

湖北培根文化传播股份有限公司

公开转让说明书

主办券商

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

福建省福州市湖东路 268 号

二零一五年十二月

## 声 明

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。

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”）对公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对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，公司经营与收益的变化，由公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

# 重大事项提示

## 一、经济下行的风险

广告行业发展与国民经济景气度具有较高的关联性，国内外宏观经济形势变化、国家宏观经济政策调整和经济增长周期性变化等都会对广告行业产生影响。如果出现国内外宏观经济环境持续欠佳，各个企业必然会削减广告预算，广告行业的经营状况亦将受到影响。

公司加大业务开拓力度，充分利用丰富的业务经验、稳定的客户群体、成熟的管理机制、优秀的员工团队、良好的服务水平将公司做大做强，同时，寻求合适的机会继续进行产业链延伸，增加业绩增长点提升抗风险能力，缓解可能的业绩波动的情形。

## 二、行业发展变革的风险

随着房地产市场降温，房地产行业将进一步加快转型，一些中小房企将被淘汰出局，市场集中度将进一步提高。房企将更加重视在品牌、资金、技术研发、项目管控、传播渠道等方面的核心竞争力。随着地产行业互联网化，数字媒体和无线终端技术的运用已逐步成熟，越来越多广告主更倾向于网络、手机、数字电视等形式的数字媒体广告。

公司将密切关注行业发展态势，持续创新，以满足客户更加多样化、个性化的需求，促进公司持续发展。

## 三、政策调整的风险

广告行业是文化产业的重要组成部分。我国公布的《关于推进广告战略实施的意见》、《文化产业振兴规划》、《广告产业发展“十二五”规划》等纲领性文件均将广告产业作为促进国家文化建设，推动文化产业发展的措施，为公司的业务发展提供了良好、稳定的市场环境。如果国家宏观经济政策及相关产业政策发生较大的调整，将对公司的生产经营造成一定的影响。

公司将更加注重核心竞争力的培育，开拓自身发展的新方向，不断打开新的市场领域，完善业务结构，保证公司成长的可持续性。

## 四、区域市场风险

公司现阶段的主要业务集中在华中区域，该地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩，如果不能有效地开拓华中区域以外的市场，公司成长将面临一定的

瓶颈。同时，业务集中于单一的区域市场，一旦本地区出现不利于公司发展的意外因素，公司将面临较大的市场风险，从而对公司经营产生不利影响。

依托公司的人才和技术优势，在稳定华中地区现有市场份额的情况下，向华东、华北等地区拓展公司的业务。

## 五、应收账款发生坏账的风险

报告期内，公司应收账款账面价值分别为 7,428,397.25 元、5,211,250.69 元与 2,809,100.00 元，公司应收账款呈现增长态势，应收账款占资产总额的比重分别为 43.83%、43.19%和 43.10%，占比较高，系资产的主要组成部分。尽管报告期内公司回款情况良好，但若公司客户出现经营困难、财务状况恶化或者商业信用发生重大不利变化，公司应收账款产生坏账的可能性增加，从而对公司经营业绩产生重大不利影响。

公司将在积极扩大市场、提升业绩的同时，不断完善销售管理制度，合理分工、明确职责，严格审查每笔销售合同，建立客户信息备查库，通过对客户进行综合评定，确立客户的信用额度，随时了解客户的信用状况。定期进行应收账款分析，紧密跟踪超期账款的催收进度；建立应收账款的奖罚机制，调动业务团队的积极性与责任感。

## 六、公司治理风险

公司于 2015 年 9 月 1 日由湖北培根文化传播有限公司整体变更设立。股份公司设立后，虽然建立了法人治理结构，完善了现代化企业发展所需的内部控制体系，但股份公司成立的时间较短，各项管理和内控制度的执行尚未经过一个完整经营周期的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐渐完善；同时，随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

公司已制定了规范公司治理及运作的管理制度，全体股东、董事、监事、高级管理人员将加强学习，公司将不断完善公司治理机制和内部控制机制，并严格按照《公司章程》、“三会”议事规则及其他管理制度的规定规范公司治理行为，使公司朝着更加规范化的方向发展。

## 七、管理风险

任何一个业务规模不断扩大，资产规模逐年增加的企业，都面临管理水平同步升级的考验，公司目前正大力拓展公关执行、标识设计与制作和户外媒介等中

后端传播领域，如果管理工作不能随公司规模扩大，在新领域的拓张进行及时调整和完善，管理水平不能适应市场开拓、产品研发、系统运作、人员控制、企业文化等方面的更高要求，将必然会影响公司的综合竞争力，因而管理滞后的风险不容忽视。

公司将大力培养和吸纳优秀专业人才，保持骨干队伍稳定；加强企业管理，学习先进企业管理经验和手段，不断完善研发、生产、销售等各环节流程和制度，保证公司经营持续稳定发展。

## 八、实际控制人不当控制的风险

公司共同实际控制人黄飞、秦铭、沈辉三人直接持股和间接持股合计持有公司 93.68% 股份。此外，黄飞担任公司董事长，秦铭担任董事、总经理，沈辉担任董事，且三人签署了《一致行动人协议》，三人在公司重大事项决策、监督、日常经营管理上均可施予重大影响。虽然公司已经制定了《公司章程》、“三会”议事规则、《重大交易决策制度》、《关联交易管理办法》、《对外投资决策制度》等各项较为完善的公司治理及内控制度，以防范控股股东、实际控制人操控公司的情况发生，但未来仍存在公司控股股东、实际控制人利用其控制地位，损害公司利益或做出不利于公司利益决策的可能，从而使得公司决策偏离中小股东最佳利益目标的风险。

公司将不断完善法人治理结构，严格按照《公司章程》、《关联交易管理办法》等切实保护中小投资者的利益，避免公司被实际控制人不当控制。公司将加强对董事、监事、高管及主要股东的培训，不断增强控股股东及管理层的诚信和规范意识，督促其切实遵照相关法律法规经营公司，忠诚履行职责。

## 九、公司子公司（代理）发布户外广告未办理户外广告登记的风险

因贝恩传媒成立时间较短，相关工作人员对相关法律规定理解不全面，（代理）发布的户外广告未办理《户外广告登记》，存在潜在的经营风险。贝恩传媒将加强内部管理，建立了户外广告内容登记的档案管理机制和追踪管理机制，及时追踪管理公司所发布户外广告内容的登记备案情况，防范可能出现的潜在法律风险。对于已发布且尚未到期的广告，贝恩传媒将尽快补办《户外广告登记证》。同时，公司控股股东/实际控制人黄飞、秦铭和沈辉共同出具承诺：对因未办理《广告登记证》导致受到相关主管部分的处罚或则承担其他相关法律责任，我三人将无条件补偿公司因此遭受的损失。

# 目 录

声 明 .....	1
重大事项提示 .....	2
目 录 .....	5
释 义 .....	7
<b>第一节 公司基本情况 .....</b>	<b>10</b>
一、公司基本情况.....	10
二、股票挂牌情况.....	10
三、公司股权及股东情况.....	12
四、公司控股、参股子公司情况.....	31
五、公司董事、监事、高级管理人员情况.....	36
六、公司主要会计数据及财务指标.....	38
七、与本次挂牌有关的机构.....	38
<b>第二节 公司业务 .....</b>	<b>41</b>
一、公司主营业务、主要服务及用途.....	41
二、公司组织结构与主要服务流程.....	42
三、公司关键业务资源要素.....	46
四、公司业务具体情况.....	54
五、公司商业模式.....	60
六、公司所处行业基本情况.....	61
七、公司经营目标与计划.....	75
<b>第三节 公司治理 .....</b>	<b>77</b>
一、最近两年公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况.....	77
二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果.....	78
三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年违法违规及受处罚情况.....	81
四、公司独立性情况.....	81
五、同业竞争情况.....	82
六、公司控股股东、实际控制人资金占用、担保情况.....	86
七、公司董事、监事、高级管理人员相关情况.....	88
八、董事、监事、高级管理人员最近两年发生变动的情况.....	92
<b>第四节 公司财务 .....</b>	<b>93</b>
一、最近两年一期的主要财务报表.....	93
二、审计意见.....	111
三、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况.....	111
四、最近两年及一期主要会计数据和财务指标.....	123
五、报告期主要会计数据及重大变化分析.....	127
六、关联方、关联方关系及重大关联交易.....	145
七、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项.....	147
八、报告期内公司的资产评估情况.....	148
九、股利分配政策和报告期内分配情况.....	149
十、控股子公司或纳入合并会计报表的其他企业的基本情况.....	150
十一、风险因素和应对措施.....	151

<b>第五节 相关声明 .....</b>	<b>157</b>
一、申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明.....	157
二、主办券商声明.....	158
三、律师事务所声明.....	159
四、会计师事务所声明.....	160
五、资产评估机构声明.....	161
<b>第六节 附件 .....</b>	<b>162</b>
一、备查文件.....	162
二、信息披露平台.....	162

# 释 义

在本公开转让说明书中，除非另有所指，下列词语具有如下含义：

一、常用词语		
公司、股份公司、湖北培根、培根文化、有限公司	指	湖北培根文化传播股份有限公司（因本公司为整体变更设立，为表述方便，该等称谓在文中部分内容也指公司前身湖北培根文化传播有限公司）
有限公司	指	湖北培根文化传播有限公司
汇富投资	指	武汉汇富大地投资中心（有限合伙）
武汉培根	指	武汉市培根广告有限公司
至朗公关	指	武汉至朗公关顾问有限公司、武汉至朗文化传播有限公司
贝肯设计	指	贝肯视觉设计有限公司
玖月创想	指	武汉玖月创想品牌咨询有限公司
泡泡云网络	指	武汉市培根泡泡云网络科技有限责任公司
深圳泡泡云	指	深圳泡泡云数字科技发展有限公司
友联空间	指	武汉友联空间工程有限公司
上海阅山	指	上海阅山品牌管理有限公司
贝恩传媒	指	湖北贝恩文化传媒有限公司
快回家租车	指	武汉快回家租车在线有限公司
新翠源餐饮	指	武汉新翠源餐饮管理有限公司
腊山服饰	指	武汉亚拉腊山服饰有限公司
轻娱动漫	指	湖北轻娱动漫有限公司
天域嘉和武汉分公司	指	深圳市天域嘉和广告有限公司武汉分公司
本说明书、本公开转让说明书	指	湖北培根文化传播股份有限公司公开转让说明书
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
推荐主办券商、主办券商、兴业证券	指	兴业证券股份有限公司
律师事务所	指	湖北山河律师事务所
会计师事务所、审计机构	指	大信会计师事务所（特殊普通合伙）
资产评估机构	指	湖北众联资产评估有限公司
股东大会	指	股份公司股东大会
董事会	指	股份公司/有限公司董事会
监事会	指	股份公司/有限公司监事会
三会	指	股东（大）会、董事会和监事会
高级管理人员	指	股份公司/有限公司总经理、董事会秘书、财务总监
管理层	指	股份公司/有限公司董事、监事及高级管理人员
《公司章程》	指	《湖北培根文化传播股份有限公司章程》
《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》

《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则》
全国股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统
全国股份转让系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
公开转让	指	公司在全国股份转让系统挂牌并进行股票公开转让的行为
报告期、最近两年一期	指	2015年1至6月、2014年和2013年
元、万元	指	人民币元、人民币万元
<b>二、机构名称及专业术语</b>		
全国人大	指	中华人民共和国全国人民代表大会
国务院	指	中华人民共和国国务院
国家发改委	指	中华人民共和国发展与改革委员会
国家工商总局	指	中华人民共和国国家工商行政管理总局
文化部	指	中华人民共和国文化部
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
中国4A协会	指	中国商务广告协会综合代理专业委员会
广告主	指	为推销商品或者提供服务,自行或者委托他人设计、制作、发布广告的法人、其他经济组织或者个人
ZenithOptimedia	指	实力传播集团,隶属于阳狮集团(Publicis Groupe),是全球领先的媒体传播公司
电通集团	指	日本电通集团(Dentsu Group, TYO: 4324),是日本最大的广告与传播集团
Kantar Media	指	隶属于Kantar,Kantar,是全球最大的传播服务集团WPP旗下的媒体研究与洞察部门
LOGO	指	徽标或者商标的外语缩写,起到对徽标拥有公司的识别和推广的作用,通过形象的徽标可以让消费者记住公司主体和品牌文化
VI	指	全称Visual Identity,即企业VI视觉设计,通译为视觉识别系统
AE	指	客户主管,是英语Account Executive一词的缩写,即在广告公司中执行广告业务的具体负责人
DM	指	英文Direct mail的缩写,意为快讯商品广告,通常由8开或16开广告纸正反面彩色印刷而成,通常采取邮寄、定点派发、选择性派送到消费者住处等多种方式广为宣传,是超市最重要的促销方式之一
Banner	指	横幅广告,一个表现商家广告内容的图片,放置在广告商的页面上,是互联网广告中最基本的广告形式
4A	指	The American Association of Advertising Agencies的缩写,中文为“美国广告代理协会”,因名称里有四个单词是以A字母开头,故简称为4A。后来世界各地都以此为标准,取其从事广告业、符合资格、有组织的核心规则,再把美国的国家称谓改为各自国家或地区的称谓,形成了地区性的4A广告公司。
易拉宝	指	树立式宣传海报,又称海报架、展示架,广告行业内也叫易拉架、易拉得、易拉卷等,常见于人流多的街头通道,协助个体

		户式的路演推销活动或是临时摊位
楼书	指	房地产广告的一种重要形式，是房地产开发商或销售代理商宣传楼盘、吸引购房者的重要资料，是它较大众媒体上的房地产广告和销售宣传资料更为翔实和丰富
喷绘	指	一种基本的、较传统的表现技法，具有着其它表现手法不可替代的特点和优越性，表现更细腻真实，可以超写实的表现物象
丝印	指	丝网印刷，属于孔版印刷，印刷时通过刮板的挤压，使油墨通过图文部分的网孔转移到承印物上，形成与原稿一样的图文

注：本公开转让说明书中合计数与各单项加总不符均由四舍五入所致。

## 第一节 公司基本情况

### 一、公司基本情况

公司名称：湖北培根文化传播股份有限公司

法定代表人：秦铭

有限公司成立日期：2010年12月9日

股份公司成立日期：2015年9月1日

注册资本：人民币900万元

住所：武汉市东西湖区台南一道南、高桥四路东

经营范围：设计、代理国内各类策划业务；企业营销策划；企业形象策划；企业管理咨询；展览展示服务；会务服务（不含餐饮服务）；礼仪服务；平面设计；摄影服务；文化艺术经纪代理（不含对艺术家和个人的经纪代理）；大型礼仪庆典策划；公关策划；自营或代理国内各类商品及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

所属行业：根据《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2011），公司所属行业为 L7240-广告业；根据证监会《上市公司行业分类标准》（2012年修订），公司所属行业为 L72-商务服务业；按照全国中小企业股份转让系统发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为 L7240-广告业。

主营业务：以广告策划服务为核心，集公关服务、标识设计与制作、户外媒体等业务为一体，为客户提供整合营销传播服务。

邮编：435503

电话：027-82751975

电子邮箱：pegen2@126.com

互联网网址：<http://www.p-gn.com/>

信息披露负责人：陈静

组织机构代码：56557227-6

### 二、股票挂牌情况

## （一）股票挂牌概况

股票代码：

股票简称：

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00元

股票总量：9,000,000.00股

挂牌日期：

## （二）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

### 1、相关法律法规对股东所持股份的限制性规定

《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有公司股份总数的百分之二十五；所持公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的公司股份作出其他限制性规定。”

《业务规则》第二章第八条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

《公司章程》第二十八条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司其他股东自愿锁定其所持股份的，锁定期内不得转让其所持公司股份。”

《公司章程》第二十九条规定：“公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超

过其所持有本公司股份总数的 25%。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

## 2、股东所持股份的限售安排

股份公司成立于 2015 年 9 月 1 日，截至本公开转让说明书签署之日，股份公司成立未满一年，因此公司发起人无可以公开转让的股份。

除上述情况，公司全体股东所持股份无冻结、质押或其他转让限制情况。

## 3、股东对所持股份自愿锁定的承诺

截至本公开转让说明书签署之日，除《公司法》规定的发起人股东、董事、监事、高级管理人员所持股份转让限制、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》规定的控股股东及实际控制人所持股份转让限制的情形除外，公司股东未作出严于上述规定的额外的股份锁定承诺。

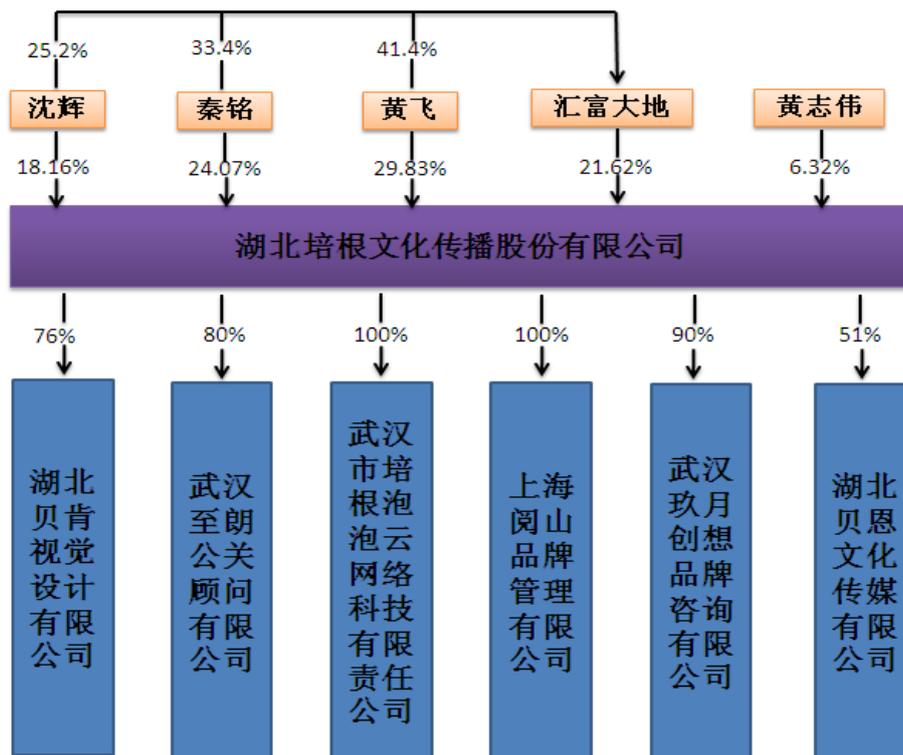
### （三）挂牌后的股份转让安排

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第 3.1.2 条规定：“股票转让可以采取协议方式、做市方式、竞价方式或其他中国证监会批准的转让方式。”

2015 年 9 月 15 日，股份公司召开 2015 年第一次临时股东大会，决议公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌时采取协议转让方式。

## 三、公司股权及股东情况

### （一）公司股权结构图



## (二) 控股股东、实际控制人情况

### 1、公司控股股东、实际控制人的认定

公司前三大股东黄飞、秦铭、沈辉为公司控股股东暨共同实际控制人。认定依据如下：

(1) 截至本公开转让说明书签署日，黄飞、秦铭、沈辉三人直接持有公司股份数为 6,485,400.00 股，直接持有公司股份 72.06%，而且三人通过武汉汇富大地投资中心（有限合伙）间接持有公司股份数为 1,945,800.00 股，间接持有公司 21.62% 股份，三人直接持股和间接持股合计持有公司 93.68% 股份，占公司绝对控股地位。

(2) 黄飞、秦铭、沈辉是公司联合创始人，三人自公司成立以来对公司主要发展战略、重大经营决策意见一致，共同实施重大影响，在公司历次股东（大）会、董事会上均有相同的表决意见，且三人一直担任公司董事长、董事或总经理等重要职务，能够实际支配公司董事会和公司日常经营活动。

(3) 2015年9月15日，为延续和稳定共同控制的状态，黄飞、秦铭、沈辉三人正式签署了《湖北培根文化传播股份有限公司一致行动人协议》，协议约定三方在作为培根文化股东行使对公司的任何股东权利时，以及作为公司董事行使董事会决策权时，三方须协商一致，形成一致意见。

综上,黄飞、秦铭、沈辉从持股比例、持有表决权情况、实际参与公司经营管理及各项政策制定等多方面均能对公司实施控制并产生重大影响,报告期内三人共同控制关系保持稳定,且在挂牌后的可预期期限内可以保持稳定和有效存续,因此认定黄飞、秦铭、沈辉为公司的控股股东和共同实际控制人。

公司实际控制人近两年未发生变化。

## 2、公司实际控制人的基本情况

黄飞,男,1979年3月出生,中国国籍,无境外永久居留权,本科学历。2001年3月至2002年2月,在深圳市同路广告有限公司任设计师;2002年3月至2003年9月,在深圳市韩家英设计有限公司任资深设计;2004年1月至2005年5月,在深圳市风火广告有限公司任美术指导;2005年5月至2005年8月,在深圳市天域嘉和广告有限公司历任设计总监、武汉分公司负责人;2006年6月至2015年4月,在武汉培根广告有限公司任执行董事、总经理;2010年12月起至8月,在有限公司任总经理;2014年2月至今,在湖北贝肯视觉设计有限公司任执行董事;2014年2月至今,在武汉玖月创想品牌咨询有限公司任监事;2015年6月至今,在武汉至朗公关顾问有限公司任监事;自股份公司成立之日起,任董事长,任期三年。

秦铭,男,1977年6月出生,中国籍,无境外永久居留权,本科学历。2000年11月至2003年1月,在深圳市新经典广告有限公司任文案策划;2003年1月至2003年7月,在深圳风火广告有限公司任高级文案;2003年8月至2006年4月,在深圳市图登广告有限公司任创意总监;2006年5月至2015年4月,在武汉培根广告有限公司任副总经理;2010年12月至2015年8月,在公司任执行董事;2012年4月至今,在武汉亚拉腊山服饰有限公司担任监事;2014年2月至今,在武汉玖月创想品牌咨询有限公司任执行董事;2014年11月至今,在武汉市培根泡泡云网络科技有限责任公司历任执行董事、总经理;2015年5月至今,在武汉汇富大地投资中心(有限合伙)任执行合伙人;自股份公司成立之日起,任董事总经理,任期三年。

沈辉,男,1978年3月出生,中国国籍,无境外永久居留权,学历本科。2002年9月至2006年9月,在深圳市同路广告有限公司任创意总监;2006年10月至2015年4月,在武汉培根广告有限公司任副总经理;2010年12月至2015年8月,在公司任监事;2015年5月至今,在武汉市培根泡泡云网络科技有限责任公司任监事;2015年3月至今,任上海阅山品牌管理有限公司任执行董事;自股份公司成立之日起,任董事,任期三年。

### (三) 前十名股东或持有公司5%以上股份的主要股东

## 1、前十名股东及持有5%以上股份的股东的出资情况

序号	股东	持股数（万股）	持股比例（%）	股东性质	是否存在质押或其他争议事项
1	黄飞	268.47	29.83	自然人	否
2	秦铭	216.63	24.07	自然人	否
3	沈辉	163.44	18.16	自然人	否
4	汇富投资	194.58	21.62	有限合伙	否
5	黄志伟	56.88	6.32	自然人	否
合计		<b>900.00</b>	<b>100.00</b>	-	-

## 2、前十名股东及持有5%以上股份的股东的基本情况

## (1) 自然人股东

黄飞，简历详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人情况”。

秦铭，简历详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人情况”。

沈辉，简历详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人情况”。

黄志伟，男，1977年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2000年7月至2014年11月为自由职业；2014年12月至今，任武汉汇富阳光股权投资基金管理有限公司董事长。

## (2) 非自然人股东

武汉汇富大地投资中心（有限合伙）是由黄飞、秦铭、沈辉设立的有限合伙企业。黄飞、秦铭为普通合伙人，沈辉为有限合伙人。依据武汉市江汉区工商行政管理局于2015年5月20日核发的注册号为420103000295500《营业执照》，汇富投资的基本情况如下：

名称	武汉汇富大地投资中心（有限合伙）
主要经营场所	武汉市江汉区青年路308号花园道写字楼10层D1001、D1002号
执行事务合伙人	秦铭
合伙企业类型	有限合伙
经营范围	创业投资；对服务业、文化产业投资（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）
成立日期	2015年5月20日
合伙期限	2015年5月20日至2020年5月19日

汇富投资各合伙人的出资明细如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	持有合伙企业份额比例（%）	合伙人性质
1	黄飞	62.10	41.40	普通合伙人
2	秦铭	50.10	33.40	普通合伙人
3	沈辉	37.80	25.20	有限合伙人
合计		<b>150.00</b>	<b>100.00</b>	-

根据公司股东的说明并经核查，武汉汇富投资是三位股东黄飞、秦铭、沈辉的间接持股平台，根据汇富投资出具的说明，汇富投资不存在以非公开方式向合格投资者募集资金、资产由基金管理人管理的情形；不存在担任私募投资基金管理人的情形，也没有担任私募投资基金管理人的计划或安排。

#### （四）公司现有股东之间的关联关系

截至本公开转让说明书签署日，公司自然人股东黄飞、秦铭、沈辉为公司非自然人股东汇富投资的合伙人，其中秦铭为执行事务合伙人和普通合伙人，黄飞为普通合伙人，沈辉为有限合伙人。

公司股东黄飞、秦铭、沈辉于2015年9月15日签订《湖北培根文化传播股份有限公司一致行动人协议》，三方作为公司的共同控制人。

除上述情况外，公司股东之间不存在其他关联关系。

#### （五）公司股份受限制的情况

根据《公司法》第一百四十一条、《业务规则》第二章第八条及《公司章程》第二十八条，股份公司发起人所持有的股份公司的股份，自股份公司成立之日起一年内不得转让。

湖北培根文化传播股份有限公司成立于2015年9月1日，截至本公开转让说明书签署之日，股份公司成立未满一年，因此其不存在可以公开转让的股份。

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

#### （六）公司股本形成及变化情况

##### 1、2010年12月，有限公司设立

公司前身为湖北培根文化传播有限公司，成立于2010年12月9日，由黄飞、秦铭、沈辉、武汉市培根广告有限公司分别出资20万元、12万元、17万元、1

万元组建，均为货币出资。2010年12月9日，湖北奥博会计师事务所有限公司出具了鄂奥会[2010]F验字第12-A00号《验资报告》，经审验确认出资已实收到位。

2010年12月9日，有限公司取得了武汉市东西湖区工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》，注册号为420112000082898，法定代表人为秦铭，注册资本50万元，住所为武汉市东西湖区台南一道南、高桥四路东，经营范围为设计、制作、发布、代理国内各类广告业务，平面设计，摄影服务，室内装饰工程的设计。（国家有专项规定的项目须取得有效审批文件或许可证后在有效期内方可经营）。

公司设立时的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	持股比例(%)	出资方式
1	沈辉	17.00	17.00	34.00	货币
2	秦铭	12.00	12.00	24.00	货币
3	黄飞	20.00	20.00	40.00	货币
4	武汉培根	1.00	1.00	2.00	货币
合计		<b>50.00</b>	<b>50.00</b>	<b>100.00</b>	-

2、2012年9月，有限公司第一次股权转让

2012年8月20日，有限公司召开股东会，会议决议同意股东沈辉将其在公司出资4.37万元股权转让给秦铭；同意股东沈辉将其在公司出资0.29万元股权转让给黄飞；股权转让后，股东黄飞出资20.29万元，股东秦铭出资16.37万元，股东沈辉出资12.34万元，股东武汉培根广告有限公司出资1万元。

2012年9月4日，沈辉分别与秦铭、黄飞签署了《股权转让协议》，具体情况详见下表。

序号	转让方	受让方	转让价格(万元)	转让出资额(万元)	转让持股比例(%)
1	沈辉	黄飞	4.37	4.37	8.74
2		秦铭	0.29	0.29	0.58

注：此次股权转让价格依据实缴出资额确定，系平价转让。

2012年9月7日，有限公司在武汉市东西湖区工商行政管理局办理了工商变更，《公司章程》作相应修改。

本次股权转让后，有限公司股权结构如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	持股比例(%)	出资方式
1	沈辉	12.34	12.34	24.68	货币
2	秦铭	16.37	16.37	32.74	货币

3	黄飞	20.29	20.29	40.58	货币
4	武汉培根	1.00	1.00	2.00	货币
合计		<b>50.00</b>	<b>50.00</b>	<b>100.00</b>	-

### 3、2014年7月，有限公司第二次股权转让及第一次增资

2014年7月7日，有限公司召开了股东会，会议决议通过了相关股东股权转让及增加公司注册资本的议案：

(1) 同意公司股东武汉培根 0.82% 股权 0.41 万元出资转让给黄飞、0.66% 股权 0.33 万元出资转让给秦铭、0.52% 股权 0.26 万元出资转让给沈辉；

(2) 同意公司进行增资，将注册资本由 50 万元增资至 200 万元。新增注册资本 150 万由黄飞、秦铭、沈辉分别认缴 62.1 万元、50.1 万元、37.8 万元。

根据培根有限 2014 年 7 月 29 日签订的《章程》显示新增注册资本 150 万出资时间为 2020 年 12 月 1 日。

2014 年 7 月 25 日，武汉培根分别与秦铭、黄飞、沈辉签署了《股权转让协议》，具体情况如下表：

序号	转让方	受让方	转让价格（万元）	转让出资额（万元）	转让持股比（%）
1	武汉培根	黄飞	0.41	0.41	0.82
2		秦铭	0.33	0.33	0.66
3		沈辉	0.26	0.26	0.52

注：此次股权转让价格依据实缴出资额确定，系平价转让。

2014 年 7 月 30 日，有限公司在武汉市东西湖区工商行政管理局办理了工商变更。本次股权转让及增资后，公司股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	沈辉	50.40	12.60	25.20	货币
2	秦铭	66.80	16.70	33.40	货币
3	黄飞	82.80	20.70	41.40	货币
合计		<b>200.00</b>	<b>50.00</b>	<b>100.00</b>	-

### 4、2014年12月，有限公司第一次增资实缴到位

2014 年 12 月 4 日，有限公司召开股东会，会议决议同意修改公司章程：黄飞认缴 82.8 万元，出资方式为货币，认缴比例 41.4%，其中 20.704 万元出资时间为 2012 年 9 月 4 日，其中 62.096 万元出资时间为 2014 年 12 月 4 日；秦铭认缴 66.8 万元，出资方式为货币，认缴比例 33.4%，其中 16.704 万元出资时间为 2012 年 9 月 4 日，其中 50.096 万元出资时间为 2014 年 12 月 4 日；沈辉认缴 50.4

万元，出资方式为货币，认缴比例 25.2%，其中 12.592 万元出资时间为 2012 年 9 月 4 日，其中 37.808 万元出资时间为 2014 年 12 月 4 日；

2014 年 12 月 10 日，武汉恒博联合会计师事务所对有限公司公司注册资本第二期实收情况进行了审验并出具了武恒验字[2014]12-007 号《验资报告》。经审验，截至 2014 年 12 月 5 日，有限公司公司累计收到全体股东缴纳的注册资本人民币贰佰万元，占注册资本的比例为 100%。

2014 年 12 月 10 日，有限公司在武汉市东西湖区工商行政管理局进行了实缴出资的工商变更备案。实缴后的公司股权结构为：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	沈辉	50.40	50.40	25.20	货币
2	秦铭	66.80	66.80	33.40	货币
3	黄飞	82.80	82.80	41.40	货币
合计		<b>200.00</b>	<b>200.00</b>	<b>100.00</b>	-

#### 5、2015 年 3 月，有限公司第二次增资

2015 年 3 月 20 日，有限公司召开股东会，会议决议同意公司进行增资，将注册资本由 200 万元增资至 500 万元。根据该公司 2015 年 3 月 20 日制定的《章程》显示：黄飞认缴 207 万元，出资方式货币，认缴比例 41.4%，其中 82.8 万元，出资时间为 2014 年 12 月 4 日，其中 124.2 万元出资时间为 2015 年 3 月 20 日；秦铭认缴 167 万元，出资方式货币，认缴比例 33.4%，其中 66.8 万元，出资时间为 2014 年 12 月 4 日，其中 100.2 万元出资时间为 2015 年 3 月 20 日；沈辉认缴 126 万元，出资方式货币，认缴比例 25.2%，其中 50.4 万元，出资时间为 2014 年 12 月 4 日，其中 75.6 万元出资时间为 2015 年 3 月 20 日。

2015 年 3 月 24 日，武汉恒博联合会计师事务所对有限公司公司第三期实收情况进行了审验并出具了武恒验字[2015]3-004 号《验资报告》，经审验，截至 2015 年 3 月 23 日，有限公司公司累计收到全体股东缴纳的注册资本人民币伍佰万元，占注册资本的比例为 100%。

2015 年 3 月 20 日，有限公司在武汉市东西湖区工商行政管理局办理了工商变更。本次增资完成后，公司股权结构为：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	沈辉	126.00	126.00	25.20	货币
2	秦铭	167.00	167.00	33.40	货币
3	黄飞	207.00	207.00	41.40	货币
合计		<b>500.00</b>	<b>500.00</b>	<b>100.00</b>	-

## 6、2015年6月，有限公司第三次增资

2015年6月19日，汇富投资与有限公司签订了《增资协议》，约定汇富投资向有限公司出资150万元，新增有限公司注册资本150万元。

2015年6月19日，汇富投资向有限公司在华夏银行武汉分行汉口支行开立的5236200001819100113524号银行帐号缴纳投资款150万元。

2015年6月24日，有限公司召开股东会，同意公司进行增资，将注册资本由500万元增资至650万元。根据公司2015年6月24日制定的《章程》显示：黄飞认缴207万元，出资方式货币，认缴比例31.85%，出资时间为2015年3月20日；秦铭认缴167万元，出资方式货币，认缴比例25.69%，出资时间为2015年3月20日；沈辉认缴126万元，出资方式货币，认缴比例19.38%出资时间为2015年3月20日；汇富投资认缴150万元，出资方式货币，认缴比例23.08%，出资时间为2015年6月19日。

2015年6月24日，有限公司在武汉市东西湖区工商行政管理局办理了工商变更。本次增资完成后，公司股权结构为：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	沈辉	126.00	126.00	19.38	货币
2	秦铭	167.00	167.00	25.69	货币
3	黄飞	207.00	207.00	31.85	货币
4	汇富投资	150.00	150.00	23.08	货币
合计		<b>650.00</b>	<b>650.00</b>	<b>100.00</b>	-

## 7、2015年6月，有限公司第四次增资

2015年6月25日，黄飞、沈辉、秦铭、汇富投资与黄志伟签署《增资协议》，各方同意黄志伟以现金出资270万元人民币，其中新增注册资本43.9万元，226.1万元计入公司资本公积。

2015年6月25日，黄志伟向有限公司在华夏银行武汉分行汉口支行开立的5236200001819100113524号银行帐号缴纳投资款270万元。

2015年6月29日，有限公司召开股东会，同意公司进行增资，将注册资本由650万元增资至693.9万元并修改公司章程。修改后的公司章程显示：黄飞认缴207万元，出资方式货币，认缴比例29.83%，出资时间为2015年3月20日；秦铭认缴167万元，出资方式货币，认缴比例24.07%，出资时间为2015年3月20日；沈辉认缴126万元，出资方式货币，认缴比例18.16%，出资时间为2015

年3月20日；武汉汇富大地投资中心（有限合伙）认缴150万元，出资方式货币，认缴比例21.62%，出资时间为2015年6月19日；黄志伟认缴43.9万元，出资方式货币，认缴比例6.32%，出资时间为2015年6月25日。

2015年6月29日，有限公司在武汉市东西湖区工商行政管理局办理了工商变更。本次增资完成后，公司股权结构为：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比(%)	出资方式
1	沈辉	126.00	126.00	18.16	货币
2	秦铭	167.00	167.00	24.07	货币
3	黄飞	207.00	207.00	29.83	货币
4	汇富大地	150.00	150.00	21.62	货币
5	黄志伟	43.90	43.90	6.32	货币
合计		<b>693.90</b>	<b>693.90</b>	<b>100.00</b>	-

#### 8、2015年9月，整体变更为股份有限公司

2015年7月8日，有限公司召开股东会，全体股东同意湖北培根文化传播有限公司整体变更为股份有限公司，以2015年6月30日为股改基准日。

2015年7月21日，大信会计师事务所(特殊普通合伙)出具大信审字[2015]第2-00727号《审计报告》。根据该《审计报告》，截至2015年6月30日，有限公司经审计的净资产总计为17,837,490.54元。

2014年8月8日，湖北众联资产评估有限公司出具鄂众联评报字[2015]第1123号《资产评估报告书》。根据该《资产评估报告书》，截至2015年6月30日，有限公司净资产账面价值1,783.75万元，评估值1,837.95万元，评估增值54.20万元，增值率3.04%。

2015年8月8日，有限公司召开股东会，全体股东同意以公司经审计后(基准日为2015年6月30日)的账面净资产17,837,490.54元按照1.9819:1的比例，折成湖北培根文化传播股份有限公司股份900.00万股(每股面值1元)，净资产扣除股本后的部分转为资本公积金，折股后股份公司的注册资本为900.00万元，由股东作为发起人按照各自在公司的出资比例持有相应的股份，整体变更设立股份公司。

2015年8月25日，大信会计师事务所(特殊普通合伙)出具大信验字【2015】第2-00081号《验资报告》，对股份公司900万元注册资本予以审验。

2015年8月27日，股份公司全体发起人依法召开了股份公司创立大会暨2015年第一次股东大会，审议通过了《公司章程》、《关联交易管理办法》、

《对外投资决策制度》、“三会”议事规则等议案，选举了第一届董事会成员及第一届监事会非职工代表监事，并审核了公司筹办情况工作报告。

2015年9月1日，武汉市东西湖区工商行政管理局对股份公司核发了《营业执照》，公司名称为“湖北培根文化传播股份有限公司”。

整体变更后，公司股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比（%）	出资方式
1	黄飞	268.47	268.47	29.83	净资产折股
2	秦铭	216.63	216.63	24.07	净资产折股
3	沈辉	163.44	163.44	18.16	净资产折股
4	汇富大地	194.58	194.58	21.62	净资产折股
5	黄志伟	56.88	56.88	6.32	净资产折股
合计		<b>900.00</b>	<b>900.00</b>	<b>100.00</b>	-

截至本公开转让说明书签署之日，公司股权结构未发生其他变化。

#### （七）公司重大资产重组情况

因公司业务迅速发展，结合发展战略并进行人员、渠道等资源整合，公司在报告期内开展了较频繁的对外投资行为，主要情况如下：

序号	公司名称	取得方式	取得时间	处置方式	处置时间	属性
1	武汉至朗公关顾问有限公司	新设	2013年8月	-	--	控股子公司
2	湖北贝肯设计设计有限公司	新设	2014年2月	--	--	控股子公司
3	武汉玖月创想品牌咨询有限公司	新设	2014年2月	--	--	控股子公司
4	武汉市培根泡泡云网络科技有限公司	新设	2014年11月	--	--	控股子公司
5	武汉友联空间工程有限公司	新设	2014年11月	股权转让	2015年6月	参股子公司，现已剥离
6	上海阅山品牌管理有限公司	受让	2015年3月	-	--	全资子公司
7	湖北贝恩文化传媒有限公司	新设	2015年8月	--	--	控股子公司

#### 1、武汉至朗公关顾问有限公司

##### （1）2013年8月，至朗公关设立

至朗公关前身为武汉至朗文化传播有限公司，成立于2013年8月9日，由有限公司与代勇、周丹共同出资设立。2013年8月8日，湖北科信会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（鄂科信验字【2013】第769号），验证截至2013年8月8日，至朗公关已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）30万元。2013年8月9日，武汉市江汉区工商行政管理局颁发了注册号为420103000228606的《企业法人营业执照》。

至朗公关设立时股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	培根文化	19.50	19.50	65.00	货币
2	代勇	4.50	4.50	15.00	货币
3	周丹	6.00	6.00	20.00	货币
合计		<b>30.00</b>	<b>30.00</b>	<b>100.00</b>	

（2）2013年9月，至朗公关第一次股权转让

2013年9月24日，至朗公关召开股东会，同意股东代勇其在至朗公关的出资额3万元转让给股东培根文化。同日，股东代勇与培根文化签订了《股权转让协议》，代勇将其在至朗公关的出资额3万元以3万元价格转让给培根文化。

2013年9月27日，至朗公关在武汉市江汉区工商行政管理局办理了工商变更。此次股权转让后，股东姓名、出资情况及持股比例如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	培根文化	22.50	22.50	75.00	货币
2	代勇	1.50	1.50	5.00	货币
3	周丹	6.00	6.00	20.00	货币
合计		<b>30.00</b>	<b>30.00</b>	<b>100.00</b>	-

（3）2014年7月，至朗公关第一次增加注册资本、经营范围变更

2014年4月28日，至朗公关召开股东会，同意将至朗公关注册资本由30万元增加到50万元，由培根文化、周丹、代勇分别认缴新增注册资本的15万元、4万元、1万元；同意将至朗公关的经营范围变更为：文化艺术交流活动策划、会议会展服务、商务信息咨询、礼仪庆典服务；设计、制作、发布、代理国内各类广告业务；演出设备租赁，影视节目的策划。

至朗公关章程修正案显示：培根文化认缴37.5万元，出资方式货币，认缴比例75%，出资时间为2014年8月31日；周丹认缴10万元，出资方式货币，认缴比

例20%，出资时间为2014年5月31日；代勇认缴2.5万元，出资方式货币，认缴比例5%，出资时间为2016年7月10日。

2014年5月13日，周丹向至朗公关在汉口银行青年路支行开立的银行账户486011000071951号缴纳投资款4万元。2014年7月15日，有限公司向至朗公关在汉口银行青年路支行开立的486011000071951号银行帐号缴纳投资款15万元。至朗公关的实收资本由30万元增到到49万元，代勇认缴的至朗公关新增注册资本1万元在2016年7月10日前缴足。

2014年7月11日，至朗公关在武汉市江汉区工商行政管理局办理了工商变更。此次增资后，至朗公关的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	培根文化	37.50	37.50	75.00	货币
2	代勇	2.50	1.50	5.00	货币
3	周丹	10.00	10.00	20.00	货币
合计		<b>50.00</b>	<b>49.00</b>	<b>100.00</b>	-

（4）2015年4月，至朗公关第二次股权转让及第一次变更法定代表人、执行董事、总经理

2014年11月28日，至朗公关召开股东会，同意股东代勇、周丹将其在至朗公关的出资额2.5万元、10万元转让给培根文化；同意变更法定代表人、执行董事、总经理为沈辉。

2015年3月25日，有限公司分别与周丹、代勇签订了《股权转让协议》，具体转让情况如下：

序号	转让方	受让方	转让价格（万元）	转让出资额（万元）	转让持股比（%）
1	周丹	培根文化	1.5	2.5	5
2	代勇		10	10	20

注：此次股权转让价格依据实缴出资额确定，因周丹转让的至朗公关出资额2.5万中含实缴出资1.5万和认缴出资1万元，故周丹将至朗公关出资2.5万转让给培根文化转让价格为1.5万，剩余1万元认缴出资额由培根文化承担缴纳义务。

2015年4月30日，有限公司向至朗公关在汉口银行青年路支行开立的账户（486011000071951号）缴纳投资款1万元，随后至朗公关在武汉市江汉区工商行政管理局进行了工商变更。变更后的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）	出资方式
----	----	----------	----------	---------	------

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	培根文化	50.00	50.00	100.00	货币
合计		<b>50.00</b>	<b>50.00</b>	<b>100.00</b>	-

(5) 2015年6月，至朗公关第三次股权转让和第二次增资

2015年6月10日，至朗公关召开股东会，同意股东培根文化将其在至朗公关10万出资转让给王一笑；将至朗公关注册资本由50万元增加到100万元，由培根文化和王一笑分别认缴40万元、10万元；同意将名称变更为武汉至朗公关顾问有限公司；同意变更执行董事、总经理、法定代表人为王一笑。

2015年6月10日，培根文化与王一笑签订《股权转让协议》，具体转让情况如下：

序号	转让方	受让方	转让价格(万元)	转让出资额(万元)	转让持股比(%)
1	培根文化	王一笑	0	10	20

注：因至朗公关尚处于投入期，未产生稳定收益，处于亏损状态，故双方经平等协商，培根文化将所持至朗公关10万元出资无偿转让给王一笑，同时双方对至朗公关共同增资50万元。

2015年6月24日，至朗公关在武汉市江汉区工商行政管理局办理了工商变更。

2015年2月15日，培根文化向至朗公关在汉口银行武汉青年路支行开立的486011000071951号银行帐号缴纳投资款15万元。2015年6月30日，王一笑向至朗公关在汉口银行青年路支行开立的486011000071951号银行帐号缴纳投资款10万元。2015年7月1日，培根文化向至朗公关在汉口银行青年路支行开立的486011000071951号银行帐号缴纳投资款25万元。至此至朗公关注册100万元实缴到位。

公司完成股权转让和增资后的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	培根文化	80.00	80.00	80.00	货币
2	王一笑	20.00	20.00	20.00	货币
合计		<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	-

## 2、湖北贝肯视觉设计有限公司

### (1) 2014年2月，贝肯设计设立

贝肯设计成立于2014年2月14日，由有限公司与钟红茂、袁希共同投资设立。

2014年1月17日，湖北科信会计师事务所有限公司出具了鄂科信验字【2014】第160号《验资报告》，验证截至2014年1月16日，贝肯设计已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）101万元。

2014年2月14日，武汉市汉阳区工商行政管理局颁发了注册号为420105000120232的《企业法人营业执照》，贝肯设计设立时的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	培根文化	41.41	41.41	41.00	货币
2	钟红茂	35.35	35.35	35.00	货币
3	袁希	24.24	24.24	24.00	货币
合计		<b>101.00</b>	<b>101.00</b>	<b>100.00</b>	-

(2) 2015年6月，贝肯设计第一次股权转让、第一次变更法定代表人、执行董事、经营范围

2015年4月20日，贝肯设计召开股东会，形成如下决议：同意股东钟红茂将其在贝肯设计的出资额35.35万元转让给股东培根文化；同意将贝肯设计的经营范围变更为：广告标识、标牌、灯箱设计、制作；展览展示服务；雕塑设计、制作（依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）；决定免去袁希法定代表人、总经理职务，任命景桓担任法定代表人、总经理，决定免去监事钟红茂，任命朱兆龙担任监事。

2015年4月20日，培根文化与钟红茂签订了《股权转让协议》，具体转让情况如下：

序号	转让方	受让方	转让价格(万元)	转让出资额(万元)	转让持股比(%)
1	钟红茂	培根文化	35.35	35.35	35

注：因此次股权转让价格依据实缴出资额确定，系平价转让

2015年6月8日，贝肯设计在武汉市汉阳区工商行政管理局办理了工商变更。变更后的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	培根文化	76.76	76.76	76.00	货币
2	袁希	24.24	24.24	24.00	货币
合计		<b>101.00</b>	<b>101.00</b>	<b>100.00</b>	-

### 3、武汉玖月创想品牌咨询有限公司

(1) 2014年2月，玖月创想设立

玖月创想成立于2014年2月20日，由有限公司与涂扬、欧阳义、黄懿共同出资设立。根据汉口银行出具的企业注册资金入资专用存款证明编号（2008）0017896号及相关银行转款单显示，各股东分别向玖月创想在汉口银行青年路支行开立的486011000073882号银行帐号缴纳投资款，合计50万元，玖月创想在设立时实收资本为50万元。

2014年2月20日，武汉市江汉区工商行政管理局颁发注册号为420103000242493的《企业法人营业执照》。玖月创想设立时的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	培根文化	42.50	42.50	85.00	货币
2	涂扬	2.50	2.50	5.00	货币
3	欧阳义	2.50	2.50	5.00	货币
4	黄懿	2.50	2.50	5.00	货币
合计		<b>50.00</b>	<b>50.00</b>	<b>100.00</b>	-

(2) 2014年8月，玖月创想第一次增加注册资本

2014年7月29日，玖月创想召开股东会，同意将玖月创想注册资本由50万元增加到200万元，培根文化、涂扬、欧阳义和黄懿分别认缴127.5万元、7.5万元、7.5万元和7.5万元，认缴比例为85%、5%、5%和5%，出资方式均为货币，出资时间均为2024年2月1日。

2014年8月5日，玖月创想在武汉市江汉区工商行政管理局办理了工商变更，变更后的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	培根文化	170	42.50	85.00	货币
2	涂扬	10	2.50	5.00	货币
3	欧阳义	10	2.50	5.00	货币
4	黄懿	10	2.50	5.00	货币
合计		<b>200.00</b>	<b>50.00</b>	<b>100.00</b>	-

(3) 2015年6月，玖月创想第一次股权转让，第二次变更实收资本

2015年6月8日，玖月创想召开股东会，同意股东涂扬、欧阳义将其在公司的出资额10万元、10万元分别转让给股东培根文化、黄懿。

2015年6月8日，涂扬与培根文化、欧阳义与黄懿分别签订了《股权转让协议》，具体转让情况如下：

序号	转让方	受让方	转让价格(万元)	转让出资额(万元)	转让持股比(%)
----	-----	-----	----------	-----------	----------

1	涂扬	培根文化	2.5	10	5
2	欧阳义	黄懿	2.5	10	5

注：因此次股权转让价格依据实缴出资额确定。涂扬转让10万元出资额中含实缴出资2.5万元和认缴出资7.5万元，故涂扬将玖月创想出资10万元转让给培根文化转让价格为2.5万元，剩余认缴出资7.5万元由培根文化承担缴纳义务；欧阳义转让10万元出资额中含实缴出资2.5万元和认缴出资7.5万元，故欧阳义将玖月创想出资10万元转让给黄懿转让价格为2.5万元，剩余认缴出资7.5万元由黄懿承担缴纳义务。

2015年5月20日，培根文化向玖月创想在华夏银行武汉分行汉口支行开立的36200001819100113524号银行账户缴纳20万元增资款。玖月创想的实收资本由50万元增加到70万元。

2015年6月8日，玖月创想在武汉市江汉区工商行政管理局办理了工商变更，变更后的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	培根文化	180	65	90.00	货币
2	黄懿	20	5	10.00	货币
合计		<b>200.00</b>	<b>70.00</b>	<b>100.00</b>	-

#### 4、武汉市培根泡泡云网络科技有限责任公司

##### （1）2014年11月，泡泡云网络设立

泡泡云网络成立于2014年11月27日，是由有限公司与深圳泡泡云数字科技发展有限公司（以下简称“深圳泡泡云”）共同出资设立。根据设立时的《公司章程》显示：股东培根文化认缴35万元，出资方式货币，认缴比例70%，出资时间为2023年11月30日；股东深圳泡泡云数字科技发展有限公司认缴15万元，出资方式货币，认缴比例30%，出资时间为2023年11月30日。

2014年11月27日，武汉市东西湖区工商行政管理局向泡泡云网络颁发了注册号为420112000250046的《企业法人营业执照》。

2015年1月31日，培根文化向泡泡云网络在华夏银行武汉分行汉口支行账号为11151000000466521的账户缴纳了10万元的投资款。泡泡云实收资本为10万元。

泡泡云网络设立时的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	培根文化	35.00	10.00	70.00	货币
2	深圳泡泡云	15.00	0.00	30.00	货币

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
	合计	50.00	10.00	100.00	-

(2) 2015年5月18日, 泡泡云网络第一次股权转让

2015年4月20日, 泡泡云网络召开股东会, 同意股东深圳泡泡云将其在泡泡云网络的认缴额15万元转让给股东培根文化。

深圳泡泡云将其在泡泡云网络认缴出资额15万元转给培根文化, 由培根文化承担15万元认缴出资额的缴纳义务, 培根文化无需支付对价。

2015年4月20日, 培根文化与深圳泡泡云签订了《股权转让协议》。

2015年5月18日, 泡泡云网络在武汉市东西湖区工商行政管理局办理了工商变更。

此次变更后泡泡云网络的股权结构如下:

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	培根文化	50.00	10.00	100.00	货币
	合计	50.00	10.00	100.00	-

5、武汉友联空间工程有限公司

(1) 2014年11月, 友联空间设立

友联空间成立于2014年11月7日, 是由有限公司、陈飞和余国勋分别出资35万、30万和35万出资设立。武汉市江汉区工商行政管理局于2014年11月7日向友联空间颁发了注册号为420103000274950的《企业法人营业执照》。随后培根文化、陈飞和余国勋分别向友联空银行账户缴纳投资款35万元、30万元、35万元。友联空间的实收资本为100万元。

友联空间设立时的股权结构如下:

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	培根文化	35.00	35.00	35.00	货币
2	陈飞	30.00	30.00	30.00	货币
3	余国勋	35.00	35.00	35.00	货币
	合计	100.00	100.00	100.00	-

(2) 2015年6月, 第一次股权转让

2015年6月24日, 友联空间召开股东会, 同意股东培根文化所持友联空间35%的股权转让给黄飞。2015年6月29日, 黄飞与培根文化签署《股权转让协议书》,

约定有限公司所持友联空间35%的股权转让给黄飞，股权转让价格为35万元。2015年6月29日，经武汉市江汉区工商行政管理局核准，友联空间完成此次工商变更。

友联空间此次变更后的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	黄飞	35.00	35.00	35.00	货币
2	陈飞	30.00	30.00	30.00	货币
3	余国勋	35.00	35.00	35.00	货币
合计		<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	-

## 6、上海阅山品牌管理有限公司

### （1）2012年11月，上海阅山设立

上海阅山成立于2012年11月19日，是由赖寰星、陈绍团、霍晶华三人投资设立。公司注册资本为100万。2012年11月2日，上海创联会计师事务所有限公司出具了沪创验字（2012）第0617号《验资报告》，验证截至2012年10月11日，上海阅山已收到全体股东缴纳的首期注册资本（实收资本）50万元。2012年11月19日，上海市崇明区工商行政管理局颁发注册号为310230000550780的《企业法人营业执照》。

上海阅山设立时的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	赖寰星	40.00	20.00	40.00	货币
2	陈绍团	37.00	18.50	37.00	货币
3	霍晶华	23.00	11.50	23.00	货币
合计		<b>100.00</b>	<b>50.00</b>	<b>100.00</b>	-

### （2）2015年4月，培根文化收购上海阅山

2015年3月26日，上海阅山召开股东会，形成如下决议：同意股东赖寰星、陈绍团和霍晶华分别将其在公司的出资额40万元、37万元和23万元转让给培根文化。同日，培根文化决定免去赖寰星执行董事、法定代表人职务，委派沈辉为执行董事、法定代表人；决定免去陈绍团监事，任命陈静担任监事。

上海阅山自成立以来，未正式营业和实现营业收入，上海阅山实收资本50万，应收赖寰星、霍晶华、陈绍团三名股东债权50万元。上海阅山股东赖寰星、霍晶华、陈绍团与培根文化约定由培根文化代为偿还50万债务，作为股权转让的对价款。

2015年3月26日，赖寰星、霍晶华、陈绍团分别与培根文化签订股权转让合同。

2015年4月15日，上海阅山向上海市崇明区工商行政管理局申请办理工商变更，领取新的营业执照。

2015年6月11日，培根文化向上海阅山在中国建设银行长宁支行番禺路支行31001567200050014093号账户转款50万元，上海阅山的实收资本为50万元。

收购完成后，上海阅山股权结构如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	培根文化	100.00	50.00	100.00	货币
合计		<b>100.00</b>	<b>50.00</b>	<b>100.00</b>	-

#### 7、湖北贝恩文化传媒有限公司

贝恩传媒成立于2015年8月3日，由有限公司与姚陈喆共同投资设立，注册资本为200万元，根据《公司章程》显示：培根文化认缴102万元，姚陈喆认缴98万元。

2015年8月3日，武汉市江汉区工商行政管理局向贝恩传媒颁发了注册号为420103000303097的《企业法人营业执照》。

2015年9月6日，有限公司、姚陈喆分别向贝恩传媒在华夏银行武汉汉口支行开立的11151000000516766号银行帐号缴纳投资款51万元、49万元。贝恩传媒的实收资本为100万元。

贝恩传媒设立时股权结构如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	培根文化	102	51.00	51.00	货币
2	姚陈喆	98	49.00	49.00	货币
合计		<b>200.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	-

注：贝恩传媒在办理公司设立的注册登记时，因经办的工作人员工作疏忽填写的材料有误，导致工商登记错误，现湖北贝恩工商登记信息为培根文化出资占比49%，姚陈喆出资占比51%，与公司实际情况不一致，公司已完成工商办理更正登记。

## 四、公司控股、参股子公司情况

### （一）公司各子公司和股东的具体情况

## 1、至朗公关

名称	武汉至朗公关顾问有限公司
注册号	420103000228606
法定代表人	王一笑
成立日期	2013年8月9日
注册资本	100万元
经营期限	2013年8月9日至2063年8月18日
住所	武汉市江汉区青年路308号花园道写字楼第11层D1107、D1109、D1111号
经营范围	文化艺术交流活动策划、会议会展服务、商务信息咨询、礼仪庆典服务；设计、制作、发布、代理国内各类广告业务；演出设备租赁，影视节目的策划。（国家有专项规定的项目经审批后或凭有效的许可证方可经营）
股权结构	1、培根文化认缴出资80万元，持股80% 2、王一笑认缴出资20万元，持股20%
组织结构	执行董事、总经理王一笑；监事：黄飞

王一笑，男，1980年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，在职研究生学历。2002年10月至2007年6月，在法制日报任主任记者；2007年7月2010年1月，在东方神马集团任高级经理；2010年1月至2013年10月，在安利中国任经理；2013年10月至2014年12月，在长江日报任主任；2015年1月至今，在至朗公关任总经理。

## 2、贝肯设计

名称	湖北贝肯设计有限公司
注册号	420105000120232
法定代表人	景恒
成立日期	2014年2月14日
注册资本	101万元
经营期限	2014年2月14日至2024年2月13日
住所	武汉市汉阳区龟北路1号59-2号
经营范围	广告标识、标牌、灯箱设计、制作；展览展示服务；雕塑设计、制作（依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	1、培根文化认缴出资76.76万元，持股76% 2、袁希认缴出资24.24万元，持股24%
组织结构	执行董事：黄飞、总经理：景恒、监事：朱兆龙

袁希，女，1982年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。与湖北贝肯总经理景恒系夫妻关系。2004年至2008年底，在武汉海格尔任大区经理；2009年至2014年，在福特汽车任服务中心主任。

### 3、玖月创想

名称	武汉玖月创想品牌咨询有限公司
注册号	420103000242493
法定代表人	黄懿
成立日期	2014年2月20日
注册资本	200万元
经营期限	2014年2月20日至2024年2月19日
住所	武汉市江汉区青年路308号花园道写字楼第10层D1002、D1006、D1008号
经营范围	企业管理咨询；市场营销策划；企业信息咨询；文化艺术交流活动的策划；设计、制作、发布、代理国内各类广告业务。（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）
股权结构	1、培根文化认缴出资180万元，持股90% 2、黄懿认缴出资20万元，持股10%
组织结构	执行董事：秦铭、总经理：黄懿、监事：黄飞

黄懿，女，1983年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007年6月至2008年8月，在武汉电视台城市频道任策划总监；2008年9月至2010年12月，在美国科特勒咨询集团大中华区多米国际任资深咨询顾问；2011年1月至2014年1月，在湖北嘉源伟业投资管理（集团）有限公司任运营总监；2014年2月至今，在玖月创想任总经理。

### 4、泡泡云网络

名称	武汉市培根泡泡云网络科技有限责任公司
注册号	420112000250046
法定代表人	秦铭
成立日期	2014年11月27日
注册资本	50万元
经营期限	2014年11月27日至2024年11月26日
住所	武汉市东西湖区张柏路新港苑288号（10）
经营范围	投资兴办实业；商务信息咨询；网络技术的开发、市场营销策划。（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	培根文化认缴出资50万元，持股100%

组织结构	执行董事、总经理：秦铭；监事：沈辉
------	-------------------

## 5、上海阅山

名称	上海阅山品牌管理有限公司
注册号	310230000550780
法定代表人	沈辉
成立日期	2012年11月9日
注册资本	100万元
经营期限	2012年11月9日至2062年11月8日
住所	上海市崇明县富民支路58号D1-1672室（上海横泰经济开发区）
经营范围	品牌管理、咨询，企业管理咨询，商务信息咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），会务会展服务，市场营销策划，企业形象策划，文化艺术交流策划，设计、制作各类广告（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	培根文化认缴出资100万元，持股100%
组织结构	执行董事、总经理：沈辉；监事：陈静

## 6、贝恩传媒

名称	湖北贝恩文化传媒有限公司
注册号	420103000303097
法定代表人	梁宇开
成立日期	2015年8月3日
注册资本	200万元
经营期限	2015年8月3日至2065年8月2日
住所	武汉市江汉区青年路308号花园道写字楼10楼D1009
经营范围	设计、制作、发布、代理国内各类广告业务（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）
股权结构	培根文化认缴出资102万元，持股51% 姚陈喆认缴出资98万元，持股49%
组织结构	执行董事：梁宇开、总经理：姚陈喆、监事：徐娟

姚陈喆，女，1975年1月23日出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2001年3月至2010年12月，在湖北联合广告有限公司任媒介、客户总监；2011年1月至2015年6月，在武汉尼科传媒广告有限公司（正在注销）任

监事；2014年11月至2015年8月，在武汉屹兴瑞创广告有限公司任监事；2015年7月至今，在湖北贝恩任总经理。

## (二) 公司与子公司的业务安排、合理性与必要性

### 1、报告期内，各子公司收入占公司收入比例如下：

公司名称	2015年1-6月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占公司收入比例(%)	金额(元)	占公司收入比例(%)	金额(元)	占公司收入比例(%)
至朗公关	708,726.22	8.96	1,899,640.77	10.39	82,419.03	0.53
玖月创想	403,833.11	5.10	267,621.37	1.46	-	-
泡泡云网络	-	-	-	-	-	-
贝肯视觉	98,122.37	1.24	-	-	-	-
上海阅山	155,339.81	1.96	-	-	-	-

### 2、公司与子公司的业务分工及合作模式

公司主要从事广告策划、统筹规划子公司的战略目标和发展方向，公司与子公司的业务分工及合作模式如下：

序号	公司名称	业务分工及合作模式	备注
1	至朗公关	公共关系服务，提供产品推广、事件营销、媒体整合、公关策划、活动管理、危机管理、企业社会责任等一体化服务	控股子公司
2	贝肯设计	标识系统整体规划、方案设计、专业化安装、监控维护等导视系统一体化解决方案	控股子公司
3	玖月创想	品牌创意、创新营销（主要服务于快销品、现代服务业等品牌管理业务）	控股子公司
4	泡泡云	数字媒体营销、舆情监测、自媒体运营	全资子公司
5	上海阅山	整合广告服务，房地产、旅游等项目的品牌创意策划、项目创意策划	全资子公司
6	贝恩传媒	户外媒体广告代理	控股子公司
7	培根文化	从事广告策划、统筹规划子公司的战略目标和发展方向	母公司

### 3、业务安排的合理性和必要性

公司不是通过自身，而通过子公司来从事公关执行、标识设计与制作和户外媒体等衍生业务，主要出于以下考虑：（1）专业体系不一样。虽然广告创业策划、公关服务、标识设计与制作、户外媒体等同属广告行业，但专业体系不

一样，所需要的专业人才不一样。公司参照国际上广告行业成熟的经验和做法，通过设立专门成立子公司来从事不同的细分领域，有利于业务聚焦，也更有利于专业人才的培养和业务的开展；（2）考核体系不一样。广告行业不同细分领域的薪酬体系和人力资源结构不一样，通过不同的考核体系更有利于吸引优秀人才的加盟，也更有利于公司人员结构的稳定性；（3）方便业务承接和业务管理。广告主可能同时存在广告策划服务、公关服务、标识设计与制作和户外媒体等需求，但一般会不同的业务需求委托给不同的公司，母子公司架构更有利于公司业务的承接，也有利于对不同业务板块的业务管理。

公司上述子公司成立时间不长，目前盈利能力较弱，虽然短期内可能对公业绩贡献有限甚至是拖累公司业绩，但从长期来看，上述安排有利于公司业务结构的不断完善和专业能力的提升，必为公司未来发展奠定了良好基础。公司未来将继续以现有房地产广告业务为基础，以旅游、快消品行业为发力点，整合广告行业中后端公关服务、标识设计与制作、户外媒体及互联网媒体资源，成为具备全网营销能力的“整合营销传播服务提供商”，增强服务能力和盈利能力。

## 五、公司董事、监事、高级管理人员情况

### （一）公司董事基本情况

公司董事会由黄飞、秦铭、沈辉、陈静、涂扬五位董事组成，董事长为黄飞。

黄飞，简历，详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人情况”。自股份公司成立之日起，任公司董事，任期三年。

秦铭，简历详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人情况”。自股份公司成立之日起，任公司董事、总经理，任期三年。

沈辉，简历详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人情况”。自股份公司成立之日起，任公司董事，任期三年。

陈静，女，1977年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1999年1月至2001年11月，在斯米克集团武汉分公司任出纳、会计；2001年12月至2005年12月，在武汉雅居乐建材有限公司任会计、办公室主任；2006年1月至2014年3月，在湖北友芝友乳业有限责任公司任财务主管；2014年4月至

2015年8月，在有限公司任财务总监；2015年4月至今，在上海阅山品牌管理有限公司任监事；自股份公司成立之日起，任公司董事、董事会秘书、财务总监，任期三年。

涂扬，男，1981年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005年7月至2007年10月，在上海复为品牌策划有限公司任策划；2007年11月至2010年4月，在武汉培根广告有限公司任策划；2010年5月至2012年6月，在深圳风火创意股份有限公司任策划指导；2013年7月至今，在有限公司任策划总监；自股份公司成立之日起，任公司董事，任期三年。

## （二）公司监事基本情况

监事会由曾琳、徐娟、黄涛三名监事组成，徐娟为职工代表监事，曾琳和黄涛为股东代表监事，监事会主席为曾琳。

曾琳，女，1978年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2002年8月至2005年3月，在GPE惠州力峰有限公司任市场部经理；2005年4月至2011年11月，在湖北天和凯瑞国际贸易有限公司任总经办主任；2011年12月至今，在有限公司任职行政总监；自股份公司成立以来，任公司监事，任期三年。

徐娟，女，1982年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。2004年7月至2010年10月，在金华蒙牛乳业有限责任公司任总账会计；2010年11月至2014年11月，在蒙牛乳制品武汉有限责任公司任主办会计；2014年12月至今，在公司任会计；2015年8月3日至今，在湖北贝恩文化传媒有限公司任监事；自股份公司成立之日起，任公司任监事，任期三年。

黄涛，男，1981年8月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005年7月至2008年12月，在深圳海王星辰连锁药店有限公司任设计师；2009年1月至2010年11月在武汉培根广告公司任设计总监，2010年12月至今，在公司任设计总监；自股份公司成立之日起，任公司监事，任期三年。

## （三）公司高级管理人员基本情况

公司高级管理人员包括：总经理1名，由秦铭担任；董事会秘书兼财务总监1名，由陈静担任。

总经理：秦铭，详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（二）公司控股股东、实际控制人情况”。

董事会秘书、财务总监：陈静，详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“五、公司董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）公司董事基本情况”。

## 六、公司主要会计数据及财务指标

财务指标	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总计(万元)	1,694.83	1,206.45	651.76
股东权益合计(万元)	1,556.09	784.09	531.12
归属于申请挂牌公司的股东权益合计(万元)	1,569.76	799.22	529.58
每股净资产(元)	1.73	0.87	0.59
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产(元)	1.74	0.89	0.59
资产负债率(母公司)	8.19	35.01	18.51
流动比率(倍)	10.32	2.04	4.88
速动比率(倍)	10.32	2.04	4.88
财务指标	2015年1-6月	2014年度	2013年度
营业收入(万元)	927.69	2,045.52	1,572.16
净利润(万元)	35.92	251.47	280.96
归属于申请挂牌公司股东的净利润(万元)	63.04	279.64	286.92
扣除非经常性损益后的净利润(万元)	20.01	235.35	260.94
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润(万元)	47.13	263.51	266.90
毛利率(%)	50.06	51.29	60.02
净资产收益率(%)	3.07	38.24	72.62
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	1.71	35.79	67.45
基本每股收益(元/股)	0.07	0.31	0.32
稀释每股收益(元/股)	0.07	0.31	0.32
应收帐款周转率(次)	1.47	5.10	8.36
存货周转率(次)	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额(万元)	-400.96	149.61	166.77
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	-0.45	0.17	0.19

## 七、与本次挂牌有关的机构

## (一) 主办券商

名称	兴业证券股份有限公司
法定代表人	兰荣
住所	福州市湖东路 268 号
联系电话	0591-38281888
传真	0591-38507766
项目经办人员	项目负责人：余磊 项目小组成员：冯小正、钟政、徐佳、周培鑫

## (二) 律师事务所

名称	湖北山河律师事务所
法定代表人	魏东
住所	武汉市江汉区新华路 385 号南达大楼 11-13 层
联系电话	027-59516823
传真	027-59516823
经办律师	谭锐锋、刘佳

## (三) 会计师事务所

名称	大信会计师事务所(特殊普通合伙)
法定代表人	吴卫星
住所	北京市海淀区知春路 1 号学院国际大厦 15 层
联系电话	010-82330558
传真	010-82327668
经办会计师	胡涛、王萍

## (四) 资产评估机构

名称	湖北众联资产评估有限公司
法定代表人	胡家望
住所	武汉市武昌区东湖路 169 号 1 栋 4 层
联系电话	027-85826771
传真	027-85834816
经办评估师	陈文生、朱建新

## (五) 证券登记结算机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
住所	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦五层
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

## (六) 证券交易场所

名称	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
法定代表人	杨晓嘉
住所	北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦
联系电话	010-63889512
传真	010-63889514

## 第二节 公司业务

### 一、公司主营业务、主要服务及用途

#### (一) 主营业务

公司成立于 2010 年 12 月，是一家以广告策划服务为核心，集公关服务、标识设计与制作、户外媒体等业务为一体的综合性广告公司，公司的主营业务为客户提供整合营销传播服务。

目前，公司已形成了以房地产广告策划服务等前端工作内容为基础，并衍生出公关执行、标识设计与制作和户外媒体等中后端传播执行业务，发展成为华中地区较有影响力的“整合营销传播服务供应商”。

自成立以来，公司一直从事广告行业，主营业务未发生重大变动。

#### (二) 主要服务及用途

公司主营业务为客户提供整合营销传播服务，具体包括广告策划服务、公关服务、品牌策划、标识设计与制作和户外媒体五大类。

##### 1、广告策划服务

公司利用专业知识和行业经验，为广告主提供企业战略、品牌规划、市场调研、创意策划、广告策略、创作文案、平面设计、媒体发布、整合营销推广等全面的广告策划服务，通过该服务帮助广告主向消费者传递商业信息，以引导受众的消费行为。

##### 2、公关服务

公司为客户提供产品推广、事件营销、媒体整合、公关策划、危机管理和企业社会责任等一体化服务，通过公共活动策划传播，影响目标受众的认知、观点和态度，提升企业品牌形象和产品销量，帮助客户取得竞争优势和商业成功。

##### 3、标识设计与制作

公司拥有标识设计专业团队，致力于为客户提供专业的导视系统解决方案，使标识设计规划与制作安装无缝对接，更完美的诠释企业的形象和气质。

##### 4、品牌策划

公司立足于本土文化，以城市营销、旅游、快消品等领域的品牌策划为核心业务，通过“品牌咨询+创意视觉”的双重专业能力，打造品牌形象，提高产品知名度与销量，为客户创造价值。

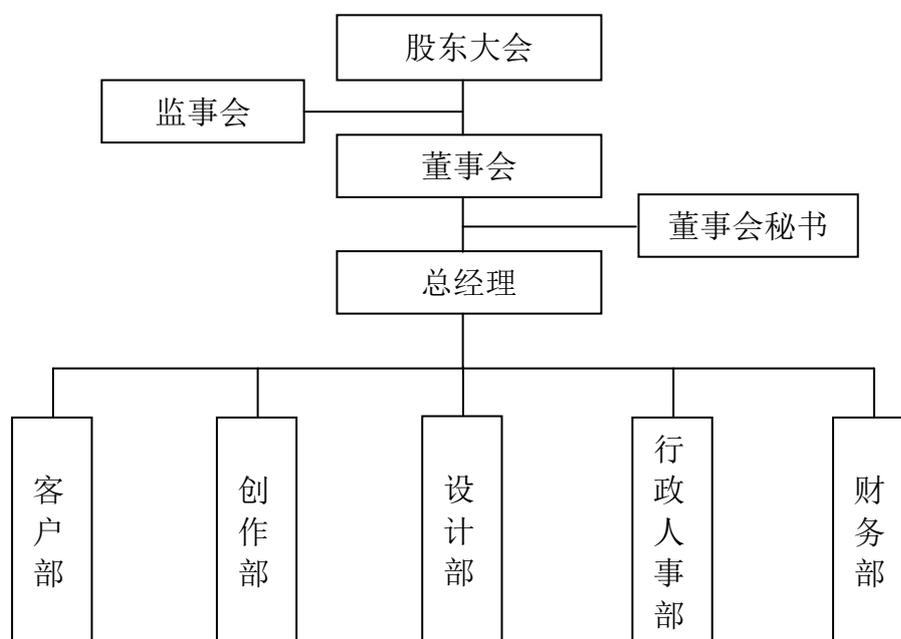
## 5、户外媒体

公司将通过自建和租赁两种方式，发展城市核心地段广告牌，整合城市中心户外媒体资源，成为城市中心户外资源引领者。

## 二、公司组织结构与主要服务流程

### （一）公司组织结构

#### 1、组织结构图



#### 2、职能部门

##### （1）客户部

客户部的工作是所有广告服务工作的起点，客户部根据客户需求，制定出初步的广告计划、广告策略和工作日程，分由各部门执行。在广告活动进行过程中，客户部还负责与广告客户的联系工作和信息反馈，通报有关广告活动进展情况。客户部在职能上扮演双重角色，对外代表广告公司的整体利益，对内则代表广告客户的利益。

##### （2）创作部

创作部主要按照整体的广告策略进行文案创作，其工作包括对项目卖点进行整合，提炼项目的核心卖点，协助客户制定项目名称，明确项目的定位及主题，并以创意架构为核心，进行推广创意的延展，创作出折页、报纸广告、户外广告、围墙广告、影视脚本、电台广告、网络广告、新闻报道等文案。

### (3) 设计部

设计部主要按照整体的广告策略对广告内容进行设计，其工作包括产品 Logo 设计、VI 视觉设计、现场包装设计、卖场包装设计、样板间包装设计、媒介宣传设计、外卖场包装设计等，是整体广告策略的表现。

### (4) 财务部

财务部对公司的财务工作实施全面的管理，并监督预算的执行，缴纳各种税收，核发人员工资，核算公司盈亏，并对广告活动经费和公司行政性开支实施控制，为总经理的管理提供支持。

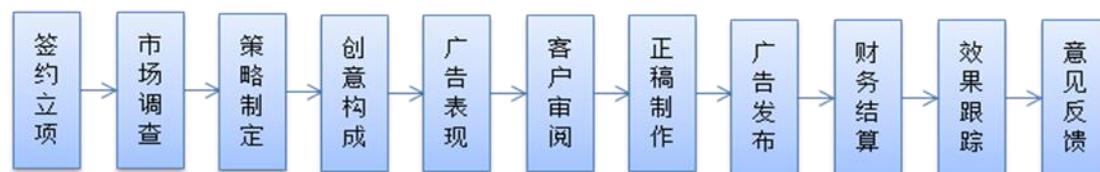
### (5) 行政人事部

行政人事部对业务部门进行人事监督管理，提供后勤服务。负责公司人员的选、用、留工作，提升人员的工作技能，协助总经理做好公司的成本控制，落实公司的各项战略规划和部署。

## (二) 公司业务流程

### 1、广告策划服务流程

广告策划服务的基本流程如下：



#### (1) 业务确定阶段

公司主要从事房地产行业广告策划服务，就具体项目与客户签订广告代理合同，内容包括创意策划、平面设计、整合营销推广等服务。一般与客户签订一年期合同，按月支付费用。

#### (2) 具体业务流程

公司在签约时为每个项目组建一个专门项目小组,在实际工作中,客户以广告任务单的形式向项目小组下达工作指令与要求,项目小组在规定的时间内完成工作任务。对于项目小组的工作,客户每月对工作任务进行确认,并对工作成果进行评价。项目小组每月提交一次广告效果评估报告,检讨广告效果,以指导和调整广告策略;每月提交一次工作总结和下月的工作计划,每季度提交一次工作总结和下季度的工作计划。

公司在接到客户书面委托后,项目小组在约定的时间内提供项目总体策划方案,并根据客户要求进行修改,经客户审定、签字确认。双方严格按照总体策划方案,严格贯彻到每一分项目的实施过程中,并按照客户签字确认的媒介计划分步实施。各分项目围绕以上基本流程进行,具体操作程序如下:①项目小组每月初,根据客户项目目标运作要求,制定具体月工作计划;②客户审定月工作计划,如无异议,经客户签字确认后,客户按计划开展实际性的工作并按要求提交成果。

### (3) 公司内部创作流程

在日常业务中,以客户下发工作任务单或项目小组提交工作计划书形式开展,项目小组按客户确认的期限提交工作成果。对于项目小组提出的策划思路、广告方案、设计稿等工作文件,客户可以提出建议与意见,项目小组根据客户意见或建议进行修改完善。任务大小的界定,由 AE、客户经理、助理客户总监根据具体状况调整。任务单分为日常简单工作和日常创意工作两类,分别按以下流程操作:

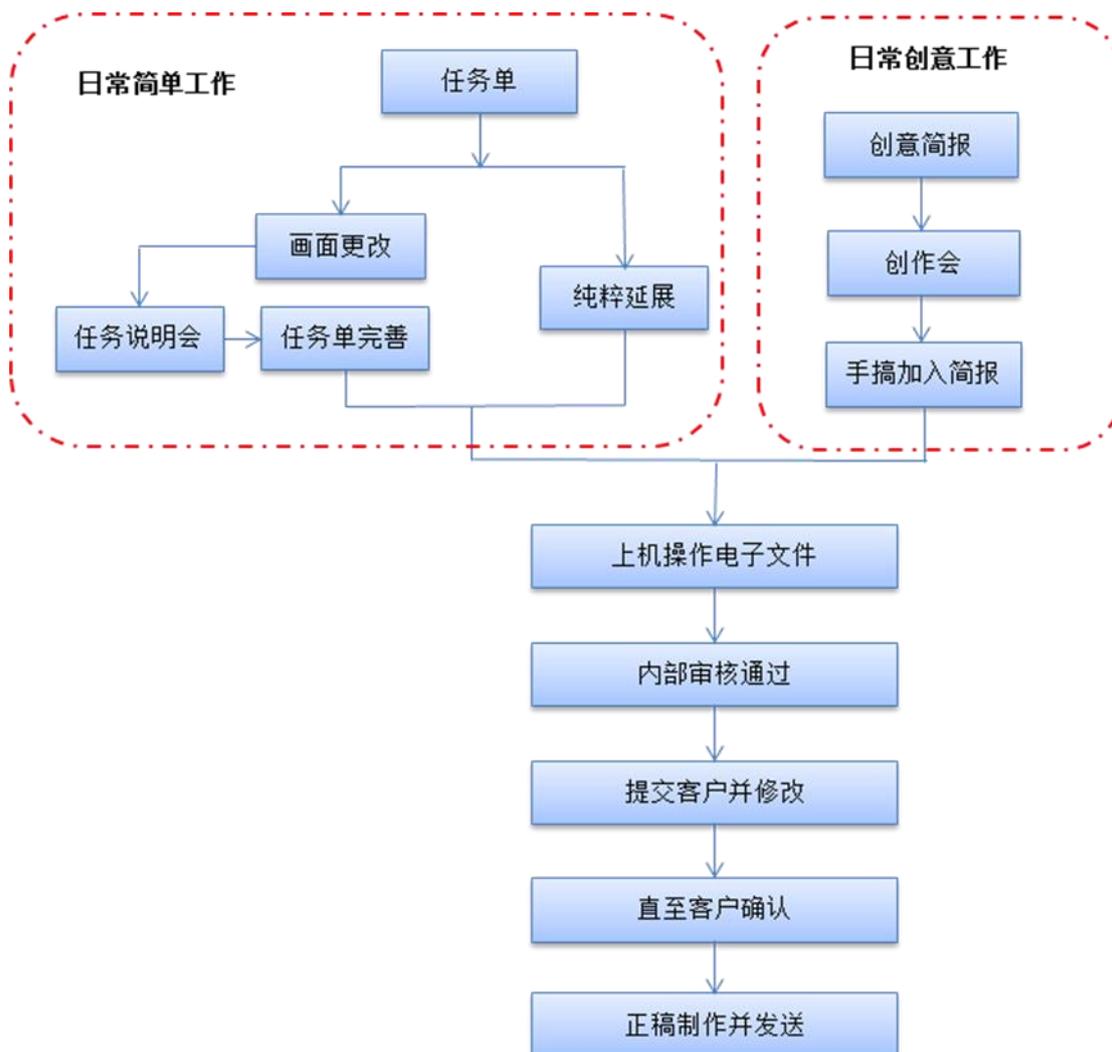
#### ①日常简单工作流程

日常简单工作,包括 VI 延展名片、手提袋、文本类排版、展开图、尺寸稿、路旗、DM、海报、户型单张、外展点、楼体巨幅、楼梯钢架字、桁架、网络 Banner、网页网站、水牌、展板、易拉宝等。任务单需先问明客户需求,分为纯粹延展和画面更改,纯粹延展直接下单,画面更改需要召开任务说明会。

#### ②日常创意工作流程

日常创意工作,包括报纸、框架、杂志、户外、楼书、围墙及现场包装、企业内刊、车身、候车亭、大折页、拍摄脚本、logo 及 VI 系统核心及导视系统等。

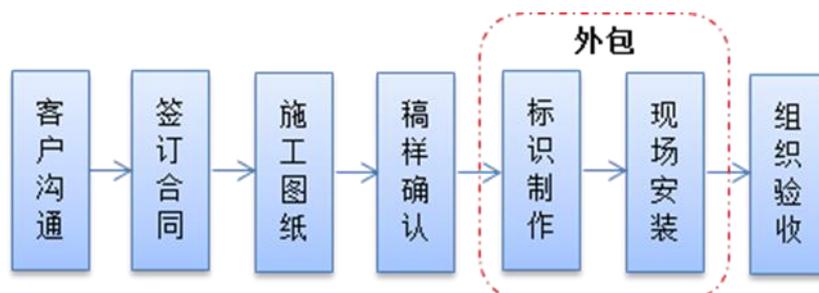
创意简报由 AE 先拟定，总监修改确认后，凭此开创作会，讨论出结果完善简报。



## 2、标识设计与制作流程

标识系统主要分为标识设计和标识制作两块，标识设计由公司完成，而标识制作中的小型安装、更换、维修，以及图文类制作、写真、喷绘、成品、摆件等由公司业务团队完成。除此以外的标识制作，如大件制作安装、钣金、油漆、激光雕刻、丝印、腐蚀工艺等，由外包公司完成。

标识设计与制作流程如下：



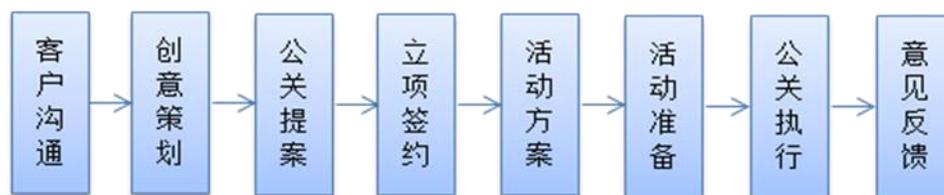
(1) 公司与客户签订标识制作及安装合同。明确约定标识牌的型号、规格、数量和质量，以及标识系统制作施工的项目及施工范围。

(2) 获取客户确认的施工图纸并进场。甲方指派现场代卖，负责合同履行。对工程质量、进度进行监督检查，办理生产单、验收、变更、登记手续和其他事宜，并就重大设计变更进行书面确认。

(3) 制作及采购完成。甲方组织对深化设计、稿件与样板进行审查与确认。公司对甲方提供的方案设计提供稿件与样板，经甲方签字认可后，公司委托其他广告公司按照甲方确认的主要材料品牌、规格、型号、颜色等要求进行标识制作与安装。

(4) 现场安装施工完成并验收合格。安装完毕后，经公司向客户发出书面通知，双方共同组织验收并在验收单上签字确认。

### 3、公关服务流程



(1) 确认客户需求。通过与客户沟通，了解客户需求，达成初步合作意向。

(2) 形成公关提案。创意策划，形成公关服务提案，参加客户招标。提供公关活动策划建议、媒体建议等。

(3) 签订正式合同。根据公司与客户签订的服务合同，确定活动的举办时间及活动规模，并负责活动举办的场所、设备租赁等工作。

(4) 活动准备。按约定时间、质量完成准备工作，包括各类活动包装、宣传品的设计、制作及发布，以及场地搭建、场地布置、所有物料道具准备、演职人员到岗等。

(5) 方案执行。根据与客户确认的活动流程组织实施，落实、安排活动参与单位的接待，保证活动的正常进行。

(6) 意见反馈。在活动结束后对客户进行回访，征询反馈意见及建议。

## 三、公司关键业务资源要素

### (一) 公司提供服务使用的主要技术

公司的核心业务为广告策划服务,其核心竞争力来源于广告科学体系的专业架构再归纳及服务体系的再升级。

### 1、专业架构

公司通过不断归纳总结,形成了以《命名十八法》、《定位三大基点下的五种执行》、《广告语十剑》、《公关倍极效用法》、《渠道二元论》、《五感现场体系》、《广告促销法典》等内容为主体的专业架构体系。该体系涵盖了策略、设计、文案——广告策划的三大环节,帮助广告策划人员精确挖掘项目核心差异化定位,以及独一无二的传播风格。专业架构体系对于公司专业广告人才的迅速成长起了催化剂的作用。

### 2、服务体系

服务体系的作用在于规范公司的服务管理,及时为客户提供高效服务。其核心在于“七大管理表格”,①项目时间管理表格;②周工作计划表格;③竞争对手调研表;④消费者调研表;⑤媒介计划表;⑥工作流程表;⑦竞稿流程表。既保证了项目创作小组对市场的深入理解,又包括了高效的时间管理。

## (二) 主要无形资产情况

### 1、无形资产使用情况

截至2015年6月30日,公司拥有的无形资产如下表所示:

无形资产	取得方式	原值(元)	取得时间	净值(元)
K3 财务软件	购入	15,384.62	2015.5.4	14,871.8

### 2、商标

注册证号	商标标识	核定类别	取得方式	取得时间	有效期
6245069	<b>PGN*培根</b>	第35类	受让取得	2012.9.20	2010.7.28-2020.7.27

公司拥有的注册商标权属清晰,不存在权属争议或其它限制其权利的情形;有限公司拥有和使用该等注册商标合法、合规、有效;股份公司目前正在办理上述商标权人名称变更的相关手续。

## (三) 业务许可资格或资质情况

《广告管理条例》规定经营广告业务的单位和个体工商户,应按照本条例和有关法规的规定,向工商行政管理机关申请,分情况办理审批登记手续:(1)

专营广告业务的企业，发给《企业法人营业执照》；（2）兼营广告业务的事业单位，发给《广告经营许可证》；根据《广告经营许可证管理办法》的规定：从事广告业务的下列单位，应依照本办法的规定向广告监督管理机关申请，领取《广告经营许可证》后，方可从事相应的广告经营活动：（1）广播电台、电视台、报刊出版单位；（2）事业单位；（3）法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的单位；2005年1月1日起施行的《广告管理条例实施细则》明确，设立经营广告业务的企业，向具有管辖权的工商行政管理局申请办理企业登记，发给营业执照。

根据该等法律、法规、规章的规定，公司及其子公司不属于需取得《广告经营许可证》的单位，其从事广告经营业务无需取得《广告经营许可证》；根据公司及其子公司目前持有的营业执照，公司及其子公司已获得了经营业务所需的登记手续，公司的业务经营合法、合规。

在从事具体业务时，除贝恩传媒在从事户外媒体建造（或者发布户外广告）需要取得户外广告设置许可证（或者户外广告登记证）外，公司从事的其他业务无需业务许可资格或资质情况，具体如下：

#### 1、贝恩传媒户外广告设置环节的监管情况

依据《武汉市户外广告设置管理办法》第十条“申请设置户外广告，申请人应当向审批部门提交下列资料”之“…（二）广告经营资格证明文件、（三）户外广告设置位使用权证明文件…”。贝恩传媒具有广告经营资格，今后在申请自建户外广告媒介设置时，不存在因自身资质等原因，导致无法办理户外广告设置许可证的情形。

贝恩传媒成立于2015年8月3日，属报告期后才正式设立。成立时间较短，户外媒体业务尚处于起步阶段，目前主要通过代理具有户外广告设置许可证的广告企业来控制户外媒介资源。根据《中华人民共和国广告法》（下称“《广告法》”）、根据《中华人民共和国广告法》、国务院制发的《城市市容和环境卫生管理条例》、《武汉市户外广告设置管理办法》等规定，户外广告设置监管主要是为规范户外广告设置管理，合理利用户外广告资源，美化城市市容环境，促进社会经济发展。贝恩传媒通过代理方式控制户外媒体资源不存在违反法律、法规限制性规定。

截至本公开转让说明书签署日，贝恩传媒代理户外广告媒介如下：

序号	媒体形式	经营方式	广告点位	数量	规格	许可证号	代理期限	媒体来源
----	------	------	------	----	----	------	------	------

1	三翻版喷绘	代理	解放大道1037号人保大楼楼顶	一块	45米×7.5米	武户外广字(2015)No.00158	2015.8.3 2016.5.2	武汉屹兴瑞创广告有限公司
2	三面翻	代理	解放大道香港路650号西侧墙面	一块	45米×7.5米	武户外广字(2015)No.00153	2015.8.3- 2016.9.2	武汉屹兴瑞创广告有限公司
3	三翻版喷绘	代理	新华路运动人体育用品商场楼顶	两块	A面67米×7米 B面29.5×7.5米	武户外广字(2015)No.00175	2015.8.3- 2016.8.2	武汉屹兴瑞创广告有限公司
4	三面翻	代理	江汉区常青路128号楼顶	一块	6米×100米	武户外广字(2015)No.00364	2015.9.1- 2015.12.4	武汉擎路广告有限公司

## 2、贝恩传媒户外广告发布环节涉及的监管情况

### (1) 广告发布者

根据《户外广告登记管理规定》（国家工商总局令第25号）第二条本规定所称户外广告发布单位，包括为他人发布户外广告的单位，以及发布户外广告进行自我宣传的单位和个人。

根据贝恩传媒与武汉屹兴瑞创广告有限公司签订三份的户外广告位代理合同第7.4条约定：该户外广告牌的一切审批发布手续由武汉屹兴瑞创广告有限公司办理。

根据贝恩传媒与武汉擎路广告有限公司签订的广告发布合同第九条第2（6）项约定：武汉擎路广告有限公司负责该广告发布所需各项审批手续办理工作。

因此，在现阶段贝恩传媒涉及的户外广告发布环节办理户外广告登记证时的户外广告发布单位为武汉屹兴瑞创广告有限公司和武汉擎路广告有限公司。

### (2) 《户外广告登记证》取得情况

截至本公开转让说明书签署日，子公司贝恩传媒提供代理服务的户外广告共8块，目前均已到期终止发布。

子公司贝恩传媒提供代理服务的户外广告中，存在未办理户外广告登记证

的情形。根据《户外广告登记管理规定》第十八条规定，“未经登记擅自发布户外广告的单位和个人，由工商行政管理机关没收违法所得，并处以三万元以下的罚款，限期补办登记手续。逾期不补办登记手续的，责令停止发布。”因此，未取得户外广告登记证的户外广告发布行为构成违规，工商行政管理部门依法有权对户外广告发布单位进行行政处罚。

根据《中华人民共和国广告法》第二条规定，“本法所称广告发布者，是指为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然、法人或者其他组织。本法所称广告经营者，是指接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然、法人或者其他组织”。《户外广告登记管理规定》第二条规定，“本规定所称户外广告发布单位，包括为他人发布户外广告的单位，以及发布户外广告进行自我宣传的单位和个人”，且该规定第七条中“户外广告登记事项包括：（一）户外广告发布单位名称”。在具体经营中，子公司贝恩传媒仅为户外广告发布提供代理服务，因而子公司贝恩传媒不应定性为户外广告发布者，而应认定为广告经营者。鉴于子公司贝恩传媒不是广告发布单位，不属于《户外广告登记管理规定》第十八条规定的“未办理户外广告登记证”的处罚对象，因此前述违规行为的责任主体及行政处罚对象不是子公司贝恩传媒。

此外，根据贝恩传媒与户外广告发布单位武汉屹兴瑞创广告有限公司、武汉擎路广告有限公司签订的《户外广告位代理合同》/《广告发布合同》的约定，合同项下户外广告牌发布广告所涉的各项审批手续均由广告发布单位负责办理，子公司贝恩传媒不是办理户外广告登记手续的合同义务方，报告期内其代理服务行为符合法律规定及合同约定。

截至本公开转让说明书签署日，贝恩传媒不存在因未取得《户外广告登记证》被工商行政主管部门处以罚款或者要求限期改正《户外广告登记证》的情形。2015年12月16日，武汉市江汉区工商行政管理局出具《无违反工商行政管理法律法规的证明》，证明湖北贝恩文化传媒有限公司自成立之日起至该证明出具之日，无违反工商行政管理方面的法律、法规和规范性文件而受到工商部门处罚的行为记录。

公司控股股东/实际控制人黄飞、秦铭和沈辉共同承诺：“将督促湖北贝恩文化传媒有限公司尽快办理、完善现有相关批准手续并根据发布的广告办理《户外广告登记证》。若由于未能办理《户外广告登记证》导致公司受到相关主管部门的处罚或者承担其他相关法律责任，我三人将无条件补偿公司因此遭受的损失”。

此外，为防止因工作人员疏忽等原因而出现忘记办理相关手续的情形，贝恩传媒建立了户外广告内容登记的档案管理机制和追踪管理机制，及时追踪管理公司所发布户外广告内容的登记备案情况，防范可能出现的潜在法律风险。

报告期内，公司户外媒体业务尚未开展，收入和利润主要来源于广告策划服务，户外媒体业务是公司报告期后才开展的业务，尚处于起步阶段，对公司整体业务的发展影响有限。

贝恩传媒在获得广告设置位的使用权后，不存在因自身资质等原因，导致无法办理户外广告设置许可证和户外广告登记证的情形；虽然贝恩传媒存在已代理发布的广告未办理《广告登记证》的瑕疵，但不存在被工商行政主管部门处以罚款或者要求限期补正《户外广告登记证》的情形，贝恩传媒正在抓紧补办相关手续，并建立了户外广告内容登记的档案管理机制和追踪管理机制，及时追踪管理公司所发布户外广告内容的登记备案情况，防范可能出现的潜在法律风险；公司户外媒体业务尚处于起步阶段，对公司整体业务的发展影响有限，并且控股股东/实际控制人黄飞、秦铭和沈辉共同对因未办理《广告登记证》的法律瑕疵出具了补偿（潜在）损失的承诺，上述情形不会对公司正常生产经营造成重大不利影响，亦不构成本次挂牌的实质性法律障碍。

#### （四）公司主要固定资产情况

##### 1、固定资产

截至 2015 年 6 月 30 日，公司拥有的固定资产主要是办工设备和运输工具，固定资产原值为 122.62 万元，净值为 44.49 万元。报告期内，公司固定资产的成新率如下：

项目	原值（元）	累计折旧（元）	净值（元）	成新率（%）
运输工具	620,000.00	422,116.67	197,883.33	31.92
电子设备及其他	606,165.00	359,179.38	246,985.62	40.75
<b>合计</b>	<b>1,226,165.00</b>	<b>781,296.05</b>	<b>444,868.95</b>	<b>36.28</b>

##### 2、房屋租赁

公司目前共租赁 10 处房产，租赁合同在有效期内。具体情况如下：

序号	承租人	出租人	位置	面积（m <sup>2</sup> ）	单价（元/m <sup>2</sup> /月）	租赁期限
1	培根文化	武汉花园道商业资产管理公司	武汉市江汉区青年路 308 号花园道写字楼 8 层	666.8	45	2014.12.01-2018.11.30
2	培根	武汉中南汽车修	武汉市江汉区青年路 308	144	45	2014.2.1-20

	文化	行有限责任公司	号中南汽修写字楼第 10 层 D1009、D1011			17.1.31
3	至朗 公关	武汉中南汽车修 行有限责任公司	武汉市江汉区青年路 308 号中南汽修写字楼第 10 层 D1003、D1005、D1007	197.8	45	2014.2.1-20 17.1.31
4	贝肯 视觉	武汉中南汽车修 行有限责任公司	武汉市江汉区青年路 308 号中南汽修写字楼第 10 层 D1001、D1010	113	45	2014.2.1-20 17.1.31
5	贝肯 视觉	武汉致盛文化创 意产业有限公司	武汉市汉阳区龟北路 1 号 59-2 号	300	77	2013.11.6-2 016.10.15
6	玖月 创想	武汉中南汽车修 行有限责任公司	武汉市江汉区青年路 308 号中南汽修写字楼第 10 层 D1002、D1006、D1008	212	45	2014.2.1-20 17.1.31
7	泡泡 云	武汉临空港经济 技术开发区临空 经济管理处	武汉市东西湖区台南一 路南高桥四路东	40	40	2014.7.1-20 16.6.30
8	上海 阅山	上海横泰经济开 发区	上海市崇明县富民支路 58 号 d1-1672 室	10	8.33	2012.9.10-2 062.9.30
9	培根 文化	武汉东西湖保税 物流中心管理委 员会	武汉东西湖区吴家山二 十三支沟以西、107 国道 以北(原武汉市东西湖区 台南一道南高桥四路东)	40	20	2010.12.1-2 020.11.30
1 0	至朗 公关	武汉花园道商业 资产管理有限公司	武汉市江汉区青年路 308 号花园道写字楼第 11 层 d1107、d1009、d1111 号	190	45	2013.10.1-2 016.9.30

注：贝恩传媒 2015 年 8 月成立，目前员工较少，暂时由母公司培根文化提供办公场所。

## (五) 员工情况

截至 2015 年 6 月 30 日，母公司及子公司共有员工 112 人，平均年龄为 29.06 岁，员工结构如下：

### 1、按专业结构划分

专业分类	人数	比例 (%)
管理人员	19	16.96
策划人员	7	6.25
创作人员	63	56.25
客服人员	23	20.54
<b>合计</b>	<b>112</b>	<b>100.00</b>

### 2、按教育程度划分

教育程度	人数	比例 (%)
------	----	--------

硕士	4	3.57
本科	69	61.61
大专	31	27.68
大专以下	8	7.14
<b>合 计</b>	<b>112</b>	<b>100.00</b>

### 3、按年龄划分

年 龄	人 数	比 例（%）
25 岁以下	33	29.46
26-30 岁	46	41.07
31-35 岁	23	20.54
36 岁以上	10	8.93
<b>合 计</b>	<b>112</b>	<b>100.00</b>

### 4、核心技术人员情况

报告期内，公司核心技术团队未发生重大变动，主要包括：

黄飞，简历详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人”。

秦铭，简历详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人”。

沈辉，简历详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（二）控股股东、实际控制人”。

黄懿，女，1983年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007年6月至2008年8月，在武汉电视台城市频道任策划总监；2008年9月至2010年12月，在美国科特勒咨询集团大中华区多米国际任资深咨询顾问；2011年1月至2014年1月，在湖北嘉源伟业投资管理（集团）有限公司任营运总监；2014年2月至今，在玖月创想任总经理。

景桓，男，1982年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2003年6月至2004年7月，在武汉万科房地产开发有限公司任营销策划主管；2004年7月至2007年9月，在武汉新恒基置业有限公司任营销总监；2007年9月至2011年3月，在武汉复地房地产开发有限公司任营销部经理；2011年4月至2015年5月，在武汉联发瑞成置业有限公司任营销总监；2015年6月至今，在贝肯视觉任总经理。

王一笑，男，1980年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，在职研究生学历。2002年10月至2007年6月，在法制日报任主任记者；2007年7月2010年1月，在东方神马集团任高级经理；2010年1月至2013年10月，在安利中国任经理；2013年10月至2014年12月，在长江日报任主任；2015年1月至今，在至朗公关任总经理。

姚陈喆，详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“四、公司控股、参股子公司情况”之“（一）公司各子公司和股东的具体情况”。

欧阳义，男，1978年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2002年5月至2007年12月，在武汉保利地产任营运总监；2008年1月至2010年12月，在长沙识庐房地产经纪任法人及总经理；2011年1月至2015年8月，在培根有限任群总监；2015年9月至今，在培根文化任群总监。

涂扬，简历详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“五、公司董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）公司董事基本情况”。

#### 5、核心技术人员持股情况

股东	直接持有(%)	间接持有(%)	合计(%)
黄飞	29.83	通过汇富大地持有公司8.95%股份	38.78
秦铭	24.07	通过汇富大地持有公司7.22%股份	31.29
沈辉	18.16	通过汇富大地持有公司5.45%股份	23.61
合计	<b>72.06</b>	通过汇富大地持有公司 <b>21.62%</b> 股份	<b>93.67</b>

#### （六）其他体现所属行业或业态特征的资源要素

公司不存在其他体现所属行业或业态特征的资源要素。

## 四、公司业务具体情况

### （一）报告期业务收入构成

#### 1、业务收入的主要构成

报告期内，公司的业务收入全部来源于主营业务收入，主营业务收入按服务分类情况如下：

项 目	2015年1-6月		2014年		2013年	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
广告策	8,470,040.19	91.30	18,555,578.46	90.71	15,639,212.00	99.48

划服务						
公 关 服 务	708,726.22	7.64	1,899,640.77	9.29	82,419.03	0.52
标识设计 与制作	98,122.37	1.06	—	—	—	—
合 计	<b>9,276,888.78</b>	<b>100.00</b>	<b>20,455,219.23</b>	<b>100.00</b>	<b>15,721,631.03</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司以前端内容广告策划服务为核心，逐步衍生出公关服务和标识设计制等服务，整合营销传播服务能力不断增强。

## 2、主营业务收入按客户所在地区分类

项目	2015年1-6月		2014年		2013年	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
华中地区	8,527,209.37	91.92	19,480,947.39	95.24	15,411,631.03	98.03
华北地区	594,339.60	6.41	974,271.84	4.76	310,000.00	1.97
华东地区	155,339.81	1.67	—	—	—	—
合计	<b>9,276,888.78</b>	<b>100.00</b>	<b>20,455,219.23</b>	<b>100.00</b>	<b>15,721,631.03</b>	<b>100.00</b>

## (二) 公司服务的主要客户群体、报告期内主要客户情况

### 1、主要消费群体

公司主要为客户提供整合营销传播服务，目前主要客户群体为房地产开发商。未来，公司将继续以房地产领域为基础，并以旅游、快消品领域为主要发力点，实现公司服务客户群体的多元化。

### 2、报告期内各期前五名客户销售额及其占当期销售额总额比重情况

年度	客户名称	金额(元)	占比(%)
2015年 1-6月	武汉中央商务区建设投资股份有限公司	830,526.88	8.95
	天津华侨城实业有限公司欢乐谷分公司	594,339.62	6.41
	武汉致盛集团有限公司	416,874.33	4.49
	武汉越秀嘉润房地产开发有限公司	407,547.17	4.39
	武汉深瑞置业有限公司	401,371.70	4.33
	合计	2,650,659.70	28.57
2014年 度	武汉越秀嘉润房地产开发有限公司	1,079,126.21	5.28
	武汉世茂锦绣长江房地产有限公司	1,069,203.15	5.23
	武汉国博文化旅游发展有限公司	987,378.64	4.83

	天津华侨城实业有限公司欢乐谷分公司	974,271.84	4.76
	湖北川东置业发展有限公司	945,960.79	4.62
	合计	5,055,940.63	24.72
2013年度	武汉世茂锦绣长江房地产有限公司	1,125,000.00	7.16
	武汉华侨城实业发展有限公司	977,000.00	6.21
	中建地产(武汉)有限公司	950,000.00	6.04
	武汉统建百步亭联合置业有限公司	910,000.00	5.79
	武汉联发瑞成置业有限公司	850,000.00	5.41
	合计	4,812,000.00	30.61

2013年、2014年和2015年1-6月,公司前五大客户的销售收入占全年营业收入的比例分别为30.61%、24.72%和28.57%,占比相对较低,公司不存在对单一客户严重依赖的情况。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其关联方或持有公司5%以上股份的股东未在上述客户中占有权益。

### (三) 报告期内采购及供应商情况

#### 1、公司主营业务成本构成

报告期内,公司主营业务成本构成如下:

项目	2015年1-6月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
人工	2,999,603.40	64.75	7,431,396.12	74.58	5,467,859.30	86.99
交通费	270,968.50	5.85	516,171.75	5.18	196,571.20	3.13
媒体及制作费	980,441.68	21.16	1,347,034.83	13.52	301,740.00	4.80
其他	381,761.71	8.24	669,601.24	6.72	319,761.85	5.09
合计	4,632,775.29	100.00	9,964,203.94	100.00	6,285,932.35	100.00

公司主营业务为整合营销传播服务,主要成本为人工、交通费、媒体及制作费、其他等,其他主要为折旧摊销等。其中人工成本占比较大,报告期内占营业成本的比例分别为64.75%、74.58%、86.99%,媒体及制作费在报告期内占营业成本比例分别为21.16%、13.52%、4.80%。报告期内,公司成本结构有所变化,职工薪酬占比变动较大,主要原因为公司业务结构由单一广告策划向多元化发展所致。报告期内,除广告策划服务外,公司公关服务也获得稳步发展,占主营业务的比例不断上升;同时公司在2015年新增标识设计与制作业务。公司广告策

划服务的成本主要为职工薪酬，对外采购较少，而标识设计与制作、公关服务对外采购较多，导致整体人工成本占比大幅下降。

## 2、主要供应商情况

年度	供应商名称	金额（元）	占比（%）
2015年 1-6月	武汉爱乐乐团	140,000.00	9.50
	武汉长江日报传媒集团有限公司	87,000.00	5.91
	武汉一境文化传播有限责任公司	36,000.00	2.44
	武汉新桥聚创广告传播有限公司	50,000.00	3.39
	武汉宇盛创意广告有限公司	33,250.00	2.26
	<b>合计</b>	<b>346,250.00</b>	<b>23.51</b>
2014年度	武汉纵横创意文化传播有限公司	597,000.00	26.06
	武汉悦支行舞蹈艺术团	10,000.00	0.44
	武汉武商集团股份有限公司世茂广场购物中心	93,408.00	4.08
	黄石劲翔网络传媒有限公司	19,400.00	0.85
	武汉蓝尔系统工程有限公司	13,400.00	0.59
	<b>合计</b>	<b>733,208.00</b>	<b>32.01</b>
2013年度	武汉朗羽广告传播有限公司	280,000.00	50.80
	武汉崇扬文化传播有限公司	120,000.00	21.77
	黄石中兴数码电脑有限公司	40,000.00	7.26
	北京全景视觉网络科技有限公司	40,000.00	7.26
	武汉武商集团股份有限公司世茂广场购物中心	37,411.00	6.79
	<b>合计</b>	<b>517,411.00</b>	<b>93.88</b>

报告期内，公司采购金额较小，主要原因是公司主要业务是广告策划服务，公关服务和标识设计与制作尚处于起步阶段，业务量小，对外采购金额不大。报告期内，公司向前五大供应商采购占比分别为 93.88%、32.01%、23.51%。

2013年，公司对武汉朗羽广告传播有限公司采购金额占比超过 50%，是由于公司受客户委托发布广告，发生了偶发性的媒体采购业务。除此之外，任何单一客户采购额占比均不超过 50%，公司不存在对单一供应商严重依赖的情形。

为更好的利用资源，强化核心竞争力，公司对标识设计与制作业务的部分环节（制作与安装）采取了外协。外协厂商主要武汉宇盛创意广告有限公司、武汉鑫宏世纪广告有限公司等公司，报告期公司标识设计与制作业务规模不大，外协金额较小，占公司营业成本的比例约为 3%。由于从事标识制作与安装业务的门槛较低，可选的范围较广，公司不存在对外协服务公司的依赖，公司完全根据市场化的形式来选择标识外协厂商，同时公司采取了如下措施来规范和控制外协风险：

### （1）与外协厂商的定价机制

当有外包需求时，公司会通过历史合作痕迹结合实际要求筛选合格且优质的供应商；同时，备选的供应商将根据公司需求报价；公司以服务质量为首要因素，遵循市场定价原则，选择优质且报价合理的供应商谈判议价后确定价格，从而保证公司的服务质量，以提升客户的满意度。

## （2）外包服务的质量控制措施

公司对外包服务质量的控制措施如下：一是公司会认真考察供应商的资质情况，提供相关证照，依据相应标准选择资质合格的外包供应商，签订合同明确产品质量指标。如供应商违约，将按照合同约定进行扣款；二是全流程控制。根据与客户确定的时间要求，公司与外协服务商约定详细工期，并定期考察完工情况，标识制作完成以后，现场安装并进行自检，对存在的问题进行修补，合格后通知客户进行验收；三是质量保证，客户验收合格，外包合同履行完毕，但供应商仍须在质保期内，承担质量保证义务。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其关联方或持有公司 5% 以上股份的股东未在上述供应商中或外协服务商中占有权益。

## （四）报告期内公司重大业务合同及履行情况

报告期内，公司主要业务来自房地产行业广告策划服务，公司与房地产客户按年度签订合同，合同金额较高。广告策划服务、品牌策划对外采购很少，公关服务、标识设计与制作和户外媒体需要对外采购，但这些业务刚刚起步，交易次数不多，金额不大。

报告期内，公司重大业务合同的披露标准如下：采购合同选取交易金额在 10 万元人民币以上（外币折算相同金额人民币）；销售合同选取交易金额在 90 万元人民币以上（外币折算相同金额人民币）。报告期内，公司履行完毕、待履行和正在履行的重大业务合同如下：

### 1、主要采购合同

序号	供应商	签署日期	合同标的	合同金额 (元)	履行 情况
1	武汉朗羽广告传播有限公司	2013.12.10	广告发布	280,000	履行完毕
2	武汉崇扬文化传播有限公司	2013.11.23	活动服务	120,000	履行完毕
3	武汉纵横创意文化传播有限公司	2014.5.1	广告策划、平面设计	500,000	履行完毕
4	武汉纵横创意文化传播有限公司	2014.5.1	活动现场包装执行	159,943	履行完毕

5	武汉爱乐乐团	2015.3.19	音乐演出	140,000	履行完毕
---	--------	-----------	------	---------	------

## 2、主要销售合同

序号	客户	签署日期	合同标的	合同金额（元）	履行情况
1	南源置业（武汉）有限公司	2015.5.29	广告策划	900,000	正常履行
2	武汉硕城房地产开发有限公司	2015.4.10	广告策划	900,000	正常履行
3	武汉楚天都市置业有限公司	2015.4.1	广告策划	1,080,000	正常履行
4	湖北万德利置业有限公司	2015.4.1	标识设计与制作	1,060,000	正常履行
5	武汉致盛集团有限公司	2015.2.28	广告策划	960,000	正常履行
6	天津华侨城实业有限公司欢乐谷分公司	2015.1.1	广告策划	1,260,000	正常履行
7	武汉世茂锦绣长江房地产开发有限公司	2014.8.1	广告策划	960,000	正常履行
8	武汉中央商务区建设投资股份有限公司	2014.7.22	广告策划	960,000.00	正常履行
9	麻城市万景文化旅游开发有限公司	2014.9.28	广告策划	900,000	履行完毕
10	武汉海螺置业发展有限公司	2014.4.22	广告策划	960,000.00	履行完毕
11	武汉越秀嘉润房地产开发有限公司	2014.3.1	广告策划	1,080,000	履行完毕
12	武汉致盛集团有限公司	2014.2.28	广告策划	960,000.00	履行完毕
13	天津华侨城实业有限公司欢乐谷分公司	2013.12.1	广告策划	1,300,000	履行完毕
14	武汉深瑞置业有限公司	2013.9.11	广告策划	960,000	履行完毕
15	武汉世茂锦绣长江房地产开发有限公司	2013.7.18	广告策划	960,000	履行完毕
16	武汉国博文化旅游发展有限公司	2013.4.29	广告策划	960,000	履行完毕
17	武汉世联兴业房地产顾问有限公司	2013.3.15	广告策划	1,070,000	履行完毕

## （五）公司的环境保护和产品质量、技术标准

### 1、环境保护

公司的主营业务客户提供整合营销传播服务，属于文化创意类企业，生产经营过程中不产生废水、废弃和固体废物，属于绿色环保行业，不属于对环境有重大影响或有重大污染的行业。公司不存在因违反环境保护方面的法律、法规和规范性文件而受到环境保护主管部门的行政处罚的情形。

## 2、产品质量、技术标准

公司为广告行业，无需取得相关部门的安全生产许可，不涉及建设项目安全设施验收，公司报告期内及期后未曾发生过安全生产方面的事故、纠纷或处罚。

公司所处行业无对其质量标准的强制性约定。公司出具了《公司治理、合法合规的综合声明》：公司自设立以来，产品符合国家有关产品质量和技术监督标准，严格按照产品质量标准检验，从无违反有关质量和技术监督方面的法律法规而受到处罚。

## 五、公司商业模式

公司主营业务为整合营销传播服务，通过利用业务人员的专业知识和行业经验，为广告主提供广告策划、公关服务、标识设计与制作、品牌策划、户外媒体等全方位的整合营销传播服务，帮助广告主向消费者传递商业信息，以引导受众的消费行为，提高品牌形象和产品销量，为客户创造经济价值。公司按照年度计费、月度收费或以项目收费的方式，向客户收取服务费，并据此实现收益。

### （一）营销模式

公司没有设置专门的营销部门，主要依托良好的服务和先进的广告创意理念，通过“口碑效应”及百度推广营销来获取客户。一方面，公司凭靠自身在现有客户群体中树立的良好口碑，通过现有客户介绍开发新客户，推广公司服务，大部分的新客户都来源于已有客户的推荐；另一方面，公司也通过百度推广营销，积极开拓新市场，扩大市场占有率。随着公司业务发展，公司将根据实际情况进行销售模式的调整，考虑是否建立专门的销售团队。

### （二）采购模式

广告策划和品牌策划主要由公司内部策划设计完成，基本不需要对外采购。其他业务采购模式如下：①标识设计与制作：根据合同要求和需要，出具标准图纸及样品，由客户确定封样。公司再与第三方广告公司签订外包合同，按照与甲方确定的标识设计方案，包括规格、材质、工艺、颜色及样式具体数据，以及材料小样、成品小样、色板小样等制作参数，由第三方完成标识的制作及安装过程。

②公关服务：根据客户需求，确定公关服务内容，形成公关活动方案。按照预先设计的方案，对外采购印刷品、场地搭建、灯光音响租赁，礼品购买，喷绘制作等。③户外媒体：公司选择城市中心优质地段户外资源，签订长期租赁合同，通过丰富的媒介资源，为客户提供广告发布业务。

### （三）盈利模式

公司主营业务为客户提供整合营销传播服务，具体包括广告策划服务、公关服务、标识设计与制作、品牌策划和户外媒体，并就此收取服务费，公司盈利来源于此。

广告策划服务：采用整年签订服务合同，在日常工作中按客户需求，定期对工作进行阶段性总结、评估、确认，按期收取月度服务费。

公关服务：按项目为客户提供服务，以顾问费、策划费、服务费、活动执行、展览制作等方式向客户收取服务费。

标识设计与制作：按项目为客户提供服务，扣除支付给第三方的制作安装费用，公司从中获取收益。

品牌策划：以项目制或年费制为品牌管理客户提供服务，分别按项目或按月度收取服务费。公司此类业务尚处于起步阶段，报告期内暂未实现收益。

户外媒体：通过自建或租赁媒介资源，取得户外广告媒体资源的运营权，为客户提供广告媒体资源服务获取收取。公司此类业务是报告期后的新开展的业务，尚处于起步阶段，暂未实现收益。

## 六、公司所处行业基本情况

根据《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2011），公司所属行业为 L7240-广告业；根据证监会《上市公司行业分类标准》（2012年修订），公司所属行业为 L72-商务服务业；按照全国中小企业股份转让系统发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为 L7240-广告业。

### （一）行业概况

#### 1、行业监管体制、主要法律法规及产业政策

##### （1）行业监管体制

目前，我国广告行业实行政府监管与行业自律相结合的管理体制。

## ①政府监管

国务院工商行政管理部门是我国广告行业的主管部门，负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。其中，广告发布活动的监督管理主要包括：制定、执行、监测广告发布标准、查处已经发布广告中的违法内容等；广告经营活动的监督管理主要包括规范广告市场经营行为和行业竞争行为。

地方各级政府工商部门负责广告活动的日常监督管理工作。我国广告行业实行广告审查制度，即广告审查机关在广告交付设计、制作、代理和发布前，对广告主的主体资格、广告的内容和表现形式、有关证明文件或材料的审查，并出具与审查结果和审查意见相应的证明文件的一种广告管理制度。广告审查制度是广告行政管理的重要组成部分。

除国家工商行政管理部门外，国务院有关部门在各自的职责范围内负责广告管理相关工作。比如食品药品监管部门对食品、药品、医疗器械广告的监管，农业行政部门对农药、兽药广告的监管等。

## ②行业自律

广告行业自律组织是广告主、广告经营者和广告发布者自发成立的民间性行业组织，通过自行制订一些广告自律章程、公约和会员守则等，对自身从事的广告活动进行自我约束、自我限制、自我协调和自我管理，使之符合国家的法律、法规和职业道德、社会公德的要求。中国广告行业自律组织主要有中国广告协会、中国商务广告协会、中国 4A 协会等。

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

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

中国 4A 协会成立于 2005 年 12 月，由中国商务广告协会发起，是在国内从事经营活动的外资及本土大型综合性广告公司共同组成的行业自律组织。其宗旨是通过举办培训与各种相关活动，加强本土企业与国外同行间的合作与交流，

建立规范的广告经营秩序，抵制不正当竞争，推进中国广告业逐步向符合国际惯例的广告代理制迈进。

2008年2月9日，中国广告协会第五次会员代表大会审议通过了最新的《中国广告行业自律规则》。该自律规则对广告内容、广告行为应遵循的一般原则和限制性要求作了详细规定。其主要内容是禁止虚假和误导性广告，广告应当尊重他人的知识产权，尊重妇女和儿童，尊重良好道德传统。禁止以商业贿赂、诋毁他人声誉和其他不正当手段达成交易，禁止以不正当的广告投放手段干扰媒体节目、栏目等内容的安排。

## （2）主要法律法规

广告业法律法规体系由法律、行政法规、地方性法规、行政规章以及规范性文件等五个层次构成。1982年国务院颁布《广告管理暂行条例》，1987年国务院重新颁布《广告管理条例》，1995年2月1日起施行的《中华人民共和国广告法》。针对特殊行业，国家工商行政管理部门制定了专门的广告管理法规，如《化妆品广告管理办法》、《烟草广告管理暂行办法》、《医疗广告管理办法》和《酒类广告管理办法》等。此外，各级地方政府也根据国家法律法规制定了适用于本地管理的地方法规和规章，如《湖北省户外广告管理实施办法》、《武汉市户外广告设置管理办法》等。

2015年4月24日下午，十二届全国人大常委会表决通过新修订的广告法，对原广告法进行了大幅修改，将对广告行业产生深远影响。新法完善了保健食品、药品、医疗、医疗器械、教育培训、招商投资、房地产、农作物种子等广告的准则。明确广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。新增广告代言人的法律义务和责任，以及关于未成年人广告、互联网广告管理的规定。严控烟草广告发布，禁止在一切大众媒体和公共场发布烟草广告，禁止变相的发布违法广告。

## （3）主要产业政策

2014年8月20日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，提出“推动媒体融合发展，要按照积极推进、科学发展、规范管理、确保导向的要求，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力公信力影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系”。

2014年4月4日,湖北省政府出台《加快全省广告业发展的意见》,明确提出“以改革创新为动力,充分释放和激发广告市场主体活力,积极推动广告产业整合升级,使广告业成为湖北省文化产业、现代服务业发展新的增长点;到2020年,力争全省广告市场经营额突破300亿元”。

2014年2月26日,国务院发布《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》,提出“到2020年,文化创意和设计服务的先导产业作用更加强化,与相关产业全方位、深层次、宽领域的融合发展格局基本建立,相关产业文化含量显著提升,培养一批高素质人才,培育一批具有核心竞争力的企业,形成一批拥有自主知识产权的产品,打造一批具有国际影响力的品牌,建设一批特色鲜明的融合发展城市、集聚区和新型城镇”。

2012年5月29日,国家工商总局印发《广告产业发展“十二五”规划》,指出“广告业是我国现代服务业和文化产业的重要组成部分”,提出“十二五期间提升广告企业竞争力、优化广告产业结构、推动广告业自主创新等八项重点任务”。

2012年2月23日,中华人民共和国文化部发布《“十二五”时期文化产业倍增计划》,提出了“十二五”期间文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于20%,2015年比2010年至少翻一番,实现倍增的奋斗目标。

2012年2月16日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》,提出“推进文化产业结构调整,发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业”。

2011年4月26日,《产业结构调整指导目录》首次把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类,为广告业发展提供了强有力的政策支持依据和空间。

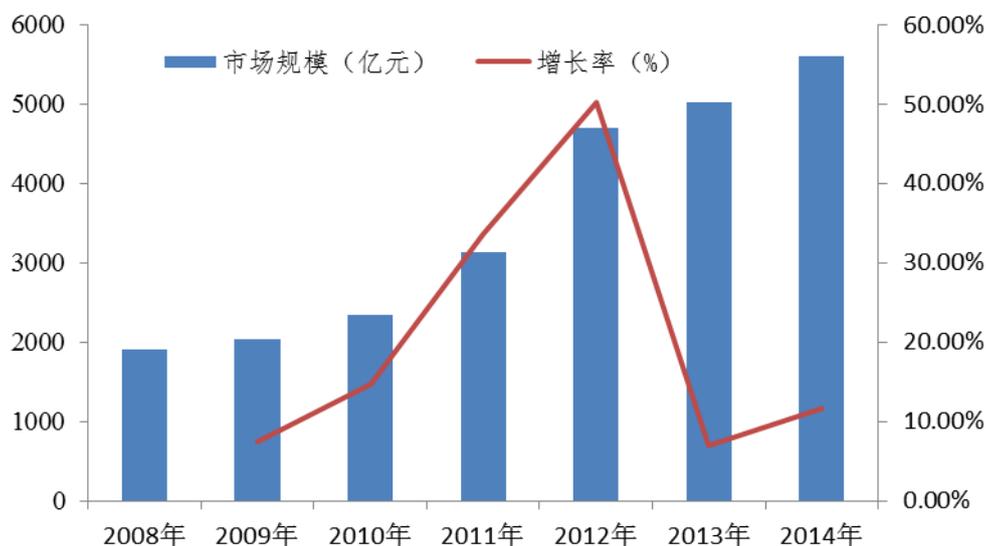
## 2、行业发展概况

广告是将相关的信息,进行高度精炼,采用艺术手法,通过各种媒介传播给大众,以加强或改变人们的观念,最终引导人们的行动的事物和活动。而广告产业则是指以提供广告服务为专门职业,接受客户委托,专业从事品牌规划、品牌策划,广告调研、策划、创意、设计、制作和广告代理发布等各种服务并从中获取利润的专门化行业。

### (1) 广告市场快速发展,未来潜力巨大

近年来,我国广告业总体呈不断上升的发展状态,广告数量不断增加、广告质量大幅提高、广告方式呈现出多样化模式,特别是新媒体广告领域开创了广告界的新局面。从2010年至2014年的五年间,全国广告经营额从2300多亿元猛增至5600多亿元,中国广告市场的规模目前已位居全球第二。

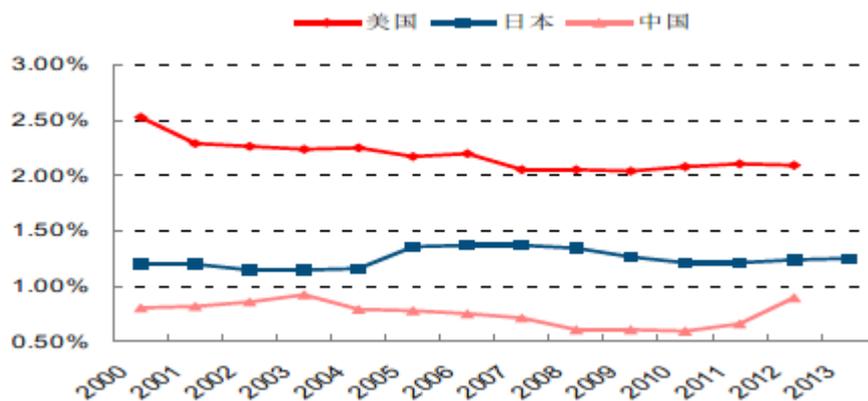
### 2008-2014年我国广告市场规模及增长情况



数据来源:国家工商总局、兴业证券整理

虽然我国广告业发展迅速,但与市场经济成熟的国家相比,其质量和效益总体上还处于较低水平。在西方发达国家广告市场中,广告市场规模占GDP的比例在2%以上,而目前我国广告市场规模占GDP的比例尚不足1%,未来我国广告市场的发展潜力巨大。

### 美国、日本与中国广告市场规模与GDP占比



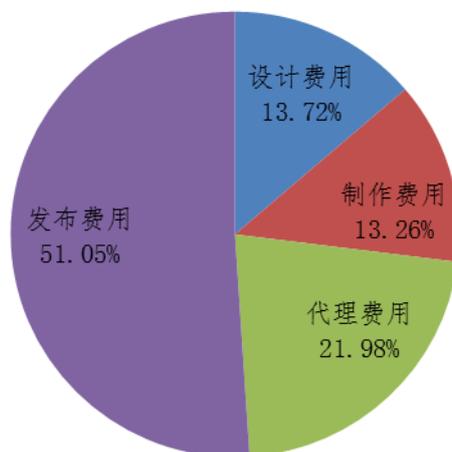
数据来源: Kantar Media The World Bank; 日本电通; 国家统计局

(2) 品牌概念不断深化, 竞争呈两极化趋势

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

同时，我国的广告经营单位在经营业态上也出现了比较明显的两极化趋势，主要表现在以下两个方面：一类是在专业分工领域上，出现了依靠某种专业优势或媒体资源优势，以广告产业链条中某一环节为主业的公司，如专门的设计制作公司、专门的媒体服务类公司等；另一类是在规模上，广告行业集中度正不断提高，一些拥有资本和规模优势的公司凭借收购兼并其他广告公司或者进一步拓展分支机构的形式，扩大经营规模，提供综合类广告服务。

2014年我国广告行业各细分市场产值占比

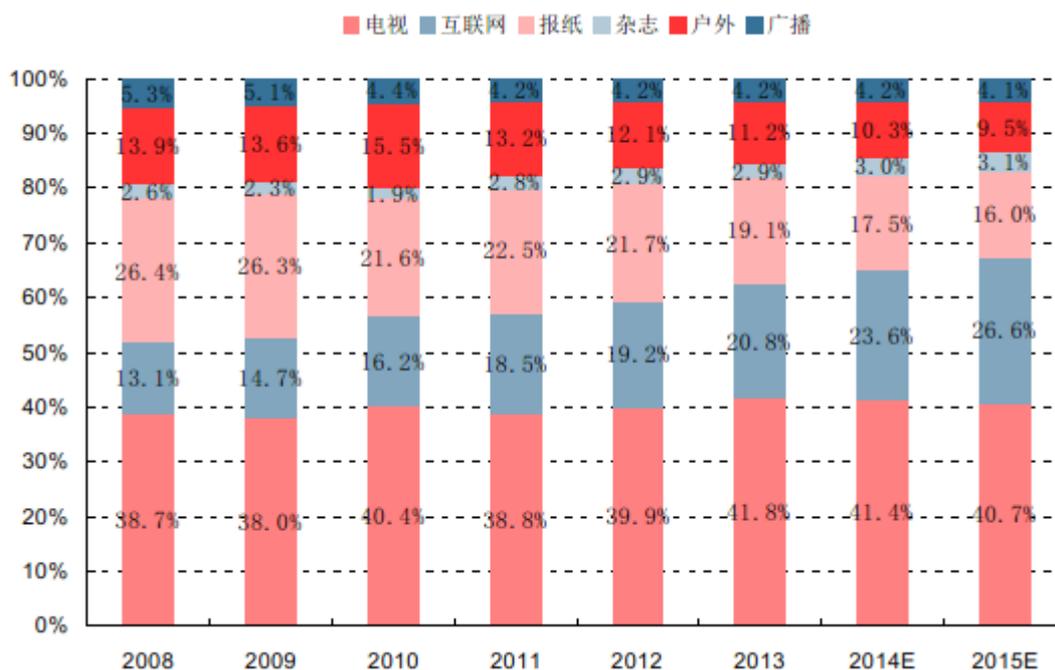


数据来源：《现代广告》、兴业证券整理

### （3）传统媒体广告稳中有降，互联网等新媒体广告崛起

随着经济发展，广告市场整体呈现同步增长，但在移动互联网等新媒体冲击下，以电视为代表的传统媒体增长放缓，传统媒体与新媒体竞争加剧。在网络通讯、多媒体技术等新兴技术的不断催生下，以互联网、移动终端和户外电子媒体等为代表的新兴媒体迅速崛起。全球平均来看，互联网将成为继电视之后的第二大平台，我国的互联网广告份额也有望超过电视媒体成第一大媒体。

## 2008-2013 年我国广告市场格局



数据来源：Zenithoptimedia、兴业证券整理

## 3、行业与上下游关系

当前广告行业已经形成了分工明确的专业体系，广告产业链条上参与对象有：“广告主”、“广告公司”、“广告媒体”和“市场消费者”以及辅助的“数据发布方”和“监播方”。

广告公司在广告市场的产业链中处于中介地位，是沟通广告主、媒介和消费者的桥梁和纽带，为广告主提供整合营销传播服务。一方面，它与广告主建立广告代理关系，帮助广告主进行市场调查和预测，确定广告目标，依据计划进行广告策划和创意，并完成广告作品的设计与制作；另一方面，广告公司通过媒介分析与选择，购买媒介版面和时段发布广告，为广告主将广告信息向广大消费者传递，最终实现广告目标。



房地产广告行业具有较强的区域性，媒介可直接与广告主建立广告发布的业务关系，因此专业从事房地产广告业务的广告公司多数只提供广告策划服务，不从事媒介代理服务。

#### 4、行业进入主要壁垒

##### (1) 专业人才壁垒

广告行业对企业的专业队伍要求较高,从业人员需对广告产品方案有深刻理解,在项目所有环节都需要有所涉猎,如:品牌、策划、设计、运营等均对人才的素质要求较高,这些人才需要有业内实践才能积累相应的经验和能力。随着广告业的持续发展和技术的深入应用,对人才的创新性、创意水平和信息技术的应用能力要求也越来越高。就房地产广告业来说,还需要对房地产行业有更深入了解。

##### (2) 客户资源壁垒

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

##### (3) 品牌与合作的认同

在长期的广告服务中,为了积累丰富的客户资源、获得良好的口碑,公司需要从服务质量及对外形象来树立其特有的品牌形象,以得到客户的认同。同时,也是吸引更多优秀人才加盟的方式之一。

#### 5、影响行业发展的有利和不利因素

##### (1) 有利因素

###### A、国民经济的稳定增长和消费升级

广告行业的发展与宏观经济息息相关,随着我国国民经济的持续增长,广告行业仍然具有较大发展空间,将以高于全球平均水平的增长率持续增长。同时,随着消费观念的转变,我国居民消费结构呈现明显的多元化、升级化趋势,消费总量的不断提高和消费结构的调整将有利于广告产业实现快速增长。

###### B、国家法律政策支持

《产业结构调整指导目录(2011年本)》(2013年修正)已把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类。国家宏观政策的支持,将有利于广告行业快速、健康的发展。2015年9月1日起新实施的新广告法,进一步完善了广告监管法律制度,保障和规范行政主管部门职权的实施,提升了虚假违法广告惩治力度,对我国广告市场将产生深远影响。

### C、创新型国家建设的推动

建设创新型国家、实现“中国制造”向“中国创造”的过渡，离不开自主品牌的塑造。企业要在激烈的市场竞争，特别是在国际市场的竞争中立于不败之地同样离不开自主品牌的塑造，品牌塑造离不开广告创意策划的参与。随着品牌观念的深入人心，广告必将越来越引起人们、特别是企业家们的重视，广告业也将迎来更大的发展。

### D、服务业的技术进步拓宽广告业发展空间

我国广告业技术进步日新月异，新兴广告媒体如手机网站、手机报刊、IP 电视、移动数字电视、网络广播、网络电视等层出不穷，蓬勃发展，广告业的发展空间被极大拓宽。广告业持续创新不断开发出功能和性能更加完善的新媒体服务模式，以满足客户更加多样化、个性化的需求。新媒体的发展成为了广告行业发展的主要推动力。

#### （2）不利因素

##### A、行业竞争激烈，市场成熟度不高

国内广告行业进入门槛低，参与广告市场竞争的企业众多但规模较小，行业低端市场竞争激烈，基本处于无序竞争状态。相较于发达国家，我国广告行业仍然处于发展初期，市场竞争机制有待进一步完善，市场成熟度不高。由于行业竞争主体数量较多、行业的自律性较弱，竞争秩序还需进一步规范和完善。

##### B、受宏观经济影响明显

广告行业对于下游行业的兴衰情况较为敏感，被称为“宏观经济的晴雨表”。一旦宏观经济下滑，广告主将会减少广告投放。对于以房地产公司为主要服务对象的广告公司来说，其业绩还会因为国家近几年对房地产的宏观调控而受到一定的影响。

### 6、行业周期性、区域性和季节性

#### （1）周期性

在经济繁荣时期，广告主往往有更多的资金投入更多的广告宣传中，而当处于经济低迷时期，广告主往往倾向于削减开支，降低广告费用支出。因此，广告行业受经济周期的影响较为明显。

#### （2）季节性

根据行业的不同,广告主对于广告投放具有一定的季节性。在处于销售旺季时,广告主会相应增加广告的投放量。但就整个行业而言,季节性表现不明显。因为广告主会根据重大事件、战略转型等调整计划,对广告的投放量作相应调整,同时各个行业广告主的淡季与旺季也不尽相同。

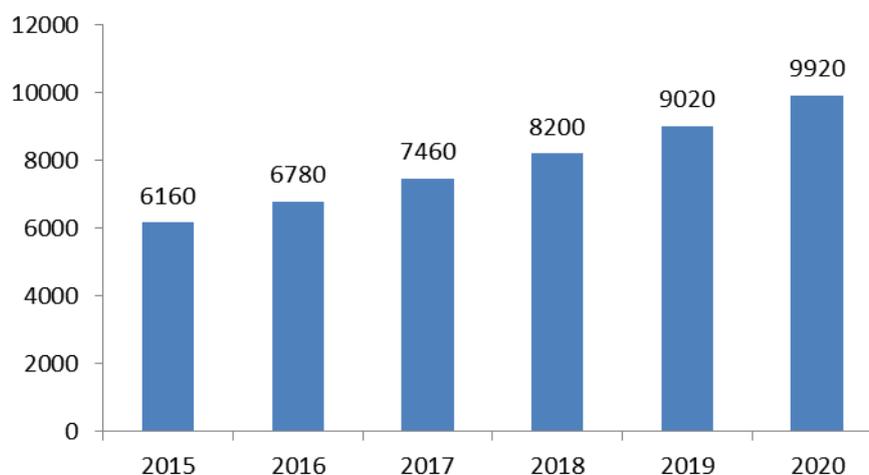
### (3) 区域性

广告服务行业区域性特征较为明显。北京、上海、广州三大城市占全国广告服务市场的50.00%以上,其比例和绝对值均远高于二线城市。城市越大,经济越发达的区域,竞争越激烈,对于广告的需求也就越大。整体上,无论城市的大小,广告的增长趋势均较为明显。

## (二) 行业规模

前瞻产业研究院预计,从整个广告行业的发展趋势来看,未来五年,仍将保持较快增速,年复合增长率保持在10%左右。预计2015年,广告行业市场规模将超过6000亿元,到2020年,市场规模有望接近10000亿元。

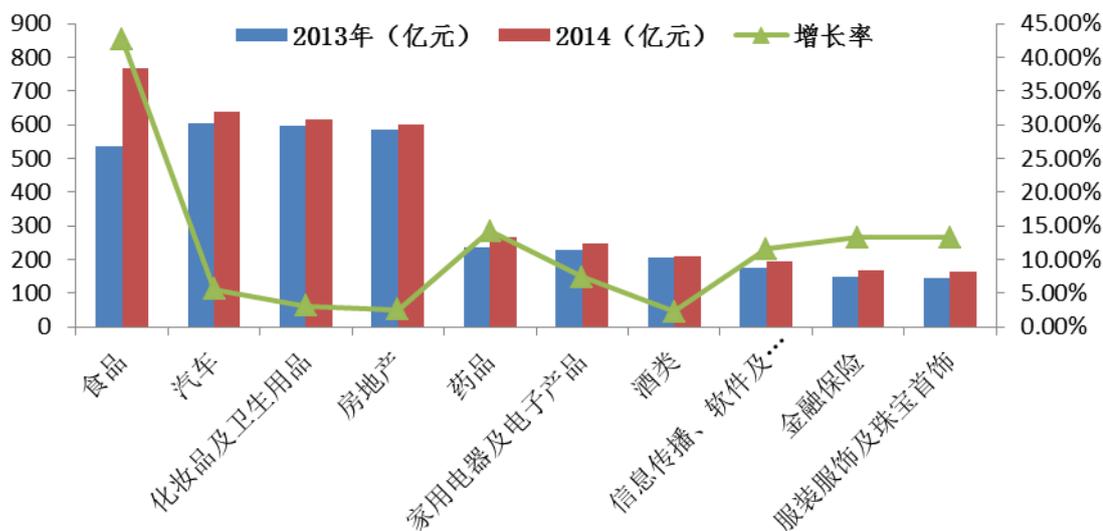
2008-2014年我国广告市场规模及增长情况



数据来源:前瞻产业研究院、兴业证券整理

房地产广告作为广告行业的一个细分领域,在整个行业里的发展里扮演着重要的角色。2014年,我国房地产广告行业产值达到601.3亿元,同比增加2.54%。作为关系民生的重要支柱产业之一,房地产行业的发展仍然与国民经济的发展息息相关。2015年中央表示将促进房地产市场平稳健康发展,针对改善性需求的政策继续松绑,降低二套房首付比例,限购政策分区域逐步调整,行业景气度将上升。随着城镇化建设、城中村改造等项目推进,房地产行业仍将保持稳定的增长,房地产行业广告也将保持持续增长。

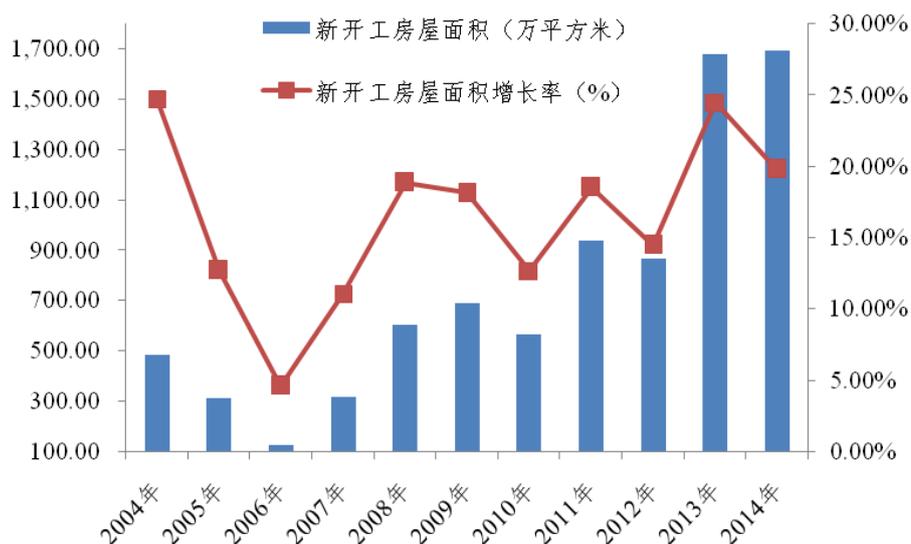
## 2014年我国广告投放前十大行业



数据来源：《现代广告》、兴业证券整理

具体到公司所在地的武汉区域房地产市场，其发展前景依然值得期待。2014年，武汉GDP达10069.48亿元，位列全国第八；全市房屋销售面积达到2273.16万平方米，新开工房屋面积1693.3万平方米，同比增长19.82%；房地产开发投资2353.63亿元，增长23.5%；主要城区商品房销售金额1316亿元，同比增长10%。

## 2004-2014年武汉新开工房屋面积情况



数据来源：Wind、兴业证券整理

随着武汉经济实力的显著提升和城市建设的规模不断扩大，将为房地产市场的发展注入源源不断的动力。根据《关于印发国家新型城镇化综合试点方案的通知》，武汉市成为入选地区的7个省会城市之一，国务院批复的武汉市国家新型城镇化综合试点工作方案要点提到：到2020年，武汉市常住人口将达到1200万~1300万人，常住人口城镇化率达到84%以上，户籍人口城镇化率达到75%以上，而按照户籍人口计算，目前武汉城镇化率仅为67.59%。武汉市对外的辐射力和吸引力正逐渐增强，将为房地产市场的发展带来充足的承载力。此外，随着武汉市棚户区改造开始大规模启动建设以及二环内、三环外“三旧”改造不断推进，将为房地产市场带来大量优质的土地资源和改善型需求。可以预见，武汉市房地产行业仍将保持稳定的增长，而房地产行业广告也将保持持续增长。

### （三）行业基本风险特征

#### 1、经济下行的风险

广告行业发展与国民经济景气度具有较高的关联性，国内外宏观经济形势变化、国家宏观经济政策调整和经济周期变化等都会对广告行业产生影响。如果出现国内外宏观经济环境持续欠佳，各个企业必然会削减广告预算，广告行业的经营状况亦将受到影响。

#### 2、市场充分竞争的风险

广告行业是竞争激烈的行业，企业数量众多，行业门槛低，规范程度相对较低，承受着行业的不断发展，竞争将加剧，对于规模较小，实力不强的公司将逐步被市场淘汰。

#### 3、行业发展变革的风险

随着房地产市场降温，房地产行业将进一步加快转型，一些中小房企将被淘汰出局，市场集中度将进一步提高。房企将更加重视在品牌、资金、技术研发、项目管控、传播渠道等方面的核心竞争力。随着地产行业互联网化，数字媒体和无线终端技术的运用已逐步成熟，越来越多广告主更倾向于网络、手机、数字电视等形式的数字媒体广告。

#### 4、政策调整的风险

广告行业是文化产业的重要组成部分。我国公布的《关于推进广告战略实施的意见》、《文化产业振兴规划》、《广告产业发展“十二五”规划》等纲领性文件均将广告产业作为促进国家文化建设，推动文化产业发展的措施，为公

司的业务发展提供了良好、稳定的市场环境。如果国家宏观经济政策及相关产业政策发生较大的调整，将对公司的生产经营造成一定的影响。

#### （四）公司在行业中的竞争地位

##### 1、公司的市场地位

广告行业进入门槛低，参与广告市场竞争的企业众多但大多规模较小，行业低端市场竞争比较激烈，基本处于完全竞争状态。就细分的房地产广告行业来说，还处于小散乱弱、集中度低的竞争格局。由于房地产广告公司与其上游房地产行业紧密联系，区域性公司条块分割。随着我国金融改革的进一步深化，对中小企业的融资支持越来越大，未来房地产广告行业资本化运作将加强，进一步加速行业整合。

公司在区域市场上具有较强竞争力，多次在业内专业赛事中斩获奖项。2011年第一届华中广告节，斩获全场大奖，并获得一金一银一铜最佳奖项。2012年第21届广州日报华文报纸广告奖，斩获“最佳表现新秀奖”金奖。2014年第21届国际广告节公益作品获得优秀作品奖。未来公司将以现有房地产广告业务为基础，以旅游、快消品行业为发力点，整合广告行业中后端业务及互联网媒体资源，成为具备全网营销能力的“整体传播解决方案”提供方，公司盈利能力将不断增强。

##### 2、主要竞争对手

在华中地区，公司面临的主要竞争对手如下：

###### （1）北京意味飞行广告有限公司

北京意味飞行广告有限公司是由具有丰富的行销传播经验的房地产广告服务商，定位于“中国地产品牌智力供应型传播服务机构”，在武汉设立了北京意味飞行广告有限公司武汉分公司，专注于房地产行业 and 不动产的整合行销，拥有从公关、活动到广告执行的全国性资源。

###### （2）深圳市博思堂文化传媒股份有限公司

深圳市博思堂文化传媒股份有限公司成立于1998年，现有17家子公司，覆盖全国十大区域近百个城市，凭借地产项目整合推广经验和优异执行能力，已在全国范围为客户搭建起实效地产平台，为多个房地产开发商提供了涵盖策略体系、创作体系与设计体系等全过程地产增值服务。

###### （3）深圳市非常道广告有限公司

深圳市非常道广告有限公司成立于2004年,是一家立足于武汉服务全国数十个地标性大盘、高端豪宅、超级综合体,以实效的整合营销推广取得业内广泛认同。

#### (4) 青铜骑士广告有限公司

青铜骑士广告有限公司成立于2002年,作为中国本土最具代表性的专业地产服务机构,以理解产品,概念化品牌建构和缜密的传播系统见长。2004年进入武汉市场,专注于为房地产企业提供全方位整合推广服务,创造“影响力项目”使商品价值最大化。

### 3、公司的竞争优势

#### (1) 策划和创意能力优势

经过几年的发展,公司已形成了以房地产广告策划服务等前端工作内容为基础,并衍生出公关执行、标识设计与制作和户外媒体等中后端传播业务,成为华中地区较有影响力的“整合营销传播服务供应商”。公司已发展成为一家综合性的广告公司,在业务开展过程中策划和创意能力优势正逐步发挥出来,成为重要的生产力。

#### (2) 行业经验

公司坚持创意立项,塑造客户项目个性,以专业精神和差异化的创意手法解决客户问题。公司总监级别均来自4A级别广告公司,平均从业经验8年以上,擅长整合资源,提供多维整合营销传播服务。公司通过大量的成功案例积累了可复制的成功经验,凭借丰富的业务经验和专业的人才梯队,形成了公司自身特有的方法体系,得到了客户的广泛认可和赞同,奠定了自身的品牌基石。

#### (3) 产业链优势

公司已逐步由单一的地产策划为主的广告公司,发展为集公关服务、标识设计与制作、户外媒体等业务为一体的综合性广告公司。公司通过产业链优势,通过整合各方资源,能够为客户提供更专业更全面的服务。

### 4、公司的竞争劣势

#### (1) 资金劣势及规模劣势

广告公司均为轻资产运作特性,相较于国际4A广告公司,公司资金及规模均处于劣势,抗风险能力较弱。

## (2) 区域市场限制

公司现阶段业务主要集中于华中地区,该地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩,如果不能有效开拓华中地区以外的市场,公司成长将面临一定瓶颈。

# 七、公司经营目标与计划

## (一) 公司整体发展规划

公司以成为“卓越的广告服务提供商”为发展目标,秉承“与客户共同成长”的经营理念,坚持“精细化”的服务方针,公司将通过强化品牌建设、市场拓展,逐步扩大市场的覆盖,并加强已有业务区域营销力度及市场开拓深度,增强盈利能力,使公司逐步成为一流的广告服务提供商。

公司未来三年的经营目标是:将继续以现有房地产广告业务为基础,以旅游、快消品行业为发力点,整合广告行业中后端公关服务、标识设计与制作、户外媒体及互联网媒体资源,成为具备全网营销能力的“整合营销传播服务提供商”,增强服务能力和盈利能力。

## (二) 公司具体发展计划

为实现公司未来三年发展规划与目标,增强成长性、增进自主创新能力、提升核心竞争优势,公司将采取以下措施:

### 1、扩张计划

在广告策划服务领域,公司将通过并购全国区域性广告公司,拓宽市场覆盖面,同时将公司相关执行业务发展到该区域,实现单区域的业务扩张化;在公关服务领域,以提供公关资源及平台为重点,并整合相关资源,主动创造市场差异化的公关产品,从而提高客户影响及公关服务的议价能力;在标识设计与制作执行业务,除立足房地产板块外,将积极介入城市导视设计及大型雕塑及节日展示设计;在数字营销领域,将通过代理运营快消品,形成强势的全网营销团队及全网营销能力,打通技术、全网销售、策划传播于一体的全网营销。

### 2、投资计划

将通过定增等方式募集资金,用于同业并购、城市核心户外资源的购买、公关平台空间营造、标识产业链的扩张等方面的投资。

### 3、专业提升计划

公司继续提升员工广告传媒专业能力的素质培训，采取日培训制和特训营的培训考核制相结合的方式，不断提升员工的专业能力，确保公司在行业内的专业领先地位。

#### 4、人力资源计划

公司将完善现有的薪酬制度和绩效考核制度，改进晋级激励办法，稳定现有核心团队，引入竞争机制，实现优胜劣汰。此外，公司将不断引进与企业文化相契合的具有特定行业背景的优秀人才，通过建立择优、培养、定位、激励的人才资源管理模式，为人才提供施展的舞台，组建富有竞争力和凝聚力的人才梯队，为公司快速成长奠定坚实的基础。

## 第三节 公司治理

### 一、最近两年公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

#### （一）“三会”的建立健全及运行情况

##### 1、有限公司“三会”的建立健全及运行情况

有限责任公司时期，公司规模较小、股东人数较少，公司未设董事会和监事会，只设执行董事1名和监事1名，建立了基本的公司治理机构。

有限公司阶段，公司治理结构虽较为简单，但公司能够按照《公司法》及《公司章程》的有关规定在经营范围变更、股权转让、增加注册资本等需要工商变更登记的事项上形成相关决议。但鉴于公司管理层对对公司治理相关的法律法规了解不够深入，加之上述公司治理结构较为简单，其运行亦存在不规范之处，如未按《公司章程》规定按期召开股东会、董事会定期会议，未制定股东会、董事、监事议事规则，部分会议届次不清，命名不规范、会议没有履行提前通知的程序，会议记录等会议资料保存也不完整，发生在有限公司阶段的关联交易等事项未形成相应的内部决策书面文件。

有限公司时期，虽然公司治理制度及其运行方面欠完善，但该等瑕疵不影响相应决议的实质效力，未损害公司及股东利益，亦未影响债权人或其他第三人合法权益。

##### 2、股份公司“三会”的建立健全及运行情况

股份公司成立后，按照《公司法》等相关法律法规的要求，公司建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理结构，建立健全了股东大会、董事会、监事会等相关制度。

公司股东大会由全体股东组成；公司董事会由黄飞、秦铭、沈辉、陈静、涂扬五位董事组成；监事会由曾琳、徐娟、黄涛三名监事组成，其中职工代表监事为徐娟；公司高级管理人员包括总经理秦铭、董事会秘书兼财务总监陈静。

股份公司成立以来，共召开了两次股东大会、一次董事会及一次监事会，制定审议通过了《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易管理办法》、《重大交易决策制度》、《对外担保决策制度》、《对外投资决策制度》、《信息披露管理制度》等规章制度。公司章程符合《公司法》、《非上市公司监管第

3号——章程必备条款》的要求，三会会议的召集和召开程序、决议内容均符合《公司法》等法律法规、《公司章程》和相关议事规则的规定，公司股东、董事、监事均能按要求出席参加相关会议，并履行相关权利义务。三会决议内容完整，要件齐备，会议决议均能够正常签署，三会决议均能够得到执行。公司召开的监事会会议中，职工代表监事按照要求出席会议并行使了表决权。

总体来说，公司的股东大会和董事会能够按期召开，对公司的重大决策事项作出决议，保证公司的正常发展。公司的监事会能尽职尽责，履行勤勉忠诚的职责，具备切实的监督职能。但由于股份公司成立时间尚短，“三会”的规范运作及相关人员的规范意识、制度学习方面仍有待进一步提高。

## （二）“三会”人员履行职责情况及职工代表监事履行责任的实际情况

股份公司“三会”人员均符合《公司法》及《公司章程》规定的任职要求，能够按照“三会”议事规则独立、勤勉、诚信地履行职责，对股份公司的重大决策事项做出有效决议并严格执行。股份公司监事会能够较好地履行对公司财务状况及董事、高级管理人员的监督职责，保证股份公司治理合法合规。

2015年8月27日，公司召开全体职工代表大会，选举徐娟为职工代表监事。徐娟自担任监事以来，积极履行监事的职责，按照《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》等规定，参加监事会会议，列席股东大会，积极参与公司事务，行使监事的职责。

## 二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

### （一）公司董事会对公司治理机制执行情况的讨论

#### 1、股东权利保护

股份公司分别通过《公司章程》第三十二条、第三十七条明确公司股东享有的权利和承担的义务，规定股东不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益，违反规定的，给公司或者其他股东造成损失的，应当承担赔偿责任。公司通过上述条款充分保障公司股东的知情权、参与权、质询权和表决权等权利。

#### 2、投资者关系管理

为有效的贯彻落实对投资者关系的管理，公司制定了《投资者关系管理制度》，其中详细规定对投资者关系管理的内容，投资者关系管理专职部门及其职责，投资者关系管理活动等制度，全方位保护投资者权益。公司在投资者关系管理方面坚持充分保障投资者知情权及合法权益、合法合规披露信息、投资者机会

均等、诚实守信、高效低耗、互动沟通等原则，促进公司与投资者之间的良性关系，增进投资者对公司的进一步了解和熟悉，建立稳定和优质的投资者基础，获得长期的市场支持，形成服务投资者、尊重投资者的企业文化，促进公司整体利益最大化和股东财富增长并举的投资理念。

### 3、纠纷解决机制

股份公司《公司章程》通过明确股东之间、股东与公司之间、股东与公司高管之间的纠纷解决机制来保障全体股东的权益。《公司章程》自生效之日起，即成为规范公司的组织与行为、公司与股东、股东与股东之间权利义务关系的具有法律约束力的文件，对公司、股东、董事、监事、高级管理人员均具有法律约束力。依据该章程，股东可以起诉股东，股东可以起诉公司董事、监事、经理和其他高级管理人员，股东可以起诉公司，公司可以起诉股东、董事、监事、经理和其他高级管理人员。公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间涉及章程规定的纠纷，应当先行通过协商解决。协商不成的，通过诉讼方式解决。

《公司章程》第三十五条规定：董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，连续 180 日以上单独或合并持有公司 1% 以上股份的股东有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼。

监事会、董事会收到前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到请求之日起 30 日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼。

他人侵犯公司合法权益，给公司造成损失的，本条第一款规定的股东可以依照前两款的规定向人民法院提起诉讼。

### 4、关联董事回避制度

公司《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易管理办法》，共同形成公司关联回避表决的内控制度，通过关联董事回避表决保证公司全体股东的各项权利。董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无

关联关系董事过半数通过。上述制度文件形成规范公司关联交易的有效内部决策体系。

#### 5、财务管理、风险控制机制

公司建立了一套比较完整的内部控制制度，包括《财务管理制度》、《财务核算管理制度》、《采购管理制度》、《销售管理制度》、《研发管理制度》等，公司坏账核销履行相应的内部决策程序，公司财务管理及内部控制在经营活动中不断完善。公司现有各制度与公司业务发展相契合，能够有效规范公司治理，对公司业务活动的健康运行提供充分保证，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。

公司现有各制度与公司业务发展相契合，能够有效规范公司治理，对公司业务活动的健康运行提供充分保证，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。

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

#### （二）公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

股份公司第一届董事会第一次会议对公司治理机制的执行情况讨论认为：有限公司在运行过程中，基本能够按《公司法》和《公司章程》的规定运作。虽存有“三会”召开及公司治理在实际执行过程中的不规范之处，但未损害公司、股东及债权人利益。股份公司成立后，公司积极针对不规范情况进行整改，依法建立健全了股东大会、董事会、监事会、总经理、财务总监的治理结构，制定了规范的“三会”规则、《总经理工作细则》等。

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

同时，鉴于股份公司设立时间较短，虽然已建立完善的公司治理机制，但在实际运行中仍需管理层不断深化公司治理理念，加深相关知识的学习，提高规范运行的意识，以保证公司治理机制的有效运行。

### 三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年违法违规及受处罚情况

报告期内，培根文化因发票遗失受到税务部门处罚一次，具体内容如下：

处罚时间	内容	处罚金额	征收部门
2014年4月	未按规定保管发票，造成发票遗失	500元	武汉东西湖区地税局

上述因发票遗失受到税务处罚的情形不涉及重大违法违规行为，公司近年来依法纳税，不存在因违反税收法律、法规而受到重大处罚的情形。

截至本公开转让说明书签署日，公司最近二年不存在其他重大违法违规及受处罚情况，公司就此出具了声明。公司控股股东和实际控制人黄飞、秦铭、沈辉最近两年内没有因违反国家法律、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；也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；最近两年内不存在所任职（包括现任职和曾任职）公司因重大违法违规行为而被处罚负有责任的情形；不存在个人负有数额较大债务到期未清偿的情形；不存在欺诈或其他不诚实行为等情况，三人就此出具了相关声明和承诺。

### 四、公司独立性情况

#### （一）业务独立情况

公司以广告策划服务为核心，集公关服务、标识设计与制作、户外媒体等业务为一体的综合性广告公司，公司的主营业务为客户提供整合营销传播服务。

公司能够独立对外开展业务，具有面向市场独立自主经营能力。公司的主营业务收入主要来自向非关联方的独立客户的产品销售与服务。公司不存在影响公司独立性的重大或频繁的关联交易。

#### （二）资产独立情况

公司系由有限公司整体变更而来，公司历史沿革过程中的历次出资、注册资本变化均依法依规验证，并经工商行政管理部门核准和登记。

公司拥有开展业务所需的技术、场所和必要设备、设施，并拥有上述资产的权利凭证，该等资产完整、权属明确，不存在重大或潜在的纠纷，公司资产与股东个人及其关联方资产权属界限明晰，公司对其资产具有完全控制支配权，并完全独立运营。

#### （三）人员独立情况

公司员工的劳动、人事、工资薪酬以及相应的社会保障完全独立管理，与股东及关联方严格分离；公司董事、监事及其他高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》等相关法律和规定选举或聘任产生，不存在违规兼职情况；公司的总经理、财务总监、董事会秘书等公司高级管理人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制人的其他企业中兼职的情形。

#### （四）财务独立情况

公司建立了独立的财务核算体系，能够独立做出财务决策，具有规范的财务会计制度。公司独立在银行开户，依法独立进行纳税申报和履行纳税义务，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。

#### （五）机构独立情况

公司设置了独立的组织机构，股东大会、董事会、监事会规范运作，独立行使经营管理职权。公司拥有独立的经营和办公场所。公司各组织机构的设置、运行和管理均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

## 五、同业竞争情况

### （一）公司的同业竞争情况

#### 1、公司控股股东及实际控制人对外投资及同业竞争情况

报告期内，公司控股股东及实际控制人黄飞、秦铭、沈辉除投资公司以外，还对外投资以下企业：

#### （1）武汉市培根广告有限公司（现更名为“武汉三师商贸有限公司”）

武汉培根成立于2004年7月19日，注册号为420102000041376，企业类型：有限责任公司，住所：武汉市江汉区青年路308号（花园道）十二层写字楼第八层，法定代表人：黄飞，注册资本：101万元，经营范围：设计、制作、发布、代理国内各类广告业务；平面设计、摄影服务；室内装饰工程的设计。

报告期内，武汉市培根广告有限公司股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	黄飞	41.8	41.39
2	秦铭	33.7	33.37
3	沈辉	25.5	25.25
合计		101	100

为专注投资和经营培根文化，避免同业竞争，2015年4月20日，武汉培根召开股东会，决议通过以下议案：①同意黄飞将其持有该公司的41.39%股权41.8万元出资转让给董平；同意秦铭将其持有的33.37%股权33.7万元出资转让给董平；沈辉将其在持有的25.25%股权25.5万元出资转让给董平；变更后为董平出资101万元；②变更公司法定代表人为董平；③变更公司经营范围为：包装材料、酒店用品、酒店设备、厨房用具、纸制品、工艺品、化妆品、床上用品、橡塑制品、针纺织品、电子元器件、机电设备的批发兼零售（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）；④变更执行董事、总经理为董平。

2015年4月20日，沈辉、黄飞、秦铭分别与董平签订了股权转让合同，黄飞将其持有该公司的41.39%股权41.8万元出资按41.8万元转让给董平，秦铭将其持有的33.37%股权33.7万元出资33.7万元按转让给董平，沈辉将其在持有的25.25%股权25.5万元出资按25.5万元转让给董平。2015年6月16日，董平通过银行转账分别向黄飞、秦铭、沈辉支付41.8万元、33.7万元、25.5万元。

2015年6月24日，武汉培根广告有限公司在武汉市江汉区工商行政管理局办理了变更登记。

公司控股股东、实际控制人黄飞、秦铭、沈辉已出具《承诺函》，承诺：其和武汉培根（现更名为“武汉三师商贸有限公司”）股东董平之间无任何关联关系。股权转让完成后，其不再直接或间接持有武汉培根（现更名为“武汉三师商贸有限公司”）的任何股权，其与武汉培根（现更名为“武汉三师商贸有限公司”）已无任何关联关系，亦不存在通过投资关系、协议或者其他安排控制武汉培根（现更名为“武汉三师商贸有限公司”）的情形。

## （2）武汉快回家租车在线有限公司

快回家租车成立于2015年1月6日，注册号为420112000259709，企业类型：有限责任公司（自然人投资或控股），住所：武汉市东西湖区张柏路新港苑288号（4），法定代表人：冯浩，注册资本：20万元，经营范围：租车信息咨询、汽车租赁；互联网技术研发、电子产品技术研发；汽车、电子设备的销售；自营或代理国内各类商品及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动），经营期限为长期。

截止本公开转让说明书签署之日，快回家租车的股东及股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	沈辉	3.528	17.64
2	秦铭	4.676	23.38

3	冯浩	6.00	30.00
4	黄飞	5.796	28.98
合计		20.00	100.00

公司与武汉快回家租车在线有限公司在主营业务、主要产品、客户对象上不重叠，不构成同业竞争。

### （3）武汉友联空间工程有限公司

友联空间具体情况详见公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“四、公司控股、参股子公司情况”。

截止本公开转让说明书签署之日，友联空间股东及股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	黄飞	35.00	35.00
2	陈飞	30.00	30.00
3	余国勋	35.00	35.00
合计		100.00	100.00

公司与友联空间在主营业务、主要产品、客户对象上不重叠，不构成同业竞争。

### （4）武汉新翠源餐饮管理有限公司

新翠源餐饮成立于2010年12月28日，注册号为420103000127853，公司类型：有限责任公司（自然人投资或控股，住所：武汉市江汉区青年路308号，法定代表人：金小霜，注册资本：10万元，经营范围：餐饮管理（国家有专项规定的项目经审批后或凭有效的许可证方可经营）；中餐类制售（含凉菜、不含裱花蛋糕、不含生食海产品）（经营期限与许可证核定的一致）。

截止本公开转让说明书签署之日，新翠源餐饮股东及股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张学勤	2.00	20.00
2	秦铭	1.50	15.00
3	袁菁	5.00	50.00
4	黄飞	1.50	15.00
合计		10.00	100.00

公司与新翠源餐饮在主营业务、主要产品、客户对象上不重叠，不构成同业竞争。

### （5）湖北轻娱动漫有限公司

轻娱动漫成立于2013年7月9日，注册号为4201000000279638，公司类型有限责任公司（自然人投资或控股），住所：武汉市东湖开发区关山一路1号华中曙光软件园C6-305室，法定代表人：居韶琴，注册资本：150万元，经营范围：动漫设计、动漫、游戏软件产品的开发；网络技术产品、礼品的开发、销售；计算机平面设计、制作；玩具开发、销售；动画形象授权及衍生产品开发和销售。（上述经营范围中国家有专项规定的项目经审批后或凭许可证在核定期限内经营）。

截止本公开转让说明书签署之日，轻娱动漫股东及股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	白普辰	3.20	2.13
2	秦铭	15.00	10.00
3	李晓飞	1.60	1.07
4	黄飞	15.00	10.00
5	黄浩	15.20	10.13
6	江通动画股份有限公司	100.00	66.67
合计		<b>150.00</b>	<b>100.00</b>

公司与轻娱动漫在主营业务、主要产品、客户对象上不重叠，不构成同业竞争。

#### （6）武汉亚拉腊山服饰有限公司

腊山服饰成立于2012年4月28日，注册号为420112000130865，公司类型有限责任公司（自然人投资或控股），住所：武汉市东西湖区柏泉农场场部，法定代表人：黄冰，注册资本：20万元，经营范围：服饰、帽鞋、日用百货销售。（国家有专项规定的项目须取得有效审批文件或许可证后方可经营）。

截止本公开转让说明书签署之日，腊山服饰股东及股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	黄冰	10.00	50.00
2	秦铭	10.00	50.00
合计		<b>20.00</b>	<b>100.00</b>

公司与腊山服饰在主营业务、主要产品、客户对象上不重叠，不构成同业竞争。

#### （7）武汉汇富大地投资中心（有限合伙）

汇富投资具体情况详见公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（三）前十名股东或持有公司5%以上股份的主要股东”。

综上，截至本公开转让说明书签署之日，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争的情况。

## （二）关于避免同业竞争的承诺

截至本公开转让说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人沈辉、黄飞、秦铭为避免今后出现同业竞争情形出具了《避免同业竞争承诺函》，具体内容如下：

（1）承诺人及承诺人关系密切的家庭成员，将不在中国境内外直接或间接从事或经营任何在商业对公司构成竞争的业务及活动；将不直接或间接开展对公司有竞争或可能构成竞争的业务、活动或拥有与公司存在同业竞争关系的任何经济实体、机构、组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、组织的控制权，或在该经济实体、机构、组织中担任总经理、副总经理、财务负责人、市场营销负责人及其他高级管理人员或核心技术人员；

（2）承诺人若违反上述承诺，将对由此给公司造成的损失作出全面、及时、足额的赔偿并承担相应法律责任；

（3）承诺人在持有公司股份期间、担任公司董事、总经理或其他高级管理人员、核心技术人员期间以及辞去上述职务十二个月以内，本承诺均有效，本承诺为不可撤销之承诺。

## 六、公司控股股东、实际控制人资金占用、担保情况

### （一）资金占用情况

公司报告期内未发生关联资金占用情况，公司不存在资金被持股 5% 以上的股东及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项等方式占用的情形。

### （二）对外担保情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司未发生为股东及其控制的其他企业提供担保的情况。

### （三）防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的制度安排

为防止发生股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为，维护公司股东特别是中小股东的合法权益，保证公司与关联方之间的关联交易的公允、合理，公司根据《公司法》等相关法律法规和规范性文件的规定，已

在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易管理办法》中对关联交易的决策权限、决策程序及关联董事、关联股东的回避表决制度进行了详细的规定，以保证公司董事会、股东大会的关联交易决策对其他股东利益的公允性。

《公司章程》第四十二条规定：公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。

公司控股股东及实际控制人对公司和公司其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。

公司控股股东及实际控制人违反相关法律、法规及本章程的规定，给公司及其他股东造成损失的，应当承担赔偿责任

《公司章程》第四十三条规定：公司应积极采取措施不断完善防范股东非经营性资金占用长效机制，严格控制股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源。

公司不得无偿向股东或者实际控制人提供资金、商品、服务或者其他资产；不得以明显不公平的条件向股东或者实际控制人提供资金、商品、服务或者其他资产；不得向明显不具有清偿能力的股东或者实际控制人提供资金、商品、服务或者其他资产；不得为明显不具有清偿能力的股东或者实际控制人提供担保，或者无正当理由为股东或者实际控制人提供担保；不得无正当理由放弃对股东或者实际控制人的债权或承担股东或者实际控制人的债务。

公司与股东或者实际控制人之间提供资金、商品、服务或者其他资产的交易，应当严格按照有关关联交易的决策制度履行董事会、股东大会的审议程序，关联董事、关联股东应当回避表决。

公司董事、监事、高级管理人员有义务维护公司资产不被控股股东及其附属企业占用。公司董事、高级管理人员协助、纵容控股股东及其附属企业侵占公司资产时，公司董事会应当视情节轻重对直接责任人给予通报、警告处分，对于负有严重责任的董事应提请公司股东大会予以罢免。

同时，为规范公司关联方与公司之间的潜在关联交易，公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员已向公司出具《关于规范关联交易的承诺》，承诺其与公司进行关联交易时，将按照公平、公正、公开的市场原则进行，并履行法律、

法规、规范性文件及公司章程所规定的程序。保证其所控制的企业不会通过与公司之间的关联交易谋求特殊利益，不会进行有损公司及其他中小股东利益的关联交易。

## 七、公司董事、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有公司股份的情况

#### 1、公司董事、监事、高级管理人员及其直系亲属直接持有公司股份的情况：

姓名	职务/关系	持股数（股）	持股比例（%）
黄飞	董事长	2,684,700	29.83
秦铭	董事、总经理	2,166,300	24.07
沈辉	董事	1,634,400	18.16
陈静	董事、财务总监、董事会秘书	--	--
涂扬	董事	--	--
黄涛	监事	--	--
徐娟	监事	--	--
曾琳	监事会主席	--	--

#### 2、间接持股情况

#### 公司董事、监事、高级管理人员及其直系亲属间接持有公司股份的情况：

姓名	职务/关系	间接持股情况	间接持股比例（%）
黄飞	董事长	持有公司非自然人股东汇富大地41.40%的出资额	8.95
秦铭	董事、总经理	持有公司非自然人股东汇富大地33.40%的出资额	7.22
沈辉	董事	持有公司非自然人股东汇富大地25.20%的出资额	5.45
陈静	董事、财务总监、 董事会秘书	--	--
涂扬	董事	--	--
黄涛	监事	--	--
徐娟	监事	--	--
曾琳	监事会主席	--	--

### （二）董事、监事、高级管理人员亲属关系情况

公司董事长黄飞与公司董事、财务总监、董事会秘书陈静系姐弟关系，除此之外，公司董事、监事、高级管理人员之间无其他亲属关系。

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

#### 1、协议签署情况

公司与管理层均签订了劳动合同，在勤勉尽责、保密等方面作了严格的规定。截至本公开转让说明书签署之日，上述合同履行正常，不存在违约情形。

#### 2、承诺情况

##### （1）关于股份自愿锁定的承诺

董事、监事、高级管理人员出具了《关于股份自愿锁定暨限制流通承诺书》，承诺其本人将按照《公司法》第一百四十一条、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第 2.8 条及《公司章程》第二十九条规定锁定其所持有公司股份。

##### （2）关于避免同业竞争的承诺

公司全体董事、监事、高级管理人员签署了《关于避免同业竞争的承诺》，承诺本人将不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对股份公司构成竞争的业务及活动，或拥有与股份公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经营实体、机构、经济组织的控制权，或在经营实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员。

##### （3）关于规范关联交易的承诺

公司全体董事、监事和高级管理人员签署了《关联交易的承诺函》，承诺承诺其与公司进行关联交易时，将按照公平、公正、公开的市场原则进行，并履行法律、法规、规范性文件及公司章程所规定的程序。保证其所控制的企业不会通过与公司之间的关联交易谋求特殊利益，不会进行有损公司及其他中小股东利益的关联交易。

##### （4）关于管理层诚信状况的承诺

公司全体董事、监事、高级管理人员签署了《关于诚信状况的声明》，声明最近两年内本人没有因违反国家法律、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；本人并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；最近两年内本人没有对所任职（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；本人不存在个人负有数额较大

债务到期未清偿的情形；本人没有欺诈或其他不诚实行为等情况；本人具备和遵守《公司法》规定的任职资格和义务，不存在最近 24 个月内受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施的情形。

#### （四）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况

姓名	公司职位	兼职单位名称	职位	与公司关联关系
黄飞	董事长	快回家租车	董事长、总经理	控股股东、实际控制人控制的其他企业
		至朗公关	监事	公司控股子公司
		贝肯设计	执行董事	公司控股子公司
		玖月创想	监事	公司控股子公司
		天域嘉和武汉分公司	负责人	无
秦铭	董事、总经理	快回家租车	执行董事	控股股东、实际控制人控制的其他企业
		玖月创想	执行董事	公司控股子公司
		泡泡云网络	执行董事、总经理	公司全资子公司
		腊山服饰	监事	无
		汇富投资	执行合伙人	公司股东
沈辉	董事	泡泡云网络	监事	公司全资子公司
		上海阅山	执行董事、总经理	公司全资子公司
陈静	董事、财务总监、 董事会秘书	上海阅山	监事	公司全资子公司
徐娟	监事	贝恩传媒	监事	公司控股子公司

注：快回家租车、友联空间、新翠源餐饮、汇富投资、腊山服饰的基本情况披露详见本公开转让说明书“第三节 公司治理”之“五、同业竞争情况”之“（一）公司的同业竞争情况”。

**至朗公关、贝肯设计、玖月创想、泡泡云网络、上海阅山、贝恩传媒的基本情况披露详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“四、公司控股、参股子公司情况”。**

天域嘉和武汉分公司成立于 2005 年 8 月 8 日，注册号为 4201002403533，公司类型：有限责任公司分公司，住所：武汉市江汉区黄孝河南路 1 栋 3 单元 201 室，负责人：黄飞，经营范围：设计、制作、发布、代理国内各类广告业务；企业形象策划、信息咨询、投资策划。（国家有专项规定的项目经审批后方可经营）。公司控股股东、实际控制人黄飞于 2005 年 5 月至 2005 年 8 月，在深圳市天域嘉和广告有限公司历任设计总监、武汉分公司负责人，2005 年 8 月，办理离职手续。而天域嘉和武汉分公司持续营业，但因未参加年检于 2009 年

3月25日被武汉市江汉区工商行政管理局吊销营业执照。天域嘉和武汉分公司为深圳市天域嘉和广告有限公司在武汉依法设立的分公司，不具有法人资格，不属于《公司法》第一百四十七条第一款第四项中规定的“公司”；黄飞为分公司的负责人，不是《公司法》第十三条规定的“法定代表人”，且该分公司被吊销营业执照已满三年。因此，黄飞担任过负责人的分公司被吊销的情形，不适用《公司法》第一百四十七条第一款第四项规定，未影响其任职资格，目前该分公司正在办理注销手续。

前述董事、监事、高级管理人员兼职单位与公司不存在利益冲突的情况，董事、监事、高级管理人员已就此作出书面承诺。

除上述情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员未在其他企业任职

#### （五）董事、监事、高级管理人员对外投资与公司存在利益冲突的情况

姓名	公司职位	投资单位名称	职位	持有投资单位股权比例（%）
黄飞	董事长	快回家租车	副董事长、总经理	28.98
		友联空间	无	35
		新翠源餐饮	无	15
		汇富投资	无	41.40
		轻娱动漫	无	10
秦铭	董事、总经理	快回家租车	执行董事	28.38
		新翠源餐饮	无	15
		汇富投资	执行合伙人	33.40
		轻娱动漫	无	10
		腊山服饰	监事	50
沈辉	董事	快回家租车	无	17.64
		汇富投资	无	25.20

前述董事、监事、高级管理人员不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况，董事、监事、高级管理人员已就此作出书面承诺。

除上述情况外，股份公司其他董事、监事、高级管理人员不存在对外投资。

#### （六）董事、监事、高级管理人员最近两年受到中国证监会处罚或被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公开谴责的情况

公司董事、监事、高级管理人员不存在最近两年受到中国证监会处罚或被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公开谴责的情况。

全体董事、监事、高级管理人员已就此签署《关于诚信状况的声明》。详见本公开转让说明书“第三节 公司治理”之“七、公司董事、监事、高级管理人员相关情况”“（三）董事、监事、高级管理人员与公司签订重要协议或做出重要承诺的情况”。

### (七) 其它对申请挂牌公司持续经营有不利影响的情形

公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对公司持续经营有不利影响的情况。

## 八、董事、监事、高级管理人员最近两年发生变动的情况

### (一) 报告期内董事变动情况

股份公司成立前，公司未设董事会仅设执行董事一名，由秦铭担任。

2015年8月27日，公司召开创立大会，决议成立董事会，选举黄飞、秦铭、沈辉、陈静、涂扬为公司第一届董事会董事。同日，公司召开第一届董事会，会议选举黄飞为公司董事长。公司董事最近二年均在公司任职。此后，公司董事未发生变动。

### (二) 报告期内监事变动情况

股份公司成立前，公司未设监事会，只设一名监事，由沈辉担任。

2015年8月27日，公司召开职工代表大会，选举徐娟为职工监事。

2015年8月27日，公司召开创立大会，决议成立监事会，选举黄涛、曾琳为公司第一届监事会监事，与职工监事徐娟共同组成股份公司第一届监事会。同日，第一届监事会选举曾琳为监事会主席。此后，公司监事未发生变动。

### (三) 报告期内高级管理人员变动情况

股份公司成立前，公司总经理为黄飞；股份公司成立后，公司第一届董事会第一次会议决议聘任秦铭为总经理，聘任陈静为财务总监和董事会秘书。此后，公司高级管理人员未发生变动。

### (四) 报告期内公司董事、监事、高级管理人员变动的原因及其影响

近两年一期公司董事、监事和高级管理人员的变动，是公司为加强治理水平，规范法人治理结构，增强公司生产经营与业务拓展及引进新人才所发生的正常人事变动，上述变动使公司建立了符合股份公司要求的公司治理结构，且相关人员变动履行了必要的法律程序，符合法律、法规及有关规范性文件和《公司章程》的规定，没有对公司的持续经营产生实质性的不利影响，公司董事、监事及高级管理人员在报告期内没有发生重大变化。

## 第四节 公司财务

### 一、最近两年一期的主要财务报表

#### (一) 合并财务报表

##### 合并资产负债表

单位：元

项 目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产：			
货币资金	6,409,047.64	3,089,435.02	2,488,848.04
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	7,428,397.25	5,211,250.69	2,809,100.00
预付款项	120,024.00	-	-
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	361,296.04	318,213.00	585,357.28
存货	-	-	-
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	-	-	-
<b>流动资产合计</b>	<b>14,318,764.93</b>	<b>8,618,898.71</b>	<b>5,883,305.32</b>
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	573,912.92	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	444,868.95	528,674.84	634,317.03
在建工程	-	-	-
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
无形资产	14,871.80	-	-
开发支出	-	-	-
商誉	228,461.75	-	-
长期待摊费用	1,941,372.77	2,343,036.11	-

项 目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
递延所得税资产	-	-	-
其他非流动资产	-	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>2,629,575.27</b>	<b>3,445,623.87</b>	<b>634,317.03</b>
<b>资产总计</b>	<b>16,948,340.20</b>	<b>12,064,522.58</b>	<b>6,517,622.35</b>

## 合并资产负债表(续)

单位:元

项 目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动负债:	-	-	-
短期借款	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	611,381.00	906,058.00	828,000.00
预收款项	-	-	-
应付职工薪酬	-	1,030,000.00	-
应交税费	496,134.72	352,404.30	231,903.34
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	279,927.00	1,935,111.98	146,494.28
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	-	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>1,387,442.72</b>	<b>4,223,574.28</b>	<b>1,206,397.62</b>
非流动负债:	-	-	-
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>1,387,442.72</b>	<b>4,223,574.28</b>	<b>1,206,397.62</b>
所有者权益:	-	-	-
实收资本(或股本)	6,939,000.00	2,000,000.00	500,000.00
其他权益工具	-	-	-
资本公积	2,131,867.05	-	-
减:库存股	-	-	-

项 目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	1,023,749.06	903,528.18	501,022.39
未分配利润	5,602,943.19	5,088,678.79	4,294,806.27
归属于母公司所有者权益合计	15,697,559.30	7,992,206.97	5,295,828.66
少数股东权益	-136,661.82	-151,258.67	15,396.07
<b>所有者权益合计</b>	<b>15,560,897.48</b>	<b>7,840,948.30</b>	<b>5,311,224.73</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>16,948,340.20</b>	<b>12,064,522.58</b>	<b>6,517,622.35</b>

## 合并利润表

单位：元

项 目	2015年1-6月	2014年度	2013年度
<b>一、营业收入</b>	<b>9,276,888.78</b>	<b>20,455,219.23</b>	<b>15,721,631.03</b>
<b>减：营业成本</b>	<b>4,632,775.29</b>	<b>9,964,203.94</b>	<b>6,285,932.35</b>
营业税金及附加	63,005.97	366,041.02	891,781.25
销售费用	23,727.00	14,000.00	
管理费用	3,853,535.46	7,149,309.55	5,547,285.68
财务费用	-212.28	-7,284.59	-3,763.92
资产减值损失	-	-	-
加：公允价值变动收益	-	-	-
投资收益	-77,439.55	-190,187.08	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>626,617.79</b>	<b>2,778,762.23</b>	<b>3,000,395.67</b>
加：营业外收入	216,175.74	161,775.73	204,300.00
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
减：营业外支出	4,003.45	502.25	4,005.05
其中：非流动资产处置损失	-	-	-
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>838,790.08</b>	<b>2,940,035.71</b>	<b>3,200,690.62</b>
减：所得税费用	479,581.41	425,312.14	391,123.31
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>359,208.67</b>	<b>2,514,723.57</b>	<b>2,809,567.31</b>
其中：归属于母公司所有者的净利润	630,422.69	2,796,378.31	2,869,171.24
少数股东损益	-271,214.02	-281,654.74	-59,603.93
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>			
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额			
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-

项 目	2015年1-6月	2014年度	2013年度
<b>六、综合收益总额</b>	<b>359,208.67</b>	<b>2,514,723.57</b>	<b>2,809,567.31</b>
归属于母公司所有者的综合收益总额	630,422.69	2,796,378.31	2,869,171.24
归属于少数股东的综合收益总额	-271,214.02	-281,654.74	-59,603.93
<b>七、每股收益</b>			
（一）基本每股收益	0.07	0.31	0.32
（二）稀释每股收益	0.07	0.31	0.32

## 合并现金流量表

单位：元

项 目	2015年1-6月	2014年度	2013年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	7,872,578.50	18,467,156.40	13,867,003.60
收到的税费返还	216,000.00	160,100.00	203,700.00
收到其他与经营活动有关的现金	111,615.81	2,164,867.28	751,731.15
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>8,200,194.31</b>	<b>20,792,123.68</b>	<b>14,822,434.75</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	2,331,232.90	2,997,006.33	468,955.06
支付给职工以及为职工支付的现金	5,758,925.46	8,793,685.31	6,816,026.81
支付的各项税费	1,046,479.90	1,612,728.86	1,343,785.10
支付其他与经营活动有关的现金	3,073,133.85	5,892,568.20	4,526,008.41
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>12,209,772.11</b>	<b>19,295,988.70</b>	<b>13,154,775.38</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-4,009,577.80</b>	<b>1,496,134.98</b>	<b>1,667,659.37</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	350,000.00	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>350,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	31,150.00	146,448.00	200,030.00
投资支付的现金	-	764,100.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	264,659.58	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>295,809.58</b>	<b>910,548.00</b>	<b>200,030.00</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>54,190.42</b>	<b>-910,548.00</b>	<b>-200,030.00</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	7,200,000.00	1,500,000.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收	75,000.00	115,000.00	75,000.00

项 目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
到的现金			
取得借款收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>7,275,000.00</b>	<b>1,615,000.00</b>	<b>75,000.00</b>
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	1,600,000.00	-
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>-</b>	<b>1,600,000.00</b>	<b>-</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>7,275,000.00</b>	<b>15,000.00</b>	<b>75,000.00</b>
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>3,319,612.62</b>	<b>600,586.98</b>	<b>1,542,629.37</b>
加：期初现金及现金等价物余额	3,089,435.02	2,488,848.04	946,218.67
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>6,409,047.64</b>	<b>3,089,435.02</b>	<b>2,488,848.04</b>

2015年1-6月合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2015年1-6月						
	归属于母公司股东权益					少数股东权益	股东权益合计
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	小计		
一、上年年末余额	2,000,000.00		903,528.18	5,088,678.79	7,992,206.97	-151,258.67	7,840,948.30
加：会计政策变更							
前期差错更正							
其他				4,062.59	4,062.59	83,410.87	87,473.46
二、本年初余额	2,000,000.00		903,528.18	5,092,741.38	7,996,269.56	-67,847.80	7,928,421.76
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	4,939,000.00	2,131,867.05	120,220.88	510,201.81	7,701,289.74	-68,814.02	7,632,475.72
（一）综合收益总额				630,422.69	630,422.69	-271,214.02	359,208.67
（二）股东投入和减少资本	4,939,000.00	2,131,867.05			7,070,867.05	202,400.00	7,273,267.05
1.股东投入的普通股	4,939,000.00	2,131,867.05			7,070,867.05	202,400.00	7,273,267.05
2.其他权益工具持有者投入资本							
3.股份支付计入所有者权益的金额							
4.其他							
（三）利润分配			120,220.88	-120,220.88			
1.提取盈余公积			120,220.88	-120,220.88			
2.对股东的分配							
3.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							
4.其他							
（五）专项储备							

项 目	2015年1-6月						
	归属于母公司股东权益					少数股东权益	股东权益合计
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	小计		
1.本期提取							
2.本期使用							
（六）其他							
四、本期期末余额	<b>6,939,000.00</b>	<b>2,131,867.05</b>	<b>1,023,749.06</b>	<b>5,602,943.19</b>	<b>15,697,559.30</b>	<b>-136,661.82</b>	<b>15,560,897.48</b>

## 2014年度合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2014年度						
	归属于母公司股东权益					少数股东权益	股东权益合计
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	小计		
一、上年年末余额	500,000.00		501,022.39	4,294,806.27	5,295,828.66	15,396.07	5,311,224.73
加：会计政策变更							
前期差错更正							
其他							
二、本年年初余额	500,000.00		501,022.39	4,294,806.27	5,295,828.66	15,396.07	5,311,224.73
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	1,500,000.00		402,505.79	793,872.52	2,696,378.31	-166,654.74	2,529,723.57
（一）综合收益总额				2,796,378.31	2,796,378.31	-281,654.74	2,514,723.57
（二）股东投入和减少资本	1,500,000.00				1,500,000.00	115,000.00	1,615,000.00
1.股东投入的普通股	1,500,000.00				1,500,000.00	115,000.00	1,615,000.00
2.其他权益工具持有者投入资本							
3.股份支付计入所有者权益的金额							
4.其他							
（三）利润分配			402,505.79	-2,002,505.79	-1,600,000.00		-1,600,000.00
1.提取盈余公积			402,505.79	-402,505.79			
2.对股东的分配				-1,600,000.00	-1,600,000.00		-1,600,000.00
3.其他							

项 目	2014 年度						
	归属于母公司股东权益					少数股东权益	股东权益合计
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	小计		
(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							
4.其他							
(五) 专项储备							
1.本期提取							
2.本期使用							
(六) 其他							
四、本期期末余额	2,000,000.00		903,528.18	5,088,678.79	7,992,206.97	-151,258.67	7,840,948.30

## 2013 年度合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2013 年度						
	归属于母公司股东权益					少数股东权益	股东权益合计
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	小计		
一、上年年末余额	500,000.00			1,926,657.42	2,426,657.42		2,426,657.42
加：会计政策变更							
前期差错更正			192,665.75	-192,665.75			
其他							
二、本年年初余额	500,000.00		192,665.75	1,733,991.67	2,426,657.42		2,426,657.42
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）			308,356.64	2,560,814.60	2,869,171.24	15,396.07	2,884,567.31
(一) 综合收益总额				2,869,171.24	2,869,171.24	-59,603.93	2,809,567.31

（二）股东投入和减少资本						75,000.00	75,000.00
1.股东投入的普通股						75,000.00	75,000.00
2.其他权益工具持有者投入资本							
3.股份支付计入所有者权益的金额							
4.其他							
（三）利润分配			308,356.64	-308,356.64	0		0
1.提取盈余公积			308,356.64	-308,356.64	0		0
2.对股东的分配							
3.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							
4.其他							
（五）专项储备							
1.本期提取							
2.本期使用							
（六）其他							
四、本期期末余额	500,000.00		501,022.39	4,294,806.27	5,295,828.66	15,396.07	5,311,224.73

## （二）母公司财务报表

## 母公司资产负债表

单位：元

项 目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产：			
货币资金	5,434,540.11	2,734,414.74	1,957,668.95
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	6,720,527.57	4,973,500.69	2,730,100.00
预付款项	120,024.00	-	-
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	1,432,294.31	975,271.40	757,192.02
存货	-	-	-
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	-	-	-
<b>流动资产合计</b>	<b>13,707,385.99</b>	<b>8,683,186.83</b>	<b>5,444,960.97</b>
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	2,284,973.37	1,473,912.92	650,000.00
投资性房地产	-	-	-
固定资产	338,859.85	447,469.71	618,690.57
在建工程	-	-	-
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
无形资产	14,871.80	-	-
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	1,941,372.77	2,343,036.11	
延所得税资产	-	-	-
其他非流动资产	-	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>4,580,077.79</b>	<b>4,264,418.74</b>	<b>1,268,690.57</b>
<b>资产总计</b>	<b>18,287,463.78</b>	<b>12,947,605.57</b>	<b>6,713,651.54</b>

## 母公司资产负债表（续）

单位：元

项 目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动负债：			
短期借款	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	100.00	504,900.00	828,000.00
预收款项	-	-	-
应付职工薪酬	-	1,030,000.00	-
应交税费	449,873.24	325,189.61	228,933.41
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	-	1,652,234.18	146,494.28
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	-	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>449,973.24</b>	<b>3,512,323.79</b>	<b>1,203,427.69</b>
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
<b>负债合计</b>	<b>449,973.24</b>	<b>3,512,323.79</b>	<b>1,203,427.69</b>
所有者权益：			
实收资本（或股本）	6,939,000.00	2,000,000.00	500,000.00
其他权益工具	-	-	-
资本公积	2,261,000.00	-	-
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	1,023,749.06	903,528.18	501,022.39
未分配利润	7,613,741.48	6,531,753.60	4,509,201.46
<b>所有者权益合计</b>	<b>17,837,490.54</b>	<b>9,435,281.78</b>	<b>5,510,223.85</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>18,287,463.78</b>	<b>12,947,605.57</b>	<b>6,713,651.54</b>

### 母公司利润表

单位：元

项 目	2015年1-6月	2014年度	2013年度
<b>一、营业收入</b>	<b>7,910,867.27</b>	<b>18,287,957.09</b>	<b>15,639,212.00</b>
<b>减：营业成本</b>	<b>2,984,104.58</b>	<b>7,904,400.14</b>	<b>6,102,508.17</b>
营业税金及附加	58,990.39	355,348.90	891,435.09
销售费用	-	-	-
管理费用	3,336,682.46	5,554,770.77	5,373,872.41
财务费用	-2,854.11	-5,844.14	-3,455.46
资产减值损失	-	-	-
加：公允价值变动收益	-	-	-
投资收益	-77,439.55	-190,187.08	
其中：对联营企业和合 营企业的投资收益	-	-	-
<b>二、营业利润</b>	<b>1,456,504.40</b>	<b>4,289,094.34</b>	<b>3,274,851.79</b>
加：营业外收入	216,155.11	161,775.73	203,700.00
其中：非流动资产处 置利得	-	-	-
减：营业外支出	4,000.00	500.00	4,005.05
其中：非流动资产处 置损失	-	-	-
<b>三、利润总额</b>	<b>1,668,659.51</b>	<b>4,450,370.07</b>	<b>3,474,546.74</b>
减：所得税费用	466,450.75	425,312.14	390,980.31
<b>四、净利润</b>	<b>1,202,208.76</b>	<b>4,025,057.93</b>	<b>3,083,566.43</b>

## 母公司现金流量表

单位：元

项 目	2015年1-6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	6,638,492.43	16,393,626.40	13,861,112.00
收到的税费返还	216,000.00	160,100.00	203,700.00
收到其他与经营活动有关的现金	3,584.97	1,513,944.45	839,727.21
经营活动现金流入小计	6,858,077.40	18,067,670.85	14,904,539.21
购买商品、接受劳务支付的现金	1,375,939.79	1,880,002.05	325,982.20
支付给职工以及为职工支付的现金	4,876,862.74	7,672,355.17	6,735,669.82
支付的各项税费	968,382.20	1,554,675.13	1,343,446.48
支付其他与经营活动有关的现金	3,217,117.30	5,002,624.71	4,654,010.43
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>10,438,302.03</b>	<b>16,109,657.06</b>	<b>13,059,108.93</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-3,580,224.63</b>	<b>1,958,013.79</b>	<b>1,845,430.28</b>
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	350,000.00	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>350,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	31,150.00	67,168.00	183,980.00
投资支付的现金	885,000.00	1,014,100.00	650,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	353,500.00	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>1,269,650.00</b>	<b>1,081,268.00</b>	<b>833,980.00</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-919,650.00</b>	<b>-1,081,268.00</b>	<b>-833,980.00</b>
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	7,200,000.00	1,500,000.00	-
取得借款收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	7,200,000.00	1,500,000.00	-
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	-	1,600,000.00	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	1,600,000.00	-
筹资活动产生的现金流量净额	7,200,000.00	-100,000.00	-
四、汇率变动对现金及现金等价			

项 目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	<b>2,700,125.37</b>	<b>776,745.79</b>	<b>1,011,450.28</b>
加：期初现金及现金等价物余额	2,734,414.74	1,957,668.95	946,218.67
六、期末现金及现金等价物余额	5,434,540.11	2,734,414.74	1,957,668.95

## 2015年1-6月母公司所有者权益变动表

单位：元

项 目	2015年1-6月				
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	2,000,000.00		903,528.18	6,531,753.60	9,435,281.78
加：会计政策变更					
前期差错更正					
其他					
二、本年初余额	2,000,000.00		903,528.18	6,531,753.60	9,435,281.78
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	4,939,000.00	2,261,000.00	120,220.88	1,081,987.88	8,402,208.76
（一）综合收益总额				1,202,208.76	1,202,208.76
（二）股东投入和减少资本	4,939,000.00	2,261,000.00			7,200,000.00
1.股东投入的普通股	4,939,000.00	2,261,000.00			7,200,000.00
2.其他权益工具持有者投入资本					
3.股份支付计入所有者权益的金额					
4.其他					
（三）利润分配			120,220.88	-120,220.88	
1.提取盈余公积			120,220.88	-120,220.88	
2.对股东的分配					
3.其他					
（四）股东权益内部结转					
1.资本公积转增资本					
2.盈余公积转增资本					
3.盈余公积弥补亏损					
4.其他					

（五）专项储备					
1.本期提取					
2.本期使用					
（六）其他					
四、本期期末余额	<b>6,939,000.00</b>	<b>2,261,000.00</b>	<b>1,023,749.06</b>	<b>7,613,741.48</b>	<b>17,837,490.54</b>

## 2014年度母公司所有者权益变动表

单位：元

项 目	2014年度				
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	500,000.00		501,022.39	4,509,201.46	5,510,223.85
加：会计政策变更					
前期差错更正					
其他					
二、本年年初余额	500,000.00		501,022.39	4,509,201.46	5,510,223.85
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	1,500,000.00		402,505.79	2,022,552.14	3,925,057.93
（一）综合收益总额				4,025,057.93	4,025,057.93
（二）股东投入和减少资本	1,500,000.00				1,500,000.00
1.股东投入的普通股	1,500,000.00				1,500,000.00
2.其他权益工具持有者投入资本					
3.股份支付计入所有者权益的金额					
4.其他					
（三）利润分配			402,505.79	-2,002,505.79	-1,600,000.00
1.提取盈余公积			402,505.79	-402,505.79	
2.对股东的分配				-1,600,000.00	-1,600,000.00
3.其他					
（四）股东权益内部结转					

项 目	2014 年度				
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
1.资本公积转增资本					
2.盈余公积转增资本					
3.盈余公积弥补亏损					
4.其他					
（五）专项储备					
1.本期提取					
2.本期使用					
（六）其他					
四、本期期末余额	2,000,000.00		903,528.18	6,531,753.60	9,435,281.78

2013 年度母公司所有者权益变动表

单位：元

项 目	2013 年度				
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	500,000.00			1,926,657.42	2,426,657.42
加：会计政策变更					
前期差错更正			192,665.75	-192,665.75	
其他					
二、本年初余额	500,000.00		192,665.75	1,733,991.67	2,426,657.42
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）			308,356.64	2,775,209.79	3,083,566.43
（一）综合收益总额				3,083,566.43	3,083,566.43
（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					

项 目	2013 年度				
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
3.股份支付计入所有者权益的金额					
4.其他					
（三）利润分配			308,356.64	-308,356.64	-
1.提取盈余公积			308,356.64	-308,356.64	-
2.对股东的分配					
3.其他					
（四）股东权益内部结转					
1.资本公积转增资本					
2.盈余公积转增资本					
3.盈余公积弥补亏损					
4.其他					
（五）专项储备					
1.本期提取					
2.本期使用					
（六）其他					
四、本期期末余额	<b>500,000.00</b>		<b>501,022.39</b>	<b>4,509,201.46</b>	<b>5,510,223.85</b>

## 二、 审计意见

公司 2013 年度、2014 年度、2015 年 1-6 月的财务报告业经具有证券期货相关业务资格的大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具了大信审字[2015]第 2-00695 号《审计报告》标准无保留意见的审计报告。

## 三、 报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况

### （1） 会计期间

公司会计年度为公历年度，即每年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

### （2） 记账本位币

公司以人民币为记账本位币。

### （3） 企业合并

#### 1、 同一控制下的企业合并

同一控制下企业合并形成的长期股权投资合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，公司在合并日按照所取得的被合并方在最终控制方合并财务报表中的净资产的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。合并方以发行权益性工具作为合并对价的，按发行股份的面值总额作为股本。长期股权投资的初始投资成本与合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

#### 2、 非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值之和。非同一控制下企业合并中所取得的被购买方符合确认条件的可辨认资产、负债及或有负债，在购买日以公允价值计量。购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，体现为商誉价值。购买方对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期营业外收入。

### （4） 合并财务报表的编制方法

#### 1、 合并财务报表范围

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

## 2、统一母子公司的会计政策、统一母子公司的资产负债表日及会计期间

子公司与公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表时，按照公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

## 3、合并财务报表抵销事项

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

## 4、合并取得子公司会计处理

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

## （5）外币业务及外币财务报表折算

### 1、外币业务折算

公司对发生的外币交易，采用与交易发生日折合本位币入账。资产负债表日外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算，因该日的即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，除符合资本化条件的外币专门借款的汇兑差额在资本化期间予以资本化计入相关资产的成本外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动(含汇率变动)处理，计入当期损益或确认为其他综合收益。

## （6）金融工具

## 1、金融工具的分类及确认

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

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

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

## 2、金融工具的计量

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

## 3、公司对金融资产和金融负债的公允价值的确认方法

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

## 4、金融资产负债转移的确认依据和计量方法

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

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则应终止确认该金融负债或其一部分。

## 5、金融资产减值

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

以成本计量的金融资产减值在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，将其账面价值减记至按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值，减记金额确认为减值损失，计入当期损益。该金融资产的减值损失一经确认不得转回。

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

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

①发行方或债务人发生严重财务困难；

②债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；

③债权人出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

④债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

⑤因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；

⑥无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，如该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化，或债务人所在国家或地区失业率提高、担保物在其所在地区的价格明显下降、所处行业不景气等；

⑦权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

⑧权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；

⑨其他表明金融资产发生减值的客观证据。

公允价值发生“严重”下跌的具体量化标准：对于在流动性良好的市场上交易活跃的权益性投资，超过 50%的跌幅则认为属于“严重”下跌

公允价值发生“非暂时性”下跌的具体量化标准 如果连续下跌时间超过 6 个月，则认为属于“非暂时性”。

成本的计算方法：取得时按支付对价（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为投资成本

期末公允价值的确定方法：存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值；如不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值

持续下跌期间的确定依据：连续下跌或在下跌趋势持续期间反弹上扬幅度低于 20%，反弹持续时间未超过 6 个月的均作为持续下跌期间

#### （7）应收款项

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

##### 1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

<p>单项金额重大的判断依据或金额标准</p>	<p>应收款项期末余额中 100 万元（含 100 万元）以上，有客观证据表明可收回性与以信用期和账龄作为风险特征组成类似信用风险特征组合存在明显差异的应收款项，确定为单项金额重大并单</p>
-------------------------	--

	项计提坏账的应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	对于单项金额重大、有客观证据表明可收回性与以信用期和账龄作为风险特征组成类似信用风险特征组合存在明显差异的应收款项，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，计提坏账准备。

## 2、按组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据	-
按款项账龄的组合	未按单项计提坏账准备的应收款项
按组合计提坏账准备的计提方法	-
按款项账龄的组合	账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备情况：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1年以内（含1年）		
其中：0-6个月	0	0
7个月-1年	2	2
1至2年	5	5
2至3年	10	10
3至4年	50	50
4至5年	100	100
5年以上	100	100

## 3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项期末余额中 100 万元以下，有客观证据表明可收回性与以信用期和账龄作为风险特征组成类似信用风险特征组合存在明显差异的应收款项，确定为单项金额虽不重大但单项计提坏账的应收款项。
坏账准备的计提方法	对于单项金额不重大、有客观证据表明可收回性与以信用期和账龄作为风险特征组成类似信用风险特征组合存在明显差异的应收款项，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，计提坏账准备。

## （8）长期股权投资

### 1、初始投资成本确定

对于企业合并取得的长期股权投资，如为同一控制下的企业合并，应当按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额确认为初始成本；非同一控制下的企业合并，应当按购买日确定的合并成本确认为初始成本；以支付现金取得的长期股

股权投资，初始投资成本为实际支付的购买价款；以发行权益性证券取得的长期股权投资，初始投资成本为发行权益性证券的公允价值；通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本应当按照《企业会计准则第 12 号—债务重组》的有关规定确定；非货币性资产交换取得的长期股权投资，初始投资成本根据准则相关规定确定。

## 2、后续计量及损益确认方法

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

## 3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

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

### （9）固定资产

#### 1、固定资产确认条件

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

#### 2、固定资产分类和折旧方法

公司固定资产主要分为：电子设备、运输设备等；折旧方法采用年限平均法。根据各类固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与

原先估计数存在差异的，进行相应的调整。除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地之外，公司对所有固定资产计提折旧。

资产类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
运输设备	5	5	19
电子设备及其他	3	5	31.67

#### （10）在建工程

公司在建工程分为自营方式建造和出包方式建造两种。在建工程在工程完工达到预定可使用状态时，结转固定资产。预定可使用状态的判断标准，应符合下列情况之一：固定资产的实体建造（包括安装）工作已经全部完成或实质上已经全部完成；已经试生产或试运行，并且其结果表明资产能够正常运行或能够稳定地生产出合格产品，或者试运行结果表明其能够正常运转或营业；该项建造的固定资产上的支出金额很少或者几乎不再发生；所购建的固定资产已经达到设计或合同要求，或与设计或合同要求基本相符。

#### （11）借款费用

##### 1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

##### 2、资本化金额计算方法

资本化期间，是指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间。借款费用暂停资本化的期间不包括在内。在购建或生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，应当暂停借款费用的资本化。

借入专门借款，按照专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定；占用一般借款按照累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率计算确定，资本化率为一般借款的加权平均利率；借款存在折价或溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或溢价金额，调整每期利息金额。

实际利率法是根据借款实际利率计算其摊余折价或溢价或利息费用的方法。其中实际利率是借款在预期存续期间的未来现金流量，折现为该借款当前账面价值所使用的利率。

## （12）无形资产

### 1、无形资产的计价方法

公司无形资产按照成本进行初始计量。购入的无形资产，按实际支付的价款和相关支出作为实际成本。投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。自行开发的无形资产，其成本为达到预定用途前所发生的支出总额。

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

### 2、使用寿命不确定的判断依据

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

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

### 3、内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准，以及开发阶段支出符合资本化条件的具体标准

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，满足确认为无形资产条件的转入无形资产核算。

## （13）资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、采用成本模式计量的生产性生物资产、油气资产、无形资产、商誉等长期资产于

资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。

可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表中单独列示的商誉，无论是否存在减值迹象，至少每年进行减值测试。减值测试时，商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

#### （14）长期待摊费用

公司长期待摊费用是指已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用。长期待摊费用按费用项目的受益期限分期摊销。若长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

#### （15）职工薪酬

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

##### 1、短期薪酬

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。企业为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

## 2、离职后福利

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

## 3、辞退福利

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

## 4、其他长期职工福利

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

### （16）收入

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

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

公司商品销售收入确认的具体原则为：

公司承接业务后，与客户签订代理合同，为客户提供整体推广、广告策划、产品整合传播策略、广告策略、创意设计、活动策划、市场调研策划与分析等服务。按时、按量、保质地完成各项服务内容，定期地将所有策划方案及相关建议方案等以书面形式向客户提呈并确认时确认收入。

一般而言，合同约定按月提交相关策划与建议方案，客户及时签署正稿确认单、文件签收单等验收依据时确认收入。

## （17）政府补助

### 1、与资产相关的政府补助会计处理

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

### 2、与收益相关的政府补助会计处理

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

### 区分与资产相关政府补助和与收益相关政府补助的具体标准

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

## （18）递延所得税资产和递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，确定该计税基础为其差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、递延所得税资产的确认以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。如未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的，则减记递延所得税资产的账面价值。

3、对与子公司及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非公司能够控制暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂

时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

#### （19）主要会计政策变更、会计估计变更的说明

##### 1、主要会计政策变更说明

财政部于 2014 年修订和新颁布了《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》等八项企业会计准则，除《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》从 2014 年度及以后期间实施外，其他准则从 2014 年 7 月 1 日起在执行企业会计准则的企业实施。公司根据准则规定重新拟定了相关会计政策，并采用追溯调整法，对以前年度比较财务报表进行重述。

##### 2、主要会计估计变更说明

公司报告期内无会计估计变更事项。

## 四、最近两年及一期主要会计数据和财务指标

### （一）最近两年及一期主要会计数据和财务指标

财务指标	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资产总计（万元）	1,694.83	1,206.45	651.76
股东权益合计（万元）	1,556.09	784.09	531.12
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	1,569.76	799.22	529.58
每股净资产（元）	1.73	0.87	0.59
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	1.74	0.89	0.59
资产负债率（母公司）	8.19	35.01	18.51
流动比率（倍）	10.32	2.04	4.88
速动比率（倍）	10.32	2.04	4.88
财务指标	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
营业收入（万元）	927.69	2,045.52	1,572.16
净利润（万元）	35.92	251.47	280.96
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	63.04	279.64	286.92
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	20.01	235.35	260.94
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	47.13	263.51	266.90
毛利率（%）	50.06	51.29	60.02

净资产收益率（%）	3.07	38.24	72.62
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	1.71	35.79	67.45
基本每股收益（元/股）	0.07	0.31	0.32
稀释每股收益（元/股）	0.07	0.31	0.32
应收帐款周转率（次）	1.47	5.10	8.36
存货周转率（次）	-	-	-
<b>经营活动产生的现金流量净额（万元）</b>	<b>-400.96</b>	<b>149.61</b>	<b>166.77</b>
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.45	0.17	0.19

备注：

1、毛利率=(营业收入-营业成本)/营业收入

2、加权平均净资产收益率= $P0 / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)$

其中：P0分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP为归属于公司普通股股东的净利润；E0为归属于公司普通股股东的期初净资产；E<sub>i</sub>为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；E<sub>j</sub>为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；M0为报告期月份数；M<sub>i</sub>为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M<sub>j</sub>为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E<sub>k</sub>为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M<sub>k</sub>为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

3、每股收益=净利润÷加权平均股本（实收资本）

2015年9月公司整体变更为股份有限公司，计算加权平均股本时，按照股改时折股数900万股本计算。

4、每股净资产=期末股东净资产÷期末股本（实收资本）

5、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额÷期末股本

6、资产负债率（母公司）=总负债/总资产

7、流动比率=流动资产/流动负债

8、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

9、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

## （二）管理层对公司财务状况讨论与分析

## 1、盈利能力分析

财务指标	2015年1-6月	2014年度	2013年度
营业收入（元）	9,276,888.78	20,455,219.23	15,721,631.03
净利润（元）	359,208.67	2,514,723.57	2,809,567.31
扣除非经常性损益后的净利润（元）	200,092.91	2,353,450.65	2,609,422.36
毛利率	50.06%	51.29%	60.02%
加权平均净资产收益率	3.07%	38.24%	72.62%
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率	1.71%	35.79%	67.45%
基本每股收益（元/股）	0.04	0.28	0.31
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	0.05	0.59	0.65

报告期内，公司营业收入稳步增长，其中2014年度营业收入20,455,219.23元，较2013年度增长4,733,588.20元，增长率30.11%，主要原因是（1）行业方面，广告市场快速发展，广告业总体呈不断上升的发展状态，特别是新媒体广告领域开创了广告界的新局面。（2）公司积极拓展市场，新增客户数量增加。

2015年1-6月、2014年度和2013年度公司净利润分别为359,208.67元、2,514,723.57元和2,809,567.31元，其中2014年度较2013年度减少294,843.74元，主要因为：（1）2014年度公司人工成本增加（2）公司为开拓区域市场及拓展新业务，设立子公司。子公司业务处于开发阶段，尚未盈利。

2015年1-6月、2014年度和2013年度，公司加权平均净资产收益率分别为3.07%、38.24%和72.62%，每股收益分别为0.04、0.28和0.31。2014年度与2013年度相比，加权平均净资产收益率和每股收益均有所上升。报告期内公司净资产收益率和每股收益的变化主要受净利润变化的影响。公司2015年1-6月份加权平均净资产收益率较变动较大主要原因为：（1）公司2015年1-6月份净利润较2014、2013年有所降低。（2）公司2015年有新增股东投入资金，净资产有所增加：其中：2015年3月20日增资300万元，2015年6月24日增资150万元，2015年6月29日增资270万元。

## 2、偿债能力分析

财务指标	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产负债率（%）	8.19	35.01	18.51
流动比率	10.32	2.04	4.88
速动比率	10.32	2.04	4.88

### （1）长期偿债能力分析

公司 2015 年 6 月末、2014 年末和 2013 年末资产负债率分别为 8.19%、35.01% 和 18.51%。资产负债率较低，报告期内公司不存在长期借款，公司没有长期偿债压力。

## （2）短期偿债能力分析

公司 2015 年 6 月末、2014 年末和 2013 年末流动比率为 10.32、2.04 和 4.88，速动比率分别为 10.32、2.04 和 4.88，流动比率与速动比率均较高，公司没有短期偿债压力。

## 3、营运能力分析

财务指标	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
应收账款周转率（次）	1.47	5.10	8.36

公司 2015 年 1-6 月、2014 年度和 2013 年度应收账款周转率（次）分别为 1.47、5.10 和 8.36，公司应收账款周转率整体较高。公司客户账期一般在 6 个月以内，应收账款周转率与公司经营情况相符。

## 4、现金流量分析

单位：元

财务指标	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	-4,009,577.80	1,496,134.98	1,667,659.37
投资活动产生的现金流量净额	54,190.42	-910,548.00	-200,030.00
筹资活动产生的现金流量净额	7,275,000.00	15,000.00	75,000.00

2015 年 1-6 月、2014 年和 2013 年度经营活动产生的现金流量净额分别为 -4,009,577.80 元、1,496,134.98 元和 1,667,659.37 元。2014 年较 2013 年相比经营活动产生的现金流量净额基本相当，公司经营活动现金流量充裕。2015 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额较低，主要因为 2015 年 1-6 月公司销售大幅增加，新增的尚处于账期内的货款暂未回收所致。

公司销售商品、提供劳务收到的现金及购买商品、接受劳务支付的现金均与相关会计科目核算存在相互勾稽关系，具体分析如下：

### ①销售商品、提供劳务收到的现金与报表相关科目的关系

单位：万元

销售商品收到的现金	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
营业收入	927.69	2,045.52	1,572.16

应交增值税—销项税额	51.56	41.41	0.25
减：应收账款增加额	221.71	240.22	185.71
其他	29.72		
合计	787.26	1,846.72	1,386.70
销售商品、提供劳务收到的现金	787.26	1,846.72	1,386.70
差异	-		

## ②购买商品、接受劳务支付的现金与相关报表科目的关系

单位：万元

购买商品、接受劳务支付的现金	2015年1-6月	2014年度	2013年度
营业成本	463.28	996.42	628.59
应交增值税—进项税额	1.88	0.00	0.00
减：列入生产成本的职工薪酬	332.48	612.07	541.67
减：列入生产成本的折旧与摊销	4.24	9.25	6.91
加：经营性预付款项增加及经营性应付账款减少及其他	71.46	-75.40	-33.11
其他应收款备用金抵减材料款	33.22		
合计	233.12	299.70	46.90
购买商品、接受劳务支付的现金	233.12	299.70	46.90
差异	-	-	-

2015年1-6月、2014年和2013年投资活动产生的现金流量净额分别是54,190.42元、-910,548.00元和-200,030.00元，报告期内公司投资活动产生的现金流量净额主要为购建固定资产。

2015年1-6月、2014年和2013年筹资活动产生的现金净流量净额分别为7,275,000.00元、15,000.00元和75,000.00元，主要为股东投入资金。

## 五、报告期主要会计数据及重大变化分析

### （一）报告期营业收入和营业成本的构成、变动趋势及原因

#### 1、报告期营业收入构成情况

单位：元

项目	2015年1-6月		2014年度		2013年度	
	金额	占收入比重（%）	金额	占收入比重（%）	金额	占收入比重（%）
主营业务收入	9,276,888.78	100.00	20,455,219.23	100.00	15,721,631.03	100.00
合计	9,276,888.78	100.00	20,455,219.23	100.00	15,721,631.03	100.00

#### 2、按照产品类别划分主营收入构成情况

单位：元

项目	2015年1-6月		2014年度		2013年度	
	金额	占收入比重(%)	金额	占收入比重(%)	金额	占收入比重(%)
广告策划类	8,470,040.19	91.30	18,555,578.46	90.71	15,639,212.00	99.48
公关活动类	708,726.22	7.64	1,899,640.77	9.29	82,419.03	0.52
标识设计与制作类	98,122.37	1.06	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>9,276,888.78</b>	<b>100.00</b>	<b>20,455,219.23</b>	<b>100.00</b>	<b>15,721,631.03</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司主营业务主要为广告策划、公关活动和标识设计与制作。

广告策划是公司基础业务，2015年1-6月、2014年和2013年，广告策划分别实现收入8,470,040.19元、18,555,578.46元和15,639,212.00元，占同期营业收入比重分别为91.30%、90.71%和99.48%。公司自设立以来，主要从事房地产广告策划服务，对客户专业的服务为公司积累了大批优质客户。

为了丰富公司的业务品类，延伸产业链，丰富公司的盈利模式与抗风险能力。公司开始开展公关活动和标识设计与制作业务。2015年1-6月、2014年和2013年，公关活动分别实现销售收入708,726.22元、1,899,640.77元和82,419.03元，占同期营业收入比重分别为7.64%、9.29%和0.52%。标识设计与制作处于起步阶段，报告期内，2015年1-6月实现销售收入98,122.37元，占比较低。

### 3、报告期主营业务收入地区分布情况

单位：元

区域分布	2015年1-6月		2014年度		2013年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
华中区域	8,527,209.37	91.92	19,480,947.39	95.24	15,411,631.03	98.03
华北区域	594,339.60	6.41	974,271.84	4.76	310,000.00	1.97
华东区域	155,339.81	1.67	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>9,276,888.78</b>	<b>100.00</b>	<b>20,455,219.23</b>	<b>100.00</b>	<b>15,721,631.03</b>	<b>100.00</b>

公司的主营业务收入按地区划分华中地区、华北地区和华东地区。报告期内，公司销售主要集中在华中地区，该等区域的营业收入分别为8,527,209.37元、19,480,947.39元和15,411,631.03元。随着公司全国布局的不断深入，报告期内，华北、华东区域的业务增逐渐增长。

### 4、报告期营业收入、利润及变动情况

单位：元

项目	2015年1-6月	2014年度	2013年度	2014年较上年增加额	2014年较上年增长率
营业收入	9,276,888.78	20,455,219.23	15,721,631.03	4,733,588.20	30.11%
营业成本	4,632,775.29	9,964,203.94	6,285,932.35	3,678,271.59	58.52%
营业利润	626,617.79	2,778,762.23	3,000,395.67	-221,633.44	-7.39%
利润总额	838,790.08	2,940,035.71	3,200,690.62	-260,654.91	-8.14%
净利润	359,208.67	2,514,723.57	2,809,567.31	-294,843.74	-10.49%

2014年度公司营业收入和营业成本比2013年度分别增长了30.11%和58.52%，营业成本增加幅度大于收入增长幅度，主要因为：（1）人工成本大幅上升。2014年度人工成本为7,427,052.25元，2013年度人工成本为5,469,092.16元，人工成本增加1,957,960.09元。（2）公司新设子公司尚处于业务拓展阶段，尚未实现规模收入。（3）公司2014年管理费用较2013年有大幅上升。

#### 5、营业成本构成情况

报告期内，公司主营业务成本构成如下：

项目	2015年1-6月		2014年度		2013年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
人工	2,999,603.40	64.75	7,431,396.12	74.58	5,467,859.30	86.99
交通费	270,968.50	5.85	516,171.75	5.18	196,571.20	3.13
媒体及制作费	980,441.68	21.16	1,347,034.83	13.52	301,740.00	4.80
其他	381,761.71	8.24	669,601.24	6.72	319,761.85	5.09
合计	<b>4,632,775.29</b>	<b>100.00</b>	<b>9,964,203.94</b>	<b>100.00</b>	<b>6,285,932.35</b>	<b>100.00</b>

公司主营业务为整合营销传播服务，主要成本为人工、交通费、媒体及制作费、其他等，其他主要为折旧摊销等。其中人工成本占比较大，报告期内占营业成本的比例分别为64.75%、74.58%、86.99%，媒体及制作费在报告期内占营业成本比例分别为21.16%、13.52%、4.80%。报告期内，公司成本结构有所变化，职工薪酬占比变动较大，主要原因为公司业务结构由单一广告策划向多元化发展所致。报告期内，除广告策划服务外，公司公关服务也获得稳步发展，占主营业务的比例不断上升；同时公司在2015年新增标识设计与制作业务。公司广告策划服务的成本主要为职工薪酬，对外采购较少，而标识设计与制作、公关服务对外采购较多，导致整体人工成本占比大幅下降。

#### 6、同行业基本财务数据对比

与公司同业公司博思堂公司相比，可比公司博思堂财务数据如下：

项目	公司	博思堂（830778）
资产总额（元）	16,948,340.20	45,372,402.67
负债总额（元）	1,387,442.72	15,160,119.54
营业收入（元）	9,276,888.78	118,756,458.96
毛利率（%）	50.06	58.17
加权平均净资产收益率（%）	35.79	50.99

可比公司毛利率略高于公司毛利率，主要因为公司规模与可比公司相比相对较小，市场客户规模较为分散，交通等费用相对较高，并且子公司业务处于开拓期，毛利率相对较低。

## （二）报告期内主要产品毛利率情况

单位：元

期间	项目	营业收入	营业成本	毛利	毛利率（%）
2015年1-6月	广告策划类	8,470,040.19	3,961,115.99	4,508,924.20	53.23
	公关活动类	708,726.22	606,132.80	102,593.42	14.48
	标识设计与制作类	98,122.37	65,526.50	32,595.87	33.22
	合计	<b>9,276,888.78</b>	<b>4,632,775.29</b>	<b>4,644,113.49</b>	<b>50.06</b>
2014年度	广告策划类	18,555,578.46	8,461,854.36	10,093,724.10	54.40
	公关活动类	1,899,640.77	1,502,349.58	397,291.19	20.91
	合计	<b>20,455,219.23</b>	<b>9,964,203.94</b>	<b>10,491,015.29</b>	<b>51.29</b>
2013年度	广告策划类	15,639,212.00	6,204,508.17	9,434,703.83	60.33
	公关活动类	82,419.03	81,424.18	994.85	1.21
	合计	<b>15,721,631.03</b>	<b>6,285,932.35</b>	<b>9,435,698.68</b>	<b>60.02</b>

2015年1-6月、2014年度和2013年度，公司营业收入综合毛利率分别为50.06%、51.29%和60.02%。公司毛利率在报告期内基本稳定。

广告策划类业务2015年1-6月、2014年度和2013年度销售毛利率分别为53.23%、54.40%和60.33%，毛利率较高。报告期内，2015年1-6月和2014年度毛利率基本相当，略低于2013年度毛利率，主要因为：（1）公司单位人工成本增长幅度较大。（2）大部分子公司仍处于业务起步阶段，人均创收较低，拉低整体项目毛利率。

公关活动2015年1-6月、2014年度和2013年度销售毛利率分别为14.48%、20.91%和1.21%。2013年毛利率较低，主要因为公关活动为公司新开展业务，为提升客户满意度，赢得市场口碑，公司投入较多。随着公司业务的拓展，公司员工对该项业务逐渐熟悉，项目毛利率逐渐上升。

### （三）主要费用及变动情况

1、公司报告期内主要费用及变动情况如下：

单位：元

项目	2015年1-6月	2014年度	2013年度	2014年较上年增加额	2014年较上年增长率
销售费用	23,727.00	14,000.00	-	14,000.00	-
管理费用	3,853,535.46	7,149,309.55	5,547,285.68	1,602,023.87	28.88%
财务费用	-212.28	-7,284.59	-3,763.92	-3,520.67	93.54%
期间费用合计	3,877,050.18	7,156,024.96	5,543,521.76	1,612,503.20	29.09%
销售费用占营业收入比重	0.26%	0.07%	-	-	-
管理费用占营业收入比重	41.54%	34.95%	35.28%	-	-
财务费用占营业收入比重	0.00%	-0.04%	-0.02%	-	-
期间费用占营业收入比重	41.79%	34.98%	35.26%	-	-

#### （1）销售费用

公司没有专门的营销部门，主要靠口碑传播及百度推广营销，日常由客户部AE负责客户联络、跟踪与服务。通过在前期向客户提供专业服务，已经在市场上形成良好的口碑，大部分的新客户都来源于已有客户的推荐，销售费用较低。

#### （2）管理费用

单位：元

项目	2015年1-6月	2014年度	2013年度
职工薪酬	1,705,388.18	3,003,387.50	1,401,055.87
折旧	102,495.19	159,584.70	134,695.67
税金	22,776.88	5,141.79	163.00
业务费	159,676.50	354,448.69	682,255.30
办公费	984,551.52	1,987,579.56	1,177,354.15
租赁费	331,460.40	693,054.30	158,005.80
其他费用	547,186.79	946,113.01	1,993,755.89
其中：通讯费	2,959.52	5,664.11	4,751.97
交通费	43,803.45	54,686.05	261,474.65
物耗费	3,959.31	77,041.80	193,797.52
修理费	41.20	26,285.08	41,903.70
低耗品摊销	25,143.54	26,588.00	435,343.47
水电费	61,196.00	109,031.99	93,814.90
招聘费	-	15,700.00	8,075.00

装修费用	401,663.34	623,396.51	948,000.00
其他	8,420.43	7,719.47	6,594.68
<b>合计</b>	<b>3,853,535.46</b>	<b>7,149,309.55</b>	<b>5,547,285.68</b>

公司管理费用主要包括：管理员工资、办公费、装修费等。2014 年公司管理费用比 2013 年增加 1,602,023.87 元，增长 28.88%。主要有以下几个原因：

（1）随着公司业务的发展，公司管理层人员有所增加；（2）为了稳定管理团队，2014 年公司管理人员薪酬较 2013 年有所增加；（3）公司办公费增加。

### （3）财务费用

单位：元

项目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
利息支出	-	-	-
减：利息收入	4,223.26	8,355.29	4,128.42
手续费	4,010.98	1,070.70	364.50
<b>合计</b>	<b>-212.28</b>	<b>-7,284.59</b>	<b>-3,763.92</b>

公司财务费用主要包括利息收入和手续费等。

### （四）非经常性损益情况

根据中国证券监督管理委员会公告[2008]43 号《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益[2008]》的规定，本报告期公司非经常性损益发生情况如下：

单位：元

项目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-	-
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	216,000.00	160,100.00	203,700.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-
债务重组损益	-	-	-

项目	2015年1-6月	2014年度	2013年度
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-
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	-3,827.71	1,173.48	-3,405.05
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
<b>小计</b>	<b>212,172.29</b>	<b>161,273.48</b>	<b>200,294.95</b>
减：非经常性损益的所得税影响数	53,043.07	-	-
少数股东损益的影响数	13.46	0.56	150.00
<b>合计</b>	<b>159,115.76</b>	<b>161,272.92</b>	<b>200,144.95</b>

公司非经常性损益主要为收到的政府补助款，2015年1-6月、2014年度和2013年度，公司非经常性损益净额分别为159,115.76元、161,272.92元和200,294.95元，占当期净利润的比例为25.24%、5.77%和6.98%，随着公司的盈利水平趋于稳定，公司未来的盈利不会依赖非经常性损益。

## （五）公司主要税项及相关税收优惠政策

### 1、主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	应税收入	6%、3%
营业税	应税收入	5%
城市维护建设税	应纳流转税额	5%、7%
企业所得税	应税所得额	25%

### 2、税收优惠

报告期内，公司无税收优惠。

## （六）主要资产情况及其重大变动分析

### 1、货币资金

单位：元

项目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
库存现金	17,517.96	23,960.47	3,796.61
银行存款	6,391,529.68	3,065,474.55	2,485,051.43
<b>合计</b>	<b>6,409,047.64</b>	<b>3,089,435.02</b>	<b>2,488,848.04</b>

期末货币资金不存在因抵押、质押或冻结等对使用有限制，以及存放在境外且资金汇回受到限制的款项。

### 2、应收账款

#### （1）应收账款分类披露

类别	2015年6月30日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额（元）	比例（%）	金额	比例（%）	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款：	-	-	-	-	-
组合-账龄组合	7,428,397.25	100.00	-	-	-
组合小计	7,428,397.25	100.00	-	-	-
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>7,428,397.25</b>	<b>100.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

类别	2014年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额（元）	比例（%）	金额	比例（%）	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
组合-账龄组合	5,211,250.69	100.00	-	-	-
组合小计	5,211,250.69	100.00	-	-	-
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>5,211,250.69</b>	<b>100.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

类别	2013年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额（元）	比例（%）	金额	比例（%）	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
组合-账龄组合	2,809,100.00	100.00	-	-	-
组合小计	2,809,100.00	100.00	-	-	-
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>2,809,100.00</b>	<b>100.00</b>	-	-	-

组合中，按账龄分析法计提坏账准备的应收账款

单位：元

账龄	2015年6月30日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
0-6个月	7,428,397.25	-	0.00
<b>合计</b>	<b>7,428,397.25</b>	-	-

账龄	2014年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
0-6个月	5,211,250.69	-	0.00
<b>合计</b>	<b>5,211,250.69</b>	-	-

账龄	2013年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
0-6个月	2,809,100.00	-	0.00
<b>合计</b>	<b>2,809,100.00</b>	-	-

（2）按欠款方归集的余额前五名的应收账款情况：

2015年6月30日					
单位名称	与公司关系	金额（元）	账龄	占期末合计数比例（%）	坏账准备期末余额
武汉中央商务区建设投资股份有限公司	非关联方	880,358.49	0-6个月	11.85	-
武汉致盛集团有限公司	非关联方	441,886.79	0-6个月	5.95	-
武汉越秀嘉润房地产开发有限公司	非关联方	432,000.00	0-6个月	5.82	-

2015年6月30日					
单位名称	与公司关系	金额（元）	账龄	占期末合计数比例（%）	坏账准备期末余额
武汉爱帝高级服饰有限公司	非关联方	400,000.00	0-6个月	5.38	-
大冶有色绿城房地产开发有限公司	非关联方	362,500.00	0-6个月	4.88	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>2,516,745.28</b>	<b>-</b>	<b>33.88</b>	<b>-</b>
2014年12月31日					
单位名称	与公司关系	金额（元）	账龄	占期末合计数比例（%）	坏账准备期末余额
武汉新长江东荆房地产开发有限公司	非关联方	552,075.47	0-6个月	10.59	-
武汉中央商务区建设投资股份有限公司	非关联方	480,000.00	0-6个月	9.21	-
武汉致盛集团有限公司	非关联方	414,120.00	0-6个月	7.95	-
武汉爱帝高级服饰有限公司	非关联方	388,679.25	0-6个月	7.46	-
武汉世茂锦绣长江房地产有限公司	非关联方	377,358.49	0-6个月	7.24	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>2,212,233.21</b>	<b>-</b>	<b>42.45</b>	<b>-</b>

2013年12月31日					
单位名称	与公司关系	金额（元）	账龄	占期末合计数比例（%）	坏账准备期末余额
武汉联发瑞成置业有限公司	非关联方	510,000.00	0-6个月	18.16	-
武汉爱帝高级服饰有限公司	非关联方	420,000.00	0-6个月	14.95	-
天津华侨城实业有限公司欢乐谷分公司	非关联方	310,000.00	0-6个月	11.04	-
武汉华侨城实业发展有限公司	非关联方	257,000.00	0-6个月	9.15	-
湖北中创房地产开发有限公司	非关联方	225,000.00	0-6个月	8.01	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>1,722,000.00</b>	<b>-</b>	<b>61.30</b>	<b>-</b>

（3）截至2015年6月30日，公司应收款中无持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的款项。

### 3、预付款项

（1）预付款项按账龄结构列示：

单位：元

账龄结构	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
------	------------	-------------	-------------

	金额	占总额的比例 (%)	金额	占总额的比例 (%)	金额	占总额的比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	120,024.00	100.00	-	-	-	-
合计	<b>120,024.00</b>	<b>100.00</b>	-	-	-	-

## (2) 预付款项金额前五名单位情况

单位：元

2015 年 6 月 30 日					
单位名称	与公司关系	款项性质	金额	账龄	未结算原因
武汉花园道商业资产管理有限公司	非关联方	预付租赁款	120,024.00	1 年以内	尚未结算
合计	-	-	<b>120,024.00</b>	-	-

(3) 截至 2015 年 6 月 30 日，公司预付款项中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的款项。

## 4、其他应收款

## (1) 其他应收款分类披露

类别	2015 年 6 月 30 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额 (元)	比例 (%)	金额	比例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款：	-	-	-	-	-
组合 1-账龄组合	361,296.04	100.00	-	-	-
组合 2-关联方组合			-	-	-
组合小计	361,296.04	100.00	-	-	-
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	<b>361,296.04</b>	<b>100.00</b>	-	-	-

类别	2014 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额 (元)	比例 (%)	金额	比例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-

类别	2014年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额（元）	比例（%）	金额	比例（%）	
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
组合1-账龄组合	318,213.00	100.00	-	-	-
组合2-关联方组合	-	-	-	-	-
组合小计	318,213.00	100.00	-	-	-
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>318,213.00</b>	<b>100.00</b>	-	-	-

类别	2013年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额（元）	比例（%）	金额	比例（%）	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款：	-	-	-	-	-
组合1-账龄组合	585,357.28	100.00	-	-	-
组合2-关联方组合	-	-	-	-	-
组合小计	585,357.28	100.00	-	-	-
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>585,357.28</b>	<b>100.00</b>	-	-	-

组合中，按账龄分析法计提坏账准备的其他应收款：

账龄	2015年6月30日		
	账面余额（元）	坏账准备	计提比例（%）
0-6个月	361,296.04	-	0.00
<b>合计</b>	<b>361,296.04</b>	-	

账龄	2014年12月31日		
	账面余额（元）	坏账准备	计提比例（%）
0-6个月	318,213.00	-	0.00
<b>合计</b>	<b>318,213.00</b>	-	

账龄	2013年12月31日		
	账面余额（元）	坏账准备	计提比例（%）
0-6个月	585,357.28	-	0.00

合计	585,357.28	-	
----	------------	---	--

(2) 本期无计提、收回或转回的坏账准备情况。

(3) 本报告期无实际核销的其他应收款。

(4) 按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

2015年6月30日						
单位名称	款项性质	与公司关系	金额（元）	账龄	占比（%）	坏账准备期末余额
武汉中南汽车修造有限责任公司	保证金	非关联方	214,128.00	0-6个月	59.27	-
武汉花园道商业资产管理有限公司	保证金	非关联方	66,680.00	0-6个月	18.46	-
阿信	备用金	非关联方	40,000.00	0-6个月	11.07	-
管忠美	备用金	非关联方	15,933.00	0-6个月	4.41	-
王伟	备用金	非关联方	12,013.00	0-6个月	3.32	-
合计	-	-	348,754.00	-	96.53	-

2014年12月31日						
单位名称	款项性质	与公司关系	金额（元）	账龄	占比（%）	坏账准备期末余额
叶堃	备用金	非关联方	45,094.00	0-6个月	14.17	-
沈辉	备用金	非关联方	42,500.00	0-6个月	13.36	-
武汉中南汽车修造有限责任公司	保证金	非关联方	35,604.00	0-6个月	11.19	-
杨慧	备用金	非关联方	17,479.00	0-6个月	5.49	-
黄懿	备用金	非关联方	15,000.00	0-6个月	4.71	-
合计	-	-	155,677.00	-	48.92	-

2013年12月31日						
单位名称	款项性质	与公司关系	金额（元）	账龄	占比（%）	坏账准备期末余额
戚万	员工借款	非关联方	450,000.00	0-6个月	76.88	-
武汉中南汽车修造有限责任公司	保证金	非关联方	68,400.00	0-6个月	11.69	-
赵金勇	备用金	非关联方	35,000.00	0-6个月	5.98	-
黄懿	备用金	非关联方	15,000.00	0-6个月	2.56	-
管忠美	备用金	非关联方	14,024.00	0-6个月	2.40	-
合计	-	-	582,424.00	-	99.50	-

（6）除上述欠款外，截至 2015 年 6 月 30 日，公司其他应收款中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的款项。

## 5、固定资产

（1）公司的固定资产主要包括运输设备、电子设备及其他设备。各类固定资产的使用年限、残值率、年折旧率列示如下：

类别	使用年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
运输设备	5	5	19
电子设备	3	5	31.67
其他设备	3	5	31.67

### （2）2015 年 1-6 月固定资产及折旧变动情况

单位：元

项目	运输设备	电子设备及其他	合计
一、账面原值			
1. 2014 年 12 月 31 日余额	620,000.00	545,015.00	1,165,015.00
2. 本期增加	-	61,150.00	61,150.00
（1）购置	-	13,150.00	13,150.00
（2）企业合并增加		48,000.00	48,000.00
3. 本期减少	-	-	-
（1）处置或报废	-	-	-
4. 2015 年 6 月 30 日余额	620,000.00	606,165.00	1,226,165.00
二、累计折旧			
1. 2014 年 12 月 31 日余额	363,216.67	273,123.49	636,340.16
2. 本期增加	58,900.00	86,055.89	144,955.89
（1）计提	58,900.00	78,068.39	136,968.39
（2）企业合并增加	-	7,987.50	7,987.50
3. 本期减少	-	-	-
（1）处置或报废	-	-	-
4. 2015 年 6 月 30 日余额	422,116.67	359,179.38	781,296.05
三、减值准备			
1. 2014 年 12 月 31 日余额	-	-	-
2. 本期增加	-	-	-
（1）计提	-	-	-
3. 本期减少	-	-	-
（1）处置或报废	-	-	-
4. 2015 年 6 月 30 日余额	-	-	-
四、账面价值			
1. 2015 年 6 月 30 日账面价值	197,883.33	246,985.62	444,868.95

2. 2014年12月31日账面价值	256,783.33	271,891.51	528,674.84
--------------------	------------	------------	------------

## (3) 2014年固定资产及折旧变动情况

单位：元

项目	运输设备	电子设备及其他	合计
一、账面原值			
1. 2013年12月31日余额	620,000.00	398,567.00	1,018,567.00
2. 本期增加	-	146,448.00	146,448.00
(1) 购置	-	146,448.00	146,448.00
3. 本期减少	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2014年12月31日余额	620,000.00	545,015.00	1,165,015.00
二、累计折旧			
1. 2013年12月31日余额	245,416.67	138,833.30	384,249.97
2. 本期增加	117,800.00	134,290.19	252,090.19
(1) 计提	117,800.00	134,290.19	252,090.19
3. 本期减少	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2014年12月31日余额	363,216.67	273,123.49	636,340.16
三、减值准备			
1. 2013年12月31日余额	-	-	-
2. 本期增加	-	-	-
(1) 计提	-	-	-
3. 本期减少	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2014年12月31日余额	-	-	-
四、账面价值			
1. 2014年12月31日账面价值	256,783.33	271,891.51	528,674.84
2. 2013年12月31日账面价值	374,583.33	259,733.70	634,317.03

## (4) 2013年固定资产及折旧变动情况表：

单位：元

项目	运输设备	电子设备及其他	合计
一、账面原值			
1. 2012年12月31日余额	620,000.00	198,537.00	818,537.00
2. 本期增加		200,030.00	200,030.00
(1) 购置	-	200,030.00	200,030.00
3. 本期减少	-	-	-

(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2013年12月31日余额	620,000.00	398,567.00	1,018,567.00
二、累计折旧			
1. 2012年12月31日余额	127,616.67	52,819.64	180,436.31
2. 本期增加	117,800.00	86,013.66	203,813.66
(1) 计提	117,800.00	86,013.66	203,813.66
3. 本期减少	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2013年12月31日余额	245,416.67	138,833.30	384,249.97
三、减值准备			
1. 2012年12月31日余额	-	-	-
2. 本期增加	-	-	-
(1) 计提	-	-	-
3. 本期减少	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4. 2013年12月30日余额	-	-	-
四、账面价值			
1. 2013年12月31日账面价值	374,583.33	259,733.70	634,317.03
2. 2012年12月31日账面价值	492,383.33	145,717.36	638,100.69

(5) 截至2015年6月30日，无固定资产发生可收回金额低于账面价值的事项，不存在减值迹象，未计提固定资产减值准备。

### (七) 主要负债情况

#### 1、应付账款

##### (1) 应付账款列示

单位：元

账龄	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	264,047.00	906,058.00	828,000.00
1-2年	347,334.00	-	-
合计	<b>611,381.00</b>	<b>906,058.00</b>	<b>828,000.00</b>

##### (2) 按欠款方归集的期末余额前五名的应付账款情况

2015年6月30日				
单位名称	与公司关系	金额（元）	年限	占比（%）
深圳市贝肯视觉设计有限公司	非关联方	123,594.00	1年以内	20.22
武汉霍木建筑科技有限公司	非关联方	110,346.00	1-2年	18.05
武汉合纵建材有限公司	非关联方	82,749.00	1-2年	13.53

武汉首肯电器有限公司	非关联方	29,000.00	1-2 年	4.74
武汉盛世恒宇广告有限公司	非关联方	20,539.00	1 年以内	3.36
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>366,228.00</b>	<b>-</b>	<b>59.90</b>

2014 年 12 月 31 日				
单位名称	与公司关系	金额（元）	年限	占比（%）
武汉纵横创意文化传播有限公司	非关联方	497,000.00	1 年以内	54.85
武汉霍木建筑科技有限公司	非关联方	110,346.00	1 年以内	12.18
武汉合纵建材有限公司	非关联方	82,749.00	1 年以内	9.13
武汉首肯电器有限公司	非关联方	29,000.00	1 年以内	3.20
武汉市江汉区睿动电脑配件经营部	非关联方	7,900.00	1 年以内	0.87
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>726,995.00</b>	<b>-</b>	<b>80.24</b>

2013 年 12 月 31 日				
单位名称	与公司关系	金额（元）	年限	占比（%）
武汉万古磐石装饰工程有限公司	非关联方	548,000.00	1 年以内	66.18
武汉朗羽广告传播有限公司	非关联方	280,000.00	1 年以内	33.82
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>828,000.00</b>	<b>-</b>	<b>100.00</b>

（4）截至 2015 年 6 月 30 日，应付账款中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的款项。

## 2、应付职工薪酬

项目	2014 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2015 年 6 月 30 日
一、工资、奖金、津贴和补贴	1,030,000.00	4,227,176.92	5,257,176.92	-
二、职工福利费	-	151,104.97	151,104.97	-
三、社会保险费	-	651,926.62	651,926.62	-
<b>合计</b>	<b>1,030,000.00</b>	<b>5,030,208.51</b>	<b>6,060,208.51</b>	<b>-</b>

项目	2013 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2014 年 12 月 31 日
一、工资、奖金、津贴和补贴	-	7,691,019.40	6,661,019.40	1,030,000.00
二、职工福利费	-	457,615.57	457,615.57	-
三、社会保险费	-	975,479.20	975,479.20	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>9,124,114.17</b>	<b>8,094,114.17</b>	<b>1,030,000.00</b>

项目	2012 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2013 年 12 月 31 日
一、工资、奖金、津贴和补贴	-1,753.50	5,722,666.99	5,720,913.49	-
二、职工福利费	-	443,403.10	443,403.10	-

三、社会保险费	-	651,348.62	651,348.62	-
四、工会经费和职工教育经费	-	361.60	361.60	-

## 4、应交税费

税费项目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
企业所得税	323,831.70	132,267.86	134,516.10
个人所得税	29,371.59	15,707.71	12,586.33
增值税	124,473.82	184,317.03	-
营业税	-	-	71,400.00
其他税费	18,457.61	20,111.70	13,400.91
企业所得税	496,134.72	352,404.30	231,903.34
<b>合计</b>	<b>323,831.70</b>	<b>132,267.86</b>	<b>134,516.10</b>

## 5、其他应付款

## (1) 按款项性质列示其他应付款

项目	2015年6月30日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	279,927.00	1,935,111.98	146,494.28
<b>合计</b>	<b>279,927.00</b>	<b>1,935,111.98</b>	<b>146,494.28</b>

## (2) 按欠款方归集的期末余额前五名的其他应付款情况

2015年6月30日					
单位名称	款项性质	与公司关系	金额	年限	占比(%)
武汉三人行工程有限公司	装修款	非关联方	279,927.00	1年以内	100
<b>合计</b>	-	-	<b>279,927.00</b>	-	<b>100</b>

2014年12月31日					
单位名称	款项性质	与公司关系	金额	年限	占比(%)
武汉三人行工程有限公司	装修款	非关联方	1,935,111.98	1年以内	100
<b>合计</b>	-	-	<b>1,935,111.98</b>	-	<b>100</b>

2015年6月30日					
单位名称	款项性质	与公司关系	金额	年限	占比(%)
武汉三人行工程有限公司	装修款	非关联方	146,494.28	1年以内	100
<b>合计</b>	-	-	<b>146,494.28</b>	-	<b>100</b>

（3）截至 2015 年 6 月 30 日，其他应付款中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的款项。

#### （八）报告期内各期末股东权益情况

单位：元

项目	2015 年 6 月 30 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
实收股本	6,939,000.00	2,000,000.00	500,000.00
资本公积	2,131,867.05	-	-
盈余公积	1,023,749.06	903,528.18	501,022.39
未分配利润	5,602,943.19	5,088,678.79	4,294,806.27
<b>合计</b>	<b>15,560,897.48</b>	<b>7,840,948.30</b>	<b>5,311,224.73</b>

股本的具体变化详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（六）公司股本形成及变化情况”。

## 六、关联方、关联方关系及重大关联交易

### （一）关联方

根据《公司法》和《企业会计准则第 36 号准则—关联方披露》的相关规定，结合公司的实际情况，公司主要关联方如下：

#### 1、持有公司 5%以上股权的股东

序号	名称/姓名	与公司关系	持股比例（%）
1	黄飞	股东	29.83
2	秦铭	股东	24.07
3	沈辉	股东	18.16
4	汇富投资	股东	21.62
5	黄志伟	股东	6.32

#### 2、公司的董事、监事、高级管理人员

序号	姓名	关联关系
1	陈静	董事、董事会秘书、财务总监
2	涂扬	董事
3	徐娟	监事
4	黄涛	监事
5	曾琳	监事

#### 3、公司对外投资的子公司

序号	关联方名称	关联关系
----	-------	------

1	友联空间	报告期内曾为参股子公司
2	至朗公关	控股子公司
3	贝肯视觉	控股子公司
4	玖月创想	控股子公司
5	泡泡云网络	全资子公司
6	上海阅山	全资子公司
7	贝恩传媒	控股子公司

#### 4、其他关联企业

序号	姓名	关联关系
1	武汉快回家租车在线有限公司	控股股东、实际控制人控制的其他企业
2	武汉汇富阳光股权投资基金管理有限公司	持有公司5%以上股权的股东黄志伟控制的其他企业
3	武汉新翠源餐饮管理有限公司	控股股东、实际控制人参股的其他企业
4	武汉市培根广告有限公司（武汉三师商贸有限公司）	公司控股股东、实际控制人报告期内曾经控股的公司
5	湖北轻娱动漫有限公司	控股股东、实际控制人参股的其他企业
6	武汉亚拉腊山服饰有限公司	控股股东、实际控制人参股的其他企业

### （二）关联方交易

#### 1、经常性关联交易

报告期内，公司不存在经常性关联交易。

#### 2、偶发性关联交易

##### （1）关联方股权转让

①公司控股股东、实际控制人黄飞受让公司持有的武汉友联空间工程有限公司35%股权。

友联空间具体情况详见公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“四、公司控股、参股子公司情况”。

2015年6月24日，友联空间召开股东会，同意培根文化所持友联空间35%的股权转让给黄飞。2015年6月29日，黄飞与培根有限签署《股权转让协议书》，约定培根有限所持友联空间35%的股权转让给黄飞，股权转让价格为35万元。协议签订后，黄飞向公司支付了股权转让款。2015年6月29日，经武汉市工商行政管理局江汉区分局核准，武汉友联空间完成此次工商变更。

变更后的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	黄飞	35	35	35	货币
2	陈飞	30	30	30	货币
3	余国勋	35	35	35	货币
合计	-	100.00	100.00	100.00	-

由于友联空间成立时间较短，尚未取得收益，该股权价格按照初始出资价格定价，具有一定的公允性。培根文化为专注主营业务，将该股权转让，具有一定的必要性。

## ②公司受让公司董事涂扬持有的玖月创想 5% 股权

2015 年 4 月 30 日，公司与公司董事涂扬签订《股权转让协议》，协议约定涂扬所持玖月创想 5% 的股权转让给培根有限，股权转让价款 2.5 万元。协议签订后，公司向涂扬支付了股权转让款。

由于玖月创想成立时间较短，经营收益不高，该股权价格按照初始出资价格定价，具有一定的公允性。公司基于战略发展需要，增加在玖月创想持股比例，具有一定的必要性。

## （2）关联租赁

### 贝恩传媒与公司签订房屋无偿使用协议书

2015 年 7 月 18 日，贝恩传媒与培根股份签订关于《房屋无偿使用协议书》，由培根股份将江汉区青年路 308 号花园道写字楼十楼 d1009 房屋，面积 20 平方米，无偿提供给湖北贝恩使用，使用期限 1 年，贝恩传媒取得上述房屋使用权为 900 元/月，期内合计 10800 元，相关金额较小。

## 七、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

### （一）期后事项

2015 年 8 月 8 日，有限公司召开股东会，全体股东同意以其在公司的现有出资比例，公司经审计后（基准日为 2015 年 6 月 30 日）的账面净资产 17,837,490.54 元按照 1.9819: 1 的比例，折成湖北培根文化传播股份有限公司股份 900.00 万股（每股面值 1 元），净资产扣除股本后的部分转为资本公积金，折股后股份公司的注册资本为 900.00 万元。由各发起人按照各自在公司的出资比例持有相应的

股份，整体变更设立股份公司。2015年8月27日，股份公司全体发起人依法召开了股份公司创立大会暨2015年第一次股东大会。2015年9月1日，武汉市工商行政管理局东西湖区分局对股份公司核发了《企业法人营业执照》，注册号为420112000082898。

除上述事项，公司最近两年一期无其他需提醒投资者关注财务报表附注中的日后非调整事项。

## （二）或有事项

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在应披露的或有事项。

## （三）承诺事项

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在应披露的承诺事项。

（四）其他重要事项截至本公开转让说明书签署日，公司不存在应披露的其他重要事项。

## 八、报告期内公司的资产评估情况

有限公司整体变更设立股份有限公司时，湖北众联资产评估有限公司以2015年6月30日为基准日对有限公司进行了整体资产评估，并于2015年5月16日出具了鄂众联评报字[2015]第1123号《评估报告》，评估结果如下表所示：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率（%）
	A	B	C=B-A	D=C/A×100%
1 流动资产	1,370.74	1,370.74	-	-
2 非流动资产	458.01	512.21	54.20	11.83
3 其中：长期股权投资	228.5	267.62	39.13	17.12
4 固定资产	33.89	48.91	15.02	44.32
5 无形资产	1.49	1.54	0.05	3.36
6 长期待摊费用	194.14	194.14	-	-
7 资产总计	<b>1,828.75</b>	<b>1,882.95</b>	<b>54.20</b>	<b>2.96</b>
8 流动负债	45.00	45.00	-	-
9 负债总计	<b>45.00</b>	<b>45.00</b>	-	-
10 净资产	<b>1,783.75</b>	<b>1,837.95</b>	<b>54.20</b>	<b>3.04</b>

有限公司净资产账面价值1,783.75万元，评估值1,837.95万元，评估增值54.20万元，增值率3.04%；总资产账面值为1,828.75万元，评估值1,882.95万

元，评估增值 54.20 万元，增值率 2.96%；总负债账面价值 45.00 万元，评估值 45.00 万元。

除上述资产评估事项外，报告期内公司未发生其他资产评估行为。

## 九、股利分配政策和报告期内分配情况

### （一）报告期内的股利分配政策

公司整体变更为股份公司之前，公司章程未就股利分配政策作出具体规定。

### （二）股票公开转让之后的股利分配政策

《公司章程》第九章第一节财务会计制度中第一百六十条规定了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。

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。

《公司章程》第一百六十二条规定了公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

《公司章程》第一百六十三条规定了公司的利润分配政策为：

1、利润分配原则：公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报、兼顾公司的可持续发展，公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑董事、监事和公众投资者的意见。

2、如股东发生违规占用公司资金情形的，公司在分配利润时，先从该股东应分配的现金红利中扣减其占用的资金。

### 3、利润分配具体政策如下：

（1）利润分配的形式：公司采用现金、股票或者现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。

#### （2）公司现金分红的条件和比例：

公司在当年盈利、累计未分配利润为正，且不存在影响利润分配的重大投资计划或重大现金支出事项的情况下，可以采取现金方式分配股利。公司是否进行现金方式分配利润以及每次以现金方式分配的利润占母公司经审计财务报表可分配利润的比例须由公司股东大会审议通过。

#### （3）公司发放股票股利的条件：

公司在经营情况良好，董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以提出股票股利分配预案交由股东大会审议通过。

### 4、利润分配方案的审议程序：

公司董事会根据盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订利润分配预案，并对其合理性进行充分讨论，利润分配预案经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议。股东大会审议利润分配方案时，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

5、利润分配政策的调整公司因外部经营环境或自身经营状况发生较大变化，确需对本章程规定的利润分配政策进行调整或变更的，需经董事会审议通过后提交股东大会审议，且应当经出席股东大会的股东（或股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和全国中小企业股份转让系统有限责任公司的有关规定。

#### （三）公司最近两年一期股利分配情况

报告期内，公司除计提法定公积金外，未进行过利润分配。

## 十、控股子公司或纳入合并会计报表的其他企业的基本情况

### 1、基本情况

关于控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、公司股权及股东情况”之“（七）公司重大资产重组情况”。

## 2、简要财务数据

截至 2015 年 6 月 30 日，控股子公司或纳入合并报表的其他企业基本财务状况如下：

公司名称	资产总额	净资产总额	营业收入	净利润
至朗公关	345,754.27	-218,464.01	708,726.22	-232,377.58
玖月创想	448,542.12	-973,321.55	403,833.11	-625,074.50
泡泡云网络	61,203.65	61,153.06	-	-38,846.94
贝肯视觉	507,389.49	309,846.37	98,122.37	-47,405.76
上海阅山	617,066.91	600,704.69	155,339.81	100,704.69

截至 2014 年 12 月 31 日，控股子公司或纳入合并报表的其他企业基本财务状况如下：

公司名称	资产总额	净资产总额	营业收入	净利润
至朗公关	396,963.59	-246,086.43	1,899,640.77	-551,045.83
玖月创想	382,521.82	-548,247.05	267,621.37	-959,288.53
泡泡云网络	100,000.00	100,000.00	-	-
贝肯视觉	-	-	-	-
上海阅山	-	-	-	-

截至 2013 年 12 月 31 日，控股子公司或纳入合并报表的其他企业基本财务状况如下：

公司名称	资产总额	净资产总额	营业收入	净利润
至朗公关	719,205.55	114,959.40	82,419.03	-185,040.60
玖月创想	425,000.00	336,041.48	-	-88,958.52
泡泡云网络	-	-	-	-
贝肯视觉	-	-	-	-
上海阅山	-	-	-	-

## 十一、风险因素和应对措施

### （一）经济下行的风险

广告行业发展与国民经济景气度具有较高的关联性，国内外宏观经济形势变化、国家宏观经济政策调整和经济增长周期性变化等都会对广告行业产生影响。

如果出现国内外宏观经济环境持续欠佳，各个企业必然会削减广告预算，广告行业的经营状况亦将受到影响。

#### **应对措施：**

公司加大业务开拓力度，充分利用丰富的业务经验、稳定的客户群体、成熟的管理机制、优秀的员工团队、良好的服务水平将公司做大做强，同时，寻求合适的机会继续进行产业链延伸，增加业绩增长点提升抗风险能力，缓解可能的业绩波动的情形。

### **（二）人才流失风险**

广告行业属于人才密集型产业。公司一旦发生核心营销服务人才和创意人才流失，将会对公司业务发展产生不利影响。

#### **应对措施：**

公司一方面将按照需求招聘优秀人才，并通过内部培养机制培养业务骨干，引导员工快速成长，提高员工的业务水平；另一方面公司制定了合理的薪酬制度以留住、吸引更多的高素质人才，同时公司计划采取股权激励机制降低人才流失的风险。

### **（三）市场充分竞争的风险**

广告行业是竞争激烈的行业，企业数量众多，行业门槛低，规范程度相对较低，承受着行业的不断发展，竞争将加剧，对于规模较小，实力不强的公司将逐步被市场淘汰。

#### **应对措施：**

公司将在稳定现有核心技术团队的基础上大力推进人才队伍建设，通过培训等途径提升员工的技术水平，提高公司的核心竞争力；同时加大市场开拓力度，扩大公司的经营规模，提高公司的市场占有率。

### **（四）行业发展变革的风险**

随着房地产市场降温，房地产行业将进一步加快转型，一些中小房企将被淘汰出局，市场集中度将进一步提高。房企将更加重视在品牌、资金、技术研发、项目管控、传播渠道等方面的核心竞争力。随着地产行业互联网化，数字媒体和无线终端技术的运用已逐步成熟，越来越多广告主更倾向于网络、手机、数字电视等形式的数字媒体广告。

**应对措施：**

公司将密切关注行业发展态势，持续创新，以满足客户更加多样化、个性化的需求，促进公司持续发展。

**（五）政策调整的风险**

广告行业是文化产业的重要组成部分。我国公布的《关于推进广告战略实施的意见》、《文化产业振兴规划》、《广告产业发展“十二五”规划》等纲领性文件均将广告产业作为促进国家文化建设，推动文化产业发展的措施，为公司的业务发展提供了良好、稳定的市场环境。如果国家宏观经济政策及相关产业政策发生较大的调整，将对公司的生产经营造成一定的影响。

**应对措施：**

公司将更加注重核心竞争力的培育，开拓自身发展的新方向，不断打开新的市场领域，完善业务结构，保证公司成长的可持续性。

**（六）区域市场风险**

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

**应对措施：**

依托公司的人才和技术优势，在稳定华中地区现有市场份额的情况下，向华东、华北等地区拓展公司的业务。

**（七）应收账款发生坏账的风险**

报告期内，公司应收账款账面价值分别为 7,428,397.25 元、5,211,250.69 元与 2,809,100.00 元，公司应收账款呈现增长态势，应收账款占资产总额的比重分别为 43.83%、43.19%和 43.10%，占比较高，系资产的主要组成部分。尽管报告期内公司回款情况良好，但若公司客户出现经营困难、财务状况恶化或者商业信用发生重大不利变化，公司应收账款产生坏账的可能性增加，从而对公司经营业绩产生重大不利影响。

**应对措施：**

公司将在积极扩大市场、提升业绩的同时，不断完善销售管理制度，合理分工、明确职责，严格审查每笔销售合同，建立客户信息备查库，通过对客户进行综合评定，确立客户的信用额度，随时了解客户的信用状况。定期进行应收账款龄分析，紧密跟踪超期账款的催收进度；建立应收账款的奖罚机制，调动业务团队的积极性与责任感。

#### （八）毛利率波动风险

报告期内，公司的综合毛利率分别为 50.06%、51.29%与 60.02%，综合毛利率出现波动，主要系报告期内公司人工大幅上升，同时进行了全国业务布局，由于大部分子公司仍处于业务起步阶段，人均创收的增长慢于人均成本的增加，公司的成本主要为人力成本，若未来公司还进行较大的业务调整，或者突发事件导致公司人员出现重大波动，将导致公司毛利率存在波动风险。

##### 应对措施：

公司加强全国业务布局后的业务拓展，提升业务容量，提高员工的工作饱和度，形成较为稳定的业务布局结构，同时合理控制人员结构，保持毛利率的相对稳定。

#### （九）公司治理风险

公司于 2015 年 9 月 1 日由湖北培根文化传播有限公司整体变更设立。股份公司设立后，虽然建立了法人治理结构，完善了现代化企业发展所需的内部控制体系，但股份公司成立的时间较短，各项管理和内控制度的执行尚未经过一个完整经营周期的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐渐完善；同时，随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

##### 应对措施：

公司已制定了规范公司治理及运作的管理制度，全体股东、董事、监事、高级管理人员将加强学习，公司将不断完善公司治理机制和内部控制机制，并严格按照《公司章程》、“三会”议事规则及其他管理制度的规定规范公司治理行为，使公司朝着更加规范化的方向发展。

#### （十）管理风险

任何一个业务规模不断扩大，资产规模逐年增加的企业，都面临管理水平同

步升级的考验，公司目前正大力拓展公关执行、标识设计与制作和户外媒介等中后端传播领域，如果管理工作不能随公司规模扩大，在新领域的拓张进行及时调整和完善，管理水平不能适应市场开拓、产品研发、系统运作、人员控制、企业文化等方面的更高要求，将必然会影响公司的综合竞争力，因而管理滞后的风险不容忽视。

#### **应对措施：**

大力培养和吸纳优秀专业人才，保持骨干队伍稳定；加强企业管理，学习先进企业管理经验和手段，不断完善研发、生产、销售各环节流程和制度，保证公司经营持续稳定发展。

#### **（十一）实际控制人不当控制的风险**

公司共同实际控制人黄飞、秦铭、沈辉三人直接持股和间接持股合计持有公司 93.67% 股份。此外，黄飞担任公司董事长，秦铭担任董事、总经理，沈辉担任董事，且三人签署了《一致行动人协议》，三人在公司重大事项决策、监督、日常经营管理上均可施予重大影响。虽然公司已经制定了《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易管理制度》、《对外投资决策制度》等各项较为完善的公司治理及内控制度，以防范控股股东、实际控制人操控公司的情况发生，但未来仍存在公司控股股东、实际控制人利用其控制地位，损害公司利益或做出不利于公司利益决策的可能，从而使得公司决策偏离中小股东最佳利益目标的风险。

#### **应对措施：**

公司将不断完善法人治理结构，严格按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等切实保护中小投资者的利益，避免公司被实际控制人不当控制。公司将加强对董事、监事、高管及主要股东的培训，不断增强控股股东及管理层的诚信和规范意识，督促其切实遵照相关法律法规经营公司，忠诚履行职责。

#### **（十二）公司子公司（代理）发布户外广告未办理户外广告登记的风险**

因贝恩传媒成立时间较短，相关工作人员对相关法律规定理解不全面，（代理）发布的户外广告未办理《户外广告登记》，存在潜在的经营风险。

#### **应对措施：**

贝恩传媒将加强内部管理，建立了户外广告内容登记的档案管理机制和追踪管理机制，及时追踪管理公司所发布户外广告内容的登记备案情况，防范可能出现的潜在法律风险。对于已发布且尚未到期的广告，贝恩传媒将尽快补办《户外

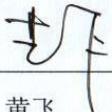
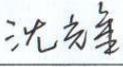
广告登记证》。同时，公司控股股东/实际控制人黄飞、秦铭和沈辉共同出具承诺：对因未办理《广告登记证》导致受到相关主管部分的处罚或则承担其他相关法律责任，我三人将无条件补偿公司因此遭受的损失。

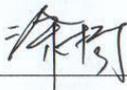
## 第五节 相关声明

### 一、申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明

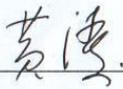
本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本公开转让说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签字：

 黄飞	 秦铭	 沈辉
---	---	---

 陈静	 涂扬
---	---

全体监事签字：

 黄涛	 曾琳	 徐娟
---	---	---

高级管理人员签字：

 秦铭	 陈静
---	---

湖北培根文化传播股份有限公司

2015年12月17日



## 二、主办券商声明

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

法定代表人签字： 兰荣  
兰 荣

项目小组负责人签字： 余磊  
余 磊

项目小组成员签字：

冯小正      钟政      徐佳      周培鑫  
冯小正      钟 政      徐 佳      周培鑫

  
兴业证券股份有限公司  
2015年12月17日

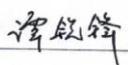
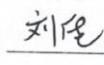
### 三、律师事务所声明

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

律师事务所负责人：魏东

签字： 

经办律师：谭锐锋、刘佳

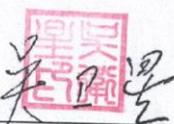
签字：  



#### 四、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《湖北培根文化传播股份有限公司公开转让说明书》与本会计师事务所出具的审计报告无矛盾之处。本会计师事务所及签字注册会计师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：



签字注册会计师：



大信会计师事务所（特殊普通合伙）



## 五、资产评估机构声明

本资产评估公司及签字注册资产评估师已阅读《湖北培根文化传播股份有限公司公开转让说明书》，确认公开转让说明书与本资产评估公司所出具的《资产评估报告》（鄂众联评报字[2015]第1123号）无矛盾之处。本资产评估公司及签字注册资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人签字：



签字注册资产评估师签字：



湖北众联资产评估有限公司



## 第六节 附件

### 一、备查文件

- （一）主办券商推荐报告
- （二）财务报表及审计报告
- （三）法律意见书
- （四）公司章程
- （五）全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见

### 二、信息披露平台

本公司股票挂牌公开转让申请已经全国股份转让系统公司同意，中国证监会豁免核准，本公司的股票将在全国股份转让系统挂牌公开转让，公开转让说明书及附件披露于全国股份转让系统指定信息披露平台 [www.neeq.com.cn](http://www.neeq.com.cn) 或 [www.neeq.cc](http://www.neeq.cc)，供投资者查阅。