



中桥文化传媒（福建）股份有限公司
公开转让说明书



主办券商



国泰君安证券
GUOTAI JUNAN SECURITIES

国泰君安证券股份有限公司

二零一六年一月

声明

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

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

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

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

风险及重大事项提示

一、宏观经济波动风险

广告行业与商品生产、消费领域密切相关，并通过生产和消费领域的广告投放实现效益，广告行业规模取决于广告投放需求的大小，广告行业与国民经济的增长有一定的正相关关系。近年来，随着宏观经济和商品消费需求的高速增长，广告需求也出现了大幅增长。但在经济低迷时期，由于大多数广告客户将广告支出作为一项软性支出，可能因此会削减其广告投放，从而导致整体广告投放需求的减少。同时广告行业的客户来自国民经济的各个行业，客户所在行业整体发展状况、产业政策和监管措施的变化，往往会影响该行业的整体广告投放，进而传导给广告行业。

公司所在地晋江市是中国品牌之都，晋江市当地的品牌企业是公司主要客户群体，如果宏观经济整体下滑，经济增长减速，将会降低品牌企业的品牌推广的需求，影响整个广告行业的发展，进而影响公司的业务和经营。

二、市场竞争风险

我国的广告代理行业参与竞争的各类主体众多，市场整体集中度不高，行业竞争激烈。随着广告代理行业规范化程度的提高，国内广告公司之间的竞争将日趋激烈，资源规模较小、实力不强的公司将被市场逐步淘汰，具有核心竞争能力的公司将逐步成长为占有相对垄断地位的市场领导者。在晋江市的媒体代理和活动策划市场，公司目前具有较强的竞争力和市场地位，但是如果不能持续保持与对手的竞争优势，不断开拓新的经营思路和业绩增长点，公司的经营业绩可能会受到不利影响。

三、新媒体冲击风险

公司的媒体代理业务主要集中在电视、广播和户外等传统领域。随着新兴媒体（如互联网、移动互联网、楼宇电视）的兴起，媒体平台以及广告载体的物理形式更加多样。这一趋势在改变媒体结构的同时，也将改变受众的媒体接触习惯和广告接触习惯，从而导致广告市场结构的变化。虽然公司从战略层面高度重视新媒体广告业务的发展，并成立互联网及卫视代理事业部，但是新媒体广告代理

的业务占比仍然较小，使得公司可能将面临传统媒体广告行业被新兴媒体广告载体冲击所引致的市场风险。

四、独家代理媒体资源获取的可持续性风险

对晋江电视台、晋江广播电台、龙海电视台和户外媒体资源，公司采用独家代理广告经营权的模式实施采购。即通过招投标或协议方式买断特定媒体资源，通过买断式采购，能有效锁定广告资源，但不排除因外部环境发生突变、客户需求下降或媒体价值下降。

若公司无法持续稳定地从媒体或其他广告公司获取所需媒体资源，将对公司生产经营造成重大不利影响。

五、供应商依赖风险

2013 年、2014 年和 2015 年 1-7 月，公司向晋江广电局采购的金额占公司年度采购额比例分别为 51.18%、35.41%和 30.02%，占比较大。经营晋江广电局的媒体资源是公司主要的收入来源，短期内，公司如果无法持续向晋江广电局采购媒体资源，公司的业务将会受到不利影响，因此公司对晋江广电局存在一定的依赖风险。

六、核心业务人员流失风险

公司主要提供广告代理服务和活动策划营销业务，属于现代服务业，相对于依赖技术的制造业，公司的产品和服务更多依靠核心业务人员的经验、营销能力、创造力和执行力来开发客户和满足客户的需求。因此核心业务人员是公司的核心资源，一旦发生核心业务人员离职，而公司又不能安排适当的人选接替或及时补充，将会对公司的生产经营造成一定的影响。

公司总经理过去一直实行社会招聘模式，报告期内有两次的总经理变更，均是因总经理个人原因辞职，目前公司总经理由董事长兼任。公司总经理负责日常的行政管理和部分业务开拓，副总经理和各业务总监负责具体业务，报告期内，公司整体经营团队保持相对稳定，但总经理频繁变动可能对公司的生产经营造成一定的影响，存在一定的风险。

七、广告内容违法导致行政处罚的风险

2015年9月1日开始实施的新修订《中华人民共和国广告法》，增设了许多规定，严于原有规定。公司业务人员对于新修改条文的把握、适应尚需时间，短期内可能有广告内容违反法规行为增加的风险。另外，根据《中华人民共和国广告法》的规定，广告应当真实、合法，不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者。作为广告经营者，公司建立了严格的内外部结合的广告审查制度，每个广告在发布之前，必须经过公司内部审核通过才能发布或交付媒体。对于不需本公司设计制作的广告，必须在客户取得相关部门的审核通过后才能发布。对于不能准确把握其合法合规性的广告作品，公司则直接咨询工商局解决，以确保广告内容的合法性。但是，如果少数广告主刻意隐瞒其产品的真实信息，公司又未能及时发现，致使广告作品违反相关法律法规，公司可能面临制作发布虚假广告而遭受处罚的风险。

八、应收款项比重较大带来的风险

2015年7月31日、2014年末、2013年末，公司应收账款及应收票据的合计金额分别为8,561,688.92元、6,131,741.29元、4,848,010.69元，占同期资产总额的比例分别为25.94%、18.86%、15.72%。报告期内2013年公司由于无法收回正大（中国）体育用品有限公司1,396,733.00元、厦门智立方广告有限公司170,881.19元，全额计提坏账准备，对公司利润产生一定的不利影响。

九、非经常性损益占净利润比重过大风险

2015年1-7月、2014年度、2013年度公司确认政府补助收入分别为729,869.23元、651,859.23元、493,000.00元，占公司利润总额分别为39.10%、116.07%、24.59%，如果公司未来收取的政府补助发生变化，可能对公司的财务状况产生一定不利影响。

释义

除非本文另有所指，下列词语具有的含义如下：

公司、本公司、股份公司、中桥传媒	指	中桥文化传媒（福建）股份有限公司
说明书、本说明书	指	中桥文化传媒（福建）股份有限公司公开转让说明书
《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（试行）》
国务院	指	中华人民共和国国务院
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
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
泉州市工商局	指	泉州市工商行政管理局
晋江市工商局	指	晋江市工商行政管理局，该局 2015 年 9 月后改名为晋江市市场监督管理局。
晋江国投	指	晋江市国有资产投资经营有限责任公司
七匹狼控股	指	七匹狼控股集团股份有限公司
红桥民资	指	泉州市红桥民间资本管理股份有限公司，2014 年 7 月前原名称为“晋江市红桥创业投资有限公司”
红桥创投	指	晋江市红桥创业投资有限公司
亲亲投资	指	福建亲亲投资有限公司
七匹狼集团	指	福建七匹狼集团有限公司
晋江广电局	指	晋江市广播电视事业局
晋江能投	指	晋江市能源投资集团有限公司
泉州展览城	指	泉州展览城有限公司
泉州出口加工区	指	泉州出口加工区投资管理有限责任公司
泉州福厦铁路	指	泉州市福厦铁路投资有限公司
泉州保税物流中心	指	泉州市保税物流中心有限公司
晋江经济报	指	晋江经济报发展有限责任公司
晋江燃料	指	福建省晋江市燃料有限公司

晋江公共交通	指	晋江市公共交通有限公司
海峡工业原料城	指	海峡工业原料城(福建)有限公司
晋江体育	指	晋江国家体育城市股份有限公司
印刷产业基地	指	省印刷产业（晋江）基地开发建设有限公司
装备制造业基地	指	福建省装备制造业（晋江）重点基地有限公司
晋江航空	指	晋江市航空工业发展有限公司
泉南高铁	指	晋江市泉南高铁经济综合开发有限公司
恒隆建材	指	晋江市恒隆建材有限公司
益众照明	指	晋江市益众照明发展有限公司
晋江天然气发电	指	福建晋江天然气发电有限公司
晋江热电	指	福建晋江热电有限公司
晋江供水	指	福建省晋江市供水有限公司
晋江自来水	指	福建省晋江自来水股份有限公司
晋江机场	指	泉州晋江国际机场股份有限公司
红桥新能源	指	福建红桥新能源发展创业投资有限公司
太平洋港口	指	晋江太平洋港口发展有限公司
三创园	指	晋江市创新创业创新园开发建设有限公司
闽侨实业	指	泉州市闽侨实业投资有限公司
国泰君安证券、主办券商	指	国泰君安证券股份有限公司
挂牌、公开转让	指	公司股份在全国中小企业股份转让系统进行挂牌及公开转让行为
元、万元	指	人民币元、人民币万元
律师事务所	指	福建天衡联合（福州）律师事务所
会计师事务所、审计机构	指	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
公司高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书
公司管理层	指	对公司决策、经营、管理负有领导职责的人员，包括董事、监事、高级管理人员
三会	指	股东大会、董事会、监事会
股东大会	指	中桥文化传媒（福建）股份有限公司股东大会
董事会	指	中桥文化传媒（福建）股份有限公司董事会
监事会	指	中桥文化传媒（福建）股份有限公司监事会

三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
章程	指	指公司2010年3月15日创立大会通过的《中桥文化传媒（福建）股份有限公司章程》
《公司章程》	指	2015年9月15日经中桥文化传媒（福建）股份有限公司临时股东大会决议通过的《中桥文化传媒（福建）股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	2015年10月20日中桥文化传媒（福建）股份有限公司2015年第二次临时股东大会审议通过并于挂牌后生效实施的《中桥文化传媒（福建）股份有限公司章程（草案）》
关联公司	指	在资金、经营、购销等方面，存在着与公司直接或间接参股、拥有或控制关系、直接或间接地同为第三者拥有或控制、其他在利益上具有相关联的关系的公司
报告期、两年一期	指	2013 年、2014 年及 2015 年 1-7 月

注：本文中凡未特殊说明，尾数合计差异系四舍五入造成。

目录

声明	i
风险及重大事项提示	ii
释义	v
目录	viii
第一节公司基本情况	1
一、基本情况	1
二、股票公开转让概况	2
三、公司股权及股东情况	4
四、公司设立及其变更和重大资产重组情况	11
五、公司董事、监事、高级管理人员情况	15
六、最近两年又一期公司主要会计数据及财务指标	18
七、挂牌相关机构情况	19
第二节公司业务与技术情况	21
一、公司主要产品	21
二、公司的组织架构及主要业务流程	25
三、公司关键资源	30
四、公司主要业务相关情况	42
五、公司商业模式	48
六、公司经营目标和计划	51
七、公司所属行业基本情况	54
第三节公司治理	72
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	72
二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果	74
三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年内是否存在违法违规及受处罚情况	75
四、公司独立性	75
五、同业竞争	77
六、公司控股股东、间接控股股东及实际控制人资金占用、担保情况	81
七、公司董事、监事、高级管理人员相关情况	82
八、公司重大诉讼、仲裁	90
第四节公司财务	93
一、最近两年一期审计意见及财务报表	93
二、报告期内采用的主要财务政策与会计估计	107
三、报告期的主要会计数据和财务指标	123
四、各期末主要资产情况	136
五、各期末主要负债情况	157
六、各期末股东权益情况	167
七、关联方、关联方关系及重大关联交易	168
八、需提醒投资者关注财务报表附注中的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	175
九、股利分配政策和报告期内分配情况	175
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	176
十一、重大事项提示及应对措施	176

第五节相关声明	182
----------------------	------------

第一节公司基本情况

一、基本情况

1、公司名称：中桥文化传媒（福建）股份有限公司

2、法定代表人：柯晋军

3、股份公司设立日期：2010 年 4 月 8 日

4、注册资本：人民币元 2,000.00 万元

5、住所：福建省泉州市晋江市青阳街道洪山路洪山文化创意产业园区美达公司四楼

6、邮编：362200

7、电话：0595-68105777

8、传真：0595-68105678

9、互联网网址：<http://www.cbcmedia.cn/>

10、电子邮箱：zhongqiaocbc@163.com

11、董事会秘书：余庆红

12、信息披露负责人：余庆红

13、所属行业：根据中国证监会 2012 年 11 月发布的《上市公司行业分类指引》规定，公司业务所在行业属于大类“L 租赁和商业服务业”中的子类“L72 商务服务业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011）公司业务属于“L72 商务服务业”中的“L7240 广告业”；根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司制定的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“L72 商务服务业”大类下的“L7240 广告业”小类；根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司制定的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司属于“13131010 广告”行业。

14、主要业务：设计、制作、发布、代理各类广告；各类大型活动的策划、

组织和市场推广，承办展览展会：企业形象、公关活动策划。

15、组织机构代码：5532248-1

二、股票公开转让概况

1、股票代码：【】

2、股票简称：【中桥传媒】

3、股票种类：人民币普通股

4、每股面值：人民币 1.00 元

5、股票总量：20,000,000 股

6、挂牌日期：【】年【】月【】日

7、转让方式：协议转让。公司股东大会已于 2015 年 10 月 10 日审议通过公司挂牌时的转让方式为协议转让。

8、股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺：

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

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》2.8 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办

券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

《公司章程》第五条规定：“公司注册资本为人民币 2,000 万元。”第十五条规定：“公司发行的股票，以人民币标明面值。”第十七条规定：“公司股份总数为 2,000 万股，均为普通股，每股面值 1 元。”第二十六条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

截至本公开转让说明书签署日，公司股东未就所持股份作出严于相关法律法规规定的自愿锁定承诺。

9、股东所持股份的质押情况：

截止本公开转让说明书签署之日，公司全体股东所持股份无冻结、质押或其他转让限制情况。

10、公司挂牌时可转让股份情况

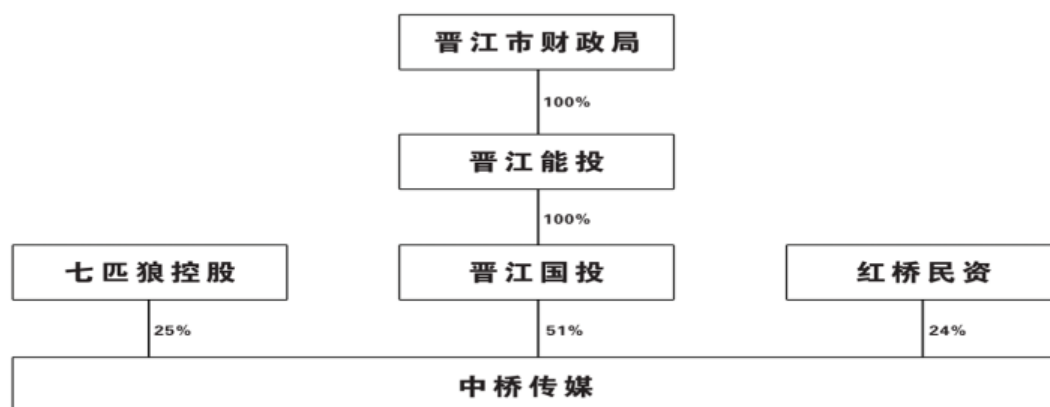
截至本公开转让说明书签署之日，公司现有股东持股情况及本次可进入全国股份转让系统公开转让股份数量如下：

单位：股

股东名称	持股数量	持股比例 (%)	股东性质	是否存在质 押或冻结	挂牌时可转让股 份数量
晋江国投	10,200,000.00	51.00	境内国有法人	否	3,400,000.00
七匹狼控股	5,000,000.00	25.00	境内法人	否	5,000,000.00
红桥民资	4,800,000.00	24.00	境内法人	否	4,800,000.00
合计	20,000,000.00	100.00	-	-	13,200,000.00

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

截至本公开转让说明书签署日，公司控股股东为晋江国投、间接控制人为晋江能投，实际控制人为晋江市财政局。

晋江国投，成立于 2005 年 8 月 05 日，目前持有晋江市工商局核发的《企业法人营业执照》（注册号为 350582100048677），住所为晋江市梅岭街道办事处电力大厦附属楼第 6 楼；法定代表人为陈桂金；注册资本为 7,500 万元；实收资本为 3,000 万元；企业类型为企业类型为有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）；营业期限自 2005 年 8 月 5 日至 2045 年 8 月 5 日止；经营范围为“管理、运营行政事业单位不动产；从事国有资产的资本营运活动（含投资、控股、参股）；办理市政府或公有资产监督管理委员会委托的投融资及其他事项。”

晋江能投，成立于 1999 年 7 月 13 日，目前持有晋江市工商局签发的《企业法人营业执照》（注册号为 350582100060995），住所为晋江市梅岭世纪大道 679 号电力大厦裙楼 5 层；法定代表人为陈桂金；注册资本为 140,000 万元；实收资本为 140,000 万元；企业类型为有限责任公司（国有独资）；营业期限自 1999 年 7 月 13 日至 2049 年 7 月 12 日，经营范围为“能源、电力、交通、市政、公用事业、房地产、土地开发、服务业、高新技术产业等行业或项目投资；股权投资；资产管理及其咨询服务（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）”。

晋江市财政局持有晋江能投 100%的股权。晋江国投设立时由晋江市财政局下属的晋江市国有资产监督管理委员会全资控股，并于 2015 年 8 月 7 日被晋江市财政局设立的晋江能投收购其 100%的股份，故公司控股股东为晋江国投，间接控股股东为晋江能投，实际控制人为晋江市财政局。

截至本公开转让说明书签署之日，晋江国投持有股份公司 1,020 万股，占总股本的 51%，为公司第一大股东、控股股东；七匹狼控股持有公司 500 万股，占公司总股本的 25%；红桥民资持有公司 480 万股，占公司总股本的 24%。历任股份公司的法定代表人、两位董事、两位监事均由晋江市人民政府或晋江市财政局委派。两位董事从公司成立至今均经选举担任董事长与副董事长职务，负责全面统筹审核公司的日常生产经营管理计划，控制公司的经营决策和财务决策。另外，2015 年 9 月 15 日，经股东大会决议和董事会批准，公司董事长柯晋军兼任公司总经理。

根据《公司法》，并参照《上市公司收购管理办法》、《股票上市规则》、《中小企业板上市公司控股股东、实际控制人行为指引》、《〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条“实际控制人没有发生变更”的理解和使用——证券期货法律适用意见第 1 号》等文件关于实际控制人的规定，认定晋江市财政局为公司实际控制人的依据充分、合法。

综上所述，晋江国投为公司的控股股东，晋江能投为公司的间接控股股东。中桥传媒的控股股东、间接控股股东、实际控制人认定的依据充分、合法。

报告期内公司控股股东未发生变化。

公司最近两年实际控制人无实质性变化。

（三）公司前十名股东及持有 5%以上股份股东情况

1、公司持有 5%以上股份股东情况

单位：股

序号	股东名称	持股数量	持股比例 (%)	股东性质	直接或间接持有的股份是 否存在质押或其他争议事 项
1	晋江国投	10,200,000.00	51.00	境内国有法人	否

序号	股东名称	持股数量	持股比例 (%)	股东性质	直接或间接持有的股份是否存在质押或其他争议事项
2	七匹狼控股	5,000,000.00	25.00	境内法人	否
3	红桥民资	4,800,000.00	24.00	境内法人	否
合计		20,000,000.00	100.00	-	-

（1）晋江国投，详见本说明书“第一节、三、（二）控股股东、间接控股股东及实际控制人情况”部分。

（2）七匹狼控股，成立于 2000 年 2 月 25 日，目前持有厦门市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》（注册号为 350000100025779），住所为厦门市思明区台南路 77 号汇金国际中心 31 层；法定代表人为陈鹏英；注册资本为 140,000 万元；实收资本为 140,000 万元；经营范围为“项目投资；资产管理；日用百货、工艺礼品、文体用品、电脑软硬件及配件、包装材料、办公用品销售；技术服务；咨询服务”。

七匹狼控股目前的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	周少明	8,000.00	5.71
2	周连期	4,800.00	3.43
3	周少雄	8,000.00	5.71
4	陈鹏玲	3,200.00	2.29
5	七匹狼集团	116,000.00	82.86
合计		140,000.00	100.00

（3）红桥创投，成立于 2008 年 10 月 29 日，2014 年 7 月 3 日更名为红桥民资，目前持有泉州市工商局核发的《企业法人营业执照》（注册号为 350582100095886），住所为福建省泉州市晋江市青阳曾井小区崇德路中银大厦 7 层；法定代表人为吴火炉；注册资本为 30,600 万元；经营范围为“资本管理、项目投资、短期财务性投资、投资咨询；创业投资业务；代理其他创业投资企业

等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与企业投资管理顾问机构”。

红桥民资目前的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴股本额（万元）	占股本总额比例（%）
1	亲亲投资（发起人）	14,290.00	46.70
2	七匹狼控股（发起人）	5,300.00	17.32
3	福建兴桥股权投资有限公司	5,000.00	16.34
4	红桥（泉州）投资有限公司（发起人）	2,800.00	9.15
5	泉州市多方赢投资管理合伙企业（有限合伙）（发起人）	1,100.00	3.59
6	厦门大兴财富投资管理有限公司	360.00	1.18
7	深圳红桥投资有限公司	300.00	0.98
8	吴永德	800.00	2.62
9	李可丹	350.00	1.14
10	李晖春	250.00	0.82
11	吕吉祥	50.00	0.16
合计		30,600.00	100.00

经查验，红桥民资为私募基金。红桥民资管理人福建红桥创业投资管理有限公司已经于2014年5月26日在中国证券投资基金业协会办理了私募基金登记备案。公司另外两名股东晋江国投和七匹狼控股，不存在出资人以非公开方式向其他投资者募集的资金对公司出资的情形、不存在出资人以由基金管理人或普通合伙人管理的以投资活动为目的的公司或合伙企业的资产对公司出资的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律规定的私募投资基金，不用依照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等法规办理登记、备案手续。

2、公司间接持股5%以上股东情况

（1）晋江能投，详见本说明书“第一节、三、（二）控股股东、间接控股股东及实际控制人情况”部分。

(2) 亲亲投资，成立于 2006 年 10 月 27 日，泉州市工商局签发的注册号为 350500100043487 的《企业法人营业执照》；住所为晋江市五里工业园区；法定代表人为吴火炉，注册资本为 25,000 万元，企业类型为有限责任公司，营业期限自 2006 年 10 月 27 日至 2056 年 10 月 26 日；经营范围为“对食品制造业、高新技术产业、工业、商业、农业、建筑业、娱乐行业、医疗机构、房地产、城市基础设施建设等国家允许的行业和项目投资及管理。（以上经营范围涉及许可经营项目的应在取得有关部门的许可后方可经营，在许可的范围和期限内开展经营活动）”。亲亲投资股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例(%)
1	吴火炉	15,300.00	61.20
2	吴庆省	4,300.00	17.20
3	吴永德	3,000.00	12.00
4	吴银行	2,400.00	9.60
	合计	25,000.00	100.00

亲亲投资系红桥民资之控股股东。

(3) 吴火炉，男，汉族，1963 年 9 月 5 日出生，中国国籍，住所为福建省晋江市安海镇梧埭村亲亲花园 1 号，公民身份号码为 35058219630905****，拥有菲律宾共和国永久性居留权。吴火炉系亲亲投资之控股股东，红桥民资之实际控制人。

(4) 七匹狼集团，成立于 2002 年 1 月 18 日，持有晋江市工商局签发的注册号为 350582100021669 的《企业法人营业执照》住所为金井中兴南路 655 号，法定代表人为周永伟，注册资本为 120,000 万元，企业类型为有限责任公司，营业期限自 2002 年 1 月 18 日至 2022 年 1 月 17 日，经营范围为“一般经营项目：对外投资（国家法律、法规允许的行业及项目的投资）；资产管理；物业管理；体育用品、工艺美术品、纸制品、建材、百货、五金交电及日杂用品批发。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）”。

七匹狼集团股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额(万元)	占注册资本比例
1	周永伟	37,160.00	30.97
2	周少雄	37,160.00	30.97
3	周少明	37,160.00	30.97
4	陈鹏玲	6,195.00	5.16
5	洪国荣	2,325.00	1.93
	合计	120,000.00	100.00

截至本公开转让说明书签署之日，中桥传媒各股东、间接股东均无不适合担任股东情形，具备适格性；股东均以自有资金出资，出资真实，合法合规。

（四）公司股东之间关联关系

截至本公开转让说明书签署之日，公司股东之间的关联关系如下：

七匹狼控股在红桥民资投资 5,300 万元，持有 17.32%的股权。除此之外，公司股东之间无其他关联关系。公司股东的股份不存在质押或其他争议事项。

（五）公司及其控股股东、实际控制人最近两年内是否存在违法违规及受处罚情况

2014 年 6 月，公司因进项税抵扣错误被晋江市地方税务局认定为有 276,068.34 元的增值税未按时缴纳，并要求承担滞纳金 30,919.65 元，承担城建和教育费附加的滞纳金 5,350.20 元。公司已经全额支付了上述增值税和滞纳金。经向晋江市国家税务局查询，该滞纳金不属于行政处罚，是由于相关财务人员不熟悉税法变化造成。

2014 年 4 月，公司缴纳行政处罚罚款 29,456 元，系因晋江市工商局的《行政处罚决定书》【晋工商案字[2014] 17-026 号】，被告知因公司为浩沙实业（福建）有限公司所做广播广告中使用最高级用语，违反《中华人民共和国广告法》第七条第二款第（三）项中“广告不得有下列情形：……（三）使用国家级、最高级、最佳等用语；……”的规定，作出以下处罚：1、责令停止发布、并公开更正消除影响；2、没收广告费用 14,728 元；3、罚款人民币 14,728 元。经查阅上述工商行政处罚所依据的、当时有效的《中华人民共和国广告法》第七条第二

款第（三）项的规定，晋江市工商局对公司的行政处罚所适用的标准均系最低标准，而未适用“情节严重”的处罚标准。此外，2015年10月8日，作出处罚单位晋江市市场监督管理局出具《证明》，证明上述案件不属于重大违法违规行为。依据《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引（试行）》三、（二）1.2项“重大违法违规情形是指，凡被行政处罚的实施机关给予没收违法所得、没收非法财物以上行政处罚的行为，属于重大违法违规情形，但处罚机关依法认定不属于的除外；”的规定，不属于重大违法违规情形。

公司已及时、足额缴纳了上述滞纳金和罚款，不会对公司的持续经营产生影响。同时，公司加强了对相关人员的教育与培训，强化公司员工业务水平，提高风险防范能力。

除上述情形外，截至本公开转让说明书签署日，公司自2013年1月1日起至至今不存在重大违法违规行为，公司就此出具了相关声明。

2015年12月26日，龙海分公司收到龙海市国家税务局发出的《责令限期改正通知书》【龙国限改（2015）2986号】，内容为因公司070501发票-丢失发票（增值税普通发票丢失1份，发票代码：3500144320，发票号码：000241373，已登报声明作废）。根据《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条，公司于2015年12月11日前按规定保管发票，并据此作出龙国简罚（2015）374号行政处罚，对龙海分公司处以人民币200元罚款。

经查阅上述行政处罚所依据的《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条第（五）项第二款的规定，处罚的原因系因为公司未能良好的保管发票。龙海市国家税务局对公司的行政处罚所适用的标准均系最低的标准，所做处罚仅为人民币200元，不影响公司的正常经营，不构成重大违法违规。

公司控股股东晋江国投、公司间接控股股东晋江能投不存在最近两年内因违法违规行为而受到处罚的情况。晋江国投、晋江能投就此出具了相关声明。公司控股股东为晋江国投、间接控股股东为晋江能投、实际控制人为晋江市财政局，依据《法律意见书》及相关方的声明和承诺，最近两年不存在重大违法违规行为，亦未受到任何形式的处罚。

四、公司设立及其变更和重大资产重组情况

（一）公司设立及变更情况

1、公司设立

2009年，经中共晋江市委常委（扩大）会议、晋江市人民政府常务会议讨论，晋江市人民政府同意设立中桥传媒。

2015年8月19日，晋江市人民政府针对上述有关会议精神，出具了《晋江市人民政府关于确认中桥文化传媒(福建)股份有限公司设立时相关情况的意见》，确认中桥传媒系由晋江广电局提议创办、由晋江国投投资1,020万元（占中桥传媒51%股权）、晋江市人民政府批准成立的国有控股企业。

2010年1月15日，晋江国投、七匹狼控股、红桥创投签署了《中桥文化传媒（福建）股份有限公司发起人协议书》。

2010年3月15日，中桥传媒召开首次股东会议，公司股东晋江国投和七匹狼控股、红桥创投签署了《中桥文化传媒（福建）股份有限公司公司章程》，约定：晋江国投以货币出资1,020万元，占出资额的51%；七匹狼控股以货币出资500万元，占出资额的25%，红桥创投以货币出资480万元，占出资额的24%。股东大会选举苏延辉任公司董事长，陈桂金任公司副董事长，李卫亮任董事兼总经理，吴智瑞、吴火炉任公司董事。董事任期三年。王志宏任监事会主席，蔡秋红、柯安邦任监事，监事任期三年。其中柯安邦为职工代表监事。

2010年4月1日，泉州丰泽明华联合会计师事务所出具《验资报告》（丰泽明华验字[2010]J04-009号），确认股东晋江国投、七匹狼控股和红桥创投对中桥公司的出资全部到位。根据该《验资报告》，中桥公司设立时，股东晋江国投以货币出资1,020万元，占注册资本的51%；股东七匹狼控股以货币出资500万元，占注册资本的25%；股东红桥创投以货币出资480万元，占注册资本的24%。

2010年4月8日，泉州市工商局向公司颁发《企业法人营业执照》，注册号为350500100051438。公司设立时的基本情况如下：

名称	中桥文化传媒（福建）股份有限公司
----	------------------

住所	晋江市青阳街道广播电视中心一楼 101-103 号
法定代表人	苏延辉
注册资本	2000 万元
公司类型	股份有限公司（非上市，国有控股）
经营范围	一般经营项目：设计、制作、发布、代理各类广告；各类大型活动的策划、组织和市场推广，承办展览展会；企业形象、公关活动策划。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）
营业期限	2010 年 4 月 8 日起至 2060 年 4 月 7 日。

公司设立时的股权结构如下：

股东名称	实缴出资额(万元)	占注册资本比例(%)	出资方式	股东性质
晋国国投（发起人）	1,020.00	51.00	货币	境内国有法人
七匹狼控股（发起人）	500.00	25.00	货币	境内法人
红桥创投（发起人）	480.00	24.00	货币	境内法人
合计	2,000.00	100.00	——	

中桥传媒设立时，发起人为设立股份有限公司而签订的《发起人协议》符合当时有关法律、法规及规范性文件的规定，合法有效；中桥传媒创立大会的召集、召开程序、符合当时有关法律、法规及其他规范性文件的规定；创立大会的各项决议均有出席创立大会的全体发起人签字，创立大会通过的决议合法有效；中桥传媒设立过程中，全体股东以现金出资，不存在以评估值入资设立股份公司的情形，不存在股东以未分配利润转增股本的情形；各股东出资设立中桥传媒，已经工商行政管理部门核准登记，且履行了财务审计、资产评估、验资等必要的程序，符合有关法律、法规及规范性文件的规定。中桥传媒设立合法合规。

2、股份公司设立以来的历次工商变更情况

2011 年 9 月 14 日，公司召开临时股东大会，决定修订公司章程，将原公司章程第三十六“公司的法定代表人代表公司签署有关文件，任期三年，由股东大会选举产生，任期届满，可连选连任。”修改为“公司的法定代表人由董事长担任，并依法登记。公司法定代表人代表公司签署有关文件，任期三年，由董事会

选举产生，任期届满，可连选连任。”，并同意免去苏延辉的董事长及法定代表人职务，选举郑科伟为董事长并担任公司法定代表人。

2011年9月29日，泉州市工商管理局核定了上述变更，公司取得了变更后的《企业法人营业执照》。

2013年12月23日，公司修订了公司章程。公司住所变更为晋江市青阳街道洪山文化创意产业园区美达公司四楼。

2013年12月23日，泉州市工商管理局核定了上述变更，公司取得了变更后的《企业法人营业执照》。

2014年2月20日，公司通过股东大会决议，免去李卫亮董事职务，选举王双奇任公司董事。

2014年10月30日，公司通过股东大会决议，免去郑科伟、吴智锐、吴火炉的董事职务，选举柯晋军、曾佳溢、吴家旺任公司董事。同日，公司通过董事会决议，免去郑科伟的董事长及法定代表人职务，选举柯晋军为公司董事长并担任公司法定代表人。

2014年12月9日，泉州市工商管理局核定了上述变更，公司取得了变更后的《企业法人营业执照》。

2015年9月15日，公司通过股东大会决议，免去王双奇董事，选举余庆红任公司董事，审议通过《公司章程》。

2015年11月10日，泉州市工商管理局核定了上述变更，公司取得了变更后的《企业法人营业执照》。

2015年9月25日，公司第五届董事会第一次会议审议通过了《关于公司申请股票进入全国中小企业股份转让系统挂牌并转让的议案》、《关于提请股东大会授权董事会全权办理公司申请股票进入全国中小企业股份转让系统挂牌并转让相关事宜的议案》、《关于聘请公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并转让项目审计机构的议案》、《关于修订公司章程并于挂牌后生效的议案》、《关于确定公司业务发展目标的议案》、《关于股票挂牌后采取协议转让方式的议案》等事项。

2015年10月14日晋江市财政局出具了《晋江市财政局关于核准中桥文化传媒（福建）股份有限公司国有股权的批复》（晋财〔2015〕421号），确认公司的国有股权设置为晋江国投持有中桥传媒1,020万股，持股比例为51%。

2015年10月10日，公司召开2015年第二次临时股东大会，到会股东3名，代表股份数2,000万股，占公司股份总数的100%，公司董事、监事和董事会秘书出席本次会议，总经理和其他高级管理人员列席。经审议和表决，公司股东一致同意并作出决议如下：

（1）审议通过《关于公司申请股票进入全国中小企业股份转让系统挂牌并转让的议案》，同意公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让。公司股票在挂牌后，将根据有关法律、法规和规范性文件的规定，继续建立健全公司治理机制并严格履行信息披露义务（包括但不限于披露公开转让说明书、年度报告、半年度报告及其他信息披露内容）。

（2）审议通过《关于授权董事会全权办理公司申请股票进入全国中小企业股份转让系统挂牌并转让相关事宜的议案》。

（3）审议通过《关于聘请公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并转让项目审计机构的议案》。

（4）审议通过《关于修订公司章程并于挂牌后生效的议案》，《公司章程（草案）》于公司挂牌后生效实施。

（5）审议通过《关于确定公司业务发展目标的议案》。

（6）审议通过《关于股票挂牌后采取协议转让方式的议案》。

中桥传媒自设立以来，未出现过增资、减资或股权变动等行为。

中桥传媒股权清晰、股权变动及股份发行转让合法合规，符合《全国中小企业股份转让系统业务规则（实行）》中“股权明晰、股份发行转让合法合规”的挂牌条件。

（二）公司设立以来重大资产重组情况

根据证监会《非上市公司重大资产重组管理办法》，截至本公开转让说

明书签署之日，中桥传媒未发生重大资产重组。

（三）公司龙海分公司情况

公司目前设有一个分公司，具体情况如下：

公司龙海分公司设立于 2014 年 1 月 22 日，设立时持有福建省龙海市工商行政管理局签发的注册号为 350681100074407《营业执照》，营业场所为龙海市榜山镇平宁路 57 号，负责人为童海勇，企业类型为有限责任公司分公司，营业期限为长期，经营范围为“一般经营项目：设计、制作、发布、代理各类广告；各类大型活动的策划、组织和市场推广，承办展览展会；企业形象、公关活动策划。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）”。

2015 年 11 月 12 日，龙海分公司申请负责人变更，变更后的负责人为公司副总经理陈柏菁。2015 年 11 月 13 日，福建省龙海市工商行政管理局同意了上述申请，签发了新的统一社会信用代码为 91350681091369224F《营业执照》。

龙海分公司是公司开拓福建省龙海市业务而设立的项目分支机构，其设立合乎法律规定，不具备独立法人资格，行为后果由公司承担。

五、公司董事、监事、高级管理人员情况

（一）董事基本情况

公司董事会由柯晋军、陈桂金、曾佳溢、吴家旺、余庆红五位董事组成，董事长为柯晋军，副董事长为陈桂金。

1、董事长：柯晋军，中国国籍，无境外居留权，男，38 岁，毕业于湖北大学，研究生学历。1998 年 12 月至 2000 年 12 月，部队服役，2001 年 1 月至 2009 年 7 月任晋江广电局记者、制作片人职务；2009 年 8 月至 2015 年 8 月任晋江广电局电视台副台长；2014 年 10 月 30 日起当选并担任公司董事长职务，2015 年 8 月 31 日起兼任公司总经理。

2、副董事长：陈桂金，中国国籍，无境外居留权，男，55 岁，毕业于安徽财贸学院，大专学历。1981 年 8 月至 1992 年 10 月任晋江青阳供销合作社统计员、业务员，1992 年 11 月至 1994 年 3 月任晋江市土产日杂公司副经理，1994

年4月至2005年6月任晋江青阳供销合作社副主任、主任，2005年至今任晋江国投董事长、总经理，2010年4月起当选并担任公司副董事长，在外兼职情况详见本说明书“第三节、七、（四）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况”。

3、董事：吴家旺，中国国籍，无境外居留权，男，38岁，高中。1995年8月至1996年6月任梧埕面粉厂副总助理兼仓管员，1996年7月至2006年12月任福建亲亲股份有限公司大区经理，2007年1月至2007年6月任亲亲投资总裁助理，2007年7月至2010年12月任晋江世纪食品城房地产有限公司常务副总，2011年1月至2014年8月任红桥民资总裁助理，2014年9月至今任红桥民资任监事、总裁助理兼短期财务投资业务总监；2014年3月24日起当选并担任中桥传媒董事职务；在外兼职情况详见本说明书“第三节、七、（四）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况”。

4、董事：曾佳溢，中国国籍，无境外居留权，男，40岁，毕业于集美大学财经学院，本科学历。2000年4月至今任恒隆建材副总经理、总经理。2003年至今任七匹狼集团第一届、第二届董事会董事及第三届、第四届、第五届监事会主席；2004年10月至2007年1月任新丝路服装制造城有限公司副总经理；2007年1月至2010年10月任泉州金弘房地产开发有限公司副总经理；2010年11月至2014年5月任晋江市融资担保有限责任公司总经理助理兼融资担保部经理；2014年5月至今任晋江市融资担保有限责任公司董事、副总经理；2014年12月至今，任公司董事；在外兼职情况详见本说明书“第三节、七、（四）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况”。

5、余庆红：中国国籍，无境外居留权，男，34岁，2003年华侨大学新闻与广告学专业大专毕业，2009年厦门大学广告学本科学历。2005年至2008年，在晋江电视台总编室和综合部任职；2009年至2015年8月任晋江电视台《财富晋江》记者；2015年9月至今受聘任中桥传媒董事会秘书。

（二）监事基本情况

监事会由王志宏、蔡秋红、柯安邦三名监事组成，王志宏为监事会主席，柯安邦为职工监事，由职工代表大会选举产生。

监事会长：王志宏，中国国籍，无境外居留权，男，37岁，1996年泉州商业学校三资财会专业毕业，2006年中央党校函授学院本科班公共管理专业毕业，本科学历。1997年1月至2005年4月任晋江市财政局科员；2005年5月至2010年7月任晋江市财政局行政事业科副科长；2010年8月至2012年5月任晋江市财政国库支付中心组长、清资办主任；2012年6月至2015年6月任晋江市国有资产管理中心主任；2015年7月起任晋江市国库支付中心组长，协助国资科工作；2012年1月至2015年4月兼任晋江能投董事、副总经理；2015年5月起兼任晋江能投董事长。2010年4月至今由晋江市财政局委派并经选举任公司监事长。在外兼职情况详见本说明书“第三节、七、（四）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况”。

监事：蔡秋红，中国国籍，无境外居留权，女，52岁，毕业于中央广播电视大学会计专业，大专学历，高级审计师职称。1990年6月至1997年12月任晋江市审计师事务所职员；1998年1月至1999年12月任晋江市审计局工商企业科科长；2000年1月至2005年3月任晋江市审计局科教文卫科副科长；2005年4月至2011年12月任晋江市审计局经济贸易科科长；2012年1月至2015年4月任晋江市审计局经贸与社保科科长；2015年5月至今任晋江市审计局经济责任科科长。2010年成立至今由晋江市财政局委派任公司监事。

监事：柯安邦，中国国籍，无境外居留权，男，35岁，2004年长春理工学院行政管理专业毕业，本科学历，2005年至2008年个体户，2008年1月至2010年3月份晋江电视台广告任广告业务员；2010年3月至今任中桥传媒活动部总监兼职工代表监事。

（三）高级管理人员基本情况

公司高级管理人员包括总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书。高级管理人员的基本情况如下：

1、柯晋军先生，总经理，详见本说明书“第一节、五、（一）董事基本情况”部分。

2、陈柏菁，公司副总经理，中国国籍，无境外居留权，男，33岁，2003

年泉州华侨大学新闻广告专业毕业，2005 年福建师范大学汉语言文学专业（高教自考）、本科学历，2015 年至今泉州华侨大学在职项目管理工程硕士（在读）。2003 年 7 月至 2011 年 11 月就职于泉州人民广播电台，担任记者、编辑、节目主持人、经济生活频道副总监；2011 年 12 月入职中桥传媒，任传媒事业部总监，2013 年 1 月至 2015 年 8 月 30 日任公司总经理助理，2015 年 8 月 31 日起任公司副总经理职务。

3、财务总监：余细针，中国国籍，无境外居留权，女，31 岁，2001 年江西省万平师范大学毕业，2011 年泉州华侨大学毕业，大专学历。2006 年 2 月至 2009 年 2 月，任晋江大鲨鱼鞋业有限公司主办会计；2009 年 2 月至 2010 年 3 月，任石狮佐岸服饰有限公司财务总监助理；2010 年 3 月至 2014 年 12 月，任泉州美旗物流管理公司结算部副经理；2015 年 1 月至 2015 年 8 月 30 日任公司财务经理，2015 年 8 月 31 日起任公司财务总监职务。

4、董事会秘书：详见本说明书“第一节、五、（一）董事基本情况”部分。

六、最近两年又一期公司主要会计数据及财务指标

单位：万元

项目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
总资产（万元）	3,301.06	3,251.79	3,084.49
总负债（万元）	1,029.47	1,119.03	984.74
股东权益合计（万元）	2,271.59	2,132.76	2,099.75
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	2,271.59	2,132.76	2,099.75
每股净资产（元）	1.14	1.07	1.05
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	1.14	1.07	1.05
资产负债率（%）	31.19	34.41	31.93
流动比率（倍）	2.53	2.14	1.90
速动比率（倍）	2.53	2.14	1.90
项目	2015 年 1-7 月	2014 年 1-12 月	2013 年 1-12 月
营业收入（万元）	1,780.09	2,795.58	2,611.28
净利润（万元）	138.83	33.00	133.31

归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	138.83	33.00	133.31
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	84.46	-9.85	117.19
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）	84.46	-9.85	117.19
毛利率（%）	27.91	23.75	36.46
净资产收益率（%）	6.11	1.55	6.35
扣除非经常性损益的净资产收益率（%）	3.72	-0.46	5.58
基本每股收益（元/股）	0.07	0.02	0.07
稀释每股收益（元/股）	0.07	0.02	0.07
应收账款周转率（次）	2.53	5.19	4.94
存货周转率（次）			
经营活动产生的现金流量净额（万元）	76.19	433.33	451.43
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.04	0.22	0.23

七、挂牌相关机构情况

（一）主办券商

名称	国泰君安证券股份有限公司
法定代表人	杨德红
住所	中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号
联系电话	021-38676666
传真	021-38670666
项目经办人员	项目负责人：李勤
	项目小组成员：陈文飞、郑传锬、庄强

（二）律师事务所

名称	福建天衡联合（福州）律师事务所
机构负责人	林晖
住所	中国福州广达路 108 号世贸国际中心 10 层
联系电话	0591-83810300
传真	0591-83810301

项目经办人员	项目负责人：林晖
	项目小组成员：林晖、李梟冰、陈韵

（三）会计师事务所

名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
机构负责人	徐华
住所	北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场5层
联系电话	0592-2218833
传真	0592-2218833
项目经办人员	项目负责人：林宏华、王启盛
	项目小组成员：郭毅辉、蔡达雄、薛冰、郑凯智

（四）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

第二节公司业务与技术情况

一、公司主要产品

（一）公司的主要业务

公司主要业务为媒体代理、活动策划、户外媒体和广告制作。

媒体代理业务是指为客户的广告投放进行媒体数据分析，制定媒体策略、媒体投放计划，并按照客户确认的广告投放计划代理客户实施媒体购买、媒体投放及媒体监测工作。活动策划业务是指公司策划、开发、组织、承办各种专业体育赛事、文艺演出、商业展览和会议论坛等活动。户外媒体业务是指公司开发户外媒体资源，为客户代理发布户外广告。广告制作业务是指公司根据客户需求制作广告。

公司自设立以来主营业务没有发生重大变化。

（二）公司主要产品

1、媒体代理

报告期内，公司媒体代理业务主要是代理晋江电视台及晋江广播电台的媒体广告。另外公司还独家代理龙海广播电视台电视广告以及代理安徽卫视、云南卫视、东方卫视等全国性卫视媒体广告，另外公司也与新浪、腾讯等各类门户网站、优酷土豆、爱奇艺、IPTV 等视频网站等互联网新媒体开展合作。

（1）电视媒体

公司独家代理晋江电视台侨乡频道、民生频道、体育频道等 3 个频道所有的广告资源，含平播广告、专题广告、游走字幕广告、角标广告及电视栏目的冠名、特约、赞助等。

公司独家承包龙海广播电视台“综合频道”、“影视频道”所有广告时段的广告业务，包括商业广告、商务信息发布、点歌、栏目冠名等。

媒体代理业务展示图如下：



（2）广播媒体

公司独家代理晋江广播电台“FM91.4 侨乡之声”所有广告资源，含平播广告、专题广告、广播栏目的冠名、特约、赞助等。

2、活动策划业务

公司以经营文化创意产业相关项目为核心，策划、开发、组织、承办各种专业体育赛事、文艺演出、商业展览和会议论坛等活动，主要涵盖晋江电视台运营栏目的线下活动策划、政府资源的深度策划和经营、大型赛事资源福建区域落地策划及整合，品牌大型活动的策划及执行、新品上市公关媒体整合等。

活动策划业务是公司重点发展的业务板块，是公司未来业务转型的方向及利润主要增长点，特别是体育赛事运营方面，报告期内公司连续三年参与国家级体育赛事的项目招商，其中 2015 年全国沙滩排球大满贯赛晋江站，公司除承担项目招商外，也参与项目执行。具体情况如下表：

序号	赛事项目名称	期限	获取方式	收益分配
1	2013 年中国晋江自行车公开赛招商项目	截止至 2013 年 10 月底	与晋江市文化体育新闻出版局签订协议	总承包形式，公司须支付给晋江市文化体育新闻出版局 38.11 万元承包费。
2	2013 年全国沙滩排球巡回赛晋江站招商项目	截止至 2013 年 6 月底	与晋江市文化体育新闻出版局签订协议	招商完成后一次性支付晋江市文化体育新闻出版局 57.08 万元剩余招商款。

3	“2014 年亚洲沙滩排球锦标赛·晋江”和“2014 年中国·晋江自行车公开赛”招商项目	2014 年 3 月 20 日至赛事结束	与晋江市文化体育新闻出版局签订协议	两项活动中标总金额为 400.15 万元，根据募集到账的赞助金额多少，公司可分得赞助额 40%或 50%的费用。
4	2015 年全国沙滩排球大满贯赛晋江站招商及执行单位	赛事于 2015 年 5 月 28 日至 31 日举行	由公司与晋江市文化体育新闻出版局共同向晋江市人民政府请示取得	赛事经费预算约 300 万元，其中 150 万元由文体局承担，其余部分由公司市场运作。

报告期内公司参与的赛事运营项目招商情况如下：

单位：元

赛事名称	签约总金额	招商客户数
2013年全国沙滩排球巡回赛“浩沙杯”晋江站	2,094,000	18
2013年“361°杯”中国·晋江自行车公开赛	1,833,000	26
2014年“好彩头杯”亚洲沙滩排球锦标赛晋江站比赛	2,795,000	38
2014年“361°杯”第二届中国·晋江自行车公开赛	1,737,000	46
2015年全国沙滩排球大满贯赛“好彩头杯”晋江站	2,108,900	46

活动策划业务展示图如下：



3、户外媒体业务

公司一直致力于省内各区域的户外广告开发，通过竞标和协商等方式，报告期内公司与晋江市民政局、晋江市市政园林局、泉南高铁等机构达成合作协议，获得晋江市主要街道灯箱路名牌广告经营权、部分公交候车亭广告位经营权、晋江市火车站站前广场户外媒体资源的独家经营权，此外公司也在开拓公交车车身广告经营权等其他户外资源。公司依托拥有的户外媒体资源，为客户制定品牌形象宣传与推广策略并代理发布户外广告。

公司主要户外媒体户外广告资源如下：

资源名称	资源实物图	资源介绍
------	-------	------

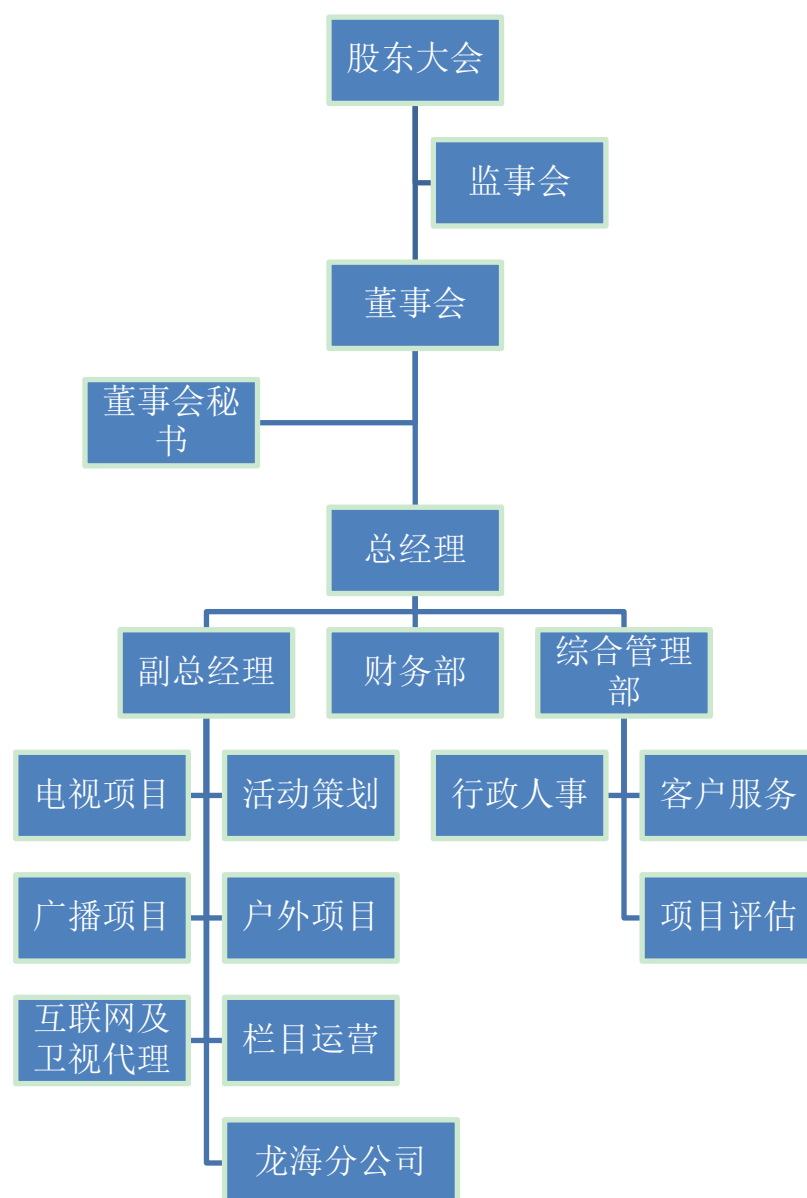
街道灯箱路名牌		公司拥有近 300 座的街道路名牌广告网,覆盖晋江市各主要街道路口
公交候车亭广告		公司拥有晋江主要街道公交亭广告牌 57 座
晋江动车站户外广告		晋江动车站作为晋江市重要的交通枢纽中心,是晋江对外的一个形象窗口。公司拥有晋江动车站站前大道三角型三面翻、T 型立柱、T 型三面翻、站前广场 LED、LED 三面翻、动车造型广告栏、停车场景观灯箱等广告资源。

（4）广告制作业务

公司根据客户需求，为其制作宣传片、专题片等，广告制作业务占公司营业收入的比例很少。

二、公司的组织架构及主要业务流程

（一）公司内部组织结构图



（二）公司主要业务部门职能介绍

1、电视项目部

电视项目部的主要职能是运营公司独家代理的晋江电视台资源，维护老客户，开拓新客户，在传统媒体代理业务的基础上，利用电视栏目策划活动，拓展新的市场，创新销售方式，完成部门销售计划。

2、广播项目部

广播项目部的主要职能是运营公司独家代理的晋江广播电台“FM91.4 侨乡之声”的资源，在传统媒体代理业务基础上借助广播与落地活动、互联网互动等

创新方式增加客户粘度，维护老客户，开拓新客户，完成部门销售计划。

3、品牌活动策划部

品牌活动策划部的主要职能是以经营文化创意产业相关项目为核心，主要涵盖政府资源的深度策划和经营、大型赛事资源福建区域落地策划及整合，品牌大型活动的策划及执行、新品上市公关媒体整合等。通过策划活动进行客户招商，完成部门销售计划。

4、户外项目部

户外项目部的主要职能包括利用公司户外媒体资源，维护老客户，开拓新客户，完成部门销售计划。另外，户外项目部也负责公司现有户外资源的建设和日常维护，以及寻找和开发新的户外资源，创新销售方式，扩大市场份额，提高销售效率。

5、互联网及卫视代理部

互联网及卫视代理部的主要职能是互联网新媒体资源和卫视频道等全国性媒体资源的开发和维护。根据客户的需求，整合媒体资源，提供全新的媒体品牌宣传服务及创意内容生产，维护老客户，开拓新客户，完成年度销售计划。

6、栏目运营部

栏目运营部的主要职能是独立运营晋江电视台《彩虹桥》、《奔跑吧汽车》等几档节目，并通过策划栏目的地面活动，推广拓展客户以及栏目内广告资源的销售。除现有栏目的运营管理外，栏目运营部还协助策划公司其他活动，服务存量客户，并开拓新客户，完成部门销售计划。

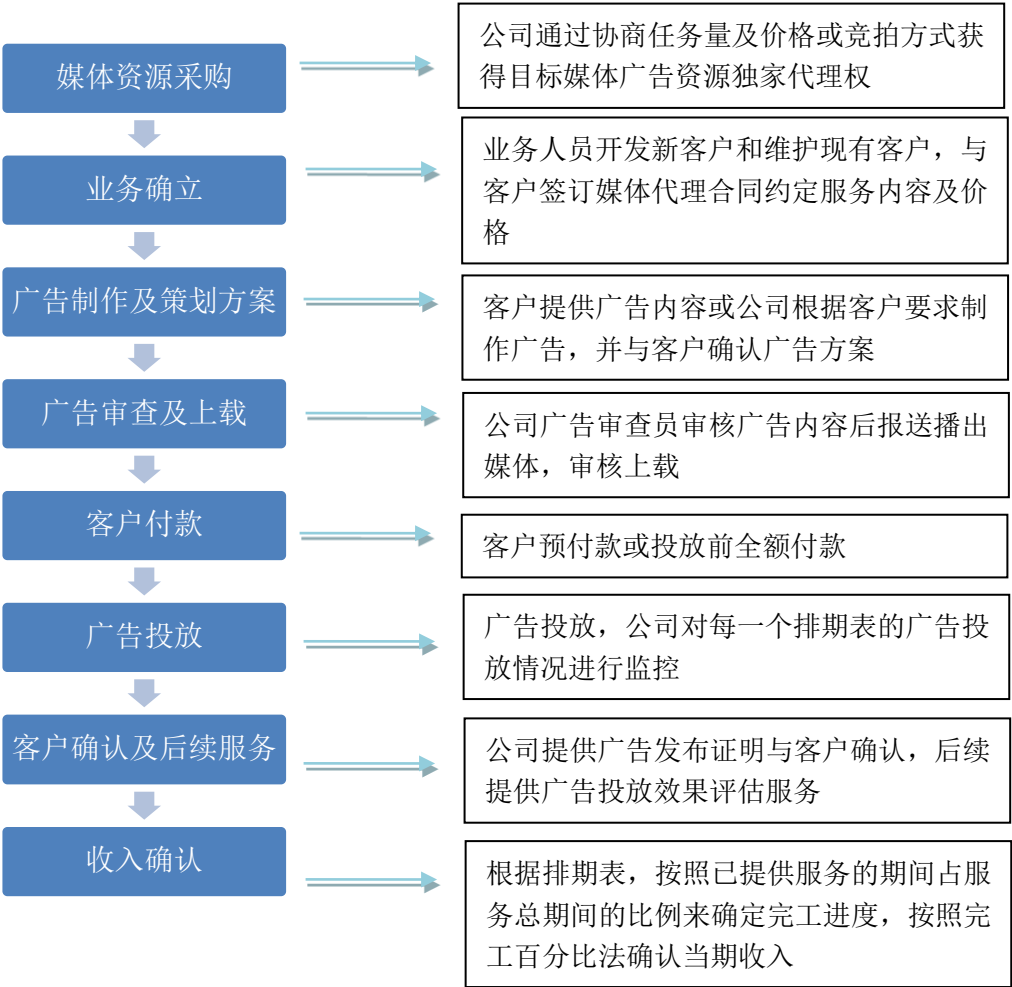
7、龙海分公司

龙海分公司的主要职能是运营龙海电视台的媒体代理业务，并在当地策划活动，拓展新的业务增长点并完成年度销售计划。

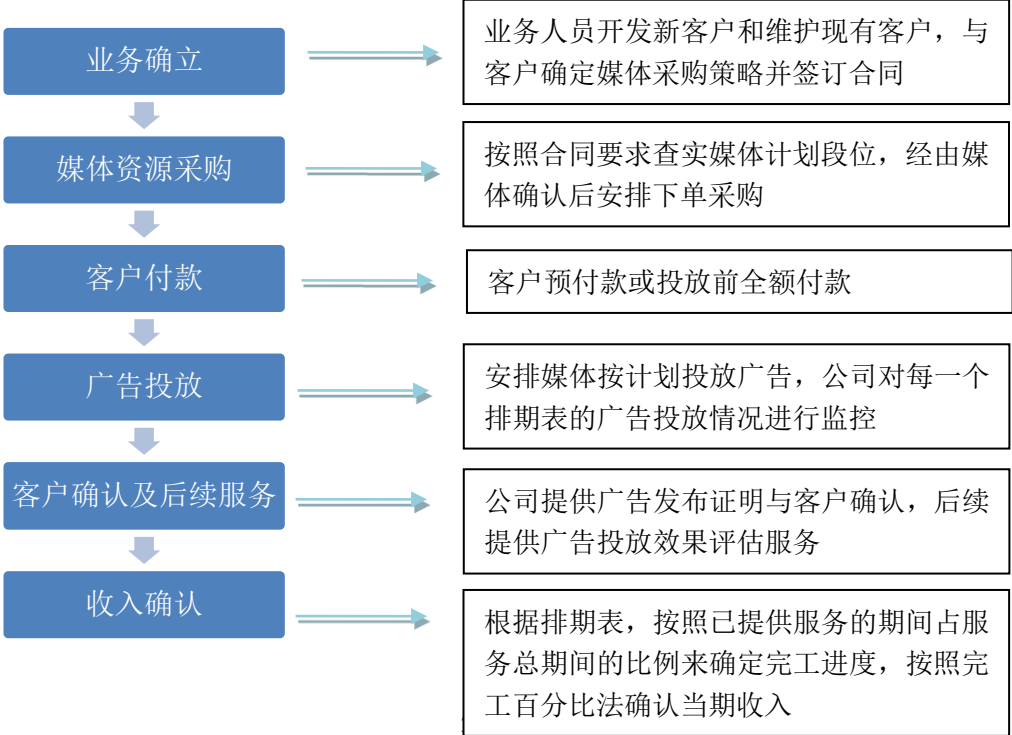
（三）主要业务流程

1、媒体代理业务流程

（1）独家代理模式的媒体代理业务流程图如下所示：

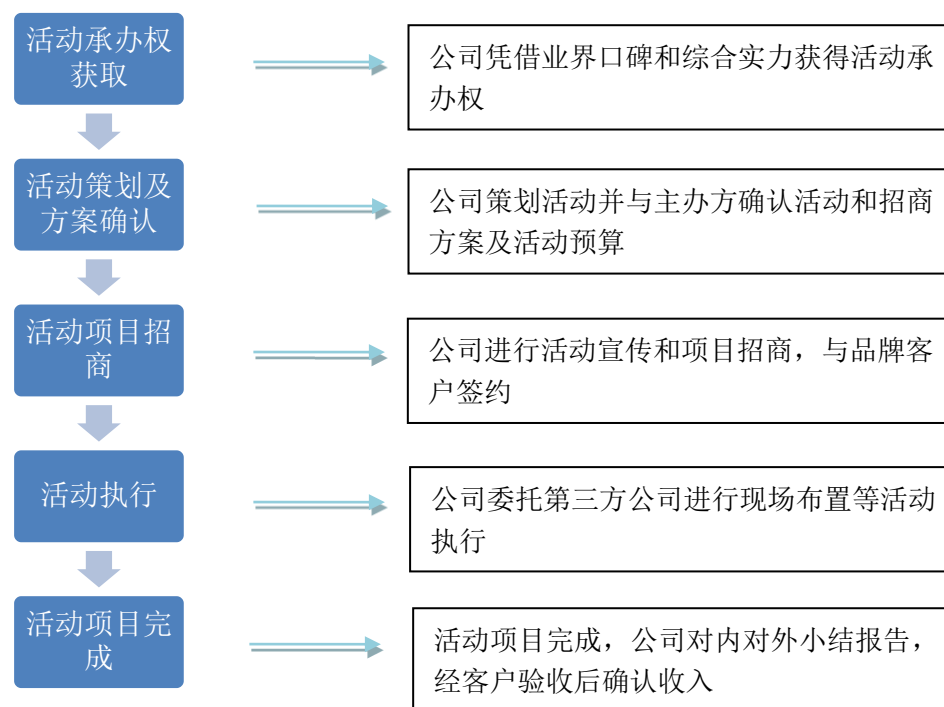


（2）常规代理模式的媒体代理业务流程图如下所示：



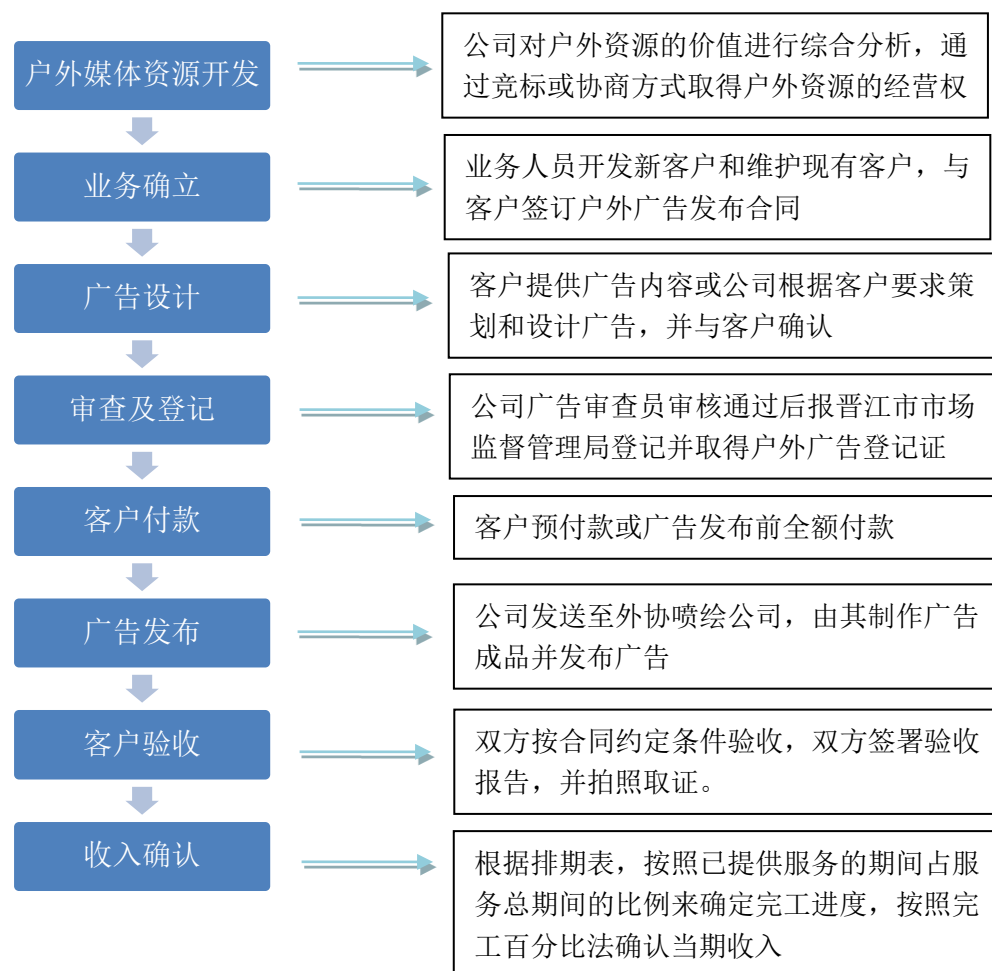
2、活动策划业务流程

活动策划业务流程图如下所示：



3、户外媒体业务流程

户外媒体业务流程图如下所示：



三、公司关键资源

（一）公司核心竞争资源

1、独家代理本土优势媒体资源

公司已与当地的主要媒体平台晋江电视台，晋江广播电台建立了良好的、长期的合作关系，独家代理晋江电视台三个频道（侨乡频道、民生频道、体育频道）和晋江广播电台“FM91.4 侨乡之声”的广告资源。

晋江电视台覆盖人口达 300 万，覆盖晋江市所有行政辖区及泉州市区通过数字电视覆盖的用户以及石狮部分地区，是晋江地区唯一的、最权威的电视广告媒体，其侨乡频道未来计划升级为侨乡卫视。

晋江广播电台“FM91.4 侨乡之声”是由晋江广播电台整合资源，运用最新的广播理念、打造的闽南强势广播媒体，全天播出 24 小时，使用频率 FM91.4MHZ，发射功率 3 千瓦，覆盖整个泉州市及福州、莆田、厦门、漳州等周边地区，覆盖人口近千万，名牌栏目 20 几个。

2、品牌之都的客户资源

公司所在的晋江市是民营经济高度发达的地区，县域经济基本竞争力位居全国百强县（市）第 5 位，经济综合实力连续 21 年居福建县级首位。晋江拥有纺织服装、制鞋、食品饮料、建陶建材、纸制品、装备制造、新材料等 7 个产值超百亿产业集群，制鞋业产值超 1000 亿、纺织服装产值超 900 亿，先后荣获“国家体育产业基地”、“世界夹克之都”、“中国鞋都”、“中国纺织产业基地市”、“中国包装印刷基地”等称誉。晋江市拥有“国字号”企业品牌 137 枚，其中中国驰名商标 111 项，中国名牌产品 24 项，出口名牌产品 2 项，是中国品牌之都，对于品牌宣传推广需求巨大，这些品牌企业大部分与公司已有业务往来，为公司提供丰富的客户资源。公司服务的部分知名品牌客户如下：

客户	广告	行业
劲霸男装（上海）有限公司		鞋服
三六一度（福建）体育用品有限公司		鞋服
喜得龙（中国）有限公司		鞋服
利郎（中国）有限公司		鞋服
天伦天（福建）户外体育用品有限公司		鞋服
九牧王股份有限公司		鞋服
安踏（中国）有限公司		鞋服
福建柒牌集团有限公司		鞋服

厦门七匹狼服装营销有限公司		鞋服
浩沙实业（福建）有限公司		鞋服
雨中鸟（福建）户外用品有限公司		雨伞
福建恒安集团有限公司		造纸
浔兴拉链科技股份有限公司		拉链
福建好彩头食品股份有限公司		食品
福建省好邻居食品工业有限公司		食品
福建公元食品有限公司		食品
福建省嘉士柏食品工业有限公司		食品
福建爱乡亲食品股份有限公司		食品
金冠（中国）食品有限公司		食品
福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司		食品

3、丰富的户外媒体资源

公司拥有晋江市主要街道灯箱路名牌广告经营权、部分公交候车亭广告位经营权、晋江市火车站站前广场户外媒体资源的独家经营权，特别是晋江市火车站站前广场户外媒体资源，火车站与机场是晋江市两个最重要的交通枢纽中心，是晋江市对外的一个重要形象窗口，公司对区域内核心户外资源的控制，体现出公

司在区域内的行业地位。

4、体育赛事运营执行团队成熟。

报告期内公司连续三年参与大型国家级赛事活动的项目招商，包括 2013 年全国沙滩排球巡回赛“浩沙杯”晋江站比赛、2013 年“361°杯”中国·晋江自行车公开赛、2014 年“好彩头杯”亚洲沙滩排球锦标赛晋江站比赛、2014 年“361°杯”第二届中国·晋江自行车公开赛的项目招商以及 2015 年全国沙滩排球大满贯赛“好彩头杯”晋江站的项目招商和执行，通过团队培养和磨合，公司已积累丰富经验，拥有成熟稳定的体育赛事运营执行团队。

（二）公司无形资产情况


1、公司经营场所

目前，公司办公场所属于租赁房屋，位于福建省泉州市晋江市青阳街道洪山路洪山文化创意产业园区美达公司四楼，系公司向晋江市美达弹性织物有限公司租赁使用的，租赁面积为 1,033.04 平方米，房产证编号为“晋房权证青阳字第 01-200262-001 号”，租赁期限 5 年，即自 2013 年 9 月 7 日至 2018 年 9 月 6 日，年租金为 185,974 元整。

上述租赁房屋尚未办理房屋租赁登记备案手续，不符合住房和城乡建设部《商品房屋租赁管理办法》的规定。根据《中华人民共和国合同法》第四十四条、最高人民法院《关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（一）》（法释〔1999〕19 号）第九条和《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释〔2009〕11 号）第四条的规定，上述房屋租赁未办理登记备案手续不影响租赁合同在法律上的有效性。而且，房屋租金相比附近的租赁价格属于市场平均租赁价格。公司可以在附近按照同等价格租赁到相应面积的房屋，不会因为房屋租赁对方不再续租而导致公司不能正常办公的情形出现。

2、公司主要无形资产

截至本公开转让说明书签署之日，公司主要无形资产为正在申请过程中的商标，具体信息如下：

注册商标	申请号	申请人	受理日期	核定使用商品/服务类别
	17673795	中桥文化传媒（福建）股份有限公司	2015.08.10	第 35 类：广告，广告代理，商业管理辅助，组织商业或广告展览，替他人推销，人事管理咨询，在计算机档案中进行数据搜索（替他人），会计，为零售目的在通讯媒体上展示商品，组织技术展览商品。第 41 类：培训，安排和组织会议，在线电子书籍和杂志的出版，广播和电视节目制作，现场表演，提供体育设施，为艺术家提供模特服务，组织文化或教育展览，流动图书馆，摄影报道商品。

（三）公司业务许可与资质情况

1、公司现有业务资质

公司目前主营业务为广告业务，计划转型为活动策划业务，特别是体育赛事运营方面。

（1）经营广告业务的经营资质。根据公司提供的营业执照等材料，中桥股份系依法设立的股份有限公司，已取得统一社会信用代码为 913505005532248210 的《营业执照》，核准的营业范围为“一般经营项目：设计、制作、发布、代理各类广告；各类大型活动的策划、组织和市场推广，承办展览展会；企业形象、公关活动策划。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）”，符合《广告管理条例》第六条“经营广告业务的单位和个体工商户（以下简称广告经营者），应当按照本条例和有关法规的规定，向工商行政管理机关申请，分别情况办理审批登记手续：（一）专营广告业务的企业，发给《企业法人营业执照》；（二）兼营广告业务和事业单位，发给《广告经营许可证》；（三）具备经营广告业务能力的个体工商户，发给《营业执照》；（四）兼营广告业务的企业，应当办理经营范围变更登记。”的规定，具备了经营广告业务的相关资质。

公司不属于《广告经营许可管理办法》和《广告管理条例实施细则》中规定的需要向广告监督管理机关申请登记并取得广告经营许可证的企业，只须在经营范围中申请有关业务即可，公司营业执照经营范围中包括设计、制作、发布、代理各类广告，各类大型活动的策划、组织和市场推广，承办展览展会等，具有相

关业务资格。截至 2016 年 1 月 8 日，公司已取得全部户外广告牌共计 27 份由晋江市市场监督管理局颁发的《户外广告登记证》，情况如下：

序号	登记证号	发布期限	广告名称	发布地点及具体位置
1	3505822015090010	2015/9/11 至 2016/4/22	广电网络	梅岭街道迎宾路许厝公交候车亭（旧青阳卫生院站）
2	3505822015090009	2015/9/15 至 2016/9/14	中桥招租	湖光西路公交亭（4 座）：万达广场对面及万达广场前中威中心城站、五店市对面及五店市广场前五店市站迎宾路公交亭（4 座）：奥林春天小区门口及小区对面奥林春天站、许厝旧青阳卫生院路口及对面卫生院站
3	3505822015090008	2015/9/15 至 2016/9/14	中桥公益广告	湖光西路公交亭（4 座）：万达广场对面及万达广场前中威中心城站、五店市对面及五店市广场前五店市站迎宾路公交亭（4 座）：奥林春天小区门口及小区对面奥林春天站、许厝旧青阳卫生院路口及对面卫生院站
4	3505822015090005	2015/9/15 至 2016/9/14	公益广告	晋江市青阳湖光西路大润发路口、晋江第一中学门口（大润发站）
5	3505822015090007	2015/9/11 至 2016/9/14	中桥招租	青阳湖光路大润发路口（大润发站）、湖光路晋江第一中学门口（大润发站）
6	3505822015090006	2015/9/11 至 2016/4/22	广电网络	青阳湖光西路、长兴路公交亭
7	3505822016010018	2016/1/8 至 2016/2/29	格林春天	世纪大道广电大厦三面翻
8	3505822016010019	2016/1/8 至 2017/1/7	中桥公益招租	晋江市内坑动车站站前广场
9	3505822016010020	2016/1/8 至 2017/1/7	中桥公益广告	晋江市内坑动车站站前大道
10	3505822016010021	2016/1/8 至 2017/1/7	公益广告	晋江市内坑动车站站前大道

序号	登记证号	发布期限	广告名称	发布地点及具体位置
11	35058220160 10022	2016/1/8 至 2016/7/7	1 号投	晋江市内坑动车站站前广场
12	35058220160 10023	2016/1/8 至 2017/1/7	旭升石材	晋江市内坑动车站站前广场
13	35058220160 10024	2016/1/8 至 2016/7/7	意大利零度	晋江市内坑镇动车站站前大道
14	35058220160 10025	2016/1/15 至 2017/1/14	联兴瓷砖 陶艺轩瓷砖	晋江市内坑动车站站前大道红绿灯处
15	35058220160 10026	2016/1/8 至 2017/1/7	中桥公益广 告	晋江市内坑动车站站前大道
16	35058220160 10001	2016/1/5 至 2017/1/4	中桥公益招 租	梅岭街道长兴路公交候车亭世纪华廷站
17	35058220160 10002	2016/1/6 至 2017/1/5	公益服务广 告	晋江市晋光路公交候车亭
18	35058220160 10003	2016/1/6 至 2017/1/4	中桥公益招 租	泉安南路公交亭（福埔 A 站、B 站、 社店 A 站、B 站）
19	35058220160 10004	2016/1/6 至 2017/1/4	中桥公益招 租	青阳长兴路公交候车亭宝龙城市广场站
20	35058220160 10005	2016/1/6 至 2016/1/10	阳光城房产 商品广告	社马路公交亭（梧垵站 A 站、 梧垵站 B 站、 华丰物流站 A 站、华丰物流站 B 站）
21	35058220160 10006	2016/1/6 至 2017/1/4	中桥公益招 租	晋光路公交候车亭（社店食品城 A 站、B 站 海 峡食品城 A 站、B 站）

序号	登记证号	发布期限	广告名称	发布地点及具体位置
22	3505822016010007	2016/1/7 至 2017/1/6	中桥公益招租	社马路公交亭（大梧塘站 A 站、B 站）
23	3505822016010008	2016/1/7 至 2017/1/5	公益广告	晋江市永和站社马路公交候车亭（英墩站 A 站、B 站、茵边站 A 站、B 站）
24	3505822016010013	2016/1/7 至 2017/1/5	中桥公益招租	晋江市西园街道晋光路（官前站、官前路口站）
25	3505822016010015	2016/1/7 至 2017/1/4	中桥公益招租	晋江市西园街道迎宾路口站
26	3505822016010016	2016/1/7 至 2017/1/4	公益广告	路牌：泉安北路吃点段 14 座，凤池路池店段 7 座，御峰路池店段 1 座、池峰路池店段 5 座、兴霞路池店段 7 座、雁山路池店段 1 座、龙池路池店段 1 座、大华路池店段 1 座、望江路池店段 3 座；公交亭：凤池路池店段 6 座。
27	3505822016010017	2016/1/7 至 2017/1/6	公益广告	晋江市内坑镇北环路公交亭 2 座，动车站站前广场大道公交亭 2 座

据此，报告期内公司存在部分未办理《户外广告登记证》的情形，可能导致潜在的行政处罚。

经了解，大部分未登记的广告牌是因为根据政府公益活动的需要，公司部分广告牌需无偿用于公益广告的发布，还有部分未办理的原因是因为属于临时性广告，广告周期较短。对于这些广告，由于负责广告登记人员法律意识薄弱，导致未及时办理工商登记备案手续。

2015 年 12 月 29 日，晋江市市场监督管理局出具《证明》，证明公司除 2014 年 4 月 24 日因违反《广告法》而被处以行政处罚外，不存在因其他违反工商法律法规行为被晋江市市场监督管理局处罚的记录。

2015 年 12 月 31 日，公司全体股东出具《承诺函》，“如因公司报告期内发

布的户外广告暂未申请办理户外广告登记证或进行备案而受到相关主管部门的处罚或者承担其他相关法律责任、遭受经济损失，公司股东将无条件替公司承担所有责任并支付全部罚款款项，使公司不因此而遭受任何损失。”

截止 2016 年 1 月 8 日，公司已经为全部的户外广告牌办理了户外广告登记证，同时，公司将强化负责户外广告登记过程，建立责任到人的奖惩机制，以避免此后再发现类似情形。

（四）特许经营权情况及其他户外广告资源

公司通过与政府部门或政府授权的项目公司签订协议的方式获取相应的特许经营权，具体如下：

序号	特许经营的项目	授权机关	特许经营的期限
1	晋江市（青阳、梅岭、西园、罗山、新塘、灵源六个街道）街路牌的设置、更换、保养、经营、维护	晋江市民政局	2010 年 7 月 11 日至 2015 年 12 月 31 日
2	晋江市火车站站前广场户外媒体八年独家经营权	晋江市内坑区域项目建设指挥部	项目正式运营之日起至 2018 年 9 月 30 日止
3	负责晋江市长兴路 4 座公交候车亭以及泉安南路 2 座站名牌的建设与经营	晋江市市政园林局	自公交候车亭及站名牌建成后 5 年
4	建设和经营晋江市社马路（10 座）和鹏青路（12 座）的公交候车亭	晋江市市政园林局	自公交候车亭建成后 5 年
5	建设和经营晋江市内坑镇部分路段的公交候车亭	晋江市市政园林局	自公交候车亭建成后 5 年

另外公司还通过合同租赁使用的方式获取户外媒体资源，具体如下：

序号	合同约定的项目内容	授权机关	约定经营期限
1	晋江市泉安北路池店段、桥南片区街路牌的设置、更换、保养、经营、维护	晋江市民政局	2014 年 03 月 01 日至 2019 年 03 月 01 日
2	广电三面翻	晋江市广电局	2016 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日

（五）员工情况

截至 2015 年 7 月 31 日，公司员工总人数 43 人。

员工文化程度结构情况如下：

项目	分类	数量（人）	各类人员占员工人数比例
学历分布	本科及本科以上	16	37.21%
	大专	18	41.86%
	中专	5	11.63%
	高中及以下	4	9.30%
合计		43	100.00%

员工年龄结构情况如下：

项目	分类（岁）	数量（人）	各年龄段人员占员工人数比例
年龄分布	24-29	19	44.19%
	30-39	23	53.49%
	40 以上	1	2.32%
合计		43	100.00%

按岗位职责划分，人员结构情况如下：

项目	分类	数量（人）	各部门人员占员工人数比例
岗位职责分布	行政管理人员	6	13.95%
	技术支持人员	14	32.56%
	业务人员	23	53.49%
合计		43	100.00%

员工社保公积金缴纳情况：

公司现有正式员工 43 人，均已与公司签订劳动合同。公司已按照有关规定建立社会保险，并开立住房公积金账户。其中已经缴纳五险的有 35 人，尚有 8 人未缴纳五险；缴纳公积金的有 32 人，尚有 11 人未缴纳。未缴纳的原因主要是员工个人已经缴纳了新农合和城镇医保后不愿缴纳五险一金，相关员工均已经签署了自愿放弃缴纳社保或公积金的《承诺函》。

截至本公开转让说明书签署之日，公司存在未为全部员工缴纳社会保险和住房公积金的情形。2015 年 9 月 6 日，晋江市人力资源和社会保障局出具《证明》，公司最近两年未发生因违反劳动保障法律法规而受到行政处罚的情形。2015 年 10 月 21 日，晋江市人力资源和社会保障局出具《证明》，证明“公司未拖欠社会保险，亦没有因未按时缴纳而受到相关行政处罚”。相关主管部门已对公司最近两年未受到相关行政处罚的情形作出确认。律师事务所出具的《法律意见书》

认为，公司执行社会保险和住房公积金的情况不构成本次挂牌的实质性法律障碍。

（六）公司核心业务人员简历及持股情况

公司核心业务人员包括柯晋军、陈柏菁、余庆红、王志明、温祖锦、王志贤、柯安邦、肖翔、颜秋蕊 9 人。

（1）基本情况

序号	姓名	公司任职情况	持股情况
1	柯晋军	总经理	无
2	陈柏菁	副总经理	无
3	余庆红	董事会秘书	无
4	王志明	电视项目部总监	无
5	温祖锦	广播项目部总监	无
6	王志贤	户外项目部总监	无
7	柯安邦	活动策划部总监	无
8	肖翔	栏目运营部总监	无
9	颜秋蕊	互联网及卫视代理部总监	无

柯晋军，简历详见本说明书“第一节、五、（一）董事基本情况”部分中的基本情况介绍。

陈柏菁，简历详见本说明书“第一节、五、（三）高级管理人员基本情况”部分中的基本情况介绍。另外，陈柏菁 2013 年获得“青商杯”晋江市首届青年职业经理人评选“百佳职业经理人称号”。

余庆红，简历详见本说明书“第一节、五、（一）董事基本情况”部分中的基本情况介绍。另外，余庆红曾获 2005 年度、2006 年度、2007 年度泉州市电视新闻报道优秀通讯员称号；主创新闻作品《福建首家民间借贷登记公司在晋江营业》获 2013 年度福建新闻奖二等奖、泉州电视新闻奖一等奖、泉州广播新闻奖一等奖；主创新闻作品《中职生首获国际鞋类设计大奖》获 2014 年度全国县级广播电视及播音主持作品评析一等奖。

王志明，中国国籍，无境外居留权，男，39 岁，毕业于泉州黎明大学，大专学历。2005 年 3 月至 2010 年 4 月就职于晋江电视台广告部，担任项目经理；

2010年4月入职公司，担任部门经理，2015年起担任公司电视项目部总监至今。

温祖锦，中国国籍，无境外居留权，男，32岁，毕业于南昌理工学院，模具设计与制造专业，大专学历。2006年9月至2010年4月就职于晋江电视台，担任广告营销人员；2010年4月入职公司，担任传媒事业部高级经理，2013年1月起担任公司广播项目部总监至今。

王志贤，中国国籍，无境外居留权，男，31岁，先后毕业于石家庄医学高等专科学校、福建金融管理干部学院，大专学历。2008年7月至2010年3月就职于青蛙王子国际控股有限公司（01259.HK），担任市场监察部副经理；2010年4月入职公司，担任传媒事业部三部经理；2013年3月至2014年1月，担任广电项目部总监；2014年2月至2014年12月，担任公司房地产行业事业部总监；2015年1月起担任公司户外项目部总监至今。

柯安邦，中国国籍，无境外居留权，男，35岁，毕业于长春理工大学，行政管理专业，本科学历。2004年7月至2008年1月独自经商；2008年2月至2010年3月就职于晋江电视台广告部；2010年3月入职公司，担任广电项目一部经理；2012年1月起担任公司活动策划部总监至今。

肖翔，中国国籍，无境外居留权，男，31岁，毕业于泉州师范学院，广播电视新闻学专业，本科学历。2007年7月至2013年5月就职于晋江电视台，担任记者、编辑；2013年6月入职公司，担任栏目运营部总监至今。

颜秋蕊，中国国籍，无境外居留权，女，29岁，先后毕业于福建农林大学、西南财经大学，本科学历。2007年1月至2007年12月就职于晋江经济报广告部，担任客户经理；2008年3月至2010年3月就职于晋江广告部，担任客户经理；2010年4月入职公司，担任互联网及卫视代理部总监至今。

2015年8月31日，公司召开第四届第三次董事会，同意王双奇因个人原因辞去公司总经理职务，通过董事长柯晋军兼任总经理职务，全面负责管理公司的各项业务。柯晋军自2014年10月30日任董事长时便把工作重心全部放在公司，负责公司的经营决策和日常事务的审批，其作为晋江本土人士，有14年的本土媒体从业经历，在晋江拥有广泛的人脉关系和客户资源。报告期内核心业务人员

除了总经理变更外，2015 年 9 月董事会秘书余庆红入司后，加强了公司核心业务人员团队，其他核心业务人员未发生变动，确保公司在经营上的稳定性和发展战略上的连贯性，未对公司持续经营和发展造成不利影响。

（2）持股情况

报告期内公司核心业务人员没有持有公司股份。

四、公司主要业务相关情况

（一）收入构成及规模情况

报告期内相关收入情况见下表：

单位：元

产品名称	2015 年 1-7 月份		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
媒体代理	12,284,261.89	69.01	15,942,406.89	57.03	15,157,569.21	58.05
户外媒体	2,253,350.93	12.66	3,616,920.02	12.94	2,517,177.58	9.64
活动策划	2,924,424.40	16.43	7,701,485.11	27.55	7,834,700.83	30.00
广告制作	267,840.27	1.50	288,433.74	1.03	324,528.31	1.24
其他业务收入	71,043.40	0.40	406,531.99	1.45	278,819.96	1.07
收入合计	17,800,920.89	100.00	27,955,777.75	100.00	26,112,795.89	100.00

2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月营业收入分别为 26,112,795.89 元、27,955,777.75 元、17,800,920.89 元。

（二）公司前五大客户及前五大供应商情况

1、公司主要客户群体及前五大客户情况

（1）公司主要客户群体

公司客户群体主要以品牌鞋服、食品、餐饮、医疗药品、房地产、金融、家装建材、教育培训等行业的企业为主，还包括政府部门等其他机构。

（2）报告期内公司前五大客户情况如下：

2015 年 1 月至 7 月前五名客户情况

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售额比例	销售内容
1	劲霸男装（上海）有限公司	4,507,075.47	25.32%	广告代理
2	福州触动传媒有限公司	836,477.99	4.70%	广告代理
3	泉州市丰泽铁路综合门诊部	740,933.06	4.16%	广告代理及发布
4	福建好彩头食品股份有限公司	566,037.74	3.18%	活动策划
5	晋江市总商会投资开发有限公司	366,876.34	2.06%	广告代理及发布
合计		7,017,400.59	39.42%	

2014 年前五名客户情况

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售额比例	销售内容
1	福建公元食品有限公司	1,566,981.13	5.61%	广告代理
2	泉州市丰泽铁路综合门诊部	954,929.25	3.42%	广告发布
3	晋江市环境保护局	904,654.99	3.24%	广告代理及发布
4	福州触动传媒有限公司	806,735.85	2.89%	广告代理
5	三六一度（福建）体育用品有限公司	754,716.98	2.70%	活动策划
合计		4,988,018.20	17.86%	

2013 年前五名客户情况

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售额比例	销售内容
1	中创瑞合（福建）文化传媒有限公司	1,544,878.42	5.92%	广告代理及发布
2	晋江广电局	1,062,983.04	4.07%	栏目制作
3	晋江市总商会投资开发有限公司	1,051,886.79	4.03%	广告代理及发布
4	晋江市环境保护局	1,034,158.39	3.96%	广告代理及发布
5	晋江万达广场有限公司	994,559.74	3.81%	广告发布、活动策划
合计		5,613,096.19	21.78%	

报告期内公司不存在单一客户重大依赖的情形，在不依赖单一客户的前提下公司客户也有一定的稳定性，能够保持公司业务的持续性。

报告期内，连续三年均与公司签订业务合同的客户共有 15 家，2013 年、2014

年和 2015 年 1-7 月份，公司对这 15 家客户的销售收入合计分别为 7,417,416.29 元、9,281,387.46 元和 5,305,926.26 元，占公司同期营业收入的比例分别为 28.41%、33.20% 和 29.81%。最近两年连续与公司签订业务合同的客户共有 25 家，2014 年和 2015 年 1-7 月份，公司对这 25 家客户的销售收入合计分别为 10,980,912.85 元和 7,000,148.83 元，占公司同期营业收入的比例分别为 39.28% 和 39.32%。由此可见，公司客户粘性较好，公司与客户合作的稳定性较好，公司在晋江区域的竞争优势明显，因此公司与现有客户的合作具有可持续性。

公司董事长和总经理柯晋军曾在晋江广电局任职，现在已经辞职，晋江广电局是公司 2013 年度第二大客户。其他公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及持有公司 5% 以上股份的股东未在上述客户中任职或拥有权益。

2、前五大供应商情况

（1）公司成本构成及规模

报告期内公司营业成本情况如下表：

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业收入	17,800,920.89	27,955,777.75	26,112,795.89
营业成本	12,832,407.88	21,315,918.18	16,591,187.68
净利润	1,388,283.14	330,045.14	1,333,073.75
毛利率（%）	27.91	23.75	36.46

公司 2013 年、2014 年及 2015 年 1-7 月份营业成本归集分配如下：

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	占比（%）	2014 年度	占比（%）	2013 年度	占比（%）
媒体代理成本	9,299,251.10	72.47	10,156,380.18	47.64	9,048,837.64	54.54
BOT 摊销成本	1,589,337.02	12.39	2,628,715.49	12.33	632,974.40	3.81
户外广告制作、喷绘、维护成本	849,912.77	6.62	2,284,134.51	10.72	2,321,159.62	13.99
活动策划成本	879,083.59	6.85	5,840,097.40	27.40	4,205,874.00	25.35
广告制作成本	171,031.07	1.33	169,958.20	0.80	258,283.02	1.56

其他业务成本	43,792.33	0.34	236,632.40	1.11	124,059.00	0.75
合计	12,832,407.88	100.00	21,315,918.18	100.00	16,591,187.68	100.00

(2) 报告期内公司前五大供应商情况

2015 年公司 1-7 月前五大供应商情况

序号	公司名称	采购额（元）	占年度采购额比例	采购内容
1	上海东方娱乐传媒集团有限公司	4,567,169.81	35.59%	广告代理
2	晋江广电局	3,852,201.26	30.02%	广告代理
3	龙海广播电视台	798,333.31	6.22%	广告代理
4	泉州新美创广告策划有限公司	358,826.21	2.80%	活动执行
5	晋江市保安服务公司	199,880.00	1.56%	活动执行
合计		9,776,410.59	76.19%	

2014 年前五名供应商情况

序号	公司名称	采购额（元）	占年度采购额比例	采购内容
1	晋江广电局	7,547,169.81	35.41%	广告代理
2	晋江市文化体育新闻出版局	1,941,819.81	9.11%	活动代理
3	龙海广播电视台	1,226,415.09	5.75%	广告代理
4	福建星光传媒有限公司	765,094.34	3.59%	活动执行
5	益众照明	444,469.36	2.09%	户外电费
合计		11,924,968.42	55.95%	

2013 年前五名供应商情况

序号	公司名称	采购额（元）	占年度采购额比例	采购内容
1	晋江广电局	8,490,566.04	51.18%	广告代理
2	福建亚特建设工程有限公司	2,098,861.70	12.65%	工程款
3	福建星光传媒有限公司	1,602,358.49	9.66%	活动执行
4	安徽广播电视台	1,284,624.57	7.74%	广告代理
5	福建省辉源金属制品有限公司	943,396.23	5.69%	材料采购

合计	14,419,807.02	86.91%	
----	---------------	--------	--

2013 年、2014 年和 2015 年 1 月至 7 月，公司向前五大供应商采购占年度采购额的比例分别为 86.91%、55.94%和 76.19%，比重较高，占比最大的供应商是晋江广电局。由于公司现任董事长和总经理柯晋军报告期内曾在晋江电视台任职，现在已经辞职，因此报告期内晋江广电局与公司存在关联关系，2013 年、2014 年和 2015 年 1 月至 7 月其占公司年度采购额比例分别为 51.18%、35.41%和 30.02%，比例较大但已呈逐年递减趋势。公司对晋江广电局存在一定的依赖风险，从采购额占比分析，公司对晋江广电局的依赖性呈逐年下降趋势，同时公司已逐步加大活动策划业务的投入力度，逐渐从传统的媒体代理为主的广告公司转型为活动策划和赛事运营为主的新型传媒公司。另外，2015 年 7 月 30 日公司与晋江广电局签订长期合作框架协议，期限五年，自 2016 年 01 月 01 日至 2020 年 12 月 31 日止，保证了公司传统媒体代理业务的稳定性。因此，公司不存在重大的因主要供应商流失而导致的经营风险，不会影响公司的持续经营能力。

晋江电视台侨乡频道于 2005 年 1 月 1 日正式开播，栏目以晋江市当地的时事资讯节目为主，成立之初其广告资源主要由晋江电视台广告部经营，每年经营利润 900 万左右。公司是一家国有控股股份公司，管理机制相对健全，运作也比较规范，立足晋江市本土，在晋江市拥有广泛的客户群体，是晋江广电局理想的战略合作伙伴。因此，公司成立后就与晋江广电局合作，独家代理晋江广电局电视媒体广告资源，2011 年 8 月 1 日起晋江广播电台的媒体广告资源也由公司代理。双方遵循友好合作，利益共赢的原则，最大限度实现双方的利益最大化。独家代理费用参考晋江电视台广告部每年经营利润合理定价，2010 年公司支付代理费为 900 万元，2011 年考虑增加晋江广播电台媒体资源，公司支付代理费是 1,003.38 万元，2012 年公司支付代理费是 1,000 万元。2012 年后福建广电网络集团股份有限公司将数字电视开机和换台广告资源收回统一经营，使得公司每年减少收入 200 多万元，且受经济环境影响，广告行业景气度逐年下滑，经与晋江广电局协商，公司独家代理费用根据市场情况合理调整。报告期内公司与晋江广电局每年签订《晋江市电视台广告代理协议》，2013 年、2014 年和 2015 年独家代理费用分别为 900 万元、800 万元和 700 万元。

根据全国县域经济专业研究机构社会智库中郡研究所发布的《2015 县域经济发展报告》，在全国百强县排名中晋江市列第 5 位，晋江市周边的南安市列第 54 位，石狮市列第 60 位。南安市和石狮市的经济综合实力与晋江市具有一定的可比性。南安电视台的广告资源由南安市广电文化传媒有限公司独家代理，其每年上缴南安市财政局的媒体代理费用 400-500 万元；石狮电视台的广告资源由石狮广电传媒有限公司独家代理，其每年上缴石狮市财政局的媒体代理费用 500-600 万元。

张灿荣¹教授认为：受宏观经济影响，实体经济增长放缓，泉州地区广告市场整体收入下降，参照泉州地区各县市电视台的广告资源代理费用，结合晋江市经济发展水平和最近几年泉州地区广告市场发展情况，2013 年、2014 年和 2015 年，公司支付晋江广电局的媒体资源独家代理费用 900 万元、800 万元和 700 万元，符合市场真实情况，价格相对公允合理。

除柯晋军外，公司其他董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及持有公司 5%以上股份的股东未在上述供应商中任职或拥有权益。

（三）报告期内公司重要合同情况

1、公司重大采购合同：

单位：元

序号	合同名称	供应商名称	金额（万元）	签订日期	履行情况
1	《晋江电视台广告代理协议》	晋江广电局	900.00	2013 年 1 月 1 日	已履行
2	《电视广告业务承包经营合同书》	龙海市广播电视局	260.00	2013 年 12 月 26 日	履行中
3	《晋江电视台广告代理协议》	晋江广电局	800.00	2014 年 1 月 1 日	已履行
4	《市场合作开发协议》	晋江市文化体育新闻出版局	400.15	2014 年 3 月 20 日	已履行
5	《晋江电视台广告代理协	晋江广电局	700.00	2015 年 1 月 1 日	履行中

¹张灿荣，首届泉州市文化名家，福建省传播学会常务理事，泉州市广播影视协会常务理事，泉州师范学院东亚城市品牌与文化产业互动发展协同创新中心主任，福建省广播电视系统专家库成员，副教授。主要研究领域是品牌创意传播、广播电视节目，主持、参与多项省、市级课题的研究。受泉州市工商局、泉州市广告协会委托，牵头开展关于“泉州市广告产业五年规划”的课题调研，主持完成《2014 泉州市广告产业五年规划调研报告》。

	议》				
6	《2015 年单一品牌产品广告投播合同书》	上海东方娱乐传媒集团有限公司	829.92	2015 年 1 月 1 日	履行中

2、公司重大销售合同

单位：元

序号	合同名称	客户名称	金额（万元）	签订日期	履行情况
1	电视广告发布合同	福建公元食品有限公司	401.50	2013 年 12 月 28 日	已履行
2	广告播出合同书	泉州市丰泽铁路综合门诊部	119.70	2014 年 7 月 25 日	已履行
3	媒体广告发布合同	晋江市总商会投资开发有限公司	100.00	2014 年 8 月 21 日	已履行
4	广告播出合同书	福州触动传媒有限公司	168.00	2014 年 9 月 1 日	已履行
5	东方卫视广告投播合同书	劲霸男装（上海）有限公司	819.00	2014 年 12 月 19 日	履行中

3、公司重大理财合同

序号	产品名称	产品类型	金额（万元）	预期收益率	起始日	到期日
1	“海西源泉”水到渠成系列人民币理财产品 2015050702 期	保本浮动收益型理财产品	800.00	0-5.2%	2015 年 5 月 7 日	2015 年 8 月 5 日

五、公司商业模式

公司是集传媒代理、品牌策划、活动推广、资源整合为一体的文化创意产业公司，定位“经营立足福建，业务遍布全国”，致力于为福建企业解决从品牌、传播、互联网推广等不同层面的发展需求。公司主要业务为媒体广告代理业务、活动策划业务和户外媒体广告业务。公司业务的上游主要为媒体和活动执行、广告制作等供应商；下游主要是企业广告主客户或政府相关单位等。

（一）销售模式

公司的销售模式主要是利用公司自身在当地业内的专业能力、良好口碑和积累的广泛人脉，通过招标、议标等方式，取得客户媒体广告代理项目、大型活动经营权等。公司发布媒体代理广告、户外媒体广告、活动项目广告等资源的价格

后，通过主动沟通、长期跟进等方式向存量客户营销以及业务团队拓展新客户来销售各类媒体和活动项目的广告资源。另外，公司也根据合作媒体的栏目特色或开拓新的媒体资源等方式来培育和挖掘客户需求，以提升销售业绩。

（二）采购模式

媒体代理方面，公司的采购主要是媒体资源的购买。根据购买的媒体资源不同，公司涉及电视、广播、互联网新媒体等在内的媒体代理。根据代理的方式不同，可以分为独家代理和常规代理两种模式。

独家代理指公司与电视台、电台或卫视频道建立广告独家代理的合作关系，通过协商或竞拍等方式承包相关媒体的广告经营权。

公司独家代理的媒体如下：

媒体名称	合同期限	备注
晋江电视台侨乡频道、民生频道、体育频道、“FM91.4 侨乡之声”	2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日	公司与晋江广电局签订长期合作框架协议，期限为五年，自 2016 年 01 月 01 日至 2020 年 12 月 31 日止
龙海电视台综合频道、影视频道	2014 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日	合同期满后，在同等条件下，公司有优先代理权

晋江电视台和晋江广播电台是晋江本土优势媒体资源，公司独家代理晋江广电局的媒体资源取得的收入占公司营业收入的比例较高。鉴于晋江广电局媒体资源的重要性，公司于 2015 年 7 月 30 日和 2015 年 12 月 1 日与晋江广电局签订《长期合作协议》和《补充协议》，约定自 2016 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，公司独家代理晋江广电局的晋江电视台侨乡频道、民生频道、体育频道、FM91.4 侨乡之声所有广告资源（包括栏目插播广告、专题广告）和广电三面翻的媒体资源，代理价格参照公司上一年度业绩完成情况，结合新一年广告投放行情进行调整，调整幅度为上浮或下降 0%-10%，有助于公司未来媒体代理业务的持续性和稳定性。报告期公司独家代理晋江广电局的媒体资源取得的收入占营业收入的比例已呈逐年递减趋势。另外，公司拥有晋江“品牌之都”丰富的客户资源，这是公司核心竞争资源，因此若公司尚失独家代理晋江广电局媒体资源广告经营权，公司仍能够通过购买时段的常规代理方式获得晋江广电局媒体资源为客户提供媒体代理业务。相比独家代理方式能够较好控制全年广告发布量，购买时段常规代

理方式则有利于控制媒体资源采购成本。

常规代理由客户提供具体的广告投放需求，公司为其提供媒体资源购买、广告投放、提供播出证明，进行效果评估等服务内容。公司目前拥有央视、国内众多卫视及省级媒体的资源，如四川卫视、云南卫视、东方卫视、福建省少儿频道等，同时延伸到互联网媒体全方位整合，能以资深的媒体策略能力和专业的解决方案服务客户。

活动策划方面，经营成本包括用于活动宣传而采购的电视、网络、平面、广播、户外等媒体资源，还有用于活动执行而采购的第三方服务，如场地搭建、设施设备租赁、各项必要道具的供应、第三方服务人员的派用等方面，以及其他人力成本。公司将具体的活动执行外包给专业的活动执行公司，主要合作的包括福建星光传媒有限公司、泉州新美创广告策划有限公司、泉州市浩歌文化传媒有限公司和泉州市星驰文化传播有限公司等。

户外媒体方面，经营成本包括户外媒体资源的建设、管理、维护以及广告喷绘等制作费用等。公司的采购主要是与晋江市民政局、晋江市市政园林局、泉南高铁等机构合作，获得晋江市主要街道灯箱路名牌广告经营权、部分公交候车亭广告位经营权、晋江市火车站站前广场户外媒体资源的独家经营权。公司的户外广告发布和户外广告建设过程中的喷绘和建设均由外部公司完成，公司可选择的外包公司较多，在质量有保障，价格合理的情况下，公司会选择有良好合作关系的公司进行长期合作。

（三）盈利模式

媒体代理业务方面，独家代理模式公司通过议标或是竞标的形式获得广告资源之后，公司根据代理成本和代理期限估算出运营期间所需要的营业成本，同时计算人员成本和办公成本，再结合市场上同类的产品的价格制定广告销售价格。最终销售的收入扣除掉代理成本和日常运作成本、销售佣金、相关税费之后即为公司的现金利润；常规代理模式公司通过接受客户委托为其提供广告策划、设计，根据客户要求的广告投放策略与媒体进行谈判，商定广告投放时段、长度等要求，代理客户进行媒体资源购买、媒体执行，完成广告投放情况监督，并赚取差价。

活动策划业务方面，公司凭借多年的企业及政府客户服务经验，通过对体育赛事、企业品牌推广、政府项目宣传等活动的策划经营，与晋江市文化体育新闻出版局签订协议或由公司与晋江市文化体育新闻出版局共同向晋江市人民政府请示等方式取得赛事活动项目招商经营权。公司获得赛事活动项目招商经营权后进行活动推广，一方面通过活动主办方的活动策划费、活动经费、采购补助等方式取得收入，另一方面通过“总冠名”、“战略合作伙伴”、“唯一指定用品”、“赞助品牌”、“户外及场地广告”、“现场展位”等项目招商取得收入，扣除掉活动项目经营成本和相关费用即是公司利润。公司已连续三年参与国家级体育赛事的项目招商，其中 2015 年全国沙滩排球大满贯赛晋江站，公司除承担项目招商外，也参与项目执行，积累了上百家品牌客户资源，拥有成熟的执行能力，在业内建立起来的良好品牌口碑，逐步吸引新的客户群体并有利于公司不断积极开拓和策划新型活动项目。

活动策划业务将是公司未来转型和重点发展的业务板块。在活动项目开发上，公司不断创新，包括利用公司独家代理晋江电视台的优势，运营晋江电视台《彩虹桥》、《奔跑吧汽车》、《我爱朋友圈》等栏目，并通过策划地面活动，服务当地房地产、金融、教育、餐饮、汽车等行业客户。鉴于公司在晋江市当地丰富的客户和人脉资源及对当地市场和文化的深刻理解，公司尝试与其他地方的活动传媒公司合作，一方面引入活动项目资源，另一方面到其他地方承办活动项目，推广晋江市当地客户品牌。

户外媒体业务方面，公司通过拥有的户外广告资源为客户发布户外广告收取费用，主要面向房地产、金融、食品、医疗等行业客户。

六、公司经营目标和计划

（一）公司整体发展规划

公司未来将秉承“贴近客户、跨界融合、跨区合作、内容输出”等理念，继续立足于媒体代理业务，开拓户外媒体项目，做大活动策划项目，特别是体育赛事运营；抓住对台优势，扩大向外合作，拓展招商平台，发力互联网+，实现多元发展。

（二）公司中长期发展规划

1、巩固传统业务板块

晋江广电局媒体资源代理、户外广告业务长期来是公司的主营业务板块，经过多年的耕耘，整体运作相对成熟，今后的工作思路主要是保持现有的发布量，稳固保底的创收比例；同时寻求一些外围公司的合作，采取外包合作代理、行业代理及大盘代理等模式，将风险和压力进行转接，打破由公司自身独立经营，独立承担压力的情况。

媒体代理业务方面，公司将继续做深做实晋江电视台独家代理优势，加强平台的有力宣传，做好栏目营销，根据不同栏目寻找客户群，充分发挥栏目人员的积极性，培养创收意识，同时积极拓展外部合作伙伴。针对商业促销广告做重点的挖掘，推出价格优惠的促销方案。利用互联网的特性，将广播和网络进行深度的整合，同时寻求多方面的合作伙伴。

户外媒体业务方面，公司未来要进一步做好信息沟通工作，及时准确的发布广告剩余版面和发布情况，对合作伙伴进行资源共享。完善价格体系，根据广告点位的优劣和不同的户外性质，制定差异化价格，重新制作户外广告资源手册。加强广告点位的维护，做好相关的保养、维修及客户售后的服务。同时进行户外广告形象工程的改造，一方面节约成本，另一方面加强客户印象，积极寻找合适的户外广告位置，开发新资源。

2、做大活动策划执行项目

报告期内公司成功参与运营了多场的国家级体育赛事，取得了不错的效果。未来公司将往体育赛事的整合营销方面继续发力，将之前运作过的赛事进一步继续做好，依托晋江市本土丰富的体育产业资源，做好体育赛事的策划、营销、执行、推广等，并且拓展相关周边的产业，把利润作大，比如世界沙滩排球赛、世界自行车公开赛等。时机成熟的时候，还将选择一些比较有市场的体育项目资源进行更加深度的合作，公司将充分利用在媒体和资源整合上的优势，将项目推向市场，将平台做大，力争成为全国范围内专业的体育赛事营销机构。公司以活动开发市场，以活动创造需求，以活动发展客户，并努力做到单个活动品牌化，品

牌活动系列化，系列活动规模化，使活动成为整合资源，建设品牌，转变经营方式，调整产业结构的强势平台。相对于传统的业务板块，活动策划执行在人员投入、工作周期、盈利方面都有着比较大的优势。所以，未来公司将加大活动策划执行方面的力度。除了配合政府运作几项重点的国际性、全国性的赛事之外，将会把人居节这类的品牌活动继续运作。另外，泉州市作为东亚文化之都，公司同时准备深度开拓文创行业，主动对接泉州东亚文化之都的机会点，引进一些高档次的文艺演出和文艺产品，丰富晋江市的文化市场，创新公司的活动策划业务类型。同时，公司将加大针对活动策划部门的投入，招聘一批专业的人才、采购一批执行的设备，甚至于收购一家活动执行公司作为配套，这样除了能为公司的活动提供支持之外，还能对外进行营业，配合公司强大的媒体宣传资源，在市场上将会有比较大的竞争力，业务范围可以从晋江市延伸到大泉州市及厦门市，覆盖全省。通过活动策划项目运营，有助于公司拓展区域外的客户，降低客户集中度。

3、立足内容输出，强化自有品牌

制播分离是未来广电产业发展的趋势，公司在这方面有过一些尝试，未来将会继续加大对栏目的运营，强化栏目的制作团队、加大设备的投入。除了电视方面，还将尝试考虑运营几档电台的广播节目，包括节目运作及广告经营。这样公司就从一家单纯进行广告经营的媒体代理公司转型为一家集策划、制作、推广、营销为一体的媒体运营公司。这对于公司来说是一个巨大的转型，也是一个有力的升级。

4、发力互联网，进军新媒体

以移动互联网及智能终端为代表的新媒体正在蓬勃发展，是未来的趋势。公司长期经营传统媒体广告资源，想要在未来的竞争中能够能有一席之地，公司必须做好准备，提早转型。今后公司将会在视频网站及移动互联网方面引入一些风险相对较低的项目，一方面能够增加创收，另一方面，也在项目的运作中锻炼团队，为即将到来的新媒体革命做好准备。目前正在初步进行合作的有腾讯网、凤凰网、爱奇艺、百事通等。

5、建设服务平台

晋江市本地的企业对于品牌推广的需求还是比较强烈的，公司作为立足本土的一家广告公司，计划建设晋江市企业品牌推广服务平台，通过平台运营获取业务机会。

七、公司所属行业基本情况

（一）行业分类

根据中国证监会 2012 年 11 月发布的《上市公司行业分类指引》规定，公司业务所在行业属于大类“L 租赁和商业服务业”中的子类“L72 商务服务业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011）公司业务属于“L72 商务服务业”中的“L7240 广告业”；根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司制定的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“L72 商务服务业”大类下的“L7240 广告业”小类；根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司制定的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司属于“13131010 广告”行业。

（二）行业主管单位及相关法律法规

1、行业管理体制及主管部门

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，主要如下：

（1）国家工商总局监管、相关行业主管部门审批

国家工商行政管理总局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，广告发布活动管理主要包括制定、执行、监测广告发布标准，查处违法广告；广告经营活动管理包括规范市场经营行为、取缔非法经营行为等；此外，国家工商行政管理总局还承担指导广告行业发展的职能。

除国家工商行政管理总局外，还有其他部门在规范广告行业的工作中发挥重要的行政监管作用。国家新闻出版总署以及各级交通、城建和环保部门也对电视媒体广告、报纸及期刊广告以及户外广告等履行部分监管职能。特殊行业和产品广告，如食品行业、药品行业等，亦应经过相关行政主管部门审核。

（2）行业自律、社会监督

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。

中国广告协会创立于 1983 年 12 月 27 日，是经民政部批准登记的具有社团法人资格的全国性广告行业组织，是国家工商总局的直属事业单位，下设八个办事机构和十五个分支机构。其职能是在国家工商总局的指导下，按照国家有关方针、政策和法规，对行业进行指导、协调、服务和监督。中国广告协会于 1990 年制订了《广告行业规则》。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。

中国商务广告协会成立于 1981 年，原为中国对外经济贸易广告协会，隶属于商务部。核心工作是“团结内外贸易领域的广告企业，促进广告业的交流和发展”。协会组织了一批实力相对较强、信誉好、服务水平高的本土广告公司，并吸收一批在国内较为成功的合资广告公司，共同组成了一个具有中国特色的广告高端组织。

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，也是中国广告代理商的高端组合。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。

2、行业法规和政策

我国现行的与广告业经营相关的主要法律法规主要包括：

名称	生效日期	发布形式/文件编号
《广告管理条例》	1987 年 12 月 1 日	国发[1987]94 号
《中华人民共和国广告法》	1994 年 10 月 27 日	国家工商行政管理总局、中华人民共和国商务部第 35 号令，2015 年 4 月 24 日第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议修订
《广告管理条例施行细则》	2005 年 1 月 1 日	国家工商行政管理总局第 18 号令
《广告经营许可证管理办法》	2005 年 1 月 1 日	国家工商行政管理总局第 16 号令
《户外广告登记管理规定》	2006 年 7 月 1 日	国家工商行政管理总局第 25 号令
《广播电视广告播出管理办法》	2010 年 1 月 1 日	国家广播电影电视总局第 61 号令
《广播电视广告播出管理办法》的补充规定	2012 年 1 月 1 日	国家广播电影电视总局令 第 66 号

3、行业主要发展规划

2006 年，《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》提出发展广告业等 9 个重点文化产业，并要求“发挥各类媒体的作用，积极促进广告业的健康发展，努力扩大广告业规模，提高媒体广告的公信力，广告营业额有较快增长”，中国广告业全面向创意文化产业升级。

2008 年，国家工商行政管理总局、国家发展与改革委员会发布《关于促进广告业发展的指导意见》，提出广告业是现代服务业的重要组成部分，是创意经济中的重要产业，在服务生产、引导消费、推动经济增长和社会文化发展等方面，发挥着十分重要的作用，其发展水平直接反映一个国家或地区的市场经济发育程度、科技进步水平、综合经济实力和社会文化质量，该文同时提出要促进广告产业向专业化、规模化发展，培育具有国际竞争力的广告企业。

2009 年，国务院通过《文化产业振兴规划》，提出“加快发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等重点文化产业”。

2012 年，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”。

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

2015年10月29日中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，提出到2020年，文化产业成为国民经济支柱性产业。将推动文化产业结构优化升级，发展骨干文化企业和创意文化产业，培育新型文化业态，扩大和引导文化消费。

（三）行业基本情况

1、广告行业概述

根据《中华人民共和国广告法》，广告是指商品经营者或者服务提供者承担费用，通过一定媒体和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者所提供的服务的商业广告；广告主，是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；广告经营者，是指受委托提供广告设计、制作、代理服务的法人、其他经济组织或者个人，主要为各种类型的广告公司。广告发布者具体用以传播商品或劳务信息所运用的物质与技术手段称为广告媒体，传统的“四大广告媒体”为电视、电台、报纸、杂志。广告主、广告经营者、广告发布者、市场消费者是广告行业的四大主体，市场消费者是广告发布者、广告主、广告经营者三大主体赖以生存的根本。

2、广告公司简介

根据《中国广告业企业资质认定办法》，中国广告协会对广告企业按实际经营内容与核心竞争力的情况分为三类，分别为：综合服务类、媒体服务类、设计制作类。

综合服务类：指以品牌服务为核心，为广告主提供广告传播全过程、全方位服务的企业。服务内容包括市场调查、品牌传播策略、创意策划、设计制作、公关活动、媒体策划与媒体广告资源购买、广告效果研究等。

媒体服务类：指为媒体提供代理、销售、品牌运营以及为广告主提供媒体策划、媒体广告资源购买等专项服务的企业。

设计制作类：指以广告设计、制作为主要业务内容的专项服务型企业。服务内容包括影视广告、平面广告、互动（网络）广告、霓虹灯广告等创意设计制作；企业与品牌形象识别系统设计等。

公司是广告行业产业链条中的广告经营者，属于区域性媒体服务类广告公司。

3、广告公司在广告产业链条中的作用

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

（1）广告公司与广告主的关系

广告主是广告行业的下游，广告主的广告需求促进了广告公司的发展。广告主涵盖具有广告需求的国民经济各个行业，其对广告发布和自身品牌建设的需求决定了广告公司的业务量。广告主广告发布理念和营销模式的改变促进了广告公司的战略转型，随着市场环境和传播环境的变化，广告主要求广告公司在为其提供广告投放外，能为其提供更深层面的服务，如市场调查、媒体策划、广告监测、效果评估、公关促销等。

（2）广告公司与媒体行业的关系

广告公司与上游媒体具有很强的相关性。媒体的发展、手段和内容丰富化的变革，引导了广告行业的变迁，丰富了广告行业的业务内容。市场化的媒体行业

在竞争压力下推出更有吸引力的节目或栏目，促进了媒体资源的优化；而且众多创新性媒体的出现，也丰富了广告传播的手段。在此背景之下，媒体种类的日益丰富，供应的充足稳定，为广告公司的业务规模和领域的扩张创造了有利环境。

4、广告的分类

广告有多种分类法，根据广告发布媒体具体形式的不同，广告可分为电视广告、电台广告、平面媒体广告（报纸广告和杂志广告）、户外广告、网络广告等，其中电视广告凭借信息高度集中、高度浓缩，兼有报纸、广播和电影的视听特色，声、像、色兼备，听、视、读并举以及生动活泼的特点成为当今社会最主要和影响最广的广告形式。

种类	特点	劣势
电视广告	音画兼备、权威性强、覆盖面广、信息传播快、可检测性强、地域性强	广告信息转瞬即逝，不易保存；广告需要重复播出，资金投入巨大
电台广告	信息传播快速、覆盖面广、收听人群广泛受限制性不大、权威性强	传播效果稍纵即逝，信息的储存性差；广播只有声音，没在文字和图像，听众对广播信息的注意力容易分散；无法展示产品特性
报纸广告	信息量大，说明性强；易保存、可重复；阅读主动性强	印刷质量参差不齐，表现形式单一；读者人群有针对性，发行量受地区经济制约；受新媒体冲击大
杂志广告	印刷质量好，广告创作灵活度高，重复阅读性强	发布周期较长，时效性差，读者人群单一
户外广告	表现形式多元化，直观性强	广告表现内容限制大，时效性差
网络广告	时效性强、海量性、网友互动性强、多媒体多功能性	信息权威性、保存性差

（四）行业发展现状和趋势

自从改革开放以来，国内广告业显示出强劲的活力，广告业占 GDP 的比重及从业人员人均经营额均呈现出持续增长态势。根据央视市场研究（CTR）发布的广告监测数据，2013 年中国传统媒体广告投放总额为 7,621 亿元人民币，相较于 2012 年的 7,045 亿元增长 8.2%。其中电视媒体广告投放额占据绝对优势，达到 6,045 亿元人民币，同比 2012 年的 5,449 亿元增长 10.9%，增幅高于 2012 年的 6.4%²。

²数据来源：《2013 年电视广告投放与竞争格局》，吴东，《收视中国》，2014 年 4 月刊，央视索福瑞

随着新媒体的迅速发展，新媒体广告作为传统媒体广告的补充，近年来一直保持快速发展的势头。所谓新媒体广告是相对于传统媒体广告而言的，目前占据主要份额的是网络（含互联网和移动互联网）广告。根据艾瑞咨询发布的中国网络广告核心数据，2013 年度国内网络广告市场规模达到 1,100 亿元，同比增长 46.1%，相较传统媒体广告，新媒体广告仍处于快速成长期。在以数字化和网络化为特征的信息技术的飞速发展下，在技术创新的引领下，新媒体广告业的发展为广告传播增加了一条新的重要渠道，拓展了广告业的市场空间³。

未来十年，中国传媒业有望迎来新一轮增长。一方面，传媒业是知识密集型的朝阳产业，世界各国都非常重视其发展，全球传媒产业的整体提升对我国有重要的带动作用。另一方面，我国宏观经济的平稳发展带动人们消费水平提高，也将推动传媒业的增长。根据世界各国经验，人均 GDP 超过 5,000 美元，文化消费高速爆发。2014 年，我国人均 GDP 突破 7500 美元，居民文化消费支出在总消费支出的占比逐步提升，作为文化产业的重要组成部分，传媒业仍有较大上升空间。

（五）行业风险特征

1、宏观经济波动风险

广告行业与商品生产、消费领域密切相关，并通过生产和消费领域的广告投放实现效益，广告行业规模取决于广告投放需求的大小，因此广告行业与国民经济增长有一定的正相关关系。近年来，随着宏观经济和商品消费需求的高速增长，广告需求也出现了大幅增长。但在经济低迷时期，由于大多数广告客户将广告支出作为一项软性支出，因此可能会削减其广告投放，从而导致整体广告投放需求的减少。同时广告行业的客户来自国民经济的各个行业，客户所在行业整体发展状况、产业政策和监管措施的变化，往往会影响该行业的整体广告投放，进而传导给广告行业。

因此，如果宏观经济整体下滑，经济增长减速，将会影响整个广告行业的发展，进而影响广告公司的业务和经营。

³数据来源：《2013 年中国网络广告市场规模突破千亿大关，达到 1100 亿元》网址：<http://www.iresearch.com.cn/Report/view.aspx?Newsid=224661>

2、市场竞争风险

广告行业的市场结构分为上游的媒体产业、中游的广告公司和下游的广告主。由于体制和政策等原因，当前媒体产业高度垄断，优质的媒体资源极为稀缺。下游的广告主又相对分散，来自于国民经济的各个行业。广告公司所处的中游进入门槛相对较低，参与竞争的各类主体众多，市场整体集中度不高，行业竞争日趋激烈。

3、对品牌认可度的要求高

广告公司在长期发展过程中，不仅积累了行业经验、储备了相应的广告人才、掌握了大量的媒体资讯和专业技能，而且还积累了丰富的客户资源，结合公司的服务质量及对外形象，树立了特有的品牌形象。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主的业务。

（六）行业的主要壁垒

1、人才的限制

经过多年的发展，我国广告业取得了长足的发展，培养了一大批专业广告人才。同时，在与国际 4A 广告公司的竞争合作中，本土大型综合服务类广告公司在媒体代理和品牌管理等方面拥有了较为雄厚的技术力量。但是随着国民经济的快速发展，广告业对人才需求的增长速度远高于人才的培养速度。而且，随着广告业的持续发展和新技术的深入应用，广告公司对人才的创新性、创意水平和信息技术的应用能力要求也越发提高。广告专业人才的缺乏成为限制广告公司发展的一大瓶颈。

2、资金需求大

广告业是一个资金密集型行业，媒体代理业务对广告公司营运资金的需求较大，限制了广告公司凭借有限的资金来拓展业务规模的空间和速度；同时，优质广告资源的开拓对前期的预付资金要求也较高。以日本电通（Dentsu）为例，根据历年审计报告显示，其应收账款和预付资金占流动资产的比例为 70% 以上。此外，广告行业是一个知识密集型行业，需要对人才培养、数据购买和企业运营信息化等方面进行持续的投入以构筑长期的竞争力，这也需要广告公司投入大量的

资金。

3、对品牌认可度的要求高

广告公司在长期发展过程中，不仅积累了行业经验、储备了相应的广告人才、掌握了大量的媒体资讯和专业技能，而且还积累了丰富的客户资源，结合公司的服务质量及对外形象，树立了特有的品牌形象。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主的业务。

（六）行业周期性、季节性、区域性特征

1、季节性特征

广告行业收入的年内分布情况取决于广告主广告投放的变动，主要影响因素包括：投放广告产品本身销售的季节性因素影响，除持续性销售的产品外，其他产品都会在销售旺季到来前的一段时间开始大规模投放；节假日促销的影响，春节和国庆前的一个月基本都是广告投放高峰期。其他影响广告行业收入分布的因素包括：重大突发事件影响，例如地震、台风、政治动乱等突发性事件导致广告投放量的减少；其他影响因素，例如奥运会的举办、国庆阅兵仪式的举办等重大事件。

2、区域性特征

广告具有很强的区域性，经济发达地区受众消费能力较强，当地广告经营单位数量和经营收入相应较多。北京、上海、广州三大城市占全国广告服务市场的50%以上，其他城市的市场发展极不均衡，导致广告服务行业除渠道市场服务细分行业外没有出现一家真正的全国化的服务机构。

由于我国区域文化差异较大，因此区域电视媒体往往能够更好的把握区域内的观众，在节目制作中融入本地文化元素，新闻播报就地取材，内容更贴近百姓生活，电视收视率及广告投资收益可以得到很好的保障。

3、周期性特征

广告业是市场经济的重要组成部分，是企业将其产品或服务向市场推广的重要中介，与整体市场经济发展状况关系密切，但广告行业不属于强周期行业。

（七）行业发展有利和不利因素

1、有利因素

（1）产业政策的推动

广告是创意产业的核心，我国政府高度重视创意产业的培育与发展，将创意产业作为国家战略产业加以扶植，这必将推动广告行业获得巨大的发展空间。2009年，我国政府推出《文化产业振兴规划》，其中明确提出推动广告产业的发展；2012年，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”；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；2015年10月29日中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，提出到2020年，文化产业成为国民经济支柱性产业。（2）消费市场的快速发展利好广告业

中国的经济突飞猛进，人民的生活水平有了明显的改善，消费水平迅速提升，进而改变了整个社会的消费观念和消费行为，中国社会开始由生产社会向消费社会过渡，这些因素有力地拉动了我国广告业的增长。企业的迅速成长必然要求利用广告拓展市场，因而产生出对广告的巨大需求，刺激了广告公司数量的增长和专业化服务水平的提升。

（3）中国制造业品牌意识的提升

依托中国独特的资源和人力优势，中国制造业在上个世纪取得了快速发展，产能得到了很大的扩充，产业结构得到了较大的提升。但是国内企业品牌意识不强，造成了企业国内市场拓展不利，更不利于国际市场的开发。在2008年国际金融危机中，很多为国外企业提供贴牌生产服务的企业受到了较大的冲击，其自主品牌觉悟的提升进一步推动了国内广告业的发展，而且广告主对广告的关注点也开始由纯价格导向往效果导向转移。

（4）新媒体技术的推动

新媒体是指 20 世纪后期在全球科学技术发生巨大进步的背景下，在社会信息传播领域出现的建立在数字技术基础上的新型媒体。新媒体技术促进了传播内容和形式的多样化，显示出跨媒体的整合潜力。同时，新媒体的发展改变了信息传播的方式，拓展了传播内容与传播途径，带来了新的传媒业态，促进了文化消费的大众化，丰富了广告的途径和手段，为广告主提供了更多的选择。

（5）整合营销推动广告公司升级

随着市场竞争加剧和品牌意识的提升，广告主对“整合营销”的要求也在不断提高，而“整合营销”要求广告公司提供全面的广告服务，也对广告公司的市场研究和数据分析能力提出了更高的要求。广告主对“整合营销”的需求，有利于促进广告公司提升服务能力，扩展服务范围。

2、不利因素

（1）人才不足

广告行业对人才和知识的要求较高，从业人员的创意水平和技术水平是推动广告业发展的主要动力。虽然我国广告从业人员数量 2014 年已达 270 多万，但是整体的水平较低，素质高、经验丰富的从业人员相对稀缺。而且，广告专业毕业生在广告公司中所占比例很低，国内高校的学科设置未能跟上企业对广告人才的需求增长速度，这也在一定程度上造成了从业人数多但是人才不足的局面。

（2）区域性广告公司资金不足，研发投入不够

大型综合类广告公司往往为上市公司，直接的融资渠道保证了其雄厚的资金实力，这有力地支撑了各类广告数据和消费者数据的购买；而且大型综合类广告公司往往投入巨资将其对基础数据的研发成果开发为各类专用工具软件和广告行业专业的信息系统，提高了其媒体策划水平和客户服务能力，建立了更为高效的媒体作业运转模式，进而奠定了大型综合类广告公司持续增长的基础；同时，由于广告主往往会要求广告公司为其垫付一定的费用，雄厚的资金实力使得大型综合类广告公司在争夺客户时具有相当大的优势。相比而言，区域性广告公司主要依靠自身的长期发展而逐步积累资金，往往面临拓展业务和增加研发投入的两

难境地。资金的相对匮乏，很大程度上束缚了区域性广告公司的发展。

（八）公司的行业地位与竞争优势

1、行业竞争格局

广告公司的市场竞争格局分为三类：

一类为国际 4A 公司，如全球五大传媒广告集团 WPP 集团、奥姆尼康 (Omnicom)、IPG(Interpublic Group)、阳狮集团(PublicisGroup)、电通(Dentsu)。

一类为全国综合性广告代理公司，拥有多年全国媒体从业经验，具备强势媒体代理能力和广告全案服务能力，如昌荣传播、龙韵传播、省广股份、思美传媒等。

一类为区域性广告代理公司，多年在某区域开展媒体代理业务，具备该区域强势媒体代理能力，全国大部分的广告公司均为此类，公司也属于此类。

2、公司主要竞争对手

公司定位“经营立足福建，业务遍布全国”，主要服务福建当地，特别是晋江本土的品牌企业，为其解决从品牌、传播、互联网推广等不同层面的发展需求，也为晋江市政府提供文化创意产业项目的服务与支持，配合当地政府的城市文化建设。竞争对手可以包括国际 4A 公司和全国综合性广告代理公司及晋江区域广告代理公司两类。

（1）国际 4A 公司和全国综合性广告代理公司

国际 4A 公司和全国综合性广告代理公司，其具备强势媒体代理的规模优势和广告全案服务能力，在全国性媒体资源的广告代理上相比公司有较大优势。

（2）晋江地区广告代理公司

公司目前业务立足晋江本地市场，并积极开拓泉州、厦门、漳州等周边市场，因此主要竞争市场集中于晋江地区。截至 2013 年底，晋江共有广告经营单位 116 家，以中小规模为主，其中广告年经营额 500 万以上的只有 5 家，员工人数超过

20 个的还不到 10 家⁴。公司在晋江区域的竞争优势明显。

晋江当地主要竞争对手情况如下⁵：

序号	企业	企业简介
1	晋江经济报发展有限责任公司	晋江经济报发展有限责任公司主要经营《晋江经济报》的发行、广告、印刷、电子网络以及该报相关的经营业务等产品。《晋江经济报》于 2006 年创刊，是福建日报报业集团的第 9 张子报，是一张贴近晋江流域实际、彰显民营经济特色、服务主流人群的政经日报。
2	福建希望文化传播有限公司	福建希望文化传播有限公司总部位于厦门，在晋江设有分支机构，2003 年 5 月起，其陆续成为湖南卫视、湖南娱乐频道、重庆电视台、华娱卫视、金鹰卡通卫视、辽宁电视台、河南卫视、浙江经济生活频道、贵州卫视、浙江卫视、江苏卫视等福建广告总代理或福建办事处。
3	福建省新联合广告有限公司	福建省新联合广告有限公司是一家致力于媒体策略咨询和强势媒体资源代理服务的专业广告公司，在福建省内拥有数万平方米户外广告媒体，是福建电视台少儿频道闽南地区总代理。
4	泉州市优地广告代理有限公司	泉州市优地广告代理有限公司设有泉州及晋江两地分支机构，主要代理《海峡都市报》、《晋江经济报》、《晋江商人》三家媒体相关类别广告。

（3）泉州电视台的广告代理商

报告期内，晋江电视台的广告代理收入仍是公司主要收入来源，由于晋江市是泉州市的县级市，归属泉州市行政管辖，泉州电视台覆盖整个大泉州，包括晋江，客户在选择媒体的时候就会存在选择。泉州电视台优势是：市级媒体，覆盖面广，节目的研发和制作水平较高；劣势是价格较高，而且对于晋江本地客户的掌握程度不如晋江本地媒体。泉州电视台的广告代理商较多元，既有国际 4A 公司和全国综合性广告代理公司，也有区域性的广告代理公司，另外泉州电视台广告部也经营部分广告业务。

3、公司的竞争优势

（1）媒体资源优势

公司已与当地的主要媒体平台建立了良好的、长期的合作关系。如晋江电视台，晋江广播电台。公司独家代理晋江电视台三个频道（侨乡频道、民生频道、体育频道）、晋江广播电台“FM91.4 侨乡之声”的媒体资源。这些平台在当地覆

⁴数据来源：《晋江市广告业发展现状调查》，晋江市工商局，2014 年 4 月 11 日

⁵数据来源：互联网发布信息

盖面广，且由于广电行业的特殊性，在区域内不存在第二家的竞争媒体，这些媒体资源属于公司独占性资源。

另外公司多年来与众多电视媒体建立了良好的合作关系，积累了深厚的媒体资源，在此基础上能够为客户制定并执行专业科学的全国性广告投放策略，帮助客户实现广告投放的效益最大化。

户外媒体方面，公司独家运营晋江街道灯箱路名牌广告、晋江动车站站前广场户外广告等区域优势资源。

（2）地缘优势

晋江市为中国福建省下辖县级市，由泉州地级市代管。是闽南金三角的核心，与台湾一水之隔，素有“泉南佛国”、“海滨邹鲁”的美誉。因特殊的地理位置，历史上，晋江在经济、军事、文化占据重要地位，是古代“海上丝绸之路”重要起点之一。晋江为福建省综合实力最强的县市，也是中国经济最发达县市之一，其综合竞争力位居全国百强县（市）第 5 位，经济综合实力连续 21 年位居福建县级之首。

晋江作为福建省、泉州市综合实力最强的县市。5 个方面特别突出：①体量较大，2014 年 GDP1492.9 亿元，增长 9.8%；财政总收入 198.02 亿元，增长 8.33%，其中本级收入 114.1 亿元，增长 13.77%；规模以上工业产值 3290.2 亿元，增长 11.2%；固投 765.9 亿元，增长 21.2%。②民营主导，全市 97% 以上企业是民营企业，民营企业创造的产值、税收、就业岗位都在 95% 以上。③产业集群优势明显。已有 7 个超百亿产业集群（包括制鞋、纺织服装、建材陶瓷、食品饮料、装备制造、纸制品、新材料），其中制鞋、纺织服装产值分别超过 1000 亿、900 亿。拥有国家体育产业基地、中国鞋都、世界茄克之都等 14 个区域品牌。④企业品牌众多。有“国字号”企业品牌 137 枚，居全国县级第一，品牌企业专卖店、直营店超过 30 万家。47 家企业到境外设立商务机构，安踏、七匹狼、九牧王等知名品牌逐步走向国际化。⑤资本运作活跃。拥有 44 家上市公司，数量居全国县域首位，总市值超 1800 亿元；“新三板”、天交所、海交所挂牌企业达 57 家⁶。截至本公开转让说明书签署之日，公司主要业务集中在晋江市，活跃的经济环境

⁶数据来源：晋江概况，网址：<http://www.jinjiang.gov.cn/zjjjshow.aspx?ctlgid=171412>

为公司广告业务的开拓提供了良好的基础。

（3）客户资源优势

公司在晋江市发展多年，拥有众多企业及政府单位客户资源，与当地客户有长期、稳定的合作关系。

晋江市是品牌意识觉醒较早的城市之一。从上世纪 90 年代中后期以来，晋江市扎实推进品牌建设，迅速实现由贴牌生产向“品牌之都”跨越，走出了一条晋江特色的，以品牌带动经济持续快速发展的路子。晋江市制鞋军团曾一度占据中央电视台体育频道的广告黄金时段，中央电视台五套曾被戏称为“晋江频道”。由于晋江市企业对于品牌宣传推广需求巨大，这对于公司来说是巨大的客户资源优势。

（4）综合服务优势

公司汇聚团结了一大批营销实战、经营管理、文化建设、品牌规划、广告创意、节目制作、传播整合、媒体代理、网络推广、影视植入等各类行业专才。相较晋江本地小型广告公司单一代理服务，公司能够为各类客户提供从产品立项到营销推广再到媒体传播各个层面的细致服务内容，具备根据客户的实际需求，量身制定全盘策略和执行方案的能力。

4、公司的竞争劣势

（1）经营规模较小

媒体资源的采购规模越大相应的采购价格就越低，作为区域性的广告代理公司，公司的经营规模还比较小，在卫视媒体等全国性媒体资源采购上的议价能力相比国际 4A 公司和全国综合性广告代理公司较弱，因此在相关经营成本上公司存在竞争劣势。

（2）高端人才不足

广告行业需要高精尖的人才支撑，而目前国内的广告人才大都聚集在北上广深等大型城市，或是集中在一些大型的广告公司，高端人才不足给公司发展造成了一定的瓶颈。未来公司想要转型成功需要强有力的人员配置，而且专业化的程

度需要较高。

公司未来将对于团队的架构将做优化的配置，招进来和挺起来两方面进行同时进行，一方面从外部吸纳一些具有一定水平和专业技能的人员充实团队，另一方面注重现有团队人员潜力的挖掘和培养，打造一支专业程度高、执行力度好、充满正能量的团队，并通过进军资本市场为契机，提高工资水平、股权激励新方式积极吸引人才，留住人才。

5、公司业务发展空间

（1）媒体代理业务

就行业整体发展趋势而言，中国广告行业虽然发展迅速并形成了一定的规模，但市场空间仍然非常巨大。首先就广告业营业额占 GDP 的比例而言，我国广告营业额在 GDP 中所占比例较低，低于全球平均水平和其他发达国家水平；其次，就人均广告支出而言，随着国民经济的发展，我国人均可支配收入逐年提高，人民生活水平逐步提高，人均广告支出虽有同步提升，但相比其他国家而言仍处于较低水平。我国广告营业额占 GDP 的比重偏低，人均广告支出远低于欧美等发达国家，甚至也低于同为发展中国家的巴西。随着国民经济的稳步快速发展，人民生活水平的快速提高，我国广告业发展潜力巨大。

近几年来，随着区域市场细分更加明确，越来越多的广告主选择通过省级、地市级电视媒体来实现提升品牌及拉动销售的目的。由于我国区域文化差异较大，因此区域电视媒体往往能够更好的把握区域内的观众，在节目制作中融入本地文化元素，新闻播报就地取材，内容更贴近百姓生活，电视收视率及广告投资收益可以得到很好的保障。随着消费市场的日益繁荣和电视媒体节目的创新发展，省级、地市级电视媒体广告市场份额不断增大。公司扎根晋江市，晋江广电局的媒体资源仍有进一步深度经营的潜力。

另外，公司通过对新媒体行业的趋势研究，已开始使用微电影等新型媒介，为客户提供社会化、数字化的品牌整合营销方案，并尝试与网络剧、微电影等提供商深度合作，将公司媒体代理业务的发展空间不断延伸。

（2）活动策划业务

活动策划业务是公司未来重点发展的业务板块，是公司业务转型的方向及未来利润主要增长点，特别是体育赛事运营方面。

近年来重要的体育产业政策如下：

时间	发布机构	政策及会议	具体内容
2014 年 9 月	国务院	常务会议	简政放权、放管结合，取消商业性和群众性体育赛事审批，放宽赛事转播权限制，最大限度为企业“松绑”
2014 年 10 月	国务院	《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》	<p>2025 年，体育产业总规模超过 5 万亿元，成为推动经济社会发展持续发展的力量；</p> <p>取消商业性和群众性体育赛事活动审批，加快全国综合性和单项体育赛事管理制度改革，公开赛事举办目录，通过市场机制积极引入社会资本承办赛事；</p> <p>推动专业赛事发展，打造一批有吸引力的国际性、区域性品牌赛事。丰富业余体育赛事，在各地地区和机关团体、企事业单位、学校等单位广泛举办各类体育比赛，引导支持体育社会组织等社会力量举办群众性体育赛事活动；</p> <p>通过冠名、合作、赞助、广告、特许经营等形式，加强对体育组织、体育场馆、体育赛事和活动名称、标志等无形资产的开发</p>
2015 年 8 月	福建省人民政府	《福建省人民政府关于加快体育产业发展，促进体育消费十条措施的通知》	<p>到 2025 年，全省体育产业总规模达到 1 万亿元，努力保持全国领先水平；</p> <p>积极引导各类企业、社会组织举办、承办国内外品牌赛事，政府提供交通、卫生等保障服务类资源。加强安保服务管理，完善重大体育赛事和活动安保服务标准，积极推进安保服务社会化，降低赛事和活动成本。省级财政每年安排不少于 3000 万元重点培育扶持形成五个以上国际品牌赛事、十个以上国内品牌赛事；</p> <p>取消商业性和群众性体育赛事活动审批，完善综合性和单项体育赛事管理办法，鼓励支持符合条件的市场主体依法组织、承办体育赛事；</p> <p>依托省公共资源交易平台设立体育产业资源交易子平台，推进赛事举办权、场馆经营权、无形资产开发、转播权等具备条件的资源公平、公正、公开交易流转</p>
2015 年 4 月	晋江市人民政府	《晋江市人民政府关于促进现代服务业新业态加快发展若干措施的通知》之附件 2《晋江市加快体育产业发展促进体育消费若干意见》	<p>对在晋江市举办或承办，采取市场化运作的国际性或全国性或地方传统特色或省级竞赛表演赛事活动，进行专项资金补助：根据赛事规模、级别、影响力、市场运作及办赛开支经费等，可获得 3 万元至 80 万元的补助；如符合条件的国际甲级赛事可获补助 80 万元；符合条件的全国性赛事补助 30 万元；地方传统特色赛事补助 10 万元等；</p> <p>从税收减免等方面鼓励企业赞助赛事，鼓励体育企业捐赠体育服装、器材装备，支持贫困和农村地区体育事业发展</p>

根据上述产业政策规划，到 2025 年，全国体育产业总规模超过 5 万亿元，福建省体育产业总规模达到 1 万亿元。公司未来业务转型的重点方向是活动策划业务，特别是体育赛事运营方面，将受益于国家战略层面上“加快发展体育产业

促进体育消费”的政策红利，同时公司已连续三年参与国家级体育赛事的项目招商，其中 2015 年全国沙滩排球大满贯赛晋江站，公司除承担项目招商外，也参与项目执行，积累了上百家品牌客户资源，拥有成熟的执行能力，在业内建立起来的良好品牌口碑，公司依靠赛事运营经验、客户粘性、业内口碑等这些先发优势，未来更容易获得赛事主办方的信任和认可，从而中标赛事媒体运营权的可能性就大大提高，也更能吸引包括赞助商、供应商等合作伙伴，将进一步扩大公司的市场影响力，从而获得更多、更稳定的体育赛事运营项目，未来发展潜力巨大。

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

2010年3月15日，股份公司召开创立大会暨首次股东大会会议，晋江国投、七匹狼集团、红桥创投共同出资发起设立了股份公司，晋江国投作为出资最多的发起人，主持召开了会议，选举产生了第一届董事会、监事会（非职工代表监事）成员，其中监事会成员中包含一名由职工代表大会选举的职工监事。同日，股份公司召开了第一届董事会第一次会议，分别选举了董事长、副董事长、任命了总经理；召开了第一届监事会第一次会议，选举了监事会主席。股份公司建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的公司治理结构，初步建立了“三会”管理制度和公司治理的相关制度。

公司成立时已通过章程对董事和监事的任期进行了规定，任期均为三年，符合《公司法》规定。2013年1月至2015年7月期间，公司召开了5次股东大会，4次董事会，按照章程规定更换公司董事、高管，对公司营业地址变更召开相应的会议，并根据会议决议办理工商变更登记，符合法律法规和公司章程的规定。但在实际运营过程也存在没有严格按照章程规定时间提前通知股东和董事会，没有按照章程规定进行监事会的换届选举等情形，存在一定瑕疵，也未能建立完整、合理的治理机制，没有建立符合规定、完整的“三会”议事规则和具体的重大管理事项办法。

为了完善公司治理，公司进行合规化改革。2015年8月20日，中桥传媒召开职工代表大会，继续选举柯安邦为公司职工代表监事。2015年8月31日，公司召开第四届董事会第三次会议，会议审议通过《公司章程》（草案）；《关于聘请会计师事务所的议案》，提议聘请致同会计师事务所为公司2015年度财务审计机构；提议通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《投融资管理制度》、《关联交易管理制度》、《对外担保制度》等制度草案，董事会还在职责范围内通过了《总经理工作细则》、《防止大股东及关联方占用公司资金管理制度》、《信息披露事务管理制度》、《投资者关系管理制度》等制度，力争建立符合规定、完整的“三会”议事规则和完善具体的重大管理事项办法。同时，董事会还表决了一系列的人事任免，审议通过《同意王双奇辞去公司总经理职务，并聘任柯晋军担

任公司总经理》的提议、并决定聘请陈柏菁（原总经理助理）任公司副总经理，余细针（原公司财务经理）为公司财务总监，聘请余庆红任公司董事会秘书并提议由其担任公司董事，同时提议召开 2015 年第一次临时股东大会。同日，公司召开第一届监事会第二次会议，会议通过了《监事会议事规则》（草案）。

2015 年 9 月 15 日，公司召开 2015 年第一次临时股东大会，会议审议通过了《免去王双奇公司董事职务，选举余庆红担任公司董事及董事会秘书》的决议；同意并对公司章程等进行修改，完善建立公司的各项日常管理规则，会议审议通过了符合全国中小企业股份转让系统挂牌公司要求的新《中桥文化传媒（福建）股份有限公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等制度。另外，会议还审议通过了股份公司《投融资管理制度》、《对外担保制度》、《关联交易管理制度》等重大事项管理规则，重新选举非职工代表监事，同意由王志宏、蔡秋红继续担任公司监事。

2015 年 9 月 25 日，公司召开第五届董事会第一次会议，审议通过了《全国中小企业股份转让系统挂牌转让报告期（2013 年 1 月 1 日至 2015 年 7 月 31 日财务会计报告）》，决议召开 2015 年第二次临时股东大会，并审议通过了关于公司申请股票进入全国中小企业股份转让系统挂牌并转让及授权董事会全权办理申请相关事宜等议案。同日，公司召开第二届监事会第一次会议，审议通过了《全国中小企业股份转让系统挂牌转让报告期（2013 年 1 月 1 日至 2015 年 7 月 31 日财务会计报告）》。

2015 年 10 月 10 日，公司召开 2015 年第二次临时股东大会，审议通过了公司股票申请进入全国中小企业股份转让系统挂牌并采取协议转让方式交易的议案，授权董事会具体办理相关事宜及在挂牌后实施的《公司章程（草案）》。

2015 年 10 月 20 日，公司召开第五届董事会第二次会议，会议审议通过了《关于公司治理机制执行情况评估的议案》。

截止本公开转让说明书签署日，股份公司股东大会由 3 名股东组成。公司董事会由柯晋军、陈桂金、曾佳溢、吴家旺、余庆红五位董事组成，董事长由柯晋军担任。监事会由王志宏、蔡秋红、柯安邦三名监事组成，王志宏为监事会主席，柯安邦为职工监事，由职工代表大会选举产生。公司高级管理人员包括总经理 1

名，由柯晋军兼任；副总经理 1 名，由陈柏菁担任；财务总监 1 名，由余细针担任；董事会秘书 1 名，由余庆红兼任。公司已通过章程对董事会和监事的任期进行了规定，任期均为三年，符合《公司法》规定。同时公司承诺会严格按照法律与公司章程的规定，切实履行好董事会与监事换届义务。公司上述机构的相关人员均符合《公司法》的任职要求，并能够按照公司章程及“三会”议事规则的要求勤勉、诚信地履行职责。自 2015 年 8 月 31 日起截至本公开转让说明书签署之日，股份公司历次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，会议决议均能正常签署并归档保存，三会决议均能得到执行。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，监事会能够正常发挥监督作用。

综上所述，2015 年 8 月 31 日后，公司股东大会和董事会能够按期召开，对公司重大决策事项作出决议，保证公司正常发展。通过合规化改革及一系列重要制度的制定，三会及相关管理人员的权责更加明确，公司治理结构进一步健全，公司治理得以有效运行。

二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

公司已通过公司章程等明确规定股东具有查询、索取三会会议决议、记录及财务会计报告等资料的权利，以及对公司的经营进行监督、提出建议或质询的权利，公司挂牌后将按照相关规定严格履行信息披露义务。股东具有依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应表决权的权利。符合条件的股东有权按照相关法律法规及公司章程规定的流程提请召开临时股东大会，或向人民法院提起诉讼、寻求法律救济。公司章程中对监事会的职权进行明确规定，保证监事会有效发挥监督作用。公司通过上述治理机制使股东的知情权、参与权、质询权和表决权等权利得到有效保障。

公司章程中对投资者关系管理、纠纷解决机制、关联股东和董事回避制度与财务会计管理等内容做了明确规定。同时，股份公司制定并审议通过了《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易管理制度》等一系列规则，进一

步对公司的担保、投资、关联交易及投资者管理等行为进行规范和监督。

综上所述，公司董事会对公司治理机制执行情况进行讨论和评估后认为：公司现有的治理机制能够给所有股东提供合适的保护，能够保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。公司将根据自身业务的发展以及新的政策法规要求，及时补充和完善公司治理机制，同时公司的董事、监事、高级管理人员等相关人员也会进一步加强对相关法律法规的学习，更有效地执行各项内部制度，更好地保护全体股东的利益。

三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年内是否存在违法违规及受处罚情况

公司在最近两年内的违法违规及受处罚情况详见第一节、三、（五）“公司及其控股股东、实际控制人最近两年内是否存在违法违规及受处罚情况”。截至本公开转让说明书签署日，公司自 2013 年 1 月 1 日起至今不存在重大违法违规行为，公司就此出具了相关声明。

公司控股股东晋江国投、公司间接控股股东晋江能投不存在最近两年内因违法违规行为而受到处罚的情况。晋江国投、晋江能投就此出具了相关声明。

公司实际控制人晋江市财政局不存在最近两年内因违法违规行为而受到处罚的情况。

四、公司独立性

（一）业务独立情况

公司主要从事设计、制作、发布、代理各类广告；各类大型活动的策划、组织和市场推广，承办展览展会；企业形象、公关活动策划。公司已形成独立完整的研发、采购、生产、销售、服务系统，并独立自主地开展业务，拥有独立的业务流程、经营决策权和实施权，具备独立面向市场的能力。公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、间接控股股东及其控制的其他企业之间不存在同业竞争或显失公平的关联交易。目前，公司所有股东均未从事与公司存在同业竞争的业务，公司控股股东、间接控股股东已向公司出具了

避免同业竞争的承诺函，承诺不从事任何与本公司经营范围相同或相近的业务。公司拥有从事本公司业务的相应的资金、设备及技术人员。

公司业务具备独立性。

（二）资产独立情况

公司由晋江国投、七匹狼控股、红桥民资共同以现金出资设立。公司自主拥有与生产经营相关的生产系统、辅助生产系统和配套设施。公司成立过程中，股东投入的资产均已足额到位，相关资产的权属证明变更手续已经完成。截至本说明书签署日，股份公司没有以资产或信誉为各股东及实际控制人的债务提供担保，也不存在资产、资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用而损害公司利益的情况。

公司资产具备独立性。

（三）人员独立情况

公司与所有的员工均已签署劳动合同，公司董事、监事、高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》等法律法规的规定选举产生，不存在违规兼职的情况。公司总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员均专职在本公司工作并领取薪酬，不存在控股股东、间接控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任职务的情况。

公司人员具备独立性。

（四）财务独立情况

公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员，建立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。

公司财务具备独立性。

（五）机构独立情况

公司设置独立完整的组织机构，各机构和部门之间分工明确，独立运作，协调合作。公司根据相关法律法规，建立了较为完善的法人治理结构，股东大会、董事会和监事会严格按照《公司章程》规范运作，公司生产经营与办公场所独立，不存在混合经营、合署办公的情形。

公司机构具备独立性。

五、同业竞争

（一）控股股东、间接控股股东控制的其他企业情况

1、控股股东晋江国投对外控股的企业情况

公司名称	工商登记显示的企业基本情况	持股比例	经营范围	备注
泉州出口加工区	持有泉州市工商局签发的注册号为350500100056353的《营业执照》，成立于2005年10月24日，住所为晋江市磁灶镇井边村（泉州出口加工区综合服务大楼），法定代表人为孙晋展，注册资本为10,000万元，企业类型为有限责任公司（国有控股），营业期限自2005年10月24日至2055年10月23日。	晋江国投持股80%	从事土地开发、基础设施建设、为企业提供信息咨询，物业管理，仓储（危险品除外）的配套综合服务。（以上经营范围涉及许可经营项目的应在取得有关部门的许可后方可经营，在许可的范围和期限内开展经营活动）。	
泉州保税物流中心	持有晋江市工商局签发的注册号为350582100085788的《营业执照》。成立于2006年5月15日，住所为晋江市磁灶镇井边村泉州出口加工区，法定代表人为孙晋展，注册资本为6,000万元，企业类型为有限责任公司（国有控股），营业期限自2006年5月15日至2016年5月14日。	晋江国投持股55%	一般经营项目：保税区的管理、仓储（不含化学危险品）。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）。	
晋江燃料	持有晋江市工商局签发的注册号为350582100076836的《营业执照》。成立于2000年4月25日，住所为青阳新大街南路32号，法定代表人为张晋平，注册资本与实收资本均为500万元，企业类型为有限责任公司（国有控股），营业期限自2000年4月25日至2020年4月24日。	晋江国投持股77.12%	煤炭批发。（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）。	
晋江公共交通	持有晋江市工商局签发的注册号为350582100072046的《营业执照》。成立于2002年5月27日，住所为晋江市青阳街道办事处泉安中路516号，法定代表人为谢亚巡，注册资本为699.15万元，企	晋江国投持股100%	市辖区行政区内公共汽车客运。（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）。	

	业类型为有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资），营业期限自 2002 年 5 月 27 日至 2022 年 5 月 27 日。			
装备制造 业基地	持有晋江市工商局签发的注册号为 350582100096678 的《营业执照》。成立于 2008 年 11 月 12 日，住所为福建省泉州市晋江市经济开发区（五里园）长安路 3 号科技综合大楼 1006 室，法定代表人为许晓宇，注册资本为 10,000 万元，企业类型为有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资），营业期限自 2008 年 11 月 12 日至 2028 年 11 月 11 日。	晋 江 国 投 持 股 100%	基地规划范围内土地开发利用、基础设施、公用事业设施建设及社会公益事业的建设、经营和管理；项目咨询服务；房地产开发建设（含标准厂房、员工宿舍、仓储设施）、销售经营和综合服务；物业管理服务；建筑工程用机械制造（不含特种设备）。(以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营)。	
晋江航空	持有晋江市工商局签发的注册号为 350582100109177 的《营业执照》，成立于 2009 年 10 月 23 日，住所为晋江市世纪大道 657 号交通大厦三楼，法定代表人为苏权田，注册资本 1000 万元，企业类型为有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资），营业期限自 2009 年 10 月 23 日至 2029 年 10 月 22 日。	晋 江 国 投 持 股 100%	航空工业技术研发、对汽车制造业、航空工业的投资。(以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营)。	

2、晋江能投对外控股企业情况

公司名称	工商登记显示的企业基本情况	持股 比例	经营范围	备注
益众照明	持有晋江市工商局签发的注册号为 350582100100506 的《营业执照》，成立于 2009 年 3 月 5 日，住所为晋江市梅岭世纪大道 679 号电力大厦裙楼 5 层，法定代表人为王志宏，注册资本与实收资本均为 30,000 万元，企业类型为有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资），营业期限自 2009 年 3 月 5 日至 2049 年 3 月 4 日。	晋 江 能 投 持 股 100%	照明路灯的规划、建设、管理与维护。(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)。	与公司 有关联 交易行 为
晋江供水	持有晋江市工商局签发的注册号为 350582100001018 的《营业执照》，成立于 1994 年 10 月 24 日，住所为青阳镇八角楼 1 号，法定代表人为刘地强，注册资本与实收资本均为 1,211 万元，企业类型为有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资），营业期限自 1994 年 10 月 24 日至 2020 年 10 月 23 日。	100%	供应原水，开发利用水资源服务，给排水器材零售。(以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营)。	
晋江自来水	持有福建省工商行政管理局签发的注册号为 350000100003687 的《营业执照》。成立于 2002	50.07%	咨询服务；集中式供水（取水许可证的有	陈桂金 任副董

	年9月19日,住所为晋江市青阳镇梅岭工业区,法定代表人为王清龙,注册资本与实收资本均为14,460万元,企业类型为股份有限公司(非上市、国有控股),营业期限自2002年9月19日至2052年9月18日。		效期至2017年12月31日,卫生许可证的有效期至2017年3月14日)。(以上经营范围涉及许可经营项目的,应在取得有关部门的许可后方可经营)。	事长,王志宏任董事。
--	---	--	--	------------

（二）公司董事、监事、高级管理人员控制或参股的企业情况

公司董事曾佳溢控制或参股的企业

公司董事曾佳溢,持有恒隆建材95%股权,并担任其公司经理。截至本公开转让说明书签署之日,恒隆建材的具体情况如下:

公司名称	工商登记显示的企业基本情况	持股比例	经营范围	备注
恒隆建材	持有晋江市工商局签发的注册号为350582100022006的《营业执照》。成立于2000年4月29日,住所为晋江市金井镇滨海新城金祥苑01-03#店面,法定代表人为邱峰茂,注册资本与实收资本均为3,600万元,企业类型为有限责任公司(自然人投资或控股),营业期限自2000年4月29日至2020年4月28日。	股东曾佳溢持股95%	销售:瓷砖、五金交电。(以上经营范围涉及许可经营项目的,应在取得有关部门的许可后方可经营)。	曾佳溢系该公司股东,并担任公司经理。

2、公司其他董事、监事、高级管理人员没有在外投资的情形。

（三）同业竞争分析

上述控股股东、间接控股股东及董事对外控股公司在经营范围、业务性质、客户对象、可替代性等方面完全不同,不存在利益冲突的情况,故不存在同业竞争的关系。

综上,截至本公开转让说明书签署之日,公司控股股东、间接控股股东、董监高人员及其控制的企业等关联方不存在与公司经营同种或类似业务的同业竞争情况。

（四）控股股东、间接控股股东关于避免同业竞争的承诺

为避免今后公司出现同业竞争的情况,公司控股股东晋江国投和公司间接控

股股东晋江能投出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，主要内容如下：

“本公司作为中桥文化传媒（福建）股份有限公司（以下简称公司）的间接控股股东，除已披露情形外，本公司从未从事或参与股份公司存在同业竞争的行为，与股份公司不存在同业竞争。为避免与公司产生新的或潜在的同业竞争，本公司承诺如下：

1、本公司及本公司所控制的其他公司或组织目前未以任何形式直接或间接从事与中桥传媒及其子公司的主营业务构成竞争的业务，未直接或间接拥有与中桥传媒及其子公司存在竞争关系的企业的股份、股权或任何其他权益。

2、在本公司控制（间接控制）中桥传媒期间，本公司及本公司所控制的其他公司或组织不会在中国境内外直接或间接地以任何形式从事与中桥传媒及其子公司的生产经营构成或可能构成同业竞争的业务和经营活动。

3、本公司承诺不以中桥传媒控股股东（间接控股股东）的地位谋求不正当利益，进而损害中桥传媒其他股东的权益。

本承诺函自签署之日起正式生效，在本公司作为中桥传媒控股股东（间接控股股东）期间持续有效且不可变更或撤销。如因本公司及本公司所控制的其他公司或组织违反上述承诺而导致中桥传媒的权益受到损害，则本公司同意向中桥传媒承担相应的损害赔偿责任。”

（五）公司董事、监事、高级管理人员避免同业竞争的承诺

为避免今后出现同业竞争情形，公司董事、监事、高级管理人员均出具了《避免同业竞争承诺函》，具体内容如下：

“本人作为中桥文化传媒（福建）股份有限公司（以下简称公司）的董事/监事/高级管理人员，除已披露情形外，本人从未从事或参与股份公司存在同业竞争的行为，与股份公司不存在同业竞争。

为避免与公司产生新的或潜在的同业竞争，本人承诺如下：

1、本人及本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参与任何在商业上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、经济组织的权益；或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权；或在该经济实体、机构、经济组织中担任总经理、副总经理、财务负责人、营销负责人及其他高级管理人员或核心技术人员。

2、本人在持有公司股份期间，或担任公司董事、总经理或其他高级管理人员、核心技术人员期间，以及自转让所持股份或辞去上述职务六个月内，本承诺为有效承诺。

3、若违反上述承诺，本人将对由此给公司造成的损失作出全面、及时和足额的赔偿。

4、本承诺为不可撤销的承诺。”

六、公司控股股东、间接控股股东及实际控制人资金占用、担保情况

（一）资金占用情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在有关联方占用公司资金的情形。在报告期内，公司存在与关联方资金往来的情形，具体情况如下：

单位：万元

关联方	2015年7月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	其他应收款	其他应付款	其他应收款	其他应付款	其他应收款	其他应付款
红桥民资	0.45	-	0.45	-	0.45	-
晋江广电局	-	6.42	-	6.42	-	6.42

截至2015年7月31日，公司其他应收款账面尚有应收红桥民资款项0.45万元，该等款项系由于转让二手空调产生。以上应收款已经收回。

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在控股股东、间接控股股东及实际控制人占用公司资金的情况。

控股股东和间接控股股东已经出具承诺，未来会尽量避免或减少与公司之间与正常经营无关的资金往来行为，保证关联交易的公允性，保证公司资产的独立性。同时公司管理层表示，未来将严格按照《公司章程》和《关联交易管理制度》的规定，履行相关的董事会或股东大会审批和决策程序，加强审查及责任追究，做到公司信息披露的真实、准确、及时和完整，减少和规范关联方往来款的发生。

（二）对外担保情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在为控股股东、实际控制人及控股股东、实际控制人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

为防止股东及其关联方占有或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生，公司通过《公司章程》规定了关联交易事项的表决程序，并专门制定了《关联交易管理制度》规范关联交易。

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本公司股份的情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其直系亲属不存在以任何方式直接或间接持有本公司股份的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员亲属关系情况

董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

（三）董事、监事、高级管理人员与本公司签订重要协议或做出重要承诺的情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员均已出具《避免同业竞争承诺函》。

（四）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职的情况如下：

序号	姓名	本公司职务	在其他单位任职情况
1	柯晋军	董事长、总经理	报告期内曾任晋江广电局副局长
2	陈桂金	副董事长	晋江国投董事长、总经理
			晋江能投总经理
			泉州展览城董事
			泉州福厦铁路董事

			泉南高铁董事
			晋江经济报董事
			印刷产业基地董事
			晋江公共交通董事
			晋江自来水董事
			海峡工业原料城董事
			晋江体育董事
3	吴家旺	董事	红桥民资监事、总裁助理及短期财务投资业务总监
			红桥新能源监事
4	曾佳溢	董事	晋江市融资担保有限责任公司董事、副总经理，
			恒隆建材股东、经理
			福建七匹狼实业股份有限公司监事
5	余庆红	董事、董事会秘书	无
5	王志宏	监事长	晋江市财政国库支付中心组长
			晋江能投董事长
			益众照明执行董事、经理
			晋江天然气发电董事
			晋江热电董事
			晋江机场董事
			晋江自来水董事
			三创园董事
			闽桥实业监事
			太平洋港口监事
6	蔡秋红	监事	晋江市审计局经济责任审计科科长
			晋江体育监事
7	柯安邦	监事	无
8	陈柏菁	副总经理	无
9	余细针	财务总监	无

（五）董事、监事、高级管理人员对外兼职与公司存在利益冲突的情况

公司董事、监事、高级管理人员对外兼职情况如下：

1、董事长柯晋军原兼职单位或企业的具体情况如下：

公司名称	工商登记显示的企业基本情况	备注
晋 江 广 电 局	第 135058200124 号的《事业单位法人证书》，晋江市广电局举办单位为晋江市人民政府，法定代表人为郑科伟，开办资金为 137 万元，经费来源为全额拨款，	截止本说明书签署之日，柯晋军已经辞去电视台副台长职务。

2、董事陈桂金兼职企业（不含晋江国投和晋江能投）的具体情况如下：

公司名称	工商登记显示的企业基本情况	持股比例	经营范围	备注
泉州展览城	详见本节五（一）之 1、“控股股东晋江国投对外控股的企业情况”，陈桂金任董事。			
泉州福厦铁路	持有泉州市工商局签发的注册号为 350500100033695 的《营业执照》。成立于 2006 年 2 月 27 日，住所为泉州市丰泽区妙云街泉州市劳动保障大厦，法定代表人为肖广，注册资本为 42,000 万元，企业类型为有限责任公司(国有控股)，营业期限自 2006 年 2 月 27 日至 2056 年 2 月 26 日。	晋 江 国 投 持 股 13.61%	福厦铁路泉州段的建设投资。 （以上经营范围涉及许可经营项目的应在取得有关部门的许可后方可经营，在许可的范围和期限内开展经营活动）	陈桂金 董事
晋江经济报	持有晋江市工商局签发的注册号为 350582100033307 的《营业执照》。成立于 2006 年 8 月 10 日，住所为晋江市青阳街道迎宾路计生局大楼 7-8 层，法定代表人为曾武华，注册资本与实收资本均为 2,000 万元，企业类型为有限责任公司(国有控股)	晋 江 国 投 持 股 6%	《晋江经济报》的发行、广告、印刷等经营性业务（不介入报纸采编业务）；利用《晋江经济报》发布国内外广告，利用《晋江经济报》从事咨询服务、活动策划业务（不含金融、期货、证券）；经营演出及经纪业务、会议及展览服务；批发、零售：预包装食品、日用品百货、文化用品、体育用品及器材、家具。（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）。	陈桂金 任副董 事长。
印刷产业基地	持有晋江市工商局签发的注册号为 350582100096776 的《营业执照》。成立于 2008 年 11 月 13 日，住所为晋江市磁灶镇大功山，法定代表人为蔡水声，注册资本与实收资本均为 10,000 万元，企业类型为其他有限责任公司，营业期限自 2008 年 11 月 13 日至 2058 年 11 月 12 日。	晋 江 国 投 持 股 49%	省印刷产业（晋江）基地的土地开发、转让，基础设施建设，标准厂房建造出租、出售，对印刷业的投资，区外配套的开发建设及为入区企业提供信息咨询、物业管理、仓储管理。（以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营）	陈桂金 任 董 事。
晋江公共交通	详见本节五（一）之 1、晋江国投的控股企业			
晋江自来水	详见本节五（一）之 2、晋江能投的控股企业			
晋江体育	持有泉州市工商局签发的注册号为 350500100045371 的《营业执照》，晋江体育成立于 2008 年 8 月 19 日，住所为晋江市青阳曾井小区农业银行 ABC 大厦裙楼二楼，法定代表人为郭浪滔，注	晋 江 国 投 持 股 25%， 晋 江 能 投 持 股	体育用品市场开发；体育文化推广及交流；广告设计、制作及发布；仓储（不含危险化学品）；货物运输代理（不含水路运输代理）；会展服务；对旅游、房地	陈桂金 任 董 事。

	册资本与实收资本均为 12,000 万元，企业类型为股份有限公司(非上市、国有控股)，营业期限自 2008 年 8 月 19 日至 2028 年 8 月 18 日	25%	产等行业进行投资及管理。(以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营)。	
海峡工业原料城	持有晋江市工商局签发的注册号为 350500400002718 的《营业执照》。成立于 2007 年 8 月 27 日，住所为晋江市龙湖镇龙狮路，法定代表人为吴远北，注册资本与实收资本均为 11,400 万港币，企业类型为有限责任公司(台港澳与境内合资)，营业期限自 2007 年 8 月 27 日至 2015 年 12 月 31 日。	晋 江 国 投 持 股 20%	在晋江市龙湖镇龙狮路规划范围内从事海峡工业原料城的建设，相关配套房地产开发、出租、出售。(以上经营范围涉及国家法律法规的前置许可项目的，凭许可证经营)	陈桂金 任董事
泉南高铁	晋江市工商局签发的注册号为 350582100103156 的《营业执照》。成立于 2009 年 5 月 8 日，住所为晋江市内坑镇景阳路商会大楼，法定代表人为张劲竹，注册资本与实收资本均为 5,000 万元，企业类型为其他有限责任公司。营业期限自 2009 年 5 月 8 日至 2059 年 5 月 7 日。	晋 江 国 投 持 股 40%	对物流业、酒店业、餐饮业的投资与资产管理；房地产开发经营、物业管理服务，停车场经营管理。(以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营)	陈桂金 任董事

3、董事吴家旺兼职企业（不含红桥民资）基本情况如下：

公司名称	工商登记显示的企业基本情况	经营范围	备注
红桥新能源	持有泉州市工商局签发的注册号为 350500100060061 的《营业执照》。成立于 2012 年 4 月 12 日，住所为晋江市经济开发区综合大楼 304 号，法定代表人为吴火炉，注册资本 25100 万人民币，企业类型为有限责任公司。经营期限自 2012 年 4 月 12 日至 2019 年 4 月 11 日。	一般经营项目：创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；以自有资金进行股权投资，具体投资方式包括新设企业、向已设立企业投资、接受已设立企业投资者股权转让及国家法律法规允许的其他方式。(以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营)	吴家旺任该公司监事

4、董事曾佳溢兼职企业基本情况如下：

公司名称	工商登记显示的企业基本情况	持股比例	经营范围	备注
福建七匹狼实业股份有限公司	目前持有福建省工商行政管理局签发的统一社会信用代码/注册号为 350000100000338 的《营业执照》，成立于 2001 年 7 月 23 日。住所地为福建晋江市金井镇南工业区。法定代表人为周少明，注册资本为人民币		服装服饰产品及服装原辅材料的研发设计、制造及销售，机绣制品、印花的加工，物业管理，房屋租赁，销售培训、销售咨询，室内装潢，建筑材料、五金交电、百货销售，计算机软硬件服务，对外贸易，对	曾佳溢任该公司监事

	75567.0 万元, 企业类型为股份有限公司(上市)。营期限自 2001 年 7 月 23 日至 2051 年 7 月 23 日。		制造业、批发和零售业的投资。(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)	
恒隆建材	详见本节五(二)、1 之“公司董事曾佳溢控制或参股的企业”			
晋江市融资担保有限责任公司	现持有晋江市工商局签发的统一社会信用代码 91350582676549191M 的《营业执照》, 成立于 2008 年 7 月 25 日, 住所地为晋江市青阳迎宾路建设银行大厦十八楼, 法定代表人为陈欣慰, 注册资本为 10,000 万元, 企业类型为有限责任公司, 营业期限自 2008 至 2058 年 7 月 24 日。		贷款担保、票据承兑担保、贸易融资担保、项目融资担保、信用证担保等担保业务和其它法律、法规许可的融资性担保业务。诉讼保全担保、履约担保以及担保业务有关的融资咨询、财务顾问等中介服务和以自有资金进行的投资(融资性担保机构经营许可证有效期至 2016 年 1 月 24 日)。(以上经营范围涉及许可经营项目的, 应在取得有关部门的许可后方可经营)	曾佳溢任董事、副总经理

5、监事王志宏兼职企业（不含晋江能投）基本情况如下：

公司名称	工商登记显示的企业基本情况	持股比例	经营范围	备注
益众照明	详见本节（六）之 2、晋江能投的控股企业			
晋江天然气	持有晋江市工商局签发的注册号为 350582100009893 的《营业执照》。成立于 2004 年 9 月 10 日, 住所为晋江市金井镇石圳村, 法定代表人为周朝宝, 注册资本与实收资本均为 99,600 万元, 企业类型为有限责任公司(国有控股), 营业期限自 2004 年 9 月 10 日至 2034 年 9 月 09 日。	晋江能投持股 25%	天然气发电及相关产品的开发利用及技术服务。(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)”	王志宏任该公司董事
晋江自来水	详见本节五(一)之 2、晋江能投的控股企业。王志宏任该公司董事。			
晋江热电	持有晋江市工商局签发的注册号为 350582100066814 的《营业执照》。成立于 2004 年 9 月 30 日, 住所为福建省晋江市科技工业园区安东园, 法定代表人为董飞, 注册资本与实收资本均为 20,000 万元, 企业类型为其他有限责任公司, 营业期限自 2004 年 9 月 30 日至 2054 年 9 月 29 日。	晋江能投持股 24%	供热、发电; 兼营: 灰渣综合利用、商贸。(以上经营范围涉及许可经营项目的, 应在取得有关部门的许可后方可经营)”	王志宏任该公司董事
晋江机场	持有泉州市工商局签发的注册号为 350000100011846 的《营业执照》。成立于 1994 年 3 月 25 日, 住所为福建省泉州市晋江市和平中路 118 号, 法定代表人为方庆强, 注册资本为 35,263.4 万元, 企业类型为股份有限	晋江能投持股 42.36%	提供民用航空有关设施的服务和咨询; 汽油、柴油零售业务(仅限分支机构经营)。(以上经营范围涉及许可经营项目的, 应在取得有关部	王志宏任该公司董事

	公司(非上市、国有控股), 营业期限自 1994 年 3 月 25 日至 2044 年 3 月 24 日。		门的许可后方可经营)”	
三 创 园	持有晋江市工商登记机关签发的注册号为 350582100167634 的《营业执照》。成立于 2012 年 6 月 6 日, 住所为晋江市青阳街道崇德路 275 号农行裙楼二楼 205 室, 法定代表人为许宏程, 注册资本为 10000 万人民币, 公司类型为有限责任公司(国有独资) 经营期限自 2012 年 6 月 6 日至 2032 年 6 月 05 日。	晋江市财政局全资持股	房地产开发; 土地开发服务; 资产管理; 投资策划; 工程设计、施工; 基础设施建设; 物业管理, 会议及展览服务, 科技中介服务, 技术推广服务, 文化创意项目开发。(以上经营范围涉及许可经营项目的, 应在取得有关部门的许可后方可经营)	王志宏任该公司董事
闽 侨 实 业	持有泉州市工商局签发的注册号为 350500100015222 的《营业执照》。成立于 2001 年 12 月 27 日, 住所为泉州市丰泽区田安路北段闽侨大厦, 法定代表人王杰安, 注册资本为 10148.830822 万元, 企业类型为有限责任公司, 经营期限自 2001 年 12 月 27 日至 2020 年 12 月 27 日。	晋江能投持有 4.07% 股份	对担保业、典当业等国家法律法规允许的行业及项目进行投资; 投资咨询(不含证券投资、期货投资咨询及其他金融咨询); 企业管理咨询; 房地产经营; 物业管理; 销售: 建筑材料(不含危险化学品)、机电产品、农产品(不含需经前置许可的食品)。(以上经营范围涉及许可经营项目的, 应在取得有关部门的许可后方可经营)	王志宏任该公司监事
太 平 洋 港 口	持有泉州市工商局签发的注册号为 350500400009993 的《营业执照》。成立于 2008 年 2 月 27 日, 住所为晋江市深沪镇深沪港区, 法定代表人为邱晋广, 注册资本为 4,990 万美元, 营业期限自 2008 年 2 月 27 日至 2058 年 2 月 26 日,		晋江区域内集装箱码头、散杂货公用码头和其他码头的建设与经营, 集装箱及散杂货的装卸、运输、堆存、仓储、中转以及与运输业务相关的仓储设施的建设与经营和相关业务; 乙二醇的批发业务。(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)	王志宏任该公司监事

(6) 监事蔡秋红兼职企业基本情况如下:

公司名称	工商登记显示的企业基本情况	持股比例	经营范围	备注
晋江体育	详见本节七(五)之 2、“董事陈桂金兼职企业(不含晋江国投和晋江能投)的具体情况”, 蔡秋红任该公司监事。			

以上董事、监事、高级管理人员兼职的公司除董事陈桂金兼职董事的晋江经济报和陈桂金任董事、蔡秋红任监事的晋江体育外, 均与公司主营业务差别较大,

不存在同业竞争。

晋江经济报的控股股东系福建报业投资控股有限责任公司（持股 51%），陈桂金受晋江市财政局委派担任该公司董事，并未在该公司领取任何报酬，对该企业不存在控制关系和利益冲突。

晋江体育的控股股东系晋江市城市建设投资开发有限责任公司，受晋江市财政局委派，陈桂金担任该公司董事，蔡秋红任该公司监事，均未在该公司领取任何报酬，对该企业不存在控制关系和利益冲突，且经调查确认，该企业自成立初始就没有营业。

另外，依据《公司法》与《公司章程》规定，如遇与上述企业有利益冲突的表决时，陈桂金应当予以回避，故不会对公司利益发生不利影响。

因此，董事、监事、高级管理兼职的上述企业与公司之间不存在同业竞争，与公司不存在利益冲突。

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兼职或者投资，与公司之间不存在利益冲突。

（六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员合法合规情况

公司董事、监事、高级管理人员符合《公司法》第一百四十六条关于董事、监事、高管任职的规定，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。

公司董事、监事、高级管理人最近两年内无重大违法违规行为，符合《公司法》关于董事、监事、高管任职的规定。

公司董事、监事、高级管理人及核心技术人员均未与其他企业签订竞业禁止协议，均无违反相关法律、法规及规范性文件关于竞业禁止的规定，不存在有关上述事项的纠纷或潜在纠纷。

（七）董事、监事、高级管理人员最近两年发生变动的情况

近两年来，公司的董事、监事和高级管理人员发生过如下变化：

1、董事变更

时间	董事名单	变动原因
2011年9月-2014年2月	郑科伟、陈桂金、李卫亮、吴智瑞、吴火炉	
2014年2月-2014年10月	郑科伟、陈桂金、吴智瑞、吴火炉、王双奇	李卫亮因个人原因辞去董事职务，股东大会同意由公司副总经理王双奇任董事
2014年10月至2015年8月	柯晋军、陈桂金、曾佳溢、吴家旺、王双奇	股东指派更换
2015年9月至今	柯晋军、陈桂金、曾佳溢、吴家旺、余庆红	王双奇因个人原因辞去董事职务，股东大会决定由余庆红任公司董事

2、监事变更

公司两年内监事未发生变更。

3、高级管理人员变更

时间	总经理	副总经理	财务总监	董事会秘书	变动原因
2013年1月至2014年2月	李卫亮	王双奇			
2014年2月至2015年9月	王双奇				李卫亮因个人原因辞去总经理职务，董事会聘请原副总经理王双奇为总经理。
2015年9月至今	柯晋军	陈柏菁	余细针	余庆红	王双奇因个人原因辞去总经理职务，董事会聘任公司董事长柯晋军兼任总经理职务，原总经理助理陈柏菁为副总经理，余细针（原公司财务经理）为财务总监，聘请余庆红为董事会秘书。

报告期内有两次的总经理变更，均是因总经理个人原因辞职。总经理负责日常的行政管理和部分业务开拓，副总经理和各业务总监负责具体业务，报告期内，公司整体经营团队保持相对稳定，因此，总经理变更并未对公司的日常业务和管理造成重大负面影响，目前公司由董事长柯晋军兼任公司总经理，原总经理助理陈柏菁担任公司副总经理，极大减少了总经理辞职造成的不利影响。因此，上述董事、监事和高级管理人员的变更主要是为了规范公司治理结构、加强公司的治理水平而进行的合理变更，使公司结构符合《公司法》和《公司章程》等规范性文件的要求，且履行了必要的法律程序。除上述情形外，公司的董事、监事和高

级管理人员没有发生重大变化。

八、公司重大诉讼、仲裁

截至本公开转让说明书签署之日，中桥传媒存在五起诉讼，其中两起公司作为原告的案件已经判决并申请了执行，另外三个诉讼案件尚未判决。

1、与正大（中国）服饰有限公司的广告合同纠纷案

中桥传媒诉正大（中国）服饰有限公司（以下简称“正大服饰”）广告合同纠纷案，该案件具体情况如下：

2010年11月5日，中桥传媒与正大服饰签署《电视广告承揽合同》及《补充协议》，约定中桥传媒为正大服饰发布电视广告。合同签订后，中桥传媒依约为正大服饰发布了电视广告，但是正大服饰未能依约支付合同价款。

2013年1月25日，中桥传媒向福建省惠安县人民法院提起诉讼，请求法院判令正大服饰向公司支付广告费2,396,733及违约金657,063元。

2013年4月15日，惠安县人民法院判决正大服饰向中桥传媒偿付广告费合计人民币2,396,733元，并支付违约金。

上述案件判决已经生效，公司已经依法向惠安县人民法院申请执行，执行案号（2013）惠执行字第1403号，并已经执行回款项100万元。

该案件属于公司在经营过程中，由于广告业的行业特性而发生的广告合同付款纠纷。案件发生后，公司及时起诉并申请执行，挽回了部分损失。正大服饰目前已经处于破产边缘，剩余款项得到执行的可能性不高。依据会计谨慎性原则，已经对该笔应收账款全额计提坏账，该诉讼不会对公司的生产经营活动产生重大影响，公司的持续经营能力亦未受到影响。

2、2013年1月25日，中桥文化传媒（福建）股份有限公司因与厦门智立方广告有限公司广告合同纠纷向厦门市思明区人民法院提起诉讼，要求厦门智立方广告有限公司支付广告费人民币200,000元及逾期付款利息，厦门市思明区人民法院于2013年8月15日做出（2013）思民初字第2419号判决，判决厦门智立方广告有限公司支付广告费200,000元及利息。该判决已生效并申请执行，执

行案号（2014）思执行字第 340 号。截止本公开转让说明书签署之日，该案已执行回款 29,118.81 元。

该案件同样属于公司在经营过程中，由于广告业的行业特性而发生的广告合同付款纠纷。案件发生后，公司及时起诉并申请执行，挽回了部分损失。依据会计谨慎性原则，公司已经对该笔应收账款全额计提坏账，该诉讼不会对公司的生产经营活动产生重大影响，公司的持续经营能力亦未受到影响。

3、2015 年 5 月 5 日，晋江市人民法院开庭审理黄良远诉晋江市人力资源和社会保障局行政诉讼案，并将中桥传媒列为本案的第三人，案号为（2015）晋行初字 20 号。原告黄良远请求晋江市人民法院撤销晋江市人力资源和社会保障局所作的晋人社工认不（2014）2 号的《关于对黄良远工伤认定申请不予受理决定》，并重新作出具体行政行为。

黄良远案系因 2014 年公司将户外广告灯箱设施的维修清洁工作由含黄良远等五人承包，黄良远工作回家途中发生事故受伤，晋江市人力和劳动保障局认定不属于工伤引起，公司作为第三人，与案件的判决结果有一定利害关系。

黄良远诉晋江市人力资源社会保障局（简称晋江人社局）及中桥文化传媒（福建）股份有限公司（简称中桥股份）不予受理工伤认定一案，经晋江市人民法院判决认为晋江人社局认定黄良远与中桥股份不存在劳动关系正确，但适用法律错误，判决撤销晋江人社局做出的《关于对黄良远工伤认定申请不予受理的决定》（晋人社工认不[2014]2 号），责令晋江人社局重新作出行政行为。晋江人社局重新作出《关于对黄良远工伤认定申请不予受理的决定》（晋人社工认不[2015]20 号）。黄良远并未就此案再行提起诉讼，该案判决已经生效。

4、2015 年 5 月 8 日，张远文在晋江市人民法院起诉刘灿华、中桥传媒健康权纠纷案，案号为（2015）晋民初字第 4550 号，原告张文远请求晋江市人民法院判令刘灿华、中桥传媒向其支付医药费等费用共计 430,327.1 元。

张文远案系公司将公交候车亭的维护工作由刘灿华承包，刘灿华的工人在作业时发生人身损害事件引起。截至本公开转让说明书签署之日，该案件正在审理中。

5、2015年8月4日，厦门市霓裳文化传播有限公司在晋江市人民法院诉中桥传媒合同纠纷案，案号为（2015）晋民初字第7318号，请求中桥传媒支付费用506,240元和违约金373,529元并承担诉讼费等相关费用。

厦门市霓裳文化传播有限公司对公司的诉讼系因2012年双方之间为推广永春佛手茶，在合作过程中，因款项结算问题引起的合同纠纷。截至本公开转让说明书签署之日，该案件正在审理中。

6、2014年4月18日，公司与邦迪服饰签订《2014亚洲沙滩排球锦标赛·晋江唯一指定用品回报协议书》。合同约定公司向邦迪服饰提供“2014年亚洲沙滩排球锦标赛【唯一指定用品】赞助事宜”的相关广告服务，邦迪服饰在合同签订后三日内向公司支付赞助费用15万元。合同签订后，公司提供了全部的广告服务，但邦迪服饰没有依约支付赞助费用。

2016年1月8日，公司向福建省晋江市人民法院提起诉讼，请求法院判令邦迪服饰向公司支付广告费用15万元，并按银行同期贷款利率支付资金占用利息。

此案已经立案，案号为（2016）晋民初字第485号。

参照《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则（试行）》第三十七条之规定：“挂牌公司对涉案金额占公司最近一期经审计净资产绝对值10%以上的重大诉讼、仲裁事项应当及时披露”。上述五个诉讼，除已经申请执行并已经提取坏账的与正大服饰的纠纷外，其余诉讼案件涉案金额均未超过公司最近一期经审计净资产绝对值10%。上述诉讼均系公司经营过程中常见的诉讼纠纷，诉争金额不高，判决结果不会对公司的日常管理和持续经营产生重大影响，公司已经委托律师事务所积极参与诉讼，以上诉讼不属于重大诉讼。除此之外，公司报告期内不存在其他重大诉讼仲裁及重大未决诉讼、仲裁情况。公司已就此专门做出书面声明。

综上，从案件标的额、纠纷产生原因、责任归属等方面来看，上述诉讼尚未构成重大诉讼案件，也未涉及违法犯罪，公司不存在重大违法违规行为。

第四节公司财务

一、最近两年一期审计意见及财务报表

（一）审计意见类型

公司2013年度、2014年度、2015年1-7月份的财务报告已经由具有证券期货相关业务资格的致同会计师事务所（特殊普通合伙）审计，致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具了致同审字(2015)第350ZB0213号标准无保留意见的审计报告。

（二）财务报表编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则—基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

（三）公司合并报表范围确定原则、最近两年一期合并财务报表范围

报告期内无纳入合并范围子公司。

（四）主要财务报表

资产负债表

单位：元

资产	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产：			
货币资金	5,133,199.03	13,065,081.68	9,950,819.31
交易性金融资产			
应收票据	600,000.00		200,000.00
应收账款	7,961,688.92	6,131,741.29	4,648,010.69
预付款项	1,369,014.59	2,333,588.51	3,235,236.24
应收利息			
应收股利			
其他应收款	1,169,634.99	632,109.42	674,324.73
存货			

资产	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	8,000,000.00		
流动资产合计	24,233,537.53	22,162,520.90	18,708,390.97
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			
投资性房地产			
固定资产	779,131.36	868,881.95	853,376.43
在建工程			566,877.69
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	6,042,121.08	7,392,282.42	9,294,992.85
开发支出			
商誉			
长期待摊费用	1,155,809.19	1,349,603.31	943,863.46
递延所得税资产	800,016.49	744,654.51	477,412.19
其他非流动资产			
非流动资产合计	8,777,078.12	10,355,422.19	12,136,522.62
资产总计	33,010,615.65	32,517,943.09	30,844,913.59

资产负债表（续表）

单位：元

负债和所有者权益	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动负债：			
短期借款			

拆入资金			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债			
应付票据			
应付账款	4,497,192.29	6,459,127.32	5,516,278.62
预收款项	2,732,982.68	1,116,813.54	1,420,516.36
应付手续费及佣金			
应付职工薪酬	1,155,601.56	1,331,537.57	1,399,765.56
应交税费	786,344.00	922,685.18	1,293,495.48
应付利息			
应付股利			
其他应付款	399,175.42	503,473.69	217,327.69
其他流动负债			
流动负债合计	9,571,295.95	10,333,637.30	9,847,383.71
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
专项应付款			
预计负债			
递延收益	723,461.54	856,730.77	
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计	723,461.54	856,730.77	
负债合计	10,294,757.49	11,190,368.07	9,847,383.71
所有者权益（或股东权益）：			
实收资本（或股本）	20,000,000.00	20,000,000.00	20,000,000.00
资本公积			
减：库存股			
专项储备			

盈余公积	259,664.54	259,664.54	226,660.03
一般风险准备			
未分配利润	2,456,193.62	1,067,910.48	770,869.85
外币报表折算差额			
归属于母公司所有者权益合计	22,715,858.16	21,327,575.02	20,997,529.88
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	22,715,858.16	21,327,575.02	20,997,529.88
负债及所有者权益合计	33,010,615.65	32,517,943.09	30,844,913.59

利润表

单位：元

项目	2015 年 1-7 月份	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	17,800,920.89	27,955,777.75	26,112,795.89
减：营业成本	12,832,407.88	21,315,918.18	16,591,187.68
营业税金及附加	414,883.98	581,581.84	474,537.37
销售费用	2,061,680.74	4,326,384.35	4,223,427.14
管理费用	1,088,007.25	1,864,921.82	2,078,975.41
财务费用	-11,574.64	-20,490.58	-101,709.93
资产减值损失	354,717.15	212,238.48	1,153,897.46
加：公允价值变动收益（损失以“－”号填列）			
投资收益（损失以“－”号填列）	79,005.54	294,882.20	97,052.06
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
二、营业利润（亏损以“－”号填列）	1,139,804.07	-29,894.14	1,789,532.82
加：营业外收入	732,997.13	651,859.84	514,952.28
减：营业外支出	6,350.54	60,375.65	300,000.00
其中：非流动资产处置损失			
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	1,866,450.66	561,590.05	2,004,485.10
减：所得税费用	478,167.52	231,544.91	671,411.35
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	1,388,283.14	330,045.14	1,333,073.75
五、每股收益：			

项目	2015 年 1-7 月份	2014 年度	2013 年度
（一）基本每股收益	0.07	0.02	0.07
（二）稀释每股收益	0.07	0.02	0.07
六、其他综合收益			
七、综合收益总额	1,388,283.14	330,045.14	1,333,073.75

现金流量表

单位：元

项目	2015 年 1-7 月份	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	17,673,998.80	27,778,396.60	27,798,018.83
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	121,574.76	2,020,147.94	2,261,707.95
经营活动现金流入小计	17,795,573.56	29,798,544.54	30,059,726.78
购买商品、接受劳务支付的现金	11,920,349.50	17,008,941.90	18,279,834.62
支付给职工以及为职工支付的现金	2,750,545.94	5,110,493.46	3,848,772.84
支付的各项税费	1,701,201.33	2,259,897.48	602,054.86
支付其他与经营活动有关的现金	661,570.98	1,085,953.79	2,814,717.77
经营活动现金流出小计	17,033,667.75	25,465,286.63	25,545,380.09
经营活动产生的现金流量净额	761,905.81	4,333,257.91	4,514,346.69
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	8,000,000.00		
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	79,005.54	294,882.20	97,052.06
投资活动现金流入小计	8,079,005.54	294,882.20	97,052.06
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	772,794.00	1,513,877.74	4,131,067.22
投资支付的现金	16,000,000.00		
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			

项目	2015 年 1-7 月份	2014 年度	2013 年度
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计	16,772,794.00	1,513,877.74	4,131,067.22
投资活动产生的现金流量净额	-8,693,788.46	-1,218,995.54	-4,034,015.16
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金			
取得借款收到的现金			
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计			
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金			
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计			
筹资活动产生的现金流量净额			
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	-7,931,882.65	3,114,262.37	480,331.53
加：期初现金及现金等价物余额	13,065,081.68	9,950,819.31	9,470,487.78
六、期末现金及现金等价物余额	5,133,199.03	13,065,081.68	9,950,819.31

所有者权益变动表

单位：元

项目	2015 年 1-7 月								
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他	所有者权益合计
一、上年年末余额	20,000,000.00				259,664.54		1,067,910.48		21,327,575.02
加：会计政策变更									
前期差错更正									
其他									
二、本年年初余额	20,000,000.00				259,664.54		1,067,910.48		21,327,575.02
三、本年增减变动金额（减少以“－”号填列）							1,388,283.14		1,388,283.14
（一）本年净利润							1,388,283.14		1,388,283.14
（二）其他综合收益									
上述（一）和（二）小计							1,388,283.14		1,388,283.14
（三）所有者投入和减少资本									
1.所有者投入资本									

项目	2015 年 1-7 月								
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他	所有者权益合计
2. 股份支付计入所有者权益的金额									
3. 其他									
（四）利润分配									
1.提取盈余公积									
2.提取一般风险准备									
3.对所有者（或股东）的分配									
4.其他									
（五）所有者权益内部结转									
1. 资本公积转增资本（或股本）									
2. 盈余公积转增资本（或股本）									
3. 盈余公积弥补亏损									
4. 其他									
（六）专项储备									

项目	2015 年 1-7 月								
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他	所有者权益合计
1. 本期提取									
2. 本期使用									
（七）其他									
四、本年年末余额	20,000,000.00				259,664.54		2,456,193.62		22,715,858.16

所有者权益变动表

项目	2014 年度								
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他	所有者权益合计
一、上年年末余额	20,000,000.00				226,660.03		770,869.85		20,997,529.88
加：会计政策变更									
前期差错更正									
其他									

项目	2014 年度								
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他	所有者权益合计
二、本年年初余额	20,000,000.00				226,660.03		770,869.85		20,997,529.88
三、本年增减变动金额（减少以“－”号填列）					33,004.51		297,040.63		330,045.14
（一）本年净利润							330,045.14		330,045.14
（二）其他综合收益									
上述（一）和（二）小计							330,045.14		330,045.14
（三）所有者投入和减少资本									
1.所有者投入资本									
2．股份支付计入所有者权益的金额									
3．其他									
（四）利润分配									
1.提取盈余公积					33,004.51		-33,004.51		
2.提取一般风险准备									
3.对所有者（或股东）的分配									
4.其他									

项目	2014 年度								
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他	所有者权益合计
（五）所有者权益内部结转									
1. 资本公积转增资本（或股本）									
2. 盈余公积转增资本（或股本）									
3. 盈余公积弥补亏损									
4. 其他									
（六）专项储备									
1. 本期提取									
2. 本期使用									
（七）其他									
四、本年年末余额	20,000,000.00				259,664.54		1,067,910.48		21,327,575.02

所有者权益变动表

项目	2013 年度
----	---------

	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他	所有者权益合计
一、上年年末余额	20,000,000.00				141,007.82		-476,551.69		19,664,456.13
加：会计政策变更									
前期差错更正									
其他									
二、本年初余额	20,000,000.00				141,007.82		-476,551.69		19,664,456.13
三、本年增减变动金额（减少以“－”号填列）					85,652.21		1,247,421.54		1,333,073.75
（一）本年净利润							1,333,073.75		1,333,073.75
（二）其他综合收益									
上述（一）和（二）小计							1,333,073.75		1,333,073.75
（三）所有者投入和减少资本									
1.所有者投入资本									
2．股份支付计入所有者权益的金额									
3．其他									

项目	2013 年度								
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他	所有者权益合计
（四）利润分配									
1.提取盈余公积					85,652.21		-85,652.21		
2.提取一般风险准备							-	-	-
3.对所有者（或股东）的分配									
4.其他									
（五）所有者权益内部结转									
1. 资本公积转增资本（或股本）									
2. 盈余公积转增资本（或股本）									
3. 盈余公积弥补亏损									
4. 其他									
（六）专项储备									
1. 本期提取									

项目	2013 年度								
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他	所有者权益合计
2. 本期使用									
（七）其他									
四、本年年末余额	20,000,000.00				226,660.03		770,869.85		20,997,529.88

二、报告期内采用的主要财务政策与会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合《企业会计准则》的要求，真实、完整地反映了本公司 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 7 月 31 日的财务状况以及 2013 年度、2014 年度、2015 年 1-7 月份的经营成果和现金流量。

（二）财务报表的编制基础

本财务报表按照财政部颁布的企业会计准则及其应用指南、解释及其他有关规定（统称“企业会计准则”）编制。此外，本公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号—财务报告的一般规定》（2014 年修订）披露有关财务信息。本财务报表以持续经营为基础列报。本公司会计核算以权责发生制为基础。本财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

（三）会计期间

本公司的会计期间分为年度和中期，会计年度为公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。会计中期指短于一个完整的会计年度的报告期间。

（四）记账本位币

本公司以人民币为记账本位币。

（五）现金流量表之现金及现金等价物的确定标准

现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（六）外币业务

本公司发生外币业务，按交易发生日的即期汇率折算为记账本位币金额。资产负债表日，对外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日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，计入当期损益；对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；对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，计入当期损益。

（七）金融工具

金融工具是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

1、金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

- ①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；
- ②该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。

2、金融资产分类和计量

本公司的金融资产于初始确认时分为以下四类：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、贷款和应收款项、可供出售金融资产。金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，包括交易性金融资产和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得

或损失以及与该等金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

持有至到期投资

持有至到期投资，是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。持有至到期投资采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其终止确认、发生减值或摊销产生的利得或损失，均计入当期损益。

应收款项

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，包括应收账款和其他应收款等（附注二、9）。应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除上述金融资产类别以外的金融资产。可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，其折溢价采用实际利率法摊销并确认为利息收入。除减值损失及外币货币性金融资产的汇兑差额确认为当期损益外，可供出售金融资产的公允价值变动确认为其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。与可供出售金融资产相关的股利或利息收入，计入当期损益。

对于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，按成本计量。

3、金融负债分类和计量

本公司的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、其他金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，相关交易费用计入其初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

其他金融负债

与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本进行后续计量。其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

4、金融工具的公允价值

金融资产和金融负债的公允价值确定方法见附注二、8。

5、金融资产减值

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。

金融资产发生减值的客观证据，包括下列可观察到的情形：

- 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本公司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者进行其他财务重组；
- ⑤因发行方发生重大财务困难，导致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，包括：

该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化；

债务人所在国家或地区经济出现了可能导致该组金融资产无法支付的状况；

⑦债务人经营所处的技术、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，如权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其初始投资成本超过 50%（含 50%）或低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）。

低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）是指，权益工具投资公允价值月度均值连续 12 个月均低于其初始投资成本。

⑨其他表明金融资产发生减值的客观证据。

以摊余成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当期损益。预计未来现金流量现值，按照该金融资产原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失，计入当期损益。对单项金额不重大的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

本公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表

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。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

可供出售金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失，予以转出，计入当期损益。该转出的累计损失，为可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

以成本计量的金融资产

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，将该金融资产的账面价值，与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之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。发生的减值损失一经确认，不得转回。

6、金融资产转移

金融资产转移，是指将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

本公司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的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入

所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

7、金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

（八）公允价值计量

公允价值是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。

本公司以公允价值计量相关资产或负债，假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行；不存在主要市场的，本公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场（或最有利市场）是本公司在计量日能够进入的交易市场。本公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

存在活跃市场的金融资产或金融负债，本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。

以公允价值计量非金融资产的，考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力，或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，优先使用相关可观察输入值，只有在可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债，根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值，确定所属的公允价值层次：第一层次输入值，是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值，是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或

间接可观察的输入值；第三层次输入值，是相关资产或负债的不可观察输入值。

每个资产负债表日，本公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估，以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

（九）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：期末余额达到 50 万元（含 50 万元）以上的应收款项为单项金额重大的应收款项。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，有客观证据表明发生了减值，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。

单项金额重大经单独测试未发生减值的应收款项，再按组合计提坏账准备。

2、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：涉诉款项、客户信用状况恶化的应收款项。

坏账准备的计提方法：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。

3、按组合计提坏账准备应收款项

经单独测试后未减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项）以及未单独测试的单项金额不重大的应收款项，按以下信用风险组合计提坏账准备。

组合类型	确定组合依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄状态	账龄分析法
关联方组合	关联方关系	不计提坏账准备
无风险组合	按照债务人信誉、款项性质、交易保障措施等划分组合（一般指政府采购款项、员工备用金、合同保证金、代收代付款项、设置担保条款的应收款项等）	不计提坏账准备

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
----	-------------	--------------

1 年以内（含 1 年）	5	5
1—2 年（含 2 年）	20	20
2—3 年（含 3 年）	50	50
3 年以上	100	100

（十）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、各类固定资产的折旧方法

本公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限(年)	预计残值率(%)	年折旧率(%)
运输设备	年限平均法	8-10	5	11.875-9.50
办公设备	年限平均法	5	5	19.00
电子设备	年限平均法	3-5	5	31.67-19.00

其中，已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法见附注三、13。

4、每年年度终了，本公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

5、大修理费用

本公司对固定资产进行定期检查发生的大修理费用，有确凿证据表明符合固定资产确认条件的部分，计入固定资产成本，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。固定资产在定期大修理间隔期间，照提折旧。

（十一）在建工程

本公司在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项必要工程支出、工程达到预定可使用状态前的应予资本化的借款费用以及其他相关费用等。

在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产、无形资产等。

在建工程计提资产减值方法见附注三、13。

（十二）无形资产

本公司无形资产为特许经营权。

无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类别	摊销方法	使用寿命	备注
特许经营权	直线法	特许经营期	

本公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

资产负债表日预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

无形资产计提资产减值方法见附注三、13。

（十三）资产减值

对固定资产、在建工程、无形资产等（递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，本公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据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较高者确定。本公司以单项资产为基础估计其可收回金额；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为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，本公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于本公司确定的报告分部。

减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十四）长期待摊费用

本公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，其摊余价值全部计入当期损益。

（十五）职工薪酬

1、职工薪酬的范围

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。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

根据流动性，职工薪酬分别列示于资产负债表的“应付职工薪酬”项目和“长期应付职工薪酬”项目。

2、短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的职工工资、奖金、按规定的基准和比例为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。如果该负债预期在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内不能完全支付，且财务影响重大的，则该负债将以折现后的金额计量。

3、离职后福利

离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。本公司仅涉及设定提存计划。

设定提存计划包括基本养老保险、失业保险等。

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。

4、辞退福利

本公司向职工提供辞退福利的，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：本公司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；本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

5、其他长期福利

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，按照上述关于设定提存计划的有关规定进行处理。符合设定受益计划的，按照上述关于设定受益计划的有关规定进行处理，但相关职工薪酬成本中“重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动”部分计入当期损益或相关资产成本。

（十六）预计负债

如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件，本公司将其确认为预计负债：

- （1）该义务是本公司承担的现时义务；
- （2）该义务的履行很可能导致经济利益流出本公司；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。本公司于资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

如果清偿已确认预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿，则补偿金额只能在基本确定能收到时，作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过所确认负债的账面价值。

（十七）收入

1、销售商品收入的确认一般原则

（1）销售商品

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。

（2）提供劳务

对在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，本公司于资产负债表日按完工百分比法确认收入。

劳务交易的完工进度按已经发生的劳务成本占估计总成本的比例/已完工作的测量/已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：A、收入的金额能够可靠地计量；B、相关的经济利益很可能流入企业；C、交易的完工程度能够可靠地确定；D、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

（3）让渡资产使用权

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时，本公司确认收入。

2、收入确认的具体方法

（1）媒体代理业务

指为客户广告投放进行媒体数据分析，制定媒体策略、媒体创新、媒体投放计划，并按照客户确认的广告投放计划代理客户实施媒体购买、媒体投放及媒体监测工作。按照与客户签订的合同约定服务内容及价格，经与客户确认的广告发布及宣传服务的排期表（具体发布期间），根据已提供服务的期间占服务总期间的比例来确定完工进度，按照完工百分比法确认当期收入。

（2）户外媒体业务

指公司开发户外媒体资源，为客户发布户外广告。按照与客户签订的合同约定服务内容及价格，经与客户确认的广告发布及宣传服务的排期表（具体发布期间），根据已提供服务的期间占服务总期间的比例来确定完工进度，按照完工百分比法确认当期收入。

（3）活动策划业务

指公司策划、开发、组织、承办各种专业体育赛事、文艺演出、商业展览和会议论坛等活动。于活动组织完成并经客户验收后确认收入。

（4）广告制作收入

指公司承接广告宣传片等制作的收入，并于广告制作完成并经客户验收后确认收入。

（十八）政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

对于货币性资产的政府补助，按照收到或应收的金额计量。其中，对期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时，按应收金额计量；否则，按照实际收到的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额1元计量。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长

期资产的政府补助；除此之外，作为与收益相关的政府补助。对于政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用期限内平均分配，计入当期损益。与收益相关的政府补助，如果用于补偿已发生的相关费用或损失，则计入当期损益；如果用于补偿以后期间的相关费用或损失，则计入递延收益，于费用确认期间计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十九）递延所得税资产、递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外，均作为所得税费用计入当期损益。

本公司根据资产、负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债，除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：

（1）商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

（2）对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非该可抵扣暂时性差异是在

以下交易中产生的：

（1）该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

（2）对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：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。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果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利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

（二十）经营租赁

本公司将实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁确认为融资租赁，除融资租赁之外的其他租赁确认为经营租赁。

（1）本公司作为出租人

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的初始直接费用，计入当期损益。

（2）本公司作为承租人

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益；发生的初始直接费用，计入当期损益。

（二十一）重要会计政策和会计估计的变更

1、重要会计政策变更

2014年1月至7月，财政部发布了《企业会计准则第39号—公允价值计量》（简称企业会计准则第39号）、《企业会计准则第40号—合营安排》（简称企业会计准则第40号）和《企业会计准则第41号—在其他主体中权益的披露》（简

称企业会计准则第 41 号），修订了《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》（简称企业会计准则第 2 号）、《企业会计准则第 9 号—职工薪酬》（简称企业会计准则第 9 号）、《企业会计准则第 30 号—财务报表列报》（简称企业会计准则第 30 号）、《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》（简称企业会计准则第 33 号）和《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》（简称企业会计准则第 37 号），除企业会计准则第 37 号在 2014 年年度及以后期间的财务报告中使用时，上述其他准则于 2014 年 7 月 1 日（施行日）起施行。

本公司于 2014 年 7 月 1 日开始执行前述 7 项企业会计准则，经编制 2014 年度财务报告时开始执行金融工具列报准则，对报告期内财务报表项目及金额无重大影响。

2、重要会计估计变更

报告期内，本公司重要会计估计未发生变更。

（二十二）前期会计差错更正

本报告期未发生前期会计差错更正事项。

三、报告期的主要会计数据和财务指标

（一）最近两年一期的主要财务指标

公司最近两年一期财务数据如下：

项目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
总资产（万元）	3,301.06	3,251.79	3,084.49
总负债（万元）	1,029.47	1,119.03	984.74
股东权益合计（万元）	2,271.59	2,132.76	2,099.75
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	2,271.59	2,132.76	2,099.75
每股净资产（元）	1.14	1.07	1.05
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	1.14	1.07	1.05
资产负债率（%）	31.19	34.41	31.93
流动比率（倍）	2.53	2.14	1.90
速动比率（倍）	2.53	2.14	1.90

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业收入（万元）	1,780.09	2,795.58	2,611.28
净利润（万元）	138.83	33.00	133.31
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	138.83	33.00	133.31
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	84.46	-9.85	117.19
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）	84.46	-9.85	117.19
毛利率（%）	27.91	23.75	36.46
净资产收益率（%）	6.11	1.55	6.35
扣除非经常性损益的净资产收益率（%）	3.72	-0.46	5.58
基本每股收益（元/股）	0.07	0.02	0.07
稀释每股收益（元/股）	0.07	0.02	0.07
应收账款周转率（次）	2.53	5.19	4.94
存货周转率（次）			
经营活动产生的现金流量净额（万元）	76.19	433.33	451.43
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.04	0.22	0.23

注：1）中桥传媒主要财务指标根据经会计师事务所审计的 2013-2015 年 7 月的财务报表和附注中的数据计算得出。2）净资产收益率和每股收益的计算根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号-净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）要求计算，每股净资产、每股经营活动产生的现金流量净额两项指标均以各期末实收资本为基础计算。

1、盈利能力分析

公司 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月公司营业收入分别为 26,112,795.89 元、27,955,777.75 元和 17,800,920.89 元，2014 年营业收入较 2013 年增加 1,842,981.86 元，增长了 7.06%，增加主要系 2014 年公司新建公交候车亭及火车站前广场投入使用，户外广告收入增加。

公司 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月综合毛利率分别为 36.46%、23.75%、27.91%，2014 年较 2013 年毛利率同比下降 12.71 个百分点，主要原因系 2014 年 BOT 项目晋江火车站站前广场和晋江市公交候车亭完工验收结转，2014 年摊销 2,628,715.49 元较 13 年增加 1,995,741.09 元，由于开拓户外广告客户需要一定时间，2014 年户外媒体广告收入低于摊销成本毛利率为-30.69%，综合毛利率较

低。

2013 年、2014 年 1-9 月，行业可比公司太阳传媒（832258）毛利率分别为 24.26%、21.24%，公司 2013 年较同行业可比公司太阳传媒综合毛利率较高的原因系应政府拆迁要求原 BOT 晋江火车站站前广场项目需要拆迁，企业由无形资产特许经营权（投入运营）转入无形资产特许经营权（在建）减少摊销。

2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月份公司净资产收益率分别为 6.35%、1.55%、6.11%，扣除非经常性损益后净资产收益率分别为 5.58%、-0.46%、3.72%。2014 扣除非经常性损益后净资产收益率为-0.46%，主要原因系 2014 年无形资产摊销金额增加，营业成本上升，营业利润为负值。

2013 年、2014 年 1-9 月行业可比公司太阳传媒（832258）净资产收益率分别为 14.81%、8.66%，扣除非经常性损益的净资产收益率分别为 15.00%、8.66% 高于中桥传媒。

2、偿债能力分析

公司 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月公司资产负债率分别为 31.93%、34.41%、31.19%，公司资产负债率水平较低，偿债能力增强。2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月公司流动比率分别为 1.90、2.14、2.53，速动比率分别为 1.90、2.14、2.53。

2013 年、2014 年 1-9 月行业可比公司太阳传媒（832258）资产负债率分别为 90.56%、29.83%，流动比率分别为 0.53、0.96，速动比率分别为 0.50、0.74，行业可比公司的偿债能力小于中桥传媒。

3、营运能力分析

2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月公司应收账款周转率分别为 4.94、5.19、2.53，2015 年 1-7 月公司应收账款周转率大幅下降原因系公司 2015 年 5 月份举行沙排比赛客户广告费未收回，截止 2015 年 9 月 30 日收回广告费 200 多万。

2013 年、2014 年行业可比公司太阳传媒（832258）应收周转率为 12.17、5.45，行业可比公司营运能力高于中桥传媒。

4、获取现金能力分析

单位：元

财务指标	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	761,905.81	4,333,257.91	4,514,346.69
投资活动产生的现金流量净额	-8,693,788.46	-1,218,995.54	-4,034,015.16
筹资活动产生的现金流量净额			
现金及现金等价物净增加额	-7,931,882.65	3,114,262.37	480,331.53

公司 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月公司经营活动产生的现金流量净额分别为 4,514,346.69 元、4,333,257.91 元、761,905.81 元；公司每股经营活动产生的现金流量净额分别为 0.23 元、0.22 元、0.04 元，经营活动现金流呈逐步下降的趋势，主要原因系公司开拓新客户增加收入但公司应账款回款周期较长。

2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月公司投资活动产生的现金流量净额分别为 -4,034,015.16 元、-1,218,995.54 元、-8,693,788.46 元，主要是购买购置固定资产、无形资产、其他长期资产和购买理财产品支付现金。

（二）各期营业收入、利润、毛利率的主要构成及比例

1、公司收入具体确认方法

（1）媒体代理业务

指为客户广告投放进行媒体数据分析，制定媒体策略、媒体创新、媒体投放计划，并按照客户确认的广告投放计划代理客户实施媒体购买、媒体投放及媒体监测工作。按照与客户签订的合同约定服务内容及价格，经与客户确认的广告发布及宣传服务的排期表（具体发布期间），根据已提供服务的期间占服务总期间的比例来确定完工进度，按照完工百分比法确认当期收入。

（2）户外媒体业务

指公司开发户外媒体资源，为客户发布户外广告。按照与客户签订的合同约定服务内容及价格，经与客户确认的广告发布及宣传服务的排期表（具体发布期间），根据已提供服务的期间占服务总期间的比例来确定完工进度，按照完工百分比法确认当期收入。

（3）活动策划业务

指公司策划、开发、组织、承办各种专业体育赛事、文艺演出、商业展览和会议论坛等活动。于活动组织完成并经客户验收后确认收入。

（4）广告制作收入

指公司承接广告宣传片等制作的收入，并于广告制作完成并经客户验收后确认收入。

2、报告期内收入构成情况

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
主营业务收入	17,729,877.49	27,549,245.76	25,833,975.93
其他业务收入	71,043.40	406,531.99	278,819.96
合计	17,800,920.89	27,955,777.75	26,112,795.89

3、公司营业收入按客户所在地区划分情况如下：

单位：元

产品名称	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
福建省	13,293,845.42	74.68	27,955,777.75	100.00	26,112,795.89	100.00
上海市	4,507,075.47	25.32				
收入合计	17,800,920.89	100.00	27,955,777.75	100.00	26,112,795.89	100.00

4、报告期公司主营业务收入按产品类别划分

单位：元

产品名称	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
媒体代理	12,284,261.89	69.29	15,942,406.89	57.87	15,157,569.21	58.67
户外媒体	2,253,350.93	12.71	3,616,920.02	13.13	2,517,177.58	9.74
活动策划	2,924,424.40	16.49	7,701,485.11	27.95	7,834,700.83	30.33
广告制作	267,840.27	1.51	288,433.74	1.05	324,528.31	1.26
收入合计	17,729,877.49	100.00	27,549,245.76	100.00	25,833,975.93	100.00

公司主营业务为媒体代理收入占公司总收入 50% 以上，公司收入分类与公司

产品及服务分类相匹配且主营业务突出。

5、报告期公司收入、利润及变动情况

单位：元

项目	2015 年 1-7 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	17,800,920.89	27,955,777.75	26,112,795.89	1,842,981.86	7.06%
营业成本	12,832,407.88	21,315,918.18	16,591,187.68	4,724,730.50	28.48%
营业利润	1,139,804.07	-29,894.14	1,789,532.82	-1,819,426.96	-101.67%
利润总额	1,866,450.66	561,590.05	2,004,485.10	-1,442,895.05	-71.98%
净利润	1,388,283.14	330,045.14	1,333,073.75	-1,003,028.61	-75.24%

报告期公司 2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月公司营业收入分别为 26,112,795.89 元、27,955,777.75 元和 17,800,920.89 元，2014 年较 2013 年增加收入 1,842,981.86 元，增长 7.06%，广告 2014 年收入增加主要系 14 年公司新建公交候车亭及火车站前广场投入使用，户外广告收入增加。

2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月公司营业成本分别为 16,591,187.68 元、21,315,918.18 元和 12,832,407.88 元，2014 年营业成本较 2013 年增加 4,724,730.50 元，增长 28.48%，营业成本增加主要原因系企业 14 年 BOT 项目晋江火车站站前广场和晋江市公交候车亭等户外媒体广告牌完工验收结转，14 年摊销 2,628,715.49 元较 13 年增加 1,995,741.09 元。

2013 年、2014 年、2015 年 1-7 月公司营业利润分别为 1,789,532.82 元、-29,894.14 元和 1,139,804.07 元，净利润分别为 1,333,073.75 元、330,045.14 元和 1,388,283.14 元。

2014 年营业利润和净利润较 2013 年分别减少 -1,819,426.96 元和 -1,003,028.61 元，降幅分别为 101.67%和 75.24%，减少原因系 2014 年较 2013 年成本增加 4,724,730.50 元，增长 28.48%。

6、按产品类型划分各项业务毛利率情况

单位：元

项目名称	2015 年 1-7 月			
	主营业务收入	主营业务成本	毛利	毛利率（%）

媒体代理	12,284,261.89	9,299,251.10	2,985,010.79	24.30
户外媒体	2,253,350.93	2,439,249.79	-185,898.86	-8.25
活动策划	2,924,424.40	879,083.59	2,045,340.81	69.94
广告制作	267,840.27	171,031.07	96,809.20	36.14
合计	17,729,877.49	12,788,615.55	4,941,261.94	27.87

(接上表)

项目名称	2014 年			
	主营业务收入	主营业务成本	毛利	毛利率(%)
媒体代理	15,942,406.89	10,342,229.24	5,600,177.65	35.13
户外媒体	3,616,920.02	4,727,000.94	-1,110,080.92	-30.69
活动策划	7,701,485.11	5,840,097.40	1,861,387.71	24.17
广告制作	288,433.74	169,958.20	118,475.54	41.08
合计	27,549,245.76	21,079,285.78	6,469,959.98	23.49

(接上表)

项目名称	2013 年			
	主营业务收入	主营业务成本	毛利	毛利率(%)
媒体代理	15,157,569.21	10,111,820.68	5,045,748.53	33.29
户外媒体	2,517,177.58	1,891,150.98	626,026.60	24.87
活动策划	7,834,700.83	4,205,874.00	3,628,826.83	46.32
广告制作	324,528.31	258,283.02	66,245.29	20.41
合计	25,833,975.93	16,467,128.68	9,366,847.25	36.26

2013 年至 2015 年 1-7 月公司主营业务收入综合毛利率分别为 36.26%、23.49%、27.87%，2014 年较 2013 年减少 12.77%，主要原因系 14 年公司 BOT 项目晋江火车站站前广场和晋江市公交候车亭完工验收摊销金额增加。

(1) 报告期内，公司媒体代理业务 2013 年、2014 年和 2015 年 1-7 月毛利率分别是 33.29%、35.13%、24.30%，2015 年 1-7 月较大幅度下降原因系公司为开拓优质客户劲霸男装（上海）有限公司，争取今后更好的合作，给予劲霸男装较大金额折扣。

(2) 报告期内，公司户外媒体毛利率各年波动较大，2013 年、2014 年和 2015 年 1-7 月毛利率分别为 24.87%、-30.69%、-8.25%，2014 年公司毛利大幅度下降并出现亏损原因系 2014 年公司 BOT 项目晋江火车站站前广场和晋江市公交候车亭验收完工，14 年摊销 2,628,715.49 元较 13 年摊销金额增加 1,995,741.09 元，增加投放广告 14 年电费较 13 年增加 38,2000.00 元,由于开拓户外广告客户需要一定时间，公司 14 年未能充分利用已建成的公交候车亭户外广告资源，出现户外广告收入小于摊销成本，2015 年公司陆续开拓客户，广告费收入与摊销成本金额逐步缩小。

(3) 报告期内，公司活动策划毛利率各年波动较大，2013 年、2014 年和 2015 年分别为 46.32%、24.17%、69.94%，2013 年毛利率较高原因系公司与晋江市广电局签订《乐活在晋江》和《彩虹桥》栏目制作协议，晋江市广电局平均每期按 6000 元支付前期策划、拍摄、制作和推广成本，2013 年确认收入 1,062,98.00 元，由于栏目制作人员同时是销售人员，公司难以区分成本金额，统一计入销售费用工资，导致 13 年活动策划成本较低毛利较高；2014 年公司毛利较低原因系与晋江市广电局无续签《乐活在晋江》和《彩虹桥》栏目制作协议，14 年确认收入是 185,849 元,收入较大幅度较少，公司举办丝海梦寻动毛利率为-5.49%，2014 年晋江市第三届人居文化节毛利率-52.58%、首届电视经济年会毛利率-27.30%，举办上述活动增加营业成本拉低整体毛利；2015 年 1-7 月活动策划业务毛利率大幅增加原因系公司首次以赛事执行机构营运全国沙滩排球大满贯赛“好彩头杯”晋江站比赛，举办此次活动得到晋江市文体新闻局大力支持，经与晋江市文体新闻局协商确认，由晋江市文体局承担 150 万举办该次沙排赛活动费用，剩余的成本由公司承担，收益由公司享有。公司通过招商取得广告费收入和合理控制成本，在该次活动中取得较好的收益。由于公司活动策划业务主要集中在下半年，故 2015 年 1-7 月活动策划收入较少。

(4) 报告期内，公司广告制作毛利率各年波动较大，2013 年、2014 年和 2015 年 1-7 月分别为 20.41%、41.08%、36.14%，各年毛利率波动较大原因系广告制作金额较小，客户需求具有差异较大，公司对客户的报价相对灵活，每个广告制作收入差异较大，毛利率波动加大。

7、公司报告期内营业成本归集分配：

单位：元

项目	2015年1-7月	占比(%)	2014年度	占比(%)	2013年度	占比(%)
媒体代理成本	9,299,251.10	72.47	10,156,380.18	47.64	9,048,837.64	54.54
BOT 摊销成本	1,589,337.02	12.39	2,628,715.49	12.33	632,974.40	3.81
户外广告制作、喷绘、维护成本	849,912.77	6.62	2,284,134.51	10.72	2,321,159.62	13.99
活动策划成本	879,083.59	6.85	5,840,097.40	27.40	4,205,874.00	25.35
广告制作成本	171,031.07	1.33	169,958.20	0.80	258,283.02	1.56
其他业务成本	43,792.33	0.34	236,632.40	1.11	124,059.00	0.75
合计	12,832,407.88	100.00	21,315,918.18	100.00	16,591,187.68	100.00

（1）公司按照媒体代理、户外媒体、活动策划、广告制作和其他业务成本归集，媒体代理成本主要是电视媒体代理成本；户外媒体成本包括晋江火车站站前广场、晋江市公交候车亭和晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目摊销成本及户外广告制作、喷绘、维修成本；活动策划成本主要包括活动策划、现场布置、活动执行成本；广告制作成本主要包括广告制作费支出；其他业务成本主要是其他零星支出。

（2）公司报告期内本的归集、分配、结转方法

公司主要营业成本为电视媒体代理成本每月平均分摊；BOT 项目按特许经营期限内直线摊销；活动策划成本按客户验收确认后结转成本。

（三）主要费用占营业收入的比重和变化情况

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
营业收入	17,800,920.89	27,955,777.75	26,112,795.89
营业成本	12,832,407.88	21,315,918.18	16,591,187.68
销售费用	2,061,680.74	4,326,384.35	4,223,427.14
管理费用	1,088,007.25	1,864,921.82	2,078,975.41
财务费用	-11,574.64	-20,490.58	-101,709.93
费用合计	3,138,113.35	6,170,815.59	6,200,692.62

销售费用占业务收入比重（%）	11.58%	15.48%	16.17%
管理费用占业务收入比重（%）	6.11%	6.67%	7.96%
财务费用占业务收入比重（%）	-0.07%	-0.07%	-0.39%
三项费用占业务收入比重（%）	17.63%	22.07%	23.75%

根据上表可以看出，目前公司销售费用、管理费用占主营业务收入的比例比较稳定，销售费用占比约为 11%-16%，管理费用占比约为 6%-8%，财务费用占比-1%以下，三项费用合计占公司主营业务收入的比重约为 17%-24%，费用占比各年波动相对较小。

（1）销售费用

报告期内销售费用明细情况如下：

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
职工薪酬	1,925,630.99	4,012,957.12	3,630,196.94
自用喷绘费	37,441.79	66,841.13	100,571.82
业务招待费	22,947.00	85,041.00	79,820.70
差旅费	22,055.00	57,412.50	34,936.40
办公费	20,119.43	35,803.20	24,237.90
维修费	18,071.00	14,820.00	9,776.00
业务宣传费	6,619.73	8,888.20	87,799.20
通讯费	1,156.21	5,185.87	2,285.27
汽车交通费	416.5	8,600.00	5,117.10
装修费	—	—	91,288.94
拍卖佣金	—	9,500.00	49,347.00
折旧摊销费	—	14,467.43	2,120.97
其他	7,223.09	6,867.90	105,928.90
合计	2,061,680.74	4,326,384.35	4,223,427.14

公司的销售费用主要包括销售人员的工资福利、自用喷绘费、差旅费、招待费、广告制作费等。2014 年销售费用较 2013 年增加了 102,957.21 元，增长 2.44%，

增加原因是 2014 年新设龙海分公司销售人员工资薪金支出增加。

（2）管理费用

报告期内管理费用明细如下：

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
职工薪酬	481,859.44	878,401.15	947,071.02
折旧摊销费	139,578.28	186,124.68	240,470.69
租赁费	108,469.06	185,947.11	192,557.33
装修费	82,459.72	144,386.66	41,663.31
业务招待费	79,226.00	123,242.00	155,842.00
咨询费	51,130.63	25,000.00	79,115.00
办公费	46,690.59	70,307.49	80,687.75
汽车交通费	44,468.42	121,955.85	178,054.10
物业水电费	25,397.40	34,453.40	6,352.76
通讯费	8,688.42	20,058.68	5,866.34
差旅费	5,734.90	28,154.80	43,551.90
培训费	3,200.00	12,990.00	14,148.00
其他	11,104.39	33,900.00	93,595.21
合计	1,088,007.25	1,864,921.82	2,078,975.41

公司的管理费用主要包括管理人员的工资福利、租赁费、折旧摊销费用、装修费、公司汽车费用、业务招待费等。2014 年较 2013 年减少 214,053.59 元，减少 10.30%，减少原因系公司 2014 年对各项费用控制。

（3）财务费用

报告期内财务费用明细如下：

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
利息支出			
减：利息收入	16,221.88	26,087.12	105,507.40

手续费及其他	4,647.24	5,596.54	3,797.47
汇兑损益			
合计	-11,574.64	-20,490.58	-101,709.93

公司财务费用主要为利息收入、手续费支出。2013 年财务费用-101,709.93 元，2014 年财务费用-20,490.58 元，主要是利息收入，2014 年较 2013 年减少原因是公司购买理财产品收入计入投资收益。

（四）非经常性损益情况

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
（一）非流动资产处置损益		-	1,940.28
（二）越权审批或无正式批准的文件税收返还、减免		-	-
（三）计入当期损益的政府补助	729,869.23	651,859.23	493,000.00
（四）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		-	-
（五）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		-	-
（六）除上述之外的其他营业外收入和支出	-3,222.64	-60,375.04	-279,988.00
（七）其他符合非经常性损益定义的损益项目		-	-
影响利润总额	726,646.59	591,484.19	214,952.28
减：所得税	182,999.20	162,964.96	53,738.07
影响净利润	543,647.39	428,519.23	161,214.21
扣除非经常损益后归属于挂牌公司净利润	844,635.75	-98,474.09	1,171,859.54
净利润	1,388,283.14	330,045.14	1,333,073.75
非经常性损益净额占利润总额的比重（%）	39.16	129.84	12.09

政府补助明细：

单位：元

补助项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度	与资产相关/与收益相关	注释
晋江市第二届人居文化			400,000.00	与收益相关	1

补助项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度	与资产相关/与收益相关	注释
节					
世界晋江同乡恳亲大会 “爱在晋江”文艺晚会			93,000.00	与收益相关	2
晋江火车站站前广场广告 拆迁重建补偿	106,346.15	106,346.15		与资产相关	3
内坑动车站三座公交候车亭 八座三面景观灯箱拆除补偿款	26,923.08	26,923.08		与资产相关	4
2013 年经济发展鼓励扶持政策 补助资金		18,590.00		与收益相关	5
晋江市第三届人居文化节		500,000.00		与收益相关	6
晋江广电局绿色金融活动	100,000.00			与收益相关	7
入驻洪山文创园 2014 年 税费优惠及房租补贴	496,600.00			与收益相关	8
合计	729,869.23	651,859.23	493,000.00		

注 1、依据晋广电[2013]30 号文,2013 年公司收到晋江广电局关于“幸福晋江”晋江市第二届人居文化节补助 400,000.00 元,计入当期损益。

注 2、依据晋财（行）审[2012]53 号文,2013 年公司收到晋江广电局关于世界晋江同乡恳亲大会“爱在晋江”活动补贴 93,000.00 元，计入当期损益。

注 3、依据晋财（行）审[2014]057 号文,2014 年企业收到关于晋江火车站站前广场广告拆除从建补偿 790,000.00 元，按特许经营期限摊销 2014 年确认 106,346.15 元，计入当期损益，2015 年 1-7 月确认 106,346.15 元，计入当期损益。

注 4、依据晋财（行）审[2014 年]058 号文，2014 年企业收到关于内坑动车站三座公交候车亭八座三面景观灯箱拆除补偿 200,000.00 元，按特许经营期限摊销 2014 年确认 26,923.08 元，计入当期损益，2015 年 1-7 月确认 26,923.08 元，计入当期损益。

注 5、依据晋江市加快文化创意和创新孵化型产业园区发展的若干意见,2014 年公司收到晋江市财政局年经济发展鼓励扶持政策补助资金 18,590.00 元，计入当期损益。

注 6、依据晋广电[2014]11 号文，2014 年公司收到晋江广电局关于“幸福晋江”晋江市第三届人居文化节补助 500,000.00 元，计入当期损益。

注 7、依据晋广电[2015]10 号文，2015 年企业收到晋江广电局关于 2015 年晋江市首届绿色金融服务走进千家万户系列活动补助 100,000 元，计入当期损益。

注 8、依据晋财指标[2015]93 号文，2015 年企业收到晋江市财政局关于下达 2014 年度经济发展鼓励扶持资金 496,600.00 元，计入当期损益。

（五）各项税收政策及缴纳的主要税种

公司执行的主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	应税收入	3%、6%
城市维护建设税	应纳流转税额	5%、7%
教育费附加	应纳流转税额	3%
地方教育费附加	应纳流转税额	2%
文化事业建设费	应税收入	3%
企业所得税	按应纳税所得额计征	25%

说明：根据【2012】71 号财政部、国家税务总局关于在北京等 8 省市开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点的通知，福建省纳入试点地区，于 2012 年 11 月 1 日完成新旧税制转换。公司于 2012 年 10 月 17 日被晋江市国家税务局认定为增值税一般纳税人，从 2012 年 10 月 1 日（税款所属期）起按增值税一般纳税人管理规定管理。龙海分公司认定为小规模纳税人，适用 3% 的增值税税率；龙海分公司所在地适用 5% 的城市维护建设税税率。

四、各期末主要资产情况

（一）货币资金

单位：元

项目	2015-7-31	2014-12-31	2013-12-31
库存现金	8,079.66	33,700.68	82,198.03

项目	2015-7-31	2014-12-31	2013-12-31
银行存款	5,125,119.37	13,031,381.00	9,868,621.28
其他货币资金			
合计	5,133,199.03	13,065,081.68	9,950,819.31

2015 年企业购买 800 万元泉州银行“海西一源泉”水到渠成系列人民币理财产品，将其划分为其他流动资产。

期末，本公司不存在抵押、质押或冻结、或存放在境外且资金汇回受到限制的款项。

（二）应收票据

单位：元

项目	2015-7-31	2014-12-31	2013-12-31
银行承兑汇票	600,000.00		200,000.00
商业承兑汇票	-		
合计	600,000.00		200,000.00

期末，公司无已质押、已背书或贴现但尚未到期的应收票据。

（三）应收账款

1、应收账款按种类列示：

单位：元

种类	2015 年 7 月 31 日			
	金额	比例（%）	坏账准备	账面价值
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	1,396,733.00	13.50	1,396,733.00	
按组合计提坏账准备的应收账款	8,776,369.12	84.85	814,680.20	7,961,688.92
其中：账龄组合	8,776,369.12	84.85	814,680.20	7,961,688.92
关联方组合				
无风险组合				
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	170,881.19	1.65	170,881.19	

种类	2015 年 7 月 31 日			
	金额	比例（%）	坏账准备	账面价值
合计	10,343,983.31	100.00	2,382,294.39	7,961,688.92

（接上表）

种类	2014 年 12 月 31 日			
	金额	比例（%）	坏账准备	账面价值
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	1,396,733.00	17.12	1,396,733.00	
按组合计提坏账准备的应收账款	6,591,469.84	80.79	459,728.55	6,131,741.29
其中：账龄组合	6,591,469.84	80.79	459,728.55	6,131,741.29
关联方组合				
无风险组合				
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	170,881.19	2.09	170,881.19	
合计	8,159,084.03	100.00	2,027,342.74	6,131,741.29

（接上表）

种类	2013 年 12 月 31 日			
	金额	比例（%）	坏账准备	账面价值
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	1,396,733.00	21.45	1,396,733.00	
按组合计提坏账准备的应收账款	4,913,771.45	75.48	294,879.57	4,618,891.88
其中：账龄组合	4,913,771.45	75.48	294,879.57	4,618,891.88
关联方组合				
无风险组合				
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	200,000.00	3.07	170,881.19	29,118.81

种类	2013 年 12 月 31 日			
	金额	比例（%）	坏账准备	账面价值
合计	6,510,504.45	100.00	1,862,493.76	4,648,010.69

其中，（1）期末单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款

单位：元

应收客户	账面余额	坏账准备	计提比例（%）	计提理由
正大（中国）体育用品有限公司	1,396,733.00	1,396,733.00	100.00	预计无法收回
合计	1,396,733.00	1,396,733.00	100.00	

(2)按账龄组合计提坏账准备的应收账款明细如下

单位：元

账龄	2015 年 7 月 31 日			
	金额	比例	坏账准备	计提比例(%)
1 年以内	7,102,981.79	80.93	355,149.09	5.00
1-2 年	1,393,458.52	15.88	278,691.70	20.00
2-3 年	198,178.81	2.26	99,089.41	50.00
3 年以上	81,750.00	0.93	81,750.00	100.00
合计	8,776,369.12	100.00	814,680.20	

（接上表）

账龄	2014 年 12 月 31 日			
	金额	比例	坏账准备	计提比例(%)
1 年以内	5,988,936.12	90.86	299,446.81	5.00
1-2 年	520,783.72	7.90	104,156.74	20.00
2-3 年	51,250.00	0.78	25,625.00	50.00
3 年以上	30,500.00	0.46	30,500.00	100.00
合计	6,591,469.84	100.00	459,728.55	

（接上表）

账龄	2013 年 12 月 31 日			
	金额	比例	坏账准备	计提比例(%)
1 年以内	4,770,291.45	97.08	238,514.57	5.00
1-2 年	51,250.00	1.04	10,250.00	20.00
2-3 年	92,230.00	1.88	46,115.00	50.00
3 年以上	—	—	—	100.00
合计	4,913,771.45	100.00	294,879.57	

截至 2015 年 7 月 31 日,应收账款账龄 1 年以内 7,102,981.79 元,占比 80.93%; 1-2 年 1,393,458.52 元,占比 15.88%, 2-3 年 198,178.81 元,占比 2.26%, 3 年以上 81,750.00 元,占比 0.93%;

2、报告期内各期末,应收账款前五名单位情况

截至 2015 年 7 月 31 日,本公司应收账款欠款金额前五名合计 4,039,212.97 元,占应收账款总额比例 39.04%,具体客户明细如下:

单位: 元

单位名称	款项的性质	2015 年 7 月 31 日余额	账龄	占期末应收账款总额比例 (%)
正大(中国)体育用品有限公司	广告费	1,396,733.00	3 年以内	13.50
福建好彩头食品股份有限公司	广告费、活动费	910,000.00	1 年以内	8.80
喜得龙(中国)有限公司	广告费、活动费	600,000.00	1 年以内、1-2 年	5.80
晋江阳光城房地产开发有限公司	活动费	590,000.00	1 年以内	5.70
晋江市总商会投资开发有限公司	广告费	542,479.97	1 年以内	5.24
合计		4,039,212.97		39.04

截至 2014 年 12 月 31 日,本公司应收账款欠款前五名合计 3,482,532.69 元,占应收账款总额比例 42.68%,具体客户明细如下:

单位: 元

单位名称	款项的性质	账面余额	账龄	占应收账款期末余额的比例 (%)
正大(中国)体育用品有限公司	广告费	1,396,733.00	3 年以内	17.12
福建好彩头食品股份有限公司	广告费、活动	910,000.00	1 年以内	11.15

	费			
喜得龙（中国）有限公司	广告费	484,109.57	1 年以内	5.93
晋江市文化体育新闻出版局	活动费	400,000.00	1 年以内	4.90
泉州立达广告有限公司厦门分公司	广告费	291,690.12	1 年以内	3.58
合计		3,482,532.69		42.68

截至 2013 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名欠款共计 3,081,733.00 元，占应收账款总额比例 47.33%，具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	款项的性质	账面余额	账龄	占应收账款期末余额比例（%）
正大（中国）体育用品有限公司	广告费	1,396,733.00	2-3 年	21.45
泉州浦西万达广场有限公司	活动费	585,000.00	2-3 年	8.99
晋江市总商会投资开发有限公司	广告费	500,000.00	1 年以内	7.68
三六一度（福建）体育用品有限公司	活动费	400,000.00	2-3 年	6.14
厦门智立方广告有限公司	广告费	200,000.00	2-3 年	3.07
合计		3,081,733.00		47.33

报告期内各年末应收账款中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的款项。

（四）其他应收款

1、其他应收款的账龄明细及坏账准备计提情况如下：

单位：元

种类	2015 年 7 月 31 日			
	金额	比例（%）	坏账准备	账面价值
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收账款				
按组合计提坏账准备的其他应收账款	1,263,944.99	100.00	94,310.00	1,169,634.99
其中：账龄组合	94,310.00	7.46	94,310.00	
关联方组合	4,500.00	0.36		4,500.00

种类	2015 年 7 月 31 日			
	金额	比例（%）	坏账准备	账面价值
无风险组合	1,165,134.99	92.18		1,165,134.99
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收账款				
合计	1,263,944.99	100.00	94,310.00	1,169,634.99

（接上表）

种类	2014 年 12 月 31 日			
	金额	比例（%）	坏账准备	账面价值
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收账款				
按组合计提坏账准备的其他应收账款	726,653.92	100.00	94,544.50	632,109.42
其中：账龄组合	99,000.00	13.62	94,544.50	4,455.50
关联方组合	4,500.00	0.62		4,500.00
无风险组合	623,153.92	85.76		623,153.92
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收账款				
合计	726,653.92	100.00	94,544.50	632,109.42

（接上表）

种类	2013 年 12 月 31 日			
	金额	比例（%）	坏账准备	账面价值
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收账款				
按组合计提坏账准备的其他应收账款	721,479.73	100.00	47,155.00	674,324.73
其中：账龄组合	94,310.00	13.08	47,155.00	47,155.00
关联方组合	4,500.00	0.62		4,500.00
无风险组合	622,669.73	86.30		622,669.73

种类	2013 年 12 月 31 日			
	金额	比例（%）	坏账准备	账面价值
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收账款				
合计	721,479.73	100.00	47,155.00	674,324.73

按账龄组合计提坏账准备的其他应收账款明细如下

单位：元

账龄	2015 年 7 月 31 日			
	金额	比例	坏账准备	计提比例(%)
1 年以内				
1-2 年				
2-3 年				
3 年以上	94,310.00	100.00	94,310.00	100.00
合计	94,310.00	100.00	94,310.00	

（接上表）

账龄	2014 年 12 月 31 日			
	金额	比例	坏账准备	计提比例(%)
1 年以内	4,690.00	4.74	234.50	5.00
1-2 年				
2-3 年				
3 年以上	94,310.00	95.26	94,310.00	100.00
合计	99,000.00	100.00	94,544.50	

（接上表）

账龄	2013 年 12 月 31 日			
	金额	比例	坏账准备	计提比例(%)
1 年以内				
1-2 年				

账龄	2013 年 12 月 31 日			
	金额	比例	坏账准备	计提比例(%)
2-3 年	94,310.00	100.00	47,155.00	50.00
3 年以上				
合计	94,310.00	100.00	47,155.00	

2015 年 7 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日其他应收款余额为 1,169,634.99 元、632,109.42 元、674,324.73，款项内容主要为代理费保证金、公交亭保证金、员工备用金等。

2、报告期内各期末，其他应收款余额前五名单位情况

截至 2015 年 7 月 31 日，本公司其他应收款金额前五名合计 1,205,249.00 元，占其他应收款总额比例 95.35%，具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	款项的性质	账面余额	账龄	占其他应收款期末的比例(%)
晋江市财政局	政府补助	496,600.00	1 年以内	39.29
晋江市市政园林局	保证金	420,000.00	2-3 年	33.23
龙海市广播电视局	保证金	180,000.00	2-3 年	14.24
泉州谷峰广告有限公司	代理费	94,310.00	3 年以上	7.46
李旭荣	员工备用金	14,339.00	1 年以内	1.13
合计		1,205,249.00		95.35

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司其他应收款金额前五名合计 711,310.00 元，占其他应收款总额比例 97.89%，具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占其他应收款期末余的比例(%)
晋江市市政园林局	保证金	420,000.00	1 年以内、1-2 年	57.80
龙海广播电视台	保证金	180,000.00	1-2 年	24.77
泉州谷峰广告有限公司	代理费	94,310.00	3 年以上	12.98

王志贤	员工备用金	9,000.00	1 年以内	1.24
肖翔	员工备用金	8,000.00	1 年以内	1.10
合计		711,310.00		97.89

截至 2013 年 12 月 31 日，本公司其他应收款金额前五名合计 718,810.00 元，占其他应收款总额比例 99.62%，具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额比例(%)
晋江市市政园林局	保证金	400,000.00	1 年以内	55.44
龙海广播电视台	保证金	180,000.00	1 年以内	24.95
泉州谷峰广告有限公司	代理费	94,310.00	2-3 年以内	13.07
中国银行晋江支行	水电费	40,000.00	1 年以内	5.54
晋江红桥	出售空调费	4,500.00	1 年以内	0.62
合计		718,810.00		99.62

3、报告期其他收账款中应收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联单位的款项。

关联方	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
红桥民资	4,500.00	4,500.00	4,500.00
合计	4,500.00	4,500.00	4,500.00

（五）预付账款

1、按账龄列示：

单位：元

项目	2015 年 7 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	816,547.90	59.64	1,022,788.51	43.83	3,224,436.24	99.67
1—2 年	541,666.69	39.57	1,300,000.00	55.71		
2—3 年						
3 年以上	10,800.00	0.79	10,800.00	0.46	10,800.00	0.33

合计	1,369,014.59	100.00	2,333,588.51	100.00	3,235,236.24	100.00
----	--------------	--------	--------------	--------	--------------	--------

公司 2013 年年末取得龙海市广播电视局 2014 年和 2015 年广播电视代理权，支付两年代理费 2,600,000.00 元，在 2 年内按直线摊销。

2、预付金额前五名的情况

截至 2015 年 7 月 31 日，本公司预付账款金额前五名合计 1,347,257.66 元，占预付账款总额比例 98.41%，具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	款项性质
上海东方娱乐传媒集团有限公司	非关联方	652,452.83	1 年以内	代理费
龙海市广播电视局	非关联方	541,666.69	1-2 年	代理费
泉州祺鑫信息科技有限公司	非关联方	80,000.00	1 年以内	软件费
晋江市市政园林局	非关联方	57,642.64	1 年以内	管理费
晋江市美达弹性织物有限公司	非关联方	15,495.50	1 年以内	房租水电费
合计		1,347,257.66		

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司预付账款金额前五名合计 2,312,164.66 元，占预付账款总额比例 99.08%，具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	款项性质
龙海广播电视台	非关联方	1,300,000.00	1-2 年以内	代理费
上海东方娱乐传媒集团有限公司	非关联方	652,452.83	1 年以内	代理费
益众照明	关联方	131,865.00	1 年以内	电费
晋江市美达弹性织物有限公司	非关联方	123,964.56	1 年以内	房租水电费
晋江市市政园林局	非关联方	103,882.27	1 年以内	管理费
合计		2,312,164.66		

截至 2013 年 12 月 31 日，本公司预付账款金额前五名合计 3,178,275.22 元，占预付账款总额比例 98.24%，具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	款项性质
龙海广播电视台	非关联方	2,600,000.00	1 年以内	广告代理费
晋江市市政园林局	非关联方	230,436.19	1 年以内	管理费
晋江市民政局	非关联方	175,000.00	1 年以内	管理费
晋江市美达弹性织物有限公司	非关联方	123,964.67	1 年以内	房租水电费
益众照明	关联方	48,874.36	1 年以内	电费
合计		3,178,275.22		

预付款项中无预付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的款项。

（六）其他流动资产

单位：元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
理财产品	8,000,000.00		
合计	8,000,000.00		

报告期内，公司其他流动资产为购买泉州银行“海西一源泉”水到渠成系列人民币理财产品。

（七）固定资产

单位：元

项目	2015年1月1日	本期增加		本期减少	2015年7月31日
一、账面原值合计：	1,824,792.08	49,827.69			1,874,619.77
运输设备	512,898.00				512,898.00
办公设备	200,894.85	9,050.00			209,944.85
电子设备	1,110,999.23	40,777.69			1,151,776.92
项目	2015年1月1日	本期新增	本期计提	本期减少	2015年7月31日
二、累计折旧合计：	955,910.13		139,578.28		1,095,488.41
运输设备	227,384.64		28,423.08		255,807.72
办公设备	33,008.84		22,484.43		55,493.27
电子设备	695,516.65		88,670.77		784,187.42

项目	2015年1月1日	本期增加	本期减少	2015年7月31日
三、固定资产账面净值合计	868,881.95			779,131.36
运输设备	285,513.36			257,090.28
办公设备	167,886.01			154,451.58
电子设备	415,482.58			367,589.50
四、减值准备合计				
运输设备				
办公设备				
电子设备				
五、固定资产账面价值合计	868,881.95			779,131.36
运输设备	285,513.36			257,090.28
办公设备	167,886.01			154,451.58
电子设备	415,482.58			367,589.50

(接上表)

项目	2014年1月1日	本期增加		本期减少	2014年12月31日
一、账面原值合计：	1,577,873.65	246,918.43			1,824,792.08
运输设备	512,898.00				512,898.00
办公设备	152,669.50	48,225.35			200,894.85
电子设备	912,306.15	198,693.08			1,110,999.23
项目	2014年1月1日	本期新增	本期计提	本期减少	2014年12月31日
二、累计折旧合计：	724,497.22		231,412.91		955,910.13
运输设备	178,659.36		48,725.28		227,384.64
办公设备	711.72		32,297.12		33,008.84
电子设备	545,126.14		150,390.51		695,516.65
三、固定资产账面净值合计	853,376.43				868,881.95
运输设备	334,238.64				285,513.36
办公设备	151,957.78				167,886.01
电子设备	367,180.01				415,482.58
四、减值准备合计					

项目	2014年1月1日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
运输设备				
办公设备				
电子设备				
五、固定资产账面价值合计	853,376.43			868,881.95
运输设备	334,238.64			285,513.36
办公设备	151,957.78			167,886.01
电子设备	367,180.01			415,482.58

(接上表)

项目	2013年1月1日	本期增加		本期减少	2013年12月31日
一、账面原值合计：	1,132,089.19	455,984.46		10,200.00	1,577,873.65
运输设备	512,898.00				512,898.00
办公设备	2,497.00	150,172.50			152,669.50
电子设备	616,694.19	305,811.96		10,200.00	912,306.15
项目	2013年1月1日	本期新增	本期计提	本期减少	2013年12月31日
二、累计折旧合计：	489,642.78		242,591.66	7,737.22	724,497.22
运输设备	123,095.52		55,563.84		178,659.36
办公设备	237.24		474.48		711.72
电子设备	366,310.02		186,553.34	7,737.22	545,126.14
三、固定资产账面净值合计	642,446.41				853,376.43
运输设备	389,802.48				334,238.64
办公设备	2,259.76				151,957.78
电子设备	250,384.17				367,180.01
四、减值准备合计					
运输设备					
办公设备					
电子设备					
五、固定资产账面价值合计	642,446.41				853,376.43
运输设备	389,802.48				334,238.64

项目	2013年1月1日	本期增加	本期减少	2013年12月31日
办公设备	2,259.76			151,957.78
电子设备	250,384.17			367,180.01

报告期内，公司固定资产主要有“运输设备”、“办公设备”、“电子设备”。其中占比最多的是电子设备、运输设备，按净资产确认 2015 年 7 月 31 日分别占比 47.18%和 33.00%；2014 年 12 月 31 日分别占比为 47.82%和 32.86%；2013 年 12 月 31 日分别占比为 43.03%和 39.17%。报告期内，2015 年 7 月 31 日、2014 年 12 月 31 日和 2013 年 12 月 31 日公司固定资产占总资产的比例分别是 2.36%、2.69%、2.77%，截至 2015 年 7 月 31 日，公司不存在抵押的固定资产。截至 2015 年 7 月 31 日公司固定资产中无暂时闲置的固定资产。

期末对公司固定资产进行减值测试，无减值迹象，不计提固定资产减值准备。

（八）在建工程

单位：元

项目名称	2014 年 12 月 31 日				
	年初余额	本期增加	转入无形资产	转入长期待摊费用	期末余额
晋江火车站站前广场 BOT 项目拆迁工程	566,877.69	208,258.40		775,136.09	
合计	566,877.69	208,258.40		775,136.09	

（接上表）

项目名称	2013 年 12 月 31 日				
	年初余额	本期增加	转入无形资产	转入长期待摊费用	期末余额
晋江火车站站前广场 BOT 项目拆迁工程		566,877.69			566,877.69
合计		566,877.69			566,877.69

（九）无形资产

单位：元

项目	2015 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2015 年 7 月 31 日
----	----------------	------	------	-----------------

一、账面原值合计：	11,010,397.40	102,051.28		11,112,448.68
晋江火车站站前广场 BOT 项目	4,916,480.80			4,916,480.80
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目	1,935,377.60	41,760.00		1,977,137.60
晋江市公交候车亭 BOT 项目	4,158,539.00	60,291.28		4,218,830.28
二、累计摊销合计：	3,618,114.98	1,452,212.62		5,070,327.60
晋江火车站站前广场 BOT 项目	1,198,909.52	560,821.24		1,759,730.76
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目	1,502,489.10	329,181.56		1,831,670.66
晋江市公交候车亭 BOT 项目	916,716.36	562,209.82		1,478,926.18
三、账面净值合计	7,392,282.42			6,042,121.08
晋江火车站站前广场 BOT 项目	3,717,571.28			3,156,750.04
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目	432,888.50			145,466.94
晋江市公交候车亭 BOT 项目	3,241,822.64			2,739,904.10
四、减值准备合计				
晋江火车站站前广场 BOT 项目				
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目				
晋江市公交候车亭 BOT 项目				
五、账面价值合计	7,392,282.42			6,042,121.08
晋江火车站站前广场 BOT 项目	3,717,571.28			3,156,750.04
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目	432,888.50			145,466.94

晋江市公交候车亭 BOT 项目	3,241,822.64			2,739,904.10
-----------------	--------------	--	--	--------------

(接上表)

项目	2014 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2014 年 12 月 31 日
一、账面原值合计：	10,512,429.06	497,968.34		11,010,397.40
晋江火车站站前广场 BOT 项目	4,916,480.80			4,916,480.80
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目	1,713,477.60	221,900.00		1,935,377.60
晋江市公交候车亭 BOT 项目	3,882,470.66	276,068.34		4,158,539.00
二、累计摊销合计：	1,217,436.21	2,400,678.77		3,618,114.98
晋江火车站站前广场 BOT 项目	237,501.68	961,407.84		1,198,909.52
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目	979,934.53	522,554.57		1,502,489.10
晋江市公交候车亭 BOT 项目		916,716.36		916,716.36
三、账面净值合计	9,294,992.85			7,392,282.42
晋江火车站站前广场 BOT 项目	4,678,979.12			3,717,571.28
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目	733,543.07			432,888.50
晋江市公交候车亭 BOT 项目	3,882,470.66			3,241,822.64
四、减值准备合计				
晋江火车站站前广场 BOT 项目				
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目				

晋江市公交候车亭 BOT 项目				
五、账面价值合计	9,294,992.85			7,392,282.42
晋江火车站站前广场 BOT 项目	4,678,979.12			3,717,571.28
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目	733,543.07			432,888.50
晋江市公交候车亭 BOT 项目	3,882,470.66			3,241,822.64

(接上表)

项目	2013 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2013 年 12 月 31 日
一、账面原值合计:	6,391,017.93	4,121,411.13		10,512,429.06
晋江火车站站前广场 BOT 项目	4,916,480.80			4,916,480.80
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目	1,474,537.13	238,940.47		1,713,477.60
晋江市公交候车亭 BOT 项目	-	3,882,470.66		3,882,470.66
二、累计摊销合计:	644,290.33	573,145.88		1,217,436.21
晋江火车站站前广场 BOT 项目	18,269.36	219,232.32		237,501.68
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目	626,020.97	353,913.56		979,934.53
晋江市公交候车亭 BOT 项目	-			
三、账面净值合计	5,608,440.47			9,294,992.85
晋江火车站站前广场 BOT 项目	4,898,211.44			4,678,979.12
晋江市民政路牌灯箱 BOT 项目	710,229.03			733,543.07

晋江市公交候车亭 BOT 项目	-			3,882,470.66
四、减值准备合计				
晋江火车站站前广场 BOT 项目				
晋江市市政路牌灯箱 BOT 项目				
晋江市公交候车亭 BOT 项目				
五、账面价值合计	5,608,440.47			9,294,992.85
晋江火车站站前广场 BOT 项目	4,898,211.44			4,678,979.12
晋江市市政路牌灯箱 BOT 项目	710,229.03			733,543.07
晋江市公交候车亭 BOT 项目	-			3,882,470.66

报告期间，无形资产为特许经营权，包括特许经营权（在建）和（投入运营），公司 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 7 月 31 日 BOT 项目特许经营权（在建）金额分别为 112,291.74 元、112,291.74 元、7,658,383.14 元，2014 年转入投入运营项目为 8,044,059.74 元。

1、报告期内 BOT 项目的投资额、建设期、运营期、收益分配情况

BOT 项目	投资额合计	特许经营期限	建设期	运营期	收益分配
晋江火车站站前广场 BOT 项目	6,184,519.95	2010.9-2018.9	2010.3-2010.8	2010.9-2018.9	特许经营权期间所有收益归中桥
晋江市市政路牌灯箱 BOT 项目	1,336,250.00	2010.7-2015.7	2010.7-2011.6	2011.6-2015.12	特许经营权期间所有收益归中桥
晋江市公交候车亭 BOT 项目	3,882,470.66	2013.1-2018.10	2013.1-2013.12	2014.1-2018.10	特许经营权期间所有收益归中桥
合计	11,403,240.61				

2、BOT 项目的会计核算过程

①初始计量。由于公司在有关基础设施建成后，从事经营的一定期间内有权利向获取服务的对象收取费用，但收费金额不确定，该权利不构成一项无条件收取现金的权利，公司应当将该特许经营权确认无形资产 BOT 项目在建设期根据实际发生的成本，计入“无形资产-在建项目”核算，建成后达到预定可使用状态时，从“无形资产-在建项目”转入“无形资产-投入运营项目”核算。

②后续计量。BOT 项目经营期间，公司按照《企业会计准则第 14 号—收入》确认与后续经营服务相关的收入。

③摊销。摊销年限应以特许权经营期为限，按直线法进行摊销，摊销计入“主营业务成本”。

对公司无形资产减值测试，无减值迹象，不计提在无形资产减值准备，无形资产不存在对外抵押担保的情况。

（十）长期待摊费用

长期待摊费用余额

单位：元

项目名称	2015 年 7 月 31 日				
	年初余额	本期增加	本期摊销	其他减少	期末余额
洪山办公室装修费	518,318.17		82,459.72		435,858.45
晋江火车站站前广场 BOT 项目拆迁费用	831,285.14	25,790.00	137,124.40		719,950.74
合计	1,349,603.31	25,790.00	219,584.12		1,155,809.19

（接上表）

项目名称	2014 年 12 月 31 日				
	年初余额	本期增加	本期摊销	其他减少	期末余额
洪山办公室装修费	659,677.69		141,359.52		518,318.17
晋江火车站站前广场 BOT 项目拆迁费用	284,185.77	775,136.09	228,036.72		831,285.14
合计	943,863.46	775,136.09	369,396.24		1,349,603.31

(接上表)

项目名称	2013 年 12 月 31 日				
	年初余额	本期增加	本期摊销	其他减少	期末余额
洪山办公室装修费		700,901.00	41,223.31		659,677.69
厦门办事处装修费	91,288.94		91,288.94		
晋江火车站站前广场 BOT 项目拆迁费用	344,014.29		59,828.52		284,185.77
合计	435,303.23	700,901.00	192,340.77		943,863.46

说明：依据特许经营权后续计量，为维持特许经营权而发生的必要支出发生数额较大，列入“长期待摊费用”，在剩余的特许经营期限内直线分摊。

(十一) 递延所得税资产

1、已确认的递延所得税资产：

单位：元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
坏账准备	619,151.10	530,471.82	477,412.19
递延收益	180,865.39	214,182.69	
小计	800,016.49	744,654.51	477,412.19

2、可抵扣暂时性差异明细：

单位：元

项目	2015 年 5 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
坏账准备	2,476,604.39	2,121,887.24	1,909,648.76
递延收益	723,461.54	856,730.77	
小计	3,200,065.93	2,978,618.01	1,909,648.76

(十二) 资产减值准备

1、主要资产减值准备的确认标准和计提方法

金融资产的减值测试和减值准备计提方法、应收款项坏账准备的确认标准和计提方法、存货减值准备的确认标准和计提方法、固定资产减值准备的确认标准

和计提方法、无形资产减值准备的确认标准和计提方法等，具体描述见本说明书本节之“二、报告期内采用的主要会计政策、会计估计”相关内容。

2、报告期内资产减值准备的计提情况

单位：元

项目名称	2015年1月1日	本期增加	本期减少		2015年7月31日
			转回	转销	
坏账准备	2,121,887.24	354,951.65	234.50		2,476,604.39
合计	2,121,887.24	354,951.65	234.50		2,476,604.39

（接上表）

项目名称	2014年1月1日	本期增加	本期减少		2014年12月31日
			转回	转销	
坏账准备	1,909,648.76	212,238.48			2,121,887.24
合计	1,909,648.76	212,238.48			2,121,887.24

（接上表）

项目名称	2013年1月1日	本期增加	本期减少		2013年12月31日
			转回	转销	
坏账准备	755,751.30	1,153,897.46			1,909,648.76
合计	755,751.30	1,153,897.46			1,909,648.76

五、各期末主要负债情况

（一）应付账款

1、账龄情况

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
	金额	金额	金额
1年以内	2,671,241.97	3,913,437.00	4,626,500.42
1—2年	734,280.52	1,860,479.62	318,455.00

2—3 年	874,914.10	318,455.00	566,084.90
3 年以上	216,755.70	366,755.70	5,238.30
合计	4,497,192.29	6,459,127.32	5,516,278.62

2、报告期内各期末，应付账款金额前五名单位情况

截至 2015 年 7 月 31 日，公司应付账款前五名合计金额为 2,295,933.50 元，占应付账款期末余额的比例为 51.06%。具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账龄	款项	金额	占应付账款总额的比例(%)
晋江市文化体育新闻出版局	非关联方	1 年以内、1-2 年	活动承包款	782,950.00	17.41
福建亚特建设工程有限公司	非关联方	1-2 年、2-3 年	工程款	711,078.40	15.81
泉州新美创广告策划有限公司	非关联方	1 年以内	活动执行费	369,591.00	8.22
永春农业局	非关联方	1 年以内	活动策划费	232,314.10	5.17
福建省歌舞剧院	非关联方	1 年以内	活动执行费	200,000.00	4.45
合计				2,295,933.50	51.06

截至 2014 年 12 月 31 日，公司应付账款欠款金额前五名合计 3,695,718.90 元，占应付账款总额比例 57.20%，具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账龄	款项	金额	占应付账款总额的比例(%)
福建星光传媒有限公司	非关联方	1 年以内、1-2 年	活动执行费	1,156,200.00	17.90
福建亚特建设工程有限公司	非关联方	1 年以内、1-2 年	工程款	1,011,078.40	15.65
晋江市文化体育新闻出版局	非关联方	1 年以内	活动承包款	928,440.00	14.37
福建省兴泰建筑工程有限公司	非关联方	3 年以上	工程款	300,000.50	4.64
泉州市电台	非关联方	1-2 年	媒体代理费	300,000.00	4.64
合计				3,695,718.90	57.20

截至 2013 年 12 月 31 日，公司应付账款欠款金额前五名合计 3,359,611.06 元，占应付账款总额比例 60.09%，具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账龄	款项性质	金额	占应付账款总额的比例(%)
福建星光传媒有限公司	非关联方	1 年以内	活动执行费	1,077,260.00	19.53
福建亚特建设工程有限公司	非关联方	1 年以内	工程款	1,053,250.56	19.09
福建省兴泰建筑工程有限公司	非关联方	2-3 年	工程款	500,000.50	9.06
晋江市文化体育新闻出版局	非关联方	1 年以内	活动承包款	381,100.00	6.91
泉州市鹏宇控制设备有限公司	非关联方	1 年以内	设备采购款	348,000.00	6.31
合计				3,359,611.06	60.90

3、最近两年一期应付账款主要是活动策划费、媒体代理费、工程款等，均有真实的业务背景，合同、发票等相关凭证健全。

4、截至 2015 年 7 月 31 日，公司应付账款期末余额为 4,497,192.29 元，主要为活动执行费和户外广告牌建设工程款。

5、报告期内应付账款中应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位或关联方的款项。

关联方	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
晋江广电局	16,352.31		
益众照明	28,178.64		
合计	44,530.95		

（二）预收款项

1、预收账款账龄情况

单位：元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
1 年以内	2,688,582.68	1,072,413.54	1,416,516.36

1-2 年	40,400.00	40,400.00	4,000.00
2-3 年		4,000.00	
3 年以上	4,000.00		
合计	2,732,982.68	1,116,813.54	1,420,516.36

2015 年 7 月 31 日预收账款较大金额增加原因系预收劲霸男装（上海）有限公司 1,365,000.00 元广告代理费。

2、预收账款前五名情况

截至 2015 年 7 月 31 日，公司预收账款前五名合计金额为 1,919,542.57 元，占预收账款期末余额的比例为 70.24%。具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账龄	款项性质	金额	占预收账款总额的比例(%)
劲霸男装（上海）有限公司	非关联方	1 年以内	广告费	1,365,000.00	49.95
福建晋江农村商业银行股份有限公司	非关联方	1 年以内	广告费	227,895.90	8.34
晋江市环境保护局	非关联方	1 年以内	广告费	167,792.79	6.14
福建广电网络集团股份有限公司晋江分公司	非关联方	1 年以内	广告费	83,853.88	3.07
国网福建龙海市供电有限公司	非关联方	1 年以内	广告费	75,000.00	2.74
合计				1,919,542.57	70.24

截至 2014 年 12 月 31 日，公司预收账款前五名合计金额为 534,536.92 元，占预收账款期末余额的比例为 47.86%。具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账龄	款项性质	金额	占预收账款总额的比例(%)
晋江市环境保护局	非关联方	1 年以内	广告费	157,549.44	14.11
福州触动传媒有限公司	非关联方	1 年以内	广告费	140,000.00	12.54
晋江市人口和计划生育局	非关联方	1 年以内	广告费	97,397.25	8.72

晋江市流动人口综合服务中心	非关联方	1 年以内	广告费	73,756.90	6.60
福建大卫实业有限公司	非关联方	1 年以内	广告费	65,833.33	5.89
合计				534,536.92	47.86

截至 2013 年 12 月 31 日，公司预收账款前五名合计金额为 658,475.04 元，占预收账款期末余额的比例为 46.35%。具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账龄	款项性质	金额	占预收账款总额的比例(%)
晋江市环境保护局	非关联方	1 年以内	广告费	213,883.73	15.06
中信银行股份有限公司泉州分行	非关联方	1 年以内	广告费	150,904.11	10.62
福建省广播影视集团电视东南频道	非关联方	1 年以内	广告费	104,166.67	7.33
泉州市丰泽铁路综合门诊部	非关联方	1 年以内	广告费	95,000.00	6.69
晋江市人口和计划生育局	非关联方	1 年以内	广告费	94,520.53	6.65
合计				658,475.04	46.35

公司报告期内预收账款均为预收客户货款，截至 2015 年 7 月 31 日，公司账龄在一年以内的预收账款占比 98.38%，报告期内预收账款余额变动合理。

截至 2015 年 7 月 31 日，预收账款中无欠付持公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东或关联方的款项。

（三）其他应付款

1、其他应付款账龄情况

单位：元

项目	2015 年 7 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1 年以内	32,459.73	8.13	336,758.00	66.89	100,612.00	46.30
1—2 年	300,000.00	75.16	100,000.00	19.86	116,715.69	53.70
2—3 年			66,715.69	13.25		

项目	2015 年 7 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
3 年以上	66,715.69	16.71				
合计	399,175.42	100.00	503,473.69	100.00	217,327.69	100.00

2、其他应付款前五名情况

截至 2015 年 7 月 31 日，公司其他应付款前五名合计金额为 396,673.73 元，占其他应付款期末余额的比例为 99.38%。具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账龄	款项性质	金额	占其他应付款总额的比例(%)
劲霸男装（上海）有限公司	非关联方	1-2 年	保证金	300,000.00	75.15
晋江广电局	关联方	3 年以上	关联往来	64,214.00	16.09
泉州白癜风医院	非关联方	1 年以内	保证金	20,000.00	5.01
泉州市盛龙文化传播有限公司	非关联方	1 年以内	保证金	12,000.00	3.01
柯丽玉	关联方	1 年以内	关联往来	459.73	0.12
合计				396,673.73	99.38

截至 2014 年 12 月 31 日，公司其他应付款前五名合计金额为 496,214.00 元，占其他应付款期末余额的比例为 98.55%。具体客户明细如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	账龄	款项性质	金额	占其他应付款总额的比例(%)
劲霸男装（上海）有限公司	非关联方	1 年以内	保证金	300,000.00	59.59
福建亚特建设工程公司投标保证金	非关联方	1-2 年	保证金	100,000.00	19.86
泉州市环亚展览策划有限公司	非关联方	1 年以内	保证金	20,000.00	3.97
晋江广电局	关联方	2-3 年	关联往来	64,214.00	12.75
泉州市盛龙文化传播有限公司	非关联方	1 年以内	保证金	12,000.00	2.38
合计	-	-	-	496,214.00	98.55

截至 2013 年 12 月 31 日,公司其他应付款前五名合计金额为 216,715.69 元,占其他应付款期末余额的比例为 99.71%。具体客户明细如下:

单位: 元

单位名称	与本公司关系	账龄	款项性质	金额	占其他应付款总额的比例(%)
福建亚特建设工程公司投标保证金	非关联方	1 年以内	保证金	100,000.00	46.01
晋江广电局	关联方	1-2 年	关联往来	64,214.00	29.55
荣生保证金	非关联方	1-2 年	保证金	30,000.00	13.80
晋江市梅岭安康医院	非关联方	1-2 年	保证金	20,000.00	9.20
林泽苍	非关联方	1-2 年	代收代付款	2,501.69	1.15
合计	-	-	-	216,715.69	99.71

报告期内其他应付关联方情况详见本说明书“第四章、七、(二)报告期关联交易”部分。

(四) 应付职工薪酬

1、应付职工薪酬列示

单位: 元

项目	2013-1-1	本期增加	本期减少	2013-12-31
一、短期薪酬	657,350.44	4,490,144.36	3,755,889.24	1,391,605.56
二、离职后福利-设定提存计划	13,920.00	87,123.60	92,883.60	8,160.00
三、辞退福利	-	-	-	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	671,270.44	4,577,267.96	3,848,772.84	1,399,765.56

(接上表)

项目	2014-1-1	本期增加	本期减少	2014-12-31
一、短期薪酬	1,391,605.56	4,944,764.46	5,012,833.56	1,323,536.46
二、离职后福利-设定提存计划	8,160.00	97,501.01	97,659.90	8,001.11
三、辞退福利	-	-	-	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-

项目	2014-1-1	本期增加	本期减少	2014-12-31
合计	1,399,765.56	5,042,265.47	5,110,493.46	1,331,537.57

(接上表)

项目	2015-1-1	本期增加	本期减少	2015-7-31
一、短期薪酬	1,323,536.46	2,518,626.93	2,686,561.83	1,155,601.56
二、离职后福利-设定提存计划	8,001.11	55,983.00	63,984.11	
三、辞退福利	-	-	-	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	1,331,537.57	2,574,609.93	2,750,545.94	1,155,601.56

2、短期薪酬列示

单位：元

项目	2013-1-1	本期增加	本期减少	2013-12-31
一、工资、奖金、津贴和补贴	656,303.23	4,305,008.27	3,570,699.75	1,390,611.75
二、职工福利费	-	56,693.18	56,693.18	-
三、社会保险费		65,897.28	65,897.28	
其中：医疗保险费		53,673.43	53,673.43	
工伤保险费		7,664.05	7,664.05	
生育保险费		4,559.80	4,559.80	
四、住房公积金		51,270.00	51,270.00	
五、工会经费和职工教育经费	1,047.21	11,275.63	11,329.03	1,047.21
六、短期带薪缺勤				
七、短期利润分享计划				
合计	657,350.44	4,490,144.36	3,755,889.24	1,391,605.56

(接上表)

项目	2014-1-1	本期增加	本期减少	2014-12-31
一、工资、奖金、津贴和补贴	1,390,611.75	4,703,498.66	4,771,536.22	1,322,574.19
二、职工福利费		79,020.06	79,020.06	
三、社会保险费		80,164.12	80,164.12	
其中：医疗保险费		65,104.37	65,104.37	

项目	2014-1-1	本期增加	本期减少	2014-12-31
工伤保险费		5,896.50	5,896.50	
生育保险费		9,163.25	9,163.25	
四、住房公积金		70,410.00	70,410.00	
五、工会经费和职工教育经费	993.81	11,671.62	11,703.16	962.27
六、短期带薪缺勤				
七、短期利润分享计划				
合计	1,391,605.56	4,944,764.46	5,012,833.56	1,323,536.46

(接上表)

项目	2015-1-1	本期增加	本期减少	2015-7-31
一、工资、奖金、津贴和补贴	1,322,574.19	2,373,256.61	2,541,768.68	1,154,062.12
二、职工福利费		47,570.52	47,570.52	
三、社会保险费		49,471.30	49,471.30	
其中：医疗保险费		40,122.30	40,122.30	
工伤保险费		5,554.94	5,554.94	
生育保险费		3,794.06	3,794.06	
四、住房公积金		38,820.00	38,820.00	
五、工会经费和职工教育经费	962.27	9,508.50	8,931.33	1,539.44
六、短期带薪缺勤	-	-	-	-
七、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	1,323,536.46	2,518,626.93	2,686,561.83	1,155,601.56

3、设定提存计划列示

单位：元

项 目	2013-1-1	本期增加	本期减少	2013-12-31
1、基本养老保险	12,528.00	78,411.24	83,595.24	7,344.00
2、失业保险费	1,392.00	8,712.36	9,288.36	816.00
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	13,920.00	87,123.60	92,883.60	8,160.00

(接上表)

项 目	2014-1-1	本期增加	本期减少	2014-12-31
1、基本养老保险	7,344.00	87,750.91	87,893.91	7,201.00

项 目	2014-1-1	本期增加	本期减少	2014-12-31
2、失业保险费	816.00	9,750.10	9,765.99	800.11
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	8,160.00	97,501.01	97,659.90	8,001.11

(接上表)

项 目	2015-1-1	本期增加	本期减少	2015-7-31
1、基本养老保险	7,201.00	50,384.70	57,585.70	
2、失业保险费	800.11	5,598.30	6,398.41	
3、企业年金缴费				
合计	8,001.11	55,983.00	63,984.11	

(五) 应交税费

单位：元

项目	2015-7-31	2014-12-31	2013-12-31
企业所得税	164,884.11	398,308.85	727,140.97
文化事业建设费	148,386.99	105,649.98	131,477.10
增值税	352,193.82	283,388.58	323,081.18
个人所得税	76,402.10	68,285.65	73,026.47
城市维护建设税	24,612.25	39,079.27	22,615.68
教育费附加	10,565.80	16,783.71	9,692.45
地方教育费附加	7,043.86	11,189.14	6,461.63
营业税	2,255.07		
合计	786,344.00	922,685.18	1,293,495.48

(六) 递延收益

单位：元

项目	2015-7-31	2014-12-31	2013-12-31
政府补助	723,461.54	856,730.77	
合计	723,461.54	856,730.77	-

六、各期末股东权益情况

(一) 实收资本

单位：万元

股东名称	2013-1-1		本期变动		2013-12-31	
	金额	比例	本年增加	本年减少	金额	比例
晋江国投	1,020.00	51.00%	-	-	1,020.00	51.00%
七匹狼控股	500.00	25.00%	-	-	500.00	25.00%
红桥民资	480.00	24.00%	-	-	480.00	24.00%
合计	2,000.00	100.00%	-	-	2,000.00	100.00%

(接上表)

股东名称	2014-1-1		本期变动		2014-12-31	
	金额	比例	本年增加	本年减少	金额	比例
晋江国投	1,020.00	51.00%	-	-	1,020.00	51.00%
七匹狼控股	500.00	25.00%	-	-	500.00	25.00%
红桥民资	480.00	24.00%	-	-	480.00	24.00%
合计	2,000.00	100.00%	-	-	2,000.00	100.00%

(接上表)

股东名称	2015-1-1		本期变动		2015-7-31	
	金额	比例	本年增加	本年减少	金额	比例
晋江国投	1,020.00	51.00%	-	-	1,020.00	51.00%
七匹狼控股	500.00	25.00%	-	-	500.00	25.00%
红桥民资	480.00	24.00%	-	-	480.00	24.00%
合计	2,000.00	100.00%	-	-	2,000.00	100.00%

(二) 未分配利润

单位：元

项目	2015-7-31	2014-12-31	2013-12-31
调整前上期末未分配利润	1,067,910.48	770,869.85	-476,551.69

项目	2015-7-31	2014-12-31	2013-12-31
调整期初未分配利润合计数（调增+，调减-）			
调整后期初未分配利润	1,067,910.48	770,869.85	-476,551.69
加：本期归属于母公司股东的净利润	1,388,283.14	330,045.14	1,333,073.75
减：提取法定盈余公积		33,004.51	85,652.21
提取任意盈余公积			
提取一般风险准备			
应付普通股股利			
其他			
期末未分配利润	2,456,193.62	1,067,910.48	770,869.85

七、关联方、关联方关系及重大关联交易

（一）关联方及关联方关系

根据《公司法》及《企业会计准则》相关规定，结合公司实际情况及重要性原则，公司确认重要关联方情况如下：

1、存在控制关系的关联方

关联方	与本公司的关联关系
晋江国投	控股股东
晋江能投	间接控股股东，持有晋江国投 100% 股份

2、不存在控制关系的关联方

其他关联方名称	其他关联方与本公司关系	股份（万元）	持股比例（%）
泉州出口加工区	控股股东晋江国投的控股子公司		
泉州保税物流中心	控股股东晋江国投的控股子公司		
晋江燃料	控股股东晋江国投的控股子公司		
晋江公共交通	控股股东晋江国投的控股子公司，陈桂金兼任该公司董事。		
装备制造基地	控股股东晋江国投的控股子公司		
晋江航空	控股股东晋江国投的控股子公司		

晋江能投	控股股东晋江国投的全资母公司，间接控股股东，王志宏任该公司董事长。		
晋江自来水	间接控股股东的控股子公司，董事陈桂金、监事王志宏兼任该公司董事。		
益众照明	间接控股股东的控股子公司，监事王志宏兼任该公司董事。		
晋江供水	间接控股股东的控股子公司，监事王志宏兼任该公司董事。		
晋江广电台	董事长柯晋军曾任副台长。		
泉州展览城	董事陈桂金兼任该公司董事。		
泉州福厦铁路	董事陈桂金兼任该公司董事。		
晋江经济报	董事陈桂金兼任该公司董事。		
晋江体育	董事陈桂金兼任该公司董事，监事蔡秋红任该公司监事。		
红桥民资	股东，董事吴家旺任该公司监事、总裁助理及短期财务投资业务总监	480 万	24%
红桥新能源	董事吴家旺任该公司监事		
亲亲投资	间接持股 5%以上股东		
吴火炉	持股 5%以上股东的实际控制人		
晋江市融资担保有限责任公司	董事曾佳溢任该公司董事、副总经理		
恒隆建材	董事曾佳溢为该公司股东、总经理		
七匹狼控股	持股 5%以上股东	500 万	25%
七匹狼集团	间接持股 5%以上股东		
福建七匹狼实业股份有限公司	董事曾佳溢任该公司监事		
晋江机场	监事王志宏兼任该公司董事		
太平洋港口	监事王志宏兼任该公司监事		
晋江天然气发电	监事王志宏兼任该公司监事		
晋江热电	监事王志宏兼任该公司董事		
三创园	监事王志宏兼任该公司董事		
闽桥实业	监事王志宏兼任该公司董事		
柯晋军	公司董事长兼总经理		
陈桂金	公司副董事长		
吴家旺	公司董事		
曾佳溢	公司董事		
王志宏	公司监事长		
蔡秋红	公司监事		

柯安邦	公司职工代表监事		
余细针	公司财务总监		
余庆红	公司董事会秘书		

（二）报告期关联交易

1、经常性关联交易

关联方	关联交易内容	关联交易定价方式	2013 年度	
			金额	占公司采购金额的比例（%）
晋江广电局	采购广告代理费	市场价	8,490,566.04	51.18
益众照明	采购户外广告电费	市场价	146,623.05	0.88
泉南高铁	BOT 项目管理费	市场价	100,000.00	0.60
合计	-	-	8,737,189.09	

（接上表）

关联方	2014 年度		2015 年 1-7 月	
	金额	占公司采购金额的比例（%）	金额	占公司采购金额的比例（%）
晋江广电局	7,547,169.81	35.41	3,852,201.26	30.02
益众照明	444,469.36	2.09	160,043.64	1.25
泉南高铁	300,000.00	1.41		
合计	8,291,639.17	-	4,012,244.93	

公司每年代理晋江广电局广告代理，每年需要向益众照明采购户外广告电费，与泉南高铁签订 BOT 协议在特许经营内每年需要支付管理费，2015 年末支付原因是由于晋江动车站前广场 2013 年和 2014 年拆迁给以中桥减免管理费，因此认定为经常性关联方交易。

报告期内，公司与关联方的交易价格公允，不存在损害公司利益的情况。

2、偶发性关联方交易

关联方	关联交易内容	关联交易定价方式	2013 年度		2014 年度		2015 年 1-7 月	
			金额	占公司销售金额的	金额	占公司销售金额的	金额	占公司销售金额的

				比例(%)		比例(%)		比例(%)
晋江广电局	栏目制作费	市场价	1,062,983.04	4.07	185,849.06	0.66		
红桥民资	广告发布费	市场价					15,932.08	0.09
合计	-	-	1,062,983.04		185,849.06		15,932.08	

公司 2013 年与晋江广电局签订了《乐活在晋江》和《彩虹桥》栏目制作协议合计 2013 年向中桥文化传媒支付 1,062,983.04 栏目制作费，2014 年后无继续签约，公司代理红桥民资在晋江市户外媒体广告，广告发布价格参照市场价。

报告期内，公司与关联方的交易不存在损害公司利益的情况。

3、关联方应收款项

单位：元

项目名称	关联方	款项性质	2013/12/31	2014/12/31	2015/7/31
其他应收款	红桥民资	销售二手空调款	4,500.00	4,500.00	4,500.00
预付账款	益众照明	电费	48,874.36	131,865.00	
合计	-	-	53,374.36	136,365.00	4,500.00

4、关联方应付款项

单位：元

项目名称	关联方	款项性质	2013/12/31	2014/12/31	2015/7/31
其他应付款	晋江广电局	代收代付	64,214.00	64,214.00	64,214.00
应付账款	晋江广电局	关联往来			16,352.31
应付账款	益众照明	电费			28,178.64
合计	-	-	64,214.00	64,214.00	108,744.95

（三）关联交易决策程序执行情况和规范关联交易的具体方法

公司治理尚不完善，公司章程未就关联交易决策程序做出明确规定，公司与关联方之间的业务往来、资金往来等关联交易虽然分别按公司章程经过了股东大会或执行董事的许可，但决策流程尚未制度化、决策记录也未留存。

公司于 2015 年 9 月 15 日，针对日常经营中所存在的关联交易情况，公司制定了《关联交易管理制度》，对关联交易的审批程序做出了具体的规范。公司管

理层表示，将在未来的关联交易实践中严格按照《公司章程》和《关联交易管理办法》的规定，履行相关的董事会或股东大会审批和决策程序，加强交易关联性的审查及责任追究，做到公司信息披露的真实、准确、及时和完整，减少和规范关联交易的发生。

（四）关联方交易决策权限、决策程序、定价机制、交易的合规性和公允性

公司制定并经股东大会通过的《关联交易管理办法》，就关联方交易决策权限、决策程序、定价机制等方面做出了相应的规定：

1、关联方交易决策权限

公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后，提交股东大会审议。

公司为持股 5%以下的股东提供担保的，参照前款规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

与关联自然人发生的关联交易（公司提供担保除外）

①公司与关联自然人发生的单笔金额在 20 万元以下的关联交易，以及公司与关联自然人就同一标的，或者公司与同一关联自然人在连续 12 个月内达成的累计金额在 20 万元以下的关联交易，由董事会授权总经理决定。

②公司与关联自然人发生的单笔金额在 20 万元以上的关联交易，以及公司与关联自然人就同一标的，或者公司与同一关联自然人在连续 12 个月内达成的累计金额在 20 万元以上的关联交易，应提交董事会审议。

③公司与关联自然人发生的单笔金额在 500 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，以及公司与关联自然人就同一标的，或者公司与同一关联自然人在连续 12 个月内达成的累计金额在 500 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，经董事会审议后，还应提交股东大会审议。

与关联法人之间的关联交易（公司提供担保除外）

①公司与关联法人之间的单笔金额在 50 万元以下或低于公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%的关联交易，以及公司与关联法人就同一标的，或者公司与同一关联法人在连续 12 个月内达成的累计金额在 50 万元以下或低于公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%的关联交易，由董事会授权总经理决定。

②公司与关联法人之间的单笔金额在 50 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易，以及公司与关联法人就同一标的，或者公司与同一关联法人在连续 12 个月内达成的累计金额在 50 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易，应提交董事会审议。

③公司与关联法人发生的单笔金额在 500 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，以及公司与关联法人就同一标的，或者公司与同一关联法人在连续 12 个月内达成的累计金额在 500 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，经董事会审议后，还应提交股东大会审议。

公司与关联人（包括关联法人和关联自然人）之间的单笔金额在 500 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，以及公司与关联人就同一标的，或者公司与同一关联人在连续 12 个月内达成的累计金额在 500 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，应聘请具有执业证券、期货相关业务资格的会计师事务所或资产评估事务所对交易标的进行审计或评估，并将该交易事项提交公司股东大会审议。公司提供担保、获赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外。

与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或者评估。

2、关联方交易决策程序

董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，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非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代

表的有表决权的股份数不计入有表决权股份总数；股东大会决议公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

如有特殊情况关联股东无法回避时，公司在征得有权部门的同意后，可以按照正常程序进行表决，公司应当在股东大会会议中对此作出详细说明，同时对非关联人的股东投票情况进行专门统计，并在决议中载明。

3、关联方交易定价机制

①关联交易的定价主要遵循市场价格的原则，有客观的市场价格作为参照的一律以市场价格为准；如果没有市场价格，按照成本加成定价；如果既没有市场价格，也不适合采用成本加成价的，按照协议价定价；

②交易双方根据关联交易事项的具体情况确定定价方法，并在相关的关联交易协议中予以明确；

③市场价：以市场价格为准，确定商品或劳务的价格及费率；

④成本加成价：在交易的商品或劳务的成本基础上加 10% 的合理利润确定交易价格及费率；

⑤协议价：由交易双方协商确定价格及费率。

4、交易的合规性和公允性

公司应采取有效的措施防止关联人通过关联交易干预公司经营，损害公司利益。关联交易活动应遵循商业原则，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准。

（五）减少和规范关联交易的具体安排

公司管理层将严格按照公司章程和《关联交易管理办法》的规定，在未来的关联交易中严格履行相关的董事会或股东大会审批程序。同时，公司还将进一步强化监督机制，充分发挥监事会的监督职能，防止公司在控股股东的操纵下做出不利于公司及其他股东利益的关联交易行为。公司管理层表示未来会严格按照相关制度进行科学决策，并按照信息披露规则及时、客观、准确披露，减少和规范关联交易的发生，确保关联交易活动遵循公平、公正的商业定价原则。

八、需提醒投资者关注财务报表附注中的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至 2015 年 9 月 25 日（董事会批准报告日），本公司不存在应披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

1、未决诉讼仲裁形成的或有负债及其财务影响

（1）2015 年 5 月 8 日，张远文在晋江市人民法院起诉刘灿华、本公司健康权纠纷案，案号为（2015）晋民初字第 4550 号，请求晋江市人民法院判令刘灿华、本公司向其支付医药费等费用共计 430,327.10 元。截止本报告公告日，此案正在审理过程中。

（2）2015 年 8 月 4 日，厦门市霓裳文化传播有限公司在晋江市人民法院诉本公司合同纠纷案，案号为（2015）晋民初字第 7318 号，请求本公司支付费用 506,240.00 元和违约金 373,529.00 元并承担诉讼费等相关费用。

2、截至 2015 年 07 月 31 日，本公司不存在其他应披露的或有事项。

（三）其他重要事项

截至 2015 年 7 月 31 日，本公司无需要披露的其他重要事项。

九、股利分配政策和报告期内分配情况

（一）股利分配政策

根据公司章程规定，计提所得税后的利润，按如下顺序进行分配：

1、弥补以前年度的亏损；

2、提取法定公积金：法定公积金按税后利润的 10%提取，法定公积金累计额为注册资本 50%以上的，可不再提取；

3、股东大会决议，提取任意公积金；

4、支付普通股股利。

（二）报告期内的股利分配情况

报告期内，公司没有进行过股利分配。

（三）公开转让后公司的股利分配政策

2015年10月20日中桥文化传媒（福建）股份有限公司2015年第二次临时股东大会审议通过并于挂牌后生效实施的《中桥文化传媒（福建）股份有限公司章程（草案）》规定，公司股票公开转让之后的股利分配政策如下：

1、公司实行持续稳定的利润分配政策，重视对全体股东的合理投资回报并兼顾公司的持续发展。

2、公司税后利润的各项分配比例，由董事会视公司的经济效益，根据公司章程和有关规定制定，经股东会决议后执行。公司可根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要调整利润分配政策，调整后的利润分配政策不得违反法律法规规章的规定，有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会审议后提交股东大会批准。

3、公司可以采取现金、股票或者现金股票相结合等法律法规允许的其他方式分配股利，并积极推行以现金方式分配股利。

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

报告期内无控股子公司或纳入合并会计报表的其他企业。

十一、重大事项提示及应对措施

（一）宏观经济波动风险

广告行业与商品生产、消费领域密切相关，并通过生产和消费领域的广告投放实现效益，广告行业规模取决于广告投放需求的大小，广告行业与国民经济的增长有一定的正相关关系。近年来，随着宏观经济和商品消费需求的高速增长，广告需求也出现了大幅增长。但在经济低迷时期，由于大多数广告客户将广告支出作为一项软性支出，因此可能会削减其广告投放，从而导致整体广告投放需求

的减少。同时广告行业的客户来自国民经济的各个行业，客户所在行业整体发展状况、产业政策和监管措施的变化，往往会影响该行业的整体广告投放，进而传导给广告行业。

公司所在地晋江市是中国品牌之都，晋江市当地的品牌企业是公司主要客户群体，如果宏观经济整体下滑，经济增长减速，将会降低品牌企业的品牌推广的需求，影响整个广告行业的发展，进而影响公司的业务和经营。

针对上述风险，公司已采用如下应对措施：

公司努力做大业务规模，加大晋江区域外的市场开发力度，将客户数量和行业分布做大，不断增强公司的抗风险能力。

（二）市场竞争风险

我国的广告代理行业参与竞争的各类主体众多，市场整体集中度不高，行业竞争激烈。随着广告代理行业规范化程度的提高，国内广告公司之间的竞争将日趋激烈，资源规模较小、实力不强的公司将被市场逐步淘汰，具有核心竞争能力的公司将逐步成长为占有相对垄断地位的市场领导者。在晋江市的媒体代理和活动策划市场，公司目前具有较强的竞争力和市场地位，但是如果不能持续保持与对手的竞争优势，公司的经营业绩可能会受到不利影响。

针对上述风险，公司已采用如下应对措施：

作为区域性的广告代理公司，公司继续巩固在晋江区域的优势地位，并进一步提升公司综合实力，做大做强。

（三）新媒体冲击风险

公司的媒体代理业务主要集中在电视、广播和户外等传统领域。随着新兴媒体（如互联网、移动互联网、楼宇电视）的兴起，媒体平台以及广告载体的物理形式更加多样。这一趋势在改变媒体结构的同时，也将改变受众的媒体接触习惯和广告接触习惯，从而导致广告市场结构的变化。虽然公司从战略层面高度重视新媒体广告业务的发展，并成立互联网及卫视代理事业部，但是新媒体广告代理的业务占比仍然较小，使得公司可能将面临传统媒体广告行业被新兴媒体广告载

体冲击所引致的市场风险。

针对上述风险，公司已采用如下应对措施：

公司已在整合晋江电视台、“FM91.4 侨乡之声”、微信、微博等平台资源，积极与新浪、腾讯等各类门户网站、优酷土豆、爱奇艺、IPTV 等视频网站及视频载体等开展合作，为晋江各类企业部门提供全新的新媒体品牌宣传服务及创意内容生产。在视频网站及移动互联网等新媒体方面公司将引入一些风险相对较低的项目，一方面能够增加创收，另一方面，也在项目的运作中锻炼团队，为即将到来的新媒体革命做好准备。

（四）独家代理媒体资源获取的可持续性风险

对晋江电视台、晋江广播电台、龙海电视台和户外媒体资源，公司采用独家代理广告经营权的模式实施采购。即通过招投标或协议方式买断特定媒介资源，通过买断式采购，能有效锁定广告资源，但不排除因外部环境发生突变、客户需求下降或媒体价值下降。

若公司无法持续稳定地从媒体或其他广告公司获取所需媒体资源，将对公司生产经营造成重大不利影响。

针对上述风险，公司已采用如下应对措施：

公司于 2015 年 7 月 30 日与晋江广电局签订长期合作框架协议，期限五年，自 2016 年 01 月 01 日至 2020 年 12 月 31 日止，保证了公司主要媒体资源获取的稳定性。

（五）供应商依赖风险

2013 年、2014 年和 2015 年 1-7 月，公司向晋江广电局采购的金额其占公司年度采购额比例分别为 51.18%、35.41%和 30.02%，占比较大。经营晋江广电局的媒体资源是公司主要的收入来源，短期时间内，公司如果无法持续向晋江广电局采购媒体资源，公司的业务将会受到不利影响，因此公司对晋江广电局存在一定的依赖风险。

针对上述风险，公司已采用如下应对措施：

公司大力开拓市场，跨区域寻求更多的媒体资源合作，比如公司现在已取得的龙海市广播电视台的独家代理权，未来公司将凭借强大的业务能力继续将影响力扩散至其他区域。同时重点发展活动策划业务，承接更多活动策划业务，减少对晋江广电局的依赖。

（六）核心业务人员流失风险

公司主要提供广告代理服务和活动策划营销业务，属于现代服务业，相对于依赖技术的制造业，公司的产品和服务更多依靠核心业务人员的经验、营销能力、创造力和执行力来开发客户和满足客户的需求。因此核心业务人员是公司的核心资源，一旦发生核心业务人员的离职，而公司又不能安排适当的人选接替或及时补充，将会对公司的生产经营造成一定的影响。

公司总经理过去一直实行社会招聘模式，报告期内有两次总经理变更，均是因总经理个人原因辞职，目前公司总经理由董事长兼任。总经理负责日常的行政管理和部分业务开拓，副总经理和各业务总监负责具体业务，报告期内，公司整体经营团队保持相对稳定，但总经理频繁变动可能对公司的生产经营造成一定的影响，存在一定的风险。针对上述风险，公司已采用如下应对措施：

公司将积极招募和培养人才，通过提高工资水平、股权激励等方式积极吸引人才。同时通过公司人性化管理，为员工较好的培训和职业发展规划积极留住人才。

对于总经理辞职问题，目前公司总经理由董事长柯晋军兼任。柯晋军自 2014 年 10 月 30 日任董事长时便把工作重心全部放在公司，负责公司的经营决策和日常事务的审批，其作为晋江本土人士，有 14 年的本土媒体从业经历，在晋江拥有广泛的人脉关系和客户资源。报告期内核心业务人员除了总经理变更外，2015 年 9 月董事会秘书余庆红入司后，加强了公司核心业务人员团队，其他核心业务人员未发生变动，确保公司在经营上的稳定性和发展战略上的连贯性，未对公司持续经营和发展造成不利影响。

（七）广告内容违法导致行政处罚的风险

2015 年 9 月 1 日开始实施的新修订《中华人民共和国广告法》，增设了许多

规定，严于原有规定。公司业务人员对于新修改条文的把握、适应尚需时间，短期内可能有广告内容违反法规行为增加的风险。另外，根据《中华人民共和国广告法》的规定，广告应当真实、合法，不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者。作为广告经营者，公司建立了严格的内外部结合的广告审查制度，每个广告在发布之前，必须经过公司内部审核通过才能发或交付媒体。对于不需本公司设计制作的广告，必须在客户取得相关部门的审核通过后才能发布。对于不能准确把握其合法合规性的广告作品，公司则直接咨询工商局解决，以确保广告内容的合法性。但是，如果少数广告主刻意隐瞒其产品的真实信息，公司又未能及时发现，致使广告作品违反相关法律法规，公司可能面临制作发布虚假广告而遭受处罚的风险。

针对上述风险，公司已采用如下应对措施：

公司建立了严格的内外部结合的广告审查制度，每个广告在发布之前，必须经过公司内部审核通过才能发或交付媒体。对于不需本公司设计制作的广告，必须在客户取得相关部门的审核通过后才能发布。在选择广告客户时注重客户诚信记录，对于不诚信客户不予合作。

（八）应收款项比重较大的风险

2015年7月31日、2014年末、2013年末，公司应收账款及应收票据的合计金额分别为8,561,688.92元、6,131,741.29元、4,848,010.69元，占同期资产总额的比例分别为25.95%、18.98%、15.72%。报告期内2013年公司无法收回正大（中国）体育用品有限公司1,396,733.00元、厦门智立方广告有限公司170,881.19元，全额计提坏账准备，对公司经营产生不利影响。

针对上述风险，公司拟采用如下应对措施：

公司销售部门针对主要客户设销售专员，负责定期应收账款收回统计，若出现未及时收回，销售人员催收应收款项以保证回款及时同时建立信用评级制度对低于信用评级制度的客户采取停播的措施，降低应收账款坏账风险。

（九）非经常性损益占净利润比重过大风险

2015年1-7月、2014年度、2013年度公司确认政府补助收入分别为729,869.23

元、651,859.23 元、493,000.00 元，占公司利润总额分别为 39.10%、116.07%、24.59%，如果公司未来收取的政府补助发生变化，可能对公司的财务状况产生一定不利影响。

针对上述风险，公司拟采用如下应对措施：

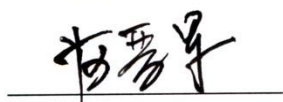
公司加大客户的开发力度，充分利用现有的媒体广告资源和户外广告资源同时，公司计划依托晋江本土丰富的体育产业资源，开拓大体育赛事的策划、营销、执行、推广等业务，并且拓展相关周边产业，寻找新的利润增长点。

第五节相关声明

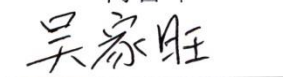
一、公司全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事：



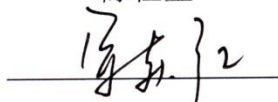
柯晋军



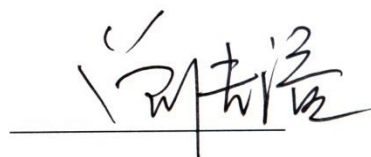
吴家旺



陈桂金

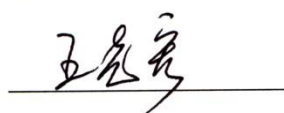


余庆红

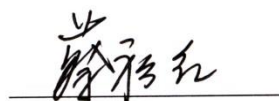


曾佳溢

全体监事：



王志宏



蔡秋红

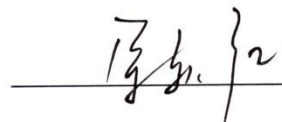


柯安邦

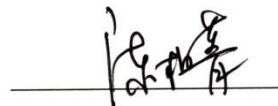
全体高级管理人员：



柯晋军



余庆红



陈柏菁



余细针

中桥文化传媒（福建）股份有限公司



2016年1月11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：



杨德红

项目小组负责人：



李勤

项目小组成员：



陈文飞



郑传斌



庄强



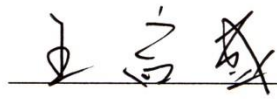
2016 年 1 月 11 日

三、签字会计师事务所声明

本会计师事务所及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本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专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


林宏华


王启盛

会计师事务所负责人：


徐华

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2016年 1月 11 日



四、经办律所声明

本律师事务所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本律师事务所出具的法律意见书无矛盾之处。本律师事务所及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书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。

机构负责人：



林晖

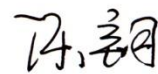
经办律师：



林晖



李泉冰



陈韵

福建天衡联合（福州）律师事务所

（公章）

2016年1月11日

第六节附件

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

（正文完）

中桥文化传媒（福建）股份有限公司

2016 年 1 月 11 日

