0.06		0.77	0.24	0.01

## 2013 年度

类别	约伴传媒	路骋国旅	差旅天下	算术平均	景典传媒
净利润 (万元)	50.67	111.41	482.37	214.82	-2.01
毛利率 (%)	11.52	26.80	69.78	36.03	86.61
净资产收益率 (%)	24.14	141.07	32.02	65.74	-2.16
每股收益 (元/股)	0.29		0.48	0.26	-0.02

同行业公司 2014 年，毛利率分别为约伴传媒 11.80%、路骋国旅 39.18%、差旅天下 65.76%，三家样本公司的平均毛利率为 38.91%，本公司的毛利率为 63.92%，公司的毛利率与差旅天下相接近。公司整体业务与约伴传媒整体相似，约伴传媒与公司一样，主营业务为旅游产品与广告产品。从约伴传媒近两年报表数据来看，约伴传媒旅游业务整体毛利率为 4%左右，广告业务整体毛利率为 90%左右。公司整体毛利率与约伴传媒存在较大差异的原因在于，约伴传媒 95%以上的业务为旅游业务，而目前公司的广告业务与旅游产品业务齐头并进，同时二者的具体旅游产品服务与广告业务并不完全一致。约伴传媒致力于半自助游，公司目前旅游方面主要业务集中在旅游景区客票销售与景区互联产品开发，同时由于旅游业务因为形式不同会产生较大差异，因此不具备完全可比性。而广告方面，约伴传媒目前主要是报纸电视等媒体渠道，而公司主要是地铁广告，因此会导致盈利能力的差异。公司未来发展方向与差旅天下类似。公司未来提供的是全方位的差旅服务解决方案，包括代理机票预定、代理酒店预定、组织境内外旅游、组织会议会展及接送机等服务，公司将多项目服务整合到一起，提高公司服务的附加值。并结合最近政府推出的“互联网+”的理念，对产品进行创新，以 APP 为核心，开发约游、旅游一体化等服务，提高客户满意度。而相较于路骋国旅来说，其业务比公司目前业务种类多，其旅游业务为主，因此毛利率比公司低。

2013 年的毛利率分别为约伴传媒 11.52%、路骋国旅 26.80%、差旅天下 69.78%，三家样本公司 2013 年平均毛利率为 36.03%，公司的毛利率为 86.61%。公司的毛利率高于三家样本公司。公司 2013 年度综合毛利率高于同行业样本公司的原因在于 2013

年公司业务以广告业为主，广告业务毛利率较高，而三家样本公司整体来说，近两年业务一直维持平稳。业务如上段所述，因此公司毛利率整体偏高。

公司虽然整体毛利率较高，但是净利润水平并不高，特别是 2013 年，2013 年公司净利润为负数，低于其他三家样本公司，公司整体净利润较低的原因在于公司虽然设立已经近五年，但是整体业务仍然属于初创期，公司正在积极进行业务开发与业务拓展，特别是 2014 年、2015 年公司业绩实现了较大幅度提升。2014 年公司从净利润水平上已经超过了约伴传媒和路骋国旅，净资产收益率也与净利润呈现同样的趋势。路骋国旅近两年报表中没有披露每股收益，比较约伴传媒与差旅天下来看，公司与约伴传媒更为接近，与差旅天下还有一定差距，随着公司逐步发展，公司整体盈利能力正在逐步向好。

## 2、偿债能力比较分析

### 2014 年度

类别	约伴传媒	路骋国旅	差旅天下	算术平均	景典传媒
资产负债率（%）	21.68	28.09	60.09	36.62	44.56
流动比率（倍）	4.33	3.54	1.53	3.13	1.93
速动比率（倍）	3.62	3.13	1.40	2.71	1.04

### 2013 年度

类别	约伴传媒	路骋国旅	差旅天下	算术平均	景典传媒
资产负债率（%）	8.33	34.95	43.57	28.95	45.23
流动比率（倍）	10.67	2.78	1.93	5.13	1.47
速动比率（倍）	10.63	2.45	1.90	4.99	0.56

同行业公司资产负债率 2014 年分别为约伴传媒 21.86%、路骋国旅 28.09%、差旅天下 60.09%，三家样本公司的平均资产负债率为 36.62%，公司的资产负债率为 44.56%，公司的资产负债率高于行业均值。公司目前处在初创期向成长期的过度阶段。公司目前的负债主要为经营性负债，属于公司运营过程中自然形成的负债，公司目前经营状况良好，还款压力较小。约伴传媒和路骋国旅资产负债率较低的原因也是如此。约伴传媒和路骋国旅 2014 年负债均为经营性负债，而约伴传媒和路骋国旅注册资本比公司多，且

之前有一定的经营积累导致其资产负债率比公司低。差旅天下 2014 年资产负债率较高的原因在于 2014 年差旅天下存在 3000 万元短期借款，导致其整体资产负债率较高。公司 2014 年业务逐渐展开，由于公司所有资产均为经营性资产，所有负债均为经营性负债，没有进行重大融资或者业务变革，因此整体资产负债率相较于 2013 年没有重大变化。

同行业公司的资产负债率 2013 年分别为约伴传媒 8.33%、路骋国旅 34.95%、差旅天下 43.57%，三家样本公司平均资产负债率为 28.95%，公司的资产负债率为 45.23%。公司资产负债率高于三家样本公司，其原因与上段所述原因类似。

同行业公司的流动比率、速动比率 2014 年分别为约伴传媒 4.33、3.62，路骋国旅 3.54、3.13，差旅天下 1.53、1.40，三家样本公司的平均值分别为流动比率 3.13、速动比率 2.71，公司的流动比率为 1.93、速动比率为 1.04；2013 年同行业公司的流动比率、速动比率分别为约伴传媒 10.67、10.63，路骋国旅 2.78、2.45，差旅天下 1.93、1.90，三家样本公司的平均值分别为流动比率 5.13、速动比率 4.99，公司的流动比率为 1.47、速动比率为 0.56，公司流动资产低于样本公司平均值。公司目前处于初创期向成长期过度阶段，资产积累较少，整体流动比率与速动比率较低。但是对于公司而言，目前整体资产变现能力较好，因此公司偿债能力不存在较大问题。

### 3、营运能力分析

#### 2014 年度

类别	约伴传媒	路骋国旅	差旅天下	算术平均	景典传媒
应收账款周转率（次）	307.89	11.19	1.07	106.72	38.53
存货周转率（次）			61.23	20.41	2.02
总资产周转率（次）	2.84	2.12	0.91	1.96	0.78

#### 2013 年度

类别	约伴传媒	路骋国旅	差旅天下	算术平均	景典传媒
应收账款周转率（次）		39.30	1.79	13.70	
存货周转率（次）			47.91	15.97	1.66

总资产周转率（次）	6.08	6.44	1.08	4.53	0.43
-----------	------	------	------	------	------

同行业公司的应收账款周转率 2014 年分别为约伴传媒 307.89、路骋国旅 11.19、差旅天下 1.07，三家样本公司的应收账款周转率平均为 106.72，公司的应收账款周转率 38.53；2013 年同行业公司的应收账款周转率分别为路骋国旅 39.30、差旅天下 1.79，样本公司的应收账款周转率平均为 13.07，由于约伴传媒与公司 2013 年没有应收账款，因此导致约伴传媒与公司 2013 年不存在应收账款周转率。2014 年应收账款周转率来看，差旅天下近两年周转率较为稳定，不存在应收账款周转率大幅变动的情况。约伴传媒 2014 年年底应收账款较低，因此导致其周转率计算数值较大，不具备参考意义。2014 年公司业务逐步开展，企业年底存在应收账款，由于分销客票业务刚刚开展，因此应收账款数额不大，整体周转率较高。

由于没有与公司业务完全一致的，选取的可比公司中，约伴传媒和路骋国旅 2013 年和 2014 年年底没有存货，导致两家公司没有存货周转率指标。约伴传媒虽然主营业务类型与公司相似，但是约伴传媒和路骋国旅提供产品主要是服务，没有实体存货库存，而公司存在实体广告位和客票，因此公司存在存货。差旅天下近两年存货周转率均较高，其原因也是其存货较低。差旅天下存货主要为差旅管理软件与办公软件，与公司没有实质的可比性，公司存货周转率变动的原因，可以详见本节第三部分“营运能力分析”。

## 六、报告期内主要会计数据和财务指标分析

### （一）报告期内利润形成的有关情况

#### 1、公司最近两年营业收入、利润及变动情况

单位：元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度		2013 年度
	金额	金额	增长率	金额
营业收入	1,319,477.85	1,464,327.16	151.38%	582,524.27
营业成本	494,328.23	528,377.00	577.41%	78,000.00
营业利润	210,997.72	77,582.02	-1348.28%	-6,215.13
利润总额	210,997.72	77,576.84	-1315.81%	-6,380.65

净利润(归属于母 公司股东)	167,671.00	7,157.57	-135.61%	-20,100.91
-------------------	------------	----------	----------	------------

2015年1-5月、2014年度、2013年度营业收入分别为1,319,477.85元、1,464,327.16元、23,342,238.18元,2014年较2013年相比营业收入增长率为151.38%;2014年和2013年营业成本分别为528,377.00元、78,000.00元,营业成本增长率为577.41%;出现此类情况的主要原因在于2013年公司以广告业务为主,主要从事旅游广告业务,2014年公司管理层开始逐步进行业务拓展,公司以“以景点为主做目的地旅游”为战略发展目标,以旅游广告为基础,开始开展与旅游景点的合作,公司开始开展以广告换客票的方式进行旅游业务拓展。公司为了能够实现销售,在签订合同时,会给予对方一定的销售折让。销售业绩的提升以及销售折扣的形成,导致企业收入和成本均有较大幅度的增加。2014年11月,企业自主开发了景典游APP,实现了线上渠道与线下渠道的融合。目前企业正在积极进行对APP的更新改造升级,以“智慧旅游”为核心,积极发展“互联网+”的资源整合,提升客户服务价值,为企业经营业绩的提升创造了新的增长空间。2015年5月企业分销客票销售收入占总收入的比重由2014年年底的19.09%上升到了67.70%。

公司营业利润2015年1-5月、2014年度和2013年度分别为210,997.72元、77,582.02元、-6,215.13元,公司营业利润增加主要是经营业绩的增长导致的,由于企业转型拓宽了业务渠道,主营业务由广告费收入逐渐向以旅游服务为主,旅游业务代理、广告服务等旅游综合服务收入转型,2015年1-5月、2014年度和2013年度毛利率分别为62.54%、63.92%、86.61%,2014年较2013年度综合毛利率下降的原因是企业2014年广告费代理收入毛利率下降所致。2014年、2015年广告费代理毛利率下降的主要原因在于,2013年广告代理费收入为现金结算,其代理费成本和代理费收入均按照合同价款进行结算,2014年,公司为了积极实现战略转型以广告代理服务换取旅游景点客票。由于该换取条件的特殊,主办券商和会计师事务所核查了相关合同,部分合同不具备价款,部分合同价款按照客票张数与客票票面价值确定其金额。由于合同中规定了网络限价均低于票面价20%左右,且客票销售过程中企业也需要赚取利润,并询问了相关销售人员其他供应商向景区采购客票的成本,会计师事务所和主办券商认为合同交易条款中所涉及款项不具备公允性,由于各家供应商采购客票真实准确价格无法取得且由于景点不同、采购规模不同各家获得的采购折让也各不相同。由于地铁广告本身每个站段不同价格不同,

且由于各个站段广告具有唯一性，因此以往的交易价格对于公允价值的确定不具备完全参考意义，而公司对于各个站段广告具有垄断性，使得广告位不具备通常可比产品进行公允价值确定。因此，主办券商和会计师对于客票采购成本的公允价值进行了重新核定，按照广告收入确定的原则，确定交换客票的成本即广告收入和税金的合计。

关于以地铁广告刊登置换客票的交易，企业广告刊登环节收入的确认，公司、主办券商、会计师事务所三方认为：1、广告业务是景典传媒的基础性业务；2、以广告服务换取客票等旅游资源是具有商业实质的非货币性交易，对于景典传媒而言，其换出资产（广告服务）公允价值应可计量，应以此基础作为换入客票的入账价值及广告收入的入账价值；3、确定对应换票数量时，景典传媒应能够对其现金流入情况作出合理估计，在此基础上判断广告收入相关经济利益是否很可能流入企业。

对于公允价值，公司、主办券商、会计师事务所三方从公司销售同类广告、同行业公众公司毛利水平、行业平均水平几个方面考虑：

1.公司销售同类广告，公司 2012 年-2014 年都有现金销售广告业务，毛利率水平分别为 2012 年 85%、2013 年 87%、2014 年 87%，由于该业务发生具有偶发性，2012 年、2013 年只发生一笔 2014 年发生两笔，如果以该价格确认非货币交易的换出资产收入存在调节利润风险。

2.三方选取地铁广告及其他移动传媒行业前十位公司的平均毛利水平，毛利率水平分别为 2013 年 19.10%、2014 年 24.27%、2015 年 24.97%。并参考广告行业其他上市公司，如：蓝色光标代码：300058，毛利率 2014 年 31.75%、2015 年 1-3 月份 29.72%，省广股份代码：002401，毛利率 2014 年 20.01%、2015 年 1-3 月份 15.94%。

3.参考公司 2015/2016 的销售计划，按照 2014 年国债三年期的利率 4.5%作为贴现率对未来现金流量进行了预测，显示未来现金流入略大于按照行业毛利 25%确认公司广告收入金额。

综合考虑公司客票销售的未来现金流预期，经过多方确认，根据《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》的规定，采用市场法对广告易货的公允价值进行衡量，以同行业毛利率为参考，选取多家业务相类似的企业取其广告业务的毛利率均值进行调整，按其计算后的结果作为广告易货交易的公允价格，并选择以门票销售收入未来现金流量

现值折现，企业根据门票销售的期限以及企业资金占用渠道等因素，选取 3 年期国债利率为折现率进行门票销售收入折现，进行验证。2015 年 1-5 月、2014 年度和 2013 年度三项费用占营业收入比重分别为 42.77%、53.85%、80.83%，2014 年度和 2013 年有所降低，主要是由于公司运营良好，整体营业收入增长 151.38%，因此导致期间费用占总收入的比重有所降低。

## 2、收入确认的具体方式

### (1) 销售商品收入的确认

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

### (2) 提供劳务收入的确认

公司提供的劳务收入是广告代理劳务收入和代理销售客票佣金收入。在资产负债表日提供广告代理劳务交易和代理销售客票服务交易的结果能够可靠估计的，劳务完成后，并取得收款的权利后，确认提供劳务收入。

公司具体的收入确认原则如下：

景典传媒收入主要为三部分：

#### ① 广告收入

现金客户，双方签订合同，景典传媒同金日恒升公司确认广告刊登具体排期，相关服务完成后，取得收款权利，确认收入的实现；

置换客户，双方签订合同后，景典传媒同金日恒升公司确认广告刊登具体排期，相关服务完成后，取得门票或酒店的使用权后，确认收入的实现。

#### ② 门票收入

分销门票收入，景典传媒同旅行社签订合同，经门票的使用权转移给旅行社后，取得收款的权利，确认收入的实现。

自营置换门票收入，景典传媒将置换的门票放到 APP 平台上进行销售，个人客户使用 APP 平台订票后，并通过银联或支付宝支付成功后，景典传媒平台和景区门票系统同时向客户发短信确认该交易完成，景典传媒每月根据当月交易完成金额确认收入的实现。

#### ③ 佣金收入

景典传媒为携程代销门票，景典传媒向携程采购后放到 APP 系统上进行销售，销售完成后，97%的收入转给携程，公司确认 3%的佣金收入。

公司收入确认具体原则：（1）收取货币资金的广告收入：为客户发布广告完成，取得收款权利后，确认收入；（2）置换门票和酒店客房收入：签订合同，双方权利义务发生转移，取得门票或客房的使用权后，确认收入；（3）销售景区门票收入：门票销售合同已经签订，公司已将商品所有权相关的主要风险和报酬转移给购货方，取得收款权利后，确认收入；（4）自家 APP 平台销售门票收入：APP 销售门票，公司已将商品所有权相关的主要风险和报酬转移给购货方，在线收款或取得收款权利后，确认收入。（5）代销携程门票的佣金收入：根据合同约定，每周统计销售门票数量，双方进行对账后，确认佣金收入。

### 3、公司最近两年营业收入构成及变动情况

#### （1）按业务性质分类

单位：元

业务性质	2015 年 1-5 月		2014 年		2013 年	
	销售收入	占比 (%)	销售收入	占比 (%)	销售收入	占比 (%)
主营业务收入	1,319,477.85	100	1,464,327.16	100	23,342,238.18	100
其他业务收入						
营业收入	<b>1,319,477.85</b>	<b>100</b>	<b>1,464,327.16</b>	<b>100</b>	<b>23,342,238.18</b>	<b>100</b>

公司主营业务收入主要是广告费收入、客票分销收入和代理携程等销售客票的佣金收入。

#### （2）主营业务收入按产品或服务类别分类

单位：元

业务性质	2015 年 1-5 月		2014 年		2013 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告费收入	425,333.33	32.23%	1,184,715.66	80.91%	582,524.27	100.00%
分销客票收入	893,329.71	67.70%	279,611.50	19.09%	0.00	0.00%

代携程销售客 票佣金收入	814.81	0.06%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
<b>合计</b>	<b>1,319,477.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,464,327.16</b>	<b>100.00%</b>	<b>582,524.27</b>	<b>100.00%</b>

2015年1-5月、2014年度、2013年度营业收入分别为1,319,477.85元、1,464,327.16元、582,524.27元，2014年度较2013年度营业收入增加了151.38%，公司主要业务有两部分组成，一部分是广告费收入，一部分是分销客票的客票收入。2013年企业主要业务从事旅游广告代理业务，由于当时广告业务采取现金收款方式，因此毛利率较高。2014年公司管理层开始逐步进行业务拓展，公司以“以景点为主做目的地旅游”为战略发展目标，以旅游广告为基础，开始开展与旅游景点的合作，公司开始开展以广告换客票的方式进行旅游业务拓展。公司2014年11月，为了配合企业转型升级，进行了景典游APP研发，目前已经在360手机助手、小米应用商店等平台进行了推广。APP主要面对的是个人客户，个人支付方式有两种，支付宝和公司账户（银联）进行支付。

从2015年1-5月销售情况来看，销售收入结构发生明显变化，分销客票收入已经占到销售总收入的67.70%，已经超过广告费收入。同时公司积极开展接口服务，为携程等多家互联网平台提供客票销售接口，收取代理佣金。此项业务也为公司销售拓展提供了新的渠道。目前公司积极对景典游APP进行深入研究，扩展APP所具有的功能，对其中的约游等模块进行深度优化与研发，使其更加符合客户需求。企业目前正在以“智慧旅游”为理念，进行知识库建设，并依赖大数据云服务对于客户需求进行有针对性的分析，并向客户推荐优质旅游资源，开发旅游社交，形成以旅游为核心的全套周边配套服务，为客户打造旅游一体化的全新服务平台。

公司各期广告费收入中置换客票业务产生的广告收入占比如下：

单位：元

项目	2015年1-5月份		2014年度		2013年度	
	金额	占广告收入比例%	金额	占广告收入比例%	金额	占广告收入比例%
现金广告收入	—	—	647,572.81	54.66		100.00
置换广告收入	425,333.33	100.00	537,142.85	45.34	—	—

广告收入合计	425,333.33	100.00	1,184,715.66	100.00	582,524.27	100.00
--------	------------	--------	--------------	--------	------------	--------

#### 4、公司最近两年营业成本构成及变动情况

##### (1) 成本构成

单位：元，%

营业成本构成	2015年1-5月		2014年		2013年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告费成本	319,000.00	64.53	485,999.86	91.98	78,000.00	100.00
分销客票成本	175,328.23	35.47	42,377.14	8.02	0.00	0.00
代携程销售客票佣金成本	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
合计	<b>494,328.23</b>	<b>100.00</b>	<b>528,377.00</b>	<b>100.00</b>	<b>78,000.00</b>	<b>100.00</b>

##### (2) 成本的归集、分配、结转方法

公司按照当月实际发生的成本进行归集类别进行成本核算。公司将所有产品按照与收入对应的门类单独进行核算。

公司将主要资源和精力投入到产品的研发设计、公司品牌和销售渠道的打造等方面，公司的业务核心优势体现在设计开发、品牌推广和渠道管理三个环节，公司属于互联网公司，无生产型成本构成。公司2014年对景典游APP进行外包研发，研发交付后企业负责该APP的日常运营与维护工作。

公司营业成本主要分为两大部分，一部分是广告业务成本，一部分是客票成本。公司广告业务成本的确定主要是依据广告单位与每单位单价确定的。根据地铁广告合同约定，由北京景典传媒文化传媒有限责任公司提供相关广告素材及相关资质材料，15秒/组/站段，每组资源可提供六个广告位，顺序经过六辆列车为一个轮播周期，不同客户的广告牌将随车次轮流切换。按照合同约定由金日酷媒提供广告宣传的广告单位，具体资源可在实际投放过程中，根据客户需求灵活与客户商定。客票成本的确定主要是依据客票采购成本以及客票置换过程中，广告置换客票的成本，广告置换客票的成本依据广告费的公允价值确定的，根据《企业会计准则第39号——公允价值计量》的规定，采

用市场法对广告易货的公允价值进行衡量，以同行业毛利率为参考，选取多家业务相类似的企业取其广告业务的毛利率均值进行调整，按其计算后的结果作为广告易货交易的公允价格，并选择以门票销售收入未来现金流量现值折现，企业根据门票销售的期限以及企业资金占用渠道等因素，选取3年期国债利率为折现率进行门票销售收入折现，进行验证。所确定的广告收入作为客票销售成本。

2015年1-5月、2014年度、2013年度营业收入分别为1,319,477.85元、1,464,327.16元、23,342,238.18元，2014年较2013年相比营业收入增长率为151.38%；2014年和2013年营业成本分别为528,377.00元、78,000.00元，营业成本增长率为577.41%；出现此类情况的主要主要原因在于2013年公司以广告业务为主，主要从事旅游广告业务，2014年公司管理层开始逐步进行业务拓展，公司以“以景点为主做目的地旅游”为战略发展目标，以旅游广告为基础，开始开展与旅游景点的合作，公司开始开展以广告换客票的方式进行旅游业务拓展。公司为了能够实现销售，在签订合同时，会给予对方一定的销售折让。销售业绩的提升以及销售折扣的形成，导致企业收入和成本均有较大幅度的增加。2014年11月，企业自主开发了景典游APP，实现了线上渠道与线下渠道的融合。目前企业正在积极进行对APP的更新改造升级，以“智慧旅游”为核心，积极发展“互联网+”的资源整合，提升客户服务价值，为企业经营业绩的提升创造了新的增长空间。2015年5月企业分销客票销售收入占总收入的比重由2014年年底的19.09%上升到了67.70%。

### (3) 采购总额、营业成本之间的勾稽关系分析

公司期末存货=期初存货+本期采购总额-本期结转的主营业务成本。根据下表数据，公司报告期内的采购总额、存货、主营业务成本满足勾稽关系。

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年	2013年
存货年初余额	751,880.65	700,000.00	0.00
加：本年采购总额	516,094.42	580,257.65	778,000.00
列入生产成本及制造费用中的			

职工薪酬			
列入生产成本及制造费用中折旧费			
减：本年主营业务成本	494,328.23	528,377.00	78,000.00
存货年末余额	773,646.84	751,880.65	700,000.00

## 5、公司最近两年利润、毛利率构成及变动情况

### (1) 按业务性质分类毛利率的变动趋势

单位：元

业务性质	2015年1-5月			2013年度			2014年度		
	收入	成本	毛利率%	收入	成本	毛利率%	收入	成本	毛利率%
主营业务收入	1,319,477.85	494,328.23	62.54	1,464,327.16	528,377.00	63.92	582,524.27	78,000.00	86.61
其他业务收入	0.00	0.00		0.00	0.00				
营业收入	1,319,477.85	494,328.23	62.54	1,464,327.16	528,377.00	63.92	582,524.27	78,000.00	86.61

2015年1-5月、2014年度和2013年度公司毛利率分别为62.54%、63.92%和86.61%。2014年度和2013年度毛利率有所降低，其主要原因在于企业业务逐步进入拓展。2013年企业主要业务从事旅游广告代理业务，由于当时广告业务采取钱款交易方式，2014年与2015年，该交易为易货方式。企业为了发展旅游业务，在后期易货交易中实际给予了交易对象一定程度的折让，因此综合来看，2013年毛利率相较于2014、2015年毛利率较高。2014年公司管理层开始逐步进行业务拓展，公司以“以景点为主做目的地旅

游”为战略发展目标，以旅游广告为基础，开始开展与旅游景点的合作，公司开始开展以广告换客票的方式进行旅游业务拓展。公司为了能够实现销售，在签订合同时，会给予对方一定的销售折让。因此毛利率有所降低。

(2) 按业务分类毛利率的变动趋势

单位：元

产品性质	2015年1-5月		
	收入	成本	毛利率
广告费收入	425,333.33	319,000.00	25.00%
分销客票收入	893,329.71	175,328.23	80.37%
代携程销售客票佣金收入	814.81	0.00	100.00%
<b>合计</b>	<b>1,319,477.85</b>	<b>494,328.23</b>	<b>62.54%</b>

(续表)

单位：元

产品性质	2014年		
	收入	成本	毛利率
广告费收入	1,184,715.66	485,999.86	58.98%
分销客票收入	279,611.50	42,377.14	84.84%
代携程销售客票佣金收入			
<b>合计</b>	<b>1,464,327.16</b>	<b>528,377.00</b>	<b>63.92%</b>

(续表)

单位：元

产品性质	2013年		
	收入	成本	毛利率
广告费收入	582,524.27	78,000.00	86.61%
分销客票收入			
代携程销售客票佣金收入			

合计	582,524.27	78,000.00	86.61%
----	------------	-----------	--------

报告期内公司按照公司业务分类，分为广告费收入、分销客票收入、代理携程销售客票的佣金收入。广告费销售收入毛利率逐年降低，2015年1-5月、2014年、2013年毛利率分别为25.00%、58.98%、86.61%。广告销售收入逐年降低的主要原因是，2015年公司与北京金日恒升科技有限公司（由北京金日酷媒文化传播有限公司代收款）签订了广告合同续约，新的合同到期日为2023年，企业取得了较长时间稳定的广告发布权，但是此次签订合同的成本较以前年度有较大幅度提升，根据站位不同，提升幅度约在80%-120%之间，因此导致2015年开始广告收入部分毛利率整体下降。2014年相比2013年毛利率下降的原因在于2014年公司管理层开始逐步进行业务拓展，公司以“以景点为主做目的地旅游”为战略发展目标，以旅游广告为基础，开始开展与旅游景点的合作，公司开始开展以广告换客票的方式进行旅游业务拓展。公司为了能够实现销售，在签订合同时，会给予对方一定的销售折让。因此毛利率有所降低。与此同时，由于2014年公允价值核定方式的变化，也导致了毛利率有所降低。

分销客票作为2014年企业开展的新业务，目前处于成长期。由于绝大部分客票属于置换产品，由于前述公允价值核定的变化，导致该环节释放了广告销售部分所折让的价格。整体毛利率维持在80%左右，相对比较平稳。且由于网络限价等限价措施的存在，该部分毛利率预期未来也不会出现较大波动。

代理携程销售客票佣金收入，从2015年公司为了拓展销售渠道，也开始接入一些较大的业务平台，特别是一些冷门景点客票的销售，通过这种平台进行转销。企业收取一定的佣金。该部分业务并非公司的主要业务，目前收入不大。由于佣金部分的收入属于委托代找货源，没有成本，因此毛利较高。

公司收入、成本、毛利情况表，具体如下：

单位：元

项目	2015年1-5月		
	营业收入	营业成本	毛利
现金广告业务	--	--	--
置换广告业务	425,333.33	319,000.00	25.00%
分销门票收入	893,329.71	175,328.23	80.37%

代携程销售门票佣金收入	814.81	--	100.00%
<b>合计</b>	<b>1,319,477.85</b>	<b>494,328.23</b>	<b>62.54%</b>

(续)

项目	2014 年度		
	营业收入	营业成本	毛利
现金广告业务	647,572.81	83,142.86	87.16%
置换广告业务	537,142.85	402,857.00	25.00%
分销门票收入	279,611.50	42,377.14	84.84%
代携程销售门票佣金收入	--	--	--
<b>合计</b>	<b>1,464,327.16</b>	<b>528,377.00</b>	<b>63.92%</b>

(续)

项目	2013 年度		
	营业收入	营业成本	毛利
现金广告业务	582,524.27	78,000.00	86.61%
<b>合计</b>	<b>582,524.27</b>	<b>78,000.00</b>	<b>86.61%</b>

## (5) 同行业对比情况

同行业公司 2014 年，毛利率分别为约伴传媒 11.80%、路骋国旅 39.18%、差旅天下 65.76%，三家样本公司的平均毛利率为 38.91%，本公司的毛利率为 63.92%，公司的毛利率与差旅天下相接近。公司整体业务与约伴传媒整体相似，约伴传媒与公司一样，主营业务为旅游产品与广告产品。从约伴传媒近两年报表数据来看，约伴传媒旅游业务整体毛利率为 4%左右，广告业务整体毛利率为 90%左右。公司整体毛利率与约伴传媒存在较大差异的原因在于，约伴传媒 95%以上的业务为旅游业务，而目前公司的广告业务与旅游产品业务平分秋色，同时二者的具体旅游产品服务与广告业务并不完全一致。约伴传媒致力于半自助游，公司目前旅游方面主要业务集中在旅游景区客票销售与景区互联产品开发，同时由于旅游业务因为形式不同会产生较大差异，因此不具备完全可比性。而广告方面，约伴传媒目前主要是报纸电视等媒体渠道，而公司主要是地铁广告，因此会导致盈利能力的差异。公司未来发展方向与差旅天下类似。公司未来提供的是全方位的差旅服务解决方案，包括代理机票预定、代理酒店预订、组织境内外旅游、组织会议会展及接送机等服务，公司将多项目服务整合到一起，提高公司服务的附加值。并结合最近政府推出的“互联网+”的理念，对产品进行创新，以 APP 为核心，开发约游、

旅游一体化等服务，提高客户满意度。而相较于路骋国旅来说，其业务比公司目前业务种类多，其旅游业务为主，因此毛利率比公司低。

2013 年的毛利率分别为约伴传媒 11.52%、路骋国旅 26.80%、差旅天下 69.78%，三家样本公司 2013 年平均毛利率为 36.03%，公司的毛利率为 86.61%。公司的毛利率高于三家样本公司。公司 2013 年度综合毛利率高于同行业样本公司的原因在于 2013 年公司业务以广告业为主，广告业务毛利率较高，而三家样本公司整体来说，近两年业务一直维持平稳。业务如上段所述，因此公司毛利率整体偏高。

## 6、主要费用及变动情况

单位：元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年		2013 年
	金额	金额	增长率	金额
销售费用	101,450.00	400,000.00	296.50%	100,882.00
管理费用（含研发）	462,281.06	388,392.83	5.13%	369,449.08
研发费用				
财务费用	557.16	107.45	-79.59%	526.49
<b>期间费用合计</b>	<b>564,288.22</b>	<b>788,500.28</b>	<b>67.46%</b>	<b>470,857.57</b>
销售费用占主营业务收入比重（%）	7.69%	27.32%		17.32%
管理费用占主营业务收入比重（%）	35.04%	26.52%		63.42%
研发费用占主营业务收入比重（%）	0.00%	0.00%		0.00%
财务费用占主营业务收入比重（%）	0.04%	0.01%		0.09%
<b>三项期间费用占比合计（%）</b>	<b>42.77%</b>	<b>53.85%</b>		<b>80.83%</b>

2015 年 1-5 月、2014 年、2013 年公司三项期间费用占收入比分别为 42.77%、53.85%、80.83%。2014 年三项期间费用占收入的比例呈现下降趋势；2014 年销售费用较 2013

年增加了 296.50%，销售费用主要为广告及宣传推广费、业务招待费及差旅费。其增长的主要原因是 2014 年企业开展新业务，同时为了扩大广告宣传力度，广告费用增长幅度较大。

2014 年管理费用较 2013 年提升了 5.31%，其主要是职工薪酬及相关的社保公积金的增加以及房租与办公费用增长所致的。2014 年企业业务规模逐渐扩大，各项经营逐步走向正轨，业务发展较为迅速，使得公司整体管理费用有所提升。公司报告期内没有进行研发费用归集，目前公司没有专职研发人员，运营人员兼职进行公司 APP 研发，因此截至 2015 年 5 月 31 日，公司没有单独进行研发费用归集。

2015 年 1-5 月财务费用主要为利息收入与手续费支出，2014 年财务费用较 2013 年有所降低，主要是 2014 年交易手续费有所降低导致的。

#### (1) 销售费用明细

单位：元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年	2013 年
广告及宣传推广费	100,815.00	400,000.00	100,000.00
业务招待费			882.00
差旅费	635.00		
<b>合 计</b>	<b>101,450.00</b>	<b>400,000.00</b>	<b>100,882.00</b>

#### (2) 管理费用明细

单位：元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年	2013 年
人员费用	322,530.68	161,377.17	79,142.91
折旧及摊销费	28,277.02	3,486.84	3,288.84
办公费	16,439.30	36,540.50	10,617.29
差旅费	719.00	4,083.50	2,878.50
业务招待费	10,208.00	5,961.00	48,457.00
工会经费	3,393.42	2,113.22	1,635.81
房租	55,332.64	19,333.32	
装修费		145,727.28	174,872.73

会议费	1,552.00	3,574.00	6,390.00
其他	23,829.00	6,196.00	42,166.00
<b>合计</b>	<b>462,281.06</b>	<b>388,392.83</b>	<b>369,449.08</b>

## (3) 财务费用明细

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年	2013年
利息支出			
减：利息收入	213.84	589.05	670.11
手续费支出	771.00	696.50	1,196.60
<b>合计</b>	<b>557.16</b>	<b>107.45</b>	<b>526.49</b>

## 7、非经常性损益情况

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年	2013年
税收滞纳金产生的其他营业外收入和支出		-5.18	-165.52
其他符合非经常性损益定义的损益项目			
所得税影响额		-0.01	
少数所有者权益影响额			
<b>合计</b>		<b>-5.19</b>	<b>-165.52</b>

公司2015年1-5月、2014年、2013年的非经常性损益净额分别为0元、-5.19元、-165.52元，占净利润的比例分别为0、-0.07%、0.82%。非经常性损益金额较低，主要是税收滞纳金，2015年主管税务机关北京朝阳区国税局与北京朝阳区地税局均已经向企业开具报告期内无重大涉税违法证明，因此对公司正常经营没有实质性影响。

## 9、公司及子公司主要税项及享受的主要财政税收优惠政策

税种	具体税率情况	税率(%)
增值税	小规模纳税人，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。	3.00
城市维护建设税	实缴流转税	7.00

教育费附加	实缴流转税	3.00
地方教育费附加	实缴流转税	2.00
企业所得税	应纳税所得额	25.00

报告期内企业不存在税收优惠政策。

## （二）报告期内主要资产情况

### 1、货币资金

单位：元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
库存现金	2,045.75	5,178.75	5,323.13
银行存款	5,206,074.15	330,369.52	18,785.37
其他货币资金	3,037.62	417.22	--
<b>合计</b>	<b>5,211,157.52</b>	<b>335,965.49</b>	<b>24,108.50</b>

其他货币资金为公司在支付宝开立的账户。

截至2015年5月31日止，公司不存在使用受到限制的货币资金。

2015年5月31日余额5,211,157.52元，比2014年12月31日余额335,965.49元增加1,451.10%，主要是公司2015年5月份新股东投资5,000,000.00元所致。2014年12月31日余额335,965.49元，比2013年12月31日余额24,108.50元增加1293.56%，原因系公司2014年度新股东投资216,000.00和2014年度的经营积累所致。

### 2、应收账款

（1）报告期内公司的应收账款如下表：

单位：元

时间	账龄	金额	比例（%）	坏账准备	净值
2015年5月31日	1年以内(含1年,下同)	550,000.00	87.30	27,500.00	522,500.00
	1-2年	80,000.00	12.70	8,000.00	72,000.00

	2-3 年	--	--	--	--
	3-4 年	--	--	--	--
	4-5 年	--	--	--	--
	5 年以上	--	--	--	--
	<b>合计</b>	<b>630,000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>35,500.00</b>	<b>594,500.00</b>
<b>2014年12月 31日</b>	1 年以内(含 1 年, 下同)	80,000.00	100.00	4,000.00	76,000.00
	1-2 年	--	--	--	--
	2-3 年	--	--	--	--
	3-4 年	--	--	--	--
	4-5 年	--	--	--	--
	5 年以上	--	--	--	--
	<b>合计</b>	<b>80,000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>4,000.00</b>	<b>76,000.00</b>

截至 2013 年 12 月 31 日，公司应收账款余额为零。

### (2) 应收账款变动分析：

2015 年 5 月 31 日余额 630,000.00 元，比 2014 年 12 月 31 日余额 80,000.00 元增加 687.50%，主要是公司 2015 年 5 月向世纪印象旅行社销售客票 550,000.00 元增加所致。2015 年 5 月 31 日应收账款占收入的比重为 45.06%，2014 年应收账款占收入的比重为 5.19%。2015 年 5 月 31 日应收账款较大幅度提升的原因为北京世纪印象国际旅行社有限公司款项尚未进行结算。

报告期内应收账款减值准备计提政策未发生变化，公司根据行业的收款特点，并结合企业实际收款的情况，账龄在 1 年之内的计提 5% 坏账准备，账龄在 1-2 年应收账款按照 10% 计提应收账款减值准备，账龄在 2-3 年应收账款按照 30% 计提应收账款减值准备，账龄在 3-4 年应收账款按照 50% 计提应收账款减值准备，账龄在 4-5 年应收账款按照 80% 计提应收账款减值准备，账龄在 5 年以上应收账款按照 100% 计提应收账款减值准备。公司尚无两年以上的应收账款，公司整体应收账款管理较好，信用政策稳定。

### (3) 报告期内公司应收账款客户情况如下表：

单位：元

时间	债务人	金额	账龄	占比(%)	与公司关系	款项性质
2015年5月31日	北京世纪印象国际旅行社有限公司	550,000.00	1年以内	87.30	非关联方	货款
	开封市旅游局	80,000.00	1年以内	12.70	非关联方	货款
	<b>合计</b>	<b>630,000.00</b>		<b>100.00</b>		
2014年12月31日	开封市旅游局	80,000.00	1年以内	100.00	非关联方	货款
	<b>合计</b>	<b>80,000.00</b>		<b>100.00</b>		

(4) 报告期内，公司无长期未收回应收账款。

(5) 报告期内或期后大额冲减的应收款项情况

报告期内及期后无大额冲减应收款项的情况。

(6) 应收账款坏账政策分析：

公司应收账款坏账政策如下：

账龄	计提比例(%)
1年以内(含1年,下同)	5.00
1-2年	10.00
2-3年	30.00
3-4年	50.00
4-5年	80.00
5年以上	100.00

公司大部分应收账款在一年以内，无两年以上的应收账款，公司对账龄较长的应收账款定期催收。结合公司实际业务开展情况，公司制定了上述坏账政策，能够充分反映公司收回账款的风险。

同行业可比公司的应收账款坏账政策如下：

账龄	约伴传媒	路骋国旅	差旅天下
1年以内(含1年,下同)	5.00	0.00	0.00

1-2 年	10.00	10.00	10.00
2-3 年	30.00	30.00	30.00
3-4 年	50.00	100.00	50.00
4-5 年	80.00	100.00	70.00
5 年以上	100.00	100.00	100.00

公司制定的坏账政策与同行业上市公司相接近，公司制定的坏账政策是谨慎的。

### (7) 应收账款抵押情况

本公司无应收账款抵押的情形。

### 3、其他应收款

报告期内公司其他应收款账龄分析如下表：

单位：元

时间	账龄	金额	比例 (%)	坏账准备	净值
2015 年 5 月 31 日	1 年以内 (含 1 年, 下同)	290,050.07	47.65	14,502.50	275,547.57
	1-2 年	318,652.92	52.35	31,865.29	286,787.63
	2-3 年	--	--	--	--
	3-4 年	--	--	--	--
	4-5 年	--	--	--	--
	5 年以上	--	--	--	--
	<b>合计</b>		<b>608,702.99</b>	<b>100.00</b>	<b>46,367.79</b>
2014 年 12 月 31 日	1 年以内 (含 1 年, 下同)	266,105.47	45.03	13,305.27	252,800.2
	1-2 年	324,909.22	54.97	32,490.92	292,418.3
	2-3 年	--	--	--	--
	3-4 年	--	--	--	--

	4-5 年	--	--	--	--
	5 年以上	--	--	--	--
	<b>合计</b>	<b>591,014.69</b>	<b>100.00</b>	<b>45,796.19</b>	<b>545,218.5</b>
<b>2013 年 12 月 31 日</b>	1 年以内（含 1 年，下同）	417,606.47	99.37	20,880.32	396,726.15
	1-2 年	--	--	--	--
	2-3 年	2,653.00	0.63	795.9	1,857.10
	3-4 年	--	--	--	--
	4-5 年	--	--	--	--
	5 年以上	--	--	--	--
	<b>合计</b>	<b>420,259.47</b>	<b>100.00</b>	<b>21,676.22</b>	<b>398,583.25</b>

报告期内，公司其他应收账款主要为应收客户的保证金、备用金、代员工缴纳的五险一金等。公司严格执行应收款项坏账准备计提政策，坏账准备计提充分。截至 2015 年 5 月 31 日，公司应收控股股东吴向超备用金 588,701.13 元，该款项已于 2015 年 6 月 24 日归还公司。

报告期内公司其他应收款欠款前五位情况如下：

单位：元

时间	债务人	金额	与本公司关系	占比 (%)	账龄	款项性质
<b>2015 年 5 月 31 日</b>	吴向超	588,701.13	控股股东	96.72	2 年以内	备用金
	万程（上海）旅行社有限公司	5,001.86	非关联方	0.82	1 年以内	押金
	张蕊	15,000.00	非关联方	2.46	1 年以内	押金
	<b>合计</b>	<b>608,702.99</b>		<b>100.00</b>		
<b>2014 年 12 月 31 日</b>	吴向超	577,957.43	控股股东	97.79	2 年以内	备用金
	万程（上海）旅行社有限公司	10,000.00	非关联方	1.69	1 年以内	押金

	蒲洪丹	1,000.00	员工	0.17	1-2 年	备用金
	杨金菊	1,000.00	员工	0.17	1-2 年	备用金
	个人承担社保	742.10	员工社保	0.13	1 年以内	社保费
	<b>合计</b>	<b>590,699.53</b>		<b>99.95</b>		
2013 年 12 月 31 日	吴向超	406,143.63	控股股东	96.64	1 年以内	备用金
	柯玉	8,832.05	员工	2.10	3 年以内	社保费
	李佳琦	2,041.09	员工	0.49	1 年以内	社保费
	蒲洪丹	1,000.00	员工	0.24	1 年以内	备用金
	杨金菊	1,000.00	员工	0.24	1 年以内	备用金
	<b>合计</b>	<b>419,016.77</b>		<b>99.71</b>		

#### 4、预付款项

(1) 报告期内公司预付款项如下表：

单位：元

账龄	2015 年 5 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	34,134.04	100.00	63,666.68	100.00	--	--
<b>合 计</b>	<b>34,134.04</b>	<b>100.00</b>	<b>63,666.68</b>	<b>100.00</b>	--	--

截至2015年5月31日，公司预付账款主要为预付房租款。截至2014年12月31日，公司预付账款主要为预付房租款和软件开发款。

截止2015年5月31日，预付账款余额中无预付持有本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位及关联方款项。

(2) 报告期内公司预付款项前五名情况如下表：

单位：元

时间	债务人	金额	账龄	占比 (%)	与公司关系	款项性质
2015 年	北京鑫地园林集团有	33,334.00	1 年以内	97.66	非关联方	房屋租金

5月31日	限公司					
	北京市及时星展示工程有限公司	800.00	1年以内	2.34	非关联方	装修费
	安宁	0.04	1年以内	0.00	非关联方	房屋租金
	<b>合计</b>	<b>34,134.04</b>		<b>100.00</b>		
2014年12月31日	安宁	38,666.68	1年以内	60.73	非关联方	房屋租金
	北京君创众联科技有限公司	25,000.00	1年以内	39.27	非关联方	软件开发款
	<b>合计</b>	<b>63,666.68</b>		<b>100.00</b>		

## 5、存货

### (1) 公司存货的内部控制和管理制度

公司目前存货主要是电子客票（客票）以及广告展位库存。电子客票是公司与景区签订的电子客票及一系列电子形式的餐票与住宿票，公司取得订单时即时出具。广告展位库存是公司取得的地铁广告展位使用权。公司目前对存货采购、付款、计价及存货出入库等环节制定了完善的内部控制制度，能够有效控制相关风险。

(2) 公司存货主要为库存商品。2015年5月31日、2014年12月31日、2013年12月31日存货分别为773,646.84元、751,880.65元和700,000.00元。

报告期内，公司存货情况见下表：

单位：元

项 目	2015年5月31日期末余额		
	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	727,788.93	--	727,788.93
发出存货	45,857.91	--	45,857.91
<b>合 计</b>	<b>773,646.84</b>	<b>--</b>	<b>773,646.84</b>

(续表)

单位：元

项 目	2014 年度期末余额		
	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	706,022.74	--	706,022.74
发出存货	45,857.91	--	45,857.91
合 计	<b>751,880.65</b>	--	<b>751,880.65</b>

(续表)

单位：元

项 目	2013 年度期末余额		
	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	700,000.00	--	700,000.00
发出存货	--	--	--
合 计	<b>700,000.00</b>	--	<b>700,000.00</b>

公司目前存货主要是电子客票（客票）以及广告展位库存。发出商品主要是客户与旅行社签订的框架协议，由公司向旅行社提供的电子客票，旅行社根据最终使用的数量与公司进行结算，根据结算清单开具发票确认收入。电子客票是公司景区签订的电子客票及一系列电子形式的餐票与住宿票，公司取得订单时即时出具。广告展位库存是公司取得的地铁广告展位使用权。公司报告期内发出商品主要是旅行社领取的客票，公司与旅行社签订产品分销合同，由北京景典传媒文化传媒有限责任公司通过其手机客户端“景典游”向各个旅行社提供一定的客票额度，各个旅行社在合同有效期内，通过“景典游”APP 按需订购产品，产品订购后，景典传媒公司需要保证所销售的客票在使用过程中不存在因景典传媒公司原因导致的不能使用的问题。使用之后，根据“景典游”e-booking 数据进行结算。

### （3）存货余额变动分析

截至2015年5月31日、2014年12月31日、2013年12月31日，公司存货余额变动较小，没有异常。

## (4) 存货跌价准备分析

地铁广告展位一直属于较为稀缺资源，地铁广告展位具有较好的变现能力，能够快速为企业带来价值收益，因此该部分存货具有较好的流动性。电子客票是公司景区签订的电子客票及一些列电子形式的餐票与住宿票，这部分电子客票都是有订单时，即时出具，因此不存在减值，同时根据合同条款约定，如果因为非公司原因导致电子客票无法使用，对方将以现金进行损失与差价补偿。因此存货整体流动性较强，具备较好的变现性。

## (5) 存货质押情况

报告期内，公司不存在存货质押的情况。

## 6、固定资产

(1) 截至 2015 年 5 月 31 日公司固定资产及折旧情况如下表：

单位：元

项目	2014 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2015 年 5 月 31 日
一、原价合计	<b>31,471.00</b>	<b>4,700.00</b>	--	<b>36,171.00</b>
其中：办公设备	31,471.00	4,700.00	--	36,171.00
二、累计折旧合计	<b>12,584.14</b>	<b>2,360.35</b>	--	<b>14,944.49</b>
其中：办公设备	12,584.14	2,360.35	--	14,944.49
三、固定减值准备累计金额合计	--	--	--	--
其中：办公设备	--	--	--	--
四、固定资产账面价值合计	<b>18,886.86</b>	--	--	<b>21,226.51</b>
其中：办公设备	18,886.86	--	--	21,226.51

(2) 截至 2014 年 12 月 31 日公司固定资产及折旧情况如下表：

单位：元

项目	2013 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2014 年 12 月 31 日
----	------------------	-------	-------	------------------

一、原价合计	<b>18,271.00</b>	<b>13,200.00</b>	--	<b>31,471.00</b>
其中：办公设备	18,271.00	13,200.00	--	31,471.00
二、累计折旧合计	<b>9,097.30</b>	<b>3,486.84</b>	--	<b>12,584.14</b>
其中：办公设备	9,097.30	3,486.84	--	12,584.14
三、固定减值准备累计金额合计	--	--	--	--
其中：办公设备	--	--	--	--
四、固定资产账面价值合计	<b>9,173.70</b>	--	--	<b>18,886.86</b>
其中：办公设备	9,173.70	--	--	18,886.86

(3) 截至 2013 年 12 月 31 日公司固定资产及折旧情况如下表：

单位：元

项目	2012 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2013 年 12 月 31 日
一、原价合计	<b>18,271.00</b>	--	--	<b>18,271.00</b>
其中：办公设备	18,271.00	--	--	18,271.00
二、累计折旧合计	<b>5,808.46</b>	<b>3,288.84</b>	--	<b>9,097.30</b>
其中：办公设备	5,808.46	3,288.84	--	9,097.30
三、固定减值准备累计金额合计	--	--	--	--
其中：办公设备	--	--	--	--
四、固定资产账面价值合计	<b>12,462.54</b>	--	--	<b>9,173.70</b>
其中：办公设备	12,462.54	--	--	9,173.70

公司固定资产能够满足生产经营的需要，不存在淘汰、更新、大修、技术升级等重大情形，不会对公司财务状况和持续经营能力产生较大的影响。

公司固定资产均为正常在用，状态良好，不存在减值迹象，未计提固定资产减值准备。

## 7、无形资产

(1) 截至 2015 年 5 月 31 日公司无形资产及摊销情况如下表：

项目	2014 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2015 年 5 月 31 日
一、账面原值合计	--	<b>311,000.00</b>	--	<b>311,000.00</b>
软件	--	311,000.00	--	311,000.00
二、累计摊销合计	--	<b>25,916.67</b>	--	<b>25,916.67</b>
软件	--	25,916.67	--	25,916.67
三、无形资产资产账面净值合计	--	<b>285,083.33</b>	--	<b>285,083.33</b>
软件	--	285,083.33	--	285,083.33
四、减值准备合计	--	--	--	--
软件	--	--	--	--
五、无形资产账面价值合计	--	<b>285,083.33</b>	--	<b>285,083.33</b>
软件	--	285,083.33	--	285,083.33

单位：元

(2) 2015 年 5 月 31 日公司主要无形资产情况如下表：

单位：元

无形资产名称	取得日期	初始金额	摊销期限 (月)	摊销期限确定依据	剩余摊销 期限(月)
景典游软件	2015/1/31	311,000.00	60.00	《中华人民共和国企业所得税法实施条例》	55.00
合计		311,000.00			

## 8、开发支出

报告期内公司开发支出情况如下：

单位：元

2015 年 5 月 31 日

项目	期初余额	本期增加金额		本期减少金额		期末余额
		委托外部开发	其他	确认为无形资产	其他	

项目	期初余额	本期增加金额		本期减少金额		期末余额
		委托外部开发	其他	确认为无形资产	其他	
景典游软件	261,000.00	50,000.00	--	311,000.00	--	--
合计	261,000.00	50,000.00	--	311,000.00	--	--

2014年12月31日

项目	期初余额	本期增加金额		本期减少金额		期末余额
		委托外部开发	其他	确认为无形资产	其他	
景典游软件	--	261,000.00	--	--	--	261,000.00
合计	--	261,000.00	--	--	--	261,000.00

### 9、长期待摊费用

报告期内公司长期待摊费用情况如下：

单位：元

2014年12月31日

项目	期初余额	本期增加金额	本期摊销金额	期末余额
房屋装修费	145,727.28	--	145,727.28	--
广告宣传费	400,000.00	--	400,000.00	--
合计	545,727.28	--	545,727.28	--

2013年12月31日

项目	期初余额	本期增加金额	本期摊销金额	期末余额
房屋装修费	--	320,600.01	174,872.73	145,727.28
广告宣传费	--	500,000.00	100,000.00	400,000.00
合计	--	720,600.01	174,872.73	545,727.28

广告宣传费主要是2013年景典传媒与北京金日酷媒文化传播有限公司签订的地铁广告合同。广告发布时间：2013年10月-2014年12月，2013年当期确认广告宣传费10万元，2014年确认广告宣传费40万元。

### 10、递延所得税资产

单位：元

项 目	2015.5.31		2014.12.31		2013.12.31	
	递延所得 税资产	可抵扣暂 时性差异	递延所得 税资产	可抵扣暂 时性差异	递延所得税 资产	可抵扣暂 时性差异
坏账准备	20,466.95	81,867.79	12,449.05	49,796.19	5,419.05	21,676.22
可抵扣亏损	--	--	--	--	--	--
合计	<b>20,466.95</b>	<b>81,867.79</b>	<b>12,449.05</b>	<b>49,796.19</b>	<b>5,419.05</b>	<b>21,676.22</b>

## 11、主要资产减值准备的计提依据和计提情况

### (1) 主要资产减值准备的计提依据

公司报告期内应收账款计提了减值准备，采用账龄分析法计提，具体如下：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收计提比例（%）
1年以内（含1年，下同）	5.00	5.00
1-2年	10.00	10.00
2-3年	30.00	30.00
3-4年	50.00	50.00
4-5年	80.00	80.00
5年以上	100.00	100.00

### (2) 主要资产减值准备的计提情况

单位：元

项目	期间	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
坏账准备	2015年1-5月	49,796.19	32,071.60	--	81,867.79
	2014年	21,676.22	28,119.97	--	49,796.19
	2013年	1,891.47	19,784.75	--	21,676.22
存货跌价准备	2015年1-5月	--	--	--	--

	2014年	--	--	--	--
	2013年	--	--	--	--
资产减值损失	2015年1-5月		32,071.60	--	
	2014年		28,119.97	--	
	2013年		19,784.75	--	

### (三) 报告期重大债项情况

#### 1、应付账款

公司最近两年及一期的应付账款情况如下表：

单位：元

账龄	2015年5月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内(含1年)	78,000.00	11.05	--	--	700,000.00	100.00
1-2年(含2年)	--	--	628,000.00	100.00	--	--
2-3年(含3年)	628,000.00	88.95	--	--	--	--
合计	<b>706,000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>628,000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>700,000.00</b>	<b>100.00</b>

截至2015年5月31日，公司应付账款金额为706,000.00元，报告期内公司应付账款为应向客户支付但尚未支付的广告投放推广款。

截至2015年5月31日，公司应付账款中无持有本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位及关联方款项。

报告期内，公司应付账款前五名的债权人情况如下表：

单位：元

时间	债务人	金额	账龄	占比(%)	与公司关系	款项性质
2015年5月31日	北京金日酷媒文化传播有限公司	706,000.00	3年以内	100.00	非关联方	广告资源占用费
	合计	<b>706,000.00</b>		<b>100.00</b>		

2014年 12月31 日	北京金日酷媒文化传 播有限公司	628,000.00	1-2年	100.00	非关联方	广告资 源占用 费
	合计	<b>628,000.00</b>		<b>100.00</b>		
2013年 12月31 日	北京金日酷媒文化传 播有限公司	700,000.00	1年以内	100.00	非关联方	广告资 源占用 费
	合计	<b>700,000.00</b>		<b>100.00</b>		

## 2、其他应付款

公司最近两年及一期的其他应付款情况如下表：

单位：元

账龄	2015年5月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例 (%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	10,512.60	100.00	417.22	2.85	--	--
1至2年	--	--	14,225.60	97.15	18,699.98	100.00
合计	<b>10,512.60</b>	<b>100.00</b>	<b>14,642.82</b>	<b>100.00</b>	<b>18,699.98</b>	<b>100.00</b>

按照款项性质分类的其他应付款分类如下：

单位：元

项目	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
杨曼曼	7,486.44	14,225.60	15,143.62
代扣代缴五险一金	2,893.02	--	--
支付宝暂存款	133.14	417.22	--
员工报销费用	--	--	3,556.36
合计	<b>10,512.60</b>	<b>14,642.82</b>	<b>18,699.98</b>

杨曼曼为企业员工，报告期内一直处于停薪留职状态，公司不发放工资，不承担相应社保，其相应社保由个人通过公司缴纳。报告期内应付杨曼曼余额均为杨曼曼暂存公司的社保款。2015年6月份，该员工停薪留职状态已终止。支付宝暂存款为企业员工对景典游软件进行付款测试时存入与软件绑定的支付宝账户的款项。

报告期内，公司其他应付款前五名的债权人情况如下表：

单位：元

时间	债务人	金额	账龄	占比(%)	与公司关系	款项性质
2015年5月31日	杨曼曼	7,486.44	1年以内	71.21	非关联方	暂存社保费
	支付宝暂存款	133.14	1年以内	1.27	非关联方	往来款
	个人承担社保费用	1,380.65	1年以内	13.13	非关联方	代扣代缴社保
	个人承担医疗费用	1,512.37	1年以内	14.39	非关联方	代扣代缴社保
	合计	10,512.60		100.00		
2014年12月31日	杨曼曼	14,225.60	2年以内	97.15	非关联方	暂存社保费
	支付宝暂存款	417.22	1年以内	2.85	非关联方	往来款
	合计	14,642.82		100.00		
2013年12月31日	杨曼曼	15,143.62	2年以内	80.98	非关联方	暂存社保费
	杨扬	3.36	1-2年	0.02	非关联方	员工报销费用
	王阳	3,553.00	1-2年	19.00	非关联方	员工报销费用
	合计	18,699.98		100.00		

### 3、预收账款

公司最近两年及一期的预收账款情况如下表：

单位：元

账龄	2015年5月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内(含1年)	--	--	116,000.00	100.00	--	--

1-2年(含2年)	116,000.00	100.00	--	--	20,000.00	100.00
<b>合计</b>	<b>116,000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>116,000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>20,000.00</b>	<b>100.00</b>

截至2015年5月31日,公司预收账款金额为116,000.00元,报告期内公司预收账款为已向客户收取,但按照合同尚不符合收入确认原则未结转确认营业收入而形成的款项,账龄一年以内的预收账款占比为100.00%。

截至2015年5月31日,公司预收账款中无持有本公司5%(含5%)以上表决权股份的股东单位及关联方款项。

报告期内,公司预收账款前五名债权人情况如下表:

单位:元

时间	债务人	金额	账龄	占比	与公司关系	款项性质
2015年5月31日	北京中通国际旅游有限公司	116,000.00	1-2年	100.00	非关联方	货款
	<b>合计</b>	<b>116,000.00</b>		<b>100.00</b>		
2014年12月31日	北京中通国际旅游有限公司	116,000.00	1年以内	100.00	非关联方	货款
	<b>合计</b>	<b>116,000.00</b>		<b>100.00</b>		
2013年12月31日	开封市旅游局	20,000.00	1-2年	100.00	非关联方	货款
	<b>合计</b>	<b>20,000.00</b>		<b>100.00</b>		

#### 4、应交税费

单位:元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
增值税	64,089.12	24,503.30	--
企业所得税	145,223.51	93,878.89	16,429.62
个人所得税	11,292.47	279.92	--
城市维护建设税	4,487.99	1,715.23	--
文化事业建设费	29,505.08	16,466.31	--
教育费附加	1,923.37	735.04	--
地方教育费附加	1,282.28	490.06	--
<b>合计</b>	<b>257,803.82</b>	<b>138,068.75</b>	<b>16,429.62</b>

## 5、应付职工薪酬

报告期内，公司应付职工薪酬列示如下：

2015年5月31日

项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
一、短期薪酬	23,477.09	285,856.92	209,649.61	99,684.40
二、离职后福利-设定提存计划	--	10,699.98	10,699.98	--
<b>合计</b>	<b>23,477.09</b>	<b>296,556.90</b>	<b>220,349.59</b>	<b>99,684.40</b>

2014年12月31日

项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
一、短期薪酬	6,161.18	158,140.45	140,824.54	23,477.09
二、离职后福利-设定提存计划	--	3,310.23	3,310.23	--
<b>合计</b>	<b>6,161.18</b>	<b>161,450.68</b>	<b>144,134.77</b>	<b>23,477.09</b>

2013年12月31日

项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
一、短期薪酬	5,098.90	72,458.15	71,395.87	6,161.18
二、离职后福利-设定提存计划	--	6,605.57	6,605.57	--
<b>合计</b>	<b>5,098.90</b>	<b>79,063.72</b>	<b>78,001.44</b>	<b>6,161.18</b>

截至2015年5月31日、2014年12月31日和2013年12月31日，公司短期薪酬均为应付职工工资。2015年5月31日余额99,684.40元，比2014年12月31日余额23,477.09元增加324.60%，其主要是由于企业规模逐年加大，员工人数也逐年增加，企业是下发工资，应付工资余额也是逐年增加。

### （四）报告期股东权益情况

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
实收股本（资本）	1,333,300.00	1,200,000.00	1,000,000.00
资本公积	4,882,700.00	16,000.00	-
其他综合收益	-	-	-
盈余公积	-	-	-
未分配利润	96,549.57	-71,121.43	-78,279.00
少数股东权益	-	-	-
<b>股东权益合计</b>	<b>6,312,549.57</b>	<b>1,144,878.57</b>	<b>921,721.00</b>

报告期内，公司的所有者权益逐年增加，截至 2015 年 5 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日公司的所有者权益合计分别为 6,312,549.57 元、1,144,878.57 元、921,721.00 元。

报告期内，资本公积的变动是由增资导致的，具体事项请参见第一节、三、（五）、“公司设立以来股本的形成及变化情况”。

## 七、关联方、关联方关系及关联交易

### （一）主要关联方及关联方关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及有关上市公司规则中有关关联方的认定标准，公司确认的关联方如下：

#### 1、关联自然人

公司的关联自然人包括：

- （1）直接或间接持有公司5%以上股份的自然人；
- （2）公司董事、监事及高级管理人员；
- （3）“2、关联法人”第（1）项所列法人的董事、监事及高级管理人员；

（4）本条第（1）、（2）项所述人士的关系密切的家庭成员，包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

#### 2、关联法人

公司的关联法人包括：

- （1）直接或间接地控制本公司的法人或其他组织；
- （2）由前项所述法人直接或间接控制的除本公司及其控股子公司以外的法人或其他组织；

（3）由上文“1、关联自然人”所列公司的关联自然人直接或间接控制的，或担任董事、高级管理人员的，除本公司及其控股子公司以外的法人或其他组织；

(4) 持有本公司公司 5% 以上股份的法人或其他组织及其一致行动人；

(5) 中国证监会或公司根据实质重于形式的原则认定的其他与公司有特殊关系，可能或者已经造成公司对其利益倾斜的法人或其他组织。

### 3、主要关联方及关联方关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及有关上市公司规则中有关关联方的认定标准，公司报告期内关联方及关联方关系如下：

#### (1) 存在控制关系的关联方

关联方名称/姓名	与本公司关系	持股比例 (%)	备注
吴向超	实际控制人、控制股东	61.11	--
王晓丹	股东、董事会秘书、财务总监	16.20	--

公司的实际控制人为吴向超和王晓丹。

吴向超现持有股份公司 3,788,915 股，占股本总额的 61.11%。王晓丹系吴向超之配偶，现持有股份公司 1,004,425 股，占股本总额的 16.20%。二人合计持有股份公司的股份总数比例为 77.31%。

吴向超现任股份公司董事长兼总经理，王晓丹现任公司董事、财务总监兼董事会秘书。吴向超和王晓丹能够有效控制公司的日常经营方针及重大决策，对公司拥有控制权，因此认定吴向超与王晓丹为公司的实际控制人。

#### (2) 不存在控制关系的关联方

关联方名称 (姓名)	与本公司关系	持股比例 (%)	备注
毛智海	股东	12.69	--
李雅各	股东	10.00	--
许睿	运营总监、技术总监	--	--
广州弹幕网络科技有限公司	毛智海任广州弹幕网络科技有限公司	--	--

	限公司首席财务官		
登封金丰矿山设备有限公司	李雅各任登封金丰矿山设备有限公司总经理、销售部经理	--	--

## (二) 关联交易

### 1、经常性关联交易

无。

### 2、偶发性关联交易

无。

### 3、关联方应收应付款项

#### (1) 应收款项

单位：元

项目名称	关联方	2015.5.31		2014.12.31		2013.12.31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
其他应收款	吴向超	588,701.13	45,367.70	577,957.43	45,043.33	406,143.63	20,307.18
合计		588,701.13	45,367.70	577,957.43	45,043.33	406,143.63	20,307.18

报告期内，公司应收控股股东吴向超款项均为备用金性质。吴向超本人已于 2015 年 6 月 24 日将上述款项归还公司。

#### (2) 应付项目

无。

截至 2015 年 5 月 31 日，除上述关联交易之外，公司未发生其他关联方交易与关联方资金往来。报告期内，公司应收控股股东吴向超款项均为备用金性质，具有必要性。

## (三) 关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司应收控股股东吴向超款项均为备用金性质，与公司正常的生产经营活动相关，具有必要性，对公司财务状况和经营成果无不利影响。

#### **（四）公司关于关联交易的决策权限、决策程序和定价机制**

股份公司成立后，公司在公司章程、股东大会和董事会的议事规则中对关联方交易进行了规定，并且专门制定了《关联交易管理办法》，完善了关联方交易的决策程序。公司管理层将严格按《公司章程》、《关联交易管理办法》的规定，对未来可能会发生的资金往来及关联方交易进行规范。

#### **（五）公司减少和规范关联交易的具体安排**

股份公司成立后，公司在公司章程、股东大会和董事会的议事规则中对关联方交易进行了规定，并且专门制定了《关联交易管理办法》，完善了关联方交易的决策程序。

公司实际控制人、控股股东与公司签订承诺，避免占用公司资金。

#### **（六）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方以及持有公司 5% 以上股份的股东在主要客户和供应商中占有权益情况的说明**

无。

#### **（七）关联方资金（资源）占用情况**

（1）报告期内公司控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资源（资金）的情形

报告期内公司控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资源（资金）的情形请详见本说明书第四节之七“（二）关联交易”。

（2）公司防范关联方占用资源（资金）的制度及执行情况。

股份公司成立后，公司在公司章程、股东大会和董事会的议事规则中对关联方交易进行了规定，并且专门制定了《关联交易管理办法》，完善了关联方交易的决策程序。2015年8月21日，公司实际控制人出具《承诺函》，承诺将不以任何方式违法违规将公司资金直接或间接地提供给其本人或其控制的关联方使用。

## **八、期后事项、或有事项及其他重要事项**

### （一）期后事项

无。

### （二）或有事项

无。

### （三）其他重要事项

无。

## 九、报告期内的资产评估情况

2015年7月2日，北京国融兴华资产评估有限责任公司对北京景典华美文化传媒有限责任公司股份制改造出具了《北京景典华美文化传媒有限责任公司拟整体变更为股份有限公司项目评估报告》（国融兴华评报字[2015]第020136号），资产评估结论如下：截止评估基准日2015年5月31日，在持续经营条件下，北京景典华美文化传媒有限责任公司经审计的总资产账面价值为750.26万元，总负债账面价值119.00万元，净资产价值631.25万元。经资产基础法评估，北京景典华美文化传媒有限责任公司总资产评估价值1094.48万元，增值344.22万元，增值率45.88%；总负债评估价值119.00万元，无增减值变化；净资产评估价值975.48万元，增值344.22万元，增值率54.53%。

## 十、股利分配情况

### （一）公司股利分配政策

《公司章程》规定：公司分配当年税后利润时，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，可不再提取。

公司法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照本条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的所余利润，由股东按照持有的股份比例分配。

公司股东大会、董事会违反《公司法》和本章程的规定，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，股东必须将违法分配的利润退还公司。

如果公司持有本公司的股份，则该股份不得分配利润。

## （二）最近两年股利分配情况

公司最近两年没有分配股利。

## （三）公司股票公开转让后股利分配政策

公司股票公开转让后股利分配政策不变，详细股利分配方案由公司股东大会决定。

# 十一、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

公司目前无控股子公司或者纳入合并合并报表的其他企业。

# 十二、风险因素及自我评估

## 1、广告供应商依赖风险

报告期内，公司与北京金日恒升有限责任公司签订了广告服务合同，公司以较低的价格取得了地铁广告展位，该合同持续到2023年。虽然目前公司正在与多家广告展位供应商洽谈合作，开拓除地铁隧道外的诸多其他媒体形式。但是，短期内，公司在北京地区的地铁广告展位依赖于北京金日恒升有限责任公司，如果该公司与本公司合作发生重大不利变化，将对公司经营产生重大不利影响。

应对措施：公司正在积极进行转型，2015年1-5月的情况来看，广告收入占公司的总收入比重正在逐渐降低。广告收入占总收入的比重由2014年的80.91%，下降到了2015年的32.23%，公司战略调整会逐步摆脱公司对于金日恒升的依赖性。目前公司整体发展良好。

## 2、企业盈利能力较弱

目前公司处于初创期向成长期转型的阶段，公司规模较小。2013年、2014年和2015年1-5月，公司营业收入分别为58.25万元、146.43万元和131.95万元，净利润分别为-2.01万元、0.72万元和16.77万元，虽然报告期内公司经营业绩逐年增长，但是相对于其他同类成熟企业营业收入与净利润仍然较低。

应对措施：公司正在积极开展业务活动，并完善APP平台，尽可能提前完成转型步入成长期。目前公司制定了较为完善的计划目标，与公司销售人员进行沟通，本年轻

营目标完成可能性较大，公司经营业绩预期有较大幅度提升。

### 3、特殊收入确认方式风险

公司广告置换门票业务，存在特殊收入确认方式风险。2014年、2015年部分广告置换门票合同没有签订金额，部分合同签订金额缺乏公允性。公司2014年和2015年广告销售收入会计师事务所按照公允价值准则和公允价值的一般原则对其公允价值进行了重新核定。由于地铁广告本身每个站段不同价格不同，且由于各个站段广告具有唯一性，因此以往的交易价格对于公允价值的确定不具备完全参考意义，而公司对于各个站段广告具有垄断性，使得广告位通常不具备可比产品以进行公允价值确定。根据《企业会计准则第39号——公允价值计量》的规定，采用市场法对广告易货的公允价值进行衡量，以同行业毛利率为参考，选取多家业务相类似的企业取其广告业务的毛利率均值进行调整，按其计算后的结果作为广告易货交易的公允价格，并选择以门票销售收入未来现金流量现值折现，企业根据门票销售的期限以及企业资金占用渠道等因素，选取3年期国债利率为折现率进行门票销售收入折现，进行验证。目前这种方式确定广告收入为企业所选择的最佳方式，但由于这种方式为测算，可能因预测数据的不准确而导致的收入确认风险。

应对措施：企业再与后续企业签订合同时，尽量避免缺失金额的情形，再与对方签订新的置换合同时，将会尽可能将公允价值反映在合同上，以寻求收入确认的完整性与准确性。

### 4、控股股东和实际控制人的控制风险

公司控股股东、实际控制人吴向超持有公司61.11%的股份，其妻王晓丹持有公司16.20%的股份，二人合计持有公司77.31%的股份。尽管股份公司成立后，公司建立了较为完善的法人治理结构，通过《公司章程》对股东，特别是控股股东的行为进行了相关的约束，并建立了关联交易回避表决制度及其他相关制度，以防止和杜绝实际控制人作出不利于公司和其他股东利益的决策和行为，但如果控股股东、实际控制人利用其控制地位，通过行使表决权等方式对本公司的人事任免、经营决策等进行控制，仍有可能损害本公司及本公司中小股东的利益。

应对措施：公司股东、董事、监事和高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》以及《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联

交易管理办法》、《信息披露管理办法》等相关规定行使权利和履行义务，在实现公司利益的前提下，尽可能地避免对公司中小股东利益造成损害。另外，公司实际控制人、控股股东已书面签署承诺，以避免损害公司和其他股东的利益。

## 5、OTA 订单人工核对风险

公司电子客票部分通过分销携程等 OTA 产品实现，公司通过数据接口方式实现 OTA 的订单，但账务处理未实现时时核对。目前主要是通过人工核对，线上运营部人员每隔两到三日与携程等 OTA 对接人员进行一次电子客票核对，可能存在因客票销售数据差异使得消费者到达景区后出现不能顺利入园的情况，产生消费者投诉风险。

应对措施：企业目前正在研究建立统一的客票结算系统，完善客票管理，对于客票的数量和余额进行实时监控，并对客票、线上线下渠道实行统一管理。完善控制体系与控制机制。

## 6、公司治理风险

公司存在治理风险。公司于 2015 年 8 月 12 日由北京景典华美文化传媒有限责任公司整体变更设立。股份公司设立后，建立健全了法人治理结构，完善了现代企业发展所需的内部控制体系。但是，由于股份公司成立的时间较短，各项管理、控制制度的执行尚未经过较长经营周期的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐渐完善；同时，随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

应对措施：公司未来经营中将严格遵守法律法规、公司章程、三会议事规则。公司还将根据发展的情况，进一步完善相关制度，设立战略、薪酬、审计委员会。进一步完善公司治理结构，控制公司治理风险。

## 第五节 有关声明

## 申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明

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。

### 全体董事签字：

董事姓名：吴向超	签字：吴向超
董事姓名：王晓丹	签字：王晓丹
董事姓名：毛智海	签字：毛智海
董事姓名：李雅各	签字：李雅各
董事姓名：许睿	签字：许睿

### 全体监事签字：

监事姓名：张祁	签字：张祁
监事姓名：聂晨阳	签字：聂晨阳
监事姓名：徐慧	签字：徐慧

### 高级管理人员签字：

总经理姓名：吴向超	签字：吴向超
副总经理姓名：许睿	签字：许睿
财务总监姓名：王晓丹	签字：王晓丹
董事会秘书姓名：王晓丹	签字：王晓丹

北京景典传媒科技股份有限公司

2015年12月7日



# 主办券商声明

本公司已对北京景典传媒科技股份有限公司公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目组负责人：

张国海

(张国海)

项目小组成员：

梁司南

(梁司南)

李元丽

(李元丽)

张琪

(张琪)

法定代表人：

杨利财

(杨利财)



# 关于北京景典传媒科技股份有限公司 公开转让的会计师事务所声明书

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公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人签名：

  
王全洲

经办注册会计师签名：

  
李冬梅

中国注册会计师  
李冬梅  
110001640018

经办注册会计师签名：

  
高连勇

中国注册会计师  
高连勇  
110003260003

北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）



2015年12月7日

## 资产评估机构声明

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

评估机构负责人签字：

经办注册资产评估师签字：

  
11001015

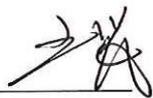
北京国融兴华资产评估有限责任公司

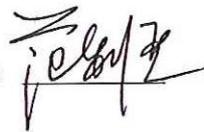
2015年11月27日



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

负责人： 

经办律师： 

经办律师： 



北京德恒律师事务所

2015年12月7日

## 第六节 附件

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

（正文完）