

# 江苏江南大业传媒股份有限公司

Jiangsu Jiangnan Daye Media Co.,Ltd.



## 公开转让说明书

(申报稿)

主办券商

中信建投证券股份有限公司



二零一六年 二 月

## 声明

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

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

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

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

## 重大事项提示

特别提醒投资者注意下列风险及重大事项。特别提醒投资者应认真阅读本说明书“第四节公司财务十一、风险因素”的全部内容，充分了解本公司所披露的风险因素。

### （一）宏观经济波动风险

广告投放需求的大小直接决定了广告行业的市场规模。由于大多数广告客户将广告支出作为一项软性支出，在经济不景气时期，客户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。此外，广告行业下游客户涉及的行业非常广泛，涉及房地产、电信、汽车、教育、化妆品、食品、互联网、家电、娱乐、金融等多个行业门类，基本涵盖了国民经济活动的各个部门。因此，广告行业与宏观经济的联系非常紧密，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，进而影响公司的业务和经营。

### （二）政策风险

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

### （三）报纸广告萎缩风险

自2012年报纸广告由增长转为下降后，降幅逐年扩大，2014年降幅由上年的8.1%扩大到18.3%，三年来报纸广告累计下降了29.6%。广告下降在报纸广告版

面的减少中表现的较为明显，2014年报纸广告资源量（报纸广告占版面积）下降了20.9%。2015年前三季度，报纸广告降幅扩大到34.5%，资源量（广告占版面积）降幅达36.5%。

报告期内，公司报纸广告收入占公司主营收入的比例分别为83.63%、88.97%和82.59%，报告期内公司大力拓展了户外广告等业务，一定程度上抵消了报纸广告下滑的影响，但报纸广告的萎缩将会继续对公司经营业绩和财务状况造成较大影响。

#### **（四）区域市场风险**

公司现阶段的主要业务集中在扬州地区。该地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩。虽然公司具有经营模式、品牌等竞争优势，但不排除公司会受到扬州地区区域经济波动等各种因素改变的冲击，从而使公司经营受到影响。同时，随着行业的发展，市场竞争将会日趋激烈，行业内企业将面临市场竞争加剧的风险。

#### **（五）新媒体的冲击风险**

随着智能设备和新技术的发展，移动互联网等新媒体形式已占据一定的市场份额，且增长速度较快。2014年，中国互联网广告市场规模达到1565.3亿元，较2013年增长56.5%。虽然公司已在扬州本地形成一定的垄断优势，但新媒体形式的开发和拓展能力尚显薄弱。随着各种新媒体以及植入广告等新型广告形式层出不穷，运作模式的创新化将对传统广告业形成冲击，对公司未来业务发展造成一定风险。

#### **（六）行业市场竞争加剧的风险**

目前，参与行业市场竞争的企业众多但大多规模较小，行业集中度较低。随着具备资本与专业优势的外资广告公司继续扩张以及国内领先的广告公司纷纷借助各类资本市场谋求跨越式发展，中国广告产业正面临整合期，市场竞争将日趋激烈。如果行业内公司无法顺应市场竞争情况的变化，不能在未来的发展中迅

速扩大规模、提高品牌影响力，公司则将面临不利的市场竞争局面，经营业绩和财务状况会受到一定影响。

### **（七）获取户外广告媒体可持续性的风险**

户外广告媒体的设置规划通常由地方政府组织工商、城建、市政、环保、公安等有关部门制订，工商行政管理机关负责具体监督实施。随着我国城市规划、交通规划的成熟规范，以及城市环境、景观等的改造需要，地方政府可能会对原有的户外广告媒体设置规划进行调整，部分不符合新规划的户外广告媒体存在被迫拆除或迁移的可能。地方政府对户外广告媒体设置规划的改变调整可能会对户外广告行业造成一定的不良影响。

此外，户外媒体运营业务对媒体资源的依赖性较高，具有独占性、排他性、地域性、优质资源有限性等特征的户外广告媒体是行业内重要的稀缺资源。公司持续稳定地获取户外广告媒体载体、经营权或设置权是开展户外广告业务的根本。公司拥有的公交站台广告经营权有效期限至2016年7月31日，党报阅报栏广告经营权有效期限至2016年12月31日。如若公司未来在经营过程中无法持续稳定获取户外广告媒体载体、经营权或设置权，或购买成本大幅上升，均会一定程度上对公司的经营及盈利产生影响。

### **（八）被主管部门处罚的风险**

与1994年《广告法》相比，2015年9月1日实施的新《广告法》加大了打击虚假广告的力度，加重了广告经营者、广告发布者的责任：“广告经营者、广告发布者明知或者应知广告虚假或违反法律规定仍设计、制作、代理、发布的，需要承担相应责任”；“关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任”等。虽然公司已经建立了规范有效的广告审查制度，配备了相应的专业人员，严格按照法律法规的相关要求对发布广告的真实性、合法性、广告形式、广告整体效果等进行审查，尽可能避免发布虚假或不实广告，但由于广告信息主要由客户提供，公司仍然无法完全避免发布的广告为虚假或不实广告，存在被主管部门处

罚的风险。

此外，根据扬州市人民政府于2006年7月11日颁布的《扬州市市区户外广告和标志设置管理办法》（扬府发【2006】110号）：公司从事户外广告业务需取得扬州市城市管理局颁发的《扬州市市区户外广告设置许可证》以及扬州市工商行政管理局颁发的《户外广告登记证》。

报告期内，公司公交站台灯箱《许可证》于2014年3月到期后未及时办理续期，党报阅报栏、LED显示屏等未办理《许可证》。

股份公司成立后，针对上述问题，公司加强了规范运作工作，组织专门的工作小组负责跟进户外广告《许可证》的申请事宜，制定了详细的申请办理规划，并于2015年12月14日顺利取得上述经营户外广告所需《许可证》。同时，公司也将继续完善户外广告的建档跟踪机制，跟踪公司户外广告的设置许可审批及续批情况，按照相关规定及时办理审批手续。

2015年12月，公司取得了城管开具的合规证明，证明公司报告期内未发生重大违法违规情况，亦不存在被相关主管机关处罚且情节严重的情况，同时，针对上述报告期内户外广告未取得《许可证》的情形将不会予以行政处罚。2015年12月，公司取得了工商开具的合规证明，证明公司报告期内未发生重大违法违规情况，亦不存在被相关主管机关处罚且情节严重的情况。

虽然公司已针对上述户外广告取得了必要的审批手续并制定了合法有效的风险防范措施，但公司仍然无法完全避免因未能及时申请相关资质而存在被主管部门处罚的风险。

### **（九）对关联方媒体资源依赖的风险**

公司与实际控制人扬州日报社签定了长期独家代理广告业务的协议，双方约定代理费根据当年报纸广告收入的35%计算，代理期限自2015年1月1日至2024年12月31日，2013年、2014年、2015年1-10月公司向扬州日报社支付报纸广告代理费金额分别是2,524.42万元、6,560.46万元以及2,565.48万元，占营业成本比例分别为68.95%、61.16%和39.10%，虽然报告期内关联采购占比逐年大幅降低，但报告期内最近一期关联采购比例仍然较高，公司存在对关联方媒体资源的较大依

赖。

尽管目前公司业务多元化发展，具有较为独立的业务运作系统，具备独立面对市场的能力。但是由于公司主要代理实际控制人扬州日报社的报纸广告业务，报告期内关联交易金额较大，从而造成了公司在报纸广告业务方面依赖于实际控制人的情形。报告期内公司拓展了户外广告业务，降低了纸媒业务对公司经营状况的影响。如果未来公司未能继续获得扬州日报社广告业务的独家代理权利，或者扬州日报社大幅调整代理费比例，将会对公司的经营发展产生重大不利影响。

### **（十）毛利率逐年下滑的风险**

2013年度、2014年度及2015年1-10月，公司毛利率分别为39.36%、28.86%、26.06%，报告期内逐年下滑。2014年公司毛利率较2013年大幅下降，系2014年公司最主要业务报纸广告业务毛利下降所致。2014年、2015年1-10月公司虽不断开拓户外广告业务，但由于户外广告新增公交站台的数量较多，且这些广告牌大多位于人流较少的新建街区，广告价值较低，收入的增长慢于成本增加，导致2015年1-10月毛利率下滑。若未来公司业务收入不能维持在较高水平，受人工成本、租赁费用等固定成本影响，毛利率将面临继续下滑的风险。

### **（十一）期末应收账款余额较大的风险**

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年10月31日，公司应收账款账面余额分别为1,706.46万元、1,869.64万元和2,147.13万元，占公司总资产的比例分别达到46.44%，24.34%和23.78%。虽然公司大部分应收账款账龄在1年以内，账龄较短，应收账款坏账风险较低，但由于公司报告期内存在单项计提坏账准备的情况，期末应收账款余额较大，不能完全排除未来应收账款无法收回而产生坏账损失的风险。

### **（十二）经营活动现金流下滑的风险**

公司2013年度、2014年度、2015年1-10月经营活动产生的现金流量净额分别975.66万元、1,328.26万元、-185.76万元。2015年1-10月公司受到广告收入大幅

下滑以及广告代理费结算模式改变所引起的预付账款的增加双重因素影响，导致2015年1-10月经营性现金流量大幅下滑。若公司未来收入继续下滑，经营性活动现金流量将面临继续下滑的风险。

### **（十三）税收优惠政策变化风险**

按照国办发【2014】15号文《国务院办公厅关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》和财税【2014】84号文件《财政部国家税务总局中宣部关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》中的规定，文化事业单位转制为企业的，免征企业所得税，文件执行期限2014年1月1日至2018年12月31日。公司按照规定享受该项税收优惠政策。一旦未来相关税收优惠政策发生变化，公司可能无法在未来年度继续享受税收优惠，将对其经营业绩产生一定的不利影响。

### **（十四）公司治理风险**

公司在2015年11月整体变更为股份有限公司后，建立健全了法人治理结构，制定了适应企业发展的内部控制体系。随着公司主营业务不断拓展，公司总体经营规模将进一步扩大，这将对公司在战略规划、组织机构、内部控制、运营管理、财务管理等方面提出更高要求，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

针对以上风险，公司将继续严格按照《公司法》、《公司章程》及相关规定规范运作“三会”，完善法人治理结构，加强内部制度建设。公司管理层将在今后加强学习，在日常经营管理中严格执行各项内部规章制度，切实保障公司的规范运作。

### **（十五）实际控制人及控股股东不当控制风险**

公司控股股东为扬州报业传媒集团，直接、间接合计控制公司55%的股份，公司实际控制人为扬州日报社，直接控制扬州报业传媒集团全部的股权。故控股

股东及实际控制人均能够对公司股东大会、董事会、管理层的决策等事项产生重大影响。若公司控股股东或实际控制人对公司的经营、人事、财务等事项进行不当控制，将可能给公司经营和其他股东利益带来一定风险。

## **（十六）内部控制风险**

有限公司阶段，公司作为集团下属企业，独立的财务人员配备不够完善，部分人员为集团委派至扬州报业广告，公司的组织机构设置、部门职责划分、岗位分工以及授权管理等方面需要完善。股份公司成立后，公司建立健全了内部控制制度，在人员配置、组织机构等方面进行了完善，但内部控制制度的有效执行存在一定的不确定性。未来，若公司未能有效执行相关制度，将可能对其生产经营产生不利影响。

## 目录

声明.....	1
重大事项提示.....	2
(一) 宏观经济波动风险.....	2
(二) 政策风险.....	2
(三) 报纸广告萎缩风险.....	2
(四) 区域市场风险.....	3
(五) 新媒体的冲击风险.....	3
(六) 行业市场竞争加剧的风险.....	3
(七) 获取户外广告媒体可持续性的风险.....	4
(八) 被主管部门处罚的风险.....	4
(九) 对关联方媒体资源依赖的风险.....	5
(十) 毛利率逐年下滑的风险.....	6
(十一) 期末应收账款余额较大的风险.....	6
(十二) 经营活动现金流下滑的风险.....	6
(十三) 税收优惠政策变化风险.....	7
(十四) 公司治理风险.....	7
(十五) 实际控制人及控股股东不当控制风险.....	7
(十六) 内部控制风险.....	8
目录.....	9
释义.....	16
第一节基本情况.....	18
一、公司基本情况.....	18
二、本次挂牌情况.....	19
(一) 挂牌股票情况.....	19
(二) 股票限售安排.....	19

(三) 挂牌后的股票转让方式.....	20
三、公司股权结构图.....	21
四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况.....	21
(一) 控股股东、实际控制人情况.....	21
(二) 公司股东情况.....	24
五、历史沿革.....	25
(一) 有限公司阶段.....	25
(二) 股份有限公司阶段.....	33
(三) 重大资产重组情况.....	35
(四) 公司设立及股权变更的合法合规情况.....	35
六、公司董事、监事和高级管理人员情况.....	40
(一) 董事基本情况.....	40
(二) 监事基本情况.....	40
(三) 高级管理人员基本情况.....	41
七、报告期内主要会计数据和财务指标.....	42
八、与本次挂牌有关的机构.....	44
(一) 主办券商：中信建投证券股份有限公司.....	44
(二) 律师事务所：国浩律师（上海）事务所.....	44
(三) 会计师事务所：中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）.....	44
(四) 资产评估机构：北京北方亚事资产评估有限责任公司.....	45
(五) 证券登记结算机构：中国证券中央登记结算有限责任公司北京分公司.....	45
(六) 申请挂牌证券交易场所：全国中小企业股份转让系统有限责任公司.....	45
第二节公司业务.....	46
一、公司主要业务及产品和服务情况.....	46
(一) 主营业务情况.....	46
(二) 主要产品和服务.....	46

二、公司组织结构及主要运营流程.....	52
(一) 公司组织结构.....	52
(二) 公司主要业务流程.....	53
三、公司主要资产和资质情况.....	55
(一) 公司主要资产情况.....	55
(二) 业务许可和资质情况.....	56
四、公司员工情况.....	58
(一) 专业结构.....	59
(二) 学历结构.....	59
(三) 年龄结构.....	59
五、销售及采购情况.....	59
(一) 销售情况.....	59
(二) 采购情况.....	61
(三) 报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况.....	63
六、商业模式.....	64
(一) 经营模式.....	65
(二) 销售模式.....	65
(三) 采购模式.....	65
(四) 盈利模式.....	65
七、公司所处行业状况.....	66
(一) 行业概况.....	66
(二) 市场规模.....	75
(三) 行业发展现状及公司竞争优势.....	80
(四) 基本风险特征.....	82
第三节公司治理.....	87
一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况.....	87
(一) 股东大会制度的建立健全及运行情况.....	87
(二) 董事会制度的建立健全及运行情况.....	88

(三) 监事会制度的建立健全及运行情况.....	88
二、公司董事会对公司治理机制执行情况的讨论及评估结果.....	<b>89</b>
(一) 公司董事会对公司治理机制执行情况的讨论.....	89
(二) 公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果.....	90
三、公司及控股股东、实际控制人最近两年存在的违法违规及处罚情况.....	<b>91</b>
(一) 公司最近两年违法违规及受处罚情况.....	91
(二) 控股股东、实际控制人最近两年违法违规及受处罚情况.....	92
四、公司独立情况.....	<b>94</b>
(一) 业务独立情况.....	94
(二) 资产独立情况.....	94
(三) 人员独立情况.....	94
(四) 财务独立情况.....	95
(五) 机构独立情况.....	95
五、同业竞争.....	<b>95</b>
(一) 同业竞争情况.....	95
(二) 避免同业竞争承诺.....	103
六、公司报告期内资金占用和对外担保情况.....	<b>104</b>
七、董事、监事、高级管理人员.....	<b>105</b>
(一) 董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况.....	105
(二) 董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系.....	106
(三) 公司与董事、监事、高级管理人员的相关协议、承诺及履行情况 .....	106
(四) 公司董事、监事、高级管理人员兼职情况.....	106
(五) 董事、监事、高级管理人员对外投资与公司存在利益冲突情况	107
(六) 董事、监事、高级管理人员任职资格、合法合规及竞业禁止情况 .....	108
(七) 董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况.....	108
第四节公司财务.....	<b>110</b>

一、最近两年一期经审计的财务会计报表.....	110
二、报告期内财务会计报告的审计意见.....	120
(一) 报告期内财务会计报告的审计意见.....	120
(二) 财务报表的编制基础.....	120
三、报告期内采用的重要会计政策和会计估计.....	120
四、报告期盈利能力分析.....	155
(一) 营业收入、毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析.....	155
(二) 报告期内期间费用情况.....	161
(三) 报告期内投资收益情况.....	162
(四) 报告期内非经常性损益情况.....	163
(五) 适用的主要税收政策.....	163
五、报告期财务状况分析.....	165
(一) 主要资产情况及变动分析.....	165
(二) 主要负债情况及变动分析.....	179
(三) 股东权益.....	183
六、报告期内主要财务指标分析.....	183
(一) 盈利能力分析.....	183
(二) 偿债能力分析.....	184
(三) 营运能力分析.....	184
(四) 现金流量分析.....	185
(五) 财务规范性情况.....	187
七、关联方、关联方关系及关联交易.....	188
(一) 关联方和关联关系.....	188
(二) 报告期内关联交易情况.....	192
(三) 报告期内关联方应收应付款项.....	195
(五) 关联交易决策程序情况.....	196
(六) 减少和规范关联交易的具体安排.....	197
八、请投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项	

.....	198
(一) 重大承诺事项.....	198
(二) 或有事项.....	199
(三) 资产负债表日后事项.....	199
(四) 其他重要事项.....	199
九、报告期内资产评估情况.....	199
(一) 增资扩股的资产评估情况.....	199
(二) 改制时的资产评估情况.....	199
十、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况及公开转让后股利分配政策	
.....	200
(一) 报告期内股利分配政策.....	200
(二) 公开转让后的股利分配政策.....	200
(三) 报告期内公司股利分配情况.....	201
十一、风险因素.....	201
(一) 宏观经济波动风险.....	201
(二) 政策风险.....	201
(三) 报纸广告萎缩风险.....	202
(四) 区域市场风险.....	202
(五) 新媒体的冲击风险.....	202
(六) 行业市场竞争加剧的风险.....	202
(七) 获取户外广告媒体可持续性的风险.....	203
(八) 被主管部门处罚的风险.....	203
(九) 对关联方媒体资源依赖的风险.....	204
(十) 毛利率逐年下滑的风险.....	205
(十一) 期末应收账款余额较大的风险.....	205
(十二) 经营活动现金流下滑的风险.....	205
(十三) 税收优惠政策变化风险.....	206
(十四) 公司治理风险.....	206

(十五) 实际控制人及控股股东不当控制风险.....	206
(十六) 内部控制风险.....	207
第五节有关声明.....	208
一、申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明.....	208
二、主办券商声明.....	209
三、律师声明.....	210
四、会计师事务所声明.....	211
五、资产评估机构声明.....	212
第六节附件.....	213

## 释义

在本说明书中，除非另有所指，下列词语具有如下含义

本公司、公司、江南传媒	指	江苏江南大业传媒股份有限公司
扬州报业广告、有限公司	指	扬州市报业广告有限责任公司
股东大会	指	江苏江南大业传媒股份有限公司股东大会
董事会	指	江苏江南大业传媒股份有限公司董事会
监事会	指	江苏江南大业传媒股份有限公司监事会
报告期、最近两年一期	指	2015年度1-10月、2014年度与2013年度
主办券商、中信建投证券	指	中信建投证券股份有限公司
会计师、中兴华会计师	指	中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）
律师、国浩律师	指	国浩律师（上海）事务所
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
全国股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统
证监会	指	中国证券监督管理委员会
中登公司	指	中国证券登记结算有限公司
元、万元	指	人民币元、人民币万元
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《广告法》	指	《中华人民共和国广告法》
《公司章程》	指	《江苏江南大业传媒股份有限公司章程》
三会	指	股东大会、董事会、监事会
三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
扬州报业传媒集团	指	扬州报业传媒集团有限责任公司
国鑫农贷	指	扬州市邗江区国鑫农村小额贷款股份有限公司
江苏扬汽	指	江苏省扬州汽车运输集团公司

江苏凤凰资产	指	江苏凤凰资产管理有限责任公司
扬子江置业		扬州市扬子江置业有限责任公司
扬州电广文化		扬州电广文化传播有限公司
扬州荣观置业		扬州荣观置业顾问有限公司
江苏报网文化传媒		江苏报网文化传媒有限责任公司
北京同道文化		北京同道文化发展有限责任公司
江苏睿诚投资		江苏睿诚投资股份有限公司
扬州润泰投资		扬州润泰投资有限公司
本说明书	指	《江苏江南大业传媒股份有限公司公开转让说明书》

注：本说明书所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，指合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标。本说明书中部分合计数与各明细数直接相加之和在尾数上如有差异，系四舍五入造成。

## 第一节基本情况

### 一、公司基本情况

公司名称：江苏江南大业传媒股份有限公司

英文名称：Jiangsu Jiangnan Daye Media Co.,Ltd.

法定代表人：张康松

有限公司成立日期：1998年06月21日

股份公司成立日期：2015年11月27日

注册资本：5,000万元

住所：扬州市扬子江中路新闻大楼

办公地址：扬州市文昌西路525号

邮编：225000

电话：0514-87863148

传真：0514-87862370

邮箱：jsjndycm20151201@163.com

经营范围：设计、制作、代理、发布国内各类广告；预包装食品兼散装食品批发与零售；投资管理；资产管理；会展服务；化妆品、针纺织品、五金产品、卫生洁具、厨房用具、家用电器、手表、照明器材、电子产品、食用农产品、工艺美术品、通讯器材（不含卫星地面接收及无线广播电视发射设备等需审批项目）、体育用品、办公用品、日用百货批发、零售；市场营销策划服务。（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）

董事会秘书：朱鹏

所属行业：根据证监会2012年发布的《上市公司行业分类指引》规定，公司属于“L72商务服务业”。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类与代码》，公司属于大类“L72商务服务业”中的子类“7240广告业”。根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“广告业（L7240）”、根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司发布的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为“广告（13131010）”。

主营业务：设计、制作、代理、发布《扬州晚报》、《扬州日报》、《扬州时报》的报纸广告、公交站台灯箱和LED大屏等户外广告以及相关配套业务。

统一社会信用代码：91321000703898611Q

## 二、本次挂牌情况

### （一）挂牌股票情况

股票代码：【】

股票简称：江南传媒

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00元

股票总量：50,000,000.00股

挂牌日期：【】年【】月【】日

### （二）股票限售安排

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

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

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

《公司章程》第二十三条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起1年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的25%；上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

公司现有股东持股情况及本次可进入全国中小企业股份转让系统转让的股票数量如下：

单位：股，%

序号	股东名称	持股份数	持股比例(%)	是否存在质押或冻结的情况	挂牌时可进行转让的股份数量
1	扬州报业传媒集团有限责任公司	27,500,000.00	55.00	否	-
2	戴建国	12,500,000.00	25.00	否	-
3	姜群	10,000,000.00	20.00	否	-
合计		<b>50,000,000.00</b>	<b>100.00</b>	-	-

注：《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。”因此，股东挂牌时可进行转让的股份数量为零。

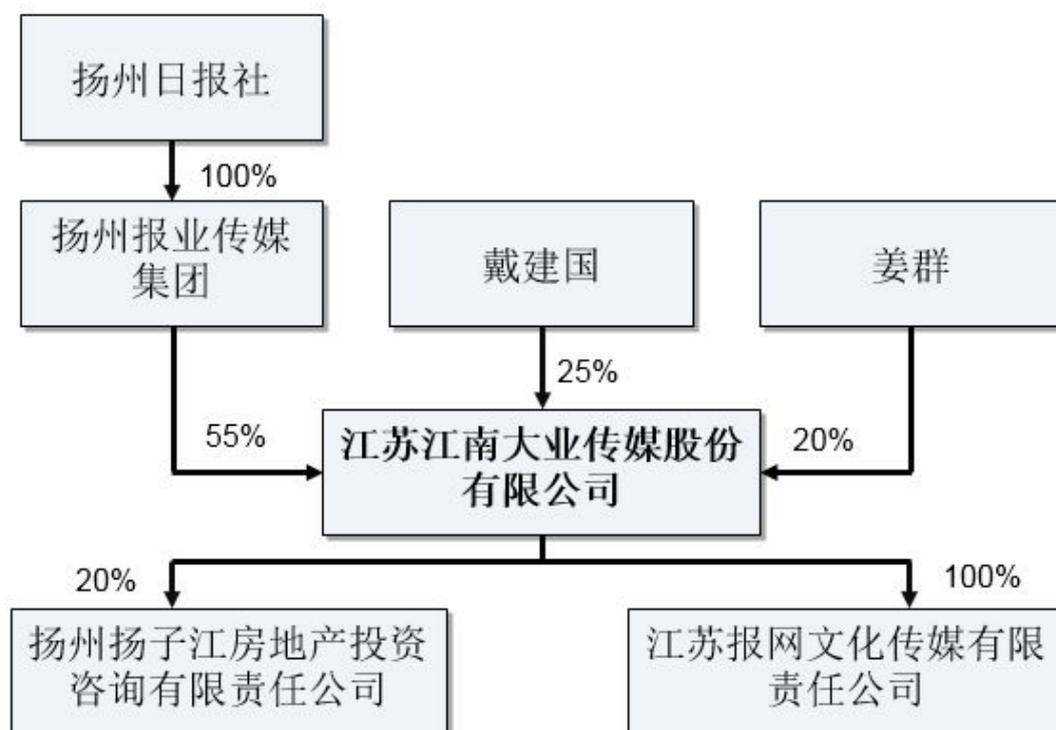
公司全体股东承诺将按上述《公司法》、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》及《公司章程》规定的转让限制自愿锁定。除上述情况外，不存在其他自愿锁股的承诺，不存在所持公司股份被冻结、质押或者其他任何形式的转让限制情形，也不存在其他任何形式的股权纠纷或潜在纠纷的情形。

### （三）挂牌后的股票转让方式

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第3.1.2条规定：“股票转让可以采取协议方式、做市方式、竞价方式或其他中国证监会批准的转让方式。”2015年12月15日，公司召开2015年第二次临时股东大会，全体股东一致表决通过了《关于公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并采取协议转让方式公

开转让的议案》。公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌后，将采取协议方式进行转让。

### 三、公司股权结构图



### 四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况

#### (一) 控股股东、实际控制人情况

扬州报业传媒集团持有公司27,500,000股股份，占公司总股本的55%，为公司的控股股东；扬州日报社持有扬州报业传媒集团100%的股权，扬州日报社为公司的实际控制人。

#### 1、控股股东基本情况

截至本说明书签署日，扬州报业传媒集团持有公司 2,750 万股，持股比例为 55.00%，为公司的控股股东。扬州报业传媒集团基本情况如下：

公司名称：扬州报业传媒集团有限责任公司

法定代表人：李继业

注册资本：6000万

注册号：321000000078162

成立日期：2010年09月09日

注册地址：扬州市文汇东路231号

经营范围：在市政府授权范围内经营国有资产并承担国有资产保值增值业务；设计、制作、代理、发布国内广告；物业服务；投资顾问；会展服务；实业投资；经济、文化信息咨询；素质训练。（经营范围不含需前置许可项目，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。

扬州报业传媒集团控股股东、实际控制人为扬州日报社。截至2015年10月31日，公司前十大股东情况如下表所示：

序号	持股人	持股数量（股）	持股比例（%）
1	扬州日报社	60,000,000.00	100.00
	合计	<b>60,000,000.00</b>	<b>100.00</b>

## 2、实际控制人基本情况

公司的实际控制人为扬州日报社。扬州日报社为事业单位，全资持有扬州报业传媒集团，为公司的实际控制人。扬州日报社基本情况如下：

名称：扬州日报社

法定代表人：李继业

事证号：132100000162

成立日期：1982年4月3日

注册地址：扬州市文汇东路231号

宗旨和业务范围：为主报出版、增项出版、相关印刷、相关发行、广告研究、培训、业务交流。

扬州日报社是根据中共江苏省委 1982 年4月3日《关于同意恢复<扬州市

报>的批复》（苏委[1982]14号），同意恢复扬州市报，成立扬州日报社。

江南传媒共3名股东，其中，扬州报业传媒集团持有公司27,500,000股股份，占公司总股本的55%，为公司的控股股东；扬州日报社自扬州报业传媒集团成立时一直持有扬州报业传媒集团100%股权。

1982年4月3日，中共江苏省委《关于同意恢复<扬州市报>的批复》（苏委[1982]14号），同意恢复扬州市报，成立扬州日报社，扬州日报社为事业单位，全资持有扬州报业传媒集团。

2010年7月1日，中共扬州市委文件《关于组建扬州报业传媒集团的通知》（扬发[2010]43号），决定在扬州日报社的基础上组建扬州报业传媒集团。

2010年8月3日，扬州市人民政府同意扬州日报社《关于授权扬州日报社履行出资人职责的请示》（扬报字[2010]13号），由扬州日报社履行扬州报业传媒集团有限责任公司国有资本出资人职责。

扬州日报社通过扬州报业传媒集团持有公司55%的股权，因此在公司重大经营决策、重要人事任免方面拥有控制权，为公司的实际控制人，实际控制人认定的依据充分、完整。

公司的实际控制人最近两年内未发生变化。

主办券商及律师认为：公司对控股股东、实际控制人的认定依据充分、合法合规。

### 3、控股股东与实际控制人的合法合规情况

公司控股股东最近24个月内不存在重大违法违规行为。

公司实际控制人报告期内因违反《中华人民共和国广告法》的规定，先后受到扬州市工商局4次行政处罚，因情节较为轻微，处罚金额相对较小，不属于重大违法违规，已取得扬州市工商局关于扬州日报社违法违规行为的确认函，最近24个月内不存在重大违法违规行为。

主办券商及律师认为：公司的控股股东、实际控制人最近24个月内均不存在重大违法行为。公司控股股东、实际控制人合法合规。

## （二）公司股东情况

序号	股东名称	股份数（股）	持股比例（%）
1	扬州报业传媒集团有限责任公司	27,500,000.00	55.00
2	戴建国	12,500,000.00	25.00
3	姜群	10,000,000.00	20.00
	合计	<b>50,000,000.00</b>	<b>100.00</b>

公司股东持有的公司股份不存在质押或其他争议事项。公司股东戴建国、姜群与控股股东之间不存在关联关系。

### 1、扬州报业传媒集团有限责任公司

扬州报业传媒集团基本情况参见本节“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况（一）控股股东基本情况”。

### 2、戴建国

戴建国先生，董事兼总经理，1971年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2002年至今任江苏睿诚投资股份有限公司董事长；2015年11月起任江苏江南大业传媒股份有限公司总经理，任期为三年。

### 3、姜群

姜群先生，1970年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1992年至1996年在扬州市邗江区泰安中学任教师；1996年至2002年任扬州万信电子有限公司总经理；2002年至2009年任扬州火晶经贸有限公司总经理；2008年7月至2014年12月任扬州金太阳投资担保有限公司董事长；2009年11月至2009年12月任扬州诚信拍卖有限公司董事长，2015年11月至今任公司监事会主席，任期为三年。

### 4、公司股东的主体适格情况

公司股东为扬州报业传媒集团、戴建国、姜群。扬州报业传媒集团系境内依

法设立并有效存续的有限责任公司。戴建国、姜群2名自然人均为具有完全民事行为能力中国境内居民，无境外永久居留权，符合《公司法》关于发起人半数以上在中国境内有住所的规定，公司股东曾经及目前均不存在法律、法规、规范性文件及公司章程规定不适合担任股东的情形，亦不存在不满足法律法规规定的股东资格条件等主体资格瑕疵问题。

主办券商及律师认为：公司股东均具有中国法律、法规和规范性文件规定的担任股份有限公司股东的资格，均不存在、曾经亦不存在法律法规、任职单位规定不适合担任股东的情形或者不满足法律法规规定的股东资格条件等主体资格瑕疵问题。

## 5、公司或其股东的私募基金备案情况

公司或其股东不属于私募投资基金管理人或私募投资基金，不存在私募基金备案问题。

# 五、历史沿革

## （一）有限公司阶段

### 1、1998年6月，有限公司设立

1998年6月21日，有限公司扬州日报社和自然人杨恒山、胡柏、田瑞、史康宁、吴亚平于1998年6月21日共同出资设立，法定代表人为史康宁，公司注册资本为人民币10万元。

根据扬州会计师事务所出具扬会业（一）验字[1998]第096号《验资报告》，截至1998年6月19日止，公司已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币10万元整，其中各股东以货币资金方式出资人民币10万元，实收资本占注册资本的100%。

1998年6月21日，公司取得了扬州市工商行政管理局颁发的注册号为3210001295585号《企业法人营业执照》，住所为扬州市通港北路新闻大厦。经

营范围为设计、制作、发布路牌、灯箱、霓虹灯、布标、印刷品广告，代理国内报纸、电视、广播广告。

扬州报业广告设立时股东出资情况如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资 (万元)	出资比例 (%)	实缴出资 (万元)	占注册资本 总额的比例 (%)
1	扬州日报社	6.7	67.00	6.7	67.00
2	史康宁	0.66	6.6	0.66	6.6
3	田瑞	0.66	6.6	0.66	6.6
4	胡柏	0.66	6.6	0.66	6.6
5	杨恒山	0.66	6.6	0.66	6.6
6	吴亚平	0.66	6.6	0.66	6.6
合计		10.00	100	10.00	100

注：自然人股东杨恒山、胡柏、田瑞、史康宁和吴亚平分别所持扬州报业广告的上述6.6%股权系替扬州日报社代持，已经由律师向自然人股东及扬州日报社进行书面确认。详细情况见本节（四）公司设立及股权变更的合法合规情况3、股权情况。

## 2、2006年3月，有限公司股权转让

2006年3月6日，公司通过股东会决议：同意史康宁将其所持扬州报业广告6.6%的股权（出资额0.66万元）作价0.66万元转让给韩钢；田瑞将其所持扬州报业广告6.6%的股权（出资额0.66万元）作价0.66万元转让给乔宗；杨恒山将其所持扬州报业广告6.6%的股权（出资额0.66万元）作价0.66万元转让给王兰；胡柏将其所持扬州报业广告6.6%的股权（出资额0.66万元）作价0.66万元转让给陈广荣。同日，史康宁和韩钢、田瑞和乔宗、杨恒山和王兰、胡柏和陈广荣分别签署了《股权转让协议》。

有限公司就上述变更事项办理完毕工商变更登记手续，2006年3月23日，公司领取了变更后的注册号为3210911400237的《企业法人营业执照》。

本次股权变更后的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资 (万元)	出资比例 (%)	实缴出资 (万元)	占注册资本 总额的比例 (%)
1	扬州日报社	6.7	67.00	6.7	67.00
2	韩钢	0.66	6.6	0.66	6.6
3	乔宗	0.66	6.6	0.66	6.6
4	陈广荣	0.66	6.6	0.66	6.6
5	王兰	0.66	6.6	0.66	6.6
6	吴亚平	0.66	6.6	0.66	6.6
合计		10	100	10	100

注：自然人股东韩刚、王兰、乔宗、陈广荣和吴亚平分别所持扬州报业广告的上述 6.6% 股权系替扬州日报社代持，已经由律师向自然人股东及扬州日报社进行书面确认。详细情况见本节（四）公司设立及股权变更的合法合规情况 3、股权情况。

### 3、2007 年 8 月，有限公司股权转让

2007 年 8 月 10 日，公司通过股东会决议：同意王兰、吴亚平、陈广荣、乔宗、韩钢将其合计持有扬州报业广告 33% 的股权（出资额 3.3 万元）作价 3.3 万元转让给翟久春、徐扬、朱宏兵、张康松、智利红。同日，陈广荣和翟久春、王兰和张康松、吴亚平和徐扬、韩钢和智利红、乔宗和朱宏兵分别签署了《股权转让协议》。

有限公司就上述变更事项办理完毕工商变更登记手续，2007 年 8 月 16 日，公司领取了变更后的注册号为 321091000001200 的《企业法人营业执照》。

本次股权变更后的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资 (万元)	出资比例 (%)	实缴出资 (万元)	占注册资本 总额的比例 (%)
1	扬州日报社	6.7	67.00	6.7	67.00
2	翟久春	0.66	6.6	0.66	6.6
3	徐扬	0.66	6.6	0.66	6.6
4	朱宏兵	0.66	6.6	0.66	6.6

序号	股东姓名/名称	认缴出资 (万元)	出资比例 (%)	实缴出资 (万元)	占注册资本 总额的比例 (%)
5	张康松	0.66	6.6	0.66	6.6
6	智利红	0.66	6.6	0.66	6.6
合计		10	100	10	100

注：自然人股东翟久春、徐扬、朱宏兵、张康松、智利红分别所持扬州报业广告的上  
述 6.6% 股权系替扬州日报社代持，已经由律师向自然人股东及扬州日报社进行书面确认。  
详细情况见本节（四）公司设立及股权变更的合法合规情况 3、股权情况。

#### 4、2011 年 8 月，有限公司股权转让、增资

2011 年 8 月 19 日，公司通过股东会决议：同意翟久春、徐扬、朱宏兵、张  
康松和智利红分别将其所持扬州报业广告 6.6% 的股权（出资额 0.66 万元）作价  
0.66 万元转让给扬州日报社。同日，翟久春、徐扬、朱宏兵、张康松和智利红分  
别与扬州日报社签署了《股权转让协议》。

2011 年 9 月 12 日，扬州报业广告作出股东决定，决定将扬州报业广告注册  
资本由 10 万元增加至 800 万元，增资 790 万元由扬州日报社以货币形式出资。

2011 年 8 月 29 日，扬州恒信会计师事务所出具了扬恒会验字（2011）第 127  
号《验资报告》，经审验，截止 2011 年 8 月 19 日，变更后累计的注册资本为  
800 万元，实收资本为 800 万元。

有限公司就上述变更事项办理完毕工商变更登记手续，2011 年 9 月 20 日，  
公司领取了变更后的注册号为 321091000001200 的《企业法人营业执照》。

本次股权变更后的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资 (万元)	出资比例 (%)	实缴出资 (万元)	占注册资本 总额的比例 (%)
1	扬州日报社	800.00	100.00	800.00	100.00
合计		800.00	100.00	800.00	100.00

## 5、2015年4月，有限公司股权转让

2015年4月13日，扬州日报社作出股东决定，决定其所持有扬州报业广告100%股权（出资额800万元）作价0万元划转给其全资子公司扬州报业传媒集团。同日，扬州日报社与扬州报业传媒集团签订相关划转股权协议。

本次划转完成后，公司变更为报业传媒100%持股的全资子公司。

由于扬州报业广告及报业集团均系扬州日报社的全资子公司，根据《企业国有产权无偿划转管理暂行办法》第十五条：企业国有产权在所出资企业内部无偿划转的，由所出资企业批准并抄报同级国资监管机构。根据上述规定，本次股权划转由扬州日报社作出决定后，无需国资主管部门再出具批复。

公司就本次股权转让修订了公司章程，并于2015年4月14日取得开发区工商局核发的新的《营业执照》。

本次股权变更后的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资 (万元)	出资比例 (%)	实缴出资 (万元)	占注册资本 总额的比例(%)
1	扬州报业传媒集团	800.00	100.00	800.00	100.00
	合计	<b>800.00</b>	<b>100.00</b>	<b>800.00</b>	<b>100.00</b>

## 6、2015年4月，有限公司增资

经扬州日报社同意批复，2015年4月30日，扬州报业传媒集团作出股东决定，决定将扬州报业广告注册资本由800万元增加至2,750万元，增资1,950万元由扬州报业传媒集团以扬州报业广告截至2015年4月30日的累计未分配利润转增。

2015年5月21日，扬州报业广告召开股东会，决定将公司注册资本由800万元增加至2750万元，此次增加1950万元，出资方式为以净资产出资。

2015年5月23日，江苏苏税迅通会计师事务所有限公司于出具了“苏税迅通会验字（2015）011号”《验资报告》，经审验，截至2015年5月23日，扬州

报业广告已收到股东缴纳的新增注册资本 1950 万元，股东均以未分配利润转增注册资本。

扬州报业广告就本次增资事项修改了公司章程，并向扬州经济开发区工商局申请办理工商变更登记，并于 2015 年 5 月 22 日取得开发区工商局核发的新的《营业执照》。

本次股权变更后的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资 (万元)	出资比例 (%)	实缴出资 (万元)	占注册资本 总额的比例 (%)
1	扬州报业传媒集团	2,750.00	100.00	2,750.00	100.00
	合计	<b>2,750.00</b>	<b>100.00</b>	<b>2,750.00</b>	<b>100.00</b>

## 7、2015 年 7 月，有限公司增资

### (1) 审计及评估

2015 年 5 月 8 日，江苏苏税讯通会计师事务所有限公司出具了“苏税迅通专审字[2015]160 号”《关于扬州市报业广告有限责任公司净资产情况的专项审计报告》，确认截至 2015 年 4 月 30 日，扬州报业广告资产总额为 79,256,308.92 元，负债合计 51,756,308.92 元，净资产为 27,500,000 元。

2015 年 5 月 12 日，扬州佳诚资产评估事务所出具了“扬佳评报字[2015]51 号”《扬州市报业广告有限责任公司拟增资扩股委托评估全部股东权益项目资产评估报告书》，确认截至 2015 年 4 月 30 日，扬州报业广告资产总额为 79,475,658.68 元，负债合计 51,756,308.92 元，净资产为 27,719,349.76 元。

### (2) 评估备案及批复

2015 年 5 月 18 日，扬州报业传媒集团将“扬佳评报字[2015]51 号”《评估报告》向扬州日报社进行了备案。

2015 年 5 月 26 日，扬州报业传媒集团《扬州市报业广告有限责任公司增资扩股、股份制改造方案》，决定扬州报业广告通过扬州市产权交易中心择优选择

投资者，增资扩股后，扬州报业传媒集团占股 55%，引进的战略者以货币形式认购，占股 45%。

2015 年 5 月 27 日，扬州日报社出具了“扬报集字[2015]18 号”《关于扬州市报业广告有限责任公司增资扩股有关问题的批复》，同意扬州报业广告通过扬州市产权交易中心择优选择投资者，增资扩股后，扬州报业传媒集团占股 55%，引进的战略者以货币形式认购，占股 45%。同日，扬州日报社出具了“扬报集字[2015]19 号”《关于扬州市报业广告有限责任公司资产评估报告确认的批复》，同意对扬州报业广告截至评估基准日 2015 年 4 月 30 日的评估净资产值进行确认。

**根据《国有企业国有资产法》第十一条：国务院和地方人民政府根据需要，可以授权其他部门、机构代表本级人民政府对国家出资企业履行出资人职责。2010 年 8 月 13 日，扬州市人民政府同意由扬州日报社履行对报业集团国有资本出资人职责。本次增资时，扬州报业广告系报业集团全资子公司，扬州日报社为扬州报业广告的国资主管单位。因此，扬州报业广告本次增资取得了国资主管单位的批复文件。**

### (3) 挂牌招标

2015 年 7 月 2 日，经扬州市产权交易中心公开挂牌招标，扬州报业广告增资扩股项目仅有戴建国和姜群参与投标，并被扬州市产权交易中心评审会审核确认为合格意向投资者，新股东戴建国出价 1,386 万元获得扬州报业广告 25%股权，其中 1,250 万元进扬州报业广告注册资本，136 万元进扬州报业广告资本公积，新股东姜群出价 1,100 万元获得扬州报业广告 20%股权，其中 1,000 万元进扬州报业广告注册资本，100 万元进扬州报业广告资本公积。

2015 年 7 月 6 日，戴建国和姜群与扬州报业传媒集团分别签订《增资扩股合同》，本次增资款 2,486 万元已由股东于 2015 年 7 月 28 日缴付至扬州报业广告银行账户。

### (4) 股东决定

2015 年 7 月 16 日，扬州报业传媒集团作出股东决定，决定将扬州报业广告

注册资本由 2,750 万元增加至 5,000 万元，此次增加 2,250 万元，增资部分由戴建国、姜群分别出资，戴建国货币出资 1,250 万元，姜群货币出资 1,000 万元。

#### (5) 工商变更登记

扬州报业广告就本次增资事项修订了公司章程，并于 2015 年 7 月 27 日取得开发区工商局核发的新的《营业执照》。

本次股权变更后的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资 (万元)	出资比例 (%)	实缴出资 (万元)	占注册资本 总额的比例 (%)
1	扬州报业传媒集团有限 责任公司	2,750.00	55.00	2,750.00	55.00
	戴建国	1,250.00	25.00	1,250.00	25.00
	姜群	1,000.00	20.00	1,000.00	20.00
	<b>合计</b>	<b>5,000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>5,000.00</b>	<b>100.00</b>

## 8、2015 年 10 月，有限公司补充出资

鉴于公司在 2015 年 4 月 30 日进行利润分配时，误将盈余公积 4,733,677.67 元分配给了扬州报业传媒集团有限责任公司。股改审计时根据会计准则的要求，对该会计差错进行了调整，扬州报业传媒集团有限责任公司退回了该部分超分配的利润。鉴于公司净资产增加，2015 年 7 月加入的股东戴建国、姜群同意相应增加出资。

2015 年 10 月 28 日，公司通过股东会决议，同意股东戴建国对公司增加出资 215.1671 万元，进入公司资本公积；股东姜群对公司增加出资 172.1337 万元，进入公司资本公积。

2015 年 10 月 28 日，扬州日报社出具了《关于扬州市报业广告有限责任公司历史沿革相关事宜的确认函》，对于扬州报业广告历史沿革的相关事宜确认如下：

对戴建国及姜群对扬州报业广告增资相关事宜予以确认，确认戴建国及姜群

于2015年7月通过扬州市产权交易中心公开挂牌招标方式取得扬州报业广告股权符合国有资产管理相关法律法规的规定，增资价格合理，不存在损害扬州报业广告及职工、国有股东权益的情形。

对扬州报业传媒集团将误分配的盈余公积返还给扬州报业广告，并相应调整戴建国和姜群对扬州报业广告增资价格的相关事宜予以确认，该增资价格调整不存在损害扬州报业广告及其职工、国有股东权益的情形。

对扬州报业广告设立时国有出资等相关事宜予以确认，确认扬州报业广告历次股权转让及增资事宜符合国有资产管理相关法律法规的规定，不存在损害扬州报业广告及其职工、国有股东权益的情形。同意扬州报业广告开展股份制改造及申请全国股份转让系统挂牌相关工作。

2015年10月29日，中共扬州市委宣传部作出《关于对扬州市报业广告有限责任公司股改及新三板挂牌相关事宜的批复》，确认扬州报业广告设立、历次股权转让及增资事宜符合国有资产管理相关法律法规的规定，不存在损害公司及职工、国有股东权益的情形，并同意扬州报业广告开展股份制改造及申请全国股份转让系统挂牌相关工作。

## （二）股份有限公司阶段

根据中兴华会计师于2015年11月20日出具的以2015年10月31日为基准日的中兴华专审字（2015）JS0446号《审计报告》，截至2015年10月31日，扬州报业广告经审计的账面净资产为68,251,092.47元。

根据北京北方亚事资产评估有限责任公司于2015年11月22日出具的《扬州市报业广告有限责任公司拟股份制改造涉及的其股东全部权益价值资产评估报告》（北方亚事评报字[2015]第01-593号），截至2015年10月31日，扬州报业广告评估后的净资产评估值为7,125.50万元。

2015年11月23日，扬州报业广告有限全体出资人签署了《发起人协议》，协议依照法律、法规的规定就有限公司整体变更为股份有限公司事宜及发起人的权利义务作出了明确的约定。

2015年11月24日，扬州日报社出具了《关于扬州市报业广告有限责任公司股

份制改造的批复》，同意扬州报业广告以2015年10月31日为基准日对扬州报业广告进行评估，并确认扬州报业广告评估的净资产值为7,125.50万元；同意扬州报业广告以2015年10月31日为基准日整体折股变更为股份公司，以扬州报业广告经审计的净资产68,251,092.47元中的50,000,000元折为股份公司股本50,000,000股，净资产高于股本部分18,251,092.47元计入扬州报业广告资本公积。

2015年11月25日，中兴华会计师出具了中兴华验字（2015）JS0089号验资报告，对公司原股东以净资产折股出资成立股份公司进行了审验。

2015年11月26日，公司召开创立大会，审议通过了以经中兴华会计师审计的截至2015年10月31日的净资产68,251,092.47元以1.37:1的折股比例，折合成股本5,000万股，净资产值超出注册资本的部分计入资本公积金，整体变更设立江苏江南大业传媒股份有限公司。审议通过了《关于发起成立江苏江南大业传媒股份有限公司的报告》、《关于制定<江苏江南大业传媒股份有限公司章程>的议案》、《关于江苏江南大业传媒股份有限公司<股东大会议事规则>、<董事会议事规则>、<监事会议事规则>的议案》、《关于选举公司一届董事会成员的议案》、《关于选举公司一届监事会成员的议案》、《关于授权董事会负责办理工商登记的议案》等议案。

2015年11月27日，公司在扬州市工商行政管理局办理了变更登记，并领取了股份公司的《企业法人营业执照》。统一社会信用代码：91321000703898611Q，名称为江苏江南大业传媒股份有限公司，法定代表人为张康松，住所为扬州市扬子江中路新闻大楼，经营范围为设计、制作、代理、发布国内各类广告；预包装食品兼散装食品批发与零售；投资管理；资产管理；会展服务；化妆品、针纺织品、五金产品、卫生洁具、厨房用具、家用电器、手表、照明器材、电子产品、食用农产品、工艺美术品、通讯器材（不含卫星地面接收及无线广播电视发射设备等需审批项目）、体育用品、办公用品、日用百货批发、零售；市场营销策划服务。（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）。

整体变更股份公司后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	股份总额（股）	持股比例（%）
1	扬州报业传媒集团有限责任公司	27,500,000.00	55.00

2	戴建国	12,500,000.00	25.00
3	姜群	10,000,000.00	20.00
合计		<b>50,000,000.00</b>	<b>100.00</b>

2015年12月25日，中共扬州市委宣传部作出《关于对江南大业传媒股份有限公司国有股权管理方案的批复》，确认截至2015年10月31日，扬州报业广告注册资本为5,000万元，净资产6,825.11万元，同意扬州报业广告以整体变更的方式设立江苏江南大业传媒股份有限公司，江南传媒总股本5,000万股，其中报业集团持股2,750万股，占总股本55%，股权性质为国有法人股，戴建国持股1,250万股，占总股本25%，股权性质为自然人股，姜群持股1,000万股，占总股本20%，股权性质为自然人股。

根据扬州市委办公室、市政府办公室于2015年9月25日出具的《关于市级行政事业单位所属国有企业清理规范和全面监管的实施意见》，扬州报业广告的国资主管部门变更为扬州市委宣传部。因此，扬州报业广告股份制取得了国资主管部门的批复同意。

### （三）重大资产重组情况

报告期内，公司不存在重大资产重组。

### （四）公司设立及股权变更的合法合规情况

#### 1、出资合法合规情况

##### （1）出资验资

公司历次出资包括1998年6月有限公司设立，2011年8月第一次增资、2015年4月第二次增资、2015年7月第三次增资，2015年11月整体变更股份有限公司。

主办券商及律师认为：公司的历次出资，其股东均按照《公司章程》的规定出资到位，并聘请会计师事务所进行审验出具验资报告，制定或修改了公司章程，并完成了历次工商变更登记。公司股东历次出资履行了必要验资程序，符合《公

司法》、《公司章程》的规定，公司的出资真实、缴足。

## （2）出资程序、出资形式及相应比例

公司股东的历次出资均履行了相应的内部批准程序，并依法进行验资，并完成了在工商行政管理部门的备案登记。公司设立、增资均全部以货币出资，公司整体变更股份有限公司时，以经具有证券期货资质的会计师事务所审计后的净资产进行折股，折合的实收股本总额不高于公司经审计后的净资产。具有证券期货资质的资产评估机构对公司净资产进行了评估，出具了资产评估报告。审计及评估结果获得了全体股东的一致同意。公司出资程序、出资形式及相应比例符合《公司法》等相关法律法规要求。

主办券商及律师认为：公司历次出资程序、出资形式及相应比例符合相关法律法规规定，出资程序完备，合法、合规。

## （3）出资瑕疵

主办券商、律师及会计师认为：公司不存在出资瑕疵。

# 2、公司设立与变更情况

## （1）公司设立

公司整体变更为股份有限公司系以2015年10月31日为审计基准日经审计的有限公司净资产68,251,092.47元以1.37:1的折股比例，折合成股本5,000万股，不存在以评估值入资设立股份公司的情况。中兴华会计师出具了中兴华验字(2015)JS0089号验资报告，对出资进行了审验。

公司存在自然人股东，涉及自然人股东纳税情况及股东以未分配利润转增股本公司代扣代缴个人所得税的情况，并符合法律法规的相关规定。

2015年12月25日，中共扬州市委宣传部作出《关于对江南大业传媒股份有限公司国有股权管理方案的批复》，确认截至2015年10月31日，扬州报业广告注册资本为5,000万元，净资产6,825.11万元，同意扬州报业广告以整体变

更的方式设立江苏江南大业传媒股份有限公司，江南传媒总股本 5,000 万股，其中报业集团持股 2,750 万股，占总股本 55%，股权性质为国有法人股，戴建国持股 1,250 万股，占总股本 25%，股权性质为自然人股，姜群持股 1,000 万股，占总股本 20%，股权性质为自然人股。

主办券商及律师认为：公司整体变更为股份公司过程中的有关审计、资产评估和验资已履行了必要的程序，符合有关法律、法规和规范性文件的规定，股份公司符合整体变更设立条件。公司整体变更股份公司时以净资产折股，不涉及以未分配利润转增股本的情形。公司存在自然人股东，涉及自然人股东纳税情况，亦涉及公司代扣代缴个人所得税的情况，并符合法律法规的相关规定。

## （2）股本变化

公司自有限公司设立至今有四次股权转让、三次增资，不存在减资的情况。公司增资已依法履行了内部决议、外部审批程序。

根据《企业国有产权转让管理办法》（2003）、《关于企业国有产权转让有关事项的通知》（2006）的相关规定，江南传媒上述股权转让须在产权交易机构公开进行，如需协议转让应取得扬州市国有资产监督管理部门的批准。根据 2005 年 9 月 1 日起实施的《企业国有资产评估管理办法》第六条的规定，“企业有下列行为之一的，应当对相关资产进行评估……（四）非上市公司国有股东股权比例变动；（五）产权转让；……”但自扬州报业广告1998年6月设立至2011年8月期间的历次股权转让，都系扬州日报社职工代扬州日报社持股，代持自然人股东转让所持扬州报业广告股权的受让方也均系替扬州日报社代持扬州报业广告股权，该等股权转让的受让方也均系扬州日报社职工或关联方职工，2006年3月、2007年8月和2011年8月的股权转让中，作为代持股权的转让方及受让方，均未收到或支付任何形式的股权转让款。

主办券商及律师认为，自1998年6月设立至2011年8月，扬州日报社对扬州报业广告实际均持有100%的股权，在该期间发生的股权转让系代持自然人之间的相互转让，以及代持自然人将代持股权还原转让给扬州日报社，并非扬州报业广告股权的真实转让。

扬州报业广告自1998年6月设立至2011年8月期间的自然人股东均系扬州报业广告的名义股东，未实际行使股东权利，所持扬州报业广告的股权均系替扬州日报社代持，该部分股权的实际股东为扬州日报社。

2015年11月29日，中共扬州市委宣传部出具《关于对扬州市报业广告有限责任公司股改及新三板挂牌相关事宜的批复》，对扬州报业广告历史沿革进行确认，江南传媒历次股权转让行为均不存在侵害相关股东权益或国有资产流失的情况，基本符合当时的法律法规，予以认可。”

主办券商及律师认为：公司增资已依法履行必要程序，合法合规，不存在纠纷及潜在纠纷。

### 3、股权情况

根据律师对杨恒山、胡柏、田瑞、史康宁、吴亚平、韩刚、王兰、乔宗、陈广荣、翟久春、徐扬、朱宏兵、张康松和智利红的访谈其书面确认，以及扬州日报社的书面确认，在1998年6月扬州报业广告设立时，基于当时有效《公司法》规定的设立有限责任公司应有二名以上股东的要求，扬州日报社委托其职工或关联方职工作为名义股东代为出资及持有扬州报业广告的股权；自扬州报业广告1998年6月设立至2011年8月期间的历次股权转让中，代持自然人股东转让所持扬州报业广告股权的受让方也均系替扬州日报社代持扬州报业广告股权，该等股权转让的受让方也均系扬州日报社职工或关联方职工。2011年8月，自然人股东将代持扬州报业广告股权全部还原转让给扬州日报社，本次股权转让完成后，扬州报业广告股东所持其股权不再存在代持的情形。

根据扬州日报社及自然人股东的书面确认，在扬州报业广告设立时，杨恒山、胡柏、田瑞、史康宁和吴亚平实际未对扬州报业广告出资，其出资来源于扬州日报社，该等自然人股东在2006年3月转让代持扬州报业广告的股权时，未实际向受让方收取股权转让款；韩刚、王兰、乔宗、陈广荣、翟久春、徐扬、朱宏兵、张康松和智利红在2006年3月、2007年8月和2011年8月的股权转让中，作为代持股的转让方及受让方，均未收到或支付任何形式的股权转让款。自扬州报业广告1998年6月设立至2011年8月期间的自然人股东均系扬州报业广告的名义股东，

未实际行使股东权利，所持扬州报业广告的股权均系替扬州日报社代持，该部分股权的实际股东为扬州日报社。

根据自然人股东及扬州日报社的书面确认，对于上述股权代持事宜，自然人股东与扬州日报社不存在任何纠纷及潜在纠纷，自然人股东不会以任何形式向扬州日报社、江南传媒及其股东主张任何形式的股权权利或股东权利。

公司曾经存在股权代持的情形，目前不存在股权代持的情形。

公司股东为扬州报业传媒集团、戴建国及姜群，控股股东为扬州报业传媒集团，实际控制人为扬州日报社。公司的股权结构清晰，权属分明，真实确定，合法合规，股东特别是控股股东、实际控制人及其关联股东或实际支配的股东持有公司的股份不存在权属争议或潜在纠纷。公司的股东不存在国家法律、法规、规章及规范性文件规定不适宜担任股东的情形。

公司自有限公司设立以来进行的股权转让及增资，履行了必要程序，不存在纠纷及潜在纠纷的情况。公司自有限公司设立以来不存在发行股票的情况，不存在下列情形：（1）最近36个月内未经法定机关核准，擅自公开或者变相公开发行过证券；（2）违法行为虽然发生在36个月前，目前仍处于持续状态，但《非上市公众公司监督管理办法》实施前形成的股东超200人的股份有限公司经中国证监会确认的除外。公司股票限售安排按照《公司法》和《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》的有关规定执行，公司全体股东出具了自愿锁定的承诺。

报告期内，公司无纳入合并范围的下属子公司。

主办券商及律师认为：公司曾经存在股权代持的情形，目前不存在股权代持的情形。公司不存在影响公司股权明晰的问题，公司现有股权不存在权属争议纠纷。公司符合“股权明晰、股票发行和转让合法合规”的挂牌条件。公司及其纳入合并报表的子公司历次股权转让依法履行必要程序、合法合规、不存在纠纷及潜在纠纷。公司自设立以来，不存在发行股票的情况。

## 六、公司董事、监事和高级管理人员情况

### （一）董事基本情况

张康松先生，董事长，1975年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，南京工业大学本科毕业。1997年至2001年担任《扬州日报》记者；2002年至2006年任《扬州日报》广告部副主任；2007年至2012年任《扬州日报》广告部主任；2013年至2015年10月任扬州市报业广告有限责任公司董事长；2015年11月起至今任江苏江南大业传媒股份有限公司董事长，任期为三年。

戴建国先生，董事，基本情况参见本节“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况（二）公司股东基本情况”。

顾冬飞先生，董事，1978年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科毕业。2001年8月至2004年5月就职于扬州国瑞税务事务所；2004年6月至2015年7月就职于江苏睿诚投资股份有限公司；2015年11月起任江苏江南大业传媒股份有限公司董事，任期为三年。

李俊先生，董事，1968年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，高级政工师。1989年至1999年就职于扬州电讯仪器厂；1999年至今在扬州报业传媒集团（扬州日报社）工作，现任扬州报业传媒集团人力资源部（人事部）主任；2015年11月起任江苏江南大业传媒股份有限公司董事，任期为三年。

徐茂明先生，董事，1965年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科，中共党员，高级会计师。毕业后历任扬州市饲料公司出纳、总账、财务科长；1999年起任扬州报社总账会计、财务总监；2006年7月起任扬州日报社财务结算中心主任；2010年9月起任扬州报业传媒集团计划财务部主任；2015年11月起任江苏江南大业传媒股份有限公司董事，任期为三年。

### （二）监事基本情况

姜群先生，监事会主席，基本情况参见本节“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况（二）公司股东基本情况”。

曹湘洲先生，监事，1962年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1980年5月至1981年5月任宝应县政府招待所职工，县府办行政科办事员、秘书科团委干部；1981年5月至1989年8月任宝应县政府打字员兼县直机关团委副书记；1989年8月至1995年10月任宝应县广播站记者、县电视台新闻部主任、县广电局办公室和总编办副主任；1995年10月至1996年7月任宝应县委宣传部宣传科副科长；1996年7月至2005年1月任扬州日报社驻宝应记者站站长、发行中心内兼宝应发行站站长；2005年2月至2010年9月任扬州日报社组监室副主任、主任兼扬州日报社发行中心主任；2010年9月至2010年11月任集团组织监察室主任，兼任发行投递有限公司董事长，发投公司总经理；2012年5月任党委（社长）办公室主任，同时任行政管理党支部书记；2013年2月至今任集团纪委委员、副书记（兼）；2015年11月起任江苏江南大业传媒股份有限公司监事，任期为三年。

施长春先生，监事，1976年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1997年2003年任扬州经典广告公司设计师；2003年至2015年就职于扬州日报社扬州晚报广告部；2015年11月起任江苏江南大业传媒股份有限公司监事，任期为三年。

### （三）高级管理人员基本情况

戴建国先生，基本情况参见本节“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况（二）公司股东基本情况”。

朱鹏先生，董事会秘书，1989年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，扬州大学本科毕业。2010年5月至2012年1月在江苏睿诚投资股份有限公司就职；2012年2月至2012年12月就职于太平洋证券扬州营业部、北京营业总部；2012年12月至2015年7月就职于扬州市现代金融投资集团有限责任公司风险合规部；2015年11月起任江苏江南大业传媒股份有限公司董事会秘书，任期为三年。

姚建峰女士，财务总监，1976年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，本科在读，1999年至2000年就职于泰州三福船舶工程有限公司；2001年至2004年就职于泰兴新发建材有限公司；2005年至2007年任世网通（扬州）有限责任公司财务科长；2007年至2012年任扬州鼎昌科技有限公司财务总监；2012

年2月至2015年9月就职于扬州日报社财务中心；2015年11月起任江苏江南大业传媒股份有限公司财务总监。

## 七、报告期内主要会计数据和财务指标

项目	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
总资产（万元）	9,030.92	7,681.24	3,674.79
股东权益合计（万元）	6,825.11	6,526.63	3,045.15
归属于申请挂牌公司股东权益合计（万元）	6,825.11	6,526.63	3,045.15
每股净资产（元/股）	1.37	8.16	3.81
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	1.37	8.16	3.81
资产负债率（%）（母公司）	24.43	15.03	17.13
流动比率（倍）	4.05	6.57	5.63
速动比率（倍）	4.04	6.57	5.63
项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	8,873.53	15,080.12	6,037.03
净利润（万元）	1,685.49	3,481.47	1,779.85
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	1,685.49	3,481.47	1,779.85
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,685.68	3,508.47	1,791.41
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常损益后的净利润（万元）	1,685.68	3,508.47	1,791.41
毛利率（%）	26.06	28.86	39.36
净资产收益率（%）	29.70	72.74	82.58
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	29.70	73.31	83.12
基本每股收益（元/股）	0.49	4.35	2.22
稀释每股收益（元/股）	0.49	4.39	2.24
应收账款周转率	4.42	8.43	6.07
存货周转率	1,004.59	-	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-185.76	1,328.26	975.66
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.04	1.66	1.22

上表中主要财务指标的计算公式如下：

(1) 每股净资产=期末股东权益÷期末股本（实收资本）总额

(2) 归属于申请挂牌公司股东的每股净资产=期末归属于申请挂牌公司股东权益÷期末股本（实收资本）总额

(3) 资产负债率（母公司）=负债总额（母公司）÷资产总额（母公司）

(4) 流动比率=流动资产÷流动负债

(5) 速动比率=速动资产（流动资产-存货）÷流动负债

(6) 毛利率=（营业收入-营业成本）÷营业收入

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

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

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

(8) 应收账款周转率=营业收入÷[(期初应收账款余额+期末应收账款余额)/2]

(9) 存货周转率=营业成本÷[(期初存货余额+期末存货余额)/2]；

(10) 基本每股收益= $P0 \div S$

$S = S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S<sub>i</sub> 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S<sub>j</sub> 为报告期因回购等减少股份数；S<sub>k</sub> 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；M<sub>i</sub> 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M<sub>j</sub> 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

(11) 稀释每股收益= $P1 / (S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

(12) 每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动现金净流量÷期末股本总额。

## 八、与本次挂牌有关的机构

### (一) 主办券商：中信建投证券股份有限公司

法定代表人：王常青

注册地址：北京市朝阳区安立路66号4号楼

办公地址：北京市东城区朝阳门内大街2号凯恒中心B、E座3层

联系电话：（010）65608299

传真：（010）65608450

项目负责人：彭波

项目组成员：李盛杰、江磊、薛瑞

### (二) 律师事务所：国浩律师（上海）事务所

法定代表人：黄宁宁

地址：上海市北京西路968号嘉地中心23-25层

联系电话：（021）52341668

传真：（021）62675187

经办律师：唐银锋、鄢颖

### (三) 会计师事务所：中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：李尊农

地址：北京市西城区阜外大街1号东塔楼15层

联系电话：（010）83206116

传真：（025）83206200

经办注册会计师：胡海萌、谢菲

**（四）资产评估机构：北京北方亚事资产评估有限责任公司**

法定代表人：闫全山

地址：北京市东城区东兴隆街56号6层615

联系电话：（010）83549216

传真：（010）83549215

经办注册资产评估师：吴玉明、张玮

**（五）证券登记结算机构：中国证券中央登记结算有限责任公司北京分公司**

联系地址：北京市西城区金融大街26号金阳大厦五层

联系电话：010-58598844

传真：010-58598982

**（六）申请挂牌证券交易场所：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

联系电话：（010）63889512

邮编：100033

## 第二节公司业务

### 一、公司主要业务及产品和服务情况

#### （一）主营业务情况

公司主营业务为设计、制作、代理、发布《扬州晚报》、《扬州日报》、《扬州时报》的报纸广告、公交站台灯箱和LED大屏等户外广告以及相关配套业务。

#### （二）主要产品和服务

##### 1、报纸广告

报纸媒体是最早出现的大众传播媒体，报纸广告几乎是伴随着报纸的创刊而诞生的。公司通过设计、制作、代理、发布《扬州晚报》、《扬州日报》、《扬州时报》的报纸广告获得收入。

报告期内，公司报纸广告收入分别为5,048.84万元、13,417.21万元、7,329.44万元。公司经营的报纸媒体资源例图如下：



## 2、户外广告

户外广告一般是在室外的公共空间，利用公共、自有或他人所有的建筑物、构筑物、场地、空间等向受众传达信息而设立的广告媒体。一方面，新的户外媒体资源使户外广告突破了形式单一的店招式、看板式广告牌类型，涌现出汽车车身广告、候车亭广告、地铁站广告、电梯广告、三面翻广告等更多的新型户外广告媒体，甚至出现了升空气球、飞艇等先进的户外广告形式。另一方面，新技术的推波助澜在户外广告市场显得尤为突出，户外广告开始注重内容创意，技术引领，互动体验：数字印刷技术、数字电视电影、多媒体电子屏幕、数字摄影摄像

技术等多媒体技术提高了视觉传达的科技水准；电子感应、眼动追踪等交互技术加强了户外广告的互动性；3G/4G、移动支付等通信技术的完善扩展了户外广告的商业功能。新技术的不断引入推动了户外广告的创新。

报告期内，公司户外广告收入分别为 988.19 万元、1,601.44 万元、1,543.59 万元。公司目前的户外广告业务主要有：

### （1）公交站台灯箱广告

扬州公交站台采用古色古香的园林建筑形式，古色古香，灯箱内部采用三熊极光灯管和优质翻转设备，高透光、高品质光源，符合科学的视觉角度。公司覆盖扬州全市约 500 座公交站台，造就了扬州特色户外广告传媒。

公司拥有扬州市约 500 座公交站台的 1020 个候车亭灯箱广告的独家经营权。公司经营的公交站台媒体资源例图如下：





## (2) LED 大屏广告

目前，公司在文昌广场拥有LED大屏的广告经营权，地理优势明显，广告发布价值突出。公司经营的LED大屏媒体资源例图如下：



## (3) 党报阅报栏广告

作为扬州市委、市政府民生幸福工程之一，“党报阅报栏”不仅成为城市一道亮丽的风景，更成为弘扬城市精神、丰富市民文化生活的重要阵地。2013年，在郑州召开的首届中国报业协会户外媒体年会上，扬州市“党报阅报栏”被国家新闻出版广电总局新闻报刊司评为国家示范项目。

公司拥有扬州地区 400 座党报阅报栏的独家经营权，其媒体资源例图如下：



此外，公司通过扬州 4.18 国际经贸旅游节、扬州世界运河名城博览会、“蓝之蓝”相约宝缘大爱者群星扬州演唱会、“柔和双沟之夜”庆祝扬州建城 2500 周年群星演唱会等大型活动开展针对性营销，吸引广告主投放广告。

根据客户的行业种类、产品特点及投放需求，公司结合上述报纸、户外广告媒体，为客户量身定制适合客户的广告投放方案，最大限度地满足客户的传播需求。

### 3、未来规划

针对报纸广告业务的加速萎缩，公司将积极打造区域性立体化广告平台，推动“报纸+户外+新媒体”的全媒体整合营销模式。在平面媒体广告业务方面进行经营模式创新，推行差异化营销、个性化营销、整合性营销，提升公司广告运营能力，加快传统业务转型升级。公司将充分利用股东背景，业务开展规划如下：

#### (1) 抢占稀缺资源，巩固传统媒体业务

##### ①自行车广告

自行车广告即利用自行车进行信息发布，并在自行车上发布平面、声光、电子、音像广告，其特点为载体资源广泛，流动性强、成本低、时效长、亲民性强，接受程度较高。按照可比城市价格，一辆自行车创造的广告收入约 10 元/天。鉴于扬州市将投放 1.5 万辆公共自行车，公司将积极争取自行车广告经营权。

## ②交通枢纽灯箱

户外的灯箱广告应用场所分布于道路、街道两旁，影院、展销会、商业闹市区、车站、机场、码头、公园等公共场所，具有画面大、内容广、远视强、兼具性、固定性等特点。公司将在扬州东站和扬州西站等交通枢纽设立灯箱、三面翻形式的广告媒介。

## ③LED 大屏

未来，公司将继续投资 6-10 个 LED 大屏，将平面媒体广告渠道与户外 LED 大屏新媒体营销网络进行优势互补，为客户量身定制全媒体整合广告营销方案。

### （2）进军互联网，打造全媒体平台

由于报纸自身固有的一些缺陷较难克服，公司将顺应产业融合的趋势，从媒体渠道、终端乃至产业融合的目标出发，最终实现整个产业链的互动和对接，实现新闻效益和经济效益的最大化。涉足互联网领域将有利于公司掌握在线数字营销领先技术，与公司的平面媒体、户外 LED 媒体广告形成协同效应，最终实现打造集平面、户外 LED 大屏、互联网和移动互联网于一体的全媒体数字营销广告互动平台。

### （3）体育赛事媒体推广服务

这一服务主要是帮助大型赛事组建新闻委员会：建立赛事新闻中心、邀请国内国际体育媒体报道、赛事日常新闻制造服务、赛事危机公关服务、赛事公关推广服务。

经国际田径联合会（简称“国际田联”）评审并确认，2015 年扬州鉴真国际半程马拉松赛（以下简称“扬马”）再次被授予“金标赛事”荣誉称号。这是扬马自 2012 年首次获得国际田联金标赛事以来，连续第四年获得国际最高荣誉，也是国内少数连续多年获此殊荣的半程马拉松赛事之一。

2015 年是扬州建城 2500 周年，也是扬马办赛第十年。为此，赛事组委会精心策划，不断创新，从多方面提升办赛品质：启用新建的马拉松公园和扬马永久性起点；中央电视台全程航拍直播，并与江苏国际频道向全球 50 多个国家和地区播放比赛盛况；此外还开展了扬马形象大使和荣誉跑者选拔、城市跑不停、扬马圣火采集与传递等 10 多项创新活动。

根据国务院 2014 年 10 月 20 日发布的《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（国发【2014】46 号）：到 2025 年体育产业总规模超过 5 万亿元。而 2013 年，我国体育产业总规模仅为 3563 亿元，未来市场潜力较大。

因此，公司将以此为突破口，积极与政府沟通协调，争取参与运作扬马等体育赛事相关媒体推广服务。

#### （4）借力资本，促进媒体融合发展

在产业融合的大趋势下，公司以资本整合资源、以资本培育新媒体、以资本谋求融合，通过借助资本的力量实现传统媒体和传媒产业的融合转型、跨越式发展。公司设立的投资部，是公司产业并购整合及创新领域投资的平台，以产业整合与并购重组等方式，专注于投资文化传媒的热点领域和创新服务领域的相关性企业，为推动公司战略转型与外延式扩张探索更好的发展模式。

主办券商认为：公司业务描述准确，公司披露的产品或服务与营业收入分类匹配。

## 二、公司组织结构及主要运营流程

### （一）公司组织结构

## （二）公司主要业务流程

公司主要业务为报纸和户外广告的发布业务，业务流程包括媒体资源获取、客户销售及执行与服务三部分。首先，公司通过招投标或业务洽谈方式完成广告媒体经营权的采购及媒体建设，形成公司的广告媒体资源；在客户销售过程中，公司业务人员提供专业的服务，挖掘广告主的核心需求，并为其定制广告投放方案；最后，公司依靠自身的设计、执行和服务团队提供广告传媒一站式综合解决方案。公司主要业务流程如下所示：

公司广告审查制度说明：

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

公司在广告审查方面制定了相关的业务管理制度，由广告审查员对公司发布广告的真实性、合法性、广告形式、广告整体效果等进行审查。审查与发布设计稿时间同步，确定合乎审查标准后方可准许发布。不论公司发布的广告是公司自行设计或客户提供成稿，均需通过公司业务人员、广告审查专员、分管领导的审核。公司的广告审核人员严格按照《广告法》、《中华人民共和国侵权责任法》等相关的法律、法规、规范性文件的规定，对广告内容进行严格的监管与把关，

包括但不限于对合同内容、产品信息、广告宣传员的内容、宣传形式等进行合规审查。经审核符合相关法律法规规定的广告，方可申请广告登记备案并发布。

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

#### 1、一般行业广告审核

一般行业的广告直接按照相关规定在公司内部进行审核。

#### 2、特殊行业广告审核

根据 1994 年《广告法》第三十四条，利用广播、电影、电视、报纸、期刊以及其他媒介发布药品、医疗器械、农药、兽药等商品的广告和法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，必须在发布前依照有关法律、行政法规由有关行政主管部门对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。（新《广告法》为第四十六条：发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门（以下称广告审查机关）对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。）

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

由于公司的广告在发布前均需经过工商行政部门的登记备案，工商行政部门在登记备案时亦会对广告内容进行审查，这进一步保证了公司所发布的广告的真实性和合法性。

虽然公司已经建立了规范有效的广告审查制度，配备了相应的专业人员，严格按照法律法规的相关要求对发布广告的真实性、合法性、广告形式、广告整体效果等进行审查，尽可能避免发布虚假或不实广告，但由于广告信息主要由客户提供，公司仍然无法完全避免发布的广告为虚假或不实广告，存在被主管部门处罚的风险。

### 三、公司主要资产和资质情况

#### (一) 公司主要资产情况

##### 1、无形资产

报告期末，公司拥有的无形资产情况如下：

单位：元

项目	原值	净值	实际使用情况
软件	6,837.61	3,228.94	正常使用

##### 2、固定资产

报告期末，公司拥有的固定资产情况如下：

单位：元

项目	原值	净值	实际使用情况
电子设备	1,130,394.70	353,622.92	正常使用
运输设备	350,000.00	320,833.32	正常使用
办公设备	2,330.10	1,592.23	正常使用

截至本说明书签署日，公司各项固定资产使用状态良好，不存在资产减值损失的情形。

##### 3、资产权属与匹配性情况

公司合法拥有上述资产的所有权，产权权属清晰，不存在产权纠纷或潜在纠纷。公司不存在与他人共有资产的情况，不存在对他方重大依赖的情形。公司为“轻资产”企业，一般性办公场所系通过租赁获得，具体情况参见本节“三、公司主要资产和资质情况（一）公司主要资产情况 4、租赁物业情况”。目前公司拥有正常经营所必需的资产。公司主要资产与业务、人员具有匹配性、关联性。

主办券商及律师认为：公司资产权属清晰、证件齐备，不存在权利瑕疵、权属争议纠纷或其他权属不明的情形。公司不存在资产产权共有的情形且不存在对

他方重大依赖的情形，不影响公司资产、业务的独立性。

#### 4、租赁物业情况

截至本说明书签署日，公司租赁房产情况如下表所示：

序号	承租方	出租方	坐落	面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限
1	江南传媒	扬州日报社	扬州市文昌西路 525 号报业传媒集团大厦 3-4 层	2,000.00	2013-07-01 至 2022-12-31
合计				<b>2,000.00</b>	

2013 年 6 月 28 日，扬州报业传媒集团与公司签订协议，将其持有坐落于扬州市文昌西路 525 号报业传媒集团大厦 3-4 层 2000 平方米办公楼租赁给公司作为一般性办公场所使用，租赁期限自 2013 年 7 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，双方约定，前三年租金为 75 万元，自 2016 年 1 月起每年租金递增 5%。上述办公楼租赁按市场价格作为定价依据，不存在显失公允或存在其他利益安排的情况，且交易金额较小，对公司财务状况和经营成果不构成重大影响。

## （二）业务许可和资质情况

### 1、业务资质

公司经营范围为“设计、制作、代理、发布国内各类广告；预包装食品兼散装食品批发与零售；投资管理；资产管理；会展服务；化妆品、针纺织品、五金产品、卫生洁具、厨房用具、家用电器、手表、照明器材、电子产品、食用农产品、工艺美术品、通讯器材（不含卫星地面接收及无线广播电视发射设备等需审批项目）、体育用品、办公用品、日用百货批发、零售；市场营销策划服务。（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）”。

根据《广告管理条例》第六条、《广告管理条例实施细则》第七条的规定，经营广告业务的企业向具有管辖权的工商行政管理局申请办理企业登记，发给营业执照，不需办理《广告经营许可证》。因此，公司营业执照本身即代表公司已具备了广告经营资质。

根据《城市市容和环境卫生管理条例》、《江苏省广告条例》和《扬州市市

《**扬州市户外广告和标志设置管理办法**》等相关规定：建设户外广告专用设施，设置、悬挂、张贴户外广告，当事人应首先向扬州市城管局提出申请，经扬州市城管局审查批准，发给《扬州市市区户外广告设置许可证》（以下简称《许可证》）；设置户外广告标志涉及建设、交通、公安、园林等其它管理部门的，应事先征得相关部门同意；发布户外广告，当事人凭《许可证》，到工商部门申请领取《户外广告登记证》（以下简称《登记证》）”。

截至本说明书签署日，公司已取得《扬州市市区户外广告设置许可证》的户外广告资源情况如下：

户外广告资源	地点	数量	许可证编号	期限
公交站台灯箱	扬州市区公交站台	1,020	150031	2015/12/14-2016/07/31
党报阅报栏	扬州市区	400	150030	2015/12/14-2016/12/31
LED显示屏	扬州市文昌广场	1	150029	2015/12/14-2019/12/31

报告期内，公司公交站台灯箱《许可证》于2014年3月到期后未及时办理续期，党报阅报栏、LED显示屏等未办理《许可证》。

股份公司成立后，针对上述问题，公司加强了规范运作工作，组织专门的工作小组负责跟进户外广告《许可证》的申请事宜，制定了详细的申请办理规划，并于2015年12月14日顺利取得上述经营户外广告所需《许可证》。同时，公司也将继续完善户外广告的建档跟踪机制，跟踪公司户外广告的设置许可审批及续批情况，按照相关规定及时办理审批手续。

2015年12月，公司取得了**扬州市城管部门**开具的合规证明，证明公司报告期内未发生重大违法违规情况，亦不存在被相关主管机关处罚且情节严重的情况，同时，针对上述报告期内户外广告未取得《许可证》的情形将不会予以行政处罚。

2015年12月，公司取得了工商开具的合规证明，证明公司报告期内未发生重大违法违规情况，亦不存在被相关主管机关处罚且情节严重的情况。

此外，公司还拥有扬州工商行政管理局经济技术开发区分局颁发的《食品流通许可证》：

资质	编号	许可范围	期限
食品流通许可证	SP3210911310003880	批发与零售预包装食品 兼散装食品	2013/11/13-2016/11/12

综上所述，公司具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，报告期内公司的业务经营不存在重大违法违规的情形。

## 2、环保情况

公司属于广告行业，所在行业不属于重污染行业。公司主营业务为设计、制作、代理、发布《扬州晚报》、《扬州日报》、《扬州时报》的报纸广告、公交站台灯箱和LED大屏等户外广告以及相关配套业务，公司业务不存在生产加工和施工环节，不涉及公司建设项目的环保合规性，不涉及办理排污许可、环评等行政许可的情况，不存在环保违法和受处罚的情况。公司在日常经营中遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》等一般性的环保规定。

主办券商及律师认为：公司所在行业不属于重污染行业。公司日常经营过程中不涉及建设项目的环保合规性，不涉及办理排污许可、环评等行政许可的情况。公司日常生产经营遵守相关环保规定，公司日常环保经营合法合规，不存在环保违法和受处罚的情况。

## 3、安全生产情况

根据国务院《安全生产许可证条例》，国家对矿山企业、建筑施工企业和危险化学品、烟花爆竹、民用爆破器材生产企业实行安全生产许可制度。公司所处行业与从事业务，不需要取得相关部门的安全生产许可，不涉及建设项目安全设施验收等安全生产相关问题。截至本说明书签署日，公司不存在安全生产方面的事故、纠纷、处罚。

主办券商及律师认为：公司不需要取得相关部门的安全生产许可。公司日常经营不涉及建设项目安全设施验收等安全生产相关问题。截至本说明书签署日，公司不存在安全生产方面的事故、纠纷、处罚。

## 4、质量标准情况

公司遵照内部的质量控制体系及相关法律法规、规范性文件进行质量控制。公司不存在因违反有关产品质量和技术监督方面的法律法规而受到处罚的情形。

## 四、公司员工情况

截至本说明书签署日，公司共有员工125人，员工数量、专业结构、受教育程度、年龄分布等与公司业务相匹配，具体情况如下：

**(一) 专业结构**

专业	员工人数 (人)	占员工总数比例 (%)
管理人员	4	3.20
业务人员	115	92.00
财务人员	6	4.80
<b>合计</b>	<b>125</b>	<b>100.00</b>

**(二) 学历结构**

学历	员工人数 (人)	占员工总数比例 (%)
研究生及以上学历	1	0.08
大学本科	58	46.40
大学专科	49	39.20
高中及以下	17	13.60
<b>合计</b>	<b>125</b>	<b>100.00</b>

**(三) 年龄结构**

年龄	员工人数 (人)	占员工总数比例 (%)
30 岁以上	75	60.00
30 岁及以下	50	40.00
<b>合计</b>	<b>125</b>	<b>100.00</b>

**五、销售及采购情况****(一) 销售情况****1、收入结构**

报告期内，公司主营业务为为设计、制作、代理、发布《扬州晚报》、《扬州日报》、《扬州时报》的报纸广告、公交站台灯箱和LED大屏等户外广告以及相关配套业务。主营业务收入结构如下表所示：

单位：万元，%

项目	2015 年 1-10 月		2014 年度		2013 年度	
	收入	占 比	收入	占 比	收入	占 比
主营业务	8,873.53	100.00	15,080.12	100.00	6,037.03	100.00
其中：户外广告	1,543.59	17.40	1,601.44	10.62	988.19	16.37
报纸广告	7,329.44	82.59	13,417.21	88.97	5,048.84	83.63

商品零售	0.50	0.01	61.47	0.41		
其他业务		-		-		
<b>合计</b>	<b>8,873.53</b>	<b>100.00</b>	<b>15,080.12</b>	<b>100.00</b>	<b>6,037.03</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司主营业务明确，报纸广告收入是公司主要收入来源，公司拥有《扬州晚报》、《扬州日报》、《扬州时报》独家广告代理权，在扬州地区具有一定的地区垄断优势，2013年度、2014年度及2015年度1-10月，报纸广告收入占公司主营收入的比例分别为83.63%、88.97%和82.59%。

## 2、主要客户群体

报告期内，公司报纸、户外媒体是具有稀缺性质的广告发布载体，具有独占性、排他性、地域性、优质资源有限性等特征，主要客户群体为本地各行业广告主。公司业务虽然局限于扬州地区，但公司掌握扬州地区优质的广告媒体资源，在当地形成一定的垄断优势。

## 3、报告期内前五名客户情况

单位：万元

序号	客户名称	营业收入	占营业收入的比例
2015年1-10月			
1	江瀚尚城	136.12	1.53
2	常州永安公共自行车系统股份有限公司	113.21	1.27
3	扬州中信泰富置业有限公司	106.55	1.20
4	扬州广德酒店管理有限公司	94.34	1.06
5	中国移动通信集团江苏有限公司扬州分公司	91.11	1.03
	<b>合计</b>	<b>541.33</b>	<b>6.09</b>
2014年度			
1	美锦（扬州）置业有限公司	377.67	2.50
2	江苏恒通金鑫置业有限公司	357.75	2.37
3	中国移动通信集团江苏有限公司扬州分公司	299.03	1.98
4	南京发现新地文化传媒有限公司	264.15	1.75
5	扬州华捷房地产开发有限公司	232.02	1.54
	<b>合计</b>	<b>1530.62</b>	<b>10.14</b>
2013年度			
1	中国移动通信集团江苏有限公司扬州分公司	268.91	4.45
2	南京发现新地文化传媒有限公司	264.15	4.38

3	涟水今世缘酒业销售有限公司	210.09	3.48
4	中国电信股份有限公司扬州分公司	129.66	2.15
5	江苏万豪房地产开发有限公司	109.14	1.81
合计		<b>981.95</b>	<b>16.27</b>

报告期内,前五大客户占公司营业收入比例合计为 16.27%、10.14%和 6.09%,客户集中度低,呈逐年下降趋势。广告发布业务具有周期短,更换快,客户分散度高等特征。报告期内,公司前五名客户销售额占比较低,分布较散,单一客户占比较低,同广告发布业务的特征相符。

公司董事、监事、高级管理人员以及主要关联或持有本公司5%以上股份的股东与公司报告期内的前五名客户均不存在任何关联关系。

## (二) 采购情况

### 1、成本结构

报告期内公司主营业务成本如下表所示:

单位: 万元, %

项目	2015 年 1-10 月		2014 年度		2013 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
主营业务成本	6,560.78	100.00	10,727.28	100.00	3,661.08	100.00
其中: 户外广告	1,521.43	23.19	1,334.95	12.44	851.67	23.26
报纸广告	5,035.92	76.76	9,336.52	87.04	2,809.41	76.74
商品零售	3.43	0.05	55.81	0.52		
合计	<b>6,560.78</b>	<b>100.00</b>	<b>10,727.28</b>	<b>100.00</b>	<b>3,661.08</b>	<b>100.00</b>

报告期内,公司的主营业务成本包括户外广告成本、报纸广告成本等。其中,报纸广告成本比重较大,具体如下:

单位: 万元, %

报纸广告成本						
成本项目	2015 年 1-10 月		2014 年度		2013 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
广告代理费	2,565.48	50.94	6,560.46	70.27	2,524.42	89.86
活动承办成本	1,428.46	28.37	1,869.76	20.03	74.07	2.64
人员工资	508.92	10.11	483.76	5.18	146.42	5.21
业务费	253.63	5.04	272.89	2.92	18.60	0.66

合作分成	134.04	2.66	31.20	0.33	12.66	0.45
其他	145.39	2.89	118.45	1.27	33.24	1.18
<b>合计</b>	<b>5,035.92</b>	<b>100.00</b>	<b>9,336.52</b>	<b>100.00</b>	<b>2,809.41</b>	<b>100.00</b>

报告期内，报纸广告成本金额变动较大，主要受广告代理费影响。公司自2013年9月起从扬州日报社取得《扬州日报》、《扬州时报》、《扬州晚报》三家报纸独家广告发布代理权，约定根据报纸广告收入按一定比例向其支付广告代理费，2013年度、2014年底及2015年度1-10月，支付广告代理费金额分别为2,524.42万元、6,560.46万元和2,565.48万元，占公司当年的报纸广告收入比例分别为50.00%、49.00%和35.00%。

## 2、主要供应商群体

公司营业成本主要为报纸、户外等媒体资源采购，故主要供应商群体为报纸版面、公交站台、党报阅报栏、LED大屏等媒体资源的所有方。

## 3、报告期内前五名供应商情况

单位：万元，%

序号	供应商名称	采购金额	占营业成本的比例
2015年1-10月			
1	扬州日报社	2,565.48	39.10
2	扬州市通达公交场站管理有限公司	806.90	12.30
3	江苏中超电缆乒乓球俱乐部有限公司	240.00	3.66
4	扬州报业传媒集团有限公司	120.00	1.83
5	扬州报业户外传媒有限公司	76.00	1.16
	<b>合计</b>	<b>3808.38</b>	<b>58.05</b>
2014年度			
1	扬州日报社	6,560.46	61.16
2	扬州市通达公交场站管理有限公司	779.39	7.27
3	淮安振邦文化交流有限公司	223.40	2.08
4	扬州体育公园经营管理有限公司	45.00	0.42
5	扬州工人文化宫	12.00	0.11
	<b>合计</b>	<b>7620.25</b>	<b>71.04</b>
2013年度			
1	扬州日报社	2,524.42	68.95
2	扬州市通达公交场站管理有限公司	412.30	11.26
3	扬州体育公园经营管理有限公司	22.00	0.60

4	扬州工人文化宫	8.00	0.22
5	扬州大剧院	3.00	0.08
<b>合计</b>		<b>2969.72</b>	<b>81.11</b>

报告期内，公司向前五大供应商采购金额占当期全部营业成本的比例分别为 81.11%、71.04%和 58.05%，呈逐年下降趋势，但公司采购集中度依然较高，且主要的采购与实际控制人扬州日报社构成关联交易，对实际控制人存在较强的依赖性。

为了公司长远发展，综合考虑广告行业和市场因素，并参照国内同业广告代理费水平，扬州日报社与公司达成协议，公司的广告代理费按报纸广告收入的 35%向扬州日报社按季预付(广告销售收入参照上年同期水平)，协议期限为 2015 年 01 月 01 日至 2024 年 12 月 31 日。

除上述情形，公司董事、监事、高级管理人员以及主要关联或持有本公司 5% 以上股份的股东与公司报告期内的前五名供应商均不存在任何关联关系。

### （三）报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

公司重大业务合同按照合同金额 100 万元及以上，或对公司持续经营有重大影响战略合作协议或服务协议。公司广告发布业务具有周期短，更换快，客户分散度高等特征。报告期内，公司广告客户销售额分布较散，单一客户金额较小。报告期内公司重大业务合同及履行情况如下表所示：

序号	合同名称	合作方名称	合同金额	合同期限
1	扬州日报社广告代理合同	扬州日报社	50%广告代理费	2013/09/01-2013/12/31
2	扬州日报社广告代理合同	扬州日报社	50%广告代理费	2014/01/01-2014/12/31
3	扬州日报社广告代理合同	扬州日报社	35%广告代理费	2015/01/01-2024/12/31
4	扬州市市区公交站台广告泊位租赁合同	扬州市通达公交场站管理有限公司	750 万元/年	2013/08/01-2016/07/31
5	阅报栏广告代理协议书	扬州报业户外传媒有限公司	30 万/月	2016/12/31
6	阅报栏广告代理协议书	扬州报业户外传媒有限公司、扬州报业传媒集团	30 万/月	2016/12/31

7	合作协议	扬州昌建尊源置业有限公司	400.67 万元	2020/6/30
8	合作协议	扬州京华城中城生活置业有限公司	132.86 万元	2016/12/31
9	广告发布协议	扬州西园实业发展有限公司	129.32 万元	2016/06/30
10	广告发布协议	恒通建设集团有限公司	不低于 400.万元	2016/12/31
11	广告发布协议	江苏北辰置业有限公司	不低于 133.73 万元	2016/12/31
12	广告发布协议	江苏恒通金鑫置业有限公司	不低于 175.05 万元	2016/12/31
13	广告发布协议	江苏万豪房地产开发有限公司	不低于 150 万元	2015/12/31
14	广告发布协议	扬州九龙湾置业有限公司	不低于 130.64 万元	2015/12/31
15	广告发布合作协议	江苏金鑫置业集团有限公司	预计 80 万元	2015/12/31

上述合同中，1 至 6 项属于采购合同，其余均为销售合同。

其中，1 至 3 项的《扬州日报社广告代理合同》，2013、2014 年度广告代理费的确定依据为：按报纸广告收入的 50%向扬州日报社按月支付广告代理费。2015 年广告代理费的确定依据为：考虑广告市场因素，参照国内同业广告代理费水平，公司按报纸广告收入的 35%向扬州日报社按季预付广告代理费（广告销售收入参照上年同期水平）。

5 至 6 项的《阅报栏广告代理协议书》情况：2015 年 2 月 28 日，扬州报业户外传媒有限公司与公司签订协议，将其持有的扬州市区 400 个阅报栏灯箱广告全部交由公司代理，代理期限自 2015 年 3 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日，代理费参考当地市场平均水平，定为 750 元/台/月，根据当月实际可运营的阅报栏数量计算。由于扬州报业户外传媒有限公司 2015 年 7 月起业务并入扬州报业传媒集团，公司、扬州报业户外传媒有限公司、扬州报业传媒集团于 2015 年 7 月 1 日签订三方协议，公司原与扬州报业户外传媒有限公司签订的阅报栏代理协议相关权利义务由扬州报业传媒集团承续。

上述合同除 1、2 已履行完毕，其余均正在履行。

## 六、商业模式

公司的业务立足于广告业，主要经营业务包括设计、制作、代理、发布《扬州日报》、《扬州晚报》、《扬州时报》等报纸广告、户外广告以及相关配套业务。报告期内，公司的主要收入来源是广告发布，并实现利润。

报告期内，公司的商业模式未发生较大的变化。

## （一）经营模式

公司业务人员根据具体市场情况，全力开发新客户，开拓新细分市场，跟踪服务现有客户，从而拉近与上下游客户的距离，并能及时、准确地把握市场动态、满足客户需求，也有利于公司更好地服务客户。公司根据客户所属行业板块和需求以专业技能和服务经验划分项目小组。项目小组通过对不同客户自身具体情况的分析，利用策划、创意、设计等关键专业技术进行方案撰写，为其制定整合传播计划或媒介策略，最后以项目服务方案的形式汇报给客户。

## （二）销售模式

公司管理团队核心成员具备在广告行业丰富的经验。公司坚持以服务带动销售，业务主要面向扬州地区等大中型企业。公司与客户签订合同，服务模式为提供定制化一站式媒体发布服务。公司以其优质系统的服务逐步得到客户的认可，在广告行业树立品牌形象，与客户建立长期稳定的合作关系。合同项目一般按项目进展情况分次收款，通常预收部分款项。

## （三）采购模式

公司采购主要包括报纸版面、公交站台、党报阅报栏、户外LED大屏等媒体资源的采购。公司通过市场公开拍卖的方式，获得扬州市公交候车亭灯箱广告的独特经营权，现拥有扬州市约500座公交站台的1020个候车亭灯箱广告经营权。为了加强在扬州户外媒体资源的优势，公司通过与政府合作，在扬州多个小区、超市和十字路口等路边建有400个党报阅报栏，充分弥补了站台位置的不足。公司发布广告的位于文昌广场的LED大屏，是扬州市中心最大的户外显示屏之一。公司媒体资源采购主要是以获取稀缺广告媒介资源为基础，为客户提供多层次的广告发布以及配套服务。

## （四）盈利模式

公司为客户的全方位、多层次需求提供整合化解决方案。凭借对广告市场的

深入了解和调研，在广告市场信息不对称的情况下，公司能够提供多样化媒体投放方案，以达到广告效果最大化。公司主要收入为广告发布收入，主要经营成本为媒体资源成本。公司未来将加大户外媒体资源、移动互联网、文化传媒、体育等其他相关产业的投入，随着业务范围的扩大，公司盈利水平将逐渐得到体现。

## 七、公司所处行业状况

### （一）行业概况

#### 1、行业分类

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订版），公司所属行业为“商务服务业（L72）”。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），公司所属行业为“广告业（L7240）”。根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“广告业（L7240）”、根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司发布的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为“广告（13131010）”。

#### 2、行业管理体制

公司所处行业实行的监管体制为政府监管与行业自律、社会监督相结合的管理体制。

##### （1）监管部门与自律、监督组织

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

工商行政管理部门具有指导广告业发展的职能，主要负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。其中，广告发布活动管理主要包括制定、执行、监测广告发布标准，查处违法广告；广告经营活动管理包括规范市场经营行为、取

缔非法经营行为等；此外，国家工商行政管理总局还承担指导广告行业发展的职能。

由于广告的公众性，除工商行政管理部门外，其他相关政府部门也在规范广告行业的工作中发挥重要的行政监管作用，如食品药品监管部门对食品、药品、医疗器械广告的监管；农业行政部门对农药、兽药广告的监管；城市规划管理部门、城市管理综合行政部门对户外广告的监管等。

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

## （2）行业监管制度

### ①广告发布过程监管机制

一般监管：广告发布前，广告发布者应依据相关法律法规对广告内容等进行自审，并报工商行政管理部门审核；广告发布后，工商行政管理部门会进行随时监督监管，对造成不良社会影响及违法违规的广告按照相关规定进行处理。

特殊监管：对于关乎国计民生的特殊行业和产品的广告内容，工商行政管理机关依据《广告法》并会同有关部门制定了一系列专项监管制度，包括《食品广告发布暂行规定》、《药品广告审查办法》、《医疗器械广告审查办法》等。通过这些专项规定，明确了相关产品广告在发布过程中的审查方法、审查程序及违反相关规定的处罚措施，规范了广告行业的发展。

### ②户外广告管理制度

户外广告设置：按照有关规定，广告经营者设置户外广告设施属于行政许可事项，户外广告设置的审批权限在县（区）级以上政府及政府授权的主管部门，

如城市市政管理部门或交通行政主管部门等。户外广告媒体运营企业应按照当地规定取得有关部门对于户外广告设置的同意。

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

### 3、主要法律法规及产业政策

#### (1) 行业主要法律法规

户外广告属广告范畴，适用广告行业的相关法律法规。同时，由于户外广告具备城市景观要素与广告产业媒体的双重属性，一系列法规、规章均对户外广告提出了规范性设置要求。公司主营业务所涉及的主要法律法规如下：

实施时间	名称	发布机构	相关内容
法律			
2015年 9月1日	《中华人民共和国广告法》	全国人民代表大会常务委员会	十二届全国人大常委会第十四次会议2015年4月24日表决通过了新修订的《广告法》，将于2015年9月1日起施行。新法明确规定：广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。禁止在大众传播媒介或公共场所等发布烟草广告；禁止利用其他商品或服务的广告、公益广告，宣传烟草制品名称、商标等内容。
行政法规			
1987年	《广告管理条例》	国务院	广告经营者承办或者代理广告业务，应当查验证明，审查广告内容。对违反本条例规定的广告，不得刊播、设置、张贴。
1992年	《城市市容和环境卫生管理条例》	国务院	规定在城市中设置的户外广告应当内容健康、外型美观，并定期维修、油饰或者拆除；大型户外广告的设置必须征得城市人

			民政府市容环境卫生行政主管部门同意后，按照有关规定办理审批手续。
部门规章			
2005年	《广告经营许可证管理办法》	国家工商行政管理总局	规定从事广告业务的单位应依照本办法的规定向广告监督管理机关申请，领取《广告经营许可证》后，方可从事相应的广告经营活动。
2006年	《户外广告登记管理规定》	国家工商行政管理总局	规定户外广告发布单位发布户外广告应当依照本规定向工商行政管理机关申请登记，包括申请户外广告登记的条件和材料、户外广告登记事项等内容。
2010年	《关于加强户外广告、霓虹灯设置管理的规定》	国家建设部（现国家住房和城乡建设部）	对城市中设置的户外广告进行规定，位置设置应适当，布置形式应与街景协调、保持完好、整洁、美观，内容健康，文字书写规范、字迹清晰。图案、光亮显示完整，醒目，应做好维护管理工作。广告的设置必须征得城市人民政府市容环境卫生行政主管部门同意后，按照有关规定办理审批手续。
2011年	《广告管理条例施行细则》	国家工商行政管理总局	代理和发布广告，代理者和发布者均应负责审查广告内容，查验有关证明，并有权要求广告客户提交其他必要的证明文件。对于无合法证明、证明不全或内容不实的广告，不得代理、发布。
2006年	《扬州市市区户外广告和标志设置管理办法》	扬州市人民政府	扬州市工商行政管理局是户外广告监督管理机关，负责户外广告经营者资质和广告内容的审查登记。扬州市城市管理局是市区广告标志设置的主管部门，负责市区广告标志设置的审批和管理工作。建设户外广告专用设施，设置、悬挂、张贴户外广告，当事人应首先向市城管局提出申请，经市城管局审查批准，发给《扬州市市区户外广告设置许可证》。设置户外广告标志涉及建设、交通、公安、园林等其它管理部门的，应事先征得相关部门同意。发布户外广告，当事人凭《扬州市市区户外广告设置许可证》，到工商部门申请领取《户外广告登记证》。

此外，国家还出台了《医疗广告管理办法》、《房地产广告发布暂行规定》、《食品广告管理办法》、《化妆品广告管理办法》、《酒类广告管理办法》、《关于文化、教育、卫生、社会广告管理的通知》等规定，对涉及医疗、房地产、快消品、教育等特殊行业和产品的广告进行了专门规范。

## (2) 行业政策

广告业从属于文化及相关产业中的文化创意和设计服务，是国家大力推进并鼓励发展的产业之一。国务院连续颁布了鼓励扶持该产业发展的一系列优惠政策，为该产业建立了良好的政策环境。户外广告行业作为广告业的重要分支，也得到了国家政策的大力扶持。与公司相关的国家产业政策如下表所示：

序号	政策名称	发布时间	摘要
1	《关于促进广告业发展的指导意见》	2008年	提出广告业是现代服务业的重要组成部分，是创意经济中的重要产业，在服务生产、引导消费、推动经济增长和社会文化发展等方面，发挥着十分重要的作用，要促进广告产业向专业化、规模化发展，培育具有国际竞争力的广告企业。
2	《文化产业振兴规划》	2009年	规划指出要加快发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等重点文化产业。
3	《关于推进广告战略实施的意见》	2009年	《意见》分为实施广告战略的总体要求、实施广告战略的重点任务、广告战略的组织实施三部分，计划到2020年，把我国建设成为广告创意、策划、设计、制作、发布、管理水平达到或接近国际先进水平的国家。
4	《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》	2010年	提出要推动符合条件的文化企业上市融资；支持处于成熟期、经营较为稳定的文化企业在主板市场上市；鼓励已上市的文化企业通过公开增发、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》定向增发等再融资方式进行并购和重组；探索建立宣传文化部门与证券监管部门的项目信息合作机制；加强适合于创业板市场的中小文化企业项目的筛选和储备，支持其中符合条件的企业上市。
5	《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》	2011年	决定指出，加快发展文化产业，必须构建结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系。发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业。
6	《关于推进广告战略实施的意见》	2012年	意见指出，要建设成为广告创意、策划、设计、制作、发布、管理水平达到或接近国际先进水平的国家，形成一批专业化程度高、创新能力强、具有国际竞争力的广告(企业)集团，培养一批国际化、创新型高端广告专业人才。
7	《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》	2012年	推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统

			文化产业。
8	《“十二五”时期文化产业倍增计划》	2012年	计划要求“十二五”期间文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于20%，2015年比2010年至少翻一番，实现倍增的奋斗目标。
9	《广告产业发展“十二五”规划》	2012年	该规划指出广告业是我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，提出在“十二五”期间提升广告企业竞争力、优化广告产业结构、推动广告业自主创新等八项重点任务。
10	《产业结构调整指导目录（2011年本）》	2013年	“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”被列入鼓励类行业。
11	《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》	2014年	意见指出，文化创意和设计服务具有高知识性、高增值性和低能耗、低污染等特征。推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展，促进与实体经济深度融合，是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措，是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求，是促进产品和服务创新、催生新兴业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高生活质量的重要途径。
12	《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》	2014年	中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。习近平总书记指出，要“推动传统媒体和新兴媒体融合发展，强化互联网思维，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合；要着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团”。

#### 4、新《广告法》对公司经营的影响

新《广告法》已于2015年9月1日正式施行。本次新《广告法》修订的特色主要包括：（1）充实和细化广告内容准则；（2）明确虚假广告的定义和典型形态；（3）新增广告代言人的法律义务和责任的规定；（4）严控烟草广告发布；（5）新增关于未成年人广告管理的规定；（6）新增关于互联网广告的规定；（7）强化了对大众传播媒介广告发布行为的监管力度；（8）增加公益广告，扩大广告法调整范围；（9）明确和强化工商机关及有关部门对广告市场监管的职责职权；（10）进一步提高法律责任的震慑力。

公司主要运营报纸广告、公交站台和 LED 大屏等户外广告媒体业务。上述特色均与公司业务相关。概括而言，上述新《广告法》的特色与公司业务经营的关联主要体现在 3 个方面：（1）新《广告法》加大了对虚假广告的攻击力度；（2）新《广告法》细化了广告公司对广告的审查责任；（3）新《广告法》强调了广告媒介的社会责任。具体阐述如下：

#### （1）新《广告法》加大了对虚假广告的攻击力度

相关内容简介：与 1994 年《广告法》相比，新《广告法》加大了打击虚假广告的力度，加重了广告经营者、广告发布者的责任：“广告经营者、广告发布者明知或者应知广告虚假或违反法律规定仍设计、制作、代理、发布的，需要承担相应责任”；“关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任”等。

对公司的影响：虽然公司已经建立了规范有效的广告审查制度，配备了相应的专业人员，严格按照法律法规的相关要求对发布广告的真实性、合法性、广告形式、广告整体效果等进行审查，尽可能避免发布虚假或不实广告。但由于广告信息主要由客户提供，公司仍然无法完全避免发布的广告为虚假或不实广告，进而被主管部门处罚的风险。

应对措施：公司注重合法规范经营，重视对广告内容的审查工作。公司将继续加强制度建设，完善广告审查制度，贯彻落实新《广告法》的相关要求，在源头上避免虚假广告风险的产生；同时公司也会保持与工商主管部门以及各行政主管部门的沟通联系，及时获取相关信息以规避风险；此外，公司还将继续培养广告审查人才，扩大广告审查员队伍，提升公司广告审查的专业能力，防止主观过错的发生。

#### （2）新《广告法》细化了广告公司对广告的审查责任

相关内容简介：新《广告法》对广告公司广告审查责任的细化主要体现在：

##### ①特殊行业广告规制细化

新《广告法》第二章节名称由“广告准则”变更为“广告内容准则”，针对保健食品、医疗器械、医疗广告、兽药、饲料、饲料添加剂、教育、培训、招商等有投资回报预期的商品或服务，房地产、农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖等行业的广告活动，细化了其广告内容准则，丰富了广告准则的具体内容，增加了法律条文规定的可操作性。

#### ②烟草广告控制责任细化

新《广告法》第二十二条规定，禁止在大众传播媒介或者公共场所、公共交通工具、户外发布烟草广告。禁止向未成年人发送任何形式的烟草广告。禁止利用其他商品或者服务的广告、公益广告，宣传烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容。烟草制品生产者或者销售者发布的迁址、更名、招聘等启事中，不得含有烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容。

#### ③广告代言人资格审查细化

新《广告法》第三十八条规定，广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明，应当依据事实，符合本法和有关法律、行政法规规定，并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。对在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚未满三年的自然人、法人或者其他组织，不得利用其作为广告代言人。

#### ④未成年人保护的社会责任细化

新《广告法》第四十条在针对未成年人的大众传播媒介上不得发布医疗、药品、保健食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告，以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。针对不满十四周岁的未成年人的商品或者服务的广告不得含有下列内容：（一）劝诱其要求家长购买广告商品或者服务；（二）可能引发其模仿不安全行为。

对公司的影响：公司现行的广告审查制度已根据新《广告法》对广告审查制度进行修订，但由于实践时间较短，公司的广告审查制度有可能存在不能完全适应新《广告法》的要求。此外，因工商行政管理部门对户外广告的管控较严，公

司报告期内并未发布过烟草行业的户外广告，新《广告法》对烟草广告的限制对公司经营的影响较小。

应对措施：公司将继续根据新《广告法》的要求，对公司的广告审查制度进一步完善，对特殊行业广告、烟草广告、涉及广告代言人或未成年人的广告和媒介的审查要点继续细化并加入公司的广告审查制度，确保公司广告审查制度的合法规范运行。

(3) 新《广告法》强调了广告媒介的社会责任。

相关内容简介：新《广告法》第七十四条规定，国家鼓励、支持开展公益广告宣传活活动，传播社会主义核心价值观，倡导文明风尚。大众传播媒介有义务发布公益广告。

对公司的影响：《江苏省户外广告管理办法》第二十三条规定，户外广告媒体空置时，其所有人或使用人必须代之以公益广告。公司已严格按照相关规范性文件发布公益广告，故该规定对公司经营的影响较小。

应对措施：公司未来将继续严格遵守相关法律法规规章的规定，进行商业广告和公益广告的发布。

综上，新《广告法》的施行是应对广告行业发展新态势，针对业界存在的不良现象，在立法层次做出的新应对和新调整。新《广告法》加强了对广告的监督管理，完善了广告监管法律制度，短期之内可能会对广告业造成一定的冲击。但公司设有专门的广告审查岗位，并已建立完善内部广告审查制度，报告期内不存在因发布虚假和不实广告而发生重大违法违规行为的情形，公司不存在因广告主发布虚假和不实交易信息导致的纠纷或潜在纠纷，公司已采取切实可行的措施对广告信息的真实性进行风险控制。因此，新《广告法》的施行对公司业务的冲击较小。此外，从长远来看，新《广告法》的施行有利于扼制广告行业存在的不良现象，提高广告行业的整体信誉和形象，促进行业健康、良性发展，对公司业务的长期发展会起到良好的推动作用。

## （二）市场规模

### 1、广告行业的市场规模和前景概述

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

根据国家工商总局的统计数据显示，2010年至2014年中国广告市场规模分别为2341亿元、3125亿元、4698亿元、5020亿元和5607亿元，年均复合增长率达到24.40%，增长速度远超同期GDP的增长比率。2008年至2014年我国广告市场规模如下图所示：

随着广告市场的快速发展，广告业在国民经济中的地位日益凸现。2010年至2014年间我国广告营业额占GDP的比重分别为0.57%、0.65%、0.88%、0.86%和0.81%，占社会消费品零售总额的比重分别为1.46%、1.70%、2.23%、2.07%和1.89%，总体占比均呈现上升趋势，如下图所示：



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

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

根据央视市场研究股份有限公司(CTR)媒介智讯最新发布的数据显示，2015年前三季度的中国广告市场规模出现了3.5%的同比缩减。其中，传统广告市场(电视、电台、报纸、杂志、传统户外)的降速达到了7.3%，主要原因为中国经济下行压力依然较大。根据国家统计局最新发布的数据显示，中国2015年第三季度GDP同比增长6.9%，这是6年来GDP增速首度“破7”，具体分析如下：

一是出口压力。近期，世界银行、货币基金组织等国际机构都纷纷下调了世界经济增长的预期，普遍下调了0.2到0.3个百分点。同时，美国的加息预期则造成了世界经济的动荡。数据显示，今年我国前三季度进出口总额178698亿元，同比下降7.9%。其中，出口102365亿元，下降1.8%。

二是投资压力。由于产业结构的调整，传统产业从去库存到去产能，2015年前三季度固定资产投资(不含农户)394531亿元，同比名义增长10.3%(扣除价格因素实际增长12.0%)，增速比上半年回落1.1个百分点。其中，房地产开发

投资70535亿元，同比名义增长2.6%（扣除价格因素实际增长4.2%），增速比上半年回落2.0个百分点。

三是消费稳定。在稳健的货币政策和积极的财政政策的总基调下，降息的微刺激的确是产生了市场效应。2015年前三季度社会消费品零售总额216080亿元，同比名义增长10.5%（扣除价格因素实际增长10.5%），增速比上半年加快0.1个百分点。

未来，随着经济回暖以及企业对品牌建设重视程度的提高，宣传广告方面支出预计将持续增加，我国广告市场规模在经历短暂回落后仍将继续保持增长：

## 2、报纸广告行业的市场规模和前景概述

自2012年报纸广告由增长转为下降后，降幅逐年扩大，2014年降幅由上年的8.1%扩大到18.3%，三年来报纸广告累计下降了29.6%。广告下降在报纸广告版面的减少中表现的较为明显，2014年报纸广告资源量（报纸广告占版面积）下降了20.9%。

2014年，报纸各行业广告全面下降的趋势进一步加剧，主要行业几乎都在下降。房地产行业从上年增长17.5%急剧转为下降，降幅达到23.8%。商业零售业下降22.1%，汽车行业下降35.6%，娱乐及休闲行业下降10.3%。降幅较大的还有个人用品行业下降23.5%，酒类行业下降29.5%，家用电器行业下降31.6%。

根据中国广告协会报刊分会和央视市场研究股份有限公司（CTR）媒介智讯最新发布的《2015年1~9月中国报纸广告市场分析报告》的数据显示，2015年前

三季度，传统媒体广告刊登额降幅已扩大至7.3%。其中，电视广告下降4.9%，资源量（广告时长）下降11.7%；广播广告下降0.8%，资源量下降12.8%；户外广告增长0.6%，但资源量（广告面积）下降了6.5%；平面媒体降幅继续扩大，杂志广告下降18.5%，资源量下降26.4%，状况最为严峻的报纸广告降幅扩大到34.5%，资源量（广告占版面积）降幅达36.5%。

从报纸广告主要投放行业来看，继续大幅下降的趋势依然难以改变。2015年前三季度，在报纸广告排名前6的行业中，房地产业降幅达44.9%，商业零售业降幅达35.6%，娱乐及休闲业下降19.1%，金融业下降5.8%，邮电通讯业下降23.5%，医疗保健机构下降20.9%。

在困境中，报业转型的步伐在2014年明显加快，报社或扬州报业传媒集团的产业布局和经营收入结构的变化表明了转型初见成效。过去广告收入普遍占到报纸经营收入的70-80%，而现在一批报社或扬州报业传媒集团的经营收入中，来自新闻纸的广告收入比例已经下降到50%左右。这不仅意味着报业的经营开始走出单纯依靠新闻纸广告的模式，更重要的是意味着报纸转型的探索初见成效，浙报传媒、新华传媒、粤传媒、博瑞传播等具有代表性的上市公司财报数据说明了转型的成效。

### **3、户外广告行业的市场规模和前景概述**

户外广告已有几十年的发展历史，已发展成为媒体类型丰富、表现形式多样、发展速度较快的广告形式。据普华永道预测，全球户外广告市场的年度复合增长率约为5%，2016年市场规模预计达到408亿美元。全球户外广告的主要花费将集中在美国、中国和日本三国，中国将成为世界第二大户外广告市场，如下图所示：



户外广告业的高利润、投资的高回报、整体行业的高增长，加之中国经济保持较为稳定的发展，越来越多的跨国公司进入中国，各行业竞争的激烈程度越来越强，种种因素激发着户外广告行业的高速增长。数据显示，2012年、2013年、2014年我国户外广告经营额约为566亿元、692亿元及865亿元，年复合增长率为23.62%。



一线城市依旧是户外投放的重点市场，整体份额占55.45%，但比重下滑4.5%；三级市场在整体投放额中比重最少，仅有10.6%，但却比2013年增加了4%。随着一二线市场饱和与三线媒体扩充，媒体渠道将进一步下沉。

一二线城市的高城镇化率和户外广告的成熟发展，使得户外媒体圈的重点点位已经被瓜分完毕，媒体营销更注重发展精准与互动；三四线城市户外广告起步较晚，未来将借城镇化与商业地产扩大的东风跑马圈地。以购物中心为例，2013

年全球在建购物中心超过了3900万m<sup>2</sup>，中国几乎占据一半。目前全国的购物中心总量，2015年预计要超过4700家，其中三四线城市正在成为商业地产跑马圈地的主战场。

2014年户外广告投放按媒体大类分布如下：

### **（三）行业发展现状及公司竞争优势**

#### **1、行业发展情况及公司行业地位**

广告业进入门槛较低，参与市场竞争的企业数量众多，2014年我国广告经营单位达54万余户。我国广告行业企业发展水平参差不齐，大多企业规模较小，只能提供单一的广告服务业务，只有较少企业能够提供整合营销传播服务。

目前，我国广告业主要集中于环渤海、长江三角洲和珠江三角洲等东部经济发达地区。随着中西部地区经济的发展和一线城市广告投放成本的增加，广告业已逐渐向中西部地区及三四线城市扩散，区域集中度有所降低。

##### **（1）行业整体充分竞争**

一方面，由于广告的渠道范围较广（包括报纸、电视、网络、公交、地铁、影院、楼宇、机场、卖场等），且同一类型渠道的阵地位置分属于不同的业主等原因，广告公司较难对所有的渠道资源进行整合；另一方面，不同渠道媒体的运营具有各自不同的特点，跨领域的媒体企业在运营管理方面存在一定难度。因此，

广告公司竞争充分，广告客户根据广告公司各自拥有的媒体数量及服务质量进行投放决策。

### （2）在细分市场上集中度较高

从细分市场来看，报纸广告、户外广告行业较易形成市场集中度较高的局面。主观上，媒体企业自身发展需要拓展更多的媒体资源形成规模效应；客观上，具有一定规模及相关运营经验的媒体服务类公司在开拓同类型媒介资源和建立媒体网络时拥有优势，因此在细分市场上市场集中度较高。

### （3）公司行业地位

《扬州晚报》、《扬州日报》、《扬州时报》等媒体在扬州市本地的影响力较大，尤其是日发行量约10万份的《扬州晚报》，已发展成为江苏地级市报界的领军媒体之一，先后荣获2008年“中国地市报十强”、“2013中国年度最具影响力城市晚报”、2013-2014年“中国品牌媒体百强地市晚报品牌十强”等称号。公司依托上述纸媒，在扬州地区报纸广告行业处于垄断地位。

此外，公司还拥有扬州市约500座公交站台的1020个候车亭灯箱广告的独家经营权、400个党报阅报栏、核心地段LED大屏的广告经营权，优质的户外资源使得公司在扬州户外广告方面位居前列。同时，扬州晚报网的上线也将加速推进公司由平面媒体向全媒体转型。

## 2、公司竞争优势

### （1）媒体资源优势

报纸及户外广告发布媒体是具有稀缺性质的广告发布载体，具有独占性、排他性、地域性、优质资源有限性等特征，因而掌握住优质的广告发布媒体就成为公司业务发展的关键。公司充分利用《扬州晚报》等纸媒以及公交站台、大型商业综合体以及繁华地段的优质户外媒体资源的影响力，具有种类多、位置优越及覆盖范围广等优势，使公司在当地具备较强的竞争力。

### （2）品牌与客户优势

公司与众多优质客户建立了长期稳定的合作关系，在行业内具有较高品牌知

名度，政府部门和企事业单位主动和公司联系进行合作。稳定的客户资源为公司进一步发展、扩大公司经营规模、加速转型提供极便利的条件，良好的品牌和客户资源是公司规模与效益并增的基础，也是公司在竞争中的重要优势。

### （3）运营经验及服务能力优势

公司长期专注于报纸与户外广告市场，拥有多年报纸分类广告及户外广告运营及维护管理经验，为公司的业务流程设计和复杂状况应对措施打下了良好的基础。公司已经形成以媒体资源获取、客户销售及执行与服务等为基础的业务服务流程，具备完整的广告媒体资源开发、方案设计、项目实施和后期维护能力。公司能够根据客户需求，提供从广告制作、广告投放地点选择、广告实际投放到后期维护的全方位一体化服务。强大的服务能力使公司能够以客户为中心，通过服务满足客户个性化的广告投放需求，实现客户广告投资价值的最大化。同时，这种服务能力也保证了公司业务特色和差异性，增强了公司的市场竞争力。

### （4）人才优势

公司一贯坚持“以人为本”的管理理念，积极引进和培养各类人才，具有一批素质能力强的高层管理团队、执行力强的中层管理人员和优秀的一线广告人员。公司的核心团队成员拥有丰富的专业经验和稳定的客户资源，在媒介环境日益复杂、营销工具不断创新的情况下，核心团队成员能够专注于精众营销理论的学习、研究和应用挖掘，不断提升公司专业服务能力以满足客户需求，无论在媒体产品的开发、销售市场的判断分析和解决方案设计，还是在客户开发维护、线下商拓、媒体运营、执行服务与数据统计分析和应用等方面，核心团队都具备较强的能力。

## （四）基本风险特征

### 1、宏观经济波动风险

广告投放需求的大小直接决定了广告行业的市场规模。由于大多数广告客户将广告支出作为一项软性支出，在经济不景气时期，客户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。此外，广告行业下游客户涉及的行业非常广

泛，涉及房地产、电信、汽车、教育、化妆品、食品、互联网、家电、娱乐、金融等多个行业门类，基本涵盖了国民经济活动的各个部门。因此，广告行业与宏观经济的联系非常紧密，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，进而影响公司的业务和经营。

## 2、政策风险

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

## 3、报纸广告萎缩风险

自2012年报纸广告由增长转为下降后，降幅逐年扩大，2014年降幅由上年的8.1%扩大到18.3%，三年来报纸广告累计下降了29.6%。广告下降在报纸广告版面的减少中表现的较为明显，2014年报纸广告资源量（报纸广告占版面积）下降了20.9%。2015年前三季度，报纸广告降幅扩大到34.5%，资源量（广告占版面积）降幅达36.5%。

报告期内，公司报纸广告收入占公司主营收入的比例分别为83.63%、88.97%和82.59%，报告期内公司大力拓展了户外广告等业务，一定程度上抵消了报纸广告下滑的影响，但报纸广告的萎缩将会继续对公司经营业绩和财务状况造成较大影响。

#### **4、区域市场风险**

公司现阶段的主要业务集中在扬州地区。该地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩。虽然公司具有经营模式、品牌等竞争优势，但不排除公司会受到扬州地区区域经济波动等各种因素改变的冲击，从而使公司经营受到影响。同时，随着行业的发展，市场竞争将会日趋激烈，行业内企业将面临市场竞争加剧的风险。

#### **5、新媒体的冲击风险**

随着智能设备和新技术的发展，移动互联网等新媒体形式已占据一定的市场份额，且增长速度较快。2014年，中国互联网广告市场规模达到1565.3亿元，较2013年增长56.5%。虽然公司已在扬州本地形成一定的垄断优势，但新媒体形式的开发和拓展能力尚显薄弱。随着各种新媒体以及植入广告等新型广告形式层出不穷，运作模式的创新化将对传统广告业形成冲击，对公司未来业务发展造成一定风险。

#### **6、行业市场竞争加剧的风险**

目前，参与行业市场竞争的企业众多但大多规模较小，行业集中度较低。随着具备资本与专业优势的外资广告公司继续扩张以及国内领先的广告公司纷纷借助各类资本市场谋求跨越式发展，中国广告产业正面临整合期，市场竞争将日趋激烈。如果行业内公司无法顺应市场竞争情况的变化，不能在未来的发展中迅速扩大规模、提高品牌影响力，公司则将面临不利的市场竞争局面，经营业绩和财务状况会受到一定影响。

#### **7、获取户外广告媒体可持续性的风险**

户外广告媒体的设置规划通常由地方政府组织工商、城建、市政、环保、公安等有关部门制订，工商行政管理机关负责具体监督实施。随着我国城市规划、交通规划的成熟规范，以及城市环境、景观等的改造需要，地方政府可能会对原

有的户外广告媒体设置规划进行调整，部分不符合新规划的户外广告媒体存在被迫拆除或迁移的可能。地方政府对户外广告媒体设置规划的改变调整可能会对户外广告行业造成一定的不良影响。

此外，户外媒体运营业务对媒体资源的依赖性较高，具有独占性、排他性、地域性、优质资源有限性等特征的户外广告媒体是行业内重要的稀缺资源。公司持续稳定地获取户外广告媒体载体、经营权或设置权是开展户外广告业务的根本。公司拥有的公交站台广告经营权有效期限至2016年7月31日，党报阅报栏广告经营权有效期限至2016年4月19日。如若公司未来在经营过程中无法持续稳定获取户外广告媒体载体、经营权或设置权，或购买成本大幅上升，均会一定程度上对公司的经营及盈利产生影响。

## 8、被主管部门处罚的风险

与1994年《广告法》相比，2015年9月1日实施的新《广告法》加大了打击虚假广告的力度，加重了广告经营者、广告发布者的责任：“广告经营者、广告发布者明知或者应知广告虚假或违反法律规定仍设计、制作、代理、发布的，需要承担相应责任”；“关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任”等。虽然公司已经建立了规范有效的广告审查制度，配备了相应的专业人员，严格按照法律法规的相关要求对发布广告的真实性、合法性、广告形式、广告整体效果等进行审查，尽可能避免发布虚假或不实广告，但由于广告信息主要由客户提供，公司仍然无法完全避免发布的广告为虚假或不实广告，存在被主管部门处罚的风险。

此外，根据扬州市人民政府于2006年7月11日颁布的《扬州市市区户外广告和标志设置管理办法》（扬府发【2006】110号）：公司从事户外广告业务需取得扬州市城市管理局颁发的《扬州市市区户外广告设置许可证》以及扬州市工商行政管理局颁发的《户外广告登记证》。

报告期内，公司公交站台灯箱《许可证》于2014年3月到期后未及时办理续期，党报阅报栏、LED显示屏等未办理《许可证》。

股份公司成立后，针对上述问题，公司加强了规范运作工作，组织专门的工

作小组负责跟进户外广告《许可证》的申请事宜，制定了详细的申请办理规划，并于2015年12月14日顺利取得上述经营户外广告所需《许可证》。同时，公司也将继续完善户外广告的建档跟踪机制，跟踪公司户外广告的设置许可审批及续批情况，按照相关规定及时办理审批手续。

2015年12月，公司取得了城管开具的合规证明，证明公司报告期内未发生重大违法违规情况，亦不存在被相关主管机关处罚且情节严重的情况，同时，针对上述报告期内户外广告未取得《许可证》的情形将不会予以行政处罚。2015年12月，公司取得了工商开具的合规证明，证明公司报告期内未发生重大违法违规情况，亦不存在被相关主管机关处罚且情节严重的情况。

虽然公司已针对上述户外广告取得了必要的审批手续并制定了合法有效的风险防范措施，但公司仍然无法完全避免因未能及时申请相关资质而存在被主管部门处罚的风险。

## 第三节公司治理

### 一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

公司改制前，公司设董事会、监事会机构，运行机制尚不健全。股份公司成立以来，为积极完善法人治理结构，公司建立了由股东大会、董事会、监事会组成的公司治理结构，建立健全了股东大会、董事会、监事会等相关制度。公司制定了《公司章程》、三会议事规则、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》、《对外投资管理制度》等规章制度对关联交易、对外担保、对外投资等事项均进行相应制度性规定，以保证关联交易的公允性、重大事项决策程序的合法合规性，保护公司所有股东的利益。

目前，公司能够按照《公司章程》和规范性文件的要求规范运作，公司股东、董事、监事均能按照要求出席参加相关会议，并履行相关权利义务。为进一步完善法人治理结构，公司根据《公司法》《非上市公众公司监督管理办法》、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》等有关法律、法规、规章及其他规范性文件的要求，制定了《公司章程》，对相关议事规则《关联交易管理制度》、《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》及其他内控制度进行了修订。经公司股东大会审议通过，《公司章程》及上述规章制度将于公司股票在全国股份转让系统挂牌公开转让之日起生效。

#### （一）股东大会制度的建立健全及运行情况

公司已经建立了较为合理的法人治理结构。公司股东大会由全体股东组成。股东大会是公司的权力机构，公司股东均有权参加股东大会会议。公司现有股东3名，1名法人股东，2名自然人股东。公司股东大会审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》。公司股东大会自成立时起即严格按照《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定履行职责、规范运行。自股份公司成立至今，公司召开了3次股东大会，股东大会的会议通知方式、召开方式、表决方式、决议内容及签署均符合《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》

的相关规定。公司股东均严格按照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》的规定行使权利。公司股东大会现已对股份公司的设立、董事和监事的选举、《公司章程》及其他内控制度的制定等事项做出了有效决议，切实发挥了股东大会的职能和作用。

## **（二）董事会制度的建立健全及运行情况**

公司董事会为股份公司的决策机构，向股东大会负责并报告工作。公司创立大会暨第一次临时股东大会选举产生了第一届董事会成员并于第一次临时股东大会通过了《董事会议事规则》。公司董事会由5名董事组成，设董事长1名。股份公司董事会严格按照《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》的规定履行职责，规范运行。自股份公司成立至今，董事会召开了3次会议，董事会会议的召开方式、表决方式、决议内容及签署均符合《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》的相关规定，公司董事均严格按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》的规定履行职责。现董事会除审议日常事项外，已对董事长的选举、高级管理人员的聘任等事项作出了有效决议，切实履行了董事会的职责。

## **（三）监事会制度的建立健全及运行情况**

公司监事会负责监督检查公司的财务状况，对董事、总经理及其他高级管理人员执行公司职务进行监督，维护公司和股东利益。公司监事会由3名监事组成，其中1名为职工代表监事，监事会设监事会主席1名。股份公司监事会严格依照《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》的规定履行职责，规范运行。自股份公司成立至今，公司召开了1次监事会会议。公司召开监事会的召开方式、表决方式、决议内容及签署均符合《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》的相关规定，公司监事均严格按照《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》的规定履行职责。公司监事会对监事会主席的选举等相关事项作出了有效决议切实履行了监事会的职责。

## 二、公司董事会对公司治理机制执行情况的讨论及评估结果

### （一）公司董事会对公司治理机制执行情况的讨论

#### 1、股东权利保护

公司分别通过《公司章程》第二十七条、第三十一条明确公司股东享有的权利和承担的义务，《公司章程》第三十三条规定公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司通过上述条款充分保障公司股东的知情权、参与权、质询权和表决权等各项权利。

#### 2、投资者关系管理

公司在《公司章程》、《投资者关系管理制度》中对信息披露和投资者关系管理进行了专门规定，并对投资者关系管理工作职责，公司与投资者沟通的内容等进行了具体规定。公司董事会秘书负责协调和组织公司信息披露事务，并负责投资者关系工作。公司应尽可能采取多种方式和途径与投资者及时、深入和广泛地沟通，以保障沟通的有效性和效率性。

#### 3、纠纷解决机制

《公司章程》对纠纷解决机制进行了规定。《公司章程》第二十八条规定：公司股东大会、董事会决议内容违反法律、行政法规的，股东有权请求人民法院认定无效。股东大会、董事会的会议召集程序、表决方式违反法律、行政法规或者本章程，或者决议内容违反本章程的，股东有权自决议作出之日起60日内，请求人民法院撤销。《公司章程》第二十九条规定：董事、高级管理人员执行公司职务违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，连续180日以上单独或者合并持有公司1%以上股份的股东，有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼。监事会、董事会收到

前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到请求之日起30日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼。他人侵犯公司合法权益，给公司造成损失的，本条第一款规定的股东可以依照前两款的规定向人民法院提起诉讼。《公司章程》第三十条规定：董事、高级管理人员违反法律、行政法规或者本章程的规定，损害股东利益的，股东可以向人民法院提起诉讼。

#### **4、关联股东和董事回避制度**

《公司章程》、《股东会议事规则》和《董事会议事规则》中对于公司与股东及实际控制人之间提供资金、商品、服务或者其他资产的交易，应当严格按照有关关联交易的决策程序履行董事会、股东大会的审议程序，关联董事、关联股东应当回避表决。针对关联交易，公司制定了《关联交易管理制度》，对于公司关联交易的决策程序和审批权限进行了规定，关联股东和董事应在股东大会、董事会表决关联事项时回避。

#### **5、财务管理、风险控制机制**

公司建立了财务管理等一系列制度，涵盖公司业务各个环节，确保公司各项工作有章可循，形成了规范的管理体系。公司的财务管理制度和内部控制制度在完整性、有效性、合理性方面不存在重大缺陷，能够防止、发现、纠正错误，保证了财务资料的真实性、准确性、完整性，促进了公司经营效率的提升和经营目标的实现，符合公司发展的需求。

### **（二）公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果**

董事会对公司治理机制的执行情况讨论认为：自股份公司成立以来，公司建立了《公司章程》、三会议事规则、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》等公司基本制度。其中，《公司章程》明确规定了股东的权利义务，以保证股东知情权、参与权、质询权和表决权等权利，同时对投资者关系管理、纠纷解决机制、关联股东和董事的回避制度做出了规定。公司

据此依法建立健全了股东大会、董事会、监事会和高级管理人员构成的法人治理结构，其中，股东大会为公司的最高权力机构，董事会负责股东大会决策的重大事项的执行与日常事项的决策，高级管理人员对公司董事会负责，负责公司的日常运营。目前的公司治理结构能够给公司的股东提供合适的保护以及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。此外，三会依法规范运作，发挥重要作用。综上，公司目前已经建立了较为完善的内部治理机制。

### 三、公司及控股股东、实际控制人最近两年存在的违法违规及处罚情况

#### （一）公司最近两年违法违规及受处罚情况

公司主营业务包括设计、制作、代理、发布《扬州晚报》、《扬州日报》、《扬州时报》的报纸广告、公交站台灯箱和LED大屏等户外广告以及相关配套业务。报告期内，公司遵守国家法律、行政法规、部门规章，合法生产经营。

公司在报告期内经营广告业务违反《中华人民共和国广告法》等相关法律法规的规定，先后受到扬州工商局共计6次行政处罚、扬州地税局1次行政处罚，具体情况如下：

序号	《行政处罚决定书》文号	处罚日期	处罚事项	处罚结果
1	扬工商案(2014)00146号	2014年6月11日	2014年1月11日、16日、18日，2月14日、21日、24日，3月9日、20日、28日、31日在《扬州晚报》发布“马明仁膏药”广告，构成了《江苏省广告条例》第十条第二款第（七）项：“非药品、非医疗或者非医疗器械广告宣传治疗作用的为虚假广告”的规定	依据《江苏省广告条例》第四十七条的规定，责令扬州报业广告停止发布上述广告，并处以没收广告费用10000元，罚款20000元
2	扬工商案(2014)00147号	2014年6月11日	2014年3月26日和4月2日在《扬州晚报》发布“胃痛宁”广告，违反了《广告法》第十四条第（一）项：“药品、医疗器械广告不得含有不科学的表示功效的断言或保证的内容”；第（三）项“不得有与其他药品、医疗器械的功效和安全性比较的内容”和第（四）项：“不得利用医药科研单位、学术机构、医疗机构或者专家、医生、患者的名义和形象作证明的内容”的规定	依据《广告法》第四十一条规定，责令扬州报业广告停止发布上述广告，并处以没收广告费用9600元，罚款18400元
3	扬工商案(2014)	2014年11月3日	2014年8月20日和2014年8月27日在《扬州晚报》发布广告内容“丁教授耳聋丸服用5天耳鸣减	依据《广告法》第四十一条规定，责令扬

	00408号		轻, 7-8天闷胀、堵消失, 听力提高, 三副药即可恢复耳聋、耳鸣”, 违反了《广告法》第十四条第(一)项: “药品、医疗器械广告不得含有不科学的表示功效的断言或保证的内容”的规定	州报业广告停止发布上述广告, 并处以没收广告费用6000元, 罚款10000元
4	扬工商案(2014)00409号	2014年11月3日	2014年8月27日、9月17日和9月24日在《扬州晚报》发布广告内容“只需三副药, 耳鸣停了, 耳聋好了。窍尔通治疗耳聋耳鸣, 效果堪称一绝”, 违反了《广告法》第十四条第(一)项: “药品、医疗器械广告不得含有不科学的表示功效的断言或保证的内容”的规定	依据《广告法》第四十一条规定, 责令扬州报业广告停止发布上述广告, 并处以没收广告费用12000元, 罚款28000元
5	扬工商案(2015)00009号	2015年5月28日	2015年1月12日和2015年3月16日在《扬州晚报》发布“罗珍胶囊”广告, 违反了《江苏省广告条例》第十一条: “禁止在除国家指定的医学、药学专业刊物以外的媒体上发布处方药广告”的规定	依据《江苏省广告条例》第四十八条的规定, 责令扬州报业广告停止发布上述广告, 并处以没收广告费用16000元, 罚款41600元
6	扬工商案(2015)00010号	2015年5月28日	2015年4月1日、7日和14日在《扬州晚报》发布“巴芬岛海豹油胶囊”广告, 违反了《广告法》第四条: “广告不得含有虚假的内容, 不得欺骗和误导消费者”的规定	依据《广告法》第三十七条的规定, 责令扬州报业广告停止发布上述广告, 并处以没收广告费用8400元, 罚款12600元
7	扬地税一简罚(2014)54号	2014年1月24日	未按时申报2013年1-12月份印花税	处以200元罚款

上述处罚系因公司相关业务人员违规发布广告, 情节较为轻微, 处罚金额相对较小, 该等违法违规行为不属于重大违法违规行为。2015年12月, 公司取得了江苏省扬州工商行政管理局、扬州市地税局出具的合规证明, 证明公司最近两年未发生重大违法违规情况。

2015年12月, 公司取得了扬州市工商、税务、社保、公积金、城市管理局开具的合规证明, 证明公司报告期内未发生重大违法违规情况, 亦不存在被相关主管机关处罚且情节严重的情况。

## (二) 控股股东、实际控制人最近两年违法违规及受处罚情况

公司控股股东及实际控制人遵守国家法律、行政法规、部门规章, 合法生产经营, 最近两年未发生重大违法违规情况, 亦不存在被相关主管机关处罚且情节

严重的情况。

公司实际控制人报告期内因违反《中华人民共和国广告法》的规定，先后受到扬州市工商局4次行政处罚，因情节较为轻微，处罚金额相对较小，不属于重大违法违规，已取得扬州市工商局关于扬州日报社违法违规行为的确认函。

序号	《行政处罚决定书》文号	处罚日期	处罚事项	处罚结果
1	扬工商案(2013)00424号	2013年6月18日	2013年2月26日和3月5日、12日、26日在《扬州晚报》发布“少年达摩膏”广告，违反了《广告法》第十四条第（一）项：“药品、医疗器械广告不得含有不科学的表示功效的断言或保证的内容”和第（四）项：“不得有利用医药科研单位、学术机构、医疗机构或者专家、医生、患者的名义和形象作证明的内容”的规定	依据《广告法》第四十一条规定，责令扬州报业广告停止发布上述广告，并处以没收广告费用10000元，罚款20000元
2	扬工商案(2013)00426号	2013年6月18日	2013年1月15日、29日，2月5日、26日和3月19日在《扬州晚报》为林超发布“仙露十八味党参丸”广告，违反了《中华人民共和国药品管理法》第六十条第二款：“处方药可以在国务院卫生行政管理部门和国务院药品监督管理部门共同指定的医学、药学专业刊物上介绍，但不得在大众传播媒介发布广告或者以其他方式进行以公众为对象的广告宣传”和《广告法》第七条第二款第（九）项：“广告不得有法律、行政法规规定禁止的其他情形”的规定	依据《广告法》第三十九条规定，责令扬州报业广告停止发布上述广告，并处以没收广告费用10000元，罚款20000元
3	扬工商案(2013)00479号	2013年11月18日	2013年8月2日在《扬州晚报》发布“舒视通”广告，构成了《广告法》第四十四条第（一）项：“药品、医疗器械广告不得含有不科学的表示功效的断言或保证的内容”的规定	依据《广告法》第四十四条的规定，责令扬州报业广告停止发布上述广告，并处以没收广告费用8400元，罚款16800元
4	扬工商案(2013)00480号	2013年11月18日	2013年8月17日在《扬州晚报》发布“连翘败毒丸”广告，构成了《广告法》第四十四条第（一）项：“药品、医疗器械广告不得含有不科学的表示功效的断言或保证的内容”的规定	依据《广告法》第四十一条规定，责令扬州报业广告停止发布上述广告，并处以没收广告费用10000元，罚款20000元

公司控股股东及实际控制人出具了书面说明，承诺最近两年无重大违法违规行为，亦未因重大违法违规行为受到相关主管部门的处罚。

主办券商及律师认为：公司最近二十四个月内不存在因违反国家法律、行政法规的行为，不存在重大违法行为，不存在受到刑事处罚或适用重大违法违规情形的行政处罚的情形。

## 四、公司独立情况

### （一）业务独立情况

公司主营业务为设计、制作、代理、发布《扬州晚报》、《扬州日报》、《扬州时报》的报纸广告、公交站台灯箱和LED大屏等户外广告以及相关配套业务。公司已独立取得了各项业务所要求的资质证书，具有完整的业务流程和业务体系，独立对外开展业务，独立承担责任与风险，江南传媒的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具备直接面向市场独立经营的能力。江南传媒与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业等部分关联方之间存在部分业务相同或相似的情形，该等关联方已将与公司存在相同或相似的业务托管给公司经营，有效避免了因同业竞争可能给公司带来的不利影响；江南传媒与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在显失公平的关联交易。

### （二）资产独立情况

公司系由扬州报业广告整体变更设立，整体变更后，公司依法办理相关资产和产权的变更登记，公司具备与生产经营有关的配套设施，合法拥有与生产经营有关的资产的所有权或者使用权。该等资产完整、权属明确，不存在重大或潜在的纠纷，公司资产与股东个人及其关联方资产权属界限明晰，公司对其资产具有完全控制支配权，并完全独立运营。

### （三）人员独立情况

公司已经按照国家有关法律规定建立了独立的劳动、人事和分配管理制度，公司员工工资报酬以及相应的社会保障单独造册发放，完全独立管理。截至2015年10月31日，公司共有正式员工125人，公司与员工均签订了劳动合同。张康松先生由扬州报业传媒集团委派至公司担任公司董事长，并未与公司签订劳动合同，不在公司领取薪酬，专职负责公司的经营和管理。公司与其他高级管理人员均与公司签订劳动合同，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务的情形，不存在在控股股东、实际控制人及其

控制的其他企业领薪的情形。公司财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。

#### **（四）财务独立情况**

公司设立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员并进行了适当的分工授权。公司能够独立作出财务决策，拥有比较完善的财务管理制度与会计核算体系并依法独立纳税。公司已开立了独立的银行基本账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。

#### **（五）机构独立情况**

公司建立了由股东大会、董事会、监事会组成的公司治理结构，建立健全了股东大会、董事会、监事会等相关制度。公司独立行使经营管理职权，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间机构混同的情形。

主办券商及律师认为：公司的财务、机构、人员、业务、资产与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业分开；公司不存在对关联方的依赖，亦没有影响公司的持续经营能力。

### **五、同业竞争**

#### **（一）同业竞争情况**

公司控股股东为扬州报业传媒集团，实际控制人为扬州日报社。

公司主营业务为设计、制作、代理、发布《扬州晚报》、《扬州日报》、《扬州时报》的报纸广告、公交站台灯箱和LED大屏等户外广告以及相关配套业务，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争情形，未发生同业竞争情况。

扬州报业传媒集团有限责任公司主营业务在市政府授权范围内经营国有资产并承担国有资产保值增值业务；设计、制作、代理、发布国内广告；物业服务；投资顾问；会展服务；实业投资；经济、文化信息咨询；素质训练。（经营范围不含需前置许可项目，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

动)，扬州报业传媒集团在实际经营中，并未从事设计、制作、代理、发布国内广告。综上，公司与公司控股股东不存在同业竞争。

扬州日报社为事业单位，宗旨和业务范围：为主报出版、增项出版、相关印刷、相关发行、广告研究、培训、业务交流。并未涉及设计、制作、代理、发布国内广告，综上，公司与公司实际控制人不存在同业竞争。

股份公司的控股股东、实际控制人及其控制的企业情况如下：

序号	名称	成立日期	注册号	法定代表人	注册资本	股权结构(%)	经营范围
1	扬州报业传媒集团有限责任公司	2010年9月9日	321000000078162	李继业	6,000.00	扬州日报社: 100	在市政府授权范围内经营国有资产并承担国有资产保值增值业务; 设计、制作、代理、发布国内广告; 物业服务; 投资顾问; 会展服务; 实业投资; 经济、文化信息咨询; 素质训练。
2	扬州日报社	1982年4月3日	事证号 132100000162	李继业	—	—	为主报出版、增项出版、相关印刷、相关发行、广告研究、培训、业务交流。并未涉及设计、制作、代理、发布国内广告
3	扬州日报印刷有限责任公司	2008年06月04日	321091000026158	薛青	1,377.00	扬州报业传媒集团: 100	出版物印刷; 包装装潢印刷品印刷; 其他印刷品印刷(凭有效许可证件经营); 设计印刷品广告。
4	扬州报业户外传媒有限公司	2009年9月21日	321091000036537	杨世春	500.00	已注销	设计、制作、代理、发布国内各类广告; 大型活动组织策划; 会议及展览服务; 公司礼仪服务。
5	扬州报业艺网传媒有限公司	2012年4月26日	321091000055896	杨世春	100.00	扬州报业传媒集团: 100	发布国内各类广告, 艺术品展览展示服务, 艺术品销售, 网站建设, 会议会展服务。
6	扬州报业传媒发行投递有限公司	2010年6月11日	321091000041586	潘虹	500.00	扬州报业传媒集团: 100	书报刊杂志的投送; 报纸配送; 票务代理; 会展服务; 废旧报刊杂志回收; 社会经济信息咨询服务; 发布国内各类广告。

7	扬州茉莉花文化传媒有限公司	2012年5月2日	321088000236264	袁文生	200.00	已注销	商务信息咨询服务，投资咨询服务，会展服务，企业策划服务，从事国家批准设置的特定职业和职业标准范围以外的培训（不含国家统一认可的职业资格证书类培训），文化用品销售，房地产项目策划、营销代理（经营范围不含需前置许可项目，需行政许的应取得许可证后经营），设计、制作、发布国内各类广告。
8	扬州市第七频道拓展训练营有限责任公司	2010年11月15日	321027000134648	郭义富	50.00	扬州报业传媒集团：100	拓展素质训练（非学历非职业技能），观光农业园开发，垂钓。
9	扬州市新闻服务有限责任公司	1997年8月12日	321091000000932	韩钢	30.00	扬州报业传媒集团：100	大楼物业管理。
10	扬州报业文化传媒有限公司	2013年10月17日	321011000063055	吴忠俊	500.00	扬州报业传媒集团：50 江苏扬汽：50	文化艺术交流、策划、咨询服务；组织策划大型活动、会议及展览布置、礼仪服务；发布国内各类广告；文化用品、艺术品销售。
11	扬州报业新媒体科技有限责任公司	2012年21日	321091000053546	周保秋	200.00	已注销	软件开发；网络信息服务，科技信息咨询服务；通讯器材、软件、日用品批发、零售；市场营销策划；设计、制作、代理、发布各类广告
12	扬州广陵古籍刻印社	2006年5月30日	321000000006458	朱世生	200.00	扬州日报社 100	许可经营项目：出版物印刷、包装装潢印刷品印刷，其他印刷品印刷；图书、报刊批发、零售。（许可经营项目凭有效许可证件经营）一般经营项目：展览展示服务。纸制品加工，宣纸批发、零售。

13	扬州报业房地产开发有限责任公司	2002年9月10日	32109100000957	杨曾硕	800.00	已注销	房地产开发、销售，装饰装潢，工程配套服务，水电安装，物业管理，拆迁服务。
14	扬州书局文化传播有限公司	2013年4月17日	321027000197207	王根宝	10.00	扬州国书文化传播有限公司：100%	图书零售。（按许可证有效期限经营）；文化艺术活动策划、工艺品销售。
15	扬州国书文化传播有限公司	2012年7月24日	321091000058204	王根宝	2,800.00	扬州报业传媒集团：42.86 北京同道文化：36.43 陈建宏：10.71 陆国斌：10	图书零售。（按许可证有效期及范围经营）；文化艺术活动策划、组织（不含演出经纪）；文化产业投资。
16	扬州新闻网传媒有限公司	2006年4月29日	91321091787680571M	王晖军	1,000.00	扬州报业传媒集团：100	互联网报纸、互联网音像出版物、手机出版物出版；第二类增值电信业务中的因特网信息服务业务；互联网视听节目服务（第二类互联网视听节目服务中的第五项，电影、电视剧类视听节目的汇集、播出服务；第六项：文艺、娱乐、科技、财经、体育、教育等专业类视听节目的汇集、播出服务）（以上经营项目凭有效许可证件经营）；软件开发、信息系统集成、信息技术咨询、数字内容服务；发布国内各类广告。

注：扬州报业传媒集团已于2012年年底从扬州凤凰岛度假村有限公司撤资，不存在关联关系。因扬州国书文化传播有限公司股权发生变动，扬州报业传媒集团股权比例降至22.29%，不属于集团控制的企业，故扬州书局文化传播有限公司作为其全资子公司亦不属于控股股东、实际控制人控制的企业。扬州市第七频道拓展训练营正在准备注销中，预计近期完成注销工作。扬州报业户外传媒、扬州报业新媒体科技、扬州茉莉花文化传媒、镇江报网文化传媒四家公司已注销。

截至目前，公司控股股东、实际控制人控制的企业情况如下：

序号	名称	成立日期	注册号	注册资本(万元)	股权结构(%)	实际业务
1	扬州日报印刷有限责任公司	2008年06月04日	321091000026158	1,377.00	扬州报业传媒集团：100	主要从事报纸印刷、单页宣传册印刷及数码印刷等业务。
2	扬州报业艺网传媒有限公司	2012年4月26日	913210915955794954	100.00	扬州报业传媒集团：100	主要从事中国在线艺术网的网站搭建及运营业务。
3	扬州报业传媒发行投递有限公司	2010年6月11日	91321091557110530E	500.00	扬州报业传媒集团：100	主要从事书报刊杂志的投送、报纸配送、废旧报刊杂志回收业务。
4	扬州市第七频道拓展训练营有限责任公司	2010年11月15日	321027000134648	50.00	扬州报业传媒集团：100	主要从事户外素质拓展训练项目运营业务。
5	扬州市新闻服务有限公司	1997年8月12日	321091000000932	30.00	扬州报业传媒集团：100	主要从事大楼物业管理业务。
6	扬州报业文化传媒有限公司	2013年10月17日	321011000063055	500.00	扬州报业传媒集团：50 江苏扬汽：50	主要从事公路客运车站和车辆广告业务，目前已托管给股份公司。

7	扬州新闻网传媒有限公司	2006年4月29日	9132109178768057 1M	1,000.00	扬州报业传媒集团: 100	主要从事互联网广告发布业务, 目前已托管给股份公司。
8	扬州广陵古籍刻印社有限公司	2006年5月30日	9132100014071328 03	600.00	扬州报业传媒集团 100	主要从事图书销售、古字画复制业务。

控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中，部分存在与公司从事相同或相似业务的情形，公司已采取以下措施：

(1) 托管方式。关联方的采编业务不能进入商业化公司，而广告业务又与其主业紧密相关，无法放弃或转让，拟通过由报业广告托管经营的方式解决同业竞争。扬州新闻网传媒有限公司、扬州报业文化传媒有限公司等2家关联公司的广告业务由报业广告托管经营，托管费用将按照中国证监会认可的方式进行确定。

(2) 关联方放弃广告业务。江苏凤凰艺景文化发展有限公司、扬州报业传媒发行投递有限责任公司、扬州报业艺网传媒有限公司等3家关联公司涉及广告业务量很小，拟变更经营范围，放弃广告经营。

(3) 关联方注销。注销4家关联公司：关联方扬州报业户外传媒有限公司已将主要资产——媒体资源租赁给公司，为避免不必要的管理支出，拟将该公司转给集团后，由集团与报业广告重新签订租赁合同，然后将该公司注销。关联方扬州报业新媒体科技有限责任公司拟转给集团后注销。直接注销关联方扬州茉莉花文化传媒有限公司、镇江报网文化传媒有限公司。

(4) 收购关联方公司。由江南传媒现金收购江苏报网文化传媒有限公司，2015年12月24日，江南传媒与扬州报业传媒集团签订《江苏报网文化传媒有限公司股权转让协议》，扬州报业传媒集团同意将持有江苏报网文化传媒有限公司100%的股权（对应注册资本10,000,000.00元），作价10,099,300.00元转让给江南传媒，江南传媒同意按此价格及金额购买上述股权。根据扬州佳诚资产评估事务所于2015年12月11日出具的“扬佳评字报[2015]80号”《江苏报网文化传媒有限公司拟股权转让委托评估全部股东权益项目资产评估报告》，截至评估基准日2015年11月30日，江苏报网的评估净资产值为10,099,300元。江苏报网本次股权转让以江苏报网的评估值作为定价依据。本次股权转让完成后，江苏报网变更为江南传媒持有100%股权的全资子公司。

综上，采取措施后，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在从事与公司相同或相似业务的情形，未发生同业竞争情况。

主办券商及律师认为：公司主营业务为设计、制作、代理、发布《扬州晚报》、《扬州日报》、《扬州时报》的报纸广告、公交站台灯箱和LED大屏等户外广告

以及相关配套业务，通过公司采取的避免同业竞争的措施后，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在从事相同或相似业务，不存在同业竞争，判断依据合理。

主办券商核查了企业的经营范围、股份公司成立后的实际收入、客户和供应商构成等。股份公司成立前，扬州报业艺网传媒有限公司、扬州报业传媒发行投递有限公司、扬州报业文化传媒有限公司、扬州新闻网传媒有限公司等四家企业的经营范围涉及广告业务。股份公司成立后，集团公司根据各子公司的业务特点进行了规范。对于广告业务量较小的扬州报业艺网传媒有限公司和扬州报业传媒发行投递有限公司则采取了关联方变更经营范围、放弃广告业务的方式避免同业竞争。对于除广告业务外还有大量其它业务、现阶段股权还不宜进入股份公司的扬州新闻网传媒有限公司和扬州报业文化传媒有限公司的广告业务由股份公司托管经营。根据2015年12月股份公司与前述两公司签署的《广告托管经营合同》，股份公司负责该两公司广告业务的设计、制作、代理、发布业务；该两公司的全部广告业务托管给公司经营，其不再对广告业务进行经营管理，并不得再开展经营新的广告业务；股份公司对两公司托管的广告业务自主行使经营决策权，相应取得托管广告业务的收入及承担相应的成本。

主办券商认为，关联方将与股份公司存在相同或相似的业务托管给公司经营，有效避免了因同业竞争可能给公司带来的不利影响；公司控股股东及实际控制人作出的《避免同业竞争承诺函》合法有效，对控股股东及实际控制人具有约束力，因此，股份公司所采取的避免同业竞争的应对措施充分有效。

## （二）避免同业竞争承诺

为避免与公司之间发生同业竞争，公司控股股东、实际控制人出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“一、本单位/本公司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，或拥有与公司存在竞争关系的任何经营实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经营实体、机构、经济组织的控制权，或在经营实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员。

二、除已披露的本单位/本公司控制的其他部分企业从事广告业务外，本单

位/本公司未从事与公司相同的经营业务，与公司不会发生直接或间接的同业竞争。今后亦将不以任何形式从事与公司的现有业务及相关产品相同或相似的经营活动，包括不会以投资、收购、兼并与公司现有业务及相关产品相同或相似的公司或者其他经济组织的形式与公司发生任何形式的同业竞争。

对于本单位/本公司控制的从事广告业务的其他企业，本单位/本公司同意将该等企业的广告业务托管给公司经营，并严格遵守相关协议的约定。

三、如有在公司经营范围内相关业务的商业机会，本单位/本公司将优先让与或介绍给公司。对公司已进行建设或拟投资兴建的项目，本单位/本公司将在投资方向与项目选择上，避免与公司相同或相似，不与公司发生同业竞争，以维护公司的利益。如出现因本单位/本公司控制的其他企业违反上述承诺而导致公司的权益受到损害的情况，本单位/本公司将依法承担相应的赔偿责任。

四、本单位/本公司愿意承担因违反上述承诺而给公司造成的全部经济损失。”

主办券商及律师认为：公司控股股东、实际控制人切实履行了上述避免同业竞争承诺函，公司对同业竞争的规范措施充分、合理，不存在对公司经营的不利影响。

## 六、公司报告期内资金占用和对外担保情况

股份公司成立前，由于公司尚无严格的相关制度，且控股股东扬州报业传媒集团为了提高资金使用效率，对集团所有下属公司统一调拨资金，控股股东存在拖欠公司款项的情况。关联方往来余额情况如下：

单位：万元

项目名称	关联方名称	2015-10-31	2014-12-31	2013-12-31
其他应收款	扬州报业传媒集团有限责任公司	-	2,606.83	665.75

随着公司股份制改造后，公司完善了内控和治理结构，为规范和防止关联方占用公司资金，公司于2015年12月制定了《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》并严格执行，对关联方的往来款项进行了彻底清理，截止目前，公司已经不存在关联方占用资金的情况。

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生，公司制定了《公司章程》、《关联交易管理办法》、《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》、《对外担保制度》、《对外投资制度》等对关联交易、对外担保、对外投资及其决策程序进行了严格规定，明确规定了公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益，违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任；公司控股股东及实际控制人对公司和公司社会公众股股东负有诚信义务；控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和社会公众股股东的合法权益，不得利用其控股地位损害公司和社会公众股股东的利益；规定了股东大会、董事会、总经理就公司关联交易、重大投资、对外担保事项的审查及决策权限，并明确规定作出上述决策时相关方应当予以回避。

主办券商及律师认为：报告期内公司受扬州报业传媒集团100%控制时公司与扬州报业传媒集团存在内部正常的资金周转，戴建国、姜群成为公司股东后至本说明书签署日，公司不存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资源（资金）的情形。公司已制定并严格执行防范关联方占用资源（资金）的相关制度。

## 七、董事、监事、高级管理人员

### （一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况

公司董事、监事、高级管理人员持有公司股份情况如下：

姓名	任职情况	认缴出资情况	
		认缴出资（万元）	比例（%）
张康松	董事长	-	-
戴建国	董事 总经理	1,250.00	25
顾冬飞	董事	-	-
李俊	董事	-	-
徐茂明	董事	-	-
姜群	监事	1,000.00	20
曹湘洲	监事	-	-

施长春	监事	-	-
朱鹏	董事会秘书	-	-
姚建峰	财务总监	-	-
合计		2,250.00	45.00

## （二）董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

## （三）公司与董事、监事、高级管理人员的相关协议、承诺及履行情况

### 1、签订的《劳动合同》情况

公司董事、监事、高级管理人员中张康松、徐茂明、顾冬飞、李俊、曹湘洲为集团委派，未与公司签订了《劳动合同》，姜群未与公司签订《劳动合同》，戴建国、施长春、朱鹏、姚建峰与公司签订了《劳动合同》。截至本说明书签署日，《劳动合同》均得到了有效执行。

### 2、重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员就个人的诚信状况出具了承诺，并根据中国证监会和全国中小企业股份转让系统有限责任公司关于在全国中小企业股份转让系统公开转让的相关要求对挂牌申报文件出具了相应声明、承诺。

截至本说明书签署日，上述承诺均得到了有效的执行。

## （四）公司董事、监事、高级管理人员兼职情况

姓名	公司职务	兼职情况
张康松	董事长 法定代表人	扬州报业传媒集团广告中心主任
戴建国	董事 总经理	江苏睿诚投资股份有限公司董事长
顾冬飞	董事	江苏睿诚股权投资基金管理有限公司交易员
李俊	董事	扬州报业传媒集团人力资源部主任

徐茂明	董事	扬州日报印刷有限责任公司董事；扬州报业传媒发行投递有限公司董事；江苏报网文化传媒有限责任公司董事；扬州报业艺网传媒有限公司监事；扬州报业文化传媒有限公司监事；扬州国书公司监事
姜群	监事会主席	扬州金太阳投资担保有限公司监事主席；扬州市邗江区国鑫农村小额贷款股份有限公司董事长
曹湘洲	监事	扬州日报社印刷公司监事会主席；报社党委（社长）办公室主任；扬州报业传媒集团纪委委员、副书记
施长春	监事	无
朱鹏	董事会秘书	无
姚建峰	财务总监	无

### （五）董事、监事、高级管理人员对外投资与公司存在利益冲突情况

姓名	公司职务	对外投资情况
张康松	董事长 法定代表人	无
戴建国	董事 总经理	江苏睿诚投资股份有限公司
顾冬飞	董事	无
李俊	董事	无
徐茂明	董事	无
姜群	监事会主席	扬州市邗江区国鑫农村小额贷款股份有限公司、扬州金太阳投资担保有限公司、江苏欧曼利德实业投资有限公司、扬州华宝投资管理有限公司、江苏长江石化交易市场股份有限公司
曹湘洲	监事	无
施长春	监事	无
朱鹏	董事会秘书	无
姚建峰	财务总监	无

截至本说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员存在对外投资，但与公司所处行业不同，与公司不存在利益冲突的情况。

## **（六）董事、监事、高级管理人员任职资格、合法合规及竞业禁止情况**

### **1、任职资格及合法合规情况**

公司董事、监事、高级管理人员任职资格均符合《公司法》、《证券法》及其他有关法律、法规的规定。公司董事、监事、高级管理人员最近两年无受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情形。

主办券商及律师认为：（1）公司现任董事、监事、高级管理人员不存在不具备法律法规规定的任职资格或违反法律法规规定、所兼职单位规定的任职限制等任职资格方面的瑕疵；（2）现任董事、监事和高级管理人员最近24个月内不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施的情形；（3）公司董事、监事和高级管理人员的任职资格均符合《公司法》等相关法律法规规定；（4）现任董事、监事、高级管理人员不存在违反法律法规规定或章程约定的董事、监事、高管义务的问题；（5）公司的董事、监事、高级管理人员最近24个月内不存在重大违法违规行为；（6）公司董事、监事、高管管理人员合法合规。

### **2、竞业禁止情况**

公司董事、监事、高级管理人员不存在违反竞业禁止的法律规定或与原单位约定的情形，不存在有关上述竞业禁止事项的纠纷或潜在纠纷。公司董事、监事、高级管理人员不存在与原任职单位知识产权、商业秘密方面的侵权纠纷或潜在纠纷。

## **（七）董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况**

公司前身扬州报业广告自设立之日起至改制成为股份公司之前，扬州报业广告设董事会和监事会，但运行机制尚不完善。改制为股份公司时，设立董事会、监事会，并选举董事、监事和高级管理人员如下：

公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举张康松、戴建国、顾冬飞、李俊、

徐茂明为公司第一届董事会董事。根据当日召开的第一届董事会第一次会议，选举张康松为公司第一届董事会董事长。

公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举姜群、曹湘洲为股份公司第一届监事会非职工代表监事，与同日召开的职工代表大会选举的职工代表施长春共同组成第一届监事会。根据同日召开的第一届监事会第一次会议，选举姜群先生为股份公司第一届监事会主席。

公司召开第一届董事会第一次会议，聘任戴建国为总经理，姚建峰为公司财务总监，朱鹏为董事会秘书。

股份公司成立以来，公司董事、监事及高级管理人员没有发生变化。

## 第四节公司财务

### 一、最近两年一期经审计的财务会计报表

#### 1、公司资产负债表

单位：元

项目	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动资产：</b>			
货币资金	53,061,373.47	26,019,951.57	12,746,530.04
应收票据			
应收账款	18,108,780.95	15,659,259.25	15,331,245.76
预付款项	17,831,327.79	7,951,773.46	408,331.00
应收利息			
应收股利			
其他应收款	97,784.33	26,169,377.02	6,932,339.44
存货	130,616.25		
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产			
<b>流动资产合计</b>	<b>89,229,882.79</b>	<b>75,800,361.30</b>	<b>35,418,446.24</b>
<b>非流动资产：</b>			
可供出售金融资产	400,000.00	400,000.00	400,000.00
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	676,048.47	606,893.26	929,494.57
在建工程			
工程物资			
无形资产	3,228.94	5,128.24	-
开发支出			
商誉			
长期待摊费用			
递延所得税资产			
其他非流动资产			

<b>非流动资产合计</b>	<b>1,079,277.41</b>	<b>1,012,021.50</b>	<b>1,329,494.57</b>
<b>资产总计</b>	<b>90,309,160.20</b>	<b>76,812,382.80</b>	<b>36,747,940.81</b>
<b>流动负债：</b>			
短期借款			
应付票据			
应付账款	2,429,170.20	1,939,762.79	1,939,762.79
预收款项	14,515,676.99	5,453,965.50	2,621,949.99
应付职工薪酬			
应交税费	4,139,916.68	3,391,751.19	1,369,678.81
应付利息			
应付股利			
其他应付款	973,303.86	760,626.37	365,000.00
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
<b>流动负债合计</b>	<b>22,058,067.73</b>	<b>11,546,105.85</b>	<b>6,296,391.59</b>
<b>非流动负债：</b>			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
专项应付款			
预计负债			
递延收益			
递延所得税负债			
其他非流动负债			
<b>非流动负债合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>22,058,067.73</b>	<b>11,546,105.85</b>	<b>6,296,391.59</b>
<b>股东权益：</b>			
股本	50,000,000.00	8,000,000.00	8,000,000.00
其他权益工具			
资本公积	6,233,009.00	-	-
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积	5,726,627.70	5,726,627.70	2,245,154.93
一般风险准备			

未分配利润	6,291,455.77	51,539,649.25	20,206,394.29
<b>股东权益合计</b>	<b>68,251,092.47</b>	<b>65,266,276.95</b>	<b>30,451,549.22</b>
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>90,309,160.20</b>	<b>76,812,382.80</b>	<b>36,747,940.81</b>

## 2、公司利润表

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
<b>一、营业总收入</b>	<b>88,735,251.04</b>	<b>150,801,247.46</b>	<b>60,370,341.10</b>
其中：营业成本	65,607,794.43	107,272,771.48	36,610,820.31
营业税金及附加	1,439,049.03	2,020,140.97	1,101,190.56
销售费用			
管理费用	4,454,549.87	5,022,305.45	3,016,217.50
财务费用	-33,275.60	-51,314.48	-14,759.72
资产减值损失	410,349.25	1,452,678.75	1,742,805.85
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）	165,977.65		
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>17,022,761.71</b>	<b>35,084,665.29</b>	<b>17,914,066.60</b>
加：营业外收入			
其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出	167,856.17	269,937.56	115,570.34
其中：非流动资产处置损失	520.92		
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>16,854,905.54</b>	<b>34,814,727.73</b>	<b>17,798,496.26</b>
减：所得税费用			
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>16,854,905.54</b>	<b>34,814,727.73</b>	<b>17,798,496.26</b>
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>	-	-	-
<b>六、综合收益总额</b>	<b>16,854,905.54</b>	<b>34,814,727.73</b>	<b>17,798,496.26</b>

## 3、公司现金流量表

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	88,095,618.32	120,124,195.73	43,310,961.72

收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	12,476,445.00	18,855,797.30	11,415,431.72
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>100,572,063.32</b>	<b>138,979,993.03</b>	<b>54,726,393.44</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	81,102,938.29	93,938,223.13	31,117,877.55
支付给职工以及为职工支付的现金	5,638,386.46	6,168,351.93	2,064,377.27
支付的各项税费	2,995,424.56	4,851,006.73	2,343,038.13
支付其他与经营活动有关的现金	12,692,878.76	20,739,822.00	9,444,534.29
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>102,429,628.07</b>	<b>125,697,403.79</b>	<b>44,969,827.24</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-1,857,564.75</b>	<b>13,282,589.24</b>	<b>9,756,566.20</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金			
取得投资收益收到的现金	165,977.65		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-		
收到其他与投资活动有关的现金	-		
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>165,977.65</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	-	9,167.71	798,368.33
投资支付的现金			
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金			
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>-</b>	<b>9,167.71</b>	<b>798,368.33</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>165,977.65</b>	<b>-9,167.71</b>	<b>-798,368.33</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	28,733,009.00	-	-
取得借款收到的现金			
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>28,733,009.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金			
支付其他与筹资活动有关的现金			
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>28,733,009.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>			
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>27,041,421.90</b>	<b>13,273,421.53</b>	<b>8,958,197.87</b>
加：期初现金及现金等价物余额	26,019,951.57	12,746,530.04	3,788,332.17
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>53,061,373.47</b>	<b>26,019,951.57</b>	<b>12,746,530.04</b>

#### 4、公司股东权益变动表

##### (1) 2015 年 1-10 月份公司股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	8,000,000.00	-	5,726,627.70	51,539,649.25	65,266,276.95
加：会计政策变更					-
前期差错更正					-
其他					-
二、本年年初余额	8,000,000.00	-	5,726,627.70	51,539,649.25	65,266,276.95
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	42,000,000.00	6,233,009.00	-	-45,248,193.48	2,984,815.52
（一）综合收益总额				16,854,905.54	16,854,905.54
（二）股东投入和减少资本	22,500,000.00	6,233,009.00	-	-	28,733,009.00
1、股东投入的普通股	22,500,000.00	6,233,009.00			28,733,009.00
2、其他权益工具持有者投入资本					-
3、股份支付计入股东权益的金额					-

4、其他					-
(三) 利润分配	-	-	-	-42,603,099.02	<b>-42,603,099.02</b>
1、提取盈余公积					-
2、提取一般风险准备					-
3、对股东的分配				-42,603,099.02	<b>-42,603,099.02</b>
4、其他					-
(四) 股东权益内部结转	19,500,000.00	-	-	-19,500,000.00	-
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	19,500,000.00			-19,500,000.00	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-
1、本期提取					-
2、本期使用					-
(六) 其他					-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>50,000,000.00</b>	<b>6,233,009.00</b>	<b>5,726,627.70</b>	<b>6,291,455.77</b>	<b>68,251,092.47</b>

## (2) 2014 年公司股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	8,000,000.00	-	2,245,154.93	20,206,394.29	30,451,549.22
加：会计政策变更					-
前期差错更正					-
其他					-
二、本年年初余额	8,000,000.00	-	2,245,154.93	20,206,394.29	30,451,549.22
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	3,481,472.77	31,333,254.96	34,814,727.73
（一）综合收益总额				34,814,727.73	34,814,727.73
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-
1、股东投入的普通股					-
2、其他权益工具持有者投入资本					-
3、股份支付计入股东权益的金额					-
4、其他					-
（三）利润分配	-	-	3,481,472.77	-3,481,472.77	-

1、提取盈余公积			3,481,472.77	-3,481,472.77	-
2、提取一般风险准备					-
3、对股东的分配					-
4、其他					-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本（或股本）					-
2、盈余公积转增资本（或股本）					-
3、盈余公积弥补亏损					-
4、其他					-
（五）专项储备	-	-	-	-	-
1、本期提取					-
2、本期使用					-
（六）其他					-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>8,000,000.00</b>	<b>-</b>	<b>5,726,627.70</b>	<b>51,539,649.25</b>	<b>65,266,276.95</b>

## (3) 2013 年公司股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	8,000,000.00		465,305.30	4,187,747.66	12,653,052.96
加：会计政策变更					-
前期差错更正					-
其他					-
二、本年年初余额	8,000,000.00	-	465,305.30	4,187,747.66	12,653,052.96
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	1,779,849.63	16,018,646.63	17,798,496.26
（一）综合收益总额				17,798,496.26	17,798,496.26
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-
1、股东投入的普通股					-
2、其他权益工具持有者投入资本					-
3、股份支付计入股东权益的金额					-
4、其他					-
（三）利润分配	-	-	1,779,849.63	-1,779,849.63	-

1、提取盈余公积			1,779,849.63	-1,779,849.63	-
2、提取一般风险准备					-
3、对股东的分配					-
4、其他					-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本（或股本）					-
2、盈余公积转增资本（或股本）					-
3、盈余公积弥补亏损					-
4、其他					-
（五）专项储备	-	-	-	-	-
1、本期提取					-
2、本期使用					-
（六）其他					-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>8,000,000.00</b>	<b>-</b>	<b>2,245,154.93</b>	<b>20,206,394.29</b>	<b>30,451,549.22</b>

## 二、报告期内财务会计报告的审计意见

### （一）报告期内财务会计报告的审计意见

公司2013年、2014年及2015年1-10月的财务会计报告已经中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并由其出具了中兴华审字【2015】JS2000147号标准无保留意见审计报告。

### （二）财务报表的编制基础

#### 1、编制基础

公司财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》（财政部令第33号发布、财政部令第76号修订）、2006年2月15日及其后颁布和修订的41项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），并参照中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》（2014年修订）的披露规定编制。

根据企业会计准则的相关规定，本公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，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。

#### 2、持续经营

本公司自本报告期末至少12个月内具备持续经营能力，无影响持续经营能力的重大事项。

## 三、报告期内采用的重要会计政策和会计估计

本公司从事传媒行业。本公司根据实际经营特点，依据相关企业会计准则的规定，对收入确认等交易和事项制定了若干项具体会计政策和会计估计，以下披露内容已涵盖了本公司根据实际生产经营特点制定的具体会计政策和会计估计。

## **1、遵循企业会计准则的声明**

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

## **2、会计期间**

自公历1月1日至12月31日止为一个会计年度。

## **3、营业周期**

正常营业周期，是指企业从购买用于加工的资产起至实现现金或现金等价物的期间。

## **4、记账本位币**

本公司以人民币为记账本位币。

## **5、现金及现金等价物的确定标准**

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

## **6、外币业务和外币报表折算**

### **(1) 外币业务**

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，由此产生的汇兑差额计入当期损益或资本公积。

## **(2) 外币财务报表的折算**

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，在资产负债表所有者权益项目下单独列示。处置境外经营时，将资产负债表中所有者权益项目下列示的、与该境外经营相关的外币财务报表折算差额，自所有者权益项目转入处置当期损益；部分处置境外经营的，按处置的比例计算处置部分的外币财务报表折算差额，转入处置当期损益。

## **7、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。包括金融资产、金融负债和权益工具。

### **(1) 金融工具的分类**

管理层按照取得持有金融资产和承担金融负债的目的，将其划分为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等本公司按经济实质将承担的金融负债分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的其他金融负债两类。

### **(2) 金融工具的确认依据和计量方法**

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

## ②持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

## ③应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

## ④可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入资本公积（其他资本公积）。但是，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，按照成本计量。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

## ⑤其他金融负债

按其公允价值和和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

### **(3) 金融资产转移的确认依据和计量方法**

公司发生金融资产转移时，如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，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

①所转移金融资产的账面价值；

②因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

①终止确认部分的账面价值；

②终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

对于采用继续涉入方式的金融资产转移，公司按照继续涉入所转移金融资产的程度确认一项金融资产，同时确认为一项金融负债。

### **(4) 金融负债终止确认条件**

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，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，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

### **(5) 金融资产和金融负债的公允价值的确定方法**

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，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，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关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。

### **(6) 金融资产（不含应收款项）减值的测试方法及会计处理方法**

除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金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

#### **①可供出售金融资产的减值准备**

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

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。

## ②持有至到期投资的减值准备

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

## 8、应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

### (1) 坏账准备的确认标准

本公司在资产负债表日对应收款项账面价值进行检查,对存在下列客观证据表明应收款项发生减值的,计提减值准备:

- ①债务人发生严重的财务困难;
- ②债务人违反合同条款(如偿付利息或本金发生违约或逾期等);
- ③债务人很可能倒闭或进行其他财务重组;
- ④其他表明应收款项发生减值的客观依据。

### (2) 坏账准备的计提方法

①单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

本公司将金额为人民币10.00万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。

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

②按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法

#### A. 信用风险特征组合的确定依据

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

未来现金流量测算相关。

确定组合的依据：

项目	确定组合的依据
账龄组合	本公司根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出佳估计，参考应收款项的账龄进行信用风险组合分类
关联方组合	关联方暂不计提坏账准备

#### B. 根据信用风险特征组合确定的坏账准备计提方法

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

#### C. 采用账龄分析法计提坏账准备方法：

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，下同）	5.00	5.00
1-2年	10.00	10.00
2-3年	20.00	20.00
3-4年	50.00	50.00
4-5年	80.00	80.00
5年以上	100.00	100.00

#### ③ 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

本公司对于单项金额虽不重大但存在客观证据表明将无法按应收款项的原有条款收回款项。应当单项进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

### （3）坏账准备的转回

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

## 9、存货

### (1) 存货的分类

存货主要包括库存商品。

### (2) 存货取得和发出的计价方法

存货在取得时按实际成本计价，存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。

存货发出时按加权平均法计价。

### (3) 存货可变现净值的确认和跌价准备的计提方法

可变现净值是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。存货跌价准备通常按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备；对在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，可合并计提存货跌价准备。计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

### (4) 存货的盘存制度为永续盘存制

### (5) 低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品于领用时按一次摊销法摊销；包装物于领用时按一次摊销法摊销。

## 10、划分为持有待售资产

若某项非流动资产在其当前状况下仅根据出售此类资产的惯常条款即可立即出售，本公司已就处置该项非流动资产作出决议，已经与受让方签订了不可撤销的转让协议，且该项转让将在一年内完成，则该非流动资产作为持有待售非流动资产核算，自划分为持有待售之日起不计提折旧或进行摊销，按照账面价值与公允价值减去处置费用后的净额孰低计量。

持有待售的非流动资产包括单项资产和处置组。如果处置组是一个《企业会计准则第8号——资产减值》所定义的资产组，并且按照该准则的规定将企业合并中取得的商誉分摊至该资产组，或者该处置组是资产组中的一项经营，则该处置组包括企业合并中所形成的商誉。

被划分为持有待售的单项非流动资产和处置组中的资产，在资产负债表的流动资产部分单独列报；被划分为持有待售的处置组中的与转让资产相关的负债，在资产负债表的流动负债部分单独列报。

某项资产或处置组被划归为持有待售，但后来不再满足持有待售的非流动资产的确认条件，本公司停止将其划归为持有待售，并按照下列两项金额中较低者进行计量：①该资产或处置组被划归为持有待售之前的账面价值，按照其假定在没有被划归为持有待售的情况下原应确认的折旧、摊销或减值进行调整后的金额；②决定不再出售之日的可收回金额。

## 11、长期股权投资

本部分所指的长期股权投资是指本公司对被投资单位具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资。本公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资，作为可供出售金融资产或以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算，其会计政策详见本节“三、报告期内采用的重要会计政策和会计估计 7、金融工具”。

### (1) 共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一

同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

## **(2) 初始投资成本的确定**

### **①企业合并形成的长期股权投资**

同一控制下的企业合并：在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。公司以发行权益性证券作为合并对价的，按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

通过多次交易分步取得同一控制下被合并方的股权，最终形成同一控制下企业合并的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日按照应享有被合并方股东权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，长期股权投资初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并日之前持有的股权投资因采用权益法核算或为可供出售金融资产而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本，合并成本包括包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值之和。

通过多次交易分步取得被购买方的股权，最终形成非同一控制下的企业合并

的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，按照原持有被购买方的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的长期股权投资的初始投资成本。原持有的股权采用权益法核算的，相关其他综合收益暂不进行会计处理。原持有股权投资为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入当期损益

合并方或购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

### ②其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值和应支付的相关税费确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

## **(3) 后续计量及损益确认方法**

### ①成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

## ②权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。对于本公司与联营企业及合营企业之间发生的交易，投出或出售的资产不构成业务的，未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。本公司向合营企业或联营企业投出的资产构成业务的，投资方因此取得长期股权投资但未取得控制权的，以投出业务的公允价值作为新增长期股权投资的初始投资成本，初始投资成本与投出业务的账面价值之差，全额计入当期损益。本公司向合营企业或联营企业出售的资产构成业务的，取得的对价与业务的账面价值之差，全额计入当期损益。本公司自联营企业及合营企业购入的资产构成业务的，按《企业会计准则第 20 号——企业合并》的规定进行会计处理，全额确认与交易相关的利得或损失。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或

协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

### ③收购少数股权

在编制合并财务报表时，因购买少数股权新增的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

### ④长期股权投资的处置

在合并财务报表中，母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产的差额计入股东权益；母公司部分处置对子公司的长期股权投资导致丧失对子公司控制权的，按本节“三、报告期内采用的重要会计政策和会计估计26、（2）合并财务报表编制的方法”中所述的相关会计政策处理。其他情形下的长期股权投资处置，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

采用成本法核算的长期股权投资，处置后剩余股权仍采用成本法核算的，其在取得对被投资单位的控制之前因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，并按比例结转当期损益；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动按比例结转当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直

接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

## 12、投资性房地产

本公司的投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产。投资性房地产单独计量和出售。主要包括：已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物等。

投资性房地产按成本进行初始计量。与投资性房地产有关的后续支出，如果与该资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入投资性房地产成本。其他后续支出，在发生时计入当期损益。

公司采用成本模式对投资性房地产进行后续计量，并按照与房屋建筑物或土地使用权一致的政策进行折旧或摊销。投资性房地产的减值测试方法和减值准备计提方法详见长期资产减值。

自用房地产或存货转换为投资性房地产或投资性房地产转换为自用房地产时，按转换前的账面价值作为转换后的入账价值。投资性房地产的用途改变为自用时，自改变之日起，将该投资性房地产转换为固定资产或无形资产。自用房地产的用途改变为赚取租金或资本增值时，自改变之日起，将固定资产或无形资产

转换为投资性房地产。发生转换时，转换为采用成本模式计量的投资性房地产的，以转换前的账面价值作为转换后的入账价值；转换为以公允价值模式计量的投资性房地产的，以转换日的公允价值作为转换后的入账价值。

当投资性房地产被处置、或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时，终止确认该项投资性房地产。投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后计入当期损益。

## 13、固定资产

### (1) 固定资产确认条件

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

### (2) 各类固定资产的折旧方法

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

类别	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
运输设备	5	0.00	20.00
办公设备	5	0.00	20.00
电子设备	3	0.00	33.33

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

### (3) 融资租入固定资产的认定依据及计价方法

融资租赁为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。以融资租赁方式租入的固定资产采用与自有固定资产一致的政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资

产所有权的在租赁资产使用寿命内计提折旧，无法合理确定租赁期届满能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

#### **(4) 固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法**

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见长期资产减值。

#### **(5) 其他说明**

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

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

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

### **14、在建工程**

#### **(1) 在建工程的类别**

在建工程以立项项目或实际工程支出分类核算。

#### **(2) 在建工程结转为固定资产的标准和时点**

在建工程项目按照建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。自营工程，按照直接材料、直接人工、直接机械施工费等计量；出包工程，按照应支付的工程价款等计量。在以借款进行的工程达到预定可使用状态前发生的、符合资本化条件的借款费用，予以资本化，计入在建工程成本。

公司对于所建造的固定资产已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按照

估计价值确定其成本，转入固定资产，并按照公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧；待办理竣工决算后，再按照实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

### **(3) 在建工程的减值测试方法及减值准备计提方法**

在建工程的减值测试方法和减值准备计提方法详见长期资产减值。

## **15、借款费用**

借款费用包括借款利息、折价或溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

### **(1) 借款费用资本化的确认原则和资本化期间**

本公司发生的可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的借款费用,在同时满足下列条件的,予以资本化计入相关资产成本:

①资产支出已经发生,资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出;

②借款费用已经发生;

③为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

其他的借款利息、折价或溢价的摊销和汇兑损益,计入发生当期的损益。

符合资本化条件的资产指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的,暂停借款费用的资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时,借款费用停止资本化;以后所发生的借款费用于发生时计入当期损益。

资本化期间,是指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间,借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

## (2) 借款费用资本化的计算方法

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。

为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定出；

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

## 16、无形资产

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

### (1) 无形资产的初始计量

无形资产按成本进行初始计量。与无形资产有关的支出，如果相关的经济利益很可能流入本公司且其成本能可靠地计量，则计入无形资产成本。除此以外的其他项目的支出，在发生时计入当期损益。

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

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益。

非货币性资产交换取得的换入无形资产，在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

企业合并取得的被合并方的无形资产，以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

公司内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。其研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；其开发阶段的支出，不符合资本化条件的，于发生时计入当期损益；符合资本化条件的，确认为无形资产。如果确实无法区分研究阶段支出和开发阶段支出，则将其所发生的研发支出全部计入当期损益。

## (2) 无形资产的后续计量

公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命。公司将取得的无形资产分为使用寿命有限的无形资产和使用寿命不确定的无形资产。

### ①使用寿命有限的无形资产的后续计量

公司对使用寿命有限的无形资产，自达到预定用途时起在其使用寿命（为企业带来经济利益的期限）内采用直线法分期摊销，不预留残值。无形资产的摊销金额通常计入当期损益；某项无形资产包含的经济利益通过所生产的产品或其他资产实现的，其摊销金额计入相关资产的成本。

### ②使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
软件	3	0.00	33.33

### ③无形资产使用寿命的估计

A. 来源于合同性权利或其他法定权利的无形资产，其使用寿命按照不超过合同性权利或其他法定权利的期限确定；合同性权利或其他法定权利在到期时因续约等延续且有证据表明公司续约不需要付出大额成本的，续约期计入使用寿命。

B. 合同或法律没有规定使用寿命的，公司综合各方面的情况，通过聘请相关专家进行论证或者与同行业的情况进行比较以及参考公司的历史经验等方法来确定无形资产能为公司带来经济利益的期限。

C. 按照上述方法仍无法合理确定无形资产为公司带来经济利益期限的，该项

无形资产作为使用寿命不确定的无形资产。

④使用寿命不确定的无形资产的后续计量

公司对使用寿命不确定的无形资产，在持有期间内不进行摊销，但于每年年度终了进行减值测试。

⑤其他说明

取得的土地使用权通常作为无形资产核算。自行开发建造厂房等建筑物，相关的土地使用权支出和建筑物建造成本则分别作为无形资产和固定资产核算。如为外购的房屋及建筑物，则将有关价款在土地使用权和建筑物之间进行分配，难以合理分配的，全部作为固定资产处理。

每个资产负债表日，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如发生变更则作为会计估计变更处理。此外，还对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明该无形资产为企业带来经济利益的期限是可预见的，则估计其使用寿命并按照使用寿命有限的无形资产的摊销政策进行摊销。

### **(3) 无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法**

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见长期资产减值。

### **(4) 研究与开发支出**

本公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。

①研究阶段

研究阶段为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。公司研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。对涉及公司产品的研究成果或者其他知识的应用研究、评价和最终选择等进行的研究活动，对公司生产产品所涉及的材料、设备、工序、系统等进行的研究活动，新的或者改进的材料、设备、产品、工序、系统的试制、设计、评价和最终选择等进行的研究活动，上述研究活动所发生的支出划入公司内部研究项目的研究阶段支出，于发生时计入当期损益。

②开发阶段

开发阶段为在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

A.完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

B. 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

C. 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

D.有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

E.归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

公司将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，在此进行生产前或使用前的原型和模型的设计、建造和测试，以及不具有商业性生产经济规模的试生产设施的设计、建造和运营等开发活动所发生的支出计入公司内部研究项目的开发阶段研究支出。无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

## 17、长期资产减值

### (1) 资产减值测试

本公司在资产负债表日对固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、以成本模式计量的投资性房地产及对子公司、合营企业、联营企业的长期股权投资等各项非流动非金融资产（除存货、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、采用公允价值模式计量的投资性房地产、消耗性生物资产、建造合同形成的资产、递延所得税资产、融资租赁中出租人未担保余值和金融资产以外的资产）是否存在可能发生减值的迹象进行判断，当存在减值迹象时对其计提减值准备。商誉和使用寿命不确定的无形资产无论是否存在减值迹象，均于年末进行减值测试。

## **(2) 可收回金额**

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。

资产的公允价值根据公平交易中销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

## **(3) 减值准备的确认**

单项资产的可收回金额低于其账面价值的，按单项资产的账面价值与可收回金额的差额计提相应的资产减值准备。资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认其相应的减值损失，减值损失金额先抵减分摊至资产组或资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值；以上资产账面价值的抵减，作为各单项资产（包括商誉）的减值损失，计提各单项资产的减值准备。

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

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

## 18、长期待摊费用

长期待摊费用包括经营租入固定资产改良及其他已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用，按预计受益期间分期平均摊销，并以实际支出减去累计摊销后的净额列示。

## 19、职工薪酬

### (1) 短期薪酬的会计处理方法

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

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。

### (2) 离职后福利的会计处理方法

#### ① 设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

#### ② 设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

### **(3) 辞退福利的会计处理方法**

本公司在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，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

### **(4) 其他长期职工福利的会计处理方法**

其他长期职工福利是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外的其他所有职工福利。

对符合设定提存计划条件的其他长期职工福利，在职工为本公司提供服务的会计期间，将应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本；除上述情形外的其他长期职工福利，在资产负债表日，将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

## **20、预计负债**

公司发生对外提供担保、已贴现商业承兑汇票、未决仲裁、未决诉讼等形成的或有事项相关的事项同时符合以下条件时，将其确认为预计负债：

- ①该义务是公司承担的现时义务；
- ②该义务的执行很可能导致经济利益流出公司；
- ③该义务的金额能够可靠计量。

在资产负债表日，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，按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行计量。

最佳估计数分别以下情况处理：

所需支出存在一个连续范围（或区间），且该范围内各种结果发生的可能性

相同的，则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围（或区间），或虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

如果清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，且确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

预计负债按清偿该或有事项所需支出的最佳估计数计量。

## **21、收入确认**

### **（1）销售商品**

销售商品收入同时满足下列条件的，公司予以确认：

- ①公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- ②公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；
- ③收入的金额能够可靠地计量；
- ④相关的经济利益很可能流入公司；
- ⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

公司主营收入为户外广告收入、报纸广告收入、销售商品收入。“户外广告收入”通常以户外喷绘或者公交站棚首次出现广告内容作为收入确认条件；“报纸广告收入”以广告见报作为收入确认条件；“销售商品收入”以开具发票，发出商品作为收入确认条件。

### **（2）提供劳务**

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。

提供劳务交易的结果能够可靠估计，且满足下列条件公司予以确认：

- ①收入的金额能够可靠地计量；

- ②相关的经济利益很可能流入公司；
- ③交易的完工进度能够可靠地确定；
- ④交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

公司在资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度，扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度，扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

公司在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

①已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

②已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

### **(3) 让渡资产使用权**

与交易相关的经济利益很可能流入公司，收入的金额能够可靠地计量时，公司分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

①利息收入金额，按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定。

②使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

## **22、政府补助**

公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产称为政府补助，但不包括政府作为所有者投入的资本。公司取得的政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

公司将与资产相关的政府补助确认为递延收益，并在相关资产使用寿命期内

平均分配,计入当期损益,但按照名义金额计量的政府补助则直接计入当期损益。与收益相关的政府补助,如果用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的,确认为相关递延收益,并在确认相关费用期间计入当期损益;如果用于补偿公司已发生的相关费用或损失的,直接计入当期费用。

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

## **23、所得税核算方法**

### **(1) 当期所得税**

资产负债表日,对于当期和以前期间形成的当期所得税负债(或资产),以按照税法规定计算的预期应交纳(或返还)的所得税金额计量。计算当期所得税费用所依据的应纳税所得额系根据有关税法规定对本年度税前会计利润作相应调整后计算得出。

### **(2) 递延所得税资产和递延所得税负债**

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损,视同暂时性差异确认相应的递延所得税资产。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异,不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异,不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日,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。

递延所得税资产的确认以本公司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应纳税所得额为限。

对子公司及联营企业投资相关的暂时性差异产生的递延所得税资产和递延所得税负债,予以确认。但本公司能够控制暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回的,不予确认。

### (3) 所得税费用

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。

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

资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来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，则减记递延所得税资产的账面价值；在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

## 24、重大会计判断和估计

本公司在运用会计政策过程中，由于经营活动内在的不确定性，本公司需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于本公司管理层过去的历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上做出的。这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的报告金额以及资产负债表日或有负债的披露。然而，这些估计的不确定性所导致的实际结果可能与本公司管理层当前的估计存在差异，进而造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

本公司对前述判断、估计和假设在持续经营的基础上进行定期复核，会计估计的变更仅影响变更当期的，其影响数在变更当期予以确认；既影响变更当期又影响未来期间的，其影响数在变更当期和未来期间予以确认。

于资产负债表日，本公司需对财务报表项目金额进行判断、估计和假设的重要领域如下：

#### ①坏账准备计提

本公司根据应收款项的会计政策，采用备抵法核算坏账损失。应收账款减值是基于评估应收账款的可收回性。鉴定应收账款减值要求管理层的判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响应收账款的账面价值及应收账款坏账准备的计提或转回。

#### ②存货跌价准备

本公司根据存货会计政策，按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可

变现净值及陈旧和滞销的存货，计提存货跌价准备。存货减值至可变现净值是基于评估存货的可售性及其可变现净值。鉴定存货减值要求管理层在取得确凿证据，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素的基础上作出判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响存货的账面价值及存货跌价准备的计提或转回。

### ③非金融非流动资产减值准备

本公司于资产负债表日对除金融资产之外的非流动资产判断是否存在可能发生减值的迹象。对使用寿命不确定的无形资产，除每年进行的减值测试外，当其存在减值迹象时，也进行减值测试。其他除金融资产之外的非流动资产，当存在迹象表明其账面金额不可收回时，进行减值测试。当资产或资产组的账面价值高于可收回金额，即公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值中的较高者，表明发生了减值。公允价值减去处置费用后的净额，参考公平交易中类似资产的销售协议价格或可观察到的市场价格，减去可直接归属于该资产处置的增量成本确定。在预计未来现金流量现值时，需要对该资产（或资产组）的产量、售价、相关经营成本以及计算现值时使用的折现率等作出重大判断。本公司在估计可收回金额时会采用所有能够获得的相关资料，包括根据合理和可支持的假设所作出有关产量、售价和相关经营成本的预测。

### ④折旧和摊销

本公司对固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。本公司定期复核使用寿命，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。使用寿命是本公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术更新而确定的。如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对折旧和摊销费用进行调整。

### ⑤递延所得税资产

本公司在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，本公司就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要本公司管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

### ⑥所得税

本公司在正常的经营活动中，有部分交易其最终的税务处理和计算存在一定的不确定性。部分项目是否能够在税前列支需要税收主管机关的审批。如果这些税务事项的最终认定结果同最初估计的金额存在差异，则该差异将对其最终认定期间的当期所得税和递延所得税产生影响。

## **25、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法**

企业合并，是指将两个或两个以上单独的企业合并形成一个报告主体的交易或事项。企业合并分为同一控制下企业合并和非同一控制下企业合并。

### **(1) 同一控制下企业合并**

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制，且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。同一控制下的企业合并，在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。合并日，是指合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

合并方取得的资产和负债均按合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值(或发行股份面值总额)的差额，调整资本公积(资本溢价)；资本公积(资本溢价)不足以冲减的，调整留存收益。合并方为进行企业合并发生的各项直接费用，于发生时计入当期损益。

### **(2) 非同一控制下企业合并**

参与合并的企业在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。非同一控制下的企业合并，在购买日取得对其他参与合并企业控制权的一方为购买方，参与合并的其他企业为被购买方。购买日，是指为购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

对于非同一控制下的企业合并，合并成本包含购买日购买方为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值，为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他管理费用于发生时计入当期损益。购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。所涉及的或有对价按

其在购买日的公允价值计入合并成本，购买日后12个月内出现对购买日已存在情况的新的或进一步证据而需要调整或有对价的，相应调整合并商誉。购买方发生的合并成本及在合并中取得的可辨认净资产按购买日的公允价值计量。合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

购买方取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日因不符合递延所得税资产确认条件而未予确认的，在购买日后12个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，则确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产的，计入当期损益。

通过多次交易分步实现的非同一控制下企业合并，根据《财政部关于印发企业会计准则解释第5号的通知》（财会〔2012〕19号）和《企业会计准则第33号——合并财务报表》第五十一条关于“一揽子交易”的判断标准，判断该多次交易是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，参考本部分前面各段描述及本节“三、报告期内采用的重要会计政策和会计估计 11、长期股权投资”进行会计处理；不属于“一揽子交易”的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理（即，除了按照权益法核算的在被购买方重新计量设定受益计划净负债或净资产导致的变动中的相应份额以外，其余转入当期投资收益）。

在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收

益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益应当采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理（即，除了按照权益法核算的在被购买方重新计量设定受益计划净负债或净资产导致的变动中的相应份额以外，其余转为购买日所属当期投资收益）。

## 26、合并财务报表的编制方法

### （1）合并财务报表范围的确定原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制是指本公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响该回报金额。合并范围包括本公司及全部子公司。子公司，是指被本公司控制的主体。

一旦相关事实和情况的变化导致上述控制定义涉及的相关要素发生了变化，本公司将进行重新评估。

### （2）合并财务报表编制的方法

从取得子公司的净资产和生产经营决策的实际控制权之日起，本公司开始将其纳入合并范围；从丧失实际控制权之日起停止纳入合并范围。对于处置的子公司，处置日前的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中；当期处置的子公司，不调整合并资产负债表的期初数。非同一控制下企业合并增加的子公司，其购买日后的经营成果及现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，且不调整合并财务报表的期初数和对比数。同一控制下企业合并增加的子公司及吸收合并下的被合并方，其自合并当期期初至合并日的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，并且同时调整合并财务报表的对比数。

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照本公司的会计政策和会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

公司内所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵

销。

子公司的股东权益及当期净损益中不属于本公司所拥有的部分分别作为少数股东权益及少数股东损益在合并财务报表中股东权益及净利润项下单独列示。子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司期初股东权益中所享有的份额，仍冲减少数股东权益。

当因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司的控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，在丧失控制权时采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理（即，除了在该原有子公司重新计量设定受益计划净负债或净资产导致的变动以外，其余一并转为当期投资收益）。其后，对该部分剩余股权按照《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》或《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》等相关规定进行后续计量，详见本节“三、报告期内采用的重要会计政策和会计估计 11、长期股权投资”或“三、报告期内采用的重要会计政策和会计估计 7、金融工具”。

本公司通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，需区分处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易是否属于一揽子交易。处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：①这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；②这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；③一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；④一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。不属于一揽子交易的，对其中的每一项交易视情况分别按照“不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资”和“因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司的控制权”（详见前段）适用的原则进行会计处理。处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对

应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

## 27、合营安排分类及共同经营会计处理方法

合营安排，是指一项由两个或两个以上的参与方共同控制的安排。本公司根据在合营安排中享有的权利和承担的义务，将合营安排分为共同经营和合营企业。共同经营，是指本公司享有该安排相关资产且承担该安排相关负债的合营安排。合营企业，是指本公司仅对该安排的净资产享有权利的合营安排。

本公司对合营企业的投资采用权益法核算，按照本节“三、报告期内采用的重要会计政策和会计估计 11、长期股权投资（3）后续计量及损益确认方法②权益法核算的长期股权投资”中所述的会计政策处理。

本公司作为合营方对共同经营，确认本公司单独持有的资产、单独所承担的负债，以及按本公司份额确认共同持有的资产和共同承担的负债；确认出售本公司享有的共同经营产出份额所产生的收入；按本公司份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；确认本公司单独所发生的费用，以及按本公司份额确认共同经营发生的费用。

当本公司作为合营方向共同经营投出或出售资产（该资产不构成业务，下同）、或者自共同经营购买资产时，在该等资产出售给第三方之前，本公司仅确认因该交易产生的损益中归属于共同经营其他参与方的部分。该等资产发生符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》等规定的资产减值损失的，对于由本公司向共同经营投出或出售资产的情况，本公司全额确认该损失；对于本公司自共同经营购买资产的情况，本公司按承担的份额确认该损失。

## 28、其他主要会计政策、会计估计和财务报表编制方法

其他主要会计政策、会计估计和财务报表编制方法执行《企业会计准则》的相关规定。

## 29、会计政策、会计估计变更及重大前期差错更正的说明

### (1) 主要会计政策变更的内容和原因及其影响

本报告期无会计政策变更事项。

### (2) 重要会计估计变更事项说明

本报告期无会计估计变更事项。

### (3) 前期差错更正事项的说明

本报告期无重大前期差错更正事项。

## 四、报告期盈利能力分析

### (一) 营业收入、毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析

#### 1、报告期内各期营业收入、利润及其变动情况

报告期内，公司营业收入、利润及变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
营业收入	8,873.53	15,080.12	6,037.03
营业成本	6,560.78	10,727.28	3,661.08
营业利润	1,702.28	3,508.47	1,791.41
利润总额	1,685.49	3,481.47	1,779.85
净利润	1,685.49	3,481.47	1,779.85

公司2014年度实现营业收入15,080.12万元，较2013年度增加9,043.09万元，增幅149.79%。公司2014年度实现净利润3,481.47万元，较2013年度增加1,701.62万元，增幅95.60%。

2015年1-10月，公司实现营业收入8,873.53万元，实现净利润1,685.49万元，分别达到2014年全年的58.84%、48.41%，但一般第四季度为各类活动的旺季，公司加大各类营销活动的促销，预计2015年全年业绩下滑趋势将有所缓解。

## 2、营业收入、营业成本及毛利率情况

### (1) 营业收入构成

#### ①营业收入按产品分类

单位：万元，%

项目	2015年1-10月		2014年度		2013年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
主营业务	8,873.53	100.00	15,080.12	100.00	6,037.03	100.00
其中：户外广告	1,543.59	17.40	1,601.44	10.62	988.19	16.37
报纸广告	7,329.44	82.59	13,417.21	88.97	5,048.84	83.63
商品零售	0.50	0.01	61.47	0.41		
其他业务		-		-		
<b>合计</b>	<b>8,873.53</b>	<b>100.00</b>	<b>15,080.12</b>	<b>100.00</b>	<b>6,037.03</b>	<b>100.00</b>

公司的营业收入包括户外广告收入、报纸广告收入以及商品零售收入。

户外广告收入主要系扬州地区公交站台、大屏广告、阅报栏、巴士车身广告收入，2013年度、2014年底及2015年度1-10月，户外广告收入占公司主营收入的比例分别为16.37%、10.62%和17.40%。

报纸广告收入是公司最重要的业务构成，公司享有《扬州日报》、《扬州晚报》、《扬州时报》独家媒体代理权，向客户提供各类广告服务，在扬州地区具有一定的地区垄断优势，2013年度、2014年底及2015年度1-10月，报纸广告收入占公司主营收入的比例分别为83.63%、88.97%和82.59%。

商品零售收入主要系销售客户抵充广告款的商品，报告期内相关业务收入规模不大。

2014年度公司主营业务收入较2013年增长149.79%，主要原因系：（1）报纸广告方面，公司最重要收入来源报纸广告收入系2013年9月份由扬州日报社划转入公司，2013年报纸广告业务实际经营期仅为4个月，经营期的延长导致2014年度报纸广告收入较2013年度大幅增长；另一方面，公司2014年起加强市场推广，通过举办活动的方式开拓报纸广告业务，陆续承办包括扬州4.18国际经贸旅游节、扬州世界运河名城博览会、“蓝之蓝”相约宝缘大爱者群星扬州演唱会、“柔和双沟之夜”庆祝扬州建城2500周年群星演唱会等一系列大型活动，

随着承办活动数量不断增加，规模增大，报纸广告收入相应增加。（2）户外广告方面，随着公司与扬州市通达公交场站管理有限公司合作的深入，公司 2014 年取得公交站台的广告栏数量较 2013 年大幅增加，相应的广告业务量大幅增加，收入随之增长；

2015 年 1-10 月公司主营业务收入较 2014 年全年下降 41.16%，主要原因系：

（1）受宏观经济形势影响，2015 年 1-10 月报纸广告的三大投放来源房地产、医药、汽车客户纷纷减少对广告的投入，导致报纸广告收入大幅下滑；（2）随着网络媒体和移动媒体不断崛起，分流效应导致报纸广告市场份额不断下滑，公司最主要收入来源报纸广告收入 2015 年 1-10 月较 2014 年同期下降 2,415.52 万元。但公司加大了年末各类活动的营销力度，预计全年下滑幅度不大。

### ②营业收入按地区分类

目前公司业务均在扬州地区内开展，尚未在其他地区开展业务。

报纸纸媒、户外公交站台是具有稀缺性质的广告发布载体，具有独占性、排他性、地域性、优质资源有限性等特征。公司业务虽然局限于扬州地区，但公司掌握扬州地区优质的广告媒体资源，公司优质媒体资源区域集中优势便于公司集中力量拓张当地客户渠道，便于公司集中管理，形成地域垄断优势。

### ③收入确认原则

公司主营收入为户外广告收入、报纸广告收入、零售商品收入。

具体收入确认原则如下：

#### A、户外广告收入确认

公司与客户签订户外广告发布合同，在广告内容见诸媒体并经客户确认，取得收款的权利，相关的经济利益很可能流入企业时，按户外喷绘或者公交站棚首次出现广告内容作为收入确认条件。

#### B、报纸广告收入确认

公司与客户签订报纸广告发布合同，在广告内容见诸媒体并经客户确认，取

得收款的权利，相关的经济利益很可能流入企业时，按广告见报作为收入确认条件。

### C、商品零售收入确认

公司与客户签订商品销售合同，以开具发票，发出商品作为收入确认条件。

## (2) 营业成本构成

### ① 营业成本按产品分类

公司的主营业务成本包括户外广告成本、报纸广告成本和商品销售成本，构成如下：

单位：万元，%

项目	2015年1-10月		2014年度		2013年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
主营业务成本	6,560.78	100.00	10,727.28	100.00	3,661.08	100.00
其中：户外广告	1,521.43	23.19	1,334.95	12.44	851.67	23.26
报纸广告	5,035.92	76.76	9,336.52	87.04	2,809.41	76.74
商品零售	3.43	0.05	55.81	0.52		
<b>合计</b>	<b>6,560.78</b>	<b>100.00</b>	<b>10,727.28</b>	<b>100.00</b>	<b>3,661.08</b>	<b>100.00</b>

### ② 营业成本明细构成

单位：万元，%

户外广告成本						
成本项目	2015年1-10月		2014年度		2013年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
业务成本	328.55	21.59	331.18	24.81	252.83	29.69
维护制作费	248.18	16.31	175.67	13.16	161.22	18.93
租金	889.40	58.46	791.39	59.28	420.30	49.35
其他	55.30	3.64	36.71	2.75	17.33	2.03
<b>合计</b>	<b>1,521.43</b>	<b>100.00</b>	<b>1,334.95</b>	<b>100.00</b>	<b>851.67</b>	<b>100.00</b>

公司户外广告成本主要系为了取得扬州市区公交站台广告发布的独家代理权，向扬州市通达公交场站管理有限公司支付的公交站台租金，报告期内随着扬州市区公交站台数量的不断增加，支付的租赁费逐年随之增加，相应地维护制作成本也逐年增加。

单位：万元，%

报纸广告成本						
成本项目	2015年1-10月		2014年度		2013年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
广告代理费	2,565.48	50.94	6,560.46	70.27	2,524.42	89.86
活动承办成本	1,428.46	28.37	1,869.76	20.03	74.07	2.64
人员工资	508.92	10.11	483.76	5.18	146.42	5.21
业务费	253.63	5.04	272.89	2.92	18.60	0.66
合作分成	134.04	2.66	31.20	0.33	12.66	0.45
其他	145.39	2.89	118.45	1.27	33.24	1.18
<b>合计</b>	<b>5,035.92</b>	<b>100.00</b>	<b>9,336.52</b>	<b>100.00</b>	<b>2,809.41</b>	<b>100.00</b>

报告期内，报纸广告成本金额变动较大，主要受广告代理费影响。公司自2013年9月起从扬州日报社取得《扬州日报》、《扬州时报》、《扬州晚报》三家报纸独家广告发布代理权，约定根据报纸广告收入按一定比例向其支付广告代理费，2013年度、2014年底及2015年度1-10月，支付广告代理费金额分别为2,524.42万元、6,560.46万元和2,565.48万元，占公司当年的报纸广告收入比例分别为50.00%、49.00%和35.00%。

此外，为了配合市场推广，公司积极通过举办活动的方式扩展报纸广告业务，公司自2014年起陆续承办包括扬州4.18国际经贸旅游节、扬州世界运河名城博览会、“蓝之蓝”相约宝缘大爱者群星扬州演唱会、“柔和双沟之夜”庆祝扬州建城2500周年群星演唱会等一系列大型活动，随着公司活动数量的不断增加，活动承办成本相应增加，报告期内，活动承办成本占报纸广告成本的比重逐年提高。

### (3) 毛利率分析

单位：万元

年度	收入	成本	毛利	毛利率
<b>2015年1-10月</b>				
户外广告业务	1,543.59	1,521.43	22.17	1.44%
报纸广告业务	7,329.44	5,035.92	2,293.52	31.29%
商品零售业务	0.50	3.43	-2.94	-588.00%
<b>合计</b>	<b>8,873.53</b>	<b>6,560.78</b>	<b>2,312.75</b>	<b>26.06%</b>
<b>2014年度</b>				
户外广告业务	1,601.44	1,334.95	266.49	16.64%
报纸广告业务	13,417.21	9,336.52	4,080.69	30.41%
商品零售业务	61.47	55.81	5.66	9.21%
<b>合计</b>	<b>15,080.12</b>	<b>10,727.28</b>	<b>4,352.85</b>	<b>28.86%</b>

<b>2013年度</b>				
户外广告业务	988.19	851.67	136.52	13.82%
报纸广告业务	5,048.84	2,809.41	2,239.43	44.36%
商品零售业务				
<b>合计</b>	<b>6,037.03</b>	<b>3,661.08</b>	<b>2,375.95</b>	<b>39.36%</b>

最近两年一期，公司分别实现毛利 2,375.95 万元、4,352.85 万元和 2,312.75 万元。

最近两年一期，公司毛利率存在波动，具体情况如下：

#### ①户外广告业务毛利率变动分析

最近两年一期，公司户外广告业务的毛利率分别为13.82%、16.64%和1.44%，2015年1-10月毛利率下滑，系公司2015年新增公交站台的广告牌数量较多，导致租赁成本增加，但这些广告牌大多位于人流较少的新建街区，广告价值较低，收入的增长慢于成本增加，导致2015年1-10月毛利率大幅下滑，但公司利用年末加大促销力度，收入增长较快，预计全年毛利率会有所回升。

2014年公司户外广告收入较2013年大幅增长，且收入增长幅度超过成本增长幅度，导致2014年毛利率较2013年略有上升。

#### ②报纸广告业务毛利率变动分析

公司的报纸广告业务自2013年9月起由扬州日报社转入公司，2013年、2014年及2015年1-10月公司报纸广告业务的毛利率分别为44.36%、30.41%和31.29%，波动较大，具体分析如下：

2014年报纸广告业务毛利率较2013年下降较多，一方面系2014年报纸广告实际业务收入较2013年下滑，另一方面系2014年公司通过举办活动的方式拓展报纸广告业务，活动成本增加，导致毛利率下滑。2013年报纸广告实现收入5,048.84 万元，实际经营期为4个月，若按全年测算，2013年应实现广告收入15,146.52万元，2014年报纸广告实现收入13,417.21万元，2014年收入下滑1,729.31 万元，下降幅度达11.42%，因收入下降，导致毛利率下降。

为了配合市场推广，公司 2014 年通过举办活动的方式扩展报纸广告业务，公司 2014 年陆续承办包括扬州 4.18 国际经贸旅游节、扬州世界运河名城博览会、“蓝之蓝”相约宝缘大爱者群星扬州演唱会等一系列大型活动，随着公司活动数量

的不断增加，2014年活动承办成本相应增加，导致毛利率下滑。

2015年公司根据竞争形势，与扬州日报社重新确定了广告代理费率，2015年1-10月公司报纸广告毛利率较2014年企稳回升。

### ③商品零售业务毛利率变动分析

商品零售业务系销售客户抵广告款的商品，不属于公司经常性业务，故毛利率波动较大。

## （二）报告期内期间费用情况

单位：万元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
营业收入	8,873.53	15,080.12	6,037.03
管理费用	445.45	502.23	301.62
财务费用	-3.33	-5.13	-1.48
合计	442.13	497.10	300.15
管理费用占主营业务收入比重	5.02%	3.33%	5.00%
财务费用占主营业务收入比重	-0.04%	-0.03%	-0.02%
二费占主营业务收入比重合计	4.98%	3.30%	4.97%

与公司业务规模扩大及营业收入增长相对应，公司最近两年一期期间费用总额分别为300.15万元、497.10万元和442.13万元，占主营业务收入的比重分别为4.97%、3.30%和4.98%。

### 1、管理费用

报告期内，公司的管理费用情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
办公费	47.66	76.22	49.06
招待费	69.49	115.18	45.61
工资及福利费	71.87	66.64	26.96
社保及公积金	12.35	8.08	3.23
通讯费	2.33	18.12	4.32
交通费	43.89	36.23	8.65
差旅费	59.98	73.41	35.00

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
租金	62.50	75.00	37.50
车辆维护费	15.59	18.75	3.18
劳务费	51.60	12.98	86.69
其他	8.18	1.61	1.42
<b>合计</b>	<b>445.45</b>	<b>502.23</b>	<b>301.62</b>

最近两年一期公司的管理费用分别为 301.62 万元、502.23 万元和 445.45 万元，占营业收入的比重分别为 5.00%、3.33%和 4.97%，主要系招待费及租赁费变动所致。

## 2、财务费用

报告期内，公司的财务费用情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
利息收入	-3.52	-5.29	-1.54
财务手续费	0.20	0.16	0.07
<b>合计</b>	<b>-3.33</b>	<b>-5.13</b>	<b>-1.48</b>

最近两年一期公司的财务费用分别为-1.48 万元、-5.13 万元和-3.33 万元。

### （三）报告期内投资收益情况

报告期内，公司的投资收益构成如下：

单位：万元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
可供出售金融资产持有期间取得的投资收益	16.60		
<b>合计</b>	<b>16.60</b>		

可供出售金融资产持有期间取得的投资收益系公司 2012 年 12 月投资扬州扬子江房地产投资咨询有限公司，持股比例为 20.00%。扬州扬子江房地产投资咨询有限公司基本情况参见本节“五、财务状况分析（一）主要资产情况及变动分析 2、非流动资产分析（1）可供出售金融资产”。

## （四）报告期内非经常性损益情况

单位：元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
非流动性资产处置损益	-520.92		
计入当期损益的政府补助,但与企业正常经营业务密切相关,符合国家政策规定,按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外			
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-167,335.25	-269,937.56	-115,570.34
其他符合非经常性损益定义的损益项目	165,977.65		
<b>小计</b>	<b>-1,878.52</b>	<b>-269,937.56</b>	<b>-115,570.34</b>
减: 所得税影响额			
扣除所得税影响后的非经常性损益	-1,878.52	-269,937.56	-115,570.34
<b>归属母公司所有者的净利润</b>	<b>16,854,905.54</b>	<b>34,814,727.73</b>	<b>17,798,496.26</b>
<b>扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润</b>	<b>16,856,784.06</b>	<b>35,084,665.29</b>	<b>17,914,066.60</b>

最近两年一期公司扣除所得税影响后的非经常性损益分别为-115,570.34元、-269,937.56元及-1,878.52元。公司报告期内不存在政府补助,非经常性损益主要系投资收益、综合基金等,对公司不存在重大影响。

## （五）适用的主要税收政策

### 1、公司主要税率及税种

税种	具体税率情况
增值税	应税收入按6%的税率计算销项税,并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税。
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税的7%计缴。
教育费附加	按实际缴纳的流转税的3%计缴。
地方教育费附加	按实际缴纳的流转税的2%计缴。
文化事业费	广告服务价税合计收入(含价外费用)减除对外支付的广告发布费的差额按3%的费率计算。
企业所得税	公司内符合文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业,免征企业所得税。

根据财政部、国家税务总局于2013年05月24日发布的《关于在全国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税收政策的通知》(财税[2013]37号),本公司自2013年08月01日起,对外提供服务等业务取得收入按照

6%的增值税税率计缴增值税。

## 2、公司税收优惠及批文

根据国办发【2008】114号《国务院办公厅关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和支持文化企业发展两个规定的通知》和财税【2009】34号《财政部国家税务总局关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的若干税收优惠政策的通知》中的规定，文化事业单位转制为企业的，免征企业所得税，文件执行期限2009年1月1日至2013年12月31日。公司已办理相关备案手续，可享受该项税收优惠政策。

根据国办发【2014】15号《国务院办公厅关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》和财税【2014】84号《财政部国家税务总局中宣部关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》中的规定，文化事业单位转制为企业的，免征企业所得税，文件执行期限2014年1月1日至2018年12月31日。公司已办理相关备案手续，可享受该项税收优惠政策。

## 3、税收缴纳合法合规情况

报告期内，公司税收处罚情况如下：

序号	《税务处罚决定书》文号	处罚日期	处罚事项	处罚结果
1	扬地税一简易(2014)54号	2014年1月24日	公司未于2014年1月15前办理印花税(所属期2013年1-12月)申报	处以200元罚款

上述处罚事项情节轻微，处罚金额较小，不属于重大违法违规行为。2015年12月，公司取得了所属国税局及地税局出具的合规证明，证明公司报告期内依法缴纳税款，除上述处罚事项外，未发现其他应纳税而未纳税和其他违反税收法律、法规及规范性文件的情形。

## 五、报告期财务状况分析

### （一）主要资产情况及变动分析

#### 1、流动资产分析

单位：万元，%

项目	2015年10月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	5,306.14	59.47	2,602.00	34.33	1,274.65	35.99
应收账款	1,810.88	20.29	1,565.93	20.66	1,533.12	43.29
预付款项	1,783.13	19.98	795.18	10.49	40.83	1.15
其他应收款	9.78	0.11	2,616.94	34.52	693.23	19.57
存货	13.06	0.15	0.00	-	-	-
<b>流动资产合计</b>	<b>8,922.99</b>	<b>100.00</b>	<b>7,580.04</b>	<b>100.00</b>	<b>3,541.84</b>	<b>100.00</b>

#### （1）货币资金

报告期内，公司的货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
现金	3.18	1.19	0.45
银行存款	5,302.95	2,600.81	1,274.20
其他货币资金	-	-	-
<b>合计</b>	<b>5,306.14</b>	<b>2,602.00</b>	<b>1,274.65</b>

公司的货币资金主要系银行存款，报告期各期末余额分别为1,274.20万元、2,600.81万元、5,302.95万元，2015年10月末银行存款较2014年末大幅增加，系两位新增自然人股东戴建国、姜群增加出资所致。

#### （2）应收账款

①报告期内公司应收账款账龄及坏账准备情况

A、应收账款分类情况单位：万元

类别	2015年10月31日		
	账面余额	坏账准备	账面价值

	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款					
1、不计提坏账准备的关联方组合					
2、账龄分析法组合	1,917.10	89.29	106.22	5.54	1,810.88
<b>小计</b>	<b>1,917.10</b>	<b>89.29</b>	<b>106.22</b>	<b>5.54</b>	<b>1,810.88</b>
单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款	230.03	10.71	230.03	100.00	
<b>合计</b>	<b>2,147.13</b>	<b>100.00</b>	<b>336.25</b>		<b>1,810.88</b>

(续)

类别	2014年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款					
1、不计提坏账准备的关联方组合					
2、账龄分析法组合	1,657.82	88.68	91.89	5.54	1,565.93
<b>小计</b>	<b>1,657.82</b>	<b>88.68</b>	<b>91.89</b>	<b>5.54</b>	<b>1,565.93</b>
单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款	211.83	11.32	211.83	100.00	
<b>合计</b>	<b>1,869.64</b>	<b>100.00</b>	<b>303.72</b>		<b>1,565.93</b>

(续)

类别	2013年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款					
1、不计提坏账准备的关联方组合					
2、账龄分析法组合	1,615.74	94.68	82.61	5.11	1,533.12

小计	1,615.74	94.68	82.61	5.11	1,533.12
单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款	90.72	5.32	90.72	100.00	
合计	1,706.46	100.00	173.33		1,533.12

## B、按账龄分析法计提坏账的应收账款

单位：万元

2015年10月31日				
账龄	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	账面价值
1年以内	1,739.84	86.99	5.00	1,652.85
1至2年	162.26	16.23	10.00	146.03
2至3年	15.00	3.00	20.00	12.00
合计	1,917.10	106.22	5.54	1,810.88
2014年12月31日				
账龄	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	账面价值
1年以内	1,549.10	77.46	5.00	1,471.65
1至2年	73.05	7.30	10.00	65.74
2至3年	35.67	7.13	20.00	28.54
合计	1,657.82	91.89	5.54	1,565.93
2013年12月31日				
账龄	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	账面价值
1年以内	1,579.24	78.96	5.00	1,500.27
1至2年	36.50	3.65	10.00	32.85
合计	1,615.74	82.61	5.11	1,533.12

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年10月31日，公司应收账款余额分别为1,706.46万元、1,869.64万元和2,147.13万元。公司应收账款余额逐年增加，主要原因系公司业务规模扩张，收入大幅度提高，应收账款随之提高。

公司大部分应收账款账龄在1年以内，整体回款情况良好。公司部分应收账款账龄较长，难以收回，出于会计谨慎性的考虑，按个别认定法计提特别坏账，报告期内，单项金额不重大但单项计提坏账准备的金额分别为90.72万元、211.83万元、230.03万元。

## ②报告期内公司应收账款前五名情况

截至2015年10月31日，公司应收账款前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	账龄	占应收账款总额比例
1	江苏今世缘文化传播有限公司	90.28	1年以内	4.20%
2	扬州华捷房地产开发有限公司	90.20	2年以内	4.20%
3	扬州中信泰富置业有限公司	66.85	1年以内	3.11%
4	扬州增力商贸发展有限公司	62.00	1年以内	2.89%
5	扬州雅居乐房地产开发有限公司	44.30	1年以内	2.06%
合计		<b>353.62</b>		<b>16.46%</b>

截至2014年12月31日，公司应收账款前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	账龄	占应收账款总额比例
1	扬州昌建尊源置业有限公司	400.67	1年以内	21.43%
2	扬州华捷房地产开发有限公司	57.02	2年以内	3.05%
3	扬州雨润房地产开发有限公司	50.83	1年以内	2.72%
4	江苏中泽房地产开发有限公司	49.89	1年以内	2.67%
5	扬州嘉联置业发展有限公司	43.50	2年以内	2.33%
合计		<b>601.90</b>	-	<b>32.19%</b>

截至2013年12月31日，公司应收账款前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	账龄	占应收账款总额比例
1	美锦(扬州)置业有限公司	90.42	1年以内	5.30%
2	扬州红星美凯龙置业有限公司	76.10	1年以内	4.46%
3	扬州华昌置业发展有限公司	72.60	1年以内	4.25%
4	扬州市宝能置业有限公司	67.31	1年以内	3.94%
5	扬州花园置业有限公司	51.28	1年以内	3.01%
合计		<b>357.70</b>	-	<b>20.96%</b>

## ③报告期内公司单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款情况

截至2015年10月31日，公司单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款列示如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末应收账款余额	坏账准备金额	计提原因
1	扬州嘉联置业发展有限公司	43.50	43.50	客户被列入失信被执行人，资不抵债
2	上海启天房地产开发有限公司	40.00	40.00	尾款，难以收回【注1】
3	扬州金达西湖置业有限公司	37.00	37.00	客户被列入失信被执行人，破产
4	源盛置业	22.00	22.00	客户被列入失信被执行人，实际已经关闭
5	仪征市仁杰置业有限公司	20.00	20.00	客户涉债务纠纷，实际已无支付能力
6	扬州金鹰国际实业有限公司京华城购物中心	6.14	6.14	尾款，难以收回【注2】
7	江苏金太阳汽车销售服务有限公司	5.69	5.69	尾款，难以收回【注2】
8	润德菲尔庄园	5.00	5.00	尾款，难以收回【注2】
9	扬州风景汽车销售服务有限公司	4.30	4.30	实际经营管理权发生，变更未能收回
10	扬州玉峰元通汽车销售有限公司	3.64	3.64	尾款，难以收回【注2】
11	扬州京华城中城生活置业有限公司	3.50	3.50	尾款，难以收回【注2】
12	苏州荣嘉广告有限公司	3.25	3.25	尾款，难以收回【注2】
13	扬州市委农工办	3.00	3.00	逾期3年以上，未能收回
14	和景实业发展公司	2.75	2.75	项目公司已关闭
15	扬州玉峰元恒汽车销售服务有限公司	2.54	2.54	尾款，难以收回【注2】
16	众泰控股集团有限公司	2.29	2.29	逾期3年以上，未能收回
17	扬州彭大精品二手车交易服务有限公司	2.00	2.00	尾款，难以收回【注2】
18	扬州万和汽车销售有限公司	1.84	1.84	逾期3年以上，未能收回
19	扬州市住房公积金管理中心	1.66	1.66	尾款，难以收回【注2】
20	盛世长城国际广告有限公司上海分公司	1.66	1.66	尾款，难以收回【注2】
21	扬州利之星汽车维修服务有限公司	1.50	1.50	尾款，难以收回【注2】
22	扬州华龙汽车销售服务有限公司	1.39	1.39	尾款，难以收回【注2】
23	邗建集团	1.00	1.00	尾款，难以收回【注2】
24	扬州牡丹园	1.00	1.00	尾款，难以收回【注2】
25	扬州州扬汽车公司	0.94	0.94	尾款，难以收回【注2】
26	扬州中盟汽车销售有限公司	0.90	0.90	客户资不抵债
27	扬州玉峰汽车销售有限公司	0.82	0.82	尾款，难以收回【注2】
28	重庆力帆汽车销售有限公司	0.80	0.80	尾款，难以收回【注2】
29	天宝装饰	0.62	0.62	尾款，难以收回【注2】
30	重订润祺汽车销售有限公司	0.60	0.60	尾款，难以收回【注2】

序号	单位名称	期末应收账款余额	坏账准备金额	计提原因
31	郭村镇纪委	0.50	0.50	逾期3年以上, 未能收回
32	靖江东风南方汽车销售服务有限公司	0.50	0.50	尾款, 难以收回【注2】
33	扬州市宏达汽车销售有限公司	0.50	0.50	尾款, 难以收回【注2】
34	扬州泽慧文化传媒有限公司	0.50	0.50	尾款, 难以收回【注2】
35	扬州市体育彩票管理中心	0.48	0.48	尾款, 难以收回【注2】
36	扬州大华汽车销售服务有限公司	0.43	0.43	尾款, 难以收回【注2】
37	江苏时新汽车贸易有限公司	0.40	0.40	项目公司资不抵债
38	邗江区委区级机关工委	0.40	0.40	尾款, 难以收回【注2】
39	仪征仁杰置业有限公司	0.36	0.36	尾款, 难以收回【注2】
40	扬州经济开发区实验中学	0.30	0.30	逾期3年以上, 未能收回
41	艾米数字电影	0.30	0.30	尾款, 难以收回【注2】
42	扬州市公铁水联运物流集聚区管理委员会	0.26	0.26	尾款, 难以收回【注2】
43	仪征新集镇政府	0.20	0.20	逾期3年以上, 未能收回
44	扬州桩基公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
45	江苏天地人建设集团	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
46	扬州华光橡塑新材料公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
47	邗江商务局	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
48	西湖镇金槐村委会	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
49	扬州宏运建筑安装工程公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
50	邗江外侨办	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
51	邗建集团万隆基础工程公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
52	扬州裕元建设公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
53	杨庙镇政府	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
54	扬州英东机电工程公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
55	邗江水利局	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
56	邗江区审计局	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
57	扬州爱心壹加壹食品厂	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
58	扬州海昌粉末冶金公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
59	邗江水利建筑工程公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
60	扬州艾特装饰工程公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
61	江苏辰汇汽车贸易有限公司扬州分公司	0.18	0.18	逾期3年以上, 未能收回
	合计	230.03	230.03	

截至2014年12月31日，公司单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款列示如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末应收账款余额	坏账准备金额	计提原因
1	扬州嘉联置业发展有限公司	43.50	43.50	客户被列入失信被执行人，资不抵债
2	上海启天房地产开发有限公司	40.00	40.00	尾款，难以收回【注1】
3	扬州金达西湖置业有限公司	37.00	37.00	客户被列入失信被执行人，破产
4	源盛置业	22.00	22.00	客户被列入失信被执行人，实际已经关闭
5	仪征市仁杰置业有限公司	20.00	20.00	客户涉债务纠纷，实际已无支付能力
6	扬州金鹰国际实业有限公司京华城购物中心	6.14	6.14	尾款，难以收回【注2】
7	江苏金太阳汽车销售服务有限公司	5.69	5.69	尾款，难以收回【注2】
8	润德菲尔庄园	5.00	5.00	尾款，难以收回【注2】
9	扬州风景汽车销售服务有限公司	4.30	4.30	实际经营管理权发生，变更未能收回
10	扬州玉峰元通汽车销售有限公司	3.64	3.64	尾款，难以收回【注2】
11	扬州京华城中城生活置业有限公司	3.50	3.50	尾款，难以收回【注2】
12	苏州荣嘉广告有限公司	3.25	3.25	尾款，难以收回【注2】
13	扬州市委农工办	3.00	3.00	逾期3年以上，未能收回
14	和景实业发展公司	2.75	2.75	项目公司已关闭
15	扬州玉峰元恒汽车销售服务有限公司	2.54	2.54	尾款，难以收回【注2】
16	众泰控股集团有限公司	2.29	2.29	逾期3年以上，未能收回
17	扬州彭大精品二手车交易服务有限公司	2.00	2.00	尾款，难以收回【注2】
18	扬州万和汽车销售有限公司	1.84	1.84	逾期3年以上，未能收回
19	扬州市住房公积金管理中心	1.66	1.66	尾款，难以收回【注2】
20	盛世长城国际广告有限公司上海分公司	1.66	1.66	尾款，难以收回【注2】
21	扬州利之星汽车维修服务有限公司	1.50	1.50	尾款，难以收回【注2】
22	扬州华龙汽车销售服务有限公司	1.39	1.39	尾款，难以收回【注2】
23	邗建集团	1.00	1.00	尾款，难以收回【注2】
24	扬州牡丹园	1.00	1.00	尾款，难以收回【注2】
25	扬州州扬汽车公司	0.94	0.94	尾款，难以收回【注2】
26	扬州中盟汽车销售有限公司	0.90	0.90	客户资不抵债

序号	单位名称	期末应收账款余额	坏账准备金额	计提原因
27	扬州玉峰汽车销售有限公司	0.82	0.82	尾款, 难以收回【注2】
28	重庆力帆汽车销售有限公司	0.80	0.80	尾款, 难以收回【注2】
29	天宝装饰	0.62	0.62	尾款, 难以收回【注2】
30	重订润祺汽车销售有限公司	0.60	0.60	尾款, 难以收回【注2】
31	郭村镇纪委	0.50	0.50	逾期3年以上, 未能收回
32	靖江东风南方汽车销售服务有限公司	0.50	0.50	尾款, 难以收回【注2】
33	扬州市宏达汽车销售有限公司	0.50	0.50	尾款, 难以收回【注2】
34	扬州泽慧文化传媒有限公司	0.50	0.50	尾款, 难以收回【注2】
35	扬州市体育彩票管理中心	0.48	0.48	尾款, 难以收回【注2】
36	扬州大华汽车销售服务有限公司	0.43	0.43	尾款, 难以收回【注2】
37	江苏时新汽车贸易有限公司	0.40	0.40	项目公司资不抵债
38	邗江区委区级机关工委	0.40	0.40	尾款, 难以收回【注2】
39	仪征仁杰置业有限公司	0.36	0.36	尾款, 难以收回【注2】
40	扬州经济开发区实验中学	0.30	0.30	逾期3年以上, 未能收回
41	艾米数字电影	0.30	0.30	尾款, 难以收回【注2】
42	扬州市公铁水联运物流集聚区管理委员会	0.26	0.26	尾款, 难以收回【注2】
43	仪征新集镇政府	0.20	0.20	逾期3年以上, 未能收回
44	扬州桩基公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
45	江苏天地人建设集团	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
46	扬州华光橡塑新材料公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
47	邗江商务局	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
48	西湖镇金槐村委会	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
49	扬州宏运建筑安装工程公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
50	邗江外侨办	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
51	邗建集团万隆基础工程公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
52	扬州裕元建设公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
53	杨庙镇政府	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
54	扬州英东机电工程公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
55	邗江水利局	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
56	邗江区审计局	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
57	扬州爱心壹加壹食品厂	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
58	扬州海昌粉末冶金公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
59	邗江水利建筑工程公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】
60	扬州艾特装饰工程公司	0.20	0.20	尾款, 难以收回【注2】

序号	单位名称	期末应收账款余额	坏账准备金额	计提原因
61	江苏辰汇汽车贸易有限公司扬州分公司	0.18	0.18	逾期3年以上, 未能收回
	合计	211.83	211.83	

截至2013年12月31日, 公司单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款列示如下:

单位: 万元

序号	单位名称	期末应收账款余额	坏账准备金额	计提原因
1	扬州金达西湖置业有限公司	37.00	37.00	客户被列入失信被执行人, 破产
2	扬州嘉联置业发展有限公司	30.00	30.00	公司资不抵债
3	仪征市仁杰置业有限公司	11.60	11.60	客户涉债务纠纷, 实际已无支付能力
4	扬州市委农工办	3.00	3.00	逾期3年以上, 未能收回
5	扬州风景汽车销售服务有限公司	2.95	2.95	实际经营管理权发生, 变更未能收回
6	和景实业发展公司	2.75	2.75	项目公司已关闭
7	扬州万和汽车销售有限公司	1.84	1.84	逾期3年以上, 未能收回
8	众泰控股集团有限公司	0.60	0.60	逾期3年以上, 未能收回
9	郭村镇纪委	0.50	0.50	逾期3年以上, 未能收回
10	扬州经济开发区实验中学	0.30	0.30	逾期3年以上, 未能收回
11	江苏辰汇汽车贸易有限公司扬州分公司	0.18	0.18	逾期3年以上, 未能收回
	合计	90.72	90.72	

【注1】公司于2014年10月22日向扬州仲裁委员会提请仲裁, 请求裁决上海启天房地产开发有限公司支付拖欠广告款, 后经双方协商, 达成一致, 公司撤回仲裁申请, 鉴于上海启天房地产开发有限公司至今仍未支付该笔款项, 公司将于近期通过司法途径追回该笔欠款, 公司出于会计谨慎性原则, 对该笔款项全额计提坏账准备。

【注2】由于报纸广告行业的特殊性, 公司部分客户群体较为分散, 存在部分客户认为广告尾款存在争议、未达到广告预期以及客户广告营销负责人发生变动的, 不愿意继续支

付广告尾款的情形，单笔应收账款金额较小，虽公司积极对其进行催收，但鉴于应收账款通过司法途径追回成本较高，经公司业务人员与客户确认，收回可能性较低，公司出于会计谨慎性原则，对上述款项全额计提坏账准备。

### （3）预付账款

①报告期内公司预付账款情况如下表所示：

单位：万元，%

账龄	2015年10月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	1,783.13	100.00	795.18	100.00	40.83	100.00
合计	<b>1,783.13</b>	<b>100.00</b>	<b>795.18</b>	<b>100.00</b>	<b>40.83</b>	<b>100.00</b>

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年10月31日，公司预付账款分别为40.83万元、795.18万元和1,783.13万元。公司预付账款2014年末较2013年末大幅增长，主要系公司业务发展较快，向扬州市通达公交场站管理有限公司预付广告站台租金以及向淮安振邦文化交流有限公司预付“2014双沟·牡丹之夜亚洲群星演唱会”活动策划费所致。公司预付账款2015年10月末较2014年末大幅增长，主要系公司根据与扬州日报社签订《扬州晚报》、《扬州日报》《扬州时报》三家报纸广告独家代理合同，预付了广告代理费。

②报告期内公司预付账款前五名情况

截至2015年10月31日，公司预付账款前四名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	账龄	占预付账款总额的比例
1	扬州日报社	1,398.89	1年以内	78.45%
2	扬州市通达公交场站管理有限公司	348.24	1年以内	19.53%
3	江苏巴士空间广告传媒	26.67	1年以内	1.50%
4	扬州工人文化宫	9.33	1年以内	0.52%
	合计	<b>1,783.13</b>	-	<b>100.00%</b>

截至2014年12月31日，公司预付账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	账龄	占预付账款总额的比例
----	------	------	----	------------

序号	单位名称	期末余额	账龄	占预付账款总额的比例
1	扬州市通达公交场站管理有限公司	445.93	1年以内	56.08%
2	淮安振邦文化交流有限公司	223.40	1年以内	28.09%
3	扬州体育公园经营管理有限公司	61.00	1年以内	7.67%
4	巩彪	59.85	1年以内	7.53%
5	扬州工人文化宫	5.00	1年以内	0.63%
合计		<b>795.18</b>	-	<b>100.00%</b>

截至2013年12月31日，公司预付账款情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	账龄	占预付账款总额的比例
1	扬州市通达公交场站管理有限公司	40.83	1年以内	100.00%
合计		<b>40.83</b>	-	<b>100.00%</b>

#### (4) 其他应收款

①报告期内公司其他应收款情况如下表所示：

单位：万元

类别	2015年10月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款					
账龄分析法组合	58.29	100.00	48.51	83.23	9.78
不计提坏账准备的关联方组合					
<b>小计</b>	<b>58.29</b>	<b>100.00</b>	<b>48.51</b>	<b>83.23</b>	<b>9.78</b>
单项金额不重大但单项计提坏账准备的其他应收款					
<b>合计</b>	<b>58.29</b>	<b>100.00</b>	<b>48.51</b>		<b>9.78</b>

单位：万元

类别	2014年12月31日		
	账面余额	坏账准备	账面价值

	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款					
账龄分析法组合	50.12	1.89	40.01	79.84	10.10
不计提坏账准备的关联方组合	2,606.83	98.11			2,606.83
<b>小计</b>	<b>2,656.95</b>	<b>100.00</b>	<b>40.01</b>	<b>1.51</b>	<b>2,616.94</b>
单项金额不重大但单项计提坏账准备的其他应收款					
<b>合计</b>	<b>2,656.95</b>	<b>100.00</b>	<b>40.01</b>		<b>2,616.94</b>

单位：万元

类别	2013年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款					
账龄分析法组合	52.62	7.32	25.13	47.76	27.49
不计提坏账准备的关联方组合	665.75	92.68			665.75
<b>小计</b>	<b>718.36</b>	<b>100.00</b>	<b>25.13</b>	<b>3.50</b>	<b>693.23</b>
单项金额不重大但单项计提坏账准备的其他应收款					
<b>合计</b>	<b>718.36</b>	<b>100.00</b>	<b>25.13</b>		<b>693.23</b>

公司其他应收账款主要系租赁的押金保证金等。

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年10月31日，公司其他应收款余额分别为718.36万元、2,656.95万元和58.29万元。2013年末、2014年末其他应收款余额较大，主要系与控股股东扬州报业传媒集团之间正常的资金周转，故未计提坏账准备。

## ②报告期内公司其他应收款前五名情况

截至2015年10月31日，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例
1	扬州市通达公交站场管理有限公司	押金	50.00	5年以上	85.77%
2	孔春源	备用金	3.00	1年以内	5.15%
3	扬州市旅游局	保证金	3.00	1年以内	5.15%
4	社保及公积金	社保及公积金	2.29	1年以内	3.93%
合计		-	58.29	-	100.00%

截至2014年12月31日，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例
1	扬州报业传媒集团有限责任公司	往来款	2,606.83	2年以内	98.11%
2	扬州市通达公交站场管理有限公司	押金	50.00	4-5年	1.88%
3	葛星明	备用金	0.12	1-2年	0.01%
合计		-	2,656.95	-	100.00%

截至2013年12月31日，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例
1	扬州报业传媒集团有限责任公司	往来款	665.75	1年以内	92.68%
2	扬州市通达公交站场管理有限公司	押金	50.00	3-4年	6.96%
3	陈长华	备用金	2.50	1年以内	0.35%
4	葛星明	备用金	0.12	1年以内	0.02%
合计		-	718.36	-	100.00%

## 2、非流动资产分析

单位：万元，%

项目	2015年10月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

可供出售金融资产	40.00	37.06	40.00	39.52	40.00	30.09
固定资产	67.60	62.64	60.69	59.97	92.95	69.91
无形资产	0.32	0.30	0.51	0.51	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>107.93</b>	<b>100.00</b>	<b>101.20</b>	<b>100.00</b>	<b>132.95</b>	<b>100.00</b>

### (1) 可供出售金融资产

单位：万元

被投资单位	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
扬州扬子江房地产投资咨询有限公司	40.00	40.00	40.00
<b>合计</b>	<b>40.00</b>	<b>40.00</b>	<b>40.00</b>

公司可供出售金融资产为2012年11月对扬州扬子江房地产投资咨询有限公司的投资，持股比例为20.00%，公司对其没有重大影响，按成本计量的可供出售权益工具列报。

扬州扬子江房地产投资咨询有限公司成立于2012年11月16日，领有扬州市广陵区工商行政管理局核发的注册号为321002000111744的《企业法人营业执照》，住所为扬州市广陵区汶河北路65号1-801，法定代表人为马广林，注册资本为200.00万元，经营范围为“房地产投资信息咨询、商品房销售代理、房地产经纪（不含评估）、市场调研。（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）”。

### (2) 固定资产

公司的固定资产主要为办公设备。截至2015年10月31日，公司固定资产净值为67.60万元。具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015年10月末	本期增加	2014年末	本期增加	2013年末	本期增加
<b>一、账面原值</b>	<b>148.27</b>	<b>40.50</b>	<b>108.27</b>	<b>2.81</b>	<b>105.46</b>	<b>104.20</b>
运输设备	35.00	35.00	0.30	-	0.30	-
办公设备	0.23	-	0.23	0.23	-	-
电子设备	113.04	5.50	107.74	2.58	105.16	104.20
<b>二、累计折旧</b>	<b>80.67</b>	<b>33.53</b>	<b>47.58</b>	<b>35.07</b>	<b>12.51</b>	<b>-</b>

项目	2015年10月末	本期增加	2014年末	本期增加	2013年末	本期增加
运输设备	2.92	2.97	0.23	0.06	0.17	-
办公设备	0.07	0.04	0.03	0.03	-	-
电子设备	77.68	30.52	47.32	34.98	12.34	-
<b>四、账面价值</b>	<b>67.60</b>	-	<b>60.69</b>	-	<b>92.95</b>	-
运输设备	32.08	-	0.08	-	0.14	-
办公设备	0.16	-	0.20	-	-	-
电子设备	35.36	-	60.42	-	92.81	-

公司运输设备、办公设备折旧年限为5年，电子设备折旧年限为3年。截至2015年10月31日，公司各项固定资产使用状态良好，不存在减值迹象，故未计提固定资产减值准备。公司固定资产不存在抵押或担保的情况。

## （二）主要负债情况及变动分析

单位：万元，%

项目	2015年10月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	242.92	11.01	193.98	16.80	193.98	30.81
预收款项	1,451.57	65.81	545.40	47.24	262.19	41.64
应交税费	413.99	18.77	339.18	29.38	136.97	21.75
其他应付款	97.33	4.41	76.06	6.59	36.50	5.80
<b>流动负债合计</b>	<b>2,205.81</b>	<b>100.00</b>	<b>1,154.61</b>	<b>100.00</b>	<b>629.64</b>	<b>100.00</b>
非流动负债合计	-	-	-	-	-	-
<b>负债合计</b>	<b>2,205.81</b>	<b>100.00</b>	<b>1,154.61</b>	<b>100.00</b>	<b>629.64</b>	<b>100.00</b>

### 1、应付账款

#### （1）报告期内公司应付账款的账龄情况

单位：万元，%

项目	2015年10月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	242.92	100.00			193.98	100.00
1-2年			193.98	100.00		
<b>合计</b>	<b>242.92</b>	<b>100.00</b>	<b>193.98</b>	<b>100.00</b>	<b>193.98</b>	<b>100.00</b>

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年10月31日，公司应付账款分别为193.98万元、193.98万元和242.92万元。公司应付账款2014年

和 2013 年期末余额系应支付淮安安振邦文化交流有限公司活动成本。

## (2) 报告期内公司应付账款前五名情况

截至 2015 年 10 月 31 日，公司应付账款期末余额情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	账龄	占应付账款期末余额合计数的比例
1	江苏中超电缆乒乓球俱乐部有限公司	236.19	1 年以内	97.23%
2	江苏凤凰艺景文化发展有限公司	6.73	1 年以内	2.77%
合计		<b>242.92</b>		<b>100.00%</b>

截至 2014 年 12 月 31 日，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	账龄	占应付账款期末余额合计数的比例
1	淮安振邦文化交流有限公司	193.98	1-2 年	100.00%
合计		<b>193.98</b>		<b>100.00%</b>

截至 2013 年 12 月 31 日，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	账龄	占应付账款期末余额合计数的比例
1	淮安振邦文化交流有限公司	193.98	1 年以内	100.00%
合计		<b>193.98</b>		<b>100.00%</b>

## 2、预收账款

①报告期内预收账款情况如下表所示：

单位：万元，%

项目	2015 年 10 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	1,451.57	100.00	537.51	98.55	262.19	100.00
1-2 年			7.88	1.45	-	
合计	<b>1,451.57</b>	<b>100.00</b>	<b>545.40</b>	<b>100.00</b>	<b>262.19</b>	<b>100.00</b>

截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日和 2015 年 10 月 31 日，公司预收账款余额分别为 262.19 万元、545.40 万元和 1,451.57 万元。公司预收账款余额 2014 年末、2015 年 10 月末较 2013 年末增长较多，主要原因系公司在扬州地

区处于绝对垄断地位，房地产公司为了取得平面纸媒长期发布权，提前支付广告款，公司是以广告发布已见诸于大众，按权责发生制确认收入，对于尚未发布的广告款，做预收款处理。

报告期内预收账款按企业性质情况如下表所示：

单位：万元，%

项目	2015年10月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房地产	1,186.15	81.72	497.45	91.21	96.07	36.64
其他	265.42	18.28	47.95	8.79	166.12	63.36
合计	1,451.57	100	545.40	100.00	262.19	100.00

根据客户的业务特点，公司针对部分房地产客户，采用先收款后发布广告的业务模式，2015年10月末由于会计期间收入需分期确认，导致预收账款金额较2014年末大幅增加。

报告期末房地产预收账款情况如下表所示：

单位：万元

客户名单	预收账款余额	协议到期期限
扬州昌建尊源置业有限公司	380.27	2020年6月30日
扬州中集达宇置业有限公司	143.02	2017年12月31日
扬州京华城中城生活置业有限公司	128.26	2016年12月31日
扬州西园实业发展有限公司	116.46	2016年6月30日
恒通建设集团有限公司	109.83	2016年12月31日
江苏北辰置业有限公司	64.46	2016年12月31日
江苏恒通金鑫置业有限公司	64.42	2016年12月31日
江苏万豪房地产开发有限公司	45.26	2015年12月31日
扬州九龙湾置业有限公司	43.63	2016年06月30日
江苏金鑫置业集团有限公司	35.82	2016年6月22日
金地集团扬州置业发展有限公司	31.70	2015年12月31日
扬州鸿舜置业有限公司	23.03	2016年12月31日
合计	1,186.15	

## ②报告期内公司预收账款前五名情况

截至2015年10月31日，公司预收账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	账龄	占预收账款总额的比例
----	------	------	----	------------

序号	单位名称	期末余额	账龄	占预收账款总额的比例
1	扬州昌建尊源置业有限公司	380.27	1年以内	26.20%
2	扬州中集达宇置业有限公司	143.02	1年以内	9.85%
3	扬州京华城中城生活置业有限公司	128.26	1年以内	8.84%
4	扬州西园实业发展有限公司	116.46	1年以内	8.02%
5	恒通建设集团有限公司	109.83	1年以内	7.57%
合计		<b>877.84</b>	-	<b>60.48%</b>

截至2014年12月31日，公司预收账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	账龄	占预收账款总额的比例
1	扬州京华城中城生活置业有限公司	113.76	1年以内	20.86%
2	恒通建设集团有限公司	87.28	1年以内	16.00%
3	江苏北辰置业有限公司	64.46	1年以内	11.82%
4	江苏恒通金鑫置业有限公司	64.42	1年以内	11.81%
5	中信泰富(扬州)置业有限公司	46.13	1年以内	8.46%
合计		<b>376.04</b>	-	<b>68.95%</b>

截至2013年12月31日，公司预收账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末余额	账龄	占预收账款总额的比例
1	江苏恒通金鑫置业有限公司	64.42	1年以内	24.57%
2	扬州得盛科技发展有限公司	25.00	1年以内	9.53%
3	扬州市宝能置业有限公司	20.00	1年以内	7.63%
4	上海康源商贸有限公司	15.00	1年以内	5.72%
5	蒋王财政所	11.80	1年以内	4.50%
合计		<b>136.22</b>	-	<b>51.95%</b>

### 3、应交税费

报告期内公司应交税费情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
增值税	64.56	107.37	58.86
城市维护建设税	4.52	7.52	4.12
教育费附加	1.94	3.22	1.77
地方教育费附加	1.29	2.15	1.18
个人所得税	0.33	0.47	0.22

综合基金	4.32	1.47	0.65
文化事业费	334.63	216.98	70.18
印花税	2.41	-	-
合计	<b>413.99</b>	<b>339.18</b>	<b>136.97</b>

#### 4、其他应付账款

报告期内公司其他应付款的情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
往来款	2.85	16.50	16.50
风险抵押金	20.00	20.00	20.00
代垫活动款	60.00	-	-
备用金	14.48	39.56	-
合计	<b>97.33</b>	<b>76.06</b>	<b>36.50</b>

公司各报告期末其他应付款余额中不存在应付持本公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位欠款。

### （三）股东权益

报告期内公司的所有者权益的构成情况如下表所示：

单位：万元，%

项目	2015年10月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
股本	5,000.00	73.26	800.00	12.26	800.00	26.27
资本公积	623.30	9.13				
盈余公积	572.66	8.39	572.66	8.77	224.52	7.37
未分配利润	629.15	9.22	5,153.96	78.97	2,020.64	66.36
股东权益合计	<b>6,825.11</b>	<b>100.00</b>	<b>6,526.63</b>	<b>100.00</b>	<b>3,045.15</b>	<b>100.00</b>

## 六、报告期内主要财务指标分析

### （一）盈利能力分析

财务指标	2015年1-10月	2014年度	2013年度
毛利率（%）	26.06	28.86	39.36
净资产收益率（%）	29.70	72.74	82.58

扣除非经常性损益后净资产收益率 (%)	29.70	73.31	83.12
---------------------	-------	-------	-------

报告期内毛利率逐年下滑，2014年毛利率较2013年下滑10.50个百分点，主要原因系公司最主要业务报纸广告毛利率大幅下滑，报纸广告业务毛利率2014年较2013年下滑13.95个百分点。毛利率分析具体参见本节“四、报告期盈利能力分析（一）营业收入、毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析 2、营业收入、营业成本及毛利率情况（3）毛利率分析”。

2015年10月末净资产收益率较2014年大幅下降，主要原因如下：（1）2015年1-10月净利润较2014年全年下降51.59%；（2）2015年新增两名自然人股东增资导致对净资产收益率的摊薄效应。

### （二）偿债能力分析

财务指标	2015年10月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产负债率 (%)	24.43	15.03	17.13
流动比率 (倍)	4.05	6.57	5.63
速动比率 (倍)	4.04	6.57	5.63

公司2015年1-10月资产负债率由2014年末的15.03%上升至24.43%，但仍处于较低水平；公司流动比率、速动比率2015年10月末较2014年末略有下降，但仍保持在较高水平，具有良好的偿债能力。

### （三）营运能力分析

财务指标	2015年1-10月	2014年度	2013年度
应收账款周转率 (次)	4.42	8.43	6.07
存货周转率 (次)	1,004.59	-	-

公司应收账款周转率2015年1-10月较2014年度有所下降，主要系公司客户数量不断增加，应收账款也相应增长，而部分客户未及时支付相应款项，体现在应收账款余额中，从而导致应收账款周转率降低。

公司主营业务为户外广告、报纸广告以及商品零售，其业务特点决定了其几乎没有库存，因此存货周转率较高。

总体而言，公司的应收账款周转率和存货周转率都比较理想，公司的营运能力较强。

## （四）现金流量分析

单位：万元

财务指标	2015年1-10月	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	-185.76	1,328.26	975.66
投资活动产生的现金流量净额	16.60	-0.92	-79.84
筹资活动产生的现金流量净额	2,873.30	-	-
现金及现金等价物净增加额	2,704.14	1,327.34	895.82

### 1、经营活动现金流量

2013年、2014年和2015年1-10月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为975.66万元、1,328.26万元和-185.76万元，2015年公司经营活动产生的现金流量净额为下降的原因：（1）受宏观经济形势的影响，收入较2014年大幅下滑，导致销售商品、提供劳务收到的现金大幅减少；（2）本年向扬州日报社支付2014年的广告代理费，且2015年广告代理费结算模式改变，公司需提前支付下一季度的广告代理费，期末预付账款增加，导致购买商品、接受劳务支付的现金大幅增加。

经营活动现金流量净额与净利润的匹配性情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
<b>1、将净利润调节为经营活动现金流量：</b>			
净利润	1,685.49	3,481.47	1,779.85
加：资产减值准备	41.03	145.27	174.28
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	33.08	35.07	12.07
无形资产摊销	0.19	0.17	-
长期待摊费用摊销			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）			
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	-	-	-
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	-	-	-
投资损失（收益以“-”号填列）	-16.60	-	-
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）			
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）			
存货的减少（增加以“-”号填列）	-13.06	-	-
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-233.38	-2,858.70	-1,439.38

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-1,682.52	524.97	448.84
其他	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	-185.76	1,328.26	975.66
<b>2、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动：</b>	-	-	-
债务转为资本	-	-	-
一年内到期的可转换公司债券	-	-	-
融资租入固定资产	-	-	-
<b>3、现金及现金等价物净变动情况：</b>	-	-	-
现金的期末余额	5,306.14	2,602.00	1,274.65
减：现金的期初余额	2,602.00	1,274.65	378.83
加：现金等价物的期末余额	-	-	-
减：现金等价物的期初余额	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	2,704.14	1,327.34	895.82

## 2、投资活动现金流量

2013年公司投资活动现金流支出系公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金。

2015年公司投资活动现金流流入系公司投资扬州扬子江房地产投资咨询有限公司取得的投资收益。

## 3、筹资活动现金流量

2015年公司筹资活动现金流量净额增加系2015年两位新增自然人股东增资所致。

## 4、大额现金流项目

### （1）销售商品、提供劳务收到的现金

单位：万元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
销售商品、提供劳务收到的现金	8,809.56	12,012.42	4,331.10

### （2）购买商品、接受劳务支付的现金

单位：万元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
购买商品、接受劳务支付的现金	8,110.29	9,393.82	3,111.79

## (3) 收到其他与经营活动有关的现金

单位：万元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
利息收入	3.52	5.29	1.54
收到公司往来	1,224.12	1,880.29	1,140.00
收到的其他款项	20.00	-	-
<b>合计</b>	<b>1,247.64</b>	<b>1,885.58</b>	<b>1,141.54</b>

## (4) 支付其他与经营活动有关的现金

单位：万元

项目	2015年1-10月	2014年度	2013年度
付现费用	306.12	592.19	236.30
支付的其他款项	20.00	-	2.50
支付公司往来	943.16	1,481.79	705.65
<b>合计</b>	<b>1,269.29</b>	<b>2,073.98</b>	<b>944.45</b>

## (五) 财务规范性情况

公司建立了《财务管理制度》等一系列规章制度，涵盖了公司会计核算体制、主要会计政策、会计核算内容和程序、利润分配、财务计划管理、会计档案管理制度、会计电算化管理制度及财务发票和收据管理制度等多个具体环节，确保公司财务的各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。在公司实际经营中上述制度得到有效执行。公司财务部共有6人，其中财务负责人1名，中级会计师，负责所辖部门的日常管理、考核、教育、培训、激励等全面管理工作，编制财务预算及计划，进行经营分析，财务成本控制以及公司财务制度完善，负责合同、财务结算、付款的单据审核，记账凭证的审核，财务纳税申报的审核，出具财务报表，完成分析及预算执行分析等日常管理工作；会计1名，负责应收应付、税务、成本核算等日常会计实务工作；销售会计2名，负责开票及基础数据的整理；出纳2名，负责现金及银行业务。上述人员均具有会计从业资格证书，公司目前的人员配置能够满足财务核算的需要。

主办券商及会计师认为：报告期内，公司已建立了重点业务环节的内控制度并有效执行，公司财务管理制度健全，会计核算规范。

## 七、关联方、关联方关系及关联交易

### （一）关联方和关联关系

公司报告期主要关联方情况如下：

#### 1、持有公司 5%以上股份的关联方

关联方名称	主要关联关系
扬州报业传媒集团有限责任公司	持有公司 55.00%的股份
戴建国	持有公司 25.00%的股份
姜群	持有公司 20.00%的股份

#### 2、公司的实际控制人

公司的实际控制人为扬州日报社。

#### 3、公司的子公司

2015 年 12 月 24 日，公司与扬州报业传媒集团签订《江苏报网文化传媒有限责任公司股权转让协议》，扬州报业传媒集团同意将持有江苏报网 100%的股权（对应注册资本额 1,000.00 万元），作价 1,009.93 万元转让给公司，公司同意按此价格及金额购买上述股权。根据扬州佳诚资产评估事务所于 2015 年 12 月 11 日出具的“扬佳评字报[2015]80 号”《江苏报网文化传媒有限责任公司拟股权转让委托评估全部股东权益项目资产评估报告》，截至评估基准日 2015 年 11 月 30 日，江苏报网的评估净资产值为 1,009.93 万元，本次股权转让以江苏报网的评估值作为定价依据。

本次股权转让完成后，江苏报网变更为江南传媒持有 100%股权的全资子公司。

江苏报网文化传媒有限责任公司成立于 2012 年 12 月 16 日，领有扬州市工商行政管理局核发的注册号为 913210005884248589 的《企业法人营业执照》，住所为扬州市邗江区绿杨路 596 号新盛街道邻里服务中心，法定代表人为史康宁，注册资本为 1,000.00 万元，经营范围为“设计、制作、代理、发布国内各类

广告；软件开发、计算机系统设计、集成、安装服务，平面设计、企业管理服务，科技信息咨询，会议会展服务”。

#### 4、公司的参股公司

公司参股扬州扬子江房地产投资咨询有限公司，股权比例为 20%。

扬州扬子江房地产投资咨询有限公司成立于 2012 年 11 月 16 日，领有扬州市广陵区工商行政管理局核发的注册号为 321002000111744 的《企业法人营业执照》，住所为扬州市广陵区汶河北路 65 号 1-801，法定代表人为马广林，注册资本为 200.00 万元，经营范围为“房地产投资信息咨询、商品房销售代理、房地产经纪（不含评估）、市场调研。（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）”。

#### 5、公司的控股股东、实际控制人控制的其他企业

单位：万元

序号	名称	成立日期	注册号	法定代表人	注册资本	经营范围
1	扬州日报印刷有限责任公司	2008 年 06 月 04 日	321091000026158	薛青	1,377.00	出版物印刷；包装装潢印刷品印刷；其他印刷品印刷（凭有效许可证件经营）；设计印刷品广告。
2	扬州报业户外传媒有限公司	2009 年 9 月 21 日	321091000036537	杨世春	500.00	设计、制作、代理、发布国内各类广告；大型活动组织策划；会议及展览服务；公司礼仪服务。【注 1】
3	扬州报业艺网传媒有限公司	2012 年 4 月 26 日	321091000055896	杨世春	100.00	发布国内各类广告，艺术品展览展示服务，艺术品销售，网站建设，会议会展服务。
4	扬州报业传媒发行投递有限公司	2010 年 6 月 11 日	321091000041586	潘虹	500.00	书报刊杂志的投送；报纸配送；票务代理；会展服务；废旧报刊杂志回收；社会经济信息咨询服务；发布国内各类广告。

5	扬州茉莉花文化传媒有限公司	2012年5月2日	321088000236264	袁文生	200.00	商务信息咨询服务, 投资咨询服务, 会展服务, 企业策划服务, 从事国家批准设置的特定职业和职业标准范围以外的培训(不含国家统一认可的职业资格证书类培训), 文化用品销售, 房地产项目策划、营销代理(经营范围不含需前置许可项目, 需行政许的应取得许可证后经营), 设计、制作、发布国内各类广告。【注1】
6	扬州市第七频道拓展训练营有限责任公司	2010年11月15日	321027000134648	郭义富	50.00	拓展素质训练(非学历非职业技能), 观光农业园开发, 垂钓。
7	扬州市新闻服务有限责任公司	1997年8月12日	321091000000932	韩钢	30.00	大楼物业管理。
8	扬州报业文化传媒有限公司	2013年10月17日	321011000063055	吴忠俊	500.00	文化艺术交流、策划、咨询服务; 组织策划大型活动、会议及展览布置、礼仪服务; 发布国内各类广告; 文化用品、艺术品销售。
9	扬州新闻网传媒有限公司	2006年4月29日	91321091787680571M	王晖军	1,000.00	互联网报纸、互联网音像出版物、手机出版物出版; 第二类增值电信业务中的因特网信息服务业务; 互联网视听节目服务(第二类互联网视听节目服务中的第五项, 电影、电视剧类视听节目的汇集、播出服务; 第六项: 文艺、娱乐、科技、财经、体育、教育等专业类视听节目的汇集、播出服务)(以上经营项目凭有效许可证件经营); 软件开发、信息系统集成、信息技术咨询、数字内容服务; 发布国内各类广告。
10	扬州报业新媒体科技有限责任公司	2012年21日	321091000053546	周保秋	200.00	软件开发; 网络信息服务, 科技信息咨询服务; 通讯器材、软件、日用品批发、零售; 市场营销策划; 设计、制作、代理、发布各类广告【注1】

11	镇江报网文化传媒有限责任公司	2013年3月4日	321191000055740	陈长华	200.00	许可经营项目：无 一般经营项目：广告设计、制作、代理及发布；软件开发；计算机系统设计与集成、安装服务；企业管理；科技信息咨询；会议会展服务。
12	扬州广陵古籍刻印社	2006年5月30日	321000000006458	朱世生	200.00	许可经营项目：出版物印刷、包装装潢印刷品印刷，其他印刷品印刷；图书、报刊批发、零售。（许可经营项目凭有效许可证件经营） 一般经营项目：展览展示服务。纸制品加工，宣纸批发、零售。
13	扬州报业房地产开发有限责任公司	2002年9月10日	321091000000957	杨曾硕	800.00	房地产开发、销售，装饰装潢，工程配套服务，水电安装，物业管理，拆迁服务。 【注1】
14	扬州书局文化传播有限公司	2013年4月17日	321027000197207	王根宝	10.00	图书零售。（按许可证有效期限经营）；文化艺术活动策划、工艺品销售。
15	扬州国书文化传播有限公司	2012年7月24日	321091000058204	王根宝	2,800.00	图书零售。（按许可证有效期及范围经营）；文化艺术活动策划、组织（不含演出经纪）；文化产业投资。

【注1】：扬州报业户外传媒有限公司、扬州茉莉花文化传媒有限公司、扬州报业新媒体科技有限责任公司、扬州报业房地产开发有限责任公司已注销。

## 6、其他关联方情况

关联方名称	与公司的关联关系
张康松	董事长
戴建国	董事、总经理
顾冬飞	董事
李俊	董事
徐茂明	董事
姜群	监事
曹湘洲	监事
施长春	监事
朱鹏	董事会秘书
姚建峰	财务总监

关联方名称	与公司的关联关系
扬州金太阳投资担保有限公司	姜群投资的公司，并担任该公司监事会主席
江苏睿诚投资股份有限公司	戴建国控制的公司，并担任该公司董事长，顾冬飞担任该公司监事
江苏睿诚股权投资基金管理有限公司	江苏睿诚投资股份有限公司控制、控股股东参股的公司
扬州市邗江区国鑫农村小额贷款股份有限公司	控股股东、姜群参股的公司，姜群任该公司董事长、法定代表人
扬州华宝投资管理有限公司	姜群投资的公司，并担任该公司监事
江苏长江石化交易市场股份有限公司	姜群投资的公司，并担任该公司董事
江苏欧曼利德实业投资有限公司	姜群控制的公司
江苏凤凰艺景文化发展有限公司	控股股东参股的公司

主办券商、律师及会计师认为：公司关联方认定准确、披露全面，不存在为规避披露关联交易将关联方非关联化的情况。

## （二）报告期内关联交易情况

### 1、经常性关联交易

#### （1）销售商品、提供劳务的关联交易

本公司在报告期内不存在向关联方销售商品或提供劳务。

#### （2）采购商品、接受劳务的关联交易

##### ①报纸广告代理费

单位：万元

关联方	关联交易内容	2015年1-10月	2014年度	2013年度
扬州日报社	报纸广告代理费	2,565.48	6,560.46	2,524.42

公司与扬州日报社签订《扬州晚报》、《扬州日报》、《扬州时报》三家报纸广告独家代理合同，广告代理费根据当年报纸广告收入的比例计算，每年广告代理费比例结合市场因素，并参考国内同行业水平，定价具有公允性。上述三家报纸在扬州地区的垄断地位，故公司支付广告代理费具有必要性，未来仍将持续发生。报告期内，签订广告代理合同情况列示如下：

期间	签订日期	代理期限	代理费比例	实际结算代理费比例
2013 年度	2013 年 8 月 31 日	2013 年 9 月 1 日-2013 年 12 月 31 日	50.00%	50.00%
2014 年度	2013 年 12 月 28 日	2014 年 1 月 1 日-2014 年 12 月 31 日	50.00%	49.00%
2015 年 1-10 月	2014 年 12 月 28 日	2015 年 1 月 1 日-2024 年 12 月 31 日	35.00%	35.00%

考虑市场环境的变化，2014 年扬州日报社结算广告代理费时给予公司 1% 的优惠，实际按报纸广告收入的 49% 计算广告代理费。

2013 年、2014 年广告代理费协议每年签订一次，自 2015 年起公司与扬州日报社签订 10 年长期代理协议，并约定按季提前预付下一季度广告代理费（按上年同期水平测算），扬州日报社出于长期合作和业务稳定性的考虑将广告代理费比例下降到 35%。

#### 同行业广告代理费水平：

2006 年 07 月 31 日，深圳证券时报传媒有限公司与证券时报社签订经营业务授权协议。证券时报社授予深圳证券时报传媒有限公司有关《证券时报》的商业广告、财经信息的咨询策划、设计制作与代理发布等相关业务的独家经营权，同时授予时报传媒在经营上述业务时可以使用《证券时报》的商标和商誉的权利。授予的独家经营权期限为 30 年，自 2006 年 08 月 01 日至 2036 年 07 月 31 日止。深圳证券时报传媒有限公司需每月按其经营《证券时报》业务收入的 35% 向证券时报社支付保障《证券时报》出版、发行相关成本的费用，全年累计不得低于 6,600.00 万元。

数据来源：华闻传媒投资集团股份有限公司 2014 年年度报告

#### ② 阅报栏代理费

单位：万元

关联方	关联交易内容	2015 年 1-10 月	2014 年度	2013 年度
扬州报业户外传媒有限公司	阅报栏代理费	76.00		
扬州报业传媒集团有限公司	阅报栏代理费	120.00		

2015 年 2 月 28 日，扬州报业户外传媒有限公司与公司签订阅报栏广告代理协议，将其持有的扬州市区 400 个阅报栏灯箱广告全部交由公司代理，代理期限自 2015 年 3 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日，代理费参考当地市场平均水平，根据

当月实际能运营的阅报栏数量，按每台阅报栏每月代理费 750 元计算。

由于扬州报业户外传媒有限公司 2015 年 7 月起业务并入扬州报业传媒集团有限公司，公司、扬州报业户外传媒有限公司、扬州报业传媒集团有限公司于 2015 年 7 月 1 日签订三方协议，公司原与扬州报业户外传媒有限公司签订的阅报栏代理协议相关权利义务由扬州报业传媒集团有限公司承续。

由于阅报栏在扬州地区的垄断地位，公司支付代理费具有必要性，未来仍将持续发生。报告期内，实际运营阅报栏数量如下：

关联方	月份	实际阅报栏数量
扬州报业户外传媒有限公司	2015 年 3 月	130
扬州报业户外传媒有限公司	2015 年 4 月	220
扬州报业户外传媒有限公司	2015 年 5 月	265
扬州报业户外传媒有限公司	2015 年 6 月	400
扬州报业传媒集团有限公司	2015 年 7 月以后	400

### (3) 关联租赁

单位：万元

关联方	关联交易内容	2015 年 1-10 月	2014 年度	2013 年度
扬州日报社	办公楼租赁费	62.50	75.00	37.50

公司于 2013 年 6 月 28 日与扬州日报社签订协议，将扬州日报社持有的坐落于扬州市文昌路 525 号报业大厦 3-4 层 2000 平米办公楼租赁给公司使用，租赁期限自 2013 年 7 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，双方约定，前三年租金为 75 万元，自 2016 年 1 月起每年租金递增 5%。上述办公楼租赁按市场价格定价，不存在显失公允或存在其他利益安排的情况；交易金额较小，对公司的财务状况和经营成果不构成重大影响。

## 2、偶发性关联交易

为优化资产结构，公司与扬州日报社签订协议，将经营过程中收到抵广告款的 16 套房产，金额 2,151.49 万元，按账面价值转让给扬州日报社，相应款项已结清，不存在损害公司利益的情形。

### （三）报告期内关联方应收应付款项

单位：万元

项目名称	关联方名称	2015-10-31	2014-12-31	2013-12-31
其他应收款	扬州报业传媒集团有限责任公司	-	2,606.83	665.75
预付款项	扬州日报社	1,398.89	-	-

截至2014年12月31日，公司其他应收款扬州报业传媒集团有限责任公司金额为2,606.83万元。2015年4月30日经公司股东会决议通过，对公司截止2015年4月30日累计未分配利润6,683.68万元进行分配，以未分配利润转增资本1,950.00万元，向股东扬州报业传媒集团分配4,733.68万元，公司以该笔利润分配金额冲抵了其他应收款与该股东的往来。截至本公开转让说明书申报基准日，公司其他应收款中关联方资金往来余额为零。

股份公司成立前，公司规范运作的制度不够健全，有限公司与关联方之间资金占用频繁。公司在股份制改造时已完成了关联方资金往来的清理。

股份公司设立后，为完善公司治理，加强对公司资金使用的管理控制，陆续通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易管理制度》等一系列制度。上述制度中公司对资金使用的决策及权限做出了明确的规定；对关联方及关联交易等明确了具体的交易审批权限、审批程序及回避表决事项。股份公司成立后，公司严格遵守上述制度管理公司资金、避免资金占用情况，公司与控股股东扬州报业传媒集团未发生新增资金往来情形。截至本公开转让说明书申报日，公司与控股股东扬州报业传媒集团之间往来款余额为零。

### （四）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

公司主要关联交易和关联往来占比情况如下表：

项目名称	2015年1-10月	2014年度	2013年度
关联采购占营业成本比例（报纸代理费）	39.10%	61.16%	68.95%
关联采购占营业成本比例（阅报栏代理费）	2.99%		
关联其他应收款占比		98.11%	92.68%
关联预付账款占比	78.45%		

虽然报告期内关联采购占比逐年大幅降低，但最近一期关联采购比例仍然较高，所有涉及报纸广告代理业务均依赖于关联方，2013年、2014年、2015年1-10月公司向关联方支付报纸广告代理费占营业成本比例分别为68.95%、61.16%和

39.10%，关联交易对公司成果具有较大影响。

## （五）关联交易决策程序情况

股份公司整体变更前，在《公司章程》中没有就关联交易决策程序作出规定，公司的关联交易没有严格履行审批手续，决策程序不完备。

股份公司成立后，除《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》对关联交易决策作出规定外，公司还专门制定了《关联交易管理制度》，严格规范关联交易行为。

### （1）公开转让后《公司章程》对关联交易的规定

《公司章程》规定，公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或者受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

股东大会审议关联交易事项之前，公司应当依照国家的有关法律、法规确定关联股东的范围。

在股东大会召开时，关联股东应主动提出回避申请，其他股东也有权向召集人提出该股东回避。召集人应依据有关规定审查该股东是否属关联股东，并有权决定该股东是否回避。

应予回避的关联股东可以参加审议涉及自己的关联交易，并可就该关联交易是否公平、合法及产生的原因等向股东大会作出解释和说明，但该股东无权就该事项参与表决。

关联股东应予回避而未回避，如致使股东大会通过有关关联交易决议，并因此给公司、公司其他股东或善意第三人造成损失的，则该关联股东应承担相应民事责任。

股东大会对关联交易事项做出的决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数通过方为有效。但是，该关联交易事项涉及本章程规定的需要以特别决议通过的事项时，股东大会决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的2/3以上通过方为有效。

董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应当将该事项提交股东大会审议。

## **(2) 公开转让后《关联交易管理制度》对关联交易决策程序的规定**

### **①股东大会**

公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易，由董事会向股东大会提交议案，经股东大会批准后生效。

公司拟为关联人提供担保的，不论数额大小，上述事项经公司董事会做出决议，并经股东大会批准后方可实施。

### **②董事会**

公司与关联法人发生的交易金额在20万元以上，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。公司与关联自然人发生的交易金额在20万元以上的关联交易以及公司与关联方就同一标的或者公司与同一关联方在连续12个月内达成的关联交易累计金额符合上述条件的关联交易协议，由总经理向董事会提交议案，经董事会审议批准后生效。

## **(六) 减少和规范关联交易的具体安排**

本公司根据相关法律法规和《公司章程》的规定，制定了《关联交易管理制度》。本公司将严格执行《公司章程》、三会议事规则、《关联交易管理制度》中关于关联交易的规定，规范关联交易。

公司控股股东出具了《关于规范关联交易的承诺函》，承诺“1、公司将不利用实际控制人及控股股东的地位影响公司的独立性，并将保持公司在资产、人员、财务、业务和机构等方面的独立性；2、截至本承诺函签署之日，除已经披露的情形外，公司投资或控制的企业与公司不存在其他重大关联交易；3、今后公司将尽量避免与其他关联方之间发生关联交易；对于确有必要且无法回避的关联交易，在不与法律、法规及公司的相关规定相抵触的前提下，公司将促使公司投资或控制的企业与公司进行关联交易时将按公平、公开的市场原则进行，并履行法律、法规和公司规定的有关程序；4、公司将促使公司所投资或控制的企业不通过与公司之间的关联交易谋求特殊的利益，不会进行有损公司及其中小股东利益的关联交易。”

公司控股股东、实际控制人出具了《关于规范及减少关联交易的承诺函》，承诺“1、公司控股股东、实际控制人将不利用实际控制人及控股股东的地位影响公司的独立性，并将保持公司在资产、人员、财务、业务和机构等方面的独立性；2、截至本承诺函签署之日，除已经披露的情形外，公司控股股东、实际控制人投资或控制的企业与公司不存在其他重大关联交易；3、今后公司控股股东、实际控制人将尽量避免与其他关联方之间发生关联交易；对于确有必要且无法回避的关联交易，在不与法律、法规及公司的相关规定相抵触的前提下，公司控股股东、实际控制人将促使公司控股股东、实际控制人投资或控制的企业与公司进行关联交易时将按公平、公开的市场原则进行，并履行法律、法规和公司规定的有关程序；4、公司控股股东、实际控制人将促使公司控股股东、实际控制人所投资或控制的企业不通过与公司之间的关联交易谋求特殊的利益，不会进行有损公司及其中小股东利益的关联交易。”

## **八、请投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项**

### **（一）重大承诺事项**

截至本说明书签署日，公司无需要披露的重大承诺事项。

## （二）或有事项

截至本说明书签署日，公司无需要披露的或有事项。

## （三）资产负债表日后事项

截至本说明书签署日，公司无需要披露的其他重大资产负债表日后事项。

## （四）其他重要事项

截至本说明书签署日，公司不存在尚未了结或可预见的、影响公司持续经营的重大诉讼、仲裁。

截至本说明书签署日，公司无需要披露的其他重要事项。

# 九、报告期内资产评估情况

## （一）增资扩股的资产评估情况

2015年5月12日，扬州佳诚资产评估有限公司采用成本法和收益法，按照必要的评估程序，对公司的股东全部权益价值在2015年4月30日的市场价值进行了评估，并出具了《扬州市报业广告有限责任公司拟增资扩股委托评估全部股东全部权益项目资产评估报告》（扬佳评报字【2015】第51号）。

评估结论为：（1）成本法评估结果：“截止评估基准日，委托评估的扬州市报业广告有限责任公司全部股东权益 27,719,349.76 元。与之相关的资产评估价值79,475,658.68元，负债评估值 51,756,308.92元；（2）收益法评估结果：“截止评估基准日，委托评估的扬州市报业广告有限责任公司全部股东权益 26,736,600.00元。

## （二）改制时的资产评估情况

2015年11月22日，北京北方亚事资产评估有限责任公司采用成本法，按照必要的评估程序，对扬州市报业广告有限责任公司拟实行股份制改造所涉及的其股东全部权益价值在2015年10月31日的市场价值进行了评估，并出具了《扬州市报业广告有限责任公司拟股份制改造涉及的其股东全部权益价值项目资产评估报

告》（北方亚事评报字【2015】第01-593号）。具体评估结果如下：

项目	账面价值	评估价值	增值额	增值率（%）
资产总计（万元）	9,030.92	9,331.30	300.38	3.33
负债总计（万元）	2,205.81	2,205.81		
净资产（万元）	6,825.11	7,125.50	300.38	4.40

## 十、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况及公开转让后股利分配政策

### （一）报告期内股利分配政策

股份公司整体变更前，在《公司章程》中没有就股利分配政策作出规定。

### （二）公开转让后的股利分配政策

根据《公司章程》规定：

- 1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。
- 2、公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。
- 3、公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。
- 4、公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但公司章程规定不按持股比例分配的除外。
- 5、股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。
- 6、公司持有的公司股份不参与分配利润。
- 7、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金不用于弥补公司的亏损。
- 8、法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金不少于转增前公司注册资本的25%。
- 9、公司利润分配政策为应尽可能兼顾对股东的合理回报和有利于公司的长

远发展。

10、公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（股份）的派发事项。

### （三）报告期内公司股利分配情况

2015年4月30日经公司股东会决议通过，对公司截止2015年4月30日累计未分配利润6,683.68 万元进行分配，以未分配利润转增资本1,950.00 万元，其他剩余部分利润全部向股东扬州报业传媒集团分配。

2015年10月30日经公司股东会决议通过，因公司2015年4月30日利润分配时误将盈余公积473.37 万元分配给股东扬州报业传媒集团，为了纠正上述会计处理差错，决定由扬州报业传媒集团将上述分红返还公司。

除此之外，报告期内公司未进行其他股利分配。

## 十一、风险因素

### （一）宏观经济波动风险

广告投放需求的大小直接决定了广告行业的市场规模。由于大多数广告客户将广告支出作为一项软性支出，在经济不景气时期，客户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。此外，广告行业下游客户涉及的行业非常广泛，涉及房地产、电信、汽车、教育、化妆品、食品、互联网、家电、娱乐、金融等多个行业门类，基本涵盖了国民经济活动的各个部门。因此，广告行业与宏观经济的联系非常紧密，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，进而影响公司的业务和经营。

### （二）政策风险

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

### （三）报纸广告萎缩风险

自2012年报纸广告由增长转为下降后，降幅逐年扩大，2014年降幅由上年的8.1%扩大到18.3%，三年来报纸广告累计下降了29.6%。广告下降在报纸广告版面的减少中表现的较为明显，2014年报纸广告资源量（报纸广告占版面积）下降了20.9%。2015年前三季度，报纸广告降幅扩大到34.5%，资源量（广告占版面积）降幅达36.5%。

报告期内，公司报纸广告收入占公司主营收入的比例分别为83.63%、88.97%和82.59%，报告期内公司大力拓展了户外广告等业务，一定程度上抵消了报纸广告下滑的影响，但报纸广告的萎缩将会继续对公司经营业绩和财务状况造成较大影响。

### （四）区域市场风险

公司现阶段的主要业务集中在扬州地区。该地区的经济形势将直接影响公司的经营业绩。虽然公司具有经营模式、品牌等竞争优势，但不排除公司会受到扬州地区区域经济波动等各种因素改变的冲击，从而使公司经营受到影响。同时，随着行业的发展，市场竞争将会日趋激烈，行业内企业将面临市场竞争加剧的风险。

### （五）新媒体的冲击风险

随着智能设备和新技术的发展，移动互联网等新媒体形式已占据一定的市场份额，且增长速度较快。2014年，中国互联网广告市场规模达到1565.3亿元，较2013年增长56.5%。虽然公司已在扬州本地形成一定的垄断优势，但新媒体形式的开发和拓展能力尚显薄弱。随着各种新媒体以及植入广告等新型广告形式层出不穷，运作模式的创新化将对传统广告业形成冲击，对公司未来业务发展造成一定风险。

### （六）行业市场竞争加剧的风险

目前，参与行业市场竞争的企业众多但大多规模较小，行业集中度较低。随着具备资本与专业优势的外资广告公司继续扩张以及国内领先的广告公司纷纷

借助各类资本市场谋求跨越式发展，中国广告产业正面临整合期，市场竞争将日趋激烈。如果行业内公司无法顺应市场竞争情况的变化，不能在未来的发展中迅速扩大规模、提高品牌影响力，公司则将面临不利的市场竞争局面，经营业绩和财务状况会受到一定影响。

## （七）获取户外广告媒体可持续性的风险

户外广告媒体的设置规划通常由地方政府组织工商、城建、市政、环保、公安等有关部门制订，工商行政管理机关负责具体监督实施。随着我国城市规划、交通规划的成熟规范，以及城市环境、景观等的改造需要，地方政府可能会对原有的户外广告媒体设置规划进行调整，部分不符合新规划的户外广告媒体存在被迫拆除或迁移的可能。地方政府对户外广告媒体设置规划的改变调整可能会对户外广告行业造成一定的不良影响。

此外，户外媒体运营业务对媒体资源的依赖性较高，具有独占性、排他性、地域性、优质资源有限性等特征的户外广告媒体是行业内重要的稀缺资源。公司持续稳定地获取户外广告媒体载体、经营权或设置权是开展户外广告业务的根本。公司拥有的公交站台广告经营权有效期限至2016年7月31日，党报阅报栏广告经营权有效期限至2016年12月31日。如若公司未来在经营过程中无法持续稳定获取户外广告媒体载体、经营权或设置权，或购买成本大幅上升，均会一定程度上对公司的经营及盈利产生影响。

## （八）被主管部门处罚的风险

与1994年《广告法》相比，2015年9月1日实施的新《广告法》加大了打击虚假广告的力度，加重了广告经营者、广告发布者的责任：“广告经营者、广告发布者明知或者应知广告虚假或违反法律规定仍设计、制作、代理、发布的，需要承担相应责任”；“关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任”等。虽然公司已经建立了规范有效的广告审查制度，配备了相应的专业人员，严格按照法律法规的相关要求对发布广告的真实性、合法性、广告形式、广告整体效果等进行审查，尽可能避免发布虚假或不实广告，但由于广告信息主要由客户

提供，公司仍然无法完全避免发布的广告为虚假或不实广告，存在被主管部门处罚的风险。

此外，根据扬州市人民政府于2006年7月11日颁布的《扬州市市区户外广告和标志设置管理办法》（扬府发【2006】110号）：公司从事户外广告业务需取得扬州市城市管理局颁发的《扬州市市区户外广告设置许可证》以及扬州市工商行政管理局颁发的《户外广告登记证》。

报告期内，公司公交站台灯箱《许可证》于2014年3月到期后未及时办理续期，党报阅报栏、LED显示屏等未办理《许可证》。

股份公司成立后，针对上述问题，公司加强了规范运作工作，组织专门的工作小组负责跟进户外广告《许可证》的申请事宜，制定了详细的申请办理规划，并于2015年12月14日顺利取得上述经营户外广告所需《许可证》。同时，公司也将继续完善户外广告的建档跟踪机制，跟踪公司户外广告的设置许可审批及续批情况，按照相关规定及时办理审批手续。

2015年12月，公司取得了城管开具的合规证明，证明公司报告期内未发生重大违法违规情况，亦不存在被相关主管机关处罚且情节严重的情况，同时，针对上述报告期内户外广告未取得《许可证》的情形将不会予以行政处罚。2015年12月，公司取得了工商开具的合规证明，证明公司报告期内未发生重大违法违规情况，亦不存在被相关主管机关处罚且情节严重的情况。

虽然公司已针对上述户外广告取得了必要的审批手续并制定了合法有效的风险防范措施，但公司仍然无法完全避免因未能及时申请相关资质而存在被主管部门处罚的风险。

## （九）对关联方媒体资源依赖的风险

公司与实际控制人扬州日报社签定了长期独家代理广告业务的协议，双方约定代理费根据当年报纸广告收入的35%计算，代理期限自2015年1月1日至2024年12月31日，2013年、2014年、2015年1-10月公司向扬州日报社支付报纸广告代理费金额分别是2,524.42万元、6,560.46万元以及2,565.48万元，占营业成本比例分别为68.95%、61.16%和39.10%，虽然报告期内关联采购占比逐年大幅降低，但报告期内最近一期关联采购比例仍然较高，公司存在对关联方媒体资源的较大依

赖。

尽管目前公司业务多元化发展，具有较为独立的业务运作系统，具备独立面对市场的能力。但是由于公司主要代理实际控制人扬州日报社的报纸广告业务，报告期内关联交易金额较大，从而造成了公司在报纸广告业务方面依赖于实际控制人的情形。报告期内公司拓展了户外广告业务，降低了纸媒业务对公司经营状况的影响。如果未来公司未能继续获得扬州日报社广告业务的独家代理权利，或者扬州日报社大幅调整代理费比例，将会对公司的经营发展产生重大不利影响。

### **（十）毛利率逐年下滑的风险**

2013年度、2014年度及2015年1-10月，公司毛利率分别为39.36%、28.86%、26.06%，报告期内逐年下滑。2014年公司毛利率较2013年大幅下降，系2014年公司最主要业务报纸广告业务毛利下降所致。2014年、2015年1-10月公司虽不断开拓户外广告业务，但由于户外广告新增公交站台的数目较多，且这些广告牌大多位于人流较少的新建街区，广告价值较低，收入的增长慢于成本增加，导致2015年1-10月毛利率下滑。若未来公司业务收入不能维持在较高水平，受人工成本、租赁费用等固定成本影响，毛利率将面临继续下滑的风险。

### **（十一）期末应收账款余额较大的风险**

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年10月31日，公司应收账款账面余额分别为1,706.46万元、1,869.64万元和2,147.13万元，占公司总资产的比例分别达到46.44%，24.34%和23.78%。虽然公司大部分应收账款账龄在1年以内，账龄较短，应收账款坏账风险较低，但由于公司报告期内存在单项计提坏账准备的情况，期末应收账款余额较大，不能完全排除未来应收账款无法收回而产生坏账损失的风险。

### **（十二）经营活动现金流下滑的风险**

公司2013年度、2014年度、2015年1-10月经营活动产生的现金流量净额分别975.66万元、1,328.26万元、-185.76万元。2015年1-10月公司受到广告收入大幅下滑以及广告代理费结算模式改变所引起的预付账款的增加双重因素影响，导致

2015年1-10月经营性现金流量大幅下滑。若公司未来收入继续下滑，经营性活动现金流量将面临继续下滑的风险。

### （十三）税收优惠政策变化风险

按照国办发【2014】15号文《国务院办公厅关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》和财税【2014】84号文件《财政部国家税务总局中宣部关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》中的规定，文化事业单位转制为企业的，免征企业所得税，文件执行期限2014年1月1日至2018年12月31日。公司按照规定享受该项税收优惠政策。一旦未来相关税收优惠政策发生变化，公司可能无法在未来年度继续享受税收优惠，将对其经营业绩产生一定的不利影响。

### （十四）公司治理风险

公司在2015年11月整体变更为股份有限公司后，建立健全了法人治理结构，制定了适应企业发展的内部控制体系。随着公司主营业务不断拓展，公司总体经营规模将进一步扩大，这将对公司在战略规划、组织机构、内部控制、运营管理、财务管理等方面提出更高要求，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

针对以上风险，公司将继续严格按照《公司法》、《公司章程》及相关规定规范运作“三会”，完善法人治理结构，加强内部制度建设。公司管理层将在今后加强学习，在日常经营管理中严格执行各项内部规章制度，切实保障公司的规范运作。

### （十五）实际控制人及控股股东不当控制风险

公司控股股东为扬州报业传媒集团，直接、间接合计控制公司55%的股份，公司实际控制人为扬州日报社，直接控制扬州报业传媒集团全部的股权。故控股股东及实际控制人均能够对公司股东大会、董事会、管理层的决策等事项产生重大影响。若公司控股股东或实际控制人对公司的经营、人事、财务等事项进行不

当控制，将可能给公司经营和其他股东利益带来一定风险。

## （十六）内部控制风险

有限公司阶段，公司作为集团下属企业，独立的财务人员配备不够完善，部分人员为集团委派至扬州报业广告，公司的组织机构设置、部门职责划分、岗位分工以及授权管理等方面需要完善。股份公司成立后，公司建立健全了内部控制制度，在人员配置、组织机构等方面进行了完善，但内部控制制度的有效执行存在一定的不确定性。未来，若公司未能有效执行相关制度，将可能对其生产经营产生不利影响。

### 第五节 有关声明

#### 一、申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事：

张康松

戴建国

顾冬飞

李俊

徐茂明

全体监事：

姜群

曹湘洲

施长春

全体高管：

戴建国

朱鹏

姚建峰



江苏江南大业传媒股份有限公司

2016年 2月 23日

## 二、主办券商声明

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

项目负责人签字： 彭波  
彭波

项目小组人员签字： 江磊  
江磊

李盛杰  
李盛杰

薛瑞  
薛瑞

法定代表人签字： 王常青  
王常青

中信建投证券股份有限公司（盖章）  
2016年2月23日  
1100000047469

### 三、 律师声明

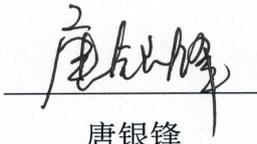
本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书中不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

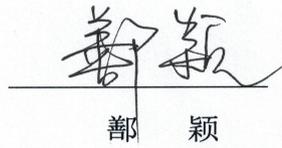


黄宁宁

经办律师：



唐银锋



鄯颖

国浩律师（上海）事务所

2016年 2月 23日

#### 四、 会计师事务所声明

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

会计师事务所负责人:    
李尊农

签字注册会计师:    
胡海萌

  
谢菲  
110001673829

中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）



2016年 2月 23日

## 五、 资产评估机构声明

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

资产评估机构法定代表人：

  
闫金山

闫金山

签字注册资产评估师：

  
吴玉明

吴玉明

  
张 玮

张 玮

北京北方亚事资产评估有限责任公司



2016年 2月 23日

## 第六节附件

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