

# 泰合鼎川物联科技（北京） 股份有限公司

Ding Link Technology (Beijing) Co., Ltd.

北京市东城区建国门内大街7号8层23号



## 公开转让说明书

推荐主办券商



**国信证券股份有限公司**  
GUOSEN SECURITIES CO., LTD.

二〇一五年12月

## 公司声明

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

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

## 重大事项及风险提示

本公司特别提醒投资者注意下列风险：

### 一、双边平台模式下 B 端客户和 C 端用户均衡发展的运营风险

公司的主营业务是为品牌企业客户提供一整套基于『V 积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、数据服务和技术服务。品牌企业客户通过 V 积分平台将品牌广告费、促销费等资源转化成精准的消费返利和品牌活动，从而促进产品的线下销售增长。零售企业通过与 V 积分合作能够快速积累会员，促进零售增长。V 积分的核心价值在于帮助品牌企业与消费者建立直接的深度联接。品牌企业通过“V 积分平台”可以按照互联网 CPS（按销售结果付费）的方式进行消费者促销，同时 V 积分可以帮助品牌收集以消费者为中心的精准、实时的消费行为大数据（区别于以往统计的基于销售结果的数据），及时调整市场布局与策略，提高消费者忠诚度。

作为创业阶段公司，鼎川物联前期研发和业务推广投入较大。公司目前采取先投入推广费用获取一定数量 C 端用户，进而开拓 B 端用户的策略，并且一定幅度降低甚至免收服务费等策略以积累 B 端客户数量，从而进一步刺激 C 端用户数量和参与度的运营策略，保证了 B 端客户和 C 端用户数量在较短时间内有较明显的增长。

但作为一个典型的双边类型平台模式企业，公司 C 端消费者会员数量及活跃度表现会影响到公司对 B 端客户的获取，同时 B 端客户又在一定程度影响 C 端消费者的参与。公司的 B 端客户和 C 端消费者的参与度是相辅相成，对公司的经营活动均会产生较大影响。这是双边或多边型平台模式企业所面临的共性问题。如果运营得当，能够形成双边彼此促进增长，运营不当也会导致双边彼此制约。

### 二、报告期内盈利模式单一的风险

由于公司尚处于市场开拓的初期，目前公司的盈利主要来源于销售基于消费大数据相关的物联网设备以及为消费品行业品牌企业提供基于 V 积分平台的促销服务的业务收入，盈利模式有些单一。

未来随着公司的 V 积分平台的 C 端会员用户的数量的不断增长,公司目前给 B 端客户提供以消费者会员为核心的深度大数据服务和面向广大消费者会员的精准广告服务、以及异业跨界营销服务也会给公司带来新的盈利点。

### **三、信息安全及系统稳定性风险**

公司通过 V 积分平台为客户提供营销和技术服务,在业务运营中需要对大量的消费者数据进行采集、存储和分析。目前公司已经采取多种有效手段防护信息安全,但作为一家互联网公司,公司仍然面临恶意软件、病毒和黑客攻击的威胁,这些因素将会影响公司信息系统正常运行,甚至导致数据资源泄漏,公司因而可能面临消费者和客户流失、市场声誉损害风险,进而对公司经营及业绩造成影响。

作为 V 积分平台的运营商,公司在日常经营中十分注重计算机系统和数据安全保障工作。目前公司已根据业务开展的需要购买并部署了覆盖 Web 端和移动端的高版本办公协同系统,日常企业经营管理所涉及到的目标管理、任务管理、日程协同、项目沟通、行政审批、人事管理、财务申报等工作都通过该协同系统进行管理。公司自行开发的业务系统,会定期对数据进行备份和系统漏洞扫描、异常预警。公司的数据服务采用了阿里云提供的数据存储和安全服务,安全度较高。尽管这样,作为互联网公司,系统的稳定、数据的安全都是这类型公司所面临的共同风险。风险一旦发生,将给公司的经营活动带来一定影响。

### **四、数据采集和使用的风险**

公司以移动互联网为手段,以会员用户个体为中心进行精准营销和数据采集,有效的弥补了行业当前主要以消费者群体为单位展开营销和数据获取方式的缺陷。然而,移动互联网客户端软件的广泛应用,未来政府可能出台的关于互联网企业采集信息的行为和数据使用方面的相关规定,都将给公司的数据获取方式带来新的挑战。这就要求公司需要面对外部环境变化的同时,不断提升会员用户信息获取的途径和规范性。

### **五、报告期内公司盈利能力不断下降的风险**

2013 年、2014 年、2015 年 1-5 月,公司的毛利率分别为 53.11%、

45.49%、8.32%，报告期内因公司业务重心从物联网设备销售向链条后端转移至以消费者为中心的营销和大数据服务，将更多的资源投入到了 V 积分平台系统的开发和 C 端会员用户推广，且业务尚处在投入期。前者更加注重毛利率，后者更加注重未来的规模效应，因此报告期内公司的毛利率呈现出不断下降。

随着 V 积分平台系统的上线和不断的版本升级，C 端会员用户的持续积累，B 端客户的不断增加，作为互联网企业，鼎川物联的企业估值不断提升。相信随着公司以消费者为中心的营销和大数据服务业务的不断增长，公司的盈利能力将回转提高。

## 六、持续亏损的风险

2013 年、2014 年、2015 年 1-5 月公司净利润分别为-251.91 万元、-647.27 万元、-445.47 万元。截至 2013 年末、2014 年末、2015 年 5 月底未分配利润分别为-261.69 万元、-908.96 万元、-1,354.43 万元。报告期内，公司的累计亏损不断增大。

作为一家创业阶段公司，在前期需要进行大量的研发和市场拓展活动，这些活动往往需要较大的资金投入，从资金投入 to 取得成效再到实现盈利往往需要一段时间，因此在未来一两年时间内，公司实现盈利的可能性较小。为了提高盈利能力，公司采取了一系列措施，比如“公司积极的通过开展资源互换的方式减少公司的费用支出、积极的开展 V 积分品牌宣传业务，快速增加 V 积分平台的消费者会员的数量、继续开拓新的盈利模式”等。随着这些措施的实施及公司品牌效力的提升，公司盈利能力将提高，亏损将逐渐下降。

## 七、B 端客户充值的促销费用未用完可能面临要求退回的风险

促销费用是指品牌企业通过公司提供的 V 积分消费者关系管理平台直接给到消费者的促销返利；由品牌企业预估促销活动返利费用总额后支付相应数量金额采购公司对应数量的 V 积分。促销费用由 V 积分平台按月统计，按月扣除。品牌企业可自行在 V 积分企业后台实时查询促销费用使用情况，也可由公司于每个服务月月月初 5 个工作日内向品牌企业书面提供上一服务月 V 积分支出明细账单，方便品牌企业确认。合同到期时，如未发放出去的促销费用品牌企业可选择延续下一服务期。

品牌企业根据自身预算情况合理估计促销返利费用，根据开展促销活动的需要分期支付促销费用给到公司，一般分月或季度。截至到目前，促销费用均能在合同约定的期限内返给消费者，不存在退回给品牌厂商的情形；亦不存在品牌企业因不满意公司服务而终止合作的情形，不存在因此将剩余促销费用退回给品牌厂商的情形。

虽然，目前公司与客户签署的合同约定未用完的促销费用延到下一期，且出于谨慎性考虑，品牌厂商也会结合自身情况分期支付合理金额的促销费，但不排除未来品牌厂商决策失误，一次性支付大额促销费用的情形，如若发生，不排除品牌厂商要求公司退回未用完的促销费用的情形。

## 八、实际控制人不当控制的风险

数位港湾科技（北京）有限公司直接持有公司 52%的股份，系公司第一大股东及控股股东。任威伦直接持有数位港湾科技（北京）有限公司 51%的股权，金燕直接持有数位港湾科技（北京）有限公司 49%的股权，两人合计持有数位港湾科技（北京）有限公司 100%股权，通过数位港湾间接控制公司 52%有表决权的股份；任威伦、金燕共同出资设立了用于内部股权激励等作用的持股平台北京泰合景逸投资中心（有限合伙），通过泰合景逸间接控制公司 20%有表决权的股份；任威伦直接持有公司 8%有表决权的股份，任威伦与金燕为夫妻关系，且二人签署了《一致行动人协议》，该协议约定：在处理有关泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司经营发展且根据《公司法》等有关法律法规和《公司章程》需要由公司股东大会、董事会作出决议的事项时均应采取一致行动，就有关公司经营发展的重大事项向股东大会、董事会行使提案权和在相关股东大会、董事会上行使表决权时保持一致。任威伦、金燕两人目前合计控制公司 80%有表决权的股份，其通过股东大会、董事会决议可以影响公司的经营管理决策及管理人员的选任，为公司的实际控制人。若实际控制人利用其对公司的实际控制权，对公司的经营决策、人事、财务等进行不当控制，可能会给公司经营和其他股东的权益带来风险。

本公司特别提醒投资者注意下列重大事项：

### 一、关于促销费用的收入确认和成本结转

关于促销费用，B 端客户预估促销活动返利费用总额后，向鼎川物联分期支付相应数量的金额采购对应数量的 V 积分，鼎川物联在收到 B 端客户分期支付的促销活动返利费用后，通过 V 积分平台把促销返利费用（扣除促销服务费及相关税费后的余额）兑换成对应数量的 V 积分，并存入 B 端客户在鼎川物联 V 积分平台的账户里。返利的产品、力度和期间由 B 端客户主导确定，因此，鼎川物联“促销费用”收入确认时点为：收到客户款项、为客户在“V 积分平台”上充值相应积分，确认收入并给对方开具发票。

B 端客户付给公司推广费，用于在 V 积分平台充值积分，C 端消费者购买了 B 端客户推广的商品后，扫描小票上传到 V 积分平台，通过小票核对以及后台系统处理，V 积分平台会把 B 端客户在 V 积分平台充值的积分返给相应的 C 端消费者。C 端消费者可以把所获得的返利积分通过 V 积分平台兑换成话费。公司预计通过 V 积分平台对消费者进行的返利确认为主营业务成本。

报告期内的 V 积分业务成本细分如下：

单位：元

成本要素	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
已兑换话费积分成本	238,213.59	16,745.30	
未兑换话费预计成本	2,361,597.61		
其中：尚未领取积分部分			
消费者已领取积分但尚未兑换话费部分	2,361,597.61		
合计	2,599,811.20	16,745.30	

注：已兑换话费积分成本指消费者领取到积分后，按照公司设定的兑换规则，实际兑换话费所耗费的积分。

未兑换话费预计成本包括：预计会返但还未返给 C 端消费者的 V 积分、已经从 B 端客户的 V 积分账户中返给 C 端消费者，但 C 端消费者暂未兑换成话费的 V 积分。

## 目 录

公司声明.....	2
重大事项及风险提示.....	3
目 录.....	8
释 义.....	10
第一节 公司概况.....	12
一、基本情况.....	12
二、股份挂牌情况.....	13
三、公司股权结构.....	14
四、公司股本形成及变化情况.....	17
五、重大资产重组情况.....	23
六、公司董事、监事及高级管理人员情况.....	23
七、报告期主要会计数据及财务指标简表.....	25
八、相关机构.....	26
第二节 公司业务.....	28
一、主营业务、主要产品或服务及其用途.....	28
二、主要生产或服务流程及方式.....	33
三、商业模式.....	38
四、与公司业务相关的关键资源要素.....	44
五、主营业务相关情况.....	52
六、公司所处行业概况、市场规模及行业基本风险特征.....	56
第三节 公司治理.....	75
一、公司三会建立健全及运行情况.....	75
二、报告期公司及其实际控制人受处罚情况.....	76
三、独立运营情况.....	76
四、同业竞争.....	78
五、报告期资金占用情况及相关措施.....	81
六、董事、监事、高级管理人员相关情况.....	82
第四节 公司财务.....	86
一、财务报表.....	86
二、审计意见.....	94
三、财务报表编制基础及合并范围变化情况.....	94
四、主要会计政策、会计估计及报告期变化情况.....	94
五、主要税项.....	100
六、报告期主要财务数据及财务指标分析.....	100
七、关联方、关联方关系及关联交易.....	126
八、需提醒投资者关注的期后事项、或有事项及其他重要事项.....	130
九、报告期内，公司进行资产评估情况.....	131
十、报告期内股利分配政策、利润分配情况以及公开转让后的股利分配政策.....	131
十一、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况.....	132
十二、公司经营风险因素及评估.....	132
第五节 有关声明.....	137
一、公司全体董事、监事及高级管理人员签名及公司盖章.....	137

二、主办券商声明.....	138
三、律师声明.....	139
四、审计机构声明.....	140
第六节附件.....	141
一、主办券商推荐报告.....	141
二、财务报表及审计报告.....	141
三、法律意见书.....	141
四、公司章程.....	141
五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见.....	141
六、其他与公开转让有关的重要文件.....	141

## 释 义

除非本文另有所指，下列词语具有的含义如下：

股份公司、本公司、公司、泰合鼎川、鼎川物联	指	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司
数位港湾	指	数位港湾科技（北京）有限公司
泰合景逸	指	北京泰合景逸投资中心（有限合伙）
逸宁投资	指	上海逸宁投资发展中心（有限合伙）
景林羲域	指	上海景林羲域投资中心（有限合伙）
青岛德隆	指	青岛德隆包装设备有限公司
大族创业	指	深圳市大族创业投资有限公司
报告期	指	2013年、2014年、2015年1-5月
全国股份转让系统	指	国务院批准设立的全国性证券交易场所，全国中小企业股份转让系统有限责任公司为其运营管理机构
主办券商、国信证券	指	国信证券股份有限公司
元、万元	指	人民币元、人民币万元
《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》
工商总局	指	中华人民共和国国家工商行政管理总局
V积分/V积分平台	指	V积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台
SaaS	指	Software as a Service，即软件即服务，指随着互联网的发展和应用程序的成熟，而兴起的一种软件应用及服务模式。在这种模式下，提供商将应用软件统一部署在服务器上，用户根据实际需求向提供商订购所需的软件应用及服务，按其所订购的产品类型及期限向提供商支付费用，并通过互联网获得相应的软件应用及服务。
C端会员/C端用户会员	指	在V积分平台上注册并参加平台或品牌的各种促销及活动的会员用户。
B端客户/B端品牌厂商	指	在公司的V积分平台上进行产品促销的品牌企业客户。
V码/返利码	指	在品牌企业客户的每一种促销产品最小销售单位（瓶、支、盒、包、桶、箱等）上所赋的隐藏的、唯一的二维码或者字符码。该码带有企业在V积分平台预先设置的给消费者的一定额度的返利的信息。

CPS	指	英文全称 Cost Per Sales，即按销售结果付费。CPS 模式实际上是一种广告，以实际销售产品数量来计算广告费用，是最直接的按效果付费的营销广告形式。
App	指	手机应用程序，指智能手机的第三方应用程序
UGC	指	用户产生内容即用户将自己原创的内容通过互联网平台进行展示或者提供给其他用户
IPD	指	集成产品研发（Integrated Product Development），是一套先进的、成熟的研发管理思想、模式和方法。
SKU	指	英文全称为 stock keeping unit，简称SKU，定义为商品保存库存控制的最小可用单位，例如纺织品中一个SKU通常表示规格，颜色，款式。
HTML5/H5	指	第五代应用超文本标记语言HTML技术，HTML5的设计目的是为了在移动设备上支持多媒体。

## 第一节 公司概况

### 一、基本情况

中文名称：泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司

英文名称：Ding Link Technology (Beijing) Co., Ltd.

法定代表人：任威伦

设立日期：2012年8月23日

注册资本：4000万元

住所：北京市东城区建国门内大街7号8层23号

邮编：100005

董事会秘书：金燕

电话号码：010-56295667

传真号码：010-56295667

电子信箱：jinyan@vjifen.com

组织机构代码：05362571-7

所属行业：根据《上市公司行业分类指引》（2012年修订版），公司主营业务所属行业为I64-互联网和相关服务；根据《国民经济行业分类指引》，公司所处行业属于I6490-其他互联网服务；根据全国股份转让系统公司发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》、《挂牌公司投资型行业分类指引》（2015年3月18日），公司业务的管理型分类为I6490-其他互联网服务，投资型分类为17101010-互联网软件与服务。

主营业务：公司是一家将移动互联网、云计算、大数据、物联网与现代制造业相结合，推动传统消费品企业成为在线企业，帮助品牌以互联网和物联网为载体，以云计算和大数据为手段，促进产业升级的互联网企业，即“互联网+”消费品行业。公司为品牌企业客户提供一整套基于『V积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、技术服务和数据服务，此外，还有少量的基于消费大数据相关的物联网设备及系统的配套销售。

## 二、股份挂牌情况

### （一）股票代码、股票简称、股票种类、挂牌日期等

股票代码：

股票简称：鼎川物联

股票种类：人民币普通股

每股面值：每股人民币 1.00 元

股票总量：40,000,000 股

挂牌日期：【       】年【       】月【       】日

股票交易方式：协议转让方式

### （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

股东类型	限售安排	股东对所持股份自愿锁定的承诺
控股股东、实际控制人	根据《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》的相关规定，控股股东数位港湾科技（北京）有限公司、实际控制人任威伦、金燕持有本公司的股份，分三批进入全国股份转让系统转让。	公司控股股东、实际控制人及其他股东均未对其所持股份自愿锁定作出承诺。
担任董事、监事及高级管理人员的股东	根据《公司法》和《公司章程》，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 25%；离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。	
挂牌前十二个月以内受让控股股东及实际控制人直接或间接持有股票的股东	根据《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》的相关规定，股东北京泰合景逸投资中心（有限合伙）持有本公司的股份分三批进入全国股份转让系统转让。	

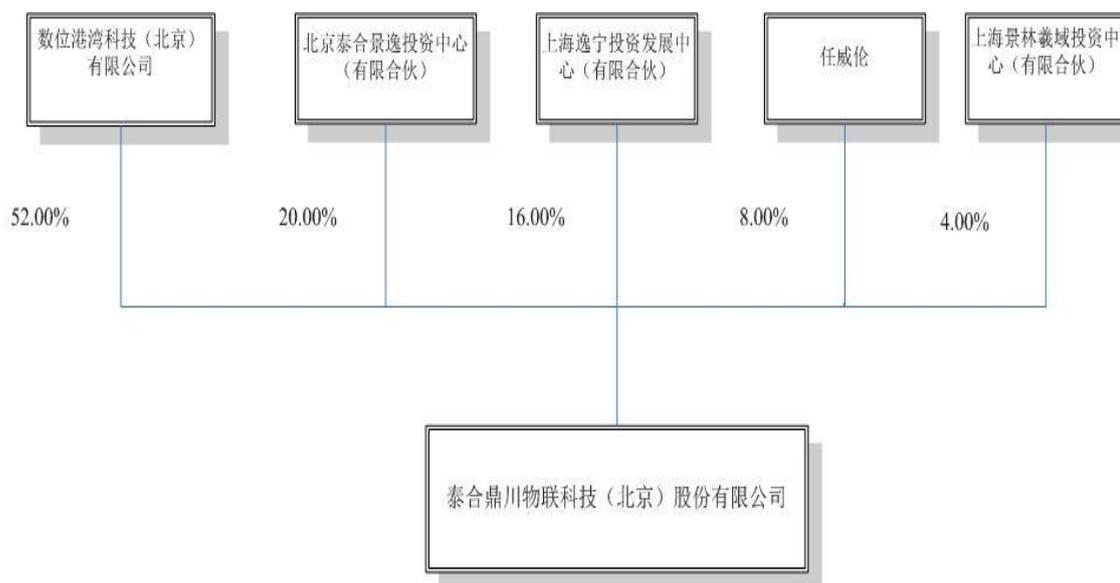
根据《公司法》、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》以及《公司章程》等法律法规的规定，公司挂牌时可进入全国中小企业股份转让系统转让的股份数量如下：

股东名称或姓名	任职情况	持股数量（股）	持股比例（%）	是否存在质押或冻结情况	本次可进入全国股份转让系统转让的股份数量（股）取整

数位港湾科技（北京）有限公司	——	20,800,000.00	52.00	无质押、冻结或其他争议情况	6,933,333.00
北京泰合景逸投资中心（有限合伙）	——	8,000,000.00	20.00	无质押、冻结或其他争议情况	2,666,666.00
上海逸宁投资发展中心（有限合伙）	——	6,400,000.00	16.00	无质押、冻结或其他争议情况	6,400,000.00
任威伦	董事长 总经理	3,200,000.00	8.00	无质押、冻结或其他争议情况	800,000.00
上海景林羲域投资中心（有限合伙）	——	1,600,000.00	4.00	无质押、冻结或其他争议情况	1,600,000.00
合计		40,000,000.00	100.00	——	18,399,999.00

### 三、公司股权结构

#### （一）公司股权结构图



#### （二）股东情况

截至本公开转让说明书签署日，公司共有股东 5 名，其中包括 1 名自然人股东，1 名法人股东，3 名境内合伙企业，具体情况如下：

序号	股东姓名或名称	持股数（股）	持股比例（%）	股东性质	质押情况
1	数位港湾科技（北京）有限公司	20,800,000.00	52.00	境内法人	无质押、冻结或其他争议情

					况
2	北京泰合景逸投资中心（有限合伙）	8,000,000.00	20.00	境内合伙企业	无质押、冻结或其他争议情况
3	上海逸宁投资发展中心（有限合伙）	6,400,000.00	16.00	境内合伙企业	无质押、冻结或其他争议情况
4	任威伦	3,200,000.00	8.00	境内自然人	无质押、冻结或其他争议情况
5	上海景林羲域投资中心（有限合伙）	1,600,000.00	4.00	境内合伙企业	无质押、冻结或其他争议情况
合计		40,000,000.00	100.00	——	——
<p>股东关联关系：股东任威伦系股东数位港湾科技（北京）有限公司股东，并任其执行董事；为股东北京泰合景逸投资中心（有限合伙）的合伙人。股东任威伦配偶金燕为股东数位港湾科技（北京）有限公司股东，为股东北京泰合景逸投资中心（有限合伙）的执行事务合伙人。上海逸宁投资发展中心（有限合伙）系上海景林羲域投资中心（有限合伙）的有限合伙人。除此之外，其他股东之间不存在关联关系。</p>					

#### 1、股东基本情况：

（1）数位港湾科技（北京）有限公司：成立于2007年2月13日；注册资本900万元；注册号：110105010013085；住所：北京市朝阳区利泽中园106号楼（望京集中办公区037号）；法定代表人：任威伦；经营范围：技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；企业管理咨询；企业策划；租赁建筑用机械设备。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。股权结构：任威伦持股51%，金燕持股49%。

（2）北京泰合景逸投资中心（有限合伙）：成立于2015年6月12日；注册号：110101019321325；住所：北京市东城区建国门内大街7号8层22号；执行事务合伙人：金燕；经营范围：投资咨询，投资管理。（1.不得以公开方式募集资金；2.不得公开交易证券类产品和金融衍生品；3.不得发放贷款；4.不得向所投资企业以外的其他企业提供担保；5.不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益。）（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）。股权结构：金燕持股90%，任威伦持股10%。

(3) 上海逸宁投资发展中心（有限合伙）：成立于 2008 年 6 月 25 日；注册号：310115001076255；住所：浦东新区杨园南路 116 号 6 幢西 134 室；执行事务合伙人：蒋亨福；经营范围：实业投资，投资管理，投资咨询，企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。股权结构：蒋亨福持股 2%，蒋锦志持股 98%。

(4) 任威伦，男，1980 年 10 月出生，中国籍，无境外永久居留权。2002 年 8 月，毕业于中国海洋大学工商管理专业，学士学位；2003 年 12 月，毕业于英国拉夫堡大学营销与管理学专业，硕士学位；2009 年至今，北京交通大学产业经济学专业，博士在读。2004 年 3 月至 2005 年 5 月，任青岛城市建设集团股份有限公司物业销售公司销售部经理；2005 年 6 月至 2006 年 4 月，任西安汉斯集团销售公司总经理助理、市场部总监；2006 年 5 月至 2007 年 2 月，任时代导航（中国）科技有限公司 TV Guide 事业部总经理；2007 年 3 月至 2015 年 6 月，任数位港湾科技（北京）有限公司执行董事、总经理；2015 年 7 月至今，任数位港湾科技（北京）有限公司执行董事；2013 年 1 月至今，任泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司董事长、总经理；现任公司董事长、总经理，任期三年。

(5) 上海景林羲域投资中心（有限合伙）：成立于 2014 年 3 月 31 日；注册号：310110000667757；住所：上海市杨浦区周家嘴路 3805 号 2117 室；执行事务合伙人：上海景辉投资管理中心（有限合伙）（委派代表：黄晓黎）；经营范围：实业投资，投资管理，企业管理及咨询，投资咨询（以上咨询不得从事经纪）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。股权结构：上海景辉投资管理中心（有限合伙）持股 1%，上海逸宁投资发展中心（有限合伙）持股 22%，上海昊美投资管理有限公司持股 11%，张秀琴持股 11%，乐视投资管理（北京）有限公司持股 11%，姚红雨持股 11%，戴爽持股 11%，上海海悦投资管理有限公司持股 11%，舒萍持股 5.5%，仇伟华持股 5.5%。

## 2、私募基金备案情况

公司共有 5 名股东，1 名为自然人股东任威伦，1 名为法人股东数位港湾科技（北京）有限公司，3 名为境内合伙企业，分别为北京泰合景逸投资中心（有限合伙）、上海逸宁投资发展中心（有限合伙）、上海景林羲域投资中心（有限合伙）。数位港湾、泰合景逸、逸宁投资均不符合《私募投资基金监督管理暂行

办法》对私募股权投资基金的定义，无需进行备案登记。其中上海景林羲域投资中心（有限合伙）为私募基金，已按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等规定，于2015年2月13日履行了登记备案程序。

### （三）实际控制人认定及报告期变化情况

数位港湾科技（北京）有限公司直接持有公司52%的股份，系公司控股股东。

任威伦直接持有数位港湾科技（北京）有限公司51%的股权，金燕直接持有数位港湾科技（北京）有限公司49%的股权，两人合计持有数位港湾科技（北京）有限公司100%股权，通过数位港湾间接控制公司52%有表决权的股份；任威伦、金燕共同出资设立了北京泰合景逸投资中心（有限合伙），泰合景逸直接持有公司20%的股份，任威伦、金燕通过泰合景逸间接控制公司20%有表决权的股份；任威伦直接持有公司8%有表决权的股份，任威伦与金燕为夫妻关系，且二人签署了《一致行动人协议》，该协议约定：在处理有关泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司经营发展且根据《公司法》等有关法律法规和《公司章程》需要由公司股东大会、董事会作出决议的事项时均应采取一致行动，就有关公司经营发展的重大事项向股东大会、董事会行使提案权和在相关股东大会、董事会上行使表决权时保持一致。任威伦、金燕两人合计控制公司80%有表决权的股份，其通过股东大会、董事会决议可以影响公司的经营管理决策及管理人员的选任，为公司的实际控制人。

报告期内，公司实际控制人未发生变化。

## 四、公司股本形成及变化情况

### （一）股份公司设立

公司是经北京市工商行政管理局批准设立的股份有限公司，成立于2012年8月23日。《企业法人营业执照》注册号为110000015194725，注册地址为北京市东城区建国门内大街7号8层23号，经营范围为：物联网的技术开发与技术服务；信息技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；机械设备开发；计算机系统集成；软件开发；销售机械设备；机械设备租赁。

股份公司设立时的注册资本为 1000 万元。2012 年 8 月 15 日，北京润鹏冀能会计师事务所出具了京润（验）字【2012】-215009 号《验资报告》，对公司注册资本实收情况进行了审验。公司设立出资分两期缴纳，第一期缴纳 500 万元，剩余部分于 2014 年 8 月 14 日缴足。股份公司的出资情况如下：

序号	股东名称	出资方式	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资额占注册 资本比例 (%)	实缴出资额占注册 资本比例 (%)
1	数位港湾科技（北京）有限公司	货币	400.00	200.00	40.00	20.00
2	深圳市大族创业投资有限公司	货币	300.00	150.00	30.00	15.00
3	青岛德隆包装设备有限公司	货币	300.00	150.00	30.00	15.00
合计			1,000.00	500.00	100.00	50.00

## （二）股份公司第一次股权转让

2014 年 2 月，青岛德隆包装设备有限公司将其持有的 200 万出资转让给数位港湾科技（北京）有限公司。本次转让情况如下：

序号	转让方	受让方	转让出资额（万元）	转让价格（万元）
1	青岛德隆包装设备有限公司	数位港湾科技（北京）有限公司	200.00	50.00

注：青岛德隆包装设备有限公司原认缴出资额为 300 万元，实缴出资额 150 万元。现青岛德隆包装设备有限公司将其出资额 200 万元转让给数位港湾科技（北京）有限公司，包括实缴出资 50 万元，待缴出资 150 万元，其中待缴出资 150 万元由数位港湾科技（北京）有限公司缴纳。

本次股权转让后，股份公司的股权结构变更为：

序号	股东名称	出资方式	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资额占注册 资本比例 (%)	实缴出资额占注册 资本比例 (%)
1	数位港湾科技（北京）有限公司	货币	600.00	250.00	60.00	25.00
2	深圳市大族创业投资	货币	300.00	150.00	30.00	15.00

	有限公司					
3	青岛德隆包装设备有限公司	货币	100.00	100.00	10.00	10.00
合计			1,000.00	500.00	100.00	50.00

股份公司修改了公司章程，并于2014年3月19日办理了工商变更登记的手续。

### （三）股份公司第一次实缴资本变更

2014年4月23日，数位港湾向公司打入150万元出资款。本次增加实缴资本后，股份公司股权结构变更为：

序号	股东名称	出资方式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	认缴出资额占注册资本比例（%）	实缴出资额占注册资本比例（%）
1	数位港湾科技（北京）有限公司	货币	600.00	400.00	60.00	40.00
2	深圳市大族创业投资有限公司	货币	300.00	150.00	30.00	15.00
3	青岛德隆包装设备有限公司	货币	100.00	100.00	10.00	10.00
合计			1,000.00	650.00	100.00	65.00

### （四）股份公司第二次股权转让、第二次实缴资本变更（缴足注册资本）

2014年6月11日，青岛德隆包装设备有限公司将其持有的100万股（即100万元出资额）转让给任威伦；2014年6月17日，深圳市大族创业投资有限公司将其持有的300万股（即300万元出资额）转让给数位港湾科技（北京）有限公司。本次股权转让情况如下：

序号	转让方	受让方	转让出资额（万元）	转让价格（万元）
1	深圳市大族创业投资有限公司	数位港湾科技（北京）有限公司	300.00	150.00
2	青岛德隆包装设备有限公司	任威伦	100.00	100.00

注：深圳市大族创业投资有限公司转让的上述出资包含待缴部分（150万元），该部分由数位港湾科技（北京）有限公司缴纳。

2014年7月4日，数位港湾向鼎川物联打入350万元入资款。

2014年8月1日，公司与北京股权登记管理中心有限公司签署《股份托管协议书》，委托北京股权登记管理中心有限公司登记并管理其股份，托管期限自2014年8月1日至2024年7月31日，试运行期间暂不收取服务费。同日，公司取得北京股权登记管理中心有限公司出具的京股初[2014]53号《股份初始登记托管通知书》，完成股份初始登记托管业务。

本次股权转让、缴足注册资本后，股份公司的股权结构变更为：

序号	股东姓名或名称	出资方式	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资 额占注册 资本比例 (%)	实缴出资 额占注册 资本比例 (%)
1	数位港湾科技 (北京)有限公司	货币	900.00	900.00	90.00	90.00
2	任威伦	货币	100.00	100.00	10.00	10.00
合计			1000.00	1000.00	100.00	100.00

股份公司修改了公司章程，并办理了工商变更登记的手续。

#### (五) 股份公司第一次增资

2015年1月30日，股份公司临时股东大会作出决议，同意公司注册资本增加至1176.4706万元，增发股份176.4706万股（每股金额1元人民币）；同意上海逸宁投资发展中心（有限合伙）出资1200万元认购公司新发行的141.1765万股；同意上海景林羲域投资中心（有限合伙）出资300万元认购公司新发行的35.2941万股。

本次增资后，股份公司的股权结构变更为：

序号	股东姓名或名称	出资方式	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资 额占注册 资本比例 (%)	实缴出资 额占注册 资本比例 (%)
1	数位港湾科技（北 京）有限公司	货币	900.0000	900.0000	76.50	76.50
2	任威伦	货币	100.0000	100.0000	8.50	8.50
3	上海逸宁投资发展 中心（有限合伙）	货币	141.1765	141.1765	12.00	12.00

4	上海景林羲域投资中心（有限合伙）	货币	35.2941	35.2941	3.00	3.00
合计			1,176.4706	1,176.4706	100.00	100.00

注：本次增资价格经协商，按照注册资本 1:8.50 的比例确定。

股份公司修改了公司章程，并于 2015 年 3 月 30 日办理了工商变更登记的手续。

#### （六）股份公司第二次增资

2015 年 6 月 15 日，股份公司临时股东大会做出决议，同意公司注册资本由 1176.4706 万元增加至 1250 万元；其中由逸宁投资和景林羲域以人民币 1500 万元认购公司新发行的 73.5294 万股（逸宁投资认购 58.8235 万股、景林羲域认购 14.7059 万股，增资溢价计入公司资本公积金）。

本次增资后，股份公司的股权结构变更为：

序号	股东姓名或名称	出资方式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	认缴出资额占注册资本比例（%）	实缴出资额占注册资本比例（%）
1	数位港湾科技（北京）有限公司	货币	900.00	900.00	72.00	72.00
2	上海逸宁投资发展中心（有限合伙）	货币	200.00	200.00	16.00	16.00
3	任威伦	货币	100.00	100.00	8.00	8.00
4	上海景林羲域投资中心（有限合伙）	货币	50.00	50.00	4.00	4.00
合计			1,250.00	1,250.00	100.00	100.00

注：本次增资价格经协商，按照注册资本 1:20.40 的比例确定；本次增资与第三次增资一同办理工商变更登记。

#### （七）股份公司第三次增资、第三次股权转让

2015 年 7 月 15 日，股份公司临时股东大会作出决议：截至 2015 年 7 月 15 日，股份公司资本公积金累计为 2750 万元，全部转增为注册资本。

本次增资后，股份公司的股权结构变更为：

序号	股东姓名或名称	出资方式	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资 额占注册 资本比例 (%)	实缴出资 额占注册 资本比例 (%)
1	数位港湾科技（北京）有限公司	货币	2,880.00	2,880.00	72.00	72.00
2	上海逸宁投资发展中心（有限合伙）	货币	640.00	640.00	16.00	16.00
3	任威伦	货币	320.00	320.00	8.00	8.00
4	上海景林羲域投资中心（有限合伙）	货币	160.00	160.00	4.00	4.00
合计			4,000.00	4,000.00	100.00	100.00

2015年7月15日，数位港湾科技（北京）有限公司将其持有的800万元出资转让给北京泰合景逸投资中心（有限合伙）；本次股权转让的情况如下：

序号	转让方	受让方	转让出资额 (万元)	转让价格 (万元)
1	数位港湾科技（北京）有限公司	北京泰合景逸投资中心（有限合伙）	800.00	800.00

本次股权转让后，股份公司的股权结构变更为：

序号	股东姓名或名称	出资方式	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资 额占注册 资本比例 (%)	实缴出资 额占注册 资本比例 (%)
1	数位港湾科技（北京）有限公司	货币	2,080.00	2,080.00	52.00%	52.00%
2	北京泰合景逸投资中心（有限合伙）	货币	800.00	800.00	20.00%	20.00%
3	上海逸宁投资发展中心（有限合伙）	货币	640.00	640.00	16.00%	16.00%
4	任威伦	货币	320.00	320.00	8.00%	8.00%
5	上海景林羲域投资中心（有限合伙）	货币	160.00	160.00	4.00%	4.00%
合计			4,000.00	4,000.00	100.00	100.00

股份公司修改了公司章程，并于2015年7月20日办理了工商变更登记的手续。

## 五、重大资产重组情况

报告期内，公司不存在重大资产重组情况。

## 六、公司董事、监事及高级管理人员情况

### （一）公司董事

公司董事会成员列表如下：

姓名	性别	职务	任职期间
任威伦	男	董事长	2015年6月15日至2018年6月14日
李保城	男	董事	2015年6月15日至2018年6月14日
潘迪	男	董事	2015年6月15日至2018年6月14日
金燕	女	董事	2015年6月15日至2018年6月14日
苏婕	女	董事	2015年6月15日至2018年6月14日

1、任威伦，董事长，简历见本节“三、公司股权结构（二）股东情况”介绍。

2、李保城，男，1982年10月出生，中国籍，无境外永久居留权。2006年7月，毕业于北京航空航天大学自动化专业，学士学位；2015年3月，毕业于中国科学院大学项目管理专业，硕士学位。2006年7月至2008年4月，任曙光信息产业股份有限公司大客户经理；2008年5月至2010年7月，任北京锡恩企业管理顾问有限公司咨询顾问；2010年7月至2014年12月，任数位港湾科技（北京）有限公司管理中心总监；2015年1月至今，任泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司管理中心总监；现任公司董事，任期三年。

3、潘迪，男，1981年10月出生，中国籍，无境外永久居留权。2004年7月，毕业于复旦大学法学院法律专业，学士学位。2004年9月至2005年10月，任普华永道会计师事务所税务顾问；2005年10月至2006年12月，任微软中国有限公司法律顾问；2007年1月至2009年12月，任金杜律师事务所证券律师；2010年1月至今，任上海景林投资管理有限公司副总裁、董事；现兼任公司董事，任期三年。

4、金燕，女，1982年10月出生，中国籍，无境外永久居留权。2005年7月，毕业于青岛大学工商管理专业，学士学位；2012年6月，毕业于大连理工大学

学软件工程专业，硕士学位；2006年5月至2007年2月，任北京九略管理咨询有限公司助理咨询顾问；2007年3月至2014年12月，任数位港湾科技（北京）有限公司副总经理；2013年1月至2015年6月，任泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司监事；2015年7月至今，任泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司财务总监；现任公司董事、财务总监、董事会秘书，任期三年。

5、苏婕，女，1987年2月出生，中国籍，无境外永久居留权。2009年7月，毕业于中国农业大学观赏园艺与园林系专业，学士学位；2009年9月至2010年4月，任安利（中国）日用品有限公司业务助理；2010年5月至2011年5月，任北京万方程水利有限公司总经理助理；2011年6月至2014年1月，任数位港湾科技（北京）有限公司总经理助理；2014年2月至今，先后担任泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司董事长助理、行业客户总监、市场部总监；现任公司董事，任期三年。

## （二）公司监事

公司监事会成员列表如下：

姓名	性别	职务	任职期间
闫付玉	女	监事会主席	2015年6月15日至2018年6月14日
郑瑶	女	监事	2015年6月15日至2018年6月14日
喻文东	男	职工监事	2015年6月15日至2018年6月14日

1、闫付玉，女，1987年2月出生，中国籍，无境外永久居留权。2009年6月，毕业于四川音乐学院，学士学位；2009年11月至2014年1月，任中视典数字科技有限公司市场部经理；2014年2月至今，任泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司市场部副总监；现任公司监事会主席，任期三年。

2、郑瑶，女，1988年6月出生，中国籍，无境外永久居留权。2012年7月，毕业于黑龙江科技大学财务管理专业，学士学位。2013年1月至2013年10月，任创新科存储技术有限公司总裁秘书；2014年2月至2014年5月，任北京恒都律师事务所律师助理；2014年6月至今，任数位港湾科技（北京）有限公司总裁办职员；现任公司监事，任期三年。

3、喻文东，男，1987年7月出生，中国籍，无境外永久居留权。2008年9月，毕业于中国政法大学行政与管理学院法律专业。2008年11月至2009年2

月，任腾讯科技（北京）有限公司产品助理；2009年8月至2010年8月，任北京趣拿信息技术有限公司产品专员；2010年9月至2012年5月，任北京优视风尚汽车文化传播有限公司产品专员；2012年6月至2013年9月，任数位港湾科技（北京）有限公司产品经理；2013年10月至今，任泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司产品经理；现任公司监事，任期三年。

### （三）公司高级管理人员

公司高级管理人员列表如下：

姓名	性别	职务	任职期限
任威伦	男	总经理	2015年6月15日至2018年6月14日
金燕	女	董事会秘书 财务总监	2015年6月15日至2018年6月14日

1、任威伦，总经理，简历见本节“三、公司股权结构（二）股东情况”介绍。

2、金燕，财务总监、董事会秘书，简历见本节“六、公司董事、监事及高级管理人员情况（一）公司董事”介绍。

## 七、报告期主要会计数据及财务指标简表

项目	2015年5月 31日	2014年12月 31日	2013年12月 31日
资产总计（万元）	1,473.50	203.78	263.74
股东权益合计（万元）	1,145.57	91.04	238.31
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	1,145.57	91.04	238.31
每股净资产（元）	0.97	0.09	0.48
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	0.97	0.09	0.48
资产负债率（母公司）	22.26%	55.33%	9.64%
流动比率（倍）	15.63	1.67	9.89
速动比率（倍）	15.63	1.12	9.86
项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	432.28	130.66	205.73
净利润（万元）	-445.47	-647.27	-251.91

归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-445.47	-647.27	-251.91
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-445.47	-647.54	-251.91
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）	-445.47	-647.54	-251.91
毛利率（%）	8.32	45.49	53.11
净资产收益率（%）	-95.12	-526.20	-69.16
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	-95.12	-526.42	-69.16
基本每股收益（元/股）	-0.42	-0.91	-0.50
稀释每股收益（元/股）	-0.42	-0.91	-0.50
应收账款周转率（次）	27.56	10.01	24.20
存货周转率（次）	13.73	2.47	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-293.07	-613.17	-216.28
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.25	-0.61	-0.43

注：上表中净资产收益率、每股收益系按照《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的要求进行计算而得。

## 八、相关机构

### （一）主办券商

名称：国信证券股份有限公司

法定代表人：何如

住所：深圳市罗湖区红岭中路1012号国信证券大厦16层至26层

联系电话：0755-82130833

传真：0755-82133196

项目小组负责人：李丹

项目小组成员：罗洁、高一源、段雯雯、穆兰婷

### （二）律师事务所

名称：北京市国联律师事务所

负责人：许涛

住所：北京市海淀区知春路113号银网中心B座11层

联系电话：010-51660506

传真：010-62536183

经办律师：秦颖、陈烁

### （三）会计师事务所

名称：瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：顾仁荣

联系地址：北京市东城区永定门西滨河路 8 号院 7 号楼中海地产广场西塔  
3-9 层

邮政编码：100077

电话：010-88095588

传真：010-88091199

经办注册会计师：刘兴武、钱华丽

### （四）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

联系电话：010-58598980

传真：010-58598977

### （五）证券交易场所

名称：全国中小企业股份转让系统有限责任公司

住所：北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦

联系电话：010-63889513

## 第二节 公司业务

### 一、主营业务、主要产品或服务及其用途

#### （一）主营业务

鼎川物联是一家将移动互联网、云计算、大数据、物联网与现代制造业相结合，推动传统消费品企业成为在线企业，帮助品牌真正以互联网和物联网为载体，以云计算和大数据为手段促进产业升级的互联网企业，即“互联网+”消费品行业。

公司的主营业务是为品牌企业客户提供一整套基于『V 积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、数据服务和技术服务。品牌企业客户通过 V 积分平台将品牌促销费、广告费等资源转化成精准的消费返利和品牌活动，从而促进产品的线下销售增长。零售企业通过与 V 积分合作能够快速积累会员，促进零售增长。此外，还有少量配合消费大数据相关的物联网设备及系统的配套销售。

V 积分的核心价值在于帮助品牌企业与消费者建立直接的深度联接。品牌企业通过“V 积分平台”可以按照互联网 CPS 的方式进行消费者促销，**同时公司的 V 积分平台还可以帮助品牌企业收集以消费者为中心的精准的、实时的消费行为大数据（区别于以往统计的基于销售结果的数据），从而帮助品牌企业及时调整市场布局与策略，提高消费者忠诚度。**借助 V 积分平台所提供的消费者洞察监测数据，品牌企业可直观倾听消费者声音，了解消费者喜好，改变过去凭借企业自身对消费者主观认识而进行的半盲目组织生产过程。与此同时，消费者通过 V 积分手机 APP 和微信公众号，在购物的同时，通过上传购物小票、使用 V 积分虚拟会员卡或扫描商品上的唯一二维码获得促销返利，形成消费惯性，享受消费乐趣。



## （二）主要产品或服务及其用途

公司的主营业务是为品牌企业客户提供一整套基于『V 积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、数据服务和技术服务。品牌企业客户通过 V 积分平台将品牌促销费、广告费等资源转化成精准的消费返利和品牌活动，从而促进产品的线下销售增长。零售企业通过与 V 积分合作能够快速积累会员，促进零售增长。此外，还有少量配合消费大数据相关的物联网设备及系统的配套销售。

### 1、基于 V 积分平台的营销服务、技术服务和数据服务。

公司的『V 积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』为品牌企业客户提供的一整套服务包括：①基于 V 积分平台的品牌消费者促销服务；②基于 V 积分平台的企业促销活动技术服务；③基于 V 积分平台的品牌大数据采集服务；④ V 积分消费者大数据中心。具体见下图：



(1) 基于V 积分平台品牌消费者促销服务

消费者通过V积分手机端应用（手机APP和微信公众号）了解到不同品牌的促销活动，在超市等零售终端购买相关产品后上传购物小票、使用V积分虚拟会员卡或扫描二维码，V积分平台通过后端数据中心“数据比对引擎”对用户消费记录与数据库促销列表进行比对，确认该用户是V积分品牌客户的消费者，从而将品牌企业在V积分平台设定的消费者促销奖励给到该消费者。品牌也可以通过V积分平台提供的符合消费品营销特点的促销模板进行深度的消费者互动，提高品牌复购和忠诚度。

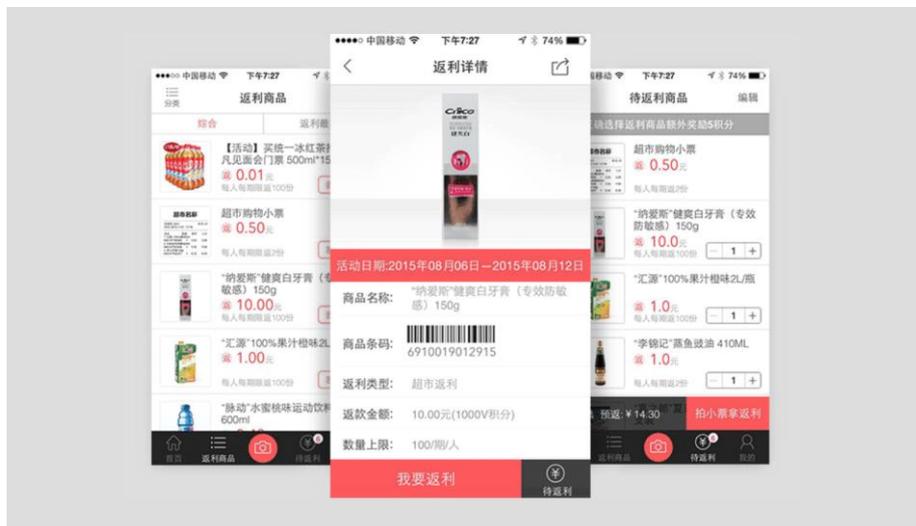


公司主要对标的境外企业是Points.com和AIMIA集团，但在市场导入期，基于便于市场接受等考虑，公司在V积分市场开发的初期与B端客户签署协议时

并没有明确积分销售，而是把这块业务当做促销服务来向客户提供。随着公司客户及消费者会员数量积累到一定量级以及公司客户对于公司业务模式的理解和接受度越来越高，并且伴随着公司该项业务的不断强化和业务模式的明确，公司不断对合同条款进行了强化和升级。目前，公司已逐渐确立了积分销售这一业务模式。在该模式下，品牌企业与公司签订合同，加入到V积分平台的“V积分超市返利联盟”成为V积分平台的企业客户（B端），公司的B端客户可以根据促销推广预算，在服务期开始前分期支付给公司相应金额的促销费用用于购买公司的V积分平台上的“V积分”以及相关的服务，公司在收到促销费用后扣除促销服务费及相关税费为客户在“V积分平台”上充值相应数量的积分，并存入B端客户在公司V积分平台的账户里。品牌企业客户按照自己的决策进行促销配置，配置的内容包括返利商品的种类及数量、返利的力度、返利的期间、返利的地点等。此外，公司的“V积分”不会过期，尚未通过消费积分系统返还给消费者的积分，品牌厂商可在下一促销期使用，直到积分全部配置给消费者。

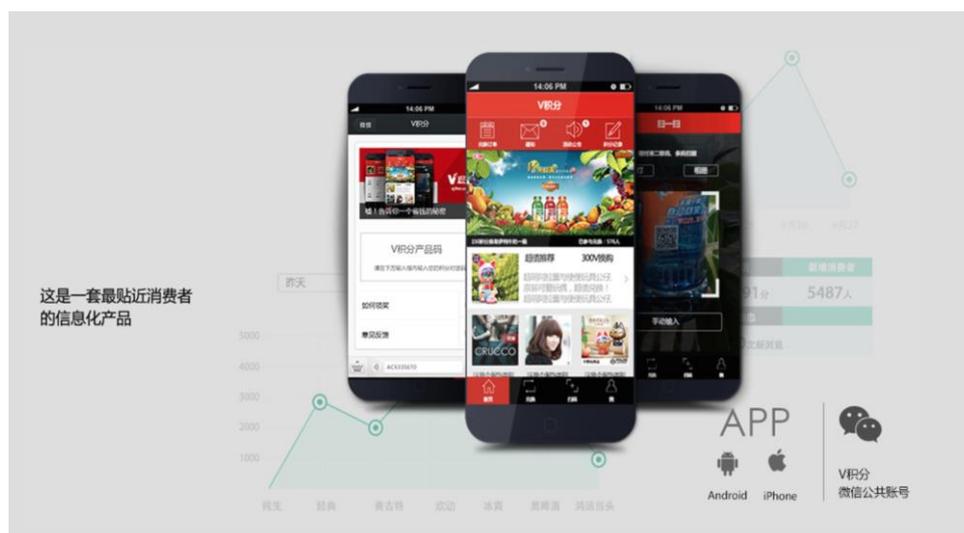
## （2）基于V积分平台的企业促销活动技术服务

目前消费品行业品牌企业大多尝试建立自己的消费者关系管理系统用以开展产品的营销、促销活动。然而对于这些企业来说，开发一个属于自己的消费者关系管理系统不仅技术上有很大的难度而且往往要耗费几百上千万的研发经费。针对这一市场现状，公司适时的推出了基于V积分平台的企业促销活动技术服务（SaaS服务），即品牌企业只需按月、季、年等服务周期支付额度不高的技术服务费，就可以使用V积分平台独立地进行消费者促销活动了。



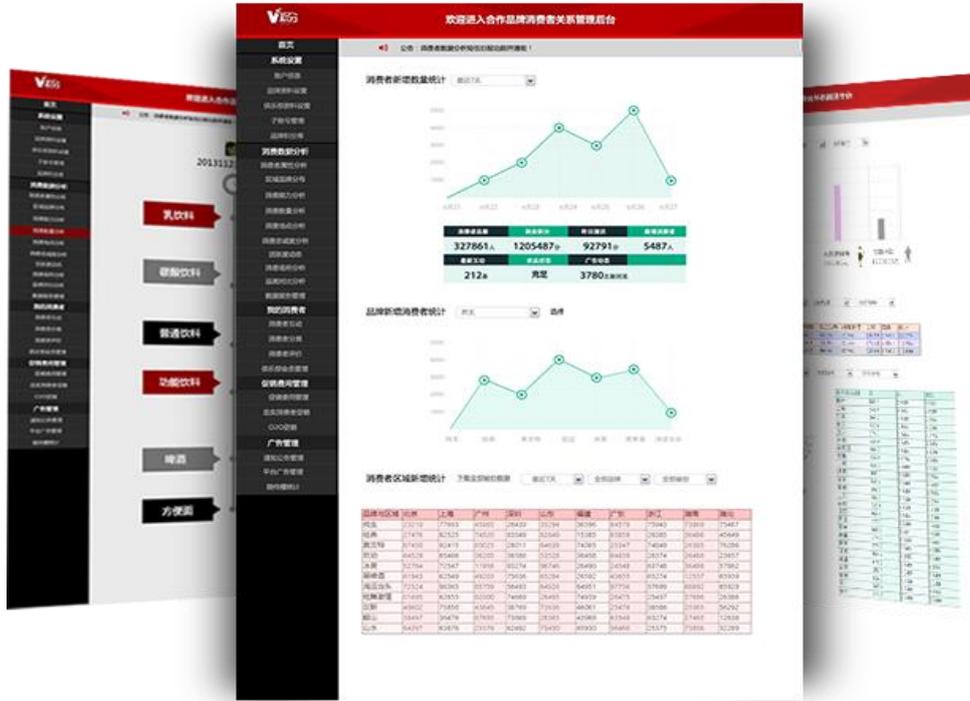
### （3）基于V积分平台的品牌大数据采集服务

广大用户通过V积分手机端应用（手机APP 和微信公众号）上传购物小票、使用V积分虚拟会员卡或扫描二维码的形式获得返利，与此同时公司帮助所服务的品牌企业收集、挖掘并建立消费者大数据，这些大数据包括消费者性别、年龄阶层、所属城市、购买能力、采购地点、采购区域、采购频次、关联商品、竞品采购情况、超市定价、消费喜好、采购转移等数十项动态指标，帮助品牌企业建立真正的基于消费者的品牌消费大数据。



### （4）以消费者为中心的品牌大数据技术服务（SaaS服务）

品牌及零售企业使用V积分前端应用（移动应用）和后端数据中心“消费者画像引擎”等系统平台（软件平台），进行动态的消费者互动和消费者洞察，在与消费者互动过程中深度展开消费者大数据研究，制定动态的、科学的营销策略。公司为品牌及零售企业提供公司自主研发的拥有全部知识产权的『V积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』帮助品牌实现上述价值。该平台以目前国内外逐渐成为主流服务收费形式的软件即SaaS服务(Software as a Service)的方式按月、季、年等服务周期收取额度不高的技术服务费。



## 2、基于消费大数据相关的物联网设备及系统配套销售

公司基于以V码模式开展V积分业务以及前期开拓市场的需要，还为客户提供基于消费大数据相关的物联网设备及系统的配套销售（例如激光赋码设备、油墨赋码设备、标签自动粘贴设备等）。

公司从成立伊始便确立了将移动互联网、云计算、大数据、物联网与现代制造业相结合，推动传统消费品企业成为在线企业的经营目标，即“互联网+”消费品行业。公司实际经营过程中按照“配套设备销售——V积分平台搭建——V积分平台的运营”的这一稳扎稳打步步为营的经营方式。因此在前期基于以V码模式开展V积分业务以及前期开拓市场的需要，还为客户提供基于消费大数据相关的物联网设备及系统的配套销售。

## 二、主要生产或服务流程及方式

## （一）内部组织结构图



公司在董事会的领导下，由总经理负责公司日常经营与管理。各职能部门的主要职能如下：

### 1、营销中心

营销中心下设销售部和市场部。销售部主要负责品牌客户的开拓与维护，吸引更多品牌客户（B端）加入到“V积分超市返利联盟”，最终实现共赢。市场部主要负责V积分品牌规划及对外的宣传推广，逐步拉近产品与消费者的心理距离。

### 2、运营中心

运营中心下设数据运营部、推广运营部、产品运营部、用户运营部、内容运营部。数据运营部主要通过对内部积累的消费大数据进行多层次多角度的立体分析，从而优化产品，逐步提升运营效率。推广运营部主要负责APP及微信产品的全渠道推广拉新活动，包括线下和线上等多种渠道。产品运营部主要通过买单、周期购、集贴花等各式活动，提高V积分会员的活性。用户运营部主要通过对用户的分析，实现吸引用户、留住用户，并逐步提高产品粘性。内容运营部主要结合当下热点与产品特点，依托软文、图文等内容形式完成V积分品牌的传播，提升品牌影响力，并间接实现新用户的拉新。

### 3、产品与技术中心

产品与技术中心下设产品部、技术部、用户体验部、视觉设计部。产品部主要负责V积分产品的规划、设计，并与技术紧密配合，实现产品落地。技术部主要负责V积分相关产品的技术开发，保证高可用。用户体验部以用户为中心，主要通过用户访谈等多种形式，不断打磨产品，进而提升V积分产品的用户体验感。视觉设计部主要负责各种视觉类产品的设计工作，例如APP和微信产品UI界面、各类宣传资料等。

#### 4、消费大数据中心

消费大数据中心下设快消品行业研究部、零售行业研究部、消费者研究部、数据技术部。快消品行业研究部主要负责及时掌握并分析快消品行业发展动态，结合V积分产品，洞察潜在机会与风险。零售行业研究部主要负责及时掌握并分析零售行业发展动态，结合V积分产品，洞察潜在机会与风险。消费者研究部主要研究消费者的各种消费行为，从多维度对消费者进行画像。数据技术部主要负责快消品行业消费大数据产品的研发工作。

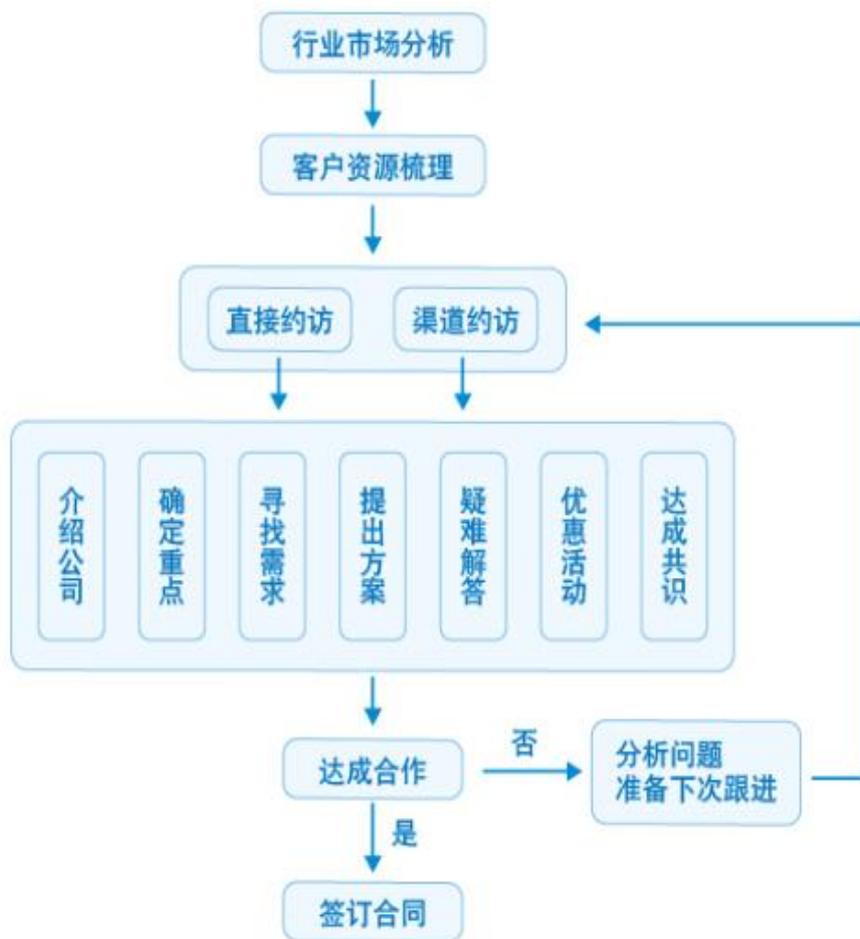
#### 5、管理与资源中心

管理与资源中心下设行政支持部、财务管理部、人力资源部。行政支持部主要负责公司日常行政事务类工作及知识产权类工作。财务管理部主要负责公司财务的统筹规划及具体财务类工作。人力资源部主要负责根据公司战略规则制定人力规划并落地执行，实现公司与员工利益的统一，使每位员工的价值最大化。

## （二）主要生产或服务流程及方式

### 1、主要业务流程

#### （1）商户拓展业务流程图



(2) 产品开发业务流程图



## 2、重要管理流程

### （1）战略管理流程

战略规划由公司管理层负责制定。公司管理层在每年的年中及年末组织公司战略规划及落地计划制定，市场动态及客户和消费者会员的需求始终作为此项管理活动的核心，以确保公司整体发展战略始终满足客户价值要求。

围绕组织战略业务执行计划，各大职能中心进行年/半年/季度/月计划分解，通过营销、产品技术、运营三大计划管控体系确保战略业务计划有序执行，及时纠偏和调整业务计划，适应市场变化和客户需求变动；公司行政支持部对各大职能中心制定的以季度/半年/年为单位的计划进行绩效对标、业绩评估，对发现的问题及时调整。通过绩效考评、运营计划管理，有效推动战略执行及业务计划落地和及时调整，促使组织战略健康发展。

### （2）营销管理流程

在营销管理中，公司建立了以行业专家为核心的售前专家团队，并采取售前工作量互评、售前工作模拟预演、行业研究保障在行业业务的领先，确保公司始终拥有行业洞察力，并与客户有效互动。

在商务工作中，公司采用项目管理的方式，定义销售项目阶段、商务客户关系阶段，制定项目推进管理流程，并严格按照阶段管理要义开展项目报备、关键阶段评审、市场分析等管理活动，确保方案的准确性和承诺的可行性。

在客户服务当中，公司建立了以营销中心为核心的实施运维服务团队，各个部门相互配合共同完成对客户的服务工作。

### （3）产品研发管理流程

公司严格参照 IPD 决策评审要求，设立有六个决策评审点和七个技术评审点。开发各阶段有评审和测试活动，确保产品开发成功。在生命周期管理阶段，收集平台B端客户及C端会员反馈的问题，及时分析改进，使平台能够充分满足客户及会员的需求。

### （4）支持体系管理流程

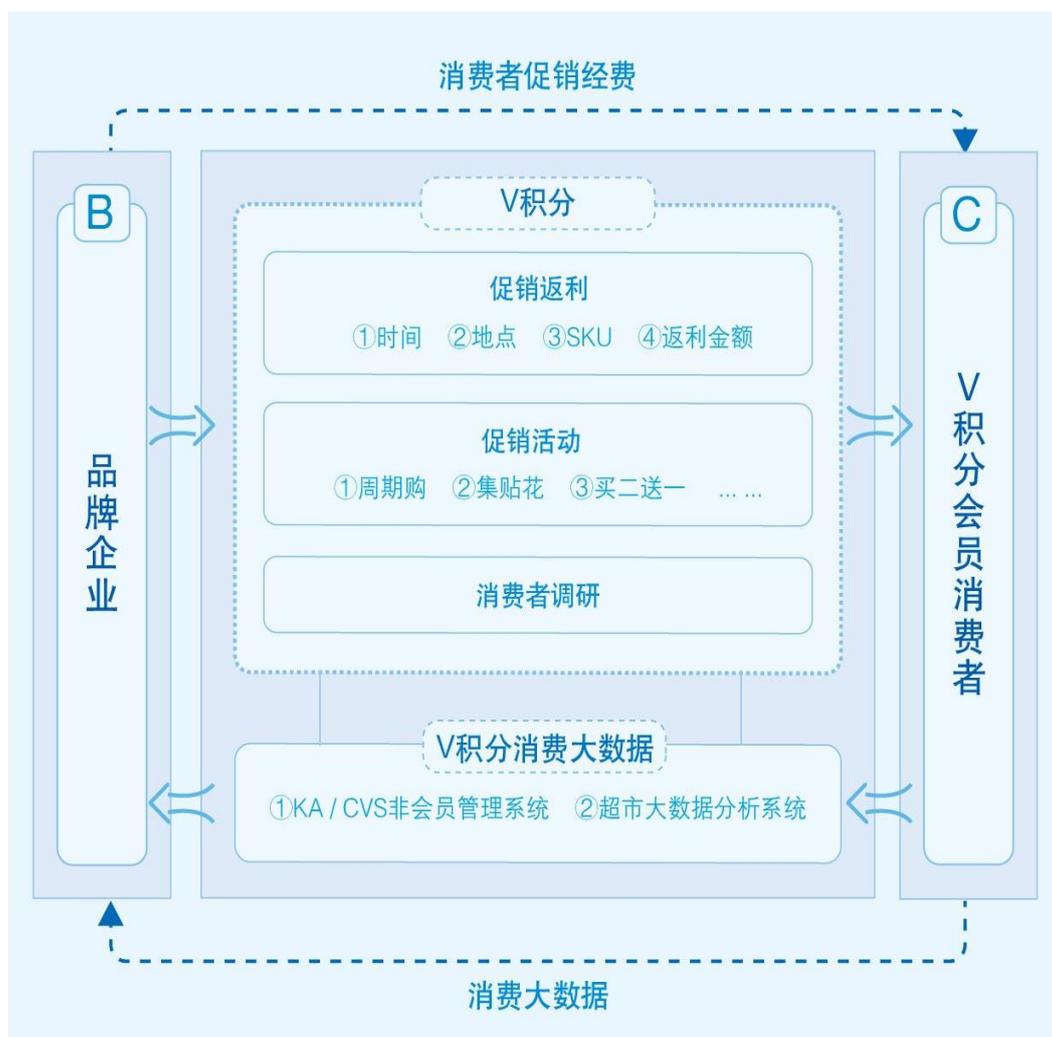
除了对具体运营业务进行管理外，公司还对整个运营体系的充分性、有效性和适宜性进行管理，公司贴近业务发展实际，适时组织包括进行各类管理体系的评审活动。

## 三、商业模式

公司的核心业务为『V 积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』，具体商业模式是以移动互联网为手段，以消费者为中心，通过小票和商品上的唯一的V码将消费品行业品牌企业和消费者联接起来，以返利驱动平台消费者会员（C端）参与，帮助品牌实现促销经费管理、消费者洞察和精准营销。

### （一）平台运营模式

公司的V积分平台的基本运营模式如下图：

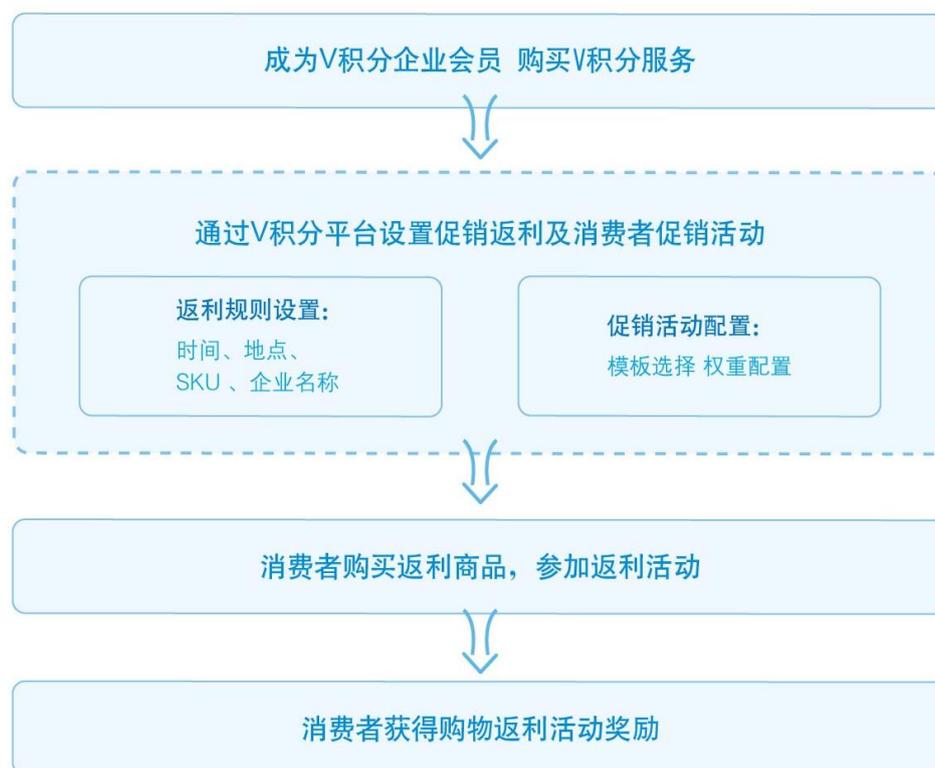


公司的V积分平台打造了一个B2C的闭环商业生态圈。在平台的B端，品牌企业通过加入V积分平台的“V积分超市返利联盟”，将消费者促销费用通过V积分平台直接给到消费者的手中。之所以说公司的V积分平台并不是一个简单的B2C平台，而是一个闭环商业生态圈是因为公司的V积分平台不仅可以给客户提供促销服务，而且可以给客户提供消费大数据服务，这一点从平台的C2B循环可以清楚的看到。在平台的C端，V积分平台消费者会员通过上传购物小票或者扫描商品上唯一的二维码（V码）到V积分平台的方式获得所购买的品牌商品的厂家在该平台所设置的返利额（即品牌企业所购买的公司的“V积分”），在这一过程中，公司的V积分平台便可以帮助品牌收集并建立以消费者为中心的消费大数据，这些消费大数据对于大多数属于传统行业的消费品品牌企业来说具有极大的意义。一方面这些消费大数据是线下消费大数据，这对于仍然主要以线下销售为主的消费品行业来说具有极大的指导意义。另一方面，这些消费大数据不同于消费品行业内传统的通过调研方式所取得的消费数据，它是基于真实的消

费结果的消费大数据，这些数据可以非常有效的指导消费品企业的生产经营活  
动。平台运营模式的详细描述如下：

## 1、V积分平台客户端（B端）运营模式

### (1) 平台促销服务的运营模式



品牌企业通过与公司签订服务合同成为V平台B端客户，购买V积分平台的服务。然后公司根据品牌企业客户的要求在V积分平台上设置促销返利的规则及配置促销返利活动。这样消费者在购买了返利商品并通过V积分平台参与了返利活动后，便可以得到品牌企业就该返利商品在V积分平台上所设置的返利金额了。以这种方式，企业的消费者促销费用可以直接给到消费者手中，避免了传统促销模式下的渠道截留费用，大大提高了促销效率。

此外，公司的V积分平台构建的是一种创新的“线上促销·线下购买”模式即O2O模式，消费者在V积分平台（APP和微信公众账号）看到品牌企业发起的促销返利和促销活动，通过线下购买商品，以消费凭证（小票或V码）参与到返利和促销活动中，形成线上促销，线下消费的模式。这一模式与目前消费品品牌企业普遍采用的“线上促销·线上购买”及“线下促销·线下购买”的模式相比

有以下优势：

a. 该模式用更高效的线上手段结合了当前占绝对大量的线下消费，形成了线上线下载效效应。

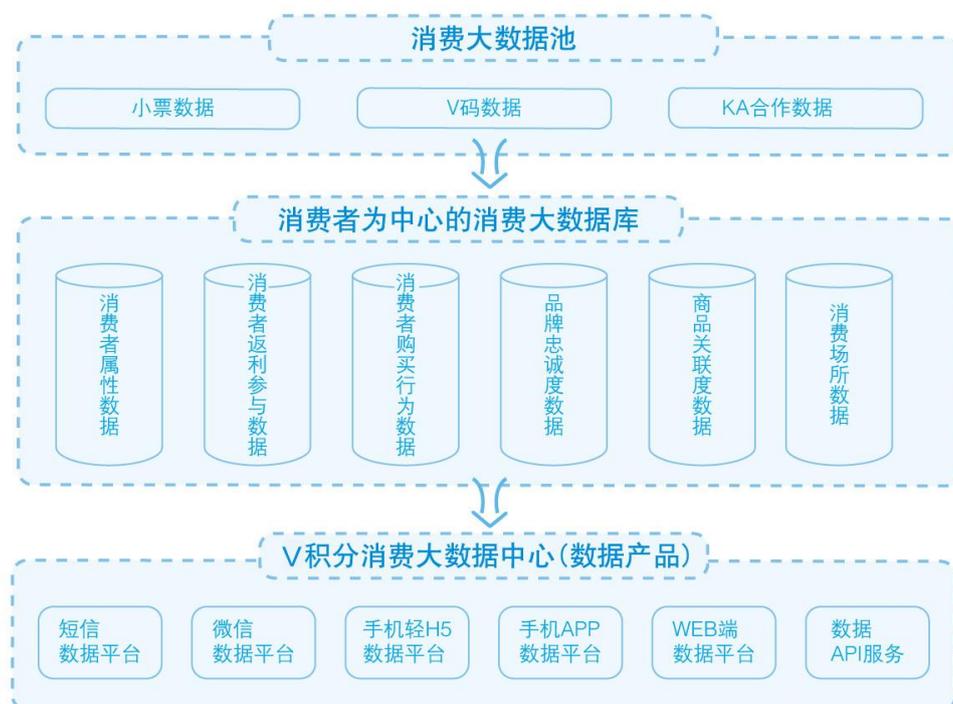
b. 该模式不仅可以帮助品牌企业客户实现促销价值，更重要的是它还可以有效的帮助品牌企业构建起消费者的线下消费大数据。

c. 该模式采用按效果付费的模式，即品牌企业只需以促销期间 V 积分平台返利给消费者的“V 积分”为基数支付促销服务费即可。

### （2）平台技术服务的运营模式

公司 V 积分平台服务摒弃了传统的软件厂商通过软件授权许可收取费用的运营模式，而是以目前国内外逐渐成为主流服务收费形式的软件即服务 SaaS (Software as a Service) 的方式按月、季、年等服务周期收取额度不高的技术服务费，将客户的购买习惯从一次性购买转变成为持续的服务付费，将与客户的关系从单纯的产品售卖关系转变为服务关系。这样企业也就不必支付动辄上千万的平台研发费了。

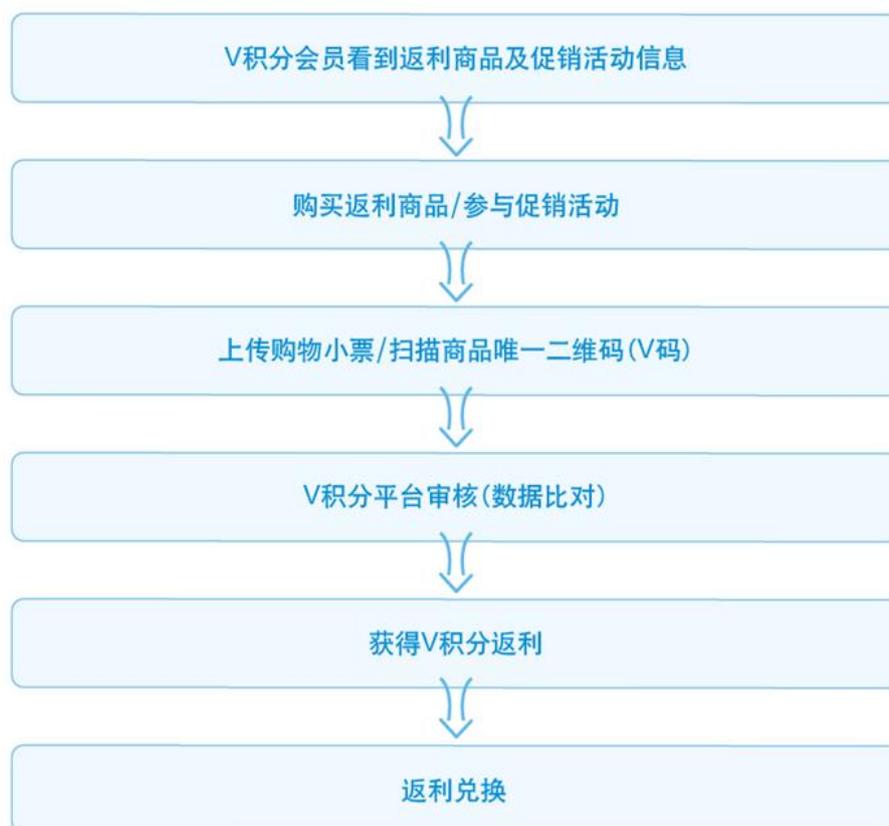
### （3）平台消费者大数据中心运营模式



公司的大数据中心的运营模式是：公司将通过小票模式收集到的小票数据，V 码模式收集到的 V 码数据，以及通过与 KA 进行合作所获得的数据汇聚成消费

大数据池，然后按照消费者属性，消费者返利参与数据、消费者购买行为数据等进行分析挖掘形成以消费者为中心的消费大数据库，最后公司将以分析挖掘的消费大数据结果为基础推出各种形式的数据产品，这些数据产品能够对品牌企业的生产及营销活动产生指导作用，从而可以提升企业的生产经营效率。

## 2、V积分平台消费者会员端（C端）运营模式



V积分平台的消费者会员端（C端）运营模式是：消费者注册成为V积分平台的消费者会员后，每次去购买消费品时，便可以登录V积分平台了解目前在进行促销活动的品牌企业。消费者在获悉了该品牌的促销活动，并且去销售终端购买了该返利商品后，便可以上传购物小票或者扫描商品上唯一二维码（V码）到V积分平台。V积分平台会对消费者会员提供的数据与平台的促销数据库进行数据比对确认该消费者会员购买的商品是否是返利商品，确认后将会将相应的“V积分”返利到消费者会员的账户中，这样消费者便获得了品牌企业在公司的平台上所设置的返利。当消费者的会员账户中的“V积分”的数额达到一定的数量时，便可以用它来兑换话费了。

V 积分平台消费者会员是公司的商业活动得以开展的重要资源，是公司为品牌企业客户提供的消费者促销服务的促销对象，同时也是公司的消费大数据采集的来源，是公司的主要业务开展所围绕的中心，因此对公司的发展有着重要的意义。目前，公司主要通过“线上+线下”的模式增加 V 积分平台消费者会员的数量，一方面公司通过分众传媒等传媒公司进行线上广告，以吸引更多的消费者使用 V 积分平台，成为 V 积分平台的用户。另一方面公司委派地推人员在各大超市开展地推拉新活动来增加 V 积分平台的消费者会员的数量。同时公司还不断加大新技术的研发投入、及时跟进互联网技术的革新，以满足用户新的、更广泛的需求，并不断改进用户体验，以达到间接拉新的目的。

## （二）销售模式

在销售模式上，公司目前主要是采取直销模式，但公司也在积极拓展渠道代销模式，未来公司将会形成直销与代销相互配合的销售模式。

在直销模式下，公司的销售部的工作人员直接与消费品行业的品牌企业或者大型零售商等客户进行面对面的协商谈判或者电话协商的方式对公司的产品及服务进行营销。

未来在代销模式下，公司和专业性的消费品行业的咨询公司等机构签署合作协议，利用这些专业性的消费品行业的机构在消费品行业内的资源来销售公司的产品和服务。

## （三）收入模式

公司主要通过提供以下的产品和服务实现收入：

1、基于『V 积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、技术服务和数据服务

公司利用自主研发的“V积分平台”为品牌企业客户提供营销服务、技术服务和数据服务来实现收入。具体来说：

（1）公司基于V积分平台帮助品牌企业客户将促销资源直接配置到消费者，公司通过收取客户的用于兑换“V积分”的消费者促销费用的方式实现收入。（2）公司基于V积分平台为品牌企业客户提供促销服务，通过向客户收取客户通过公司的V积分平台发放给消费者的促销返利（即C端消费者获取的“V积分”）的一

定比例作为促销服务费来实现收入。

(3) 公司通过为品牌企业客户以SaaS（软件即服务）的方式提供平台技术服务并收取技术服务费的方式实现收入。

(4) 公司基于V积分平台为品牌企业提供以消费者为中心的消费数据采集和建立品牌消费大数据并收取数据采集及数据服务费的方式实现收入。

报告期内，V积分平台的收入主要来自B端客户的促销费用。

## 2、销售基于消费大数据相关的物联网设备及系统

公司通过向客户销售基于消费大数据相关的物联网设备及系统（例如激光赋码设备、油墨赋码设备、标签自动粘贴设备等）的方式来实现收入。

# 四、与公司业务相关的关键资源要素

## （一）产品或服务所使用的主要技术

### 1、V积分智能票据识别引擎

V积分智能票据识别引擎是一套通过对票据图像进行一系列特殊分析与计算处理后，成功提取票据图像中各种数据的完整引擎系统。票据识别的难点在于票据的纸张、打印方式、字体、格式及图片拍照效果等，不同的票据格式识别结果差异很大。V积分智能票据识别引擎通过精密算法及一套智能自我学习机制，不断适应新的票据模板，随着数据的增多，识别准确率不断提升。

### 2、V积分零售终端信息报告系统

V积分零售终端信息报告系统会将数据库中的不同超市的海量小票数据，以不同地域、不同时间、不同零售终端等信息进行分类，并按照区域、时间、终端、品牌、SKU等多种分类进行类聚，保存到V积分消费大数据库中，可实现随时洞察SKU在不同区域、门店的销售价格、销售增长量变化，以及竞争品牌的价格和销售增长量变化。并且该系统还可设定自动预警播报功能，帮助品牌随时掌控自己的产品和竞争品牌的产品在不同终端的销售信息。

### 3、V积分品牌促销模板库

消费品品牌企业受到渠道商和零售商的区隔，无法面对最终消费者展开灵活多变的促销。大多数促销工作必须依赖零售商展开。在V积分平台上，品牌通过V积分与消费者建立了联接，打破了促销场地的限制，成功将消费品品牌的促销

活动（Offline）转移到了线上（Online）。品牌企业通过 V 积分平台提供的集贴花、周期购、组合促销等多种形式的促销模板，自主在后台进行灵活配置，随时开展促销活动。V 积分针对上述常用的促销活动开发出了一系列的活动模板库，供各品牌企业选择。

#### 4、V积分消费者画像系统

当一名消费者通过小票或 V 码上传信息达到一定数量后，V 积分消费者画像系统会根据该消费者购买产品的特点、金额、时间等多种信息，对消费者的行为、喜好、购买能力、家庭特征等进行画像。对大量会员消费者的消费行为进行画像之后，很容易形成消费者组群。通过分析消费者组群能够高效地帮助品牌企业精准找到目标消费者。

#### 5、V积分消费者兴趣匹配系统

V 积分消费者兴趣匹配系统是在上述消费者画像系统的基础上，结合消费者属性分析，将 V 积分会员用户的性别、年龄、常驻区域、消费能力、消费频次、家庭组成、消费兴趣等多维度信息进行深入分析，通过消费者兴趣匹配智能引擎，自动将商品（促销及广告信息）与消费者的兴趣进行关联匹配，从而真正实现商品信息与目标人群的精准匹配，定向推送。

## （二）研发情况

### 1、研发部门设置及人员情况

作为一家互联网公司，公司非常重视研发方面的专业性配置和资源投入。在研发部门设置上分为产品和技术两条线。产品部门包括首席产品经理、用户端(2C)产品经理、客户端(2B)产品经理、用户体验师等多个专业性岗位；技术部门分为手机 iOS 端开发团队、手机 Android 端开发团队、H5 移动端开发团队、后端开发团队、数据接口开发团队、数据库开发团队、测试工程师团队等多个专业团队；产品技术部还设有独立的用户体验和视觉设计团队；此外公司还会根据开发任务的需要，弹性的使用各类外协开发和测试力量。当前，公司的研发人员 14 人。

### 2、研发投入

在报告期内，公司各期的研发费用支出额及占收入的比重情况如下表：

期间	研发支出金额（元）	占收入比重
2015 年 1-5 月	1,055,792.07	24.42%

2014 年度	2,086,464.40	159.68%
2013 年度	1,088,390.48	52.90%

### （三）主要无形资产情况

#### 1、专利

截止本公开转让说明书签署之日，公司尚未申请相关专利。

#### 2、软件著作权

截至本公开转让说明书签署之日，公司拥有 15 项软件著作权，具体情况如下：

序号	著作权人	名称	证书编号	首次发表日	取得方式
1	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	Vjifen 消费积分活动管理系统 V1.0	软 著 登 字 第 0833710 号	2014 年 06 月 18 日	原始取得
2	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	Vjifen 消费积分返利管理系统 V1.0	软 著 登 字 第 0834578 号	2014 年 06 月 09 日	原始取得
3	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	Vjifen 消费积分客户管理系统 V1.0	软 著 登 字 第 0826394 号	2014 年 06 月 09 日	原始取得
4	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	Vjifen 消费积分业务支撑管理系统 V1.0	软 著 登 字 第 0840384 号	2014 年 06 月 02 日	原始取得
5	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	V 积分手机应用软件（android 版）V1.0.0	软 著 登 字 第 0927357 号	2014 年 11 月 28 日	原始取得
6	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	V 积分手机应用软件（ios 版）V1.0.0	软 著 登 字 第 0927561 号	2014 年 12 月 17 日	原始取得
7	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	Vjifen 消费积分数据分析系统 V1.0	软 著 登 字 第 0838423 号	2014 年 05 月 22 日	原始取得
8	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	Vjifen 消费积分业务支撑管理系统 V1.0	软 著 登 字 第 0840384 号	2014 年 06 月 02 日	原始取得
9	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	Vjifen 消费积分品牌管理系统 V1.0	软 著 登 字 第 0834713 号	2014 年 06 月 02 日	原始取得
10	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	V 积分票据识别引擎系统 V1.0	软 著 登 字 第 1040884 号	2015 年 04 月 06 日	原始取得

11	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	V 积分消费者画像系统 V1.0	软著登字第 1107553 号	2015 年 08 月 19 日	原始取得
12	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	V 积分消费者兴趣匹配系统 V1.0	软著登字第 1107549 号	2015 年 08 月 19 日	原始取得
13	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	V 积分品牌促销模板库系统 V2.0	软著登字第 1106525 号	2015 年 07 月 10 日	原始取得
14	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	V 积分票据信息弹性采集系统 V1.0	软著登字第 1107620 号	2015 年 06 月 29 日	原始取得
15	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	V 积分零售终端信息报告系统 V1.0	软著登字第 1107334 号	2015 年 08 月 05 日	原始取得

### 3、著作权

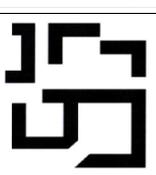
截至本公开转让说明书签署之日，公司拥有1项著作权，具体情况如下：

序号	名称	著作权人	登记号	登记日期	创作完成时间	首次发表时间
1	V 积分标识	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	国作登字-2015-F-00229593	2015 年 10 月 10 日	2013 年 8 月 23 日	2013 年 8 月 23 日

### 4、商标

截至本公开转让说明书签署之日，公司拥有17项商标注册申请中，具体情况如下：

序号	申请人	商标	类别	申请号	申请日期
1	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司		第 36 类	16161115	2015.01.15
2	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司		第 35 类	16161114	2015.01.15
3	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司		第 42 类	16161121	2015.01.15
4	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司		第 38 类	16161120	2015.01.15

5	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	Vjifen	第 36 类	16161110	2015.01.15
6	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	Vjifen	第 35 类	16161109	2015.01.15
7	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司		第 42 类	16161117	2015.01.15
8	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司		第 38 类	16161116	2015.01.15
9	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	Vjifen	第 38 类	16161111	2015.01.15
10	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	Vjifen	第 42 类	16161112	2015.01.15
11	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	V积分	第 9 类	16161108	2015.01.15
12	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	鼎川V积分	第 42 类	15416422	2014.09.25
13	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司		第 9 类	16161113	2015.01.15
14	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司		第 35 类	16161119	2015.01.15
15	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司		第 9 类	16161118	2015.01.15
16	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司		第 9 类	16161122	2015.01.15
17	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司		第 9 类	16161123	2015.01.15

## 5、域名

截至本公开转让说明书签署之日，公司共拥有 3 个域名，具体情况如下：

序号	域名	域名级别	权利人	取得方式	有效期限
1	vjifen.com	顶级国际域名证书	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	继受取得	2011-03-21 至 2018-03-20
2	dinglink.cn	中国国家顶级域名证书	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	原始取得	2012-09-12 至 2017-09-12
3	dinglink.com.cn	中国国家顶级域名证书	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	原始取得	2012-09-12 至 2017-09-12

## 6、房屋使用权

截至本公开转让说明书签署之日，公司房屋使用权的具体情况如下：

出租方	承租方	租赁地点	租赁面积	租金	租赁期限
杨京京	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	北京市东城区建国门内大街7号光华长安大厦2座8层822室	129.5平方米	30303元/月	2014-03-16 至 2019-03-15
金燕	泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司	北京市东城区建国门内大街7号光华长安大厦2座8层823室	220.2平方米	51526.8元/月	2015-07-01 至 2017-12-31

### （四）取得的业务许可资格或资质情况

在报告期内，公司取得的业务资质的情况如下：

截至本公开转让说明书签署之日，公司的主营业务是为品牌企业客户提供一整套基于『V积分•联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、数据服务和技术服务。品牌企业通过V积分平台将品牌广告费等资源转化成精准的消费返利和品牌活动，从而促进产品的线下销售增长。零售企业通过与V积分合作能够快速积累会员，促进零售增长。此外，还有少量配合消费大数据相关的物联网设备及系统的配套销售。公司业务开展过程中不涉及直接向终端用户提供语音信息服务（声讯服务）或在线信息和数据检索等信息服务的业务，亦不涉及通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动，无需

取得《增值电信业务经营许可证》、《网络文化经营许可证》等业务资质及相关备案，公司业务合法合规。

#### （五）环境保护、安全生产、质量标准

依据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业归属为 I64 互联网和相关服务；依据 2008 年 6 月 24 日环保部办公厅函环办函【2008】373《上市公司环保核查行业分类管理名录》，公司所处行业不属于环保核查重污染行业。公司业务所处行业不属于污染行业，不属于大规模排放废气、废水的企业，无需办理排污许可证。公司在报告期内也没有建设项目，不涉及环评审批手续、排污许可、建设项目的环评批复、环评验收等事项，无需取得相应的环保资质、履行相应的环保手续。

公司的主营业务不涉及安全生产问题，无需取得相关部门的安全生产许可，报告期内无建设项目，不存在建设项目安全设施验收事项。公司报告期内未发生安全生产方面的事故、纠纷、处罚。

公司为客户提供基于 V 积分平台的营销服务、技术服务、数据服务等，除了满足客户的要求外，并无行业统一的质量标准。公司按照客户要求完成相应服务，提供的服务也没有统一的质量标准。报告期内，公司不存在因质量标准不符合要求而与客户发生纠纷或被质量技术监督部门处罚的情形。

#### （六）特许经营权

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在特许经营权。

#### （七）公司主要生产设施

公司的主营业务是为品牌企业客户提供基于『V 积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、技术服务和数据服务，此外，还包括基于消费大数据相关的物联网设备及系统的配套销售。公司对外销售的物联网设备及系统配套均从对外采购，公司的主营业务不涉及生产环节。公司的主要生产设备为电脑和服务器等。

#### （八）公司员工情况

##### 1、员工人数及结构

工作种类	人数	比例	年龄结构	人数	比例	教育程度	人数	比例
管理人员	7	14.29%	40-50岁	1	2.04%	博士	1	2.04%
技术/研发人员	14	28.57%	30-40岁	15	30.61%	研究生	3	6.12%
营销人员	7	14.29%	30岁以下	33	67.35%	本科	20	40.82%
运营人员	6	12.24%				专科	19	38.78%
产品人员	5	10.20%				其他学历	6	12.24%
客服人员	6	12.24%						
职能人员	4	8.17%						
合计	49	100%	合计	49	100%	合计	49	100%

注：截至2015年5月31日，公司在职工49人，为45名职工缴纳了社会保险，为39名职工缴纳住房公积金（公司自2015年5月起开始为员工缴纳住房公积金）；其中未缴纳社会保险员工4名，未缴纳住房公积金的员工10名，原因如下：（1）其中1人为外籍人员，由于其正在办理相应证件，公司暂未为其缴纳社保、公积金；该外籍人员于2015年8月10日主动向公司提出离职申请，且于2015年9月10日与公司解除了劳动合同关系。（2）其中1人为农村户籍，已在其户籍所在地缴纳了新农合保险，未为其缴纳社保、公积金；（3）其中1人因个人原因，自愿放弃公司为其缴纳社保、公积金；（4）其中7人为试用期员工，公司未为其缴纳住房公积金，正在为其中1人办理社保手续。

## 2、核心技术（业务）人员情况

### （1）核心技术人员简介

李保城，参见“第一节公司概况六、公司董事、监事及高级管理人员情况（一）公司董事”。

冯利光，男，1981年8月出生，中国籍，无境外永久居留权。2004年7月，毕业于西安电子科技大学信息管理专业，大专学历；2004年7月至2008年3月，任万迅电脑软件（深圳）有限公司开发工程师、项目经理；2008年4月至2009年7月，任大展信息科技（深圳）有限公司系统分析师；2009年8月至2011年8月，任文思创新软件技术有限公司资深项目经理；2011年8月至2012年10月，任北京瑞友科技股份有限公司资深项目经理；2012年10月至2014年5月，任乐蜂网移动高级经理；2014年6月至今，任泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司技术总监。

杨雪敏，男，1987年7月出生，中国籍，无境外永久居留权。2011年7月，

毕业于吉林大学计算机应用软件专业，本科学历；2009年1月至2010年3月，任北京时代美兆数字科技有限公司技术工程师；2010年4月至2015年6月，任数位港湾科技（北京）有限公司技术工程师；2015年7月至今，任泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司技术工程师。

喻文东，参见“第一节公司概况六、公司董事、监事及高级管理人员情况（二）公司监事”。

#### （2）核心技术人员持有公司股份情况

报告期内，公司的核心技术人员未直接或间接持有公司股份。

#### （3）报告期核心技术人员重大变化情况

报告期内，公司的核心技术人员未发生重大变化。

#### （4）核心技术人员竞业禁止情况

报告期内，公司的核心技术人员不存在竞业禁止情况。

## 五、主营业务相关情况

### （一）主要产品或服务的营业收入情况

公司的主营业务收入情况如下：

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额（元）	比例	金额（元）	比例	金额（元）	比例
物联网设备	1,492,564.10	34.53%	1,289,529.96	98.69%	2,057,264.97	100.00%
V积分平台收入	2,830,188.57	65.47%	17,094.02	1.31%		
合计	4,322,752.67	100.00%	1,306,623.98	100.00%	2,057,264.97	100.00%

### （二）产品或服务的主要消费群体

#### 1、主要服务对象

公司的主营业务是为品牌企业客户提供一整套基于『V积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、技术服务和数据服务，此外，还包括基于消费大数据相关的物联网设备及系统的配套销售。公司主要客户群体是消费品行业的品牌企业。

## 2、报告期内各期前五名客户收入金额及其占当期销售总额比重情况

2015年1-5月：

客户名称	主营业务收入 (元)	占公司主营业务收入的比例
青岛啤酒股份有限公司	3,167,795.40	73.28%
金宇保灵生物药品有限公司	693,418.81	16.04%
北京二锅头酒业股份有限公司	461,538.46	10.68%
合计	4,322,752.67	100%

2014年度：

客户名称	主营业务收入 (元)	占公司主营业务收入的比例
北京燕京啤酒股份有限公司一分公司	478,632.51	36.63%
大连鑫玉龙海洋珍品有限公司	263,888.89	20.20%
青海黄河嘉酿啤酒有限公司	222,222.23	17.01%
北京青岛啤酒三环有限公司	222,222.22	17.01%
江苏新美星包装机械股份有限公司	102,564.11	7.85%
合计	1,289,529.96	98.70%

2013年度：

客户名称	主营业务收入 (元)	占公司主营业务收入的比例
青岛啤酒股份有限公司	1,261,538.47	61.32%
诺兰特移动通信配件（北京）有限公司	703,418.82	34.19%
浙江致中和实业有限公司	92,307.69	4.48%
合计	2,057,264.98	100.00%

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、持有公司5%以上股份的股东不在上述客户中占有权益。

**(三) 主要产品或服务的原材料、能源及供应情况**

## 1、原材料、能源及供应情况

公司的主营业务是为品牌企业客户提供一整套基于『V 积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、技术服务和数据服务，此外，还包括基于消费大数据相关的物联网设备及系统的配套销售。公司所需对外采购的主要是

物联网设备、技术开发、防伪码标签制作等。

## 2、成本构成情况如下

单位：元

成本要素	2015年1-5月	2014年度	2013年度
外购设备成本	1,363,093.30	695,476.93	964,713.67
V积分平台成本	2,599,811.20	16,745.30	-
合计	3,962,904.50	712,222.23	964,713.67

单位：元

成本要素	2015年1-5月	2014年度	2013年度
外购设备成本	34.40%	97.65%	100.00%
V积分平台成本	65.60%	2.35%	-
合计	100.00%	100.00%	100.00%

注：报告期内的V积分平台的成本为公司执行B端客户的合同待消费者兑换返利时支付的金额。

## 3、报告期内各期前五名供应商采购金额情况

2015年1-5月：

供应商名称	采购金额（元）	占当期采购总额的比例
北京天弘正讯科技发展有限公司	431,771.63	19.23%
北京华强嘉茂文化传播有限公司	369,315.05	16.45%
北京信欧天博营销策划有限公司	331,716.02	14.78%
沈阳奥捷科技有限公司	245,283.02	10.93%
北京中港彩色印刷有限公司	186,697.44	8.32%
前五名供应商合计	1,564,783.15	69.71%

2014年度：

供应商名称	采购金额（元）	占当期采购总额的比例
深圳市大族激光科技股份有限公司	1,113,076.92	37.49%
广州弥特智能科技有限公司	430,769.23	14.51%
北京爱维龙媒文化传播有限公司	179,213.03	6.04%
北京建安北庆科技有限公司	154,542.72	5.21%
北京比威勤思信安科技有限公司	150,582.52	5.07%

前五名供应商合计	2,028,184.43	68.32%
----------	--------------	--------

2013 年度：

供应商名称	采购金额（元）	占当期采购总额的比例
深圳市大族激光科技股份有限公司	937,350.43	100.00%
合计	937,350.43	100.00%

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、持有公司 5%以上股份的股东不在上述供应商中占有权益。

#### （四）报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及其履行情况

1、基于『V 积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、技术服务和数据服务的服务合同

##### （1）销售合同

客户名称	合同标的	合同期限	执行情况
北京统一饮品有限公司	基于 Vjifen 消费积分客户管理系统	2015.5.28 至 2015.7.22	执行中
北京绿伞化学股份有限公司	基于 Vjifen 消费积分客户管理系统	2014.11.1 至 2015.10.31	执行中
纳爱斯集团有限公司	基于 Vjifen 消费积分客户管理系统	2015.3.12 至 2015.12.31	执行中
北京市钱雨宝利商贸有限公司	基于 Vjifen 消费积分客户管理系统	2014.10.16 至 2015.10.15	执行中
青岛啤酒股份有限公司	基于 Vjifen 消费积分客户管理系统	2014.12.1 至 2016.11.31	执行中

##### （2）采购合同

供应商名称	合同标的	合同签订时间	执行情况
北京零壹智慧科技有限公司	软件开发	2014.12.12	执行完毕
沈阳奥捷科技有限公司	软件开发	2015.1.1	执行中
北京天弘正讯科技发展有限公司	软件开发	2014.12.2	执行完毕
北京中港彩色印刷有限公司	防伪标签印刷	2014.12.24	执行完毕
北京华强嘉茂文化传播有限公司	V 积分推广服务（劳务采购）	2014.10.27	执行完毕

2、基于大数据的物联网设备销售合同

##### （1）销售合同

客户名称	合同标的	合同期限	执行情况
南宁青岛啤酒有限公司	Dinglink3000 激光赋码设备（标准版）	2013. 6. 15 至 2014. 6. 14	执行完毕
诺兰特移动通信配件（北京）有限公司	激光赋码机	2013. 6. 27 至 2013. 8. 12	执行完毕
金宇保灵生物药品有限公司	防伪防窜货追溯系统	2014. 4. 29 至 2015. 4. 29	执行完毕
北京燕京啤酒股份有限公司一分公司	激光打码机 (HANS20BY, HANS36KB)	2014. 3. 7 至 2015. 3. 7	执行完毕
北京二锅头酒业股份有限公司	激光赋码机	2013. 12. 23 至 2014. 6. 22	执行完毕
青岛啤酒（珠海）有限公司	Dinglink3000 激光赋码设备（标准版）	2013. 4. 18 至 2014. 4. 17	执行完毕
北京青岛啤酒三环有限公司	光纤激光喷码机	2014. 2. 27 至 2015. 2. 26	执行完毕
北京青岛啤酒三环有限公司	Dinglink3000 激光赋码设备（标准版）	2013. 7. 25 至 2014. 7. 24	执行完毕

## （2）采购合同

供应商名称	合同标的	合同期限	执行情况
广州弥特智能科技有限公司	防伪防窜货追溯系统	2014. 5. 13 至 2015. 5. 12	执行完毕
深圳市大族激光科技股份有限公司	激光打标机 HANS36K (EMCC 卡, 直头)	2013. 4. 23 至 2014. 4. 22	执行完毕
深圳市大族激光科技股份有限公司	激光打标机 HANS36K (EMCC 卡, 直头)	2013. 4. 23 至 2014. 4. 22	执行完毕
深圳市大族激光科技股份有限公司	激光打标机 HANS20Y	2013. 7. 12 至 2014. 7. 11	执行完毕
深圳市大族激光科技股份有限公司	激光打标机 HANS36K (EMCC 卡, 直头)	2013. 4. 23 至 2014. 4. 22	执行完毕
深圳市大族激光科技股份有限公司	激光打标机 HANS36K-T	2014. 1. 9 至 2015. 1. 8	执行完毕
深圳市大族激光科技股份有限公司	激光打标机 HANS36K	2014. 1. 13 至 2015. 1. 12	执行完毕

## 六、公司所处行业概况、市场规模及行业基本风险特征

### （一）行业概况

根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订版），公司主营业务所属行业为“（I64）互联网和相关服务”；根据《国民经济行业分类指引》，公司所处行业属于“互联网和相关服务”下的“I6490--其他互联网服务”。公司的主营业务是为品牌企业客户提供基于『V 积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、技术服务和数据服务，此外，还包括基于消费大数据相关的

物联网设备及系统的配套销售属于其他互联网服务业的一个细分领域——移动互联网系统平台服务业。

## 1、行业所处生命周期

今年总理在两会上提出的互联网+的概念，一时间引起了各行各业的广泛关注，随着互联网技术的不断发展以及互联网对于人们生活的渗透程度的不断提升，传统企业急需转型已成趋势，不少传统行业的企业开始进军电子商务，与移动互联网相结合采取线上线下资源相统一的模式，对企业经营模式进行改革。

然而在全球经济一体化的社会，时代在进步，企业在创新，互联网的发展也是日新月异，所以传统行业的企业如果想在互联网市场争夺一块“香饽饽”，必须要进行自身的创新，迎合当下消费者的需求，调整产业链，做好价格控制，创建企业在行业中的良好品牌。目前国内大多数的品牌企业都在积极的尝试采取互联网的模式进行移动互联网和电子商务的结合。加速行业内产品创新，拓宽渠道布局，借助互联网及移动互联网平台进行精准营销。同时加强与消费者之间的沟通和互动，方便消费者第一时间了解企业内产品的信息，提高企业对市场变化的灵敏度从而可以及时有效的针对市场变化做出第一时间的回应。

因此，将移动互联网、云计算、大数据、物联网与现代制造业相结合，推动传统消费品企业成为在线企业，帮助品牌企业真正以互联网和物联网为载体，以云计算和大数据为手段促进产业升级的移动互联网系统平台服务业是一个具有高成长性的朝阳行业。

## 2、与行业上下游的关系

### （1）与上游行业的关系

移动互联网系统平台服务业的上游主要是构成互联网服务的基础设施一些软硬件厂商。硬件平台和工具平台软件是部署互联网服务软件的基础。包括处理器技术、存储技术、云计算技术、物联网技术在内各类技术的不断升级，都给移动互联网系统平台服务业的飞速发展带来更多的机遇。上述各细分领域内市场竞争较为充分，行业格局比较稳定，呈现价格稳中趋降、性价比逐年提高的趋势。

### （2）与下游行业的关系

移动互联网系统平台服务业的下游行业覆盖面较广。目前，国内移动互联网系统平台服务业的下游主要为电信、金融、能源、交通和政府等信息化程度相对较高的领域。近年来，这些领域在 IT 系统建设方面的投资保持着较高的增长

率，对移动互联网系统平台服务业的发展具有较大的拉动作用。未来，随着移动互联网的高性价比和精确营销优势逐步获得业内的认可，并且随着我国移动互联网用户规模的不断扩大、用户黏性的持续增强，预计越来越多的传统行业商户将使用移动互联网系统平台进行营销推广。

### 3、行业壁垒

行业发展初期的主要壁垒是互联网及移动互联网的技术能力，长期竞争的主要壁垒是移动数据的获取能力及移动数据的规模化处理能力。

#### （1）技术壁垒

移动互联网系统平台服务业技术水平较高、发展与更新速度较快，服务商需要具备较强的技术积累和技术持续研发能力，保持产品、服务技术的先进性，才能满足用户的需求。

#### （2）人才壁垒

互联网及移动互联网系统平台服务业要求从业人员既要熟悉传统的营销及促销理论、经验、方法，又要对移动互联网、移动互联网技术、移动互联网媒体具有深刻理解，同时还要对移动互联网用户的行为模式、生活习惯、心理特征等有深入了解。而由于移动互联网系统平台服务业的发展历程整体较短，加之上述各种因素影响，整体上移动互联网系统平台服务业专业人才一直处于较为紧缺的状态。在这一点上，介入移动互联网系统平台服务业领域较早，具有长期行业经验积累的优秀公司具有一定的先发优势。

#### （3）移动互联网系统平台的品牌壁垒

移动互联网系统平台对接的C端会员越多，品牌厂商的营销、促销活动可投放到的消费者就越多，其规模效应就越显著，增值服务和应用价值就越大。同时，由于移动互联网系统平台服务行业对自身品牌知名度的依赖度较大，移动互联网系统平台服务业企业需要建立起一定的市场知名度和美誉度，才能拥有更多的C端会员，才可以取得品牌厂商的信任。市场新进入者难以在短期内对接大量的C端会员，可能难以满足品牌厂商客户的营销、促销需求，新进入者的产品服务水准有待市场的检验，品牌知名度也有待进一步提高，新进入者需要有一定的积累后才能获得品牌厂商客户的足够的信任。

#### （4）资金壁垒

移动互联网系统平台的搭建和推广，需要大量的研发投入，且从搭建平台到

发挥整个平台的生态系统效应周期较长，需要持续不断的资金投入，需要大量的资金支持。

#### 4、行业监管

##### (1) 行业主管部门及监管体制

公司的主营业务是为品牌企业客户提供基于『V 积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、技术服务和数据服务，此外，还包括基于消费大数据相关的物联网设备及系统的配套销售。公司所处的移动互联网系统平台服务业为互联网和相关服务的细分行业，互联网和相关服务实行政府相关部门监督管理与行业协会自律监管相结合的监管体制，主要主管部门有中华人民共和国工业和信息化部、科技部、中国互联网协会以及各地互联网协会。

中华人民共和国工业和信息化部（简称工信部），其主要职责包括：制定互联网行业的产业政策、产业标准、产业规划，对行业的发展方向进行宏观调控，总体把握行业服务内容。工信部和省、自治区、直辖市电信管理机构，依法对互联网信息服务实施监督管理。

中华人民共和国科技部（简称科技部），其主要职能包括：研究提出科技发展的宏观战略和科技促进经济社会发展的方针、政策、法规；研究提出科技体制改革的方针、政策和措施；推动行业科技创新体系建设，提高科技创新能力。

中国互联网协会以及各地互联网协会是行业的自律性组织，主要作用是组织制定行业规定，维护行业整体利益，实现行业自律；协调行业与政府主管部门的交流与沟通；提高我国互联网技术的应用水平和服务质量，保障国家利益和用户利益；普及网络知识，引导用户健康上网；参与国际交流和有关技术标准的研究；促进我国互联网产业的发展，发挥互联网对我国社会、经济、文化发展和社会主义精神文明建设的积极推动作用。

(2) 目前互联网和相关服务涉及的主要行政法规、部门规章、规范性文件和相关政策如下：

序号	名称	主要相关内容
1	《中华人民共和国电信条例》（国务院于2000年9月25日以国务院令第291号发布）	明确了经营增值电信业务须经国务院信息产业主管部门或地方电信管理机构审查批准并取得增值电信业务经营许可证。

2	《互联网信息服务管理办法》（国务院于2000年9月25日以国务院令292号发布）	非经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动。从事非经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门办理备案手续。
3	《信息网络传播权保护条例》（国务院于2013年1月30日以国务院令634号修订）	条例规定每个机构或每位个别人士，透过信息网络向公众传播第三者的著作、作品、录音或录像产品，须向该等产品的合法版权拥有人取得许可并向其支付赔偿，相关法例或法规另有规定者除外。合法版权拥有人可采取技术性措施，以保护其透过信息网络进行传播的权利，任何机构或个别人士不能有意逃避、破坏或以其他方式协助他人逃避该保护措施，唯法例许可者除外。
4	《中国互联网络域名管理办法》（信息产业部于2002年9月30日以中华人民共和国信息产业部令24号发布）	对互联网域名管理、注册和争议进行规定，规定了提供域名注册管理和服务机构需具备的条件和申请流程。
5	《产业结构调整指导目录（2005年本）》（发改委于2005年12月2日以发改委第40号令发布）	将增值电信业务平台建设作为我国重点扶持的鼓励类产业。
6	《关于加快电子商务发展的若干意见》（国办发（2005）2号发布）	确立了加快电子商务发展的指导思想和基本原则，为加强电子商务政策、法律、市场环境的建设提出了建设性意见。
7	《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020年）》国务院于2006年2月7日以国发6号文发布）	提出发展信息产业和现代服务业是推进新型工业化的关键，并将“以应用需求为导向，以发展高可信网络为重点，重视和加强集成创新，开发支撑和带动现代服务业发展的技术和关键产品，促进传统产业的改造和技术升级”作为信息产业重要的发展思路。
8	《2006-2020年国家信息化发展战略》（国务院办公厅于2006年5月8日印发）	提出了推进国民经济信息化、推进电子政务、建设先进网络文化、推进社会信息化、完善综合信息基础设施、加强信息资源的开发利用、提高信息产业竞争力、建设国家信息安全保障体系、提高国民信息技术应用能力，造就信息化人才队伍的九大战略重点。
9	《电子信息产业调整和振兴规划》（国务院办公厅于2009年4月15日印发）	要求在信息服务、信息技术应用等领域培育新的增长点，加快培育信息服务新模式新业态
10	《关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》（国务院于2010年10月18日以国发（2010）32号文发布）	明确提出推进新一代移动通信、下一代互联网核心设备和智能终端的研发及产业化，互联网作为新一代信息技术产业的重要组成部分，是国家未来重点发展的新兴产业。

11	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》（第十一届全国人民代表大会第四次会议审议通过）	明确提高“全面提高信息化水平”，要求“加快建设宽带、融合、安全、泛在的下一代国家信息基础设施，推动信息化和工业化深度融合，统筹布局新一代移动通信网、下一代互联网、数字广播电视网、卫星通信等设施建设，形成超高速、大容量、高智能国家干线传输网络。推动经济社会各领域信息化，积极发展电子商务”。
12	《下一代互联网“十二五”发展建议意见的通知》（工业和信息化部、教育部、科学技术部、中国科学院、中国工程院、国家自然科学基金会于2012年研究制定，以发改办高技[2012]705号发布）	意见提出的目标为，“十二五”期间，互联网普及率达到45%以上，推动实现三网融合，IPv6宽带接入用户数超过2500万，实现IPv4和IPv6主流业务互通，IPv6地址获取量充分满足用户需求。
13	《互联网行业“十二五”发展规划》（工业和信息化部于2012年制定并发布）	推进服务业的现代化，完善互联网社会信息化服务平台，并强调在移动互联网、云计算、物联网、电子商务等领域的创新与融合。
14	《电子商务“十二五”发展规划》（工业和信息化部于2012年制定并发布）	指出电子商务是降低成本、提高效率、拓展市场和创新经营模式的有效手段，是满足和提升消费需求、提高产业和组织化程度、转变经济发展方式的重要途径，对于优化产业结构、支撑战略性新兴产业发展和形成新的经济增长点具有重要作用。

2013年8月1日，国务院以国发〔2013〕31号印发了《“宽带中国”战略及实施方案》，方案提出：到2015年，宽带应用水平大幅提升，移动互联网广泛渗透。网络与信息安全保障能力明显增强；到2020年，宽带应用深度融入生产生活，移动互联网全面普及，技术创新和产业竞争力达到国际先进水平，形成较为健全的网络与信息安全保障体系。不断创新宽带应用模式，培育新市场新业态，加快电子商务、现代物流、网络金融等现代服务业发展，壮大云计算、物联网、移动互联网、智能终端等新一代信息技术产业。

2013年8月14日，国务院以国发〔2013〕32号印发了《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》，意见提出：鼓励智能终端产品创新发展。面向移动互联网、云计算、大数据等热点，加快实施智能终端产业化工程，支持研发智能手机、智能电视等终端产品，促进终端与服务一体化发展。拓展新兴信息服务业态。发展移动互联网产业，鼓励企业设立移动应用开发创新基金，推进网络信息技术与服务模式融合创新。积极推动云计算服务商业化运营，支持云计算服务创新和商业模式创新。

2015年3月5日，十二届人大第三次会议，李克强总理在政府工作报告中提出，“制定‘互联网+’行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。

## 5、影响行业的重要因素

### （1）有利因素

#### ① 国家产业政策支持

互联网行业属于国家大力发展的新兴产业，是促进产业升级和结构调整的新动力，有望成为未来的支柱产业。国家从战略发展的角度，推进互联网行业的发展，相继出台了一系列的相关政策，从发展方向上的指引到具体政策和规划纲要的落实，均为行业的发展创造了良好的市场环境和政策环境。

#### ② 移动智能终端的普及

2014年，在智能手机应用环境趋好、用户规模化增长以及“千元智能机”热销的带动下，我国智能手机市场保持高速增长态势，全年销量达到7344.4万部，实现129.4%的增长。移动智能终端是公司业务的载体，伴随着中国移动终端的普及，智能手机与各个产业的结合日益紧密，相关的市场（移动终端的营销促销活动、广告投放、大数据收集和服务）份额也不断发展壮大。

#### ③ 传统促销效率低下，缺乏高效率促销平台

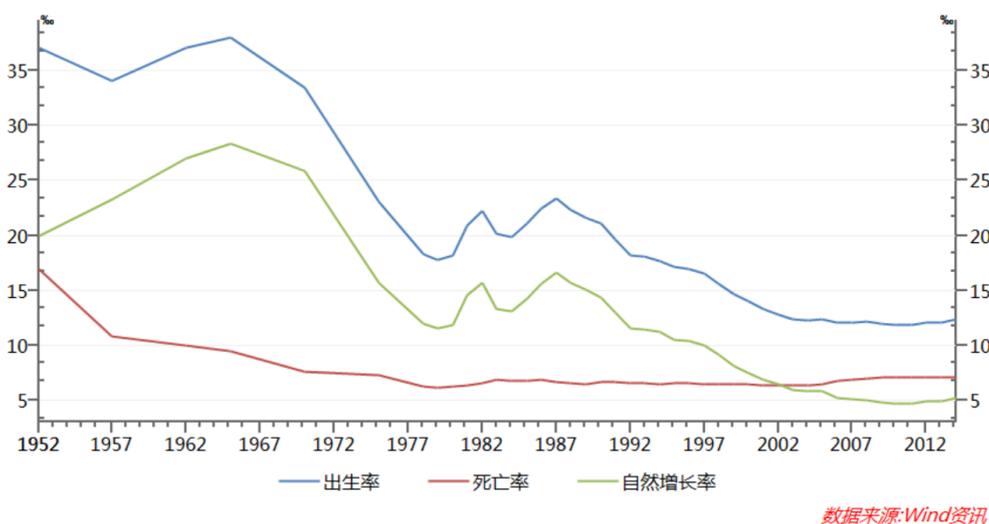
消费者促销费用绝大部分都花在传统促销品（例如，一箱牛奶捆一个盆）购买、促销活动执行上。手段和方式十分传统，服务效率低下，服务商非常离散。缺乏有效的集中式的消费者促销方式。消费者互动与促销方面缺乏创新。移动互联网系统平台服务业能够很好的解决这一在传统商业模式下难以解决的问题。

#### ④ 品牌商直面消费者数据的诉求

除耐用消费品以外的消费品由于受到渠道商和零售商的阻隔，无法和消费者建立直接的互动，很难像耐用消费品那样建立深度的CRM，分析消费者属性，洞察消费者行为和倾向，建立深度的消费者关系。更无法向互联网企业那样获得以消费者（用户）为中心的大数据。目前，大多数消费品品牌企业的所有消费者数据基本都是通过尼尔森和央视CTR这一类的调研公司获取，时效性低，成本高。品牌企业急需一种全新的能够高效精准的数据采集方式来建立品牌大数据。而移动互联网系统平台的灵活性很好的切合了这一要求。

### ⑤ 消费高峰的到来

第三次人口增长高峰时期已经过去将近三十年，这时期增长的人口已经逐渐成为消费的主力军，伴随着中国人均可支配收入的提高以及消费群体的扩大，中国消费品零售市场也有更好的机遇。



数据来源：WIND 资讯

### (2) 不利因素

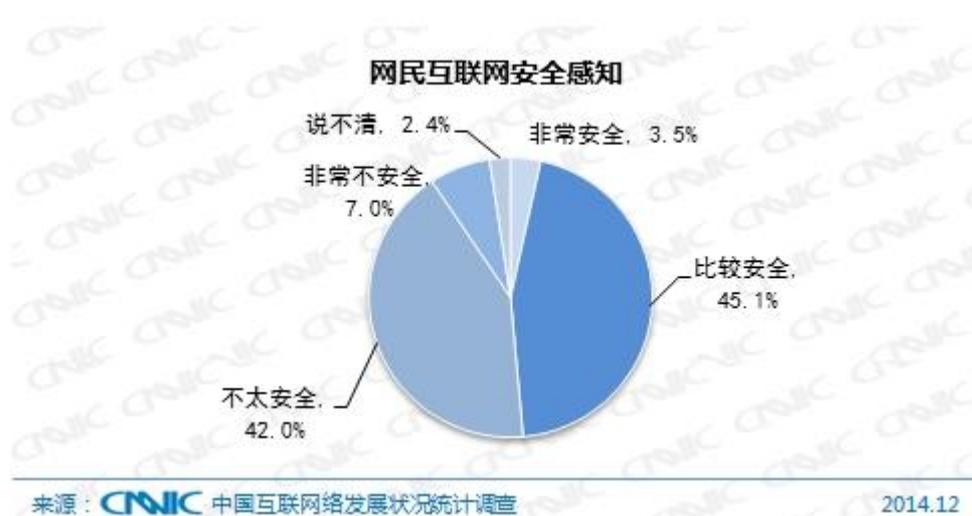
#### ① 互联网法律制度建设相对落后

我国网络经济方面的法制建设尚处于起步阶段，落后于互联网行业的发展需要，在知识产权保护、网络诚信建设、网络犯罪防范等方面缺乏强有力的法制约束和保障，这一定程度上影响了互联网行业健康有序地发展。

#### ② 网络运行安全系数较差

我国互联网发展迅速但网络安全管理相对滞后，管理薄弱而又拥有丰富网络资源的地方较易成为网络攻击的目标。从 2003 年起，网络攻击更加集中到一些商业站点、网络游戏服务器和中小型数据库，攻击者对具备商业价值的目标更有兴趣，盗取和贩卖被入侵公司的商业机密或程序代码的行为呈上升趋势。

网络安全同样也是大多数互联网用户关注的重点之一，2015 年 2 月第三十五次《中国互联网络发展状况统计报告》显示：49.0%的网民表示互联网不太安全或非常不安全。这也从另一侧面说明我国的网络安全状况比较脆弱。



数据来源：中国互联网络发展状况统计调查

因此，目前的网络安全问题在客观上阻碍了我国互联网行业的发展。

### ③ 意识传统和人才匮乏

从工业化走向信息化，从传统营销、促销方式走向互联网与移动互联网平台营销、促销方式，从现实世界走向虚拟世界，经济运行规则和运行方式发生了巨大改变，这需要观念、意识的重大转变；同时，我国有上百万个各类品牌企业，开展移动互联网系统平台服务需要大批专业人才。而传统观念的转变、信息化意识的培养以及专业人才队伍的建设是一项长期的任务，目前仍是制约我国移动互联网系统平台服务业发展的一个重要因素。

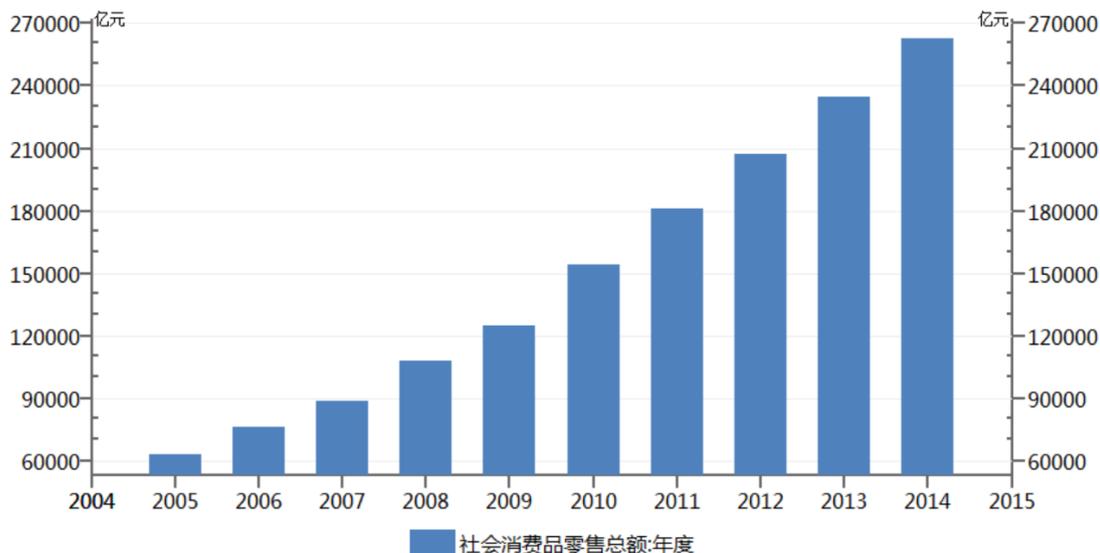
### ④ 行业竞争格局尚未确定

移动互联网系统平台服务行业因为发展前景广阔成为资本竞相追逐的热门，互联网巨头以及大量创业者都蜂拥而入，引发了激烈的竞争，移动互联网系统平台服务行业的洗牌与调整还在不断进行。只有在良性的生态圈中，真正提供符合客户价值的产品和服务，再加上精细化运营和强大的执行力的企业，才能推动移动互联网系统平台服务行业的良性快速发展。

## （二）市场规模

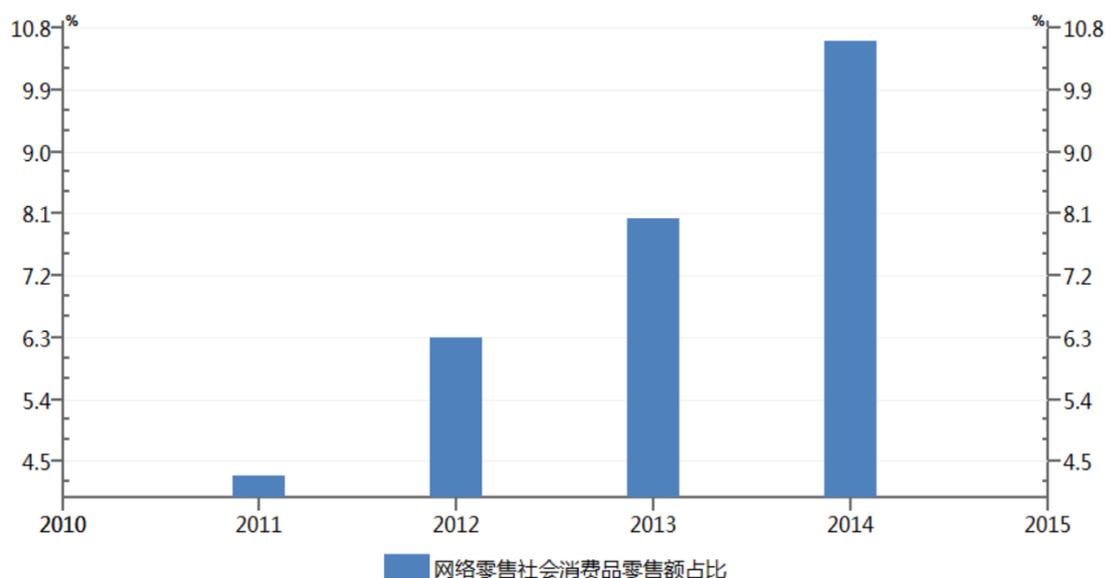
### 1、消费品行业的促销服务的市场状况

#### （1）社会消费品零售市场状况



数据来源：WIND

随着我国经济水平的不断提升，居民的人均可支配收入水平也越来越高，社会消费品零售总额也随之呈现出逐年上升的趋势，根据 WIND 行业数据发布的数据显示：我国社会消费品市场从 2005 年度的 63,686.60 亿元增长到了 2014 年度的 262,394.10 亿元。2013 年度、2014 年度的环比增长率分别是 13%及 12%。目前我国社会消费品总额环比增长率虽然有逐年放缓的趋势，但却一直处于两位数的增长水平。



数据来源：WIND

WIND 行业数据发布的数据报告显示：虽然网络零售社会消费品零售额占比

持续保持强势增长，从 2011 年的仅占 4.3% 增长到 2014 年的占比达 10.6%，给实体零售商带来极大的竞争压力，但目前消费品行业的主要的销售模式仍然是线下销售模式。

## （2）消费品行业企业对促销服务的需求状况

目前，并没有专门的研究机构或者研究报告针对消费品行业企业的促销服务市场进行研究。根据有关消费品行业的行业新闻及消费品行业从业人员的介绍来看。

由于消费品行业的客户大多具有低忠诚度特性，因此每年消费品品牌企业都会配置大额的促销费用在消费者促销活动中，以快速消费品行业为例，据不完全统计，快速消费品企业每年花在消费者身上的促销费用大约 1000 亿以上。并且最近几年由于消费品市场需求规模增长速度放缓，这一促销费用的数额呈现出持续增长的趋势。

消费品行业的促销模式主要是“线上促销·线上购买”模式和“线下促销·线下购买”模式。这两种模式都存在很大的不足，对于“线上促销·线上购买”模式来说，其促销的对象是线上的消费者，这对于主要客户群体仍然是线下消费者的消费品行业来说很难达到其促销目的。而“线下促销·线下购买”模式多见于在大中型卖场超市、小型连锁便利店社区店、百货商场内，都是通过各小型服务商直接为品牌企业及其经销商提供的促销品定制、采购，促销活动执行等完成。这种促销模式由于要经过渠道商及零售商环节，在每个环节往往都会造成一定的促销费用的截流，所以最终消费者获得好处往往比较低，从而使得促销效果大打折扣，并且在该模式下，消费者与品牌商往往是短接触而非非常联系。综上，消费品行业急需一种能够直接与线下消费者联接，以消费者为中心展开促销活动的促销模式来改善行业的促销状况。

## 2、公司所在移动互联网行业发展现状

### （1）移动互联网用户规模持续扩大

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）2015 年 2 月发布的《中国互联网调查研究报告》数据显示，截至 2014 年 12 月，我国手机网民规模达 5.57 亿，较 2013 年增加 5672 万人。网民中使用手机上网的人群占比由 2013 年的 81.0% 提升至 85.8%，手机网民规模超越传统 PC 网民规模。



数据来源：中国互联网调查研究报告

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）2014年8月发布《中国移动互联网调查研究报告》显示：我国手机网民手机上网黏性进一步增加。根据调查，87.8%的手机网民每天至少使用手机上网一次，其中，66.1%的手机网民每天使用手机上网多次。各类手机应用软件几乎覆盖了生活的各个方面，带给手机网民便利，增加了手机的使用黏性。



数据来源：中国移动互联网调查研究报告

随着智能手机的普及和移动应用的丰富，手机网民每天使用手机上网的时长不断增加。根据调查，我国手机网民中每天手机上网 4 小时以上的重度手机网民比例达 36.4%，相比 2013 年增加了 16.4 个百分点。其中，每天实时在线的手机网民在整体手机网民中占比为 21.8%。



数据来源：中国移动互联网调查研究报告

(2) 移动互联网对社会生活服务的渗透越来越高

随着二维码成为了众多手机应用的标配，其作为移动互联网的入口地位增强，用户使用率不断提升。根据调查，截至 2014 年 6 月，我国手机网民中使用二维码的比例为 42.1%。二维码方便快捷，备受手机网民喜爱，不仅成为网页访问、购物和社交等各类应用的重要入口，也成为各大企业重要的营销、促销方式，渗透至线下媒体和社会生活的各个场所，用户市场潜力较大。

对手机网民使用二维码的行为进行调查，发现二维码用户扫码行为主要集中在社交、购物和网站访问上，占比分别为 52.8%、42.3%和 37.4%。二维码的增长最开始源于微信等应用的带动，通过扫描添加好友、访问公众账号，初步培养用户使用二维码的习惯。随后，二维码逐渐拓展至更多场景，如购物、获取优惠券等，进一步强化了用户的使用习惯，成为连接线上线下商业模式的重要切入点。



数据来源：中国移动互联网调查研究报告

二维码简单直接的输入方式，适合移动互联网时代随时随地获取信息的特点，使其成为各大企业进行宣传营销的重要方式，用户也倾向于通过扫描各类媒介上的二维码来获取企业信息、产品信息和优惠活动等。对用户扫描二维码的媒介进行调查，发现对产品包装上的扫描最多，占比 58.0%。此外，用户对各传统媒体和户外媒体上的二维码扫描也较多，比例均超过 20%，这说明二维码使用无处不在，已成为各行业宣传营销、促销的重要手段。

随着智能手机的普及和移动应用的丰富，手机上网常态化特征进一步明显，手机网民使用手机上网的时长不断增加，使用频率也进一步上升。根据调查，我国每天上网 4 小时以上的重度手机网民占比达 36.4%，相比 2013 年增加了 16.4 个百分点。其中，每天实时在线的手机比例为 21.8%。87.8%的手机网民每天至少使用手机上网一次。其中，66.1%手机网民每天使用手机上网多次。

手机应用程序的丰富性，几乎覆盖了生活的各个方面，对社会生活服务的渗透进一步加大。例如，手机支付与消费者生活紧密结合，拓展了更多的应用场景，通过各类 APP 与社会服务广泛融合，如零售餐饮、生活缴费、大众理财等，带动移动电子商务高速发展的同时对手机网民影响程度加大。此外，手机地图、手机打车等移动应用与本地化服务相结合，成为连接线上线下的重要平台，对手机

网民的交通出行、娱乐餐饮带来较大便利，增加手机网民对手机应用的使用黏性，加大移动互联网对社会生活服务的渗透力度。

### (3) 移动互联网行业市场规模

移动互联网作为新兴产业，正在深刻影响人们的日常生活，移动互联网市场进入高速发展通道。

艾瑞咨询数据显示，2014 年第三季度中国移动互联网市场规模达到 515.6 亿元，环比增长 11.0%，同比增长 93.4%。

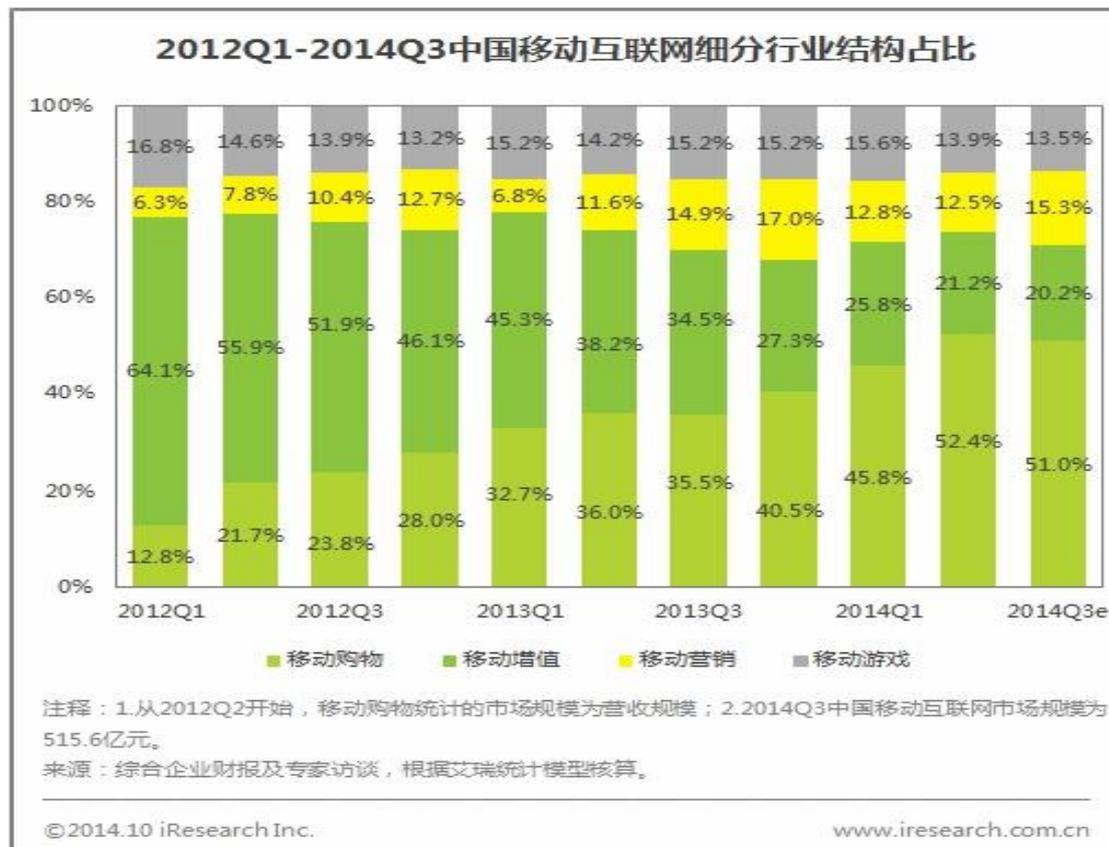
艾瑞咨询分析认为，2014 年第三季度中国移动互联网保持高速增长的主要推动因素有：第一，运营商大力推广 4G 智能手机，使得 4G 手机加速替代 3G、2G 和功能机，智能终端得到进一步普及；第二，移动网民规模持续增长，网民对移动服务的需求增强；第三，传统产业加紧利用移动互联网对自身业务进行提升，推动了移动互联网整体市场的高速发展。



数据来源：iResearch

艾瑞咨询数据显示，2014 年第三季度移动购物占比达到 51.0%，移动增值占比为 20.2%，移动营销占比 15.3%，移动游戏占比 13.5%。移动购物占据移动互联网经济半壁江山；移动增值进一步受到其他细分领域的排挤，占比持续降低；

由于移动广告平台开始出现分化，程序化购买产业链初步形成，新的移动广告投放方式刺激移动营销市场实现新的增长。



数据来源：iResearch

### （三）基本风险特征

#### 1、行业风险

作为一个新兴的产业，移动互联网系统平台服务市场整体还处于发展的初期。未来的爆发式增长还受制于整个移动互联网发展环境的限制，比如网络环境还在进一步完善中、传统企业对移动营销、促销的熟知度、移动互联网平台宣传促销方式的投入预算相对较小、行业监管体系有待完善等因素都是影响移动互联网平台系统服务行业发展的重要因素。

#### 2、市场风险

移动互联网系统平台服务行业正处在高速发展初期，大多数的平台客户即品牌企业对于移动互联网时代的营销及促销模式都在探索和尝试中。然而，移动促销的商业模式的建立和完善以及市场的拓展都需要大量而持续的资金投入，若企业的商业模式未能获得市场的认可，则大量的资金投入可能难以得到回报，并影

响到企业未来的持续经营。

### 3、技术革新风险

移动互联网是一个高速发展的行业，企业创新刻不容缓，只有不断加大新技术的研发投入、及时跟进互联网技术的革新，以满足用户新的、更广泛的需求，才能在激烈的市场竞争中保持竞争优势。公司现有业务的开展，在产品开发、信息挖掘及分析等方面对相关互联网技术有很高的要求，如果无法及时跟进互联网技术的革新，公司将可能面临技术水平落后、业务模式单一、产品服务缺乏亮点、运营成本高于竞争对手等风险，从而在一定程度上削弱公司的市场竞争力，对公司的盈利水平造成不利影响。

### 4、用户流失风险

移动互联网各种应用众多，个人用户选择的成本很低，如果公司不能持续改善用户体验，可能会导致平台 C 端消费者会员流失的风险。

### 5、互联网系统风险

互联网具有开放性，网络恶意攻击可能会引致整个网络瘫痪，网络基础设施故障和软件漏洞等也极大地制约着网络活动，网络商务急需建立更加可信、可靠的网络环境。公司必须通过互联网这个公共平台开展日常经营，因而面临着互联网的系统风险。

### 6、人员流失和技术泄密风险

移动互联网企业的核心技术研发不可避免地依赖专业人才，专业人才特别是核心技术人员的流失可能导致以专有技术为核心的核心技术流失或泄密，以及不能及时根据移动互联网行业涌现的新业务、新应用领域而革新技术，将使企业丧失竞争优势而对企业的经营发展造成不利的影响。

## （四）行业竞争格局

### 1、公司在行业中的竞争地位

在移动互联网系统平台服务行业，大型互联网巨头占据着绝对的市场份额，如微信公众号、微商店营销平台，阿里巴巴的手机天猫商城、手机淘宝平台，百度的直达号等。但公司的商业模式与其他大型互联网平台服务企业的商业模式区别主要在于：公司为客户提供的是平台促销服务，帮助传统的消费品行业品牌厂商规避传统促销方式中存在的促销渠道过长，从而引起的渠道截流费用较高，导

致促销效率低下的问题。另一方面，公司在为消费品行业品牌厂商提供平台促销服务的过程中基于 V 积分平台为客户提供数据采集及分析挖掘等增值服务，这对于消费品行业这一被普遍认为虽然会产生大量的大数据但是却难以进行有效的采集的传统行业来说是一个巨大的创新。从目前市场细分行业来看，专门做移动互联网平台促销服务的企业非常少，所以公司在目前的市场细分行业中具有非常大的先发优势。

## 2、公司竞争优势与劣势

### (1) 竞争优势

与传统的移动互联网平台服务公司相比，公司的竞争力主要体现在：

#### ① 模式竞争力

对于消费品企业来说，V 积分第一次将多品牌与线下消费者群体直接连接起来，帮助企业将促销资源用互联网的方式（CPS）便捷、高效、精准的配置给消费者，同时消费者也通过互联网的方式（UGC，用户产生内容）把自己的消费数据提供给 V 积分平台以帮助品牌建立起以消费者为中心的消费大数据。品牌和消费者的联接会创造无限的拓展机会。

#### ② 先发优势

公司在移动互联网平台促销服务行业这一细分领域具有先发优势①公司自主开发了 V 积分平台，该平台能够把品牌企业客户的促销费、广告费等资源在线上转化成精准的消费返利和品牌活动，从而促进品牌企业客户的产品线下销售增长。即公司的 V 积分平台打造了一种全新的“线上促销·线下购买”的 O2O 的促销模式，它不仅可以为品牌企业提供促销服务，而且可以提供消费大数据的采集及分析挖掘服务，具有较高的技术门槛；②公司的 V 积分平台目前已经积累了一定数量的 C 端消费者会员用户，并且该平台的用户呈现出不断加速增长的良好态势。

#### ③ 团队竞争力

V 积分的团队主要由三部分构成：一是来自宝洁、中粮、青岛啤酒等大型消费品企业的，经验较为丰富的营销人才；二是来自乐峰、当当、京东等大型电商企业的具有丰富行业经验的互联网技术和运营人才；三是来自尼尔森、央视 CTR 以及电商公司的大数据团队。上述三方面力量确保 V 积分这样一个“互联网+消费品”的创新模式能够高效率地开展。

## （2）竞争劣势

### ① 盈利模式过于单一

公司目前的盈利主要来源于销售基于消费大数据相关的物联网设备以及为消费品行业品牌企业提供基于 V 积分平台的促销服务的业务收入，盈利模式过于单一。

### ② 发展资金不足

为进一步增强市场竞争力，把握行业快速发展的时机，公司需要加强研发和销售队伍的培养，这些都需要大量的资本投入。公司作为具有较高技术含量的互联网企业，由于现阶段企业规模较小，收入规模较小，自有资金较少，公司业务发展的效率和速度将受到一定的影响。

### ③ 公司规模偏小、知名度有待提高

公司成立于 2012 年，成立时间较短，虽然公司的产品和服务不断改善，服务能力不断提高。但是公司在规模、知名度以及 C 端会员数量上，远远不如大型互联网平台服务公司。公司和产品的宣传力度不够，公司的营销推广力度有待提高。

## 3、公司采取的竞争策略及应对措施

针对公司目前存在的劣势，公司将从两个方面来进行改善：

### ① 开拓新的盈利模式

公司目前正在原有的盈利模式的基础上开拓新的盈利模式，例如：公司目前正在提供基于 V 积分平台的品牌企业的消费大数据的采集及分析挖掘服务，后期还将基于 V 积分平台提供以消费者为中心的精准广告传播服务等。

### ② 加大宣传推广的力度

针对目前公司的知名度不高以及公司所拥有的 V 积分平台的 C 端会员数量不足的问题，公司目前采取了“线上+线下”的模式来加大宣传推广的力度。一方面通过分众传媒等进行线上广告，用以提高公司及 V 积分平台的知名度；另一方面积极开展地推活动，委派地推人员去各大超市卖场进行拉新活动以增平台 C 端消费者会员的数量。

## 第三节 公司治理

### 一、公司三会建立健全及运行情况

#### （一）三会制度的建立健全及运行情况

公司成立之初，建立了股东大会、董事会、监事会和管理层“三会一层”的法人治理结构，并根据《公司法》、《公司章程》等规定及监管要求持续完善架构建设及运行机制。由于设立初期，公司的内部控制体系不够健全、规范治理意识相对薄弱，存在一些治理不规范的情形。

为进一步规范公司治理，公司完善了《公司章程》并制定了股东大会议事规则、董事会议事规则以及监事会议事规则，调整了董事会、监事会、经营管理层的人员设置，以不断促进股东大会、董事会、监事会和管理层的运行和沟通机制的完善。

《公司章程》明确了决策、执行、监督等方面的职责权限，形成了合理的职责分工和制衡机制：股东大会是公司的最高权力机构，公司制定了《股东大会议事规则》，确保所有股东，特别是中小股东享有平等地位，确保所有股东能够充分行使自己的权利；董事会是公司的决策管理机构，对公司治理机制的建立和监督负责，确立治理机制的政策和方案，监督治理机制的执行；监事会是公司的监督机构，对董事、总经理及其他高级管理人员执行职务的行为及公司财务状况进行监督及检查，向股东大会负责并报告工作。

公司股东大会、董事会及监事会依法独立履职，履行各自的权利、义务，三会召开程序严格依照《公司法》、《公司章程》和三会议事规则等规定，未发生损害公司股东、债权人及第三人合法权益的情形。

#### （二）上述机构和人员履行职责情况

公司上述机构的相关人员均符合《公司法》的任职要求，并能够按照《公司章程》及三会议事规则的要求勤勉、诚信地履行职责。

#### （三）董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

公司建立了由股东大会、董事会、监事会、管理层组成的比较科学规范的法人治理结构。公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事

规则》、《监事会议事规则》、《对外担保管理制度》、《对外投资融资管理制度》、《关联交易管理办法》及《总经理工作细则》等管理制度，健全了公司治理结构，完善了公司内部控制体系。

公司完善了股东保护相关制度，注重保护股东表决权、知情权、质询权及参与权，在制度层面切实完善和保护股东尤其是中小股东的权利。《公司章程》及《股东大会议事规则》对股东大会的召集、召开及表决程序、股东参会资格及董事会的授权原则做了明确规定，在制度设计方面确保中小股东与大股东享有平等权利；完善了《关联交易管理办法》等制度，对公司关联交易的程序及内容作了细致规定，进一步明确了关联股东及董事回避制度，确保公司能独立于控股股东规范运行。

公司董事会认为，公司现有的治理机制能够提高公司治理水平，保护公司股东尤其中小股东的各项权利。同时，公司内部控制制度的建立，基本能够适应公司现行管理的要求，能够预防公司运营过程中的经营风险，提高公司经营效率、实现经营目标。但随着国家法律、法规的逐步深化及公司经营的需要，公司内部控制体系仍需不断调整与优化，满足公司发展的要求。在未来的公司治理实践中，公司将严格执行相关法律法规、《公司章程》、各项内部管理制度；继续强化董事、监事及高级管理人员在公司治理和规范运作等方面的理解能力和执行能力。此外，公司还将注重发挥监事会的监督作用，督促董事、高级管理人员严格按照《公司法》及《公司章程》等相关规定履行职务、勤勉尽责，使公司规范治理更加完善。

## 二、报告期公司及其实际控制人受处罚情况

报告期内，公司及其实际控制人最近两年未发生重大违法违规及受处罚的情况。

## 三、独立运营情况

公司在资产、人员、业务、机构、财务方面与控股股东、实际控制人基本分开，具有独立、完整的业务体系及面向市场自主经营的能力。

### （一）资产独立情况

公司对其拥有的办公设备、知识产权等均具有合法有效的权利证书或权属证明文件，且均由公司实际占有、支配、使用。公司的资产产权清晰，且独立于控股股东、实际控制人的资产，公司在资产方面独立。

### （二）人员独立情况

公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生和任职，不存在控股股东超越公司董事会和股东大会做出人事任免的情形；公司的人事及工资管理与控股股东控制的其他公司及关联公司严格分离，公司的劳动、人事及工资管理完全独立。

### （三）业务独立情况

公司拥有完整的业务体系，建立了与业务体系配套的管理制度和相应的职能机构，能够独立开展业务，在业务上完全独立于控股股东和其他关联方，与控股股东、实际控制人以及其他关联方不存在同业竞争关系。

### （四）机构独立情况

公司机构独立，已建立了股东大会、董事会、监事会等完善的法人治理结构。自成立以来，公司逐步建立了符合自身生产经营需要的组织机构且运行良好，公司各部门独立履行职能，独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在机构混同、混合经营、合署办公的情形。

### （五）财务独立情况

公司设立了独立的财务部门，并配备了相关的财务人员，建立了符合国家相关法律法规的会计制度和财务管理制度；公司按照《公司章程》规定独立进行财务决策，不存在控股股东干预公司资金使用的情况；公司在银行单独开立账户，并依法独立纳税，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混合纳税现象。

## 四、同业竞争

### （一）控股股东、实际控制人投资的其他企业

截至本说明书签署日，公司控股股东、实际控制人投资的其他企业如下：

注册编号	110101017268122
企业名称	道江咨询（北京）有限公司
住所	北京市东城区建国门内大街7号8层22号
法定代表人	金燕
注册资本	100万元
持股比例	金燕持股60%、万志美持股40%
成立日期	2014年5月21日
经营范围	企业管理咨询；会议服务；企业策划；公共关系服务；投资咨询。

注册编号	441900002276139
企业名称	东莞神器网络科技有限公司
住所	东莞松山湖高新技术产业开发区科技十路7号粤港金融服务外包中心16栋16层1601-1606室
法定代表人	周建军
注册资本	300万元
持股比例	周建军持股80%，金燕持股20%
成立日期	2014年12月10日
经营范围	网络技术的开发、技术咨询、技术服务、技术转让，计算机系统集成，图文设计，网络平台运营及管理，网站设计与开发，互联网信息服务，市场营销策划，企业形象策划，实业投资，房地产经纪；销售、网上销售：家居用品、电子产品、工艺美术品、日用品、包装材料、机械设备、五金制品、塑胶产品、建筑材料、机电产品、办公用品、服饰、鞋、皮具、计算机及周边配件；货物进出口、技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	家居产品模型制作、厂商3D销售系统的应用服务、家居卖场云平台的技术应用服务

注册编号	310101000003556
企业名称	上海张小泉剪刀刀总店有限公司
住所	上海市黄浦区南京东路490号
法定代表人	张国标
注册资本	500万元

持股比例	杭州富泉投资有限公司持股 92%，金燕持股 8%
成立日期	1982 年 3 月 8 日
经营范围	刀，剪。日用金属制品，厨房用具及电器，理发用具，整容器具，附设分支机构。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

注册编号	330100000021728
企业名称	杭州张小泉集团有限公司
住所	杭州市拱墅区大关路 33 号
法定代表人	张国标
注册资本	1443 万
持股比例	杭州富泉投资有限公司持股 67.5994%；杭州市实业投资集团有限公司持股 25.0048%；杭州张小泉集团有限公司工会委员会持股 0.3255%，程卫忠持股 0.3328%，金燕持股 5.8787%；丁成红持股 0.8593%。
成立日期	2001 年 1 月 31 日
经营范围	批发、零售：剪刀，日用金属制品，炊具，金属丝及其制品，射钉器，轻钢龙骨，五金、交电，百货，建筑材料，装饰材料，化工原料（除化学危险品及易制毒化学品），汽车配件，电工器材，光学仪器，通信设备；服务：刀剪修理；自有房屋出租，设备租赁；货物进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可证后方可经营）；含下属分支机构的经营围。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

注册编号	110105010013085
企业名称	数位港湾科技（北京）有限公司
住所	北京市朝阳区利泽中园 106 号楼（望京集中办公区 037 号）
法定代表人	任威伦
注册资本	900 万元
持股比例	任威伦持股 51%、金燕持股 49%
成立日期	2007 年 2 月 13 日
经营范围	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；企业管理咨询；企业策划；租赁建筑用机械设备。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
主营业务	智慧旅游和物联网业务

注册编号	110105012604725
企业名称	蓝基港湾信息技术（北京）有限公司
住所	北京市朝阳区百子湾路 16 号百子园 5 号楼 B 单元 3A01 号
法定代表人	张雷
注册资本	30 万

持股比例	数位港湾持股 100%
成立日期	2010 年 01 月 29 日
经营范围	技术推广服务；软件设计；计算机系统服务
备注	正在办理注销手续

注册编号	370212230094197
企业名称	青岛大族德隆激光科技有限公司
住所	青岛市崂山区崂山路 36 号 6 号楼(德隆海景酒店)101、103 房间
法定代表人	王祖昆
注册资本	50 万元人民币
持股比例	青岛德隆持股 55%，数位港湾持股 45%
成立日期	2014 年 09 月 26 日
经营范围	激光喷码设备开发、制造、销售、维修（不得在此地制造），计算机软硬件开发，批发、零售：电子元器件，五金交电。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。
主营业务	激光喷码设备开发、制造、销售、维修

注册编号	110101019321325
企业名称	北京泰合景逸投资中心（有限合伙）
住所	北京市东城区建国门内大街 7 号 8 层 23 号
法定代表人	金燕
出资总额	250 万
出资比例	金燕出资比例 90%，任威伦出资比例 10%
合伙期限	2015 年 06 月 12 日
经营范围	项目投资，投资咨询，投资管理。[（1、不得以公开方式募集资金；2、不得公开交易证券类产品和金融衍生品；3、不得发放贷款；4、不得向所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益。）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。]

## （二）同业竞争分析

报告期内，控股股东数位港湾的经营范围与鼎川物联存在部分重合，为消除同业竞争，数位港湾已将与鼎川物联存在重合的部分经营范围予以变更，并办理了工商变更登记手续，且数位港湾的主营业务为旅游体验网和物联网业务，与公司主营业务不同，不存在同业竞争。控股股东数位港湾之全资子公司蓝基港湾信

息技术（北京）有限公司目前正在办理注销手续。

除上述公司外，公司控股股东、实际控制人及其控制的企业主要从事企业管理咨询、会议服务、企业策划、公共关系服务、投资咨询、项目投资、投资管理、投资管理等业务，不存在从事与鼎川物联主营业务相同、相似的业务，与鼎川物联不存在同业竞争。

### （三）关于避免同业竞争的承诺

为避免未来可能发生的同业竞争，控股股东、实际控制人向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、本人（本公司）目前除持有鼎川物联股份外，未投资其他与鼎川物联相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织，或从事其他与鼎川物联相同、类似的经营活动；也未派遣他人在鼎川物联经营业务相同、类似或构成竞争的任何企业任职；

2、本人（本公司）未来将不以任何方式从事（包括与他人合作直接或间接从事）或投资于任何业务与鼎川物联及其子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织；或派遣他人在该经济实体、机构、经济组织中担任董事、高级管理人员或核心技术人员；

3、当本人（本公司）及控制的企业与鼎川物联之间存在竞争性同类业务时，本人（本公司）及控制的企业自愿放弃同鼎川物联的业务竞争；

4、本人（本公司）及控制的企业不向其他在业务上与鼎川物联相同、类似或构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供资金、技术或提供销售渠道、客户信息等支持；

5、上述承诺在本人（本公司）持有鼎川物联股份期间有效，如违反上述承诺，本人愿意承担给鼎川物联造成的全部经济损失。”

## 五、报告期资金占用情况及相关措施

报告期内，公司与关联方之间存在资金往来的情形，详见本说明书“第四节 公司财务”之“十四、关联方、关联方关系及关联方往来、关联方交易”部分介绍。

## 六、董事、监事、高级管理人员相关情况

### （一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况

截至本公开转让说明书签署日，公司董事、监事及高级管理人员除直接持股外，无以家属名义持有公司股份的情况。

姓名	职务	直接持股		间接持股	
		持股数量 (股)	持股比例 (%)	持股数量(股)	持股比例 (%)
任威伦	董事长、总经理	3,200,000.00	8.00	11,408,000.00	28.52
潘迪	董事	---	---	---	---
金燕	董事、财务总监、 董事会秘书	---	---	17,392,000.00	43.48
苏婕	董事	---	---	---	---
李保城	董事	---	---	---	---
闫付玉	监事会主席	---	---	---	---
郑瑶	监事	---	---	---	---
喻文东	职工监事	---	---	---	---
合计		3,200,000.00	8.00	28,800,000.00	72.00

注：任威伦、金燕均通过数位港湾、泰合景逸间接持股。

### （二）董事、监事、高级管理人员相互之间的关联关系

截至本公开转让说明书签署日，除任威伦、金燕为夫妻关系外，公司其他董事、监事及高级管理人员之间不存在关联关系。

### （三）董事、监事、高级管理人员与公司签订的协议与承诺

公司与任职并领薪的董事、监事、高级管理人员签订了《劳动合同》。公司将加强人力资源建设，完善激励机制，进一步保持上述人员的稳定。

### （四）董事、监事、高级管理人员在外兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员在外兼职情况如下：

姓名	在本公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与本公司关系
任威伦	董事	数位港湾科技（北京）有限公司	执行董事	控股股东

	长、总经理	北京泰合景逸投资中心（有限合伙）	有限合伙人	股东
		青岛大族德隆激光科技有限公司	监事	控股股东投资
金 燕	董事、财务总监、董事会秘书	数位港湾科技（北京）有限公司	监事	控股股东
		道江咨询（北京）有限公司	执行董事	同一实际控制人控制
		北京泰合景逸投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人	股东
		东莞神器网络科技有限公司	监事	同一实际控制人投资
潘 迪	董事	依波路控股有限公司	非执行董事	无
		虎扑（上海）文化传播股份有限公司	董事	无

### （五）董事、监事、高级管理人员对外投资情况

除直接持有本公司股份以外，公司董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下：

姓 名	本公司职务	投资企业名称	出资金额（万元）	出资比例（%）	与本公司关系
任威伦	董事长、总经理	数位港湾科技（北京）有限公司	459.00	51.00	控股股东
		北京泰合景逸投资中心（有限合伙）	25.00	10.00	股东
金 燕	董事、财务总监、董事会秘书	数位港湾科技（北京）有限公司	441.00	49.00	控股股东
		北京泰合景逸投资中心（有限合伙）	225.00	90.00	股东
		道江咨询（北京）有限公司	60.00	60.00	同一实际控制人控制
		东莞神器网络科技有限公司	60.00	20.00	同一实际控制人投资
		深圳市中欧基石股权投资合伙企业（有限合伙）	100.00	1.9231	同一实际控制人投资
		上海张小泉剪刀总店有限公司	40.00	8.00	同一实际控制人投资
		杭州张小泉集团有限公司	84.82	5.8787	同一实际控制人投资

### （六）董事、监事、高级管理人员合法合规、竞业禁止、诚信情况

截至本公开转让说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员不存在因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则等受到刑事、民事、行政处罚或纪

律处分的情形；不存在因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情形；不存在对所任职（包括现任职和曾任职）的公司因重大违法违规行为而被处罚负有责任的情形；不存在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等。

公司董事、监事、高级管理人员出具了竞业禁止声明：其在目前兼职单位及以往工作单位不存在尚未了结或可以合理预见的诉讼、仲裁或劳动争议仲裁案件，与原单位未曾签署竞业限制协议或其他类似禁止协议，也未获得竞业限制补偿金。公司董事、监事、高级管理人员不存在违反关于竞业禁止的约定、法律规定，不存在纠纷或潜在纠纷。

### （七）董事、监事、高级管理人员变动情况

姓名	2013年1月 至2014年2 月	2014年3月 至2014年7 月	2014年8月 2015年1月	2015年2月 2015年6 月	2015年7 月至今
	变更及任职情况				
任威伦	董事长、总经理	董事长、总经理	董事长、总经理	董事长、总经理	董事长、总经理
王波	董事	---	---	---	---
唐泳	董事	董事	---	---	---
欧阳江林	董事	董事	---	---	---
王祖昆	董事	董事	---	---	---
王峰	监事会主席	监事会主席	---	---	---
金燕	职工监事	职工监事	监事会主席	监事会主席	董事、财务总监、董事会秘书
张言礼	职工监事	职工监事	---	---	---
李保城	---	董事	董事	董事	董事
孟凡奇	---	---	董事	董事	---
万志美	---	---	董事	董事	---
高萌	---	---	董事	---	---
尤艳芳	---	---	监事	监事	---
苏婕	---	---	职工监事	职工监事	董事
潘迪	---	---	---	董事	董事
闫付玉	---	---	---	---	监事会主席

郑 瑶	---	---	---	---	监事
喻文东	---	---	---	---	职工监事

## 第四节公司财务

### 一、财务报表

#### 资产负债表

单位：元

项 目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
货币资金	4,218,806.17	1,036,052.13	2,269,253.08
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	9,000,000.00		
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	209,843.50	84,510.00	161,538.00
预付款项	613,308.02	52,273.00	
应收利息			
应收股利			
其他应收款	305,343.11	87,794.60	76,859.70
存货		577,202.56	
划分为持有待售的资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	-	45,301.10	7,456.18
流动资产合计	14,347,308.80	1,883,133.39	2,515,106.96
固定资产	128,079.13	143,760.71	102,403.81
无形资产	259,651.96	10,936.67	14,796.67
开发支出	-		
商誉			
长期待摊费用			5,128.21
递延所得税资产			
其他非流动资产			
非流动资产合计	387,731.09	154,697.38	122,328.69
资产总计	14,735,039.89	2,037,830.77	2,637,435.65

## 资产负债表（续表）

单位：元

项 目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
应付账款	618,778.15	273,925.00	68,960.00
预收款项	68,000.00	806,390.00	166,000.00
应付职工薪酬			
应交税费	59,458.35	30,526.87	19,365.71
应付利息			
应付股利			
其他应付款	171,490.70	16,600.51	
划分为持有待售的负债			
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计	917,727.20	1,127,442.38	254,325.71
预计负债	2,361,597.61		
其他非流动负债			
非流动负债合计	2,361,597.61	-	-
负债合计	3,279,324.81	1,127,442.38	254,325.71
股东权益：			
股本	11,764,706.00	10,000,000.00	5,000,000.00
资本公积	13,235,294.00		
未分配利润	-13,544,284.92	-9,089,611.61	-2,616,890.06
股东权益合计	11,455,715.08	910,388.39	2,383,109.94
负债和股东权益总计	14,735,039.89	2,037,830.77	2,637,435.65

## 利润表

单位：元

项 目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	4,322,752.67	1,306,623.98	2,057,264.97
减：营业成本	3,962,904.50	712,222.23	964,713.67
营业税金及附加	19,875.08		22,057.13
销售费用	3,129,986.39	2,625,298.47	1,471,523.20
管理费用	1,784,695.09	4,453,269.15	2,123,786.10
财务费用	-705.95	-6,702.55	-14,185.50
资产减值损失	6,596.50	-2,112.00	8,502.00
加：公允价值变动收益			
投资收益	125,925.48		
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
二、营业利润	-4,454,673.46	-6,475,351.32	-2,519,131.63
加：营业外收入	0.15	2,629.77	
其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出			
其中：非流动资产处置损失			
三、利润总额	-4,454,673.31	-6,472,721.55	-2,519,131.63
减：所得税费用			
四、净利润	-4,454,673.31	-6,472,721.55	-2,519,131.63
五、每股收益：			
（一）基本每股收益			
（二）稀释每股收益			

## 现金流量表

单位：元

项 目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	3,875,980.00	2,268,280.00	2,402,960.00
收到的税费返还	-	2,629.01	
收到其他与经营活动有关的现金	33,908.03	7,248.31	14,255.50
经营活动现金流入小计	3,909,888.03	2,278,157.32	2,417,215.50
购买商品、接受劳务支付的现金	2,527,063.40	2,932,851.04	1,301,943.80
支付给职工以及为职工支付的现金	3,183,288.22	3,766,264.34	1,965,463.39
支付的各项税费	187,500.63		205,866.51
支付其他与经营活动有关的现金	942,762.22	1,710,738.89	1,106,722.84
经营活动现金流出小计	6,840,614.47	8,409,854.27	4,579,996.54
经营活动产生的现金流量净额	-2,930,726.44	-6,131,696.95	-2,162,781.04
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金		-	
取得投资收益收到的现金	125,925.48		
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	125,925.48	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	12,445.00	101,504.00	88,296.80
投资支付的现金	9,000,000.00	-	
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计	9,012,445.00	101,504.00	88,296.80
投资活动产生的现金流量净额	-8,886,519.52	-101,504.00	-88,296.80

三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	15,000,000.00	5,000,000.00	
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	15,000,000.00	5,000,000.00	-
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金			
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	15,000,000.00	5,000,000.00	-
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	3,182,754.04	-1,233,200.95	-2,251,077.84
加：期初现金及现金等价物余额	1,036,052.13	2,269,253.08	4,520,330.92
六、期末现金及现金等价物余额	4,218,806.17	1,036,052.13	2,269,253.08

### 股东权益变动表

单位：元

项 目	2015年1-5月					
	股本	资本公积	专项储备	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	10,000,000.00				-9,089,611.61	910,388.39
加：会计政策变更						-
前期差错更正						-
其他						-
二、本年年初余额	10,000,000.00	-	-	-	-9,089,611.61	910,388.39
三、本期增减变动金额	1,764,706.00	13,235,294.00	-	-	-4,454,673.31	10,545,326.69
（一）综合收益总额					-4,454,673.31	-4,454,673.31
（二）股东投入和减少资本	1,764,706.00	13,235,294.00	-	-	-	15,000,000.00
1、股东投入的普通股	1,764,706.00	13,235,294.00				15,000,000.00
2、其他权益工具持有者投入资本						-
3、股份支付计入股东权益的金额						-
4、其他						-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-
1、提取盈余公积						-
2、提取一般风险准备						-
3、对股东的分配						-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本(或股本)						-
2、盈余公积转增资本(或股本)						-
3、盈余公积弥补亏损						-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	11,764,706.00	13,235,294.00	-	-	-13,544,284.92	11,455,715.08

## 股东权益变动表

单位：元

项 目	2014 年度					
	股本	资本公积	专项储备	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	5,000,000.00				-2,616,890.06	2,383,109.94
加：会计政策变更						-
前期差错更正						-
其他						-
二、本年年初余额	5,000,000.00	-	-	-	-2,616,890.06	2,383,109.94
三、本期增减变动金额	5,000,000.00	-	-	-	-6,472,721.55	-1,472,721.55
（一）综合收益总额					-6,472,721.55	-6,472,721.55
（二）股东投入和减少资本	5,000,000.00	-	-	-	-	5,000,000.00
1、股东投入的普通股	5,000,000.00					5,000,000.00
2、其他权益工具持有者投入资本						-
3、股份支付计入股东权益的金额						-
4、其他						-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-
1、提取盈余公积						-
2、提取一般风险准备						-
3、对股东的分配						-
4、其他						-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本(或股本)						-
2、盈余公积转增资本(或股本)						-
3、盈余公积弥补亏损						-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	10,000,000.00	-	-	-	-9,089,611.61	910,388.39

## 股东权益变动表

单位：元

项 目	2013 年度					
	股本	资本公积	专项储备	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	5,000,000.00				-97,758.43	4,902,241.57
加：会计政策变更						-
前期差错更正						-
其他						-
二、本年年初余额	5,000,000.00	-	-	-	-97,758.43	4,902,241.57
三、本期增减变动金额	-	-	-	-	-2,519,131.63	-2,519,131.63
（一）综合收益总额					-2,519,131.63	-2,519,131.63
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1、股东投入的普通股						-
2、其他权益工具持有者投入资本						-
3、股份支付计入股东权益的金额						-
4、其他						-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-
1、提取盈余公积						-
2、提取一般风险准备						-
3、对股东的分配						-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本(或股本)						-
2、盈余公积转增资本(或股本)						-
3、盈余公积弥补亏损						-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	5,000,000.00	-	-	-	-2,616,890.06	2,383,109.94

## 二、审计意见

瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 5 月 31 日的资产负债表，2013 年度、2014 年度、2015 年 1-5 月的利润表、现金流量表、所有者权益变动表，以及财务报表附注进行了审计，并出具了瑞华审字[2015]第 01680088 号标准无保留意见《审计报告》。

## 三、财务报表编制基础及合并范围变化情况

### （一）财务报表编制基础

公司执行财政部于 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、以及其后颁布的企业会计准则应用指南、企业会计准则解释以及其他相关规定（以下简称“企业会计准则”）。报告期内财务报表按照企业会计准则以持续经营为基础编制。

### （二）报告期合并范围变化情况

报告期内，公司无纳入合并报表范围子公司。

## 四、主要会计政策、会计估计及报告期变化情况

### （一）主要会计政策和会计估计

#### 1、收入

销售商品收入，同时满足下列条件时予以确认：已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；相关的经济利益很可能流入本公司；相关的收入和成本能够可靠的计量。

（1）物联网设备收入确认方法：物联网设备交付一定期限（各合同约定不同，一般为一周）内，如未提出异议，则视同验收，确认收入。

## (2) V积分平台相关收入确认方法:

报告期内，根据公司与品牌企业（B端客户）的协议的约定，公司向B端客户收取的费用包括促销费用、促销服务费、活动服务费。各项费用内容及收入确认原则如下：

项目	内容	收入确认原则
技术服务费	为客户提供功能完善的消费者关系管理系统服务并以 SaaS 模式收取技术服务费（报告期内不存在该收入）	以季度或半年度为单位支付，并在服务期的第一个月内完成首次支付。按照服务期分期确认收入。
促销费用(V 积分销售)	B 端客户支付给公司的促销费用。该部分促销费用扣除促销服务费、增值税及附加后兑换为 V 积分，B 端客户再将兑换到的 V 积分通过 V 积分平台直接发放给到 C 端消费者，C 端消费者可将获取的积分进一步兑换为手机话费。	收到 B 端客户分期款项、为 B 端客户在“V 积分平台”上充值相应积分后确认收入并开具发票。
促销服务费	B 端客户支付给公司的服务费，收取方式一般按照 B 端客户通过 V 积分平台发放给消费者促销返利（即 C 端消费者获取的 V 积分）的一定比例计提。	促销推广期结束后一次性确认收入。
活动服务费	B 端客户经 V 积分平台发起消费者互动活动，按活动类型及运营复杂程度收取活动服务费（报告期内不存在该收入）	按照活动服务费的区间确认收入。

公司主要对标的境外企业是Points.com和AIMIA集团，但在市场导入期，基于便于市场接受等考虑，公司在V积分市场开发的初期与B端客户签署协议时并没有明确积分销售，而是把这块业务当做促销服务来向客户提供。随着公司客户及消费者会员数量积累到一定量级以及公司客户对于公司业务模式的理解和接受度越来越高，并且伴随着公司该项业务的不断强化和业务模式的明确，公司不断对合同条款进行了强化和升级。截至本说明书签署之日，公司已逐渐确立了积分销售这一业务模式。在该模式下，品牌企业与公司签订合同，加入到V积分平台的“V积分超市返利联盟”成为V积分平台的企业客户（B端），公司的B端客户可以根据促销推广预算，在服务期开始前分期支付给公司相应金额的促销费用用于购买公司的V积分平台上的“V积分”以及相关的服务，公司在收到促销费用后扣除促销服务费及相关税费为客户在“V积分平台”上充值

相应数量的积分，并存入B端客户在公司V积分平台的账户里。品牌企业客户按照自己的决策进行促销配置，配置的内容包括返利商品的种类及数量、返利的力度、返利的期间、返利的地点等。此外，公司的“V积分”不会过期，尚未通过消费积分系统返还给消费者的积分，品牌厂商可在下一促销期使用，直到积分全部配置给消费者。

## 2、应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

### （1）坏账准备的确认标准

本公司在资产负债表日对应收款项账面价值进行检查，对存在下列客观证据表明应收款项发生减值的，计提减值准备：①债务人发生严重的财务困难；②债务人违反合同条款（如偿付利息或本金发生违约或逾期等）；③债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；④其他表明应收款项发生减值的客观依据。

### （2）坏账准备的计提方法

① 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

本公司将金额为人民币 10 万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。

本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

② 按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法

#### A. 信用风险特征组合的确定依据

本公司对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。

不同组合的确定依据：

项目	确定组合的依据
组合 1: 账龄组合	除组合 2 外的其他应收款项自发生日至报告期末的账龄
组合 2: 个别认定组合	合并报表范围内的各财务报表主体之间的应收款项、员工备用金、押金、保证金等应收款项

#### B. 根据信用风险特征组合确定的坏账准备计提方法

按组合方式实施减值测试时，坏账准备金额系根据应收款项组合结构及类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力）按历史损失经验及目前经济状况与预计应收款项组合中已经存在的损失评估确定。

按照组合计提坏账准备的计提方法：

项目	计提方法
组合：账龄组合	不同账龄段的应收款项对应不同的计提比例，详见说明 a

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的组合计提方法

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	5
1 至 2 年	10	10
2 至 3 年	20	20
3 至 4 年	30	30
4 至 5 年	80	80
5 至以上	100	100

#### ③ 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

本公司对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项，单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备：应收关联方款项；与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项；已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项。

#### （3）坏账准备的转回

如有客观证据表明该应收款项价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该应收款项在转回日的摊余成本。

本公司向金融机构以不附追索权方式转让应收款项的，按交易款项扣除已转销应收账款的账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

### 3、固定资产

#### (1) 固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产仅在与有关的经济利益很可能流入本公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。固定资产按成本并考虑预计弃置费用因素的影响进行初始计量。

#### (2) 各类固定资产的折旧方法

固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限 (年)	残值率 (%)	年折旧率 (%)
办公及电子设备	年限平均法	3-5	5	31.67-19.00

预计净残值是指假定固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态，本公司目前从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额。

#### (3) 固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见附注四、8“长期资产减值”。

#### (4) 融资租入固定资产的认定依据及计价方法

融资租赁为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。以融资租赁方式租入的固定资产采用与自有固定资产一致的政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的在租赁资产使用寿命内计提折旧，无法合理确定租赁期届满能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

#### (5) 其他说明

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值。除此以外的其他后续支出，在发生时计入当期损益。

当固定资产处于处置状态或预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

本公司至少于年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变则作为会计估计变更处理。

#### 4、无形资产

##### (1) 无形资产的计价方法：

本公司的无形资产包括土地使用权、软件等。

购入的无形资产，按实际支付的价款和相关的其他支出作为实际成本。

##### (2) 无形资产摊销方法和期限：

本公司的土地使用权从获得土地使用权日起，按其出让年限平均摊销；本公司专利技术、非专利技术和其他无形资产按预计使用年限、合同规定的受益年限和法律规定的有效年限三者中最短者分期平均摊销。摊销金额按其受益对象计入相关资产成本和当期损益。

##### (3) 无形资产减值准备的确认标准和计提方法：

本公司对各项无形资产，年末进行检查，当存在减值迹象时估计其可收回金额，按其可收回金额低于账面价值的差额计提无形资产减值准备。减值准备一经计提，在资产存续期内不予转回。

① 已被其他新技术所代替，使其为本公司创造经济利益的能力受到重大不利影响；

② 市价在当期大幅下跌，在剩余摊销年限内预期不会恢复；

③ 已超过法律保护期限，但仍然具有部分使用价值；

④ 其他足以证明实际上已经发生减值的情形。

#### 5、存货

##### (1) 存货的分类

存货主要包括库存商品

##### (2) 存货取得和发出的计价方法

存货在取得时按实际成本计价，存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。领用和发出时按加权平均法计价。

##### (3) 存货可变现净值的确认和跌价准备的计提方法

可变现净值是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，

以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。存货跌价准备通常按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

(4) 存货的盘存制度为永续盘存制

(5) 低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品于领用时按一次摊销法摊销；包装物于领用时按一次摊销法摊销。

## (二) 报告期会计政策、会计估计变更情况

报告期内无会计政策、会计估计变更。

## 五、主要税项

### (一) 税项

税种	具体税率情况
增值税	应税收入按6%-17%的税率计算销项税，并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税。
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税的7%计缴。
企业所得税	按应纳税所得额的25%计缴。
教育费附加	按实际缴纳的流转税的3%计缴。
地方教育费附加	按实际缴纳的流转税的2%计缴。

### (二) 税收优惠情况

报告期内，公司未享受税收优惠。

## 六、报告期主要财务数据及财务指标分析

### (一) 营业收入

#### 1、营业收入结构

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额（元）	比例	金额（元）	比例	金额（元）	比例
主营业务收入	4,322,752.67	100.00%	1,306,623.98	100.00%	2,057,264.97	100.00%
其他业务收入						
合计	4,322,752.67	100.00%	1,306,623.98	100.00%	2,057,264.97	100.00%

报告期内，公司收入全部来源于主营业务，公司业务明确。

## 2、主营业务收入结构

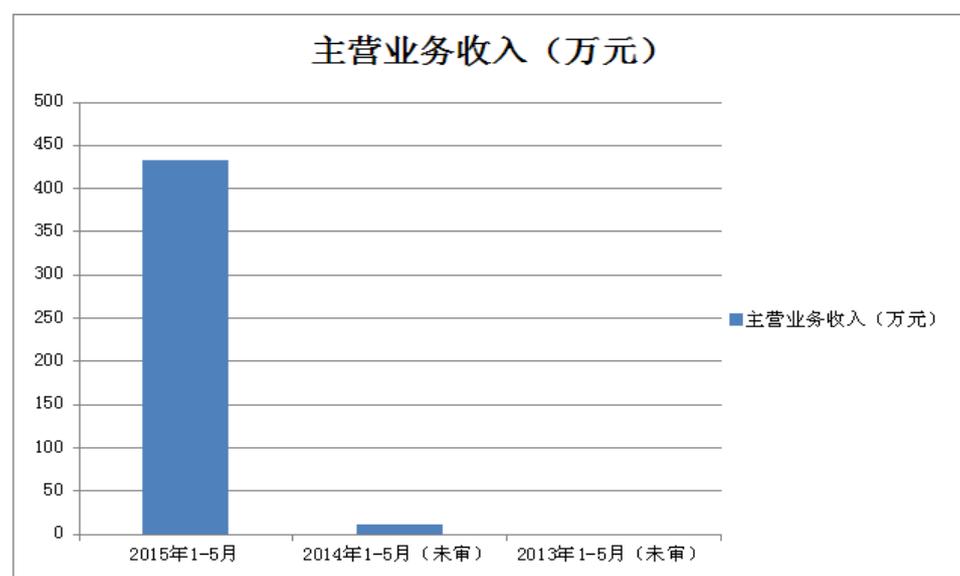
### （1）按产品分布

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额（元）	比例	金额（元）	比例	金额（元）	比例
物联网设备	1,492,564.10	34.53%	1,289,529.96	98.69%	2,057,264.97	100.00%
V积分平台收入	2,830,188.57	65.47%	17,094.02	1.31%		
合计	4,322,752.67	100.00%	1,306,623.98	100.00%	2,057,264.97	100.00%

## 3、主营业务收入变动趋势及原因

2013年公司的收入全部来源于物联网设备的销售。2014年公司进行了战略调整，将更多精力投入在联接品牌与消费者的营销大数据平台的开发工作。2015年，随着公司研发取得一定成效，加上前期对市场的拓展，公司提供的产品和服务逐渐得到各大快消品品牌厂商的认可，公司的收入不断增长。

将公司2015年1-5月收入与2014年、2013年同期相比如下：



## 4、营业成本及变动分析

单位：元

成本要素	2015年1-5月	2014年度	2013年度
外购设备成本	1,363,093.30	695,476.93	964,713.67
V积分平台成本	2,599,811.20	16,745.30	-
合计	3,962,904.50	712,222.23	964,713.67

单位：元

成本要素	2015年1-5月	2014年度	2013年度
外购设备成本	34.40%	97.65%	100.00%
V积分平台成本	65.60%	2.35%	
合计	100.00%	100.00%	100.00%

注：报告期内的V积分平台的成本为公司执行B端客户的合同待消费者兑换返利时应支付的金额。

2013年公司只有物联网设备销售业务，因此外购设备成本占比为100%。2014年第四季度，公司开始开展消费积分系统业务，因此公司的主营业务成本中除外购设备成本外还有已支付或预提的给消费者的返利成本。2015年1-5月，公司经营的重心转移到消费积分系统业务，通过前期的铺垫，公司有了一定的客户（B端）基础和消费者（C端）基础，该类业务增长较为迅速，因此返利成本也比2014年有大幅增加。

## 5、主营业务毛利率波动情况

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
物联网设备	8.67%	46.07%	53.11%
V积分平台成本	8.14%	2.04%	
合计	8.32%	45.49%	53.11%

公司的物联网设备包括激光赋码机及配件。与2013年相比，2014年物联网设备的毛利率下降约7%，主要原因：①由于给大连鑫玉龙的设备中除了激光机外还有配套使用的输送成像系统，输送成像系统的成本较高，该设备的毛利率为27.88%；②剔除输送成像系统的影响，2014年的物联网设备的毛利率为48%左右，主要是因为2014年的物联网设备的平均采购单价相比2013年下降3.79%，平均

销售单价下降约 15%，平均销售单价下降的幅度大于平均采购单价下降幅度。

2015 年 1-5 月，公司为部分物联网设备客户附带提供 V 码标签，因此导致公司物联网设备及配件成本大幅增加，因此物联网设备毛利率下降较多，为 8.67%。

消费积分系统的盈利模式为公司收到客户的推广费，通过消费积分系统对消费者进行返利，推广期结束后，公司收取总返利额的 7%-20%的费用作为服务费。该总返利额的 7%-20%为公司执行该业务获取的毛利。2014 年消费积分系统刚开始推出时，公司为了加快宣传该项业务，在与客户签订合同时，会给予客户一定的优惠，免掉一部分的服务费，所以在 2014 年，消费积分系统的毛利率较低。2015 年，公司通过前期的铺垫，有了一定的客户（B 端）基础和消费者（C 端）基础，所以 2015 年消费积分系统的毛利率较 2014 年高，为 8.14%。

## （二）主要费用情况

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
销售费用（元）	3,129,986.39	2,625,298.47	1,471,523.20
管理费用（元）	1,784,695.09	4,453,269.15	2,123,786.10
财务费用（元）	-705.95	-6,702.55	-14,185.50
销售费用占营业收入比重	72.41%	200.92%	71.53%
管理费用占营业收入比重	41.29%	340.82%	103.23%
财务费用占营业收入比重	-0.02%	-0.51%	-0.69%

报告期内的销售费用明细如下：

单位：元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年	2013 年
办公费	335,965.09	104,524.57	416,298.51
差旅费	91,673.12	245,169.82	306,100.85
工资福利费	1,845,838.75	1,031,382.78	691,435.92
交通费	32,588.40	47,006.10	17,447.10
通讯费	17,574.00	19,543.89	23,194.82
服务费	797,714.07	1,165,380.69	
其他	8,632.96	12,290.62	17,046.00
合计	3,129,986.39	2,625,298.47	1,471,523.20

目前公司处于发展初期，公司的销售费用主要由销售人员的工资福利费、办公费、销售地面推广服务等构成，合计占销售费用总额的比例在 95%以上。与 2013 年相比，2014 年销售费用增加 115.38 万元，主要为公司增加对消费积分客户管理系统的地面推广服务，当期地面推广服务费为 116.54 万元。销售费用的增加，营业收入的下降使得 2014 年销售费用率相比 2013 年有大幅增加。

与 2014 年同期相比，2015 年 1-5 月销售费用增加约 110 万元，主要是销售人员的职工薪酬增加约 80 万元，办公费增加约 20 万元所致。2015 年公司增加对销售人员的储备，提高销售人员的薪酬水平导致销售人员薪酬和办公费增加。

报告期内的管理费用明细如下：

单位：元

项 目	2015 年 1-5 月	2014 年	2013 年
办公费	46,042.03	91,083.47	21,520.80
交通费	29,037.66	52,027.32	53,216.20
差旅费	31,596.95	22,155.00	12,386.00
通讯费	21,537.00	70,940.72	6,749.00
业务招待费	47,463.40	59,031.85	121,870.60
工资	270,406.74	748,400.70	253,620.89
研发支出	1,055,792.07	2,086,464.40	1,088,390.48
房租及水电费	185,953.05	377,421.80	540,262.03
会议费		184,589.42	
咨询费	63,878.74	682,968.30	
折旧与摊销	30,987.45	55,403.64	23,667.10
其他	2,000.00	22,782.53	2,103.00
合计	1,784,695.09	4,453,269.15	2,123,786.10

管理费用主要由职工薪酬、研发费用等组成，占比在 65%以上。与 2013 年相比，2014 年管理费用增加约 232.95 万元。2014 年公司继续增加对消费积分系统的研发投入使得研发费增加约 100 万元，公司在当年引进部分专业人才使得管理人员的职工薪酬增加约 50 万元。2015 年 1-5 月，公司增加对费用的管控，使得与 2014 年同期相比，2015 年 1-5 月管理费用未有明显增长。

报告期内的财务费用金额较小，主要是手续费支出。

**（三）非经常性损益**

单位：元

项 目	2015 年 1-5 月	2014 年	2013 年
非流动性资产处置损益			
越权审批，或无正式批准文件，或偶发的税收返还、减免			
计入当期损益的政府补助，但与企业正常经营业务密切相关，符合国家政策规定，按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外			
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费			
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益			
受托经营取得的托管费收入			
除上述各项之外的其他营业外收入和支出			
其他符合非经常性损益定义的损益项目	0.15	2,629.77	
小 计	0.15	2,629.77	
所得税影响额			
少数股东权益影响额（税后）			
合 计	0.15	2,629.77	

报告期内，公司各期营业外收入的具体内容如下：

单位：元

项目	2015 年度 1-5 月	2014 年度	2013 年度
返还个税			
其他	0.15	2,629.77	
合计	0.15	2,629.77	-

**（四）投资收益**

报告期内，公司各期投资收益的具体内容如下：

单位：元

项目	2015 年度 1-5 月	2014 年度	2013 年度
购买理财产品投资收益	125,925.48	-	-

合计	125,925.48	-	-
----	------------	---	---

## （五）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
现金	85,672.25	6,482.53	17,701.30
银行存款	4,133,133.92	1,029,569.60	2,251,551.78
其他货币资金			
合计	4,218,806.17	1,036,052.13	2,269,253.08

与2013年末、2014年末相比，2015年5月末银行存款金额增长较多，主要是因为当期公司吸收投资款1500.00万元所致。

### 2、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

单位：元

项目	2014年5月31日	2013年12月31日	2012年12月31日
权益工具投资	9,000,000.00		
合计	9,000,000.00		

报告期内，在满足公司正常经营活动需要的同时尽可能的提高资金的收益，公司利用闲置资金购买的银行理财产品为华夏银行增盈保本型21号理财产品37天B款。该理财产品收益类型为非保本浮动。预期最高收益率为4.15%。公司购买的银行理财已履行相应的决策程序。

公司购买的理财产品的收益情况如下：

起息日期	到期日期	产品名称	金额（元）	到期收益（元）
2015.2.17	2015.3.26	增盈13号37天期机构理财产品	12,700,000.00	66,944.66
2015.4.1	2015.5.7	增盈19号36天期机构理财产品	11,500,000.00	58,980.82
2015.5.20	2015.6.25	增盈26号36天期机构理财产品	9,000,000.00	39,945.20

### 3、应收账款

#### （1）账龄及期末余额变动分析

账龄	2015年5月31日			
	金额(元)	比例	坏账准备(元)	净额(元)
1年以内	185,930.00	83.44%	9,296.50	176,633.50
1至2年	36,900.00	16.56%	3,690.00	33,210.00
2至3年				
3年以上				
合计	222,830.00	100.00%	12,986.50	209,843.50

账龄	2014年12月31日			
	金额(元)	比例	坏账准备(元)	净额(元)
1年以内	54,000.00	59.41%	2,700.00	51,300.00
1至2年	36,900.00	40.59%	3,690.00	33,210.00
2至3年				
3年以上				
合计	90,900.00	100.00%	6,390.00	84,510.00

账龄	2013年12月31日			
	金额(元)	比例	坏账准备(元)	净额(元)
1年以内	170,040.00	100.00%	8,502.00	161,538.00
1至2年				
2至3年				
3年以上				
合计	170,040.00	100.00%	8,502.00	161,538.00

报告期末，账龄1年以上的应收账款为质保金。公司不存在大额长期未收回款项。报告期内或期后未发生大额冲减应收款项。

报告期内，应收账款账面价值占流动资产、资产总额的比例如下：

应收账款	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
账面价值	209,843.50	84,510.00	161,538.00
占流动资产比例	1.46%	4.49%	6.42%
占总资产的比例	1.42%	4.15%	6.12%

公司应收账款为经营形成的应收账款，应收账款占流动资产和总资产的比例较低。

报告期内，应收账款余额占营业收入的比例如下：

应收账款	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
账面余额	222,830.00	90,900.00	170,040.00
占营业收入的比例	5.15%	6.96%	8.27%

报告期内，随着收入的增加，应收账款余额有所增加，但应收账款余额增加的幅度小于营业收入增加的幅度，应收账款余额占营业收入的比例逐年下降。

(2) 报告期各期末，应收账款中无应收持本单位5%（含5%）以上表决权股份的股东单位所欠款项。

(3) 报告期各期末，应收账款前五名单位如下：

单位名称	2015年5月31日（元）	占期末余额比例	账龄
金宇保灵生物药品有限公司	81,130.00	36.41%	1年以内
青岛啤酒股份有限公司	76,800.00	34.47%	1年以内
青岛啤酒（珠海）有限公司	36,900.00	16.56%	1-2年
燕京啤酒股份有限公司一分公司	28,000.00	12.57%	1年以内
合计	222,830.00	100.00%	

单位名称	2014年12月31日（元）	占期末余额比例	账龄
青岛啤酒（珠海）有限公司	36,900.00	40.59%	1-2年
燕京啤酒股份有限公司一分公司	28,000.00	30.80%	1年以内
北京青岛啤酒三环有限公司	26,000.00	28.60%	1年以内
合计	90,900.00	100.00%	

单位名称	2013年12月31日（元）	占期末余额比例	账龄
浙江致中和实业有限公司	22,440.00	13.20%	1年以内
北京青岛啤酒三环有限公司	55,350.00	32.55%	1年以内
青岛啤酒（韶关）有限公司	18,450.00	10.85%	1年以内
青岛啤酒（珠海）有限公司	36,900.00	21.70%	1年以内
南宁青岛啤酒有限公司	36,900.00	21.70%	1年以内
合计	170,040.00	100.00%	

#### 4、其他应收款

## (1) 账龄及期末余额变动分析

账龄	2015年5月31日			
	金额(元)	比例	坏账准备(元)	净额(元)
1年以内	305,093.11	99.92%		305,093.11
1-2年	250.00	0.08%		250.00
2-3年				
合计	305,343.11	100.00%		305,343.11

账龄	2014年12月31日			
	金额(元)	比例	坏账准备(元)	净额(元)
1年以内	85,994.60	97.95%		85,994.60
1-2年	1,800.00	2.05%		1,800.00
2-3年				
合计	87,794.60	100.00%		87,794.60

账龄	2013年12月31日			
	金额(元)	比例	坏账准备(元)	净额(元)
1年以内	43,964.70	57.20%		43,964.70
1-2年	32,895.00	42.80%		32,895.00
合计	76,859.70	100.00%		76,859.70

报告期末的其他应收款主要为员工押金、保证金、房租押金。

(2) 报告期各期末，其他应收款中应收持本单位5%（含5%）以上表决权股份的股东单位所欠款项。

姓名	款项性质	2015年5月31日 (元)	占期末余额比例	账龄
任威伦	备用金	100,000.00	32.75%	1年以内

(3) 报告期各期末，其他应收款前五名单位如下：

名称或姓名	款项性质	2015年5月31日 (元)	占期末余额比例	账龄
员工备用金	备用金	122,268.00	40.04%	1年以内
任威伦	备用金	100,000.00	32.75%	1年以内

北京光华长安大厦有限公司	押金	63,509.00	20.80%	1年以内
代垫公积金	公积金	9,828.00	3.22%	1年以内
北京凯红翠鹏水产经营部	桶装水押金	250.00	0.08%	1-2年
合计		295,855.00	96.89%	

单位名称	款项性质	2014年12月31日 (元)	占期末余额比例	账龄
杨京京	房租押金	63,509.00	72.34%	1年以内
阿里云计算有限公司	服务费	21,913.60	24.96%	1年以内
贵州办事处	房租押金	1,800.00	2.05%	1-2年
李丹丹	备用金	322.00	0.37%	1年以内
北京凯红翠鹏水产经营部	桶装水押金	250.00	0.28%	1年以内
合计		87,794.60	100.00%	

单位名称	款项性质	2013年12月31日 (元)	占期末余额比例	账龄
北京光华长安大厦有限公司	押金	1,000.00	1.30%	1年以内
		32,895.00	42.80%	1-2年
北京青岛啤酒三环公司	押金	20,000.00	26.02%	1年以内
秦博	备用金	16,164.70	21.03%	1年以内
王书平	备用金	5,000.00	6.51%	1年以内
贵州办事处	办公地押金	1,800.00	2.34%	1年以内
合计		76,859.70	100.00%	

## 5、预付账款

### (1) 账龄及期末余额变动分析

单位：元

账龄	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	613,316.02	52,273.00	
1至2年			
合计	613,316.02	52,273.00	

与2014年末相比，2015年5月31日预付账款余额大幅增加，主要是公司

预付给上游供应商的服务器托管费及服务费等。

(2) 报告期各期末，预付账款中无预付持本单位 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位所欠款项。

(3) 报告期各期末，预付账款前五名单位如下：

单位名称	款项性质	2015年5月31日 (元)	占期末余额比例	账龄
阿里云计算机有限公司	预付服务费	242,684.02	39.57%	1年以内
紫藤易达信息技术有限公司	预付服务费	106,000.00	17.28%	1年以内
青岛乐泰印刷包装有限公司	预付制作费	86,250.00	14.06%	1年以内
北京世创汇邦股广告有限公司	预付宣传费	82,960.00	13.53%	1年以内
北京华强嘉茂文华传播有限公司	预付宣传费	32,461.00	5.29%	1年以内
合计		550,355.02	89.73%	

单位名称	款项性质	2014年12月31日 (元)	占期末余额比例	账龄
广州弥特智能科技有限公司	预付货款	51,673.00	98.85%	1年以内
深圳市腾讯计算机系统有限公司	微信认证费	600.00	1.15%	1年以内
合计		52,273.00	100.00%	

## 6、存货

(1) 存货结构及其变动分析

项目	2015年5月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	余额(元)	比例	余额(元)	比例	余额(元)	比例
库存商品			577,202.56	100.00%		
合计			577,202.56	100.00%		

报告期内，公司主要提供基于 V 积分平台消费者促销和品牌大数据采集服务、以消费者为中心的品牌大数据分析服务和基于消费大数据相关的物联网设备销售。公司提供的物联网设备主要为激光赋码设备、油墨赋码设备、标签自动粘贴设备等。公司对外销售的物联网设备为公司定制采购的产品，一般期末公司会与客户进行结算，因此期末较少有余额。2014 年末，因部分物联网设备合同尚未执行完毕，因此存货有余额。

(2) 公司期末存货不存在减值的情况，故未计提存货跌价准备。

## 7、固定资产

### (1) 固定资产构成及变动情况

单位：元

项目	2015年1月1日	本期增加	本期减少	2015年5月31日
固定资产原值	217,309.65	11,593.98		228,903.63
办公及电子设备	217,309.65	11,593.98		228,903.63
累计折旧	73,548.94	27,275.56		100,824.50
办公及电子设备	73,548.94	27,275.56		100,824.50
固定资产净值	143,760.71			128,079.13
办公及电子设备	143,760.71			128,079.13

单位：元

项目	2014年1月1日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
固定资产原值	124,409.11	92,900.54		217,309.65
办公及电子设备	124,409.11	92,900.54		217,309.65
累计折旧	22,005.30	51,543.64		73,548.94
办公及电子设备	22,005.30	51,543.64		73,548.94
固定资产净值	102,403.81			143,760.71
办公及电子设备	102,403.81			143,760.71

单位：元

项目	2013年1月1日	本期增加	本期减少	2013年12月31日
固定资产原值	63,453.00	60,956.11		124,409.11
办公及电子设备	63,453.00	60,956.11		124,409.11
累计折旧	2,110.60	19,894.70		22,005.30
办公及电子设备	2,110.60	19,894.70		22,005.30
固定资产净值	61,342.40			102,403.81
办公及电子设备	61,342.40			102,403.81

### (2) 固定资产折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命

和预计净残值率确定折旧率。各类固定资产预计使用寿命和年折旧率参见“本节四、主要会计政策和会计估计（一）主要会计政策和会计估计 3、固定资产”。

### （3）固定资产减值情况

公司期末固定资产不存在减值的情况，故未计提固定资产减值准备。期末无暂时闲置、拟处置的固定资产。

## 8、无形资产

### （1）无形资产构成及其变动情况

单位：元

项目	2015年1月1日	本期增加	本期减少	2015年5月31日
账面原值合计	19,300.00	252,427.18		271,727.18
软件	19,300.00	252,427.18		271,727.18
累计摊销合计	8,363.33	3,711.89		12,075.22
软件	8,363.33	3,711.89		12,075.22
无形资产账面价值合计	10,936.67			259,651.96
软件	10,936.67			259,651.96

单位：元

项目	2014年1月1日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
账面原值合计	19,300.00			19,300.00
软件	19,300.00			19,300.00
累计摊销合计	4,503.33	3,860.00		8,363.33
软件	4,503.33	3,860.00		8,363.33
无形资产账面价值合计	14,796.67			10,936.67
软件	14,796.67			10,936.67

项目	2013年1月1日	本期增加	本期减少	2013年12月31日
账面原值合计	19,300.00			19,300.00
软件	19,300.00			19,300.00
累计摊销合计	643.33	3,860.00		4,503.33
软件	643.33	3,860.00		4,503.33
无形资产账面价值合计	18,656.67			14,796.67
软件	18,656.67			14,796.67

## (2) 主要无形资产的取得方式、入账价值、使用年限

单位：元

软件名称	取得方式	入账价值（单位：元）	使用期限
超市小票识别软件	委托沈阳奥捷科技有限公司开发	252,427.18	2015.5-2025.5

## (3) 无形资产减值情况

各报告期末，无形资产不存在减值的情况，故未计提无形资产减值准备。

## 9、主要资产减值准备计提依据与实际计提情况

单位：元

项目	计提原因及依据	2015年1-5月	2014年度	2013年度
坏账准备	公司应收款项坏账准备计提管理政策	6,596.50	-2,112.00	8,502.00
合计		6,596.50	-2,112.00	8,502.00

## (六) 主要负债

## 1、应付账款

## (1) 账龄及期末余额变动分析

单位：元

账龄	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	618,778.15	273,925.00	68,960.00
1-2年			
2-3年			
合计	618,778.15	273,925.00	68,960.00

报告期内的应付账款余额主要是应付供应商的物联网设备采购款。

(2) 报告期各期末，应付账款中应付持本单位5%（含5%）以上表决权股份的股东单位款项如下：

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
深圳大族激光科技有限公司			68,960.00
合计			68,960.00

注：截至 2014 年末、2015 年末深圳大族激光科技有限公司不再持有公司的股权。

(3) 报告期各期末，应付账款前五名单位如下：

单位名称	款项性质	2015 年 5 月 31 日 (元)	占期末余额比例	账龄
青岛奥德圣包装制品有限公司	设备采购款	331,333.15	53.55%	1 年以内
广州弥特智能科技有限公司	设备采购款	212,100.00	34.28%	1 年以内
北京世纪卓越信息技术有限公司	服务费	40,000.00	6.46%	1 年以内
深圳大族激光科技有限公司	设备采购款	35,345.00	5.71%	1 年以内
合计		618,778.15	100.00%	

单位名称	款项性质	2014 年 12 月 31 日 (元)	占期末余额比例	账龄
深圳大族激光科技有限公司	设备采购款	273,925.00	100.00%	1 年以内
合计		273,925.00	100.00%	

单位名称	款项性质	2013 年 12 月 31 日 (元)	占期末余额比例	账龄
深圳大族激光科技有限公司	设备采购款	68,960.00	100.00%	1 年以内
合计		68,960.00	100.00%	

## 2、其他应付款

(1) 账龄及期末余额变动分析

单位：元

账龄	2015 年 5 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
1 年以内	171,490.70	16,600.51	
1-2 年			
合计	171,490.70	16,600.51	

报告期各期末的其他应付款余额主要为供应商保证金。

(2) 报告期各期末，其他应付款中无应付持本单位 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

(3) 报告期各期末，其他应付款前五名单位如下：

单位名称	款项性质	2015 年 5 月 31 日 (元)	占期末余额比例	账龄
------	------	---------------------	---------	----

沈阳奥捷科技有限公司	软件委托开发费	140,000.00	81.64%	1年以内
其他	押金	29,580.70	17.25%	1年以内
地推押金	押金	1,910.00	1.11%	1年以内
合计		171,490.70	100.00%	

单位名称	款项性质	2014年12月31日 (元)	占期末余额比例	账龄
待付员工报销款	报销款	11,302.11	68.08%	1年以内
北京建元恒业信息咨询有限公司	服务费	5,298.40	31.92%	1年以内
合计		16,600.51	100.00%	

### 3、预收账款

#### (1) 账龄及期末余额变动分析

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	68,000.00	806,390.00	166,000.00
1至2年			
2至3年			
3年以上			
合计	68,000.00	806,390.00	166,000.00

(2) 报告期各期末，预收账款中无预收持本单位5%（含5%）以上表决权的股东单位款项。

#### (3) 报告期各期末，预收账款前五名单位如下：

单位名称	款项性质	2015年5月31日余额 (元)	占期末余额比例	账龄
北京绿伞化学股份有限公司	预付款	50,000.00	73.53%	1年以内
纳爱斯集团有限公司	预付款	18,000.00	26.47%	1年以内
合计		68,000.00	100.00%	

单位名称	款项性质	2014年12月31日 余额(元)	占期末余额比例	账龄
北京二锅头酒业股份有限公司	预付款	513,000.00	63.62%	1年以内

金宇保灵生物药品有限公司	预付款	243,390.00	30.18%	1年以内
北京绿伞化学股份有限公司	预付款	50,000.00	6.20%	1年以内
合计		806,390.00	100.00%	

单位名称	款项性质	2013年12月31日余额（元）	占期末余额比例	账龄
青海黄河嘉酿啤酒有限公司	预付款	130,000.00	78.31%	1年以内
江苏新美星包装机械股份有限公司	预付款	36,000.00	21.69%	1年以内
合计		166,000.00	100.00%	

#### 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	18,579.49		
个人所得税	40,878.86	30,526.87	19,365.71
合计	59,458.35	30,526.87	19,365.71

#### 5、预计负债

单位：元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
对外提供担保			
未决诉讼			
产品质量保证			
重组义务			
待执行的亏损合同			
其他	2,361,597.61		
合计	2,361,597.61		

公司2015年1-5月的预计负债形成原因为尚未兑换的返利积分。公司的消费积分客户管理系统的盈利模式为：B端客户付给公司推广费，用于在V积分平台充值积分，C端消费者购买了B端客户推广的商品后，扫描小票上传到V积分平台，通过小票核对以及后台系统处理，V积分平台会把B端客户在V积分平台充值的积分返给相应的C端消费者。C端消费者可以把所获得的返利积分通过V积分平台兑换成话费。该预计负债核算的是C端消费者暂未通过V积分平台兑换

成话费的积分（包括消费者未领取的积分、以及已领取积分但未兑换为话费两部分）。未来这部分积分都会陆续被 C 端消费者兑换成相应的话费。

B 端促销积分总额 1=2+3+4	C 端兑换积分总额		C 端未兑换积分总额 4
	已兑换话费 2	未兑换话费 3	
2,599,811.20	238,213.59	2,361,597.61	-

注：报告期内消费者领取积分后，兑换话费的金额相对较少。主要原因为：（1）B 端客户返还给消费者的积分，分散在不同的消费者账户上，每个消费者账户的金额不等，积分兑换话费的起点为 1020 分（1 元=100 积分），消费者通过积分兑换的话费为整额话费，比如 10 元话费、20 元话费、30 元话费等。因此，消费者领取积分到兑换积分有一个时间差。（2）公司计划后期丰富消费者兑换的产品，部分消费者希望积分后期可以兑换其他产品或直接返现，因此有部分消费者希望留下积分待未来兑换其他产品。

## （七）股东权益情况

### 1、股本

单位：元

股东名称或姓名	2015 年 5 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
数位港湾科技（北京）有限公司	9,000,000.00	9,000,000.00	2,000,000.00
深圳市大族创业投资有限公司			1,500,000.00
青岛德隆包装设备有限公司			1,500,000.00
任威伦	1,000,000.00	1,000,000.00	
上海景林羲域投资中心	1,764,706.00		
合计	11,764,706.00	9,000,000.00	5,000,000.00

### 2、资本公积

单位：元

项目	2015 年 5 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
股本溢价	13,235,294.00		
合计	13,235,294.00		

2015 年 3 月增加的资本公积-资本溢价为上海景林羲域投资中心实缴新增出资而形成，其中：注册资本人民币 176.4706 万元，资本溢价人民币 1,323.5294 万元。

## 3、未分配利润

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年	2013年
年初未分配利润	-9,089,611.61	-2,616,890.06	-97,758.43
加：本年归属于母公司股东的净利润	-4,454,673.31	-6,472,721.55	-2,519,131.63
减：提取法定盈余公积			
提取任意盈余公积			
提取一般风险准备			
应付普通股股利			
转作股本的普通股股利			
年末未分配利润	-13,544,284.92	-9,089,611.61	-2,616,890.06

## (八) 报告期主要财务指标分析

## 1、偿债能力分析

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产负债率	22.26%	55.37%	9.64%
流动比率（倍）	15.63	1.67	9.89
速动比率（倍）	15.63	1.12	9.86

与2013年末相比，2014年末公司资产负债率上升、流动比率和速动比率下降，偿债能力下降，主要是因为公司当期应付账款和预收账款余额增加较多，导致当期末流动负债总额增加较多所致。与2014年末相比，2015年5月末资产负债率下降、流动比率和速动比率增加，偿债能力上升，主要是因为公司当期吸收投资1500万元，导致净资产增加较多所致。

## 2、营运能力分析

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
应收账款周转率（次）	27.56	10.01	24.2
应收账款周转天数	6	36	15
存货周转率（次）	13.73	2.47	-
存货周转天数	11	146	-

受公司2014年收入下降的影响，2014年12月31日公司应收账款周转率相比2013年末有所下降。2015年1-5月，公司发展较快，营业收入增幅较大，因

此，公司 2015 年 5 月底营运能力相比 2014 年末有所上升。报告期内，公司主营业务收入分析和存货变动分析详见本公开转让说明书“第四节 公司财务 六、报告期主要财务数据及财务指标分析（一）营业收入”和“第四节 公司财务 六、报告期主要财务数据及财务指标分析（五）主要资产情况”。

### 3、盈利能力分析

项目	2015 年 1-5 月	2014 年	2013 年
净资产收益率	-95.12%	-526.20%	-69.16%
净资产收益率（扣除非经常性损益）	-95.12%	-526.42%	-69.16%
基本每股收益	-0.42	-0.91	-0.50
基本每股收益（扣除非经常性损益）	-0.42	-0.91	-0.50
毛利率	8.32%	45.49%	53.11%

与 2013 年、2015 年 1-5 月相比，2014 年公司净资产收益率、每股收益都有大幅下降，主要是因为：（1）公司 2014 年收入相比 2013 年下降，公司为后期发展的需要，增加对研发和市场的投入，导致当期净利润下降较多；（2）2014 年公司吸收投资款 500 万元，导致期末净资产增加较多。报告期内，公司主营业务毛利率分析详见本公开转让说明书“第四节 公司财务 六、报告期主要财务数据及财务指标分析（一）营业收入 4、主营业务毛利率分析。”

每股收益的计算如下：

单位：元

项目	序号	2015 年 1-5 月	2014 年	2013 年
归属于公司普通股股东的净利润	1(P)	-4,454,673.31	-6,472,721.55	-2,519,131.63
非经常性损益	2	0.15	2,629.77	
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	3=1-2(P)	4,454,673.46	6,475,351.32	-2,519,131.63
期初股份总数	4(So)	10,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
报告期公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数（I）	5(S1)			
报告期发行新股或债转股等增加股份数（II）	6(Si)	1,764,706.00	5,000,000.00	

报告期因回购等减少股份数	7(Sj)			
报告期缩股数	8(Sk)			
报告期月份数	9(Mo)		5	12
增加股份(II)下一月份起至报告期期末的月份数	10(Mi)		2	5
减少股份下一月份起至报告期期末的月份数	11(Mj)			
发行在外的普通股加权平均数	$12(S) = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$	10,705,882.40	7,083,333.33	5,000,000.00
基本每股收益(I)	$13 = 1 \div 12$	-0.42	-0.91	-0.50
基本每股收益(II)	$14 = 3 \div 12$	-0.42	-0.91	-0.50
已确认为费用的稀释性潜在普通股利息	15			
所得税率	16			
转换费用	17			
认股权证、股份期权等增加的普通股加权平均数	18			
稀释每股收益(I)	$20 = [1 + (15 - 17) \times (1 - 16)] \div (12 + 18)$	-0.42	-0.91	-0.50
稀释每股收益(II)	$21 = [3 + (15 - 17) \times (1 - 16)] \div (12 + 18)$	-0.42	-0.91	-0.50

净资产收益率的计算如下：

项目	序号	2015年1-5月	2014年	2013年
营业利润	1	-4,454,673.31	-6,472,721.55	-2,519,131.63
归属于公司普通股股东的净利润	2(P)	-4,454,673.31	-6,472,721.55	-2,519,131.63
非经常性损益	3	0.15	2,629.77	
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	4=2-3(P)	-4,454,673.46	-6,475,351.32	-2,519,131.63
归属于公司普通股股东的期末净资产	5(E)	11,455,715.08	910,388.39	2,383,109.94

全面摊薄净资产收益率 ( I )	$6=2 \div 5(P \div E)$			
全面摊薄净资产收益率 ( II )	$7=4 \div 5(P \div E)$			
归属于公司普通股股东的期初净资产	8 (Eo)	910,388.39	2,383,109.94	4,902,241.57
报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产	9 (Ei)	15,000,000.00	5,000,000.00	
报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产	10 (Ej)			
报告期月份数	11 (Mo)	5	12	12
归属于公司普通股股东的、新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数	12 (Mi)	2	5	
归属于公司普通股股东的、减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数	13 (Mj)			
其他交易或事项引起的净资产增减变动	14 (Ek)			
发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数	15 (Mk)			
归属于公司普通股股东的净资产加权平均数	$16= Eo + P \div 2 + Ei \times Mi \div Mo - Ej \times Mj \div Mo \pm Ek \times Mk \div Mo$	4,683,051.66	1,228,767.61	3,642,675.76
加权平均净资产收益率 ( I )	$17=2 \div 16$	-95.12%	-526.20%	-69.16%

加权平均净资产收益率（II）	18=4÷16	-95.12%	-526.42%	-69.16%
----------------	---------	---------	----------	---------

#### 4、获取现金能力分析

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额（元）	-2,930,726.44	-6,131,696.95	-2,162,781.04
投资活动产生的现金流量净额（元）	-8,886,519.52	-101,504.00	-88,296.80
筹资活动产生的现金流量净额（元）	15,000,000.00	5,000,000.00	

##### （1）经营活动现金流量分析

与2013年、2015年1-5月相比，2014年经营活动现金流量净额为负值较大，主要是因为当期公司为拓展业务增加对研发和市场的投入，增加技术人员和管理人员的储备导致当期现金流量支出较大。

##### （2）投资活动现金流量分析

2015年1-5月，投资活动产生的现金流量净额为负值较大，主要是因为公司为充分利用闲置资金，购买银行理财产品900万元所致。

##### （3）筹资活动现金流量分析

报告期内，筹资活动产生的现金流量变动与公司吸收股权投资有关。2014年公司吸收股权投资款500万元。2015年1-5月，公司吸收股权投资款1500万元。

通过间接法编制的现金流量表补充资料如下：

##### （1）其他与经营活动、投资活动、筹资活动相关的现金流

项目	2015年1-5月	2014年	2013年
收到的其他与经营活动相关的现金流：			
财务费用中经营活动存款的利息收入	1,624.95	7,247.55	14,255.50
其他营业外收入	0.15	0.76	
往来款	32,282.93		
支付的其他与经营活动相关的现金流：			
办公费	397,607.08	380,197.46	287,819.31
交通费	29,037.66	52,027.32	53,216.20

差旅费	123,270.07	267,324.82	218,486.85
通讯费	39,111.00	90,484.61	29,943.82
业务招待费	47,463.40	59,031.85	121,870.60
房租及水电费	185,953.05	735,239.41	376,167.06
服务费	108,768.00	99,940.80	
财务费用-手续费	919.00	505.00	70.00
其他	10,632.96	25,987.62	19,149.00
收到的其他与投资活动相关的现金流:			
支付的其他与投资活动相关的现金流:			
收到的其他与筹资活动相关的现金流:			
支付的其他与筹资活动相关的现金流:			

## (2) 现金流补充资料

单位：元

补充资料	2015年1-5月	2014年	2013年
1、将净利润调节为经营活动现金流量:			
净利润	-4,454,673.31	-6,472,721.55	-2,519,131.63
加：资产减值准备	6,596.50	-2,112.00	8,502.00
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	27,275.56	51,543.64	19,807.10
无形资产摊销	3,711.89	3,860.00	3,860.00
长期待摊费用摊销			

补充资料	2015年1-5月	2014年	2013年
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失			
固定资产报废损失			
公允价值变动损失			
财务费用			
投资损失			
递延所得税资产减少			
递延所得税负债增加			
存货的减少		577,202.56	
经营性应收项目的减少	-709,495.03	-315,151.49	-86,027.91
经营性应付项目的增加	2,195,857.95	25,681.89	410,209.40
其他			
经营活动产生的现金流量净额	-2,930,726.44	-6,131,696.95	-2,162,781.04
2. 不涉及现金收支的重大投资和筹资活动:			
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			
3. 现金及现金等价物净变动情况:			
现金的期末余额	4,218,806.17	1,036,052.13	2,269,253.08
减: 现金的期初余额	1,036,052.13	2,269,253.08	4,520,330.92
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	3,182,754.04	-1,233,200.95	-2,251,077.84

公司报告期内现金流波动存在合理性，使用直接法编制的现金流量表得到了间接法编制流量表的验证，经营活动现金流量净额与净利润相匹配。

报告期内，公司2015年1-5月、2014年度、2013年度销售商品、提供劳务收到的现金与销售收入的匹配分析如下：

单位：元

项 目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
销售商品、提供劳务收到的现金	3,875,980.00	2,268,280.00	2,402,960.00

营业收入	4,322,752.67	1,306,623.98	2,057,264.97
销售收现率	0.9	1.74	1.17

2014 年销售收现率较高是因为公司在当年末收到北京二锅头酒业股份有限公司、金宇保灵生物药品有限公司款项因未满足收入确认条件在预收账款科目核算。

报告期内，公司 2015 年 1-5 月、2014 年度、2013 年度购买商品、接受劳务支付的现金与销售成本的匹配分析如下：

单位：元

项 目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	2,527,055.40	2,932,851.04	1,301,943.80
营业成本	3,962,904.50	712,222.23	964,713.67
购货付现率	0.64	4.12	1.35

2014年购货付现率较高是因为公司当期增加研发投入相对较多，且该部分全部计入费用科目所致。

## 七、关联方、关联方关系及关联交易

### （一）关联方及关联关系

#### 1、存在控制关系的关联方

关联方名称	与公司关系
数位港湾科技（北京）有限公司	公司控股股东
任威伦	公司实际控制人、董事长、高级管理人员
金燕	公司实际控制人、总经理、高级管理人员

#### 2、不存在控制关系的关联方

关联方名称	与公司关系
潘迪	董事
李保城	董事
苏婕	董事
闫付玉	监事
郑瑶	监事
喻文东	监事
万志美	公司实际控制人金燕的母亲

东莞神器网络科技有限公司【注 1】	公司实际控制人金燕对外投资的公司
道江咨询（北京）有限公司【注 2】	公司实际控制人金燕控制的其他企业
蓝基港湾信息技术（北京）有限公司【注 3】	股东数位港湾全资子公司
中量宝（北京）科技有限公司【注 4】	股东逸宁投资持有其 25%股权
贝联（上海）信息科技有限公司【注 5】	股东逸宁投资持有其 7.3%股权
北京泰合景逸投资中心（有限合伙）	公司实际控制人任威伦、金燕对外投资的公司
上海逸宁投资发展中心（有限合伙）	持股 5%以上的股东
青岛大族德隆激光科技有限公司【注 6】	公司控股股东对外投资的公司
深圳市大族激光科技股份有限公司【注 7】	报告期内，原股东深圳市大族创业投资有限公司的控股股东
依波路控股有限公司【注 8】	公司董事潘迪在外担任董事的公司
虎扑（上海）文化传播股份有限公司【注 9】	公司董事潘迪在外担任董事的公司
深圳市中欧基石股权投资合伙企业（有限合伙）【注 10】	公司实际控制人对外投资的其他企业
上海张小泉刀剪总店有限公司【注 11】	公司实际控制人对外投资的其他企业
杭州张小泉集团有限公司【注 12】	公司实际控制人对外投资的其他企业

注 1：东莞神器网络科技有限公司，注册号为 441900002276139，注册资本为 300 万元，法定代表人为周建军，住所为东莞松山湖高新技术产业开发区科技十路 7 号粤港金融服务外包中心 16 栋 16 层 1601-1606 室。成立日期为 2014 年 12 月 10 日。经营范围为：网络技术的开发、技术咨询、技术服务、技术转让，计算机系统集成，图文设计，网络平台运营及管理，网站设计与开发，互联网信息服务，市场营销策划，企业形象策划，实业投资，房地产经纪；销售、网上销售：家居用品、电子产品、工艺美术品、日用品、包装材料、机械设备、五金制品、塑胶产品、建筑材料、机电产品、办公用品、服饰、鞋、皮具、计算机及周边配件；货物进出口、技术进出口。金燕出资 60 万元，出资占比为 20%。

注 2：道江咨询（北京）有限公司，注册号为 110101017268122，法定代表人为金燕。注册资本为 100 万元，住所为北京市东城区建国门内大街 7 号 8 层 23 号。成立日期为 2014 年 5 月 21 日。经营范围为：企业管理咨询；会议服务；企业策划；公共关系服务；投资咨询。金燕出资 60 万元，出资占比为 60%。

注 3：蓝基港湾信息技术（北京）有限公司，注册号为 110105012604725，法定代表人为张雷。注册资本为 30 万元，住所为北京市朝阳区百子湾路 16 号百子园 5 号楼 B 单元 3A01 号。成立日期为 2010 年 01 月 29 日。经营范围为：技术推广服务；软件设计；计算机系统服务。正在办理注销手续。

注 4：中量宝（北京）科技有限公司，注册号为 110108015417773。注册资本为 209.8

万元，住所为北京市丰台区广安路9号院4号楼10层1002号。成立日期为2012年11月26日。经营范围为：技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；软件开发；计算机系统服务；数据处理；计算机维修；基础软件服务；应用软件开发；电脑动画设计；销售自行开发后的产品、计算机、软件及辅助设备、电子产品；投资管理、资产管理、投资咨询、教育咨询、会议服务、产品设计、模型设计。（未取得行政许可的项目除外）（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。）

注5：贝联（上海）信息科技有限公司，注册号为310113001116729。注册资本为1760万元，住所为上海市宝山区一二八纪念路968号19层。成立日期为2013年12月30日。经营范围为：计算机、电子专业领域内的技术开发与服务；计算机网络工程；网络技术服务；网页设计；计算机软硬件的开发；信息科技专业领域内的技术开发与服务；通信系统自动化软硬件的开发；通信网络工程；通信系统设备的销售、安装、调试、维护；弱电工程设计、安装；综合网络布线；系统集成；设计、制作、代理、发布各类广告；健康咨询（不得从事诊疗活动、心理咨询）；电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

注6：青岛大族德隆激光科技有限公司，注册号为370212230094197。注册资本为50万元。成立日期为2014年9月26日，住所为青岛市崂山区崂山路36号6号楼（德隆海景酒店）101、103房间。经营范围为激光喷码设备开发、制造、销售、维修（不得在此地制造），计算机软硬件开发，批发、零售：电子元器件，五金交电。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。股东分别为青岛德隆包装设备有限公司、数位港湾科技（北京）有限公司。

注7：深圳市大族激光科技股份有限公司，现更名为大族激光科技产业集团股份有限公司，上市公司，注册号为440301102949254。法定代表人为高云峰。成立日期为1999年3月4日。注册资本为105597.4944万元。住所为深圳市南山区深南大道9988号。

注8：依波路控股有限公司，所属行业为服装、服饰与奢侈品，成立日期为1991年1月18日，注册资本为100.00 M HKD。董事长为苏大。第一股东为林伟华（28.70%）。公司生产瑞士名表。

注9：虎扑（上海）文化传播股份有限公司，注册号为310112000784209。注册资本为10000万元，住所为上海市虹口区东大名路1191号17815室。成立日期为2007年9月25日。经营范围为：设计、制作、代理、发布各类广告，从事网络技术领域的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，计算机系统服务，健身服务，体育用品销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】。

注10：深圳市中欧基石股权投资合伙企业（有限合伙），注册号为440304602268532。执行合伙人为深圳市基石创业投资管理有限公司（委派代表：张维）。经营场所为深圳市福田区深南大道中国凤凰大厦1栋17C—4。金燕作为合伙人之一，出资比例为1.9231%。

注 11：上海张小泉刀剪总店有限公司，注册号为 310101000003556。法定代表人为张国标，住所为上海市黄浦区南京东路 490 号。注册资本为 500.00 万元。成立日期为 1982 年 3 月 8 日。经营范围为刀，剪。日用金属制品，厨房用具及电器，理发用具，整容器具，附设分支机构。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】。金燕出资占比为 8%。

注 12：杭州张小泉集团有限公司，注册号为 330100000021728。法定代表人为张国标。成立日期为 2001 年 1 月 31 日。注册资本为 1443 万元。住所为杭州市拱墅区大关路 33 号。经营范围为：一般经营项目：批发、零售：剪刀，日用金属制品等。金燕出资占比 5.8787%。

## （二）关联交易对企业财务状况及经营成果的影响

### 1、经常性关联交易

#### （1）采购商品

单位：元

交易事项	单位	2015 年 1-5 月	2014 年	2013 年
关联采购	深圳市大族激光科技股份有限公司		1,302,300.00	1,096,700.00
合计			1,302,300.00	1,096,700.00
占当期采购总额的比重			41.38%	100.00%

报告期内，公司根据客户需求，向大族激光采购定制的激光赋码机。报告期内，关联采购占当期采购总额的比例较高，但是从 2014 年第四季度开始，公司把经营重心从定制激光赋码机转移到消费积分客户服务系统，自 2015 年开始，公司未再采购激光赋码机。未来，如有客户需要激光赋码机，公司将向无关联第三方采购。因此，未来关联交易对公司的影响将减少。报告期内，公司从关联方采购的产品为定制化产品，无第三方参考价格，双方按照谈判价格进行交易。

## （三）关联方往来

其他应收款	款项性质	2015 年 5 月 31 日余额（元）	2014 年 12 月 31 日余额（元）	2013 年 12 月 31 日余额（元）
任威伦	备用金	100,000.00		
合计		100,000.00		
占期末余额的比例		32.75%		

截至 2015 年 8 月，任威伦的备用金已结清。

应付账款	款项性质	2015年5月31日余额（元）	2014年12月31日余额（元）	2013年12月31日余额（元）
深圳市大族激光科技股份有限公司	货款	35,345.00	273,925.00	68,960.00
合计		35,345.00	273,925.00	68,960.00
占期末余额的比例		5.71%	100.00%	100.00%

#### （四）公司规范关联交易的制度安排

报告期内，公司未制定关联交易管理制度，因此，相应的关联交易未经决策。截至2015年6月底，公司已按照《公司法》等法律法规的规定，建立了规范健全的法人治理结构，为规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正，本公司按照《公司法》、《上市公司章程指引》等有关法律法规及相关规定，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易管理制度》等规章制度，明确了关联交易的决策权限和决策程序。未来，如发生关联交易将严格按照相关规定履行程序。

## 八、需提醒投资者关注的期后事项、或有事项及其他重要事项

1. 根据逸宁投资、景林羲域（二者合称为“投资方”）与鼎川物联、任威伦、数位港湾于2015年1月30日共同签署的《泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司之增资协议》（以下简称“《增资协议》”）、《泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司之股东协议》（以下简称“《股东协议》”）等文件，各方约定：（1）各投资方对公司投资人民币3000万元，认购公司新发行的250万股股份，占本次投资全部完成后公司20%的股份。其中，逸宁投资投资人民币2400万元，认购公司新发行的200万股股份，占本次投资全部完成后公司16%的股份；景林羲域投资人民币600万元，认购公司新发行的50万股股份，占本次投资全部完成后公司4%的股份。投资方的投资分两期进行。投资方按照本协议的约定首期以人民币1,500万元认购公司1,764,706股股份，占公司增资后注册资本的15%。首期增资交割完成后，投资方以人民币1,500万元进一步认购公司新发行的735,294股股份（第二期增资），占公司增资后注册资本的5.8824%；其中，第二期增资的先决条件为：公司APP和微信公众号总激活/关注用户数不低于200万；公司APP和微信公众号两周内平均日活跃用户数不低于8万，且平均日上传小票及扫码数量不低于2万；公司APP和微信公众号两周内活跃用户总数不

低于40万，且用户上传小票及扫码总数不低于20万。（2）首次增资完成后，逸宁投资、景林羲域将享有《股东协议》中包括但不限于反稀释调整股权比例、优先购买权、共同出售权、优先认购权、回购权、清算优先权等特殊权利。

2015年1月30日鼎川物联增加注册资本至1176.4706万元，其中逸宁投资出资1200万元认购了公司新发行的141.1765万股；景林羲域出资300万元认购了公司新发行的35.2941万股，本次增资后，鼎川物联办理了工商变更登记手续。

2015年6月15日，上述主体签署了《股东协议之补充协议》约定：各方于2015年1月30日签订的《股东协议》于2015年6月16日废止，股东按照其《公司法》、《公司章程》的规定，根据其持股比例享有股东权利，且若鼎川物联在2016年6月30日前未能在新三板挂牌，各方于2015年1月30日签署的《股东协议》则在2016年7月1日恢复生效。

## 2、期后关联租赁

2015年7月1日，金燕与股份公司签订了《租赁合同》，金燕将其位于北京市东城区建国门内大街7号光华长安大厦2座8层823室房屋租赁给股份公司使用，租赁期自2015年7月1日至2017年12月31日，房租单价为7.8元/平方米/日。双方定价为市场价。

## 九、报告期内，公司进行资产评估情况

公司自成立至今未进行资产评估。

## 十、报告期内股利分配政策、利润分配情况以及公开转让后的股利分配政策

### 1、报告期内股利分配政策

公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性。公司利润分配政策为：根据公司盈利情况和其他实际情况，采取现金或者股份方式支付股东股利。

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的百分之十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百分之五十以上的，可以不再提取。

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

经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

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

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的公司股份不参与分配利润。

公司分配当年利润时，存在股东违规占用公司资金情况的，应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

2、报告期内，公司利润分配情况

报告期内，公司不存在向股东进行股利分配情况。

3、公开转让后的股利分配政策

公司股票公开转让后的股利分配政策，与公开转让前的股利分配政策一致。

## 十一、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

报告期内，公司无需要纳入合并的子公司或其他企业。

## 十二、公司经营风险因素及评估

（一）双边平台模式下 B 端客户和 C 端用户均衡发展的运营风险

公司的主营业务是为品牌企业客户提供一整套基于『V 积分·联接品牌与消费者的营销&大数据平台』的营销服务、数据服务和技术服务。品牌企业客户通过 V 积分平台将品牌广告费、促销费等资源转化成精准的消费返利和品牌活动，从而促进产品的线下销售增长。零售企业通过与 V 积分合作能够快速积累会员，促进零售增长。V 积分的核心价值在于帮助品牌企业与消费者建立直接的深度联接。品牌企业通过“V 积分平台”可以按照互联网 CPS（按销售结果付费）的方式进行消费者促销，同时 V 积分可以帮助品牌收集以消费者为中心的精准、实时的消费行为大数据（区别于以往统计的基于销售结果的数据），及时调整市场布局与策略，提高消费者忠诚度。

作为创业阶段公司，鼎川物联前期研发和业务推广投入较大。公司目前采取先投入推广费用获取一定数量 C 端用户，进而开拓 B 端用户的策略，并且一定幅度降低甚至免收服务费等策略以积累 B 端客户数量，从而进一步刺激 C 端用户数

量和参与度的运营策略，保证了 B 端客户和 C 端用户数量在较短时间内有较明显的增长。

但作为一个典型的双边类型平台模式企业，公司 C 端消费者会员数量及活跃度表现会影响到公司对 B 端客户的获取，同时 B 端客户又在一定程度影响 C 端消费者的参与。公司的 B 端客户和 C 端消费者的参与度是相辅相成，对公司的经营活动均会产生较大影响。这是双边或多边型平台模式企业所面临的共性问题。如果运营得当，能够形成双边彼此促进增长，运营不当也会导致双边彼此制约。

#### （二）报告期内盈利模式单一的风险

由于公司尚处于市场开拓的初期，目前公司的盈利主要来源于销售基于消费大数据相关的物联网设备以及为消费品行业品牌企业提供基于 V 积分平台的促销服务的业务收入，盈利模式有些单一。

未来随着公司的 V 积分平台的 C 端会员用户的数量的不断增长，公司目前给 B 端客户提供以消费者会员为核心的深度大数据服务和面向广大消费者会员的精准广告服务、以及异业跨界营销服务也会给公司带来新的盈利点。

#### （三）信息安全及系统稳定性风险

公司通过 V 积分平台为客户提供营销和技术服务，在业务运营中需要对大量的消费者数据进行采集、存储和分析。目前公司已经采取多种有效手段防护信息安全，但作为一家互联网公司，公司仍然面临恶意软件、病毒和黑客攻击的威胁，这些因素将会影响公司信息系统正常运行，甚至导致数据资源泄漏，公司因而可能面临消费者和客户流失、市场声誉损害风险，进而对公司经营及业绩造成影响。

作为 V 积分平台的运营商，公司在日常经营中十分注重计算机系统和数据安全保障工作。目前公司已根据业务开展的需要购买并部署了覆盖 Web 端和移动端的高版本办公协同系统，日常企业经营管理所涉及到的目标管理、任务管理、日程协同、项目沟通、行政审批、人事管理、财务申报等工作都通过该协同系统进行管理。公司自行开发的业务系统，会定期对数据进行备份和系统漏洞扫描、异常预警。公司的数据服务采用了阿里云提供的数据存储和安全服务，安全度较高。尽管这样，作为互联网公司，系统的稳定、数据的安全都是这类型公司所面临的共同风险。风险一旦发生，将给公司的经营活动带来一定影响。

#### （四）数据采集和使用的风险

公司以移动互联网为手段，以会员用户个体为中心进行精准营销和数据采集，

有效的弥补了行业当前主要以消费者群体为单位展开营销和数据获取方式的缺陷。然而，移动互联网客户端软件的广泛应用，未来政府可能出台的关于互联网企业采集信息的行为和数据使用方面的相关规定，都将给公司的数据获取方式带来新的挑战。这就要求公司需要面对外部环境变化的同时，不断提升会员用户信息获取的途径和规范性。

#### （五）报告期内公司盈利能力不断下降的风险

2013年、2014年、2015年1-5月，公司的毛利率分别为53.11%、45.49%、8.32%，报告期内因公司业务重心从物联网设备销售向链条后端转移至以消费者为中心的营销和大数据服务，将更多的资源投入到了V积分平台系统的开发和C端会员用户推广，且业务尚处在投入期。前者更加注重毛利率，后者更加注重未来的规模效应，因此报告期内公司的毛利率呈现出不断下降。

随着V积分平台系统的上线和不断的版本升级，C端会员用户的持续积累，B端客户的不断增加，作为互联网企业，鼎川物联的企业估值不断提升。相信随着公司以消费者为中心的营销和大数据服务业务的不断增长，公司的盈利能力将回转提高。

#### （六）持续亏损的风险

2013年、2014年、2015年1-5月公司净利润分别为-251.91万元、-647.27万元、-445.47万元。截至2013年末、2014年末、2015年5月底未分配利润分别为-261.69万元、-908.96万元、-1,354.43万元。报告期内，公司的累计亏损不断增大。

作为一家创业阶段公司，在前期需要进行大量的研发和市场拓展活动，这些活动往往需要较大的资金投入，从资金投入取得成效再到实现盈利往往需要一段时间，因此在未来一两年时间内，公司实现盈利的可能性较小。为了提高盈利能力，公司采取了一系列措施，比如“公司积极的通过开展资源互换的方式减少公司的费用支出、积极的开展V积分品牌宣传业务，快速增加V积分平台的消费者会员的数量、继续开拓新的盈利模式”等。随着这些措施的实施及公司品牌效力的提升，公司盈利能力将提高，亏损将逐渐下降。

#### （七）B端客户充值的促销费用未用完可能面临要求退回的风险

促销费用是指品牌企业通过公司提供的V积分消费者关系管理平台直接给

到消费者的促销返利；由品牌企业预估促销活动返利费用总额后支付相应数量金额采购公司对应数量的V积分。促销费用由V积分平台按月统计，按月扣除。品牌企业可自行在V积分企业后台实时查询促销费用使用情况，也可由公司于每个服务月月月初5个工作日内向品牌企业书面提供上一服务月V积分支出明细账单，方便品牌企业确认。合同到期时，如未发放出去的促销费用品牌企业可选择延续下一服务期。

品牌企业根据自身预算情况合理估计促销返利费用，根据开展促销活动的需要分期支付促销费用给到公司，一般分月或季度。截至到目前，促销费用均能在合同约定的期限内返给消费者，不存在退回给品牌厂商的情形；亦不存在品牌企业因不满意公司服务而终止合作的情形，不存在因此将剩余促销费用退回给品牌厂商的情形。

虽然，目前公司与客户签署的合同约定未用完的促销费用延到下一期，且出于谨慎性考虑，品牌厂商也会结合自身情况分期支付合理金额的促销费，但不排除未来品牌厂商决策失误，一次性支付大额促销费用的情形，如若发生，不排除品牌厂商要求公司退回未用完的促销费用的情形。

#### （八）实际控制人不当控制的风险

数位港湾科技（北京）有限公司直接持有公司52%的股份，系公司第一大股东及控股股东。任威伦直接持有数位港湾科技（北京）有限公司51%的股权，金燕直接持有数位港湾科技（北京）有限公司49%的股权，两人合计持有数位港湾科技（北京）有限公司100%股权，通过数位港湾间接控制公司52%有表决权的股份；任威伦、金燕共同出资设立了用于内部股权激励等作用的持股平台北京泰合景逸投资中心（有限合伙），通过泰合景逸间接控制公司20%有表决权的股份；任威伦直接持有公司8%有表决权的股份，任威伦与金燕为夫妻关系，且二人签署了《一致行动人协议》，该协议约定：在处理有关泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司经营发展且根据《公司法》等有关法律法规和《公司章程》需要由公司股东大会、董事会作出决议的事项时均应采取一致行动，就有关公司经营发展的重大事项向股东大会、董事会行使提案权和在相关股东大会、董事会上行使表决权时保持一致。任威伦、金燕两人目前合计控制公司80%有表决权的股份，其通过股东大会、董事会决议可以影响公司的经营管理决策及管理人员的选任，为公司的实际控制人。若实际控制人利用其对公司的实际控制权，对公司的经营

决策、人事、财务等进行不当控制，可能会给公司经营和其他股东的权益带来风险。

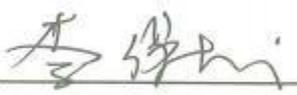
## 第五节 有关声明

### 一、公司全体董事、监事及高级管理人员签名及公司盖章

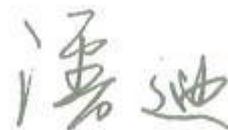
全体董事：



任威伦



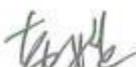
李保城



潘迪



金燕



苏婕

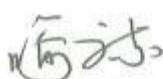
全体监事：



闫付玉



郑瑶



喻文东

高级管理人员：



任威伦



金燕

泰合鼎川物联科技（北京）股份有限公司（公章）



2015年 12月 23日

## 二、主办券商声明

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

项目小组成员：

罗洁

罗洁

穆兰婷

穆兰婷

高一源

高一源

段雯雯

段雯雯

项目负责人：

李丹

李丹

法定代表人：

何如

何如



### 三、律师声明

本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的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。

经办律师：

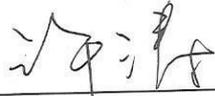


秦颖



陈烁

律师事务所负责人：



许涛





通讯地址：北京市东城区永定门西滨河路8号院7号楼中海地产广场西塔5-11层  
Postal Address: 5-11/F, West Tower of China Overseas Property Plaza, Building 7, NO.8, Yongdingmen  
Xibinhe Road, Dongcheng District, Beijing  
邮政编码 (Post Code): 100077  
电话 (Tel): +86(10)88095588 传真 (Fax): +86(10)88091199

## 关于公开转让说明书引用审计报告的 会计师事务所声明

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

签字注册会计师：

刘兴武

钱华丽

会计师事务所负责人：

顾仁荣

瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）

2015年12月23日



## 第六节附件

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