

河北众美传媒股份有限公司 公开转让说明书



众 美

主办券商



申万宏源证券有限公司

二〇一六年十一月

挂牌公司声明

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

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

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

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

重大事项提示

公司在生产经营过程中，由于所处行业及自身特点所决定，特提示投资者应对公司以下重大事项予以充分关注：

一、实际控制人不当控制风险

公司实际控制人刘永凯直接持有公司 31.3333%的股份，通过控股股东众美投资间接持有公司 53.6667%的股份，合计持有公司 85%的股份；同时担任公司董事长，对股东大会决议、日常经营、财务管理等均可实施实质性影响。尽管公司已经建立了较为完善的法人治理结构，但未来如实际控制人利用其控制地位及管理职权对公司的经营决策、财务、人事等方面进行不当控制，可能会给公司经营和其他股东利益带来风险。

二、因违规发布广告而受处罚的风险

《中华人民共和国广告法》规定，广告应该真实、合法，不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者。特别是 2015 年 9 月 1 日开始实施的新广告法增设了许多规定，严于原有规定。作为广告服务提供商，公司需要对广告主相关广告内容进行形式审查，以保证广告内容及广告主提供的资料、信息等的真实性、合法性，不存在虚假宣传和违反《中华人民共和国广告法》等法律、法规和部门规章的情形。广告内容经公司审核通过后，尚需媒体审核合格方能进行广告投放。

公司可能会面临因违规发布广告而遭受处罚或诉讼的风险，同时公司可能遭受的处罚或诉讼会对公司的市场信誉及业务拓展造成不利影响。

三、公司治理风险

股份公司设立后，虽然公司建立健全了法人治理结构，逐渐完善了适应公司发展的内部控制体系，但由于股份公司成立时间尚短，公司各项内部管理、控制制度的制定和执行尚未经过一个完整经营周期运行的检验，特别是实际控制人对外投资、兼职较多，对公司的管理时间及精力有限，因此公司管理层需不断提高规范运作的能力和意识，在生产经营过程中逐步完善公司治理和内部控制体系。同时，随着公司经营规模的扩大，对公司治理将会提出更高的要求，公司需要在战略管理、财务管理、风险控制等内部管理方面不断完善。因此，公司未来经营

中存在因内部治理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

四、人才短缺和流失的风险

公司所在的行业属于知识密集型行业，行业主要依靠人才资源积累的知识和经验来提供服务，人才的专业素质是咨询服务质量的关键因素。因此公司的发展和业务结构调整需要大量拥有专业经验的人才队伍。目前行业发展的不规范、机制不健全、人力资源成本上升快等因素使得行业的人才流动较为频繁。虽然公司目前的核心团队较为稳定，但是如不能及时引进和培养足够的高素质人才，将面临人才短缺的风险。

五、应收账款较大无法及时收回的风险

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年4月30日，公司的应收账款净额分别为11,591,329.26元、14,622,914.66元和13,771,419.64元，应收账款净额占当期营业收入的比例分别为27.40%、34.63%和89.50%，占总资产比重分别为35.49%、40.26%和36.68%，应收账款占总资产比重较高。

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年4月30日，账龄1年以内的应收账款占应收账款余额的比例分别为95.03%、89.81%和97.88%，1年以内账龄的应收账款占比较大，从历年应收账款回收情况分析，应收账款预计无法收回的风险较小。从2016年5月至公开转让说明书签署之日，公司收回客户的广告费款项1,311.38万元，应收账款前五大共计收回696.97万元，占报告期末应收账款余额的71.87%。

虽然公司目前的回款情况正常，且应收账款主要集中在账龄为1年以内的区间，但公司未来可能依然保持较大比例的应收账款，如果未来遇到不可预计的市场环境因素，可能出现无法及时收回的风险。

六、公司涉诉案件对公司经营业绩影响的风险

（一）众美有限起诉泉丰商贸的广告合同纠纷案件

2011年11月1日，众美有限与泉丰商贸签订《户外广告业务合同书》，约定泉丰商贸委托众美有限代理西凤酒醇藏系列在石家庄区域户外广告的制作和发布，发布时间自2012年11月8日至2013年2月7日，合同总金额为19.8万元，付款方式为：分三次付款，泉丰商贸分别于2012年11月8日、2012年

12月8日、2013年1月8日向众美有限支付6.6万元。合同签订后，众美有限依约履行了广告发布义务，但泉丰商贸仅支付第一次广告费6.6万元，尚欠广告费13.2万元。

为此，众美有限向石家庄市长安区人民法院提起诉讼，请求依法判令：1、泉丰商贸支付众美有限广告费13.2万元；2、支付违约金13.2万元；3、诉讼费用由被告泉丰商贸承担。2014年2月10日，石家庄市长安区人民法院作出《民事判决书》（（2013）长民二初字第359号），判决如下：1、泉丰商贸于判决生效后十日内给付众美有限广告费13.2万元及违约金（按中国人民银行同期贷款利率的1.3倍计算，分别自2012年12月9日、2013年1月8日起计算至2013年8月20日止）；2、如未按照本判决指定的期间履行给付金钱义务，应当按照我国《民事诉讼法》第二百五十三条的规定，加倍支付延迟履行期间的债务利息；3、案件受理费5,260元，由众美有限负担2,431元，泉丰商贸负担2,829元。

2016年10月12日，众美传媒与泉丰商贸就上述广告合同纠纷达成《执行和解协议书》并加盖双方公章，双方约定：1. 泉丰商贸给付众美传媒的广告费变更为人民币12万元整；2. 泉丰商贸应于2016年12月31日前，一次性向众美传媒支付人民币5.57万元；3. 其他双方互不追究；4. 本协议书自众美传媒收到泉丰商贸支付的5.57万元时并加盖双方公章之日起生效。截至本公开转让说明书出具之日，泉丰商贸已向众美传媒支付广告费6.43万元，根据上述和解协议，泉丰商贸仅需于2016年12月31日前再向公司支付5.57万元，即可免除其在《民事判决书》（（2013）长民二初字第359号）中承担的剩余广告费6.77万元及违约金的支付义务。截至本公开转让说明书出具之日，泉丰商贸尚未支付和解后约定的5.57万元。

（二）众美有限起诉寰宇地产的广告合同纠纷案件

2013年9月27日，众美有限与寰宇地产签订《户外广告业务合同书》，约定由众美有限代理寰宇地产开发的少年湃生活馆在石家庄区域制作和发布户外广告，发布时间为2013年10月1日至2013年12月31日，广告费179万元，其中36万元以现金支付，余下143万元由寰宇地产用少年湃生活馆c88、c88+商铺抵偿，双方另行签订商铺购买合同，寰宇地产应积极配合众美有限办理产权证书手续。

众美有限委托员工付倩与寰宇地产分别于 2013 年 11 月 19 日、2013 年 12 月 31 日签订《文化广场·少年湃购房协议》。与此同时，寰宇地产向众美有限出具《文化广告·少年湃 XD 王国缴款单》并分别注明“河北众美广告有限责任公司为河北寰宇房地产有限公司少年湃项目做广告宣传费用置换商铺 C88 商铺”、“河北众美广告有限责任公司为河北寰宇房地产开发有限公司少年湃项目做广告宣传费用置换商铺 C88+商铺”。

2012 年，因寰宇地产所欠债务无法偿还，其债权人向当地法院申请强制执行，查封其开发的楼盘“文化广场·少年湃”商铺。鉴于此，寰宇地产未与众美有限办理上述房屋过户手续，亦未向众美有限支付 36 万元广告费。为此，众美有限向石家庄市长安区人民法院提起诉讼，请求依法判令：1、被告寰宇地产支付众美有限款项 179 万元及违约金 8.95 万元，合计 187.95 万元；2、本案诉讼费用由被告寰宇地产承担。法院经审理认为，众美有限与寰宇地产签订的《户外广告业务合同书》系双方真实意思表示，合法有效。众美有限与寰宇地产签订了《文化广场·少年湃购房协议》，表明寰宇地产已经履行了支付 143 万元广告款的合同义务。2016 年 2 月 25 日，石家庄长安区人民法院作出《民事判决书》（（2016）冀 0102 民初 1211 号），判决如下：1、被告寰宇地产于判决生效之日起十日内，给付原告众美有限 36 万元及违约金 8.95 万元；2、驳回原告众美有限其他诉讼请求；3、案件受理费 21,716 元由被告寰宇地产负担。

截至本说明书出具之日，寰宇地产尚未向众美有限支付判决书中的 36 万元及其违约金，寰宇地产用作抵偿广告费的商铺因被法院查封，亦未办理过户手续。2016 年 4 月，众美有限向石家庄市长安区人民法院申请强制执行，目前法院已立案受理。

（三）众美有限起诉葵赋康饮料的广告合同纠纷案件

2014 年 1 月 10 日，众美有限与葵赋康饮料签订《电视媒体广告合同书》，约定由众美有限代理葵赋康饮料在河北电视台经济频道投放植本源《大兵小将》冠名广告及少儿频道时段广告，广告投放期限为 2014 年 3 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日止，广告费共计 470 万元，自节目启动 2014 年 3 月 1 日起，于每月 1 日前预付下月广告费 47 万元。合同签订后，众美有限依约在河北电视台上述两个频道投放了葵赋康饮料的广告，葵赋康饮料仅向众美有限支付了广告费 177

万元，尚欠 293 万元未支付。

为此，2015 年 4 月 6 日，众美有限向石家庄市长安区人民法院提起诉讼，请求法院判决：1、葵赋康饮料向众美有限支付广告费 293 万元；2、葵赋康饮料自 2014 年 7 月 1 日起至付清以上欠款之日止，按中国人民银行同期贷款利率向众美有限支付以上欠款的利息；3、本案诉讼费由被告葵赋康饮料负担。经审理，石家庄市长安区人民法院于 2015 年 6 月 9 日作出《民事调解书》（（2015）长民二初字第 514 号），判决如下：1、葵赋康饮料支付众美有限广告费及利息共计 300 万元，自 2015 年 6 月起于每月 30 日前支付 50 万元，共分六期付清；2、如葵赋康饮料有一期违约，众美有限可就剩余全部款项申请强制执行，并由葵赋康饮料一次性支付众美有限违约金 10 万元；3、案件受理费 31,201 元，减半收取 15,600.5 元，由众美有限承担。

截至本公开转让说明书出具之日，葵赋康饮料已向众美有限支付广告费 184 万元，尚有 286 万元未支付。众美有限已于 2015 年向法院申请强制执行，且法院已向葵赋康饮料发出《执行通知书》，但由于葵赋康饮料资金紧张，如强行查封其厂房、设备等资产，或者申请将其列入失信被执行人名单，则影响葵赋康饮料继续从银行获得贷款以偿还公司欠款。针对此情况，公司已安排法务人员定期跟踪、了解葵赋康饮料经营情况，并委托律师，避免公司利益受到损失。

因上述款项金额较大，且具体收回以上款项的时间不确定，故可能对公司经营业绩造成影响。

目录

释义	VIII
第一节基本情况.....	1
一、公司基本情况.....	1
二、本次挂牌股份的基本情况.....	2
三、公司股权结构图.....	4
四、主要股东及实际控制人的基本情况.....	5
五、公司自设立以来的股本变动情况.....	9
六、公司重大资产重组情况.....	18
七、全资子公司、控股子公司、参股公司及分公司情况.....	19
八、公司董事、监事、高级管理人员简历.....	23
九、公司最近两年一期及主要会计数据和财务指标简表.....	26
十、相关机构情况.....	27
第二节公司业务.....	29
一、公司主要业务、主要产品或服务及其用途.....	29
二、公司组织结构.....	32
三、公司关键资源要素.....	35
四、公司业务相关情况.....	44
五、公司的商业模式.....	49
六、所处细分行业基本情况.....	55
第三节公司治理.....	76
一、公司法人治理制度的建立健全及运行情况.....	76
二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果.....	76
三、公司及控股股东最近两年一期违法违规及受处罚情况.....	78
四、公司独立性.....	87
五、同业竞争情况.....	89
六、公司最近两年一期内关联方资金占用和关联方担保情况及相关制度安排.....	103
七、公司董事、监事、高级管理人员情况.....	105
第四节公司财务.....	115
一、最近两年一期主要财务报表、审计意见.....	115
二、最近两年一期的主要会计数据和财务指标.....	151
三、报告期利润形成的有关情况.....	159
四、公司两年一期主要资产情况.....	170
五、公司两年一期主要债务情况.....	183
六、报告期股东权益情况.....	191
七、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况.....	191
八、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项.....	206
九、报告期内公司资产评估情况.....	209
十、股利分配政策、最近两年分配情况及公开转让后的股利分配政策.....	210
十一、公司风险因素及管理措施.....	211
第五节有关声明.....	217

第六节附件.....	224
一、主办券商推荐报告.....	224
二、财务报表及审计报告.....	224
三、法律意见书.....	224
四、公司章程.....	224
五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见.....	224

释义

本公开转让说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下含义：

公司、本公司、股份公司、众美传媒	指	河北众美传媒股份有限公司
有限公司、众美有限、众美广告	指	河北众美广告有限责任公司
众美投资	指	众美投资（北京）有限公司
河北众美、众美集团	指	河北众美房地产开发集团有限公司
北京众美	指	北京众美房地产开发有限公司
众美城（北京）	指	众美城（北京）房地产开发有限公司
众美城（天津）	指	众美城（天津）房地产开发有限公司
众美城地产	指	石家庄众美城房地产开发有限公司
众达地产	指	石家庄众达房地产开发有限公司
众凯地产	指	石家庄众凯房地产开发有限公司
众嘉地产	指	石家庄众嘉房地产开发有限公司
益美地产	指	石家庄益美房地产开发有限公司
怀来众美	指	怀来众美房地产开发有限公司
香河众美	指	香河众美房地产开发有限公司
香河天阶	指	香河天阶房地产开发有限公司
中精众和	指	中精众和健康科技发展（北京）有限公司
中精养老	指	北京市中精众和养老服务中心
中精服务	指	石家庄中精众和家庭服务有限公司
原态绿	指	原态绿农林科技(北京)有限公司
美绿源	指	美绿源(滦平)现代农业产业园有限公司
众和美熙	指	众和美熙投资管理服务（北京）有限公司
株洲众和	指	株洲众和美熙商业贸易有限公司
众合美通	指	众合美通（天津）国际贸易有限公司
衡美物业	指	河北衡美物业服务有限公司
定美园投资	指	定美园新城镇投资有限公司
定美园（赤城）	指	定美园（赤城）新城镇投资有限公司
为悦文化	指	北京为悦文化投资发展有限公司
美创互联	指	北京美创互联科技有限公司
众美明德	指	天津众美明德房地产开发有限公司
藁城宏业	指	石家庄市藁城区宏业房地产开发有限公司
众美标识	指	河北众美标识制作有限公司
美景影视	指	河北美景影视艺术中心

众美农业	指	香河众美农业有限公司
众美时代	指	北京众美时代广告有限公司
广州众美	指	广州众美时代广告有限公司、广州新艺卓广告有限公司
聚多多网络	指	北京聚多多网络科技有限公司
集美广告	指	石家庄集美广告有限公司
拾互动	指	拾互动（天津）文化交流有限公司
柏裕投资	指	柏裕（天津）投资管理有限公司
德俊投资	指	石家庄德俊股权投资基金中心（有限合伙）
众合美投资	指	北京众合美投资发展中心（有限合伙）
唯昌投资	指	石家庄唯昌投资中心（有限合伙）
悦鼎和投资	指	石家庄悦鼎和投资中心（有限合伙）
海冷融资租赁	指	海冷融资租赁有限公司
科勒投资	指	科勒（中国）投资有限公司
石家庄饭店	指	石家庄饮食有限责任公司石家庄饭店
寰宇地产	指	河北寰宇房地产开发有限公司
泉丰商贸	指	河北泉丰商贸有限公司
蓝图湾广告	指	石家庄蓝图湾广告有限公司
万达投资	指	石家庄万达广场投资有限公司
葵赋康饮料	指	河北葵赋康饮料有限公司
福安地产	指	河北福安房地产开发有限公司
方正富邦	指	北京方正富邦创融资产管理有限公司
上汽大众	指	上海上汽大众汽车销售有限公司
主办券商、申万宏源	指	申万宏源证券有限公司
内核小组	指	申万宏源证券股份有限公司全国股份转让系统挂牌项目内部审核小组
全国股份转让系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
律所	指	北京德恒律师事务所
会计师事务所	指	中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）
评估公司	指	北京中天华资产评估有限责任公司
报告期	指	2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-4 月
《评估报告》	指	《河北众美广告有限责任公司拟整体变更为股份有限公司项目资产评估报告》
《业务规则》	指	2013 年 2 月 8 日起施行并于 2013 年 12 月 30 日修改的《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
元、万元	指	人民币元、人民币万元
《公司法》	指	2013 年 12 月 28 日中华人民共和国第十二届全国人民代表大会常务委员会第六次会议修正，自 2014 年 3 月 1 日施行之《中华人民共和国公司法》

《公司章程》	指	经股份公司股东大会通过的现行有效的股份公司章程
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》

注：本公开转让说明书中合计数与各单项加总不符均由四舍五入所致。

第一节 基本情况

一、公司基本情况

(一) 公司简介

公司名称：河北众美传媒股份有限公司

英文名称：Hebei Summit Media Co., Ltd

法定代表人：刘永凯

有限公司成立日期：2002 年 10 月 10 日

股份公司成立日期：2016 年 07 月 28 日

注册资本：2,000 万元人民币

注册地址：河北省石家庄市长安区建设北大街 5 号

邮 编：050011

电 话：0311-89185705

传 真：0311-89185697

电子邮箱：wangyan@zmgroup.com.cn

董事会秘书：王琰

所属行业：根据《上市公司行业分类指引》（2012 年版），公司所处行业属于“L72 商业服务业”；根据《国民经济行业分类》国家标准（GB/T 4754- 2011），公司所处行业属于“L72 商业服务业”之“L7240 广告业”；根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业属于“L72 商务服务业”之“L7240 广告业”；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处行业属于“13131010 广告”。

主要业务：户外媒体、电视媒体、互联网媒体广告发布及营销策划。

社会统一信用代码：91130100743420655N

二、本次挂牌股份的基本情况

(一) 股票代码: 【】

(二) 股票简称: 【】

(三) 股票种类: 人民币普通股

(四) 每股面值: 1 元

(五) 股票总量: 20,000,000 股

(六) 挂牌日期: 年 月 日

(七) 转让方式: 协议转让

《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。”

2016 年 8 月 5 日，股份公司召开 2016 年第二次临时股东大会，决议公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌时采取协议转让方式。

(八) 公司股票公开转让履行的决议情况

2016 年 7 月 21 日，股份公司召开第一届董事会第二次会议，会议审议并全票通过了《关于公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并以协议方式公开转让的议案》、《关于授权董事会办理申请公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让相关事宜的议案》。

2016 年 8 月 5 日，股份公司召开 2016 年第二次临时股东大会，出席会议的股东占公司股份总数的 100%，会议审议通过了《关于公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并以协议方式公开转让的议案》、《关于授权董事会办理申请公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让相关事宜的议案》。

公司股票公开转让已经履行内部决策程序，公司最近 36 个月内，不存在未经法定机关核准，擅自公开或者变相公开发行过证券的情形；公司不存在违法行为虽然发生在 36 个月以前，但目前仍处于存续状态的情况。

(九) 股东所持股份限售情况

《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做出其他限制性规定。”

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

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

股份公司成立于 2016 年 7 月 28 日，截至公司股票在全国股份转让系统挂牌之日，公司发起人持股未满一年，公司各发起人股东无可公开转让的股份。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：

序号	股东名称/姓名	持股数量（股）	持股比例（%）	本次可进行股份转让数量（股）
1	众美投资（北京）有限公司	10,733,333	53.6667	0.00
2	刘永凯	6,266,667	31.3333	0.00

3	蔡建平	1,200,000	6.0000	0.00
4	付倩	700,000	3.5000	0.00
5	刘秀梅	250,000	1.2500	0.00
6	贺玉山	200,000	1.0000	0.00
6	史湘涛	200,000	1.0000	0.00
6	邵连云	200,000	1.0000	0.00
9	杨璐	100,000	0.5000	0.00
10	王玲	50,000	0.2500	0.00
11	刘兵	30,000	0.1500	0.00
11	李黎	30,000	0.1500	0.00
13	高媛媛	20,000	0.1000	0.00
13	张利	20,000	0.1000	0.00
合计		20,000,000	100.0000	0.00

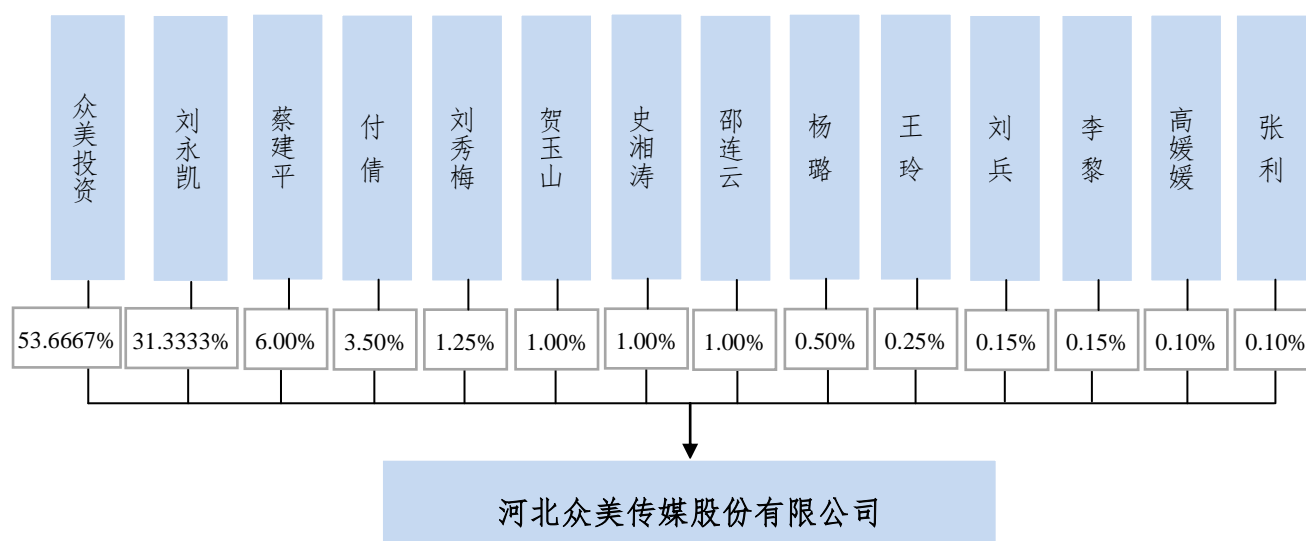
（十）股东对所持股份自愿锁定的承诺

公司控股股东众美投资及实际控制人刘永凯承诺：其直接持有的公司股份将根据《业务规则》的规定分三批进入全国中小企业股份转让系统。

持有公司股份的董事、监事、高级管理人员承诺：

“在任职期间每年转让的股份不超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其所持有的本公司股份。”

三、公司股权结构图



四、主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有 5%以上股份股东的持股情况

控股股东、实际控制人、前十名股东及持有5%以上股份股东的持股情况：

序号	股东名称/姓名	持股数量（股）	持股比例（%）	股东性质
1	众美投资（北京）有限公司	10,733,333	53.6667	境内法人
2	刘永凯	6,266,667	31.3333	境内自然人
3	蔡建平	1,200,000	6.0000	境内自然人
4	付倩	700,000	3.5000	境内自然人
5	刘秀梅	250,000	1.2500	境内自然人
6	贺玉山	200,000	1.0000	境内自然人
6	史湘涛	200,000	1.0000	境内自然人
6	邵连云	200,000	1.0000	境内自然人
9	杨璐	100,000	0.5000	境内自然人
10	王玲	50,000	0.2500	境内自然人
合计		19,900,000	99.5000	—

公司控股股东、实际控制人、前十名股东及持有公司 5.00%以上股份股东直接或间接持有的公司股份不存在质押或其它争议事项的情形。

（二）公司股东相互间的关联关系

股东众美投资系股东刘永凯实际控制的企业，股东刘永凯系股东邵连云的妹妹邵晓梅之配偶。除此外，公司现有股东之间不存在其他关联关系。

（三）控股股东及实际控制人基本情况及变动情况

1、公司控股股东及实际控制人的认定

公司控股股东为众美投资，实际控制人为刘永凯，理由如下：

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

《公司法》第二百一十六条第三款规定：“实际控制人，是指虽不是公司的股东，但通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配公司行为的人。”《上市公司收购管理办法》第八十四条规定：“有下列情形之一的，为拥有上市公司控制权：（一）投资者为上市公司持股50%以上的控股股东；（二）投资者可以实际支配上市公司股份表决权超过30%；（三）投资者通过实际支配上市公司股份表决权能够决定公司董事会半数以上成员选任；（四）投资者依其可实际支配的上市公司股份表决权足以对公司股东大会的决议产生重大影响；（五）中国证监会认定的其他情形。”

截至本公开转让说明书出具之日，众美投资持有公司10,733,333股股份，占公司总股本的53.6667%，为公司控股股东。刘永凯直接持有公司6,266,667股股份，占公司总股本的31.3333%；通过众美投资间接持有公司10,733,333股股份，占公司总股本的53.6667%；合计持有公司17,000,000股股份，占公司总股本的85.00%。同时，刘永凯担任公司董事长，对公司的经营决策能够产生重大影响。因此，刘永凯为公司的实际控制人。

2、控股股东、实际控制人基本情况

（1）控股股东基本情况

众美投资成立于2011年8月9日，统一社会信用代码为91110000580872832P，公司类型为有限责任公司（自然人投资或控股）。众美投资注册资本10,000.00万元人民币，由股东刘永凯和刘长久共同出资设立，法定代表人刘永凯，住所位于北京市西城区丰盛胡同28号楼8层801-6室，经营期限为2011年8月9日至2031年8月8日，经营范围为项目投资、投资管理、投资咨询。

截至本公开转让说明书出具之日，众美投资的股权结构为：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	刘永凯	7,000.00	70.00	货币
2	刘长久	3,000.00	30.00	货币
合计		10,000.00	100.00	—

注：刘长久与刘永凯为父子关系。

（2）实际控制人基本情况

刘永凯，男，1971年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权。1994年6月毕业于河北师范大学地理学专业，本科学历。1994年7月至2000年3月，就职于石家庄市广告总公司广告传播分公司，任总经理；2000年3月至今，担任河北美景影视艺术中心总经理；2001年8月至2016年7月，就职于北京众美时代广告有限公司，任监事；2001年12月至今，担任河北众美房地产开发集团有限公司执行董事、总经理；2002年10月至2016年6月，就职于河北众美广告有限责任公司，任董事长；2009年6月至今，担任北京众美房地产开发有限公司执行董事、经理；2010年1月至今，担任石家庄众美城房地产开发有限公司董事、经理；2010年7月至今，担任香河天阶房地产开发有限公司执行董事、总经理；2010年11月至今，担任香河众美房地产开发有限公司董事长；2011年7月至今，担任香河众美农业有限公司执行董事、总经理；2011年8月至今，担任众美投资（北京）有限公司执行董事、经理；2011年9月至今，担任石家庄众达房地产开发有限公司执行董事；2012年3月至今，担任原态绿农林科技（北京）有限公司董事长、经理；2012年3月至今，担任众和美熙投资管理服务（北京）有限公司董事长、经理；2012年4月至今，担任中精众和健康科技发展（北京）有限公司董事长、经理；2012年7月至今，担任众美城（北京）房地产开发有限公司执行董事、经理；2012年9月至今，担任株洲众和美熙商业贸易有限公司执行董事；2013年3月至今，担任怀来众美房地产开发有限公司执行董事、总经理；2013年11月至今，担任石家庄市藁城区宏业房地产开发有限公司执行董事、经理；2014年3月至今，担任众美城（天津）房地产开发有限公司董事长；2014年5月至今，担任北京为悦文化投资发展有限公司执行董事、经理；2014年6月至今，担任定美园新城镇投资有限公司执行董事；2014年7月至今，担任石家庄中精众和家庭服务有限公司执行董事；2014年11月至今，担任石家庄众嘉房地产开发有限公司董事长、总经理；2015年5月至今，担任北京市中精众和养老服务中心法定代表人；2016年1月至今，担任石家庄益美房地产开发有限公司董事、总经理；2016年5月至今，担任天津众美明德房地产开发有限公司执行董事、经理；2016年6月至今，担任河北众美传媒股份有限公司董事长。

3、控股股东、实际控制人的变动情况

公司自设立之日（即2002年10月）起，刘永凯持有公司73.80%的股权，为公司控股股东、实际控制人。2005年12月，刘永凯将其持有的公司全部股权转让给其实际控制的公司河北众美；该次股权转让完成后，河北众美持有公司73.80%的股权，成为公司控股股东，刘永凯仍为实际控制人。2011年11月，公司原股东河北众美等15位股东将其持有的公司股权转让给刘永凯；本次股权转让完成后，刘永凯持有公司94.00%的股权，为公司控股股东、实际控制人。2016年4月，公司注册资本由500万元人民币增加至1,500万元，其中众美投资以货币增资805万元。本次增资完成后，众美投资持股53.67%，成为公司控股股东；众美投资为刘永凯实际控制的企业，公司实际控制人仍为刘永凯。

另外，自2011年11月至今，刘永凯一直担任公司董事长兼法定代表人，对公司的发展战略、市场开拓等重大决策具有决定性影响，是公司的领导核心。

综上所述，自报告期初至今，公司的控股股东由刘永凯变更为众美投资，实际控制人一直为刘永凯。公司控股股东虽然发生过变化，但实际控制人、主营业务均未发生变化，且公司管理团队较为稳定，股权清晰，控股股东变更未对公司的持续经营能力产生重大不利影响，因而不会构成本次挂牌的实质性障碍。

（四）公司主要股东的基本情况及其主体适格性

公司现有14名股东，其中自然人股东13名，法人股东1名。公司主要股东的基本情况如下：

1、持股5.00%以上的法人股东基本情况及其适格性

众美投资，基本情况参见本公开转让说明书“第一节基本情况”之“四、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东及实际控制人基本情况及变动情况”之“2. 控股股东、实际控制人的基本情况”之“（1）控股股东基本情况”。

根据众美投资公司章程、工商档案等文件，查询中国证券基金业协会网站，并由众美投资出具的《承诺函》可知，众美投资系刘永凯与刘长久以自有资金出资设立，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形，未聘请管理人

进行投资管理，也未担任任何私募投资基金的管理人。因此，众美投资不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》中规定的私募投资基金或私募基金管理人，不需要履行登记备案程序。

2、持股5.00%以上的自然人股东基本情况及其适格性

（1）刘永凯，基本情况参见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“四、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东及实际控制人基本情况及变动情况”之“2. 控股股东、实际控制人的基本情况”之“（2）实际控制人基本情况”。

（2）蔡建平，男，1971年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2016年6月毕业于香港大学整合营销传播专业，研究生学历。1993年7月至2001年9月，就职于河北省出口商品基地建设公司，任外销员；2001年10月至2002年9月，就职于河北美景影视艺术中心，任副总经理；2002年10月至2016年6月，就职于河北众美广告有限责任公司，历任监事、董事及总经理。2016年6月至今，担任河北众美传媒股份有限公司董事、总经理。

公司13名自然人股东均具有完全民事行为能力，在中国境内有住所，且均不属于《中华人民共和国公务员法》、《中共中央、国务院关于严禁党政机关和党政干部经商、办企业的决定》、《中共中央办公厅、国务院办公厅关于县以上党和国家机关退（离）休干部经商办企业问题的若干规定》、《国有企业领导人员廉洁从业若干规定（试行）》等法律、法规和规范性文件规定的不得投资设立公司的人员，该13名自然人股东均具备法律、法规和规范性文件规定的担任公司股东的资格。

五、公司自设立以来的股本变动情况

（一）有限公司历史沿革

1、2002年10月，有限公司成立

公司前身为河北众美广告有限责任公司，注册资本人民币 500.00 万元，由刘永凯、杨志勇、张利波、张崇荣、王洪廷、李莉、付倩、丁世君、刘秀梅、蔡

建平、史湘涛、贺玉山、张鹏、郑瑞江、张军、集晓明、薛文、于红霞、张喜峰、尹翼等 20 名自然人股东共同出资设立。经营范围为设计、制作、发布国内广告业务。有限公司法定代表人为刘永凯，住所为石家庄市东方大厦。

2002 年 9 月 16 日，石家庄冀鸿会计师事务所有限公司出具《刘永凯投资入股设立有限责任公司资产评估报告》（冀鸿评报字（2002）第 075 号），评估基准日为 2002 年 9 月 10 日，评估主要采用市场法及成本法进行评估，具体评估方法如下：（1）对存货根据具体情况采用市场法评估。评估值=市场单价×实有数量+整理入库费；（2）对广告牌架采用成本法评估。评估值=重置全价×成新率，重置全价=现行市价×广告牌架面积，成新率=尚可使用年限÷（已使用年限+尚可使用年限）×100%。经评估，刘永凯本次委托评估的实物资产评估值合计为 3,430,682 元，其中原材料评估值 180,984 元，广告牌架评估值 3,249,698 元，具体明细如下：

序号	名称及规格型号	账面价值（元）	评估价值（元）	增值率（%）
1	存货-原材料	188,000.00	180,984.00	-3.73
2	广告牌架	3,700,006.88	3,249,698.00	-12.17
合计		3,888,006.88	3,430,682.00	-11.76

上述实物出资中的原材料主要为角钢、槽钢、热板等广告牌所需原材料，连同广告牌，均为公司主营业务所需。

2002 年 9 月 16 日，有限公司全体股东签署《确认及承诺书》：刘永凯以其自有的实物资产作价 340 万元投资有限公司。根据石家庄冀鸿会计师事务所有限公司资产评估报告书（冀鸿评报字（2002）第 075 号），该资产经评估作价，评估值总计为人民币 3,430,682 元，超出的 30,682 元，列入有限公司的资本公积。有限公司全体股东对上述评估结果予以确认。

2002 年 9 月 18 日，河北光大会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》（冀光大审验字（2002）第 275 号）。经审验，有限公司申请登记的注册资本为 500 万元，由刘永凯、杨志勇等 20 位自然人共同出资组建。截至 2002 年 9 月 17 日止，有限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 500.00 万元。其中货币出资 160 万元，经资产评估机构评估价值为 340 万元的实物资产。

本次设立出资，刘永凯出资人民币 3,720,682 元，其中 3,690,000 元作为注册资本，包括货币出资 290,000 元，实物资产出资 3,400,000 元；30,682 元列入资本公积。因此，刘永凯在有限公司设立时的出资价格为 1.01 元/股。除刘永

凯之外，其他 19 位股东出资价格均为 1 元/股。鉴于我国《公司法》对有限公司同次出资价格未作限定，且已经全体股东确认，因而本次出资合法有效。

2002 年 9 月 27 日，河北省工商局向有限公司核发《广告经营许可证》（许可证号：1301021000260），经营范围为设计、制作、发布国内广告业务，有效期至 2002 年 12 月 31 日。

2002 年 10 月 10 日，河北省工商行政管理局向有限公司核发了《企业法人营业执照》，注册号为 1300002100134，有限公司正式设立。

有限公司设立时的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	刘永凯	369.00	369.00	73.80	货币、实物
2	杨志勇	25.00	25.00	5.00	货币
2	张利波	25.00	25.00	5.00	货币
4	张崇荣	10.00	10.00	2.00	货币
4	王洪廷	10.00	10.00	2.00	货币
4	李莉	10.00	10.00	2.00	货币
4	付倩	10.00	10.00	2.00	货币
8	丁世君	7.50	7.50	1.50	货币
9	刘秀梅	5.00	5.00	1.00	货币
9	蔡建平	5.00	5.00	1.00	货币
9	史湘涛	5.00	5.00	1.00	货币
9	贺玉山	5.00	5.00	1.00	货币
9	张鹏	5.00	5.00	1.00	货币
14	郑瑞江	2.50	2.50	0.50	货币
15	张军	1.00	1.00	0.20	货币
15	集晓明	1.00	1.00	0.20	货币
15	薛文	1.00	1.00	0.20	货币
15	于红霞	1.00	1.00	0.20	货币
15	张喜峰	1.00	1.00	0.20	货币
15	尹翼	1.00	1.00	0.20	货币
合计		500.00	500.00	100.00	—

2、2005 年 12 月，有限公司第一次股权转让

2005 年 12 月 7 日，有限公司召开股东会，审议并通过以下决议：一、刘永凯将其持有的有限公司 73.8%股权即 369 万元出资平价转让给河北众美，其他股东放弃优先购买权；二、同意修改有限公司章程有关条款。

2005 年 12 月 7 日，刘永凯与河北众美签订《股权转让协议》，约定刘永凯将其持有的有限公司 73.8%的股权即 369 万元出资，全部转让给河北众美。

本次股权转让价格为 1 元/股。根据截至 2004 年 12 月 31 日经审计的财务报表，有限公司资产总额为 14,199,505.26 元，负债总额为 0.00 元，净资产为 5,660,089.07 元，每股净资产为 1.13 元。本次股权转让价格虽然低于净资产，但差额较小，且河北众美为刘永凯实际控制的企业，因此本次股权转让不存在潜在纠纷。

2005 年 12 月，河北省工商行政管理局向有限公司核发了《企业法人营业执照》。

本次股权转让后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	河北众美房地产开发有限公司	369.00	369.00	73.80	货币、实物
2	杨志勇	25.00	25.00	5.00	货币
2	张利波	25.00	25.00	5.00	货币
4	张崇荣	10.00	10.00	2.00	货币
4	王洪廷	10.00	10.00	2.00	货币
4	李莉	10.00	10.00	2.00	货币
4	付倩	10.00	10.00	2.00	货币
8	丁世君	7.50	7.50	1.50	货币
9	刘秀梅	5.00	5.00	1.00	货币
9	蔡建平	5.00	5.00	1.00	货币
9	史湘涛	5.00	5.00	1.00	货币
9	贺玉山	5.00	5.00	1.00	货币
9	张鹏	5.00	5.00	1.00	货币
14	郑瑞江	2.50	2.50	0.50	货币
15	张军	1.00	1.00	0.20	货币
15	集晓明	1.00	1.00	0.20	货币
15	薛文	1.00	1.00	0.20	货币
15	于红霞	1.00	1.00	0.20	货币
15	张喜峰	1.00	1.00	0.20	货币
15	尹翼	1.00	1.00	0.20	货币
合计		500.00	500.00	100.00	—

根据股权转让双方出具的承诺函，河北众美（系刘永凯实际控制企业）受让

上述股权之资金系其自有资金，刘永凯确认已经收取上述股权转让价款，各方就本次股权转让无股权代持（包括持股平台）情形及潜在纠纷。

3、2011年12月，有限公司第二次股权转让

2011年11月28日，有限公司召开股东会，审议并通过以下决议：一、原股东河北众美将其持有的有限公司73.8%股权（即369万元出资），杨志勇所持有的有限公司5%股权（即25万元出资），张利波所持有的有限公司5%股权（即25万元出资），张崇荣所持有的有限公司2%股权（即10万元出资），王洪廷所持有的有限公司2%股权（即10万元出资），李莉所持有的有限公司2%股权（即10万元出资），丁世君所持有的有限公司1.5%股权（即7.5万元出资），张鹏所持有的有限公司1%股权（即5万元出资），郑瑞江所持有的有限公司0.5%股权（即2.5万元出资），张军所持有的有限公司0.2%股权（即1万元出资），集晓明所持有的有限公司0.2%股权（即1万元出资），薛文所持有的有限公司0.2%股权（即1万元出资），于红霞所持有的有限公司0.2%股权（即1万元出资），张喜峰所持有的有限公司0.2%股权（即1万元出资），尹翼持有的有限公司0.2%股权（即1万元出资）转让给刘永凯，其他股东放弃优先购买权；二、董事会成员由7名减至5名，免去原董事会成员刘永凯、张利波、杨志勇、李莉、付倩、王洪廷、丁世君董事职务，选举刘永凯、蔡建平、付倩、王玲、刘秀梅为新董事；三、不设监事会，免去原监事会成员蔡建平、张崇荣、张鹏监事职务，选举马汉国为监事；四、通过章程修正案。

2011年11月28日，有限公司全体董事召开董事会，审议并通过以下决议：一、选举刘永凯为董事长；二、免去杨志勇总经理职务，聘任蔡建平为总经理。

2011年11月28日，河北众美、张利波、尹翼、集晓明、郑瑞江、张喜峰、张鹏、张军、张崇荣、丁世君、李莉、王洪廷、杨志勇、薛文、于红霞分别与刘永凯签署《股权转让协议》，约定如下：

转让方				受让方				股权转让 价格（元/ 股）
序号	姓名/名称	转让前 出资额 （万元）	转让前 出资比 例（%）	序号	姓名/ 名称	受让后 出资额 （万元）	受让后 出资比 例（%）	
1	河北众美房地产开发有限公司	369.00	73.80	1	刘永凯	369.00	73.80	1.00
2	杨志勇	25.00	5.00			25.00	5.00	1.00

2	张利波	25.00	5.00			25.00	5.00	1.00
4	张崇荣	10.00	2.00			10.00	2.00	1.00
4	王洪廷	10.00	2.00			10.00	2.00	1.00
4	李莉	10.00	2.00			10.00	2.00	1.00
7	丁世君	7.50	1.50			7.50	1.50	1.00
8	张鹏	5.00	1.00			5.00	1.00	1.00
9	郑瑞江	2.50	0.50			2.50	0.50	1.00
10	张军	1.00	0.20			1.00	0.20	1.00
10	集晓明	1.00	0.20			1.00	0.20	1.00
10	薛文	1.00	0.20			1.00	0.20	1.00
10	于红霞	1.00	0.20			1.00	0.20	1.00
10	张喜峰	1.00	0.20			1.00	0.20	1.00
10	尹翼	1.00	0.20			1.00	0.20	1.00

上述股权转让主要是因为有限公司经营业绩出现下滑，经营成果未达到部分股东预期所致。

本次股权转让价格为1元/股。根据截至2010年12月31日未经审计的财务报表，有限公司资产总额为21,620,220.38元，负债总额为20,101,056.28元，净资产为1,519,164.10元，每股净资产为0.30元。

2011年12月23日，石家庄市工商行政管理局向有限公司核发了《企业法人营业执照》，注册号为1300000000004020。

本次股权转让完成后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	刘永凯	470.00	470.00	94.00	货币、实物
2	付倩	10.00	10.00	2.00	货币
3	刘秀梅	5.00	5.00	1.00	货币
3	蔡建平	5.00	5.00	1.00	货币
3	史湘涛	5.00	5.00	1.00	货币
3	贺玉山	5.00	5.00	1.00	货币
合计		500.00	500.00	100.00	--

根据股权转让双方出具的承诺函以及股权转让价款收条，刘永凯受让河北众美、杨志勇、张利波、张崇荣、王洪廷、李莉、丁世君、张鹏、郑瑞江、张军、集晓明、薛文、于红霞、张喜峰、尹翼上述股权之资金系其自有资金，受让方确认已经收取此次股权转让价款，其与刘永凯就本次股权转让无股权代持（包括持股平台）情形及潜在纠纷。

2016年10月28日，刘永凯出具《关于河北众美传媒股份有限公司历次股

权变动情况的承诺》：“1. 标的公司（即公司）历次股权变动中，本人作为转让方的，股权转让前已经按期足额缴纳了标的公司出资，本人对所持有的标的公司股权拥有完整的所有权，不存在股权代持或其他类似安排（如持股平台等）；作为受让方的，本人已以自有的合法资金足额支付了受让股权的相应对价，股权转让对价均按照一元/股的价格支付；作为增资方的，本人已以自有的合法资金足额支付了增资款项；2. 标的公司历次股权变动系真实交易，不存在股权代持或其他类似安排（如持股平台等）；3. 标的公司历次股权变动交易已完成，不存在任何纠纷或者潜在纠纷；4. 如因历次股权变动事宜给众美传媒和/或其股东造成任何损失，由本人承担。”

4、2016 年 4 月，有限公司第一次增加注册资本

2016 年 3 月 30 日，有限公司召开股东会，审议并通过以下决议：一、有限公司注册资本由 500.00 万元人民币增加至 1,500.00 万元，新增注册资本由众美投资以货币出资 805.00 万元，邵连云以货币出资 15.00 万元，杨璐以货币出资 7.50 万元，王玲以货币出资 3.75 万元，高媛媛以货币出资 1.50 万元，刘兵以货币出资 2.25 万元，李黎以货币出资 2.25 万元，张利以货币出资 1.50 万元，付倩以货币出资 42.50 万元，蔡建平以货币出资 85.00 万元，刘秀梅以货币出资 13.75 万元，史湘涛以货币出资 10.00 万元，贺玉山以货币出资 10.00 万元；二、同意修改后的《公司章程》。

2016 年 4 月 8 日，中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（中兴财光华审验字（2016）第 321014 号）。经审验，截至 2016 年 3 月 25 日止，有限公司已收到新增注册资本 1,000.00 万元，其中众美投资出资 1,368.50 万元，蔡建平出资 144.50 万元，付倩出资 72.25 万元，贺玉山出资 17.00 万元，史湘涛出资 17.00 万元，刘秀梅出资 23.3750 万元，邵连云出资 25.50 万元，王玲出资 6.3750 万元，杨璐出资 12.75 万元，刘兵出资 3.8250 万元，李黎出资 3.8250 万元，高媛媛出资 2.55 万元，张利出资 2.55 万元；有限公司共收到新增出资款 1,700.00 万元，其中实收资本 1,000.00 万元，资本公积 700.00 万元。

本次增资价格为 1.70 元/股。根据中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）出具《审计报告》（中兴财光华审会字（2016）第 321060 号），截至 2015 年

12 月 31 日，有限公司资产总额为 36,318,219.20 元，净资产为 6,570,440.28 元，每股净资产为 1.31 元。

2016 年 4 月 15 日，石家庄市工商行政管理局向有限公司核发了《营业执照》，有限公司统一社会信用代码为 91130100743420655N。

本次增资完成后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	众美投资(北京)有限公司	805.00	805.00	53.67	货币
2	刘永凯	470.00	470.00	31.33	货币、实物
3	蔡建平	90.00	90.00	6.00	货币
4	付倩	52.50	52.50	3.50	货币
5	刘秀梅	18.75	18.75	1.25	货币
6	贺玉山	15.00	15.00	1.00	货币
6	史湘涛	15.00	15.00	1.00	货币
6	邵连云	15.00	15.00	1.00	货币
9	杨璐	7.50	7.50	0.50	货币
10	王玲	3.75	3.75	0.25	货币
11	刘兵	2.25	2.25	0.15	货币
11	李黎	2.25	2.25	0.15	货币
13	高媛媛	1.50	1.50	0.10	货币
13	张利	1.50	1.50	0.10	货币
合计		1,500.00	1,500.00	100.00	—

根据各增资股东出具的承诺函以及股东增资的银行流水、回单，此次增资的增资款均为各股东的自有资金，各股东已按期足额履行了缴纳义务，并确认其持有的公司股权无股权代持（包括持股平台）情形及潜在纠纷。

（二）有限责任公司整体变更为股份有限公司

2016 年 6 月 27 日，河北省工商行政管理局出具《企业名称变更核准通知书》{（冀）登记内名预核字（2016）1707 号}，核准登记的企业名称为“河北众美传媒股份有限公司”。

2016 年 6 月 10 日，中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）出具《审计报告》（中兴财光华审会字（2016）第 321060 号），确认有限公司截至 2016 年 4 月 30 日的净资产值为 24,821,485.89 元。

2016 年 6 月 13 日，北京中天华资产评估有限责任公司出具《评估报告》（中

天华资评报字[2016]第 1252 号), 确认有限公司在评估基准日(2016 年 4 月 30 日)净资产的评估价值为 2,597.10 万元。

2016 年 6 月 15 日, 有限公司召开临时股东会, 全体股东一致同意将以 2016 年 4 月 30 日为基准日, 将有限公司整体变更为股份有限公司, 变更后的股份有限公司名称暂定为“河北众美传媒股份有限公司”, 整体变更后的股份有限公司的注册资本及股份总数, 以会计师事务所审计的截至 2016 年 4 月 30 日公司账面净资产值为基础进行确定。

2016 年 6 月 30 日, 有限公司全体 14 名股东作为公司的发起人签署《发起人协议》, 全体发起人同意作为股份公司的发起人, 以有限公司截至 2016 年 4 月 30 日经审计的账面净资产折股整体变更为股份有限公司, 净资产值与股本总额之间的差额计入资本公积。

2016 年 6 月 30 日, 公司职工代表大会作出决议, 选举李黎为股份公司的第一届监事会职工代表监事。

2016 年 6 月 30 日, 中兴财光华会计师事务所(特殊普通合伙)出具《验资报告》(中兴财光华审验字(2016)第 321032 号), 审验截止 2016 年 6 月 30 日, 公司(筹)已根据《公司法》有关规定及公司折股方案, 将有限公司截至 2016 年 4 月 30 日经审计的净资产值人民币 24,821,485.89 元按 1.2411:1 的比例折为股份公司的股份 2,000.00 万股, 每股面值 1 元, 余额 4,821,485.89 元计入公司资本公积金。

2016 年 6 月 30 日, 股份公司创立大会暨第一次临时股东大会召开, 全体股东一致审议通过了《关于将河北众美广告有限责任公司依法整体变更为股份有限公司及各发起人出资情况报告的议案》、《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易决策制度》、《防范控股股东及关联方占用公司资金管理制度》等相关议案, 选举了公司董事和非职工代表监事。

2016 年 7 月 28 日, 石家庄市工商行政管理局核准股份公司成立, 并颁发了《营业执照》(统一社会信用代码: 91130100743420655N)。

至此, 股份公司股权结构如下:

序号	股东名称/姓名	持股数量(股)	持股比例(%)	出资方式	股东性质
----	---------	---------	---------	------	------

1	众美投资（北京）有限公司	10,733,333	53.6667	净资产折股	境内法人
2	刘永凯	6,266,667	31.3333	净资产折股	境内自然人
3	蔡建平	1,200,000	6.0000	净资产折股	境内自然人
4	付倩	700,000	3.5000	净资产折股	境内自然人
5	刘秀梅	250,000	1.2500	净资产折股	境内自然人
6	贺玉山	200,000	1.0000	净资产折股	境内自然人
6	史湘涛	200,000	1.0000	净资产折股	境内自然人
6	邵连云	200,000	1.0000	净资产折股	境内自然人
9	杨璐	100,000	0.5000	净资产折股	境内自然人
10	王玲	50,000	0.2500	净资产折股	境内自然人
11	刘兵	30,000	0.1500	净资产折股	境内自然人
11	李黎	30,000	0.1500	净资产折股	境内自然人
13	高媛媛	20,000	0.1000	净资产折股	境内自然人
13	张利	20,000	0.1000	净资产折股	境内自然人
合计		20,000,000	100.0000	—	—

根据各股东出具的承诺函，各股东确认其持有的公司股权无股权代持（包括持股平台）情形及潜在纠纷。

公司整体变更为股份公司时，自然人发起人股东以净资产出资，根据《中华人民共和国个人所得税法》基本原则和《国家税务总局关于盈余公积金转增注册资本征收个人所得税问题的批复》（国税函[1998]333号）的规定，自然人股东应当对未分配利润和盈余公积按照其所持有的份额缴纳个人所得税，并由公司代扣代缴。截至2016年9月18日，上述自然人股东缴纳了公司整体变更为股份有限公司时各自应当缴纳的个人所得税，并由公司依法履行了代扣代缴义务。

2016年8月16日，上述自然人股东出具《关于整体变更时所得税缴纳的承诺函》，承诺：“如因有关税务部门要求或决定，全体自然人股东需要补缴或被追缴整体变更时净资产折股所涉及的个人所得税，或因公司未履行代扣代缴义务而承担罚款或其他损失的，本人将按照公司整体变更时持有的股权比例承担公司补缴或被追缴的上述个人所得税款项及相关费用和损失。”

六、公司重大资产重组情况

自成立以来，公司不存在重大资产重组情况。

七、全资子公司、控股子公司、参股公司及分公司情况

报告期内，公司设有 1 家子公司，即广州众美，该公司于 2013 年 2 月 18 日被广州市工商行政管理局天河分局吊销营业执照，于 2016 年 5 月 6 日完成注销。公司目前无分公司和参股公司。

（一）基本情况

公司名称	广州众美时代广告有限公司
统一社会信用代码	440106000060115
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
住所	广州市天河区体育西路骏汇大厦 19E 室
法定代表人	邵清山
注册资本	50 万元人民币
成立时间	1999 年 01 月 26 日
营业期限	长期
经营范围	设计、制作、代理国内各类广告。礼品设计。批发和零售贸易（国家专营专控商品除外）。
股权结构	众美有限出资比例为 80%，邵晓梅出资比例为 20%
登记状态	已注销

（二）设立及变更情况

1、1999 年 1 月，广州众美设立

广州众美前身为广州新艺卓广告有限公司，注册资本人民币 50.00 万元，由叶瑞锴、梁亚莲共同出资设立。其中叶瑞锴出资人民币 40.00 万元，占注册资本的 80.00%；梁亚莲出资 10.00 万元，占注册资本的 20.00%。广州众美经营范围为设计、制作、代理国内各类广告。礼品设计。批发和零售贸易（国家专管专控商品除外）。法定代表人为叶瑞锴，住所为广州市广园西路景泰西 8 巷 39 号 306 房。

1999 年 1 月 20 日，广州市工商行政管理局出具《企业名称预先核准通知书》，核准登记的企业名称为“广州新艺卓广告有限公司”。

1999 年 1 月 20 日，广州众美全体股东叶瑞锴、梁亚莲签署了《有限责任公司章程》，该章程规定：广州众美不设董事会，选举叶瑞锴为执行董事兼法定代表人；不设监事会，设监事一名，由梁亚莲担任。

1999 年 1 月 21 日，广东金桥会计师事务所出具编号为金桥验字（99）0251 号的《验资报告》。经审验，截至 1999 年 1 月 21 日止，广州众美已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币 50.00 万元，占注册资本的 100%。

其中叶瑞锴出资 40.00 万元，占注册资本的 80.00%；梁亚莲出资 10.00 万元，占注册资本的 20.00%；出资方式均为货币出资。

1999 年 1 月 26 日，广州市工商行政管理局向广州众美核发了《企业法人营业执照》，注册号为 4401012014816，广州众美正式设立。

广州众美设立时的股权结构为：

序号	股东名称/姓名	认缴注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	叶瑞锴	40.00	40.00	80.00	货币
2	梁亚莲	10.00	10.00	20.00	货币
合计		50.00	50.00	100.00	—

2、2001 年 10 月，广州众美第一次股权转让，第一次变更法定代表人、名称和住所

2001 年 7 月 20 日，广州众美召开股东会，审议并通过以下决议：一、叶瑞锴将其持有的广州众美 80%股权即 40 万元出资以 40 万元的价格全部转让给新股东刘永凯，梁亚莲将其持有的广州众美 20%股权即 10 万元出资以 10 万元的价格全部转让给新股东何青巍；二、免去叶瑞锴执行董事、经理兼法定代表人职务，选举刘永凯为执行董事、经理兼法定代表人，任期三年；免去梁亚莲监事职务，选举何青巍为监事，任期三年；三、广州众美名称变更为“广州众美时代广告有限公司”；四、住所变更为“广州市体育西路 5 号骏汇大厦南座 19E”；五、同意修改后的《公司章程》。

2001 年 7 月 20 日，叶瑞锴、梁亚莲（即转让方）与刘永凯、何青巍（即受让方）签订《股份转让协议书》，约定叶瑞锴将其持有的广州众美 80%股权即 40 万元出资以 40 元的价格转让给刘永凯，梁亚莲将其持有的广州众美 20%股权即 10.00 万元出资以 10 万元的价格转让给何青巍。

因广州众美刚成立不久，尚未盈利，故本次股权转让价格为 1 元/股。

2001 年 8 月 23 日，广州市工商行政管理局出具《企业名称预先核准通知书》（穗名称预核（2001）第 73078 号），核准登记的企业名称为“广州众美时代广告有限公司”。

2001 年 9 月 5 日，广州市康正会计师事务所有限公司出具编号为（2001）康正验内字第 572 号的《验资报告》。经审验，截至 2001 年 9 月 5 日止，广州众美已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币 50.00 万元，占注册

资本的 100%。其中刘永凯出资 40.00 万元，占注册资本的 80.00%；何青巍出资 10.00 万元，占注册资本的 20.00%；出资方式均为货币出资。

2001 年 10 月 18 日，广州市工商行政管理局向广州众美核发了《企业法人营业执照》，注册号为 4401012014816。

本次股权转让完成后，广州众美的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	刘永凯	40.00	40.00	80.00	货币
2	何青巍	10.00	10.00	20.00	货币
合计		50.00	50.00	100.00	—

3、2003 年 11 月，广州众美第二次股权转让

2003 年 10 月 28 日，广州众美召开股东会，审议并通过以下决议：一、同意股东刘永凯将其持有的广州众美 80%股权即 40 万元出资以 40 万元的价格转让给新股东众美广告；二、同意聘任刘永凯担任广州众美执行董事、经理兼法定代表人职务，任期三年；三、同意修改后的公司章程。

2003 年 10 月 28 日，刘永凯与众美广告签订《股东转让出资合同书》，约定刘永凯将其持有的广州众美 80%股权即 40 万元出资以 40 万元的价格转让给众美广告。

因广州众美自成立之日起未实际经营，尚未盈利，故本次股权转让约定的转让价格为 1 元/股。根据众美传媒及其法定代表人刘永凯于 2016 年 8 月 23 日签订《关于广州众美时代广告有限公司股权转让事项的承诺函》，确认：“对于如上股权转让，众美传媒并未实际向刘永凯支付对价。”故本次股权转让实际为无偿转让，转让价格为 0 元/股。

2003 年 11 月 17 日，广州市工商行政管理局向广州众美核发了《企业法人营业执照》，注册号为 4401062012892。

本次股权转让后，广州众美的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	众美广告	40.00	40.00	80.00	货币
2	何青巍	10.00	10.00	20.00	货币
合计		50.00	50.00	100.00	—

4、2006 年 8 月，广州众美第三次股权转让

2006年7月12日，广州众美召开股东会，审议并通过以下决议：一、股东何青巍因对外另有投资，自愿将其持有的广州众美20%股权即10万元出资以10万元的价格全部转让给新股东邵晓梅；二、同意免去何青巍监事一职，选举邵晓梅为监事，任期三年；三、同意修改后的公司章程。

2006年7月12日，何青巍与邵晓梅签订《股份转让协议书》，约定何青巍将其持有的广州众美20%股权即10万元出资以10万元的价格转让给邵晓梅。

2006年8月15日，广州市工商行政管理局向广州众美核发了《企业法人营业执照》，注册号为4401062012892。

本次股权转让后，广州众美的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	众美广告	40.00	40.00	80.00	货币
2	邵晓梅	10.00	10.00	20.00	货币
合计		50.00	50.00	100.00	--

5、2009年10月，广州众美第二次变更法定代表人

2009年9月17日，广州众美召开股东会，审议并通过以下决议：一、同意广州众美法定代表人由刘永凯变更为邵清山，即同意免去刘永凯执行董事、经理兼法定代表人职务，选举邵清山为执行董事、经理兼法定代表人职务，任期三年；二、同意修改后的公司章程。

2009年10月，广州市工商行政管理局向广州众美核发了《企业法人营业执照》，注册号为440106000060115。

6、2016年5月，广州众美注销

广州众美自成立之日起未实际开展经营业务，由于疏于管理，广州众美未按照规定办理2011年度检验。鉴于此，2012年12月17日，广州市工商行政管理局天河分局出具《行政处罚决定书》（穗工商天分处字【2012】第978-494号），决定吊销广州众美营业执照。2013年2月18日，广州市工商行政管理局天河分局在全国企业信用信息公示系统公布广州众美吊销信息。

2016年3月15日，广州众美召开股东会，同意注销广州众美，成立清算组，并将上述决议登报公告其注销情况并告知债权债务人。

2016年4月11日、2016年4月27日，广州众美分别完成国税、地税注销

登记。

2016年5月6日，广州市工商行政管理局天河分局作出《准予注销登记通知书》（（穗）登记内销字【2016】第06201605050688号），核准广州众美注销登记申请，准予注销。

八、公司董事、监事、高级管理人员简历

（一）公司董事

公司本届董事会由5名董事构成，全部经过股东大会选举产生，任期三年。

1、刘永凯 董事长

刘永凯，基本情况请参见本节之“四、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东及实际控制人基本情况及变动情况”之“2. 控股股东、实际控制人的基本情况”之“（2）实际控制人基本情况”。

2、刘冬冬 副董事长

刘冬冬，男，1985年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2008年6月毕业于四川大学应用数学专业，本科学历。2008年7月至2010年12月，就职于海航资本集团有限公司，任研究发展部主管；2011年1月至2013年12月，就职于上海海航易物流有限公司，任财务总监；2014年1月至2016年1月，就职于海航冷链控股股份有限公司，任董事、财务总监。2015年10月至今，担任海冷融资租赁有限公司董事；2016年2月至今，担任北京众美房地产开发有限公司副总裁；2016年6月至今，担任河北众美传媒股份有限公司副董事长。

3、蔡建平 董事、总经理

蔡建平，基本情况请参见本节之“四、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（四）公司主要股东的基本情况及其主体适格性”之“2、持股5.00%以上的自然人股东基本情况及其适格性”。

4、付倩 董事、财务总监

付倩，女，1968年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2016年6月毕业于香港大学财务与投资管理专业，研究生学历，中级税务师、注册纳税筹划师，具备会计从业资格证书。1992年2月至1999年12月，就职于河北省广告艺术中心，历任财务部出纳、主任；2000年1月至2000年6月，就职于石家庄天翼广告有限公司，任财务部融资经理；2000年7月至2002年10月，就职于

河北美景影视艺术中心，任财务部经理；2002年10月至2016年6月，就职于河北众美广告有限责任公司，任董事、副总经理、财务部经理。2016年6月至今，担任河北众美传媒股份有限公司董事、财务总监。

5、王琰 董事

王琰，女，1991年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2013年6月毕业于山东大学财政学专业，本科学历。2013年7月至2014年4月，自由职业；2014年5月至2016年6月，就职于北京众美房地产开发有限公司，历任董事长秘书、服务事业部首席运营官。2016年6月至今，担任河北众美传媒股份有限公司董事、董事会秘书。

（二）公司监事

公司本届监事会由3名监事构成，其中职工代表监事经职工代表大会选举产生，其他监事经股东大会选举产生，任期三年。

1、王玲 监事会主席

王玲，女，1975年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权。1996年7月毕业于陕西财经学院会计专业，专科学历，会计师中级职称、注册会计师。1996年7月至1999年4月，就职于中国核工业部国营813厂，任财务部会计；1999年4月至2004年1月，就职于陕西研通信息工程有限公司，任财务主管；2004年1月至2008年7月，就职于中瑞岳华会计师事务所，任项目经理；2008年7月至2009年11月，就职于河北开元汽车贸易股份有限公司，任审计经理；2009年12月至2016年6月，就职于河北众美房地产开发集团有限公司，任风险控制部经理；2011年11月至2016年6月，就职于河北众美广告有限责任公司，任董事。2016年6月至今，担任河北众美传媒股份有限公司监事会主席。

2、邵连云 监事

邵连云，男，1965年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2009年5月毕业于清华大学国际工程项目管理研究院，研究生学历。2002年10月至2005年9月，就职于河北众美广告有限责任公司，任工程部经理。2005年10月至今，担任河北众美房地产开发集团有限公司区域总经理；2005年12月至今，担任河北衡美物业服务有限公司执行董事；2010年1月至今，担任石家庄众美城房地产开发有限公司监事；2011年9月至今，担任石家庄众达房地产开发有限公司

监事；2012年2月至今，担任石家庄众凯房地产开发有限公司监事；2014年6月至今，担任定美园新城镇投资有限公司经理；2014年8月至今，担任定美园（赤城）新城镇投资有限公司执行董事、总经理；2014年11月至今，担任石家庄众嘉房地产开发有限公司董事；2015年5月至2016年1月，担任石家庄益美房地产开发有限公司总经理；2015年12月至今，担任石家庄市藁城区宏业房地产开发有限公司监事。2016年6月至今，担任河北众美传媒股份有限公司监事。

3、李黎 职工代表监事

李黎，女，1981年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2004年6月毕业于北京国际商务学院人力资源开发与管理专业，本科学历，心理咨询师三级。2004年7月至2006年12月，就职于家世界连锁商业集团有限公司，任人力资源经理；2007年1月至2008年7月，自由职业；2008年8月至2016年6月，就职于河北众美广告有限责任公司，任人力资源经理。2016年6月至今，担任河北众美传媒股份有限公司职工代表监事、人力资源经理。

（三）公司高级管理人员

1、蔡建平 总经理

蔡建平，基本情况请参见本节之“四、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（四）公司主要股东的基本情况及其主体适格性”之“2、持股5.00%以上的自然人股东基本情况及其适格性”。

2、贺玉山 副总经理

贺玉山，男，1971年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权。1989年6月毕业于石家庄市第八十九中学，高中学历。1989年7月至1991年5月，自由职业；1991年6月至1998年1月，就职于石家庄市广告总公司，任工程部制作组组长；1998年1月至2002年10月，就职于河北美景影视艺术中心，任制作部副经理；2002年10月至2016年6月，就职于河北众美广告有限责任公司，任副总经理。2016年6月至今，担任河北众美传媒股份有限公司副总经理。

3、杨璐 副总经理

杨璐，女，1977年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权。1999年7月毕业于内蒙古经贸外语学院外贸英语专业，专科学历。1999年8月至2001年5月，就职于内蒙古丽人日化有限公司，任专柜主管；2001年6月至2003年4

月，就职于北京秦吉达科贸有限责任公司，任驻外销售；2003年5月至2016年6月，就职于河北众美广告有限责任公司，任副总经理。2016年6月至今，担任河北众美传媒股份有限公司副总经理。

4、付倩 财务总监

付倩，基本情况请参见本节之“八、公司董事、监事、高级管理人员简历”之“（一）公司董事”之“4、付倩 董事、财务总监”。

5、王琰 董事会秘书

王琰，基本情况请参见本节之“八、公司董事、监事、高级管理人员简历”之“（一）公司董事”之“5、王琰董事”。

九、公司最近两年一期及主要会计数据和财务指标简表

以下财务数据摘自经中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）审计的审计报告（中兴财光华审会字（2016）第321060号），财务指标根据前述财务报告相关数据计算得出。

财务指标	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
总资产（万元）	3,754.49	3,631.82	3,265.72
股东权益合计（万元）	2,482.15	657.04	497.97
归属于申请挂牌公司股东权益合计（万元）	2,482.15	657.04	497.97
每股净资产（元/股）	1.65	1.31	1.00
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	1.65	1.31	1.00
资产负债率（母公司）（%）	33.89	81.91	84.75
流动比率	2.24	0.95	0.97
速动比率	2.22	0.95	0.95
财务指标	2016年1-4月	2015年度	2014年度
营业收入（万元）	1,538.79	4,222.78	4,230.90
净利润（万元）	125.10	159.07	196.49
归属申请挂牌公司股东的净利润（万元）	125.10	159.07	196.49
扣除非经常性损益后的净利	125.10	159.03	196.99
归属申请挂牌公司股东的扣	125.10	159.03	196.99
毛利率（%）	22.52	23.41	18.07
净资产收益率（%）	10.93	27.54	49.16
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	10.93	27.54	40.47

基本每股收益（元/股）	0.17	0.32	0.39
稀释每股收益（元/股）	0.17	0.32	0.39
应收账款周转率（次）	1.08	3.22	4.31
存货周转率（次）	—	—	—
经营活动产生的现金流量净	-1,161.06	227.28	344.58
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.77	0.45	0.69

注：每股净资产、每股经营活动产生的现金流量净额指标中“股本数”按当期期末数计算。净资产收益率及每股收益指标按证监会公告[2010]2号——《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）中相关规定计算。

十、相关机构情况

（一）主办券商

名称：申万宏源证券有限公司

法定代表人：李梅

住所：上海市徐汇区长乐路989号45层

联系电话：021-33389888

传真：021-54043534

项目小组负责人：李涛

项目小组成员：李涛、黄娜娜、耿竞笛

（二）律师事务所

名称：北京德恒律师事务所

负责人：王丽

住所：北京市西城区金融街19号富凯大厦B座12层

联系电话：010-52682888

传真：010-52682555

经办律师：周子琦、张竞驰

（三）会计师事务所

名称：中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：姚庚春

住所：北京市西城区阜外大街 2 号万通大厦 A 座 24 层

联系电话：010—52805600

传真：010-52805601

经办注册会计师：郭素玲、孙寒力

（四）资产评估机构

名称：北京中天华资产评估有限责任公司

法定代表人：李晓红

住所：北京市西城区车公庄大街 9 号院 1 号楼 1 单元 1303 室

联系电话：010-88395166

传真：010-88395661

经办注册资产评估师：李宁、王洪波

（五）证券登记结算机构

名称：中国证券登记结算有限公司北京分公司

法定代表人：王彦龙

住所：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层

联系电话：010-58598980

传真：010-58598977

（六）证券交易场所

名称：全国中小企业股份转让系统有限责任公司

法定代表人：杨晓嘉

住所：北京市西城区金融大街丁 26 号

联系电话：010-63889512、010-63889513

传真：010-63889694

第二节 公司业务

一、公司主要业务、主要产品或服务及其用途

（一）主要业务

公司所处行业为商务服务业的广告行业，公司以户外媒体、电视媒体、互联网媒体信息发布以及营销策划为主的综合媒体运营平台，根据客户的多样性需求，并提供全方位媒体运营及品牌推广服务。

（二）主要产品或服务及其用途

公司主要业务包括广告牌广告、媒体广告和营销策划三个体系，具体业务如下：

1、广告牌广告

公司拥有石家庄市近千块公交候车亭媒体，覆盖全市各主干道、环线以及各大繁华商圈，主要针对各大企业提供媒介方案策划，并根据方案提供方案撰写、户外广告牌代理投放、广告审核、画面制作安装以及投放后的广告监测服务，服务过的客户有中国联通、国仕山、洋河等品牌。

品牌	服务时间	投放内容	服务内容
中国联通	2016 年至今	品牌宣传	提供媒介策略方案，投放内容广告审核，媒体投放，媒体监测
			
国仕山	2015 年 11 月		提供媒介策略方案，投放内容广告审核，媒体投放，媒体监测

		
洋河	2016 年 1-7 月	广告代理投放，媒体数据监测
		

2、媒体广告

公司与河北电视台、各地市电视台达成长期合作，媒体覆盖石家庄以及全省各地市，为企业提供电视营销方案，并根据方案提供方案撰写、媒体投放实施以及活动落地执行过程中的场地与设备租赁、人员调配、物料设计和现场设计布置等服务，全方位为企业提供品牌宣传，线下活动执行服务，主要线下活动包括与品牌推广活动、与电视台节目结合进行的赛事选拔等，服务过的客户有雪花啤酒、宝岛等品牌。

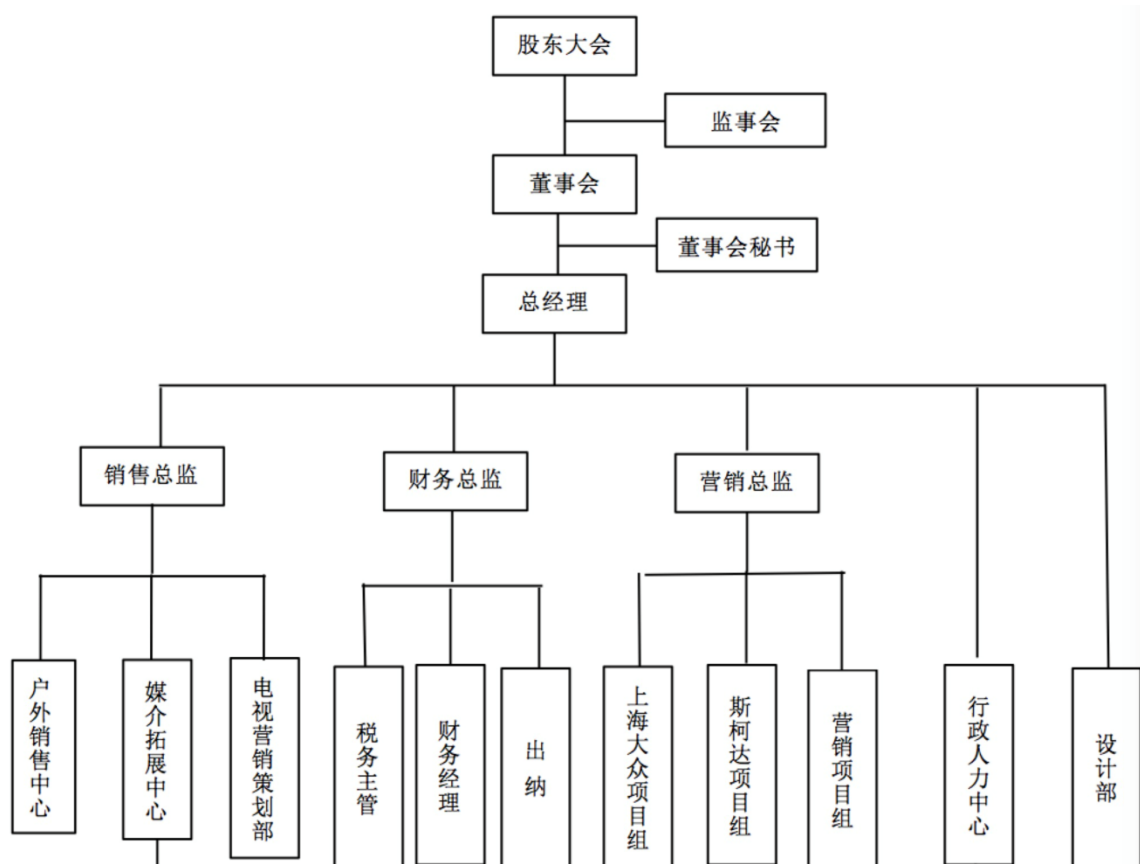
3、营销策划

根据客户的实际需求深度挖掘客户核心价值，提供相应营销方案策划，根据方案提供方案撰写、媒介整合、活动现场设计、场地与设备租赁、人员调配、落地执行以及后续数据监测跟踪服务。活动形式包括新品发布会、品牌推广活动、事件营销等，主要服务的客户有上海大众品牌。

品牌	服务时间	具体事件	服务内容
上海大众	2015 年 5 月-7 月	上海大众汽车 Gran Santana 浩纳华北区域上市	市场调研, 方案策划, 媒介投放, 方案落地执行
			
雪花啤酒	2015 年 6 月 1 日-8 月 31 日	雪花啤酒——夏日任我行	前期市场调查, 电视媒体投放、竞品分析, 营销方案策划, 落地执行
			
宝岛	2015 年	市场调查、竞品分析、电视媒体投放、线下营销活动执行	
			

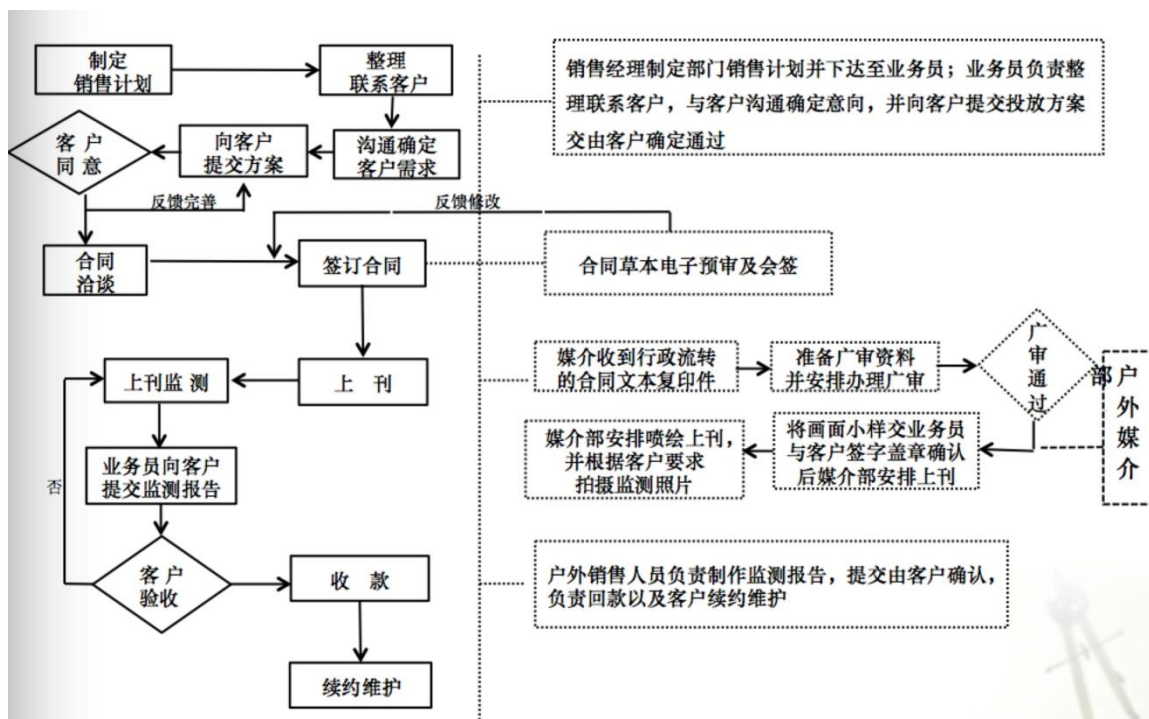
二、公司组织结构

（一）组织结构

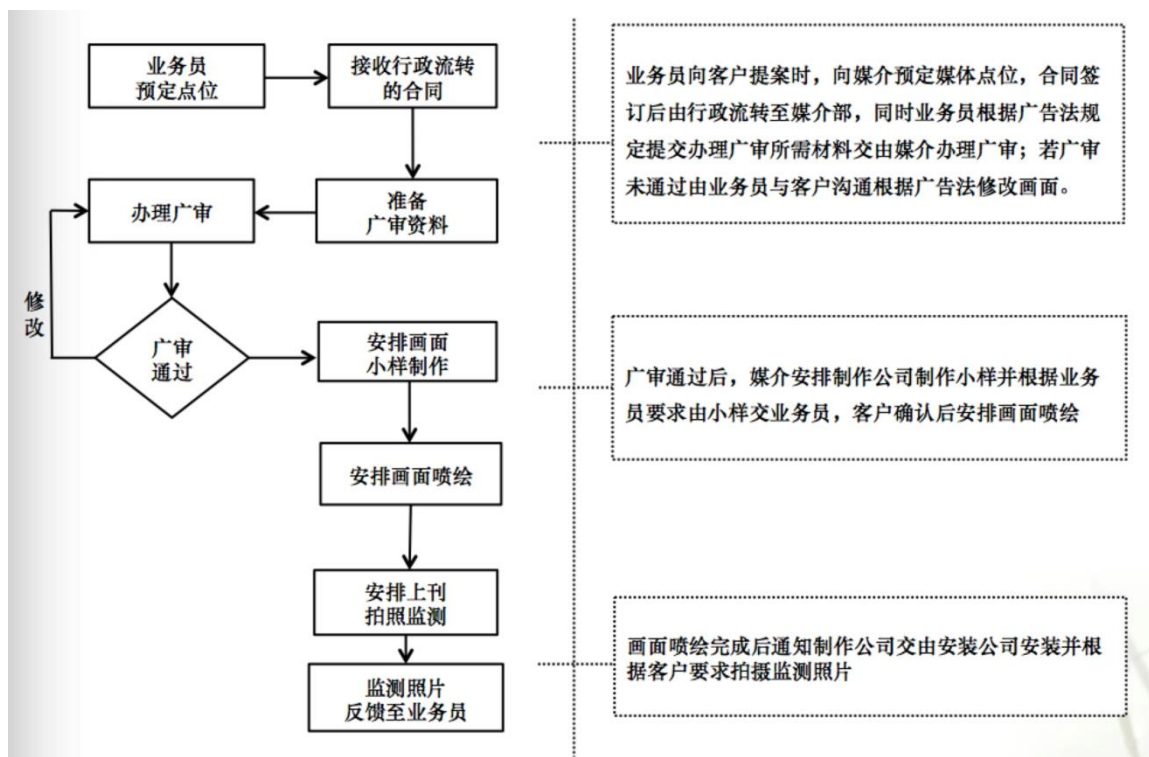


（二）公司主要业务流程

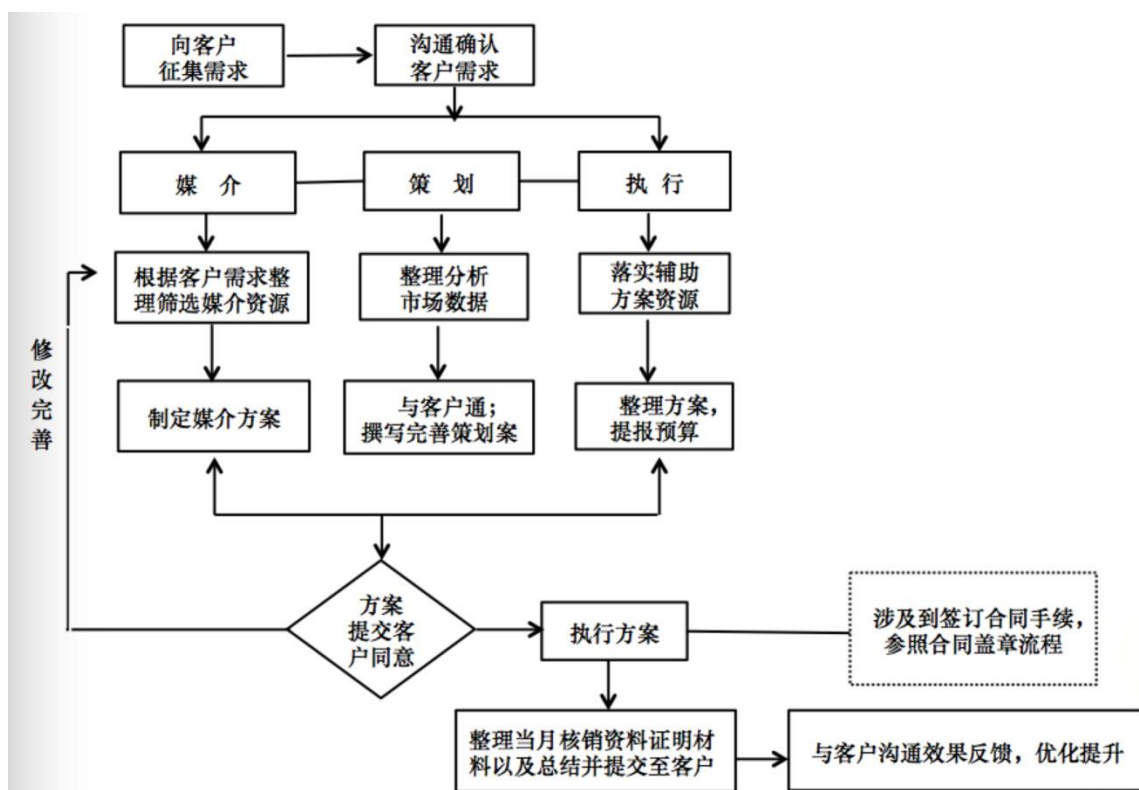
1、公司户外销售流程



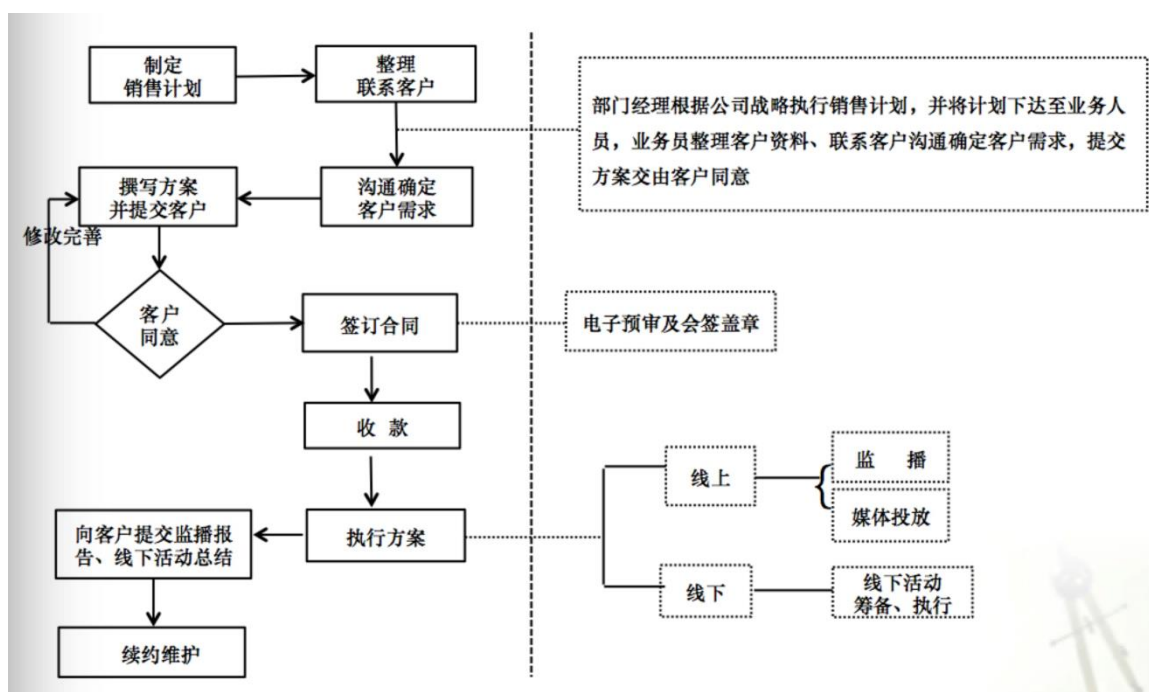
2、公司媒介拓展中心业务流程



3、公司营销策划部流程



4、公司电视营销策划部流程



5、公司广告审查流程

根据《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，以下简称“《通知》”）的规定：“大众传播媒介应当履行法定的广告审查义务，在广告发布前查验相关广告证明文件、核实广告内容，确保广告真实、合法，符合社会主义精神文明建设要求。”同时，该《通知》第三条规定：大众传播媒介应当配备广告审查员。

为此，公司制定了广告审查流程如下：（1）客户提交发布内容及相关资质证明文件；（2）初步审核。公司销售人员通过取得广告主的营业执照和生产、经营资格等证明文件，详细了解广告主的公司背景、销售产品或提供服务的资质情况等信息；（3）实质审核。初步审核完成后，公司销售人员将相关材料提交户外销售中心的广告审查员，审查内容包括广告主体经营范围、资质与广告投放内容的一致性；广告内容的真实性、合法性，包括素材的表现形式、对产品或服务的描述、查验拟投放的广告是否存在虚假描述等非法内容；广告形式的合法性；（4）实质审核合格的广告素材提交分管领导、总经理审查；（5）审查通过的，投放制作广告。

同时，为了防范广告主提供虚假广告而导致的潜在风险，公司除了上述广告审查流程外，一般会在销售合同中约定以下相关内容：广告主应当保证其提供的广告内容不得违反《广告法》及相关规定，保证其广告内容的真实性、合法性，并提供广告审查的相关证件和内容，否则造成后果和损失由广告主承担。

由上可知，公司作为广告发布者，已经履行了《广告法》、《广告管理条例》、《大众传播媒介广告发布审查规定》规定的广告合同订立、广告内容审查、证明文件核验、广告审查人员配备等义务。除已披露的情形外，公司不存在其他违规发布广告的情况。

三、公司关键资源要素

（一）公司服务所依赖的主要资源

公司自成立以来，经过较长时间的资源积累，并长期聚焦于户外媒体、电视媒体、互联网媒体信息发布以及营销策划为主的综合媒体运营平台，为客户提供产品推广、展会统筹、媒体公关等全方位的营销服务，依托深厚的客户基础和行业资源迅速发展。公司拥有自己的团队资源、行业资源和客户资源，具体情况如下：

公司所处行业属于现代服务业，更多依靠人才资源和智力资源来满足客户的多

样性需求。公司拥有一支专业素养高、创新意识强、执行力强的员工队伍，专业能力和服务质量获得客户和市场的高度认可。


公司为保障人才队伍的稳定和高效，采取了以下几种措施：一是树立统一的价值观形成企业凝聚力；二是通过人性化的企业文化给予员工精神上的关怀。

（二）公司的无形资产情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司主要无形资产包括注册商标和域名，注册商标和域名的账面价值为零，具体情况如下：

1、注册商标

截至本公开转让说明书签署之日，公司已被受理的商标共 1 项，其商标具体情况见下表：

序号	注册号	商标内容	类别	终止日期	核定服务内容	商标使用地	取得方式
1	3371678		35	2024.06.06	广告;工商管理辅助;饭店管理;替他人做中介(替其它企业购买商品或服务);进出口代理;人事管理咨询;办公室用机器和设备的租赁;绘制帐单、帐目报表;绘制帐单	中国	已被受理

公司已被受理的商标共 1 项，上述商标不存在产权纠纷或潜在产权纠纷情况。

截至本公开转让说明书出具之日，上述商标所有权人为刘永凯。2016 年 5 月，刘永凯与众美有限签署《转让方/移转申请/注册商标申请书》，并于 2016 年 5 月签署补充协议，约定刘永凯将其合法持有之注册号为 3371678 的商标无偿转让给众美有限。

2、域名

截至本公开转让说明书签署之日，公司拥有 6 项域名，具体情况见下表：

序号	域名	产品类型	域名所有者	到期日
1	河北众美广告有限责任公司.net	顶级国际域名	公司	2019.2.28
2	河北众美广告有限责任公司.cn	顶级国际域名	公司	2019.2.28

3	河北众美广告有限责任公司.com	顶级国际域名	公司	2019.2.28
4	Summitad.com.cn	顶级国际域名	公司	2018.1.27
5	Summitad.cn	顶级国际域名	公司	2019.3.01
6	Summitad.net	顶级国际域名	公司	2019.3.01

公司拥有的尚在有效期的域名共 6 项，其中域名 Summitad.com.cn 已取得域名备案（冀 ICP 备 08100050 号）；其他 5 个域名未启用，也未进行 ICP 备案。上述域名不存在产权纠纷或潜在产权纠纷情况。

（三）公司业务许可资格或资质情况

1、公司业务许可资格或资质取得情况

（1）广告经营许可证

众美传媒的主营业务为户外媒体、电视媒体、互联网媒体广告发布及营销策划，公司主营业务收入来源包括广告牌广告收入、媒体广告收入以及营销策划收入。

根据国务院颁布并于 1987 年 12 月 1 日正式实施的《广告管理条例》第 6 条规定：“经营广告业务的单位和个体工商户（以下简称广告经营者），应当按照本条例和有关法规的规定，向工商行政管理机关申请，分别情况办理审批登记手续：（一）专营广告业务的企业，发给《企业法人营业执照》；（二）兼营广告业务和事业单位，发给《广告经营许可证》；（三）具备经营广告业务能力的个体工商户，发给《营业执照》；（四）兼营广告业务的企业，应当办理经营范围变更登记。”根据国家工商行政管理总局颁布并于 2005 年 1 月 1 日起正式实施的《广告经营许可证管理办法》第二条规定：“从事广告业务的下列单位，应依照本办法的规定向广告监督管理机关申请，领取《广告经营许可证》后，方可从事相应的广告经营活动：（一）广播电台、电视台、报刊出版单位；（二）事业单位；（三）法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的单位。”

根据公司于 2016 年 8 月 17 日取得的最新营业执照显示，公司的经营范围为设计、制作、代理国内广告业务，发布国内户外广告业务；企业形象策划；礼仪庆典服务；市场调研；会议服务；展览展示服务；计算机技术研发及软件技术服务。众美传媒的主营业务为广告发布及企业营销策划。因此，公司不属于《广告管理条例》、《广告管理条例施行细则》和《广告经营许可证管理办法》中规定的需要向广告监督

登记机关申请登记并取得广告经营许可证的企业，公司已经具备了开展广告业务的相关资质。

（2）户外广告设置许可证

根据《广告法》第四十一条第二款规定：“户外广告的管理办法，由地方性法规、地方政府规章规定。” 根据《城市市容和环境卫生管理条例》、《河北省城市市容和环境卫生条例》、《石家庄市城市市容和环境卫生管理条例》等相关法规规定，大型户外广告的设置，必须征得城市管理部门同意后，按照有关规定办理审批手续。根据《石家庄市户外广告设置管理办法》第三条第二款规定：“市城市管理行政主管部门负责户外广告的设置管理。”

众美传媒现有大型户外广告一块，即楼宇大牌广告，该广告牌系公司租赁石家庄饭店而取得。该广告牌取得的户外广告设置许可情况如下：

许可编号	申请单位全称 /广告发布单位	设置地段	设置形式	设置期限	设置规格	颁发单位
石户外广 管(2016) 第14号	石家庄饭店	中山路西大街 交口西南角	楼体广告	2016年7 月1日 -2016年9 月30日	6.75米 *23.5米	石家庄市 城市管理 委员会景 观广告管 理处

2016年8月3日，石家庄市城市管理委员会官网发布《关于进一步加强户外广告管理工作的通知》，通知如下：“为进一步加强户外广告管理，经市政府同意，因修编2009年版的《石家庄市户外广告设置规划》，除区级继续审批围挡广告外，市本级停止户外广告审批设置，……”基于上述政策原因，截至本公开转让说明书出具之日，石家庄饭店作为设置许可申请义务人，无法办理该广告牌设置许可的延期手续。

对于公司租赁取得的该楼宇大牌媒体，公司并非设置人，其设置人是石家庄饭店，因此公司不存在因未办理户外广告设置许可或者无法办理续期而受到行政处罚的风险。为彻底消除租赁广告牌资质瑕疵问题，经友好协商，众美传媒分别与石家庄饭店、科勒投资签订解除该广告牌租赁合同、广告发布合同的协议，具体情况如下：

2016年11月16日，众美传媒（即乙方）与石家庄饭店（即甲方）签订《〈石

家庄饭店房屋租赁合同>解除协议》，约定：(1) 甲乙双方同意自本协议签署之日起解除原协议（即《石家庄饭店房屋租赁合同》），即：自本协议签署之日起，甲乙双方对原协议项下的权利和义务，均不再享有或履行；(2) 甲乙双方确认，双方均已按约定履行了原协议项下的权利、义务、责任，双方对此无异议，甲乙双方均不存在原协议项下任何违约责任。本协议签订后，甲乙双方自愿放弃因与原协议有关的任何事项向对方主张权利；(3) 原协议解除后，双方应严格保守因签订、履行、终止原协议过程中所知悉的对方的商业秘密；(4) 甲乙双方均已充分了解本协议的内容，并完全了解该协议内容所引起的法律后果，甲乙双方均在完全自愿的情况下签订本协议，协议内容真实有效，甲乙双方之间不存在违背本解除协议之目的的其他任何特殊安排或约定，亦不存在任何争议、纠纷或者潜在纠纷。”

2016年11月16日，众美传媒（即乙方）与科勒投资（即甲方）签订《<户外广告合同>解除协议》，约定：(1) 甲乙双方同意自本协议签署之日起解除原协议（即《户外广告合同》），即：自本协议签署之日起，甲乙双方对原协议项下的权利和义务，均不再享有或履行；(2) 甲乙双方确认，双方均已按约定履行了原协议项下的权利、义务、责任，双方对此无异议，甲乙双方均不存在原协议项下任何违约责任。本协议签订后，乙方实际完成甲方“科勒商业广告”的发布时间为2016年5月12日至2016年11月15日，发布期间内甲方尚需向乙方支付广告费126,000元（壹拾贰万陆仟元整）。除上述未付广告费外，双方自愿放弃因与原协议有关的其他任何事项向对方主张权利；(3) 原协议解除后，双方应严格保守因签订、履行、终止《户外广告合同》过程中所知悉的对方的商业秘密；(4) 甲乙双方均已充分了解本协议的内容，并完全了解该协议内容所引起的法律后果，甲乙双方均在完全自愿的情况下签订本协议，协议内容真实有效，甲乙双方之间不存在违背本解除协议之目的的其他任何特殊安排或约定，亦不存在任何争议、纠纷或者潜在纠纷。

众美传媒户外媒体分为候车亭灯箱、楼宇大牌以及火车站内特装展位三种类型，共计991个，其中楼宇大牌即石家庄饭店楼体广告1个。因此，从户外广告媒体资源的数量来看，公司不再租赁该楼宇大牌对公司户外媒体数量无实质影响，公司仍拥有充足的用于经营户外广告业务的媒体资源；公司主营业务亦未发生变化。从公司经营情况来看，2014年、2015年、2016年1-4月，公司通过该楼宇大牌产

生的销售收入分别为 507,986.30 元、900,297.62 元、199,702.38 元，占当期主营业务收入的比例为 1.20%、2.13%、1.30%，占比较少，对公司的持续经营影响较小。

公司通过与石家庄饭店、科勒投资解除石家庄饭店楼宇大牌的租赁合同、广告发布合同即终止该项业务的方式，有效地解决了该广告位因户外广告设置许可无法办理延期手续而产生的资质瑕疵问题，且石家庄饭店、科勒投资分别以书面方式确认公司不存在违约情形，各方之间不存在任何争议、纠纷或者潜在纠纷。因此，该等处理措施真实、有效。

2016 年 10 月 21 日，石家庄市城市管理委员会出具《合规证明》，证明：经核实，自 2014 年 1 月 1 日至本合规证明出具之前，众美传媒能遵守户外广告设置管理方面的法律、法规及规章的规定，没有发现因违反户外广告设置管理方面的法律、法规及规章而受到处罚的情形。

（3）户外广告登记证

根据《户外广告登记管理规定》第三条规定，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。报告期内，公司共取得户外广告登记证 173 份，公司存在少量因发布时间较短而未取得户外广告登记证的情形。对于这些广告，主要是因为负责广告登记人员的法律意识薄弱，导致未及时办理工商登记备案手续。报告期内，公司因违规发布户外广告受到当地工商管理部门处罚 1 次，具体情况如下：

序号	处罚对象	时间	处罚部门	处罚原因	金额
1	众美传媒	2014.07.09	石家庄高新技术产业开发区工商行政管理局	未经登记擅自发布广告	30,000 元

2016 年 8 月 10 日，石家庄市工商行政管理局出具《证明》，证明：“上述违法行为属于一般违法行为（非重大违法违规行为）。除上述情形外，公司自 2013 年 8 月 10 日至今未发现其他违法违规行为。”2016 年 8 月 16 日，石家庄市工商行政管理局高新技术产业开发区分局出具《证明》：“公司已经完成了广告发布整改，且上述罚款已经缴纳。”

2016 年 2 月 3 日，国务院发布国发〔2016〕9 号文件《国务院关于第二批取消 152 项中央指定地方实施行政审批事项的决定》，明令取消户外广告登记审批，即此后公司经营户外广告无需再申请登记审批。2016 年 4 月 29 日，国家工商总局发布

《关于废止和修改部分工商行政管理规章的决定》（国家工商行政管理总局令第 86 号），决定废止《户外广告登记管理规定》。综上，自 2016 年 2 月 3 日起，公司无需取得户外广告登记证。

针对公司自设立以来涉及或可能涉及的经营资质（包括但不限于户外广告登记证等，以下统称为“资质证书”）事宜，公司实际控制人刘永凯郑重承诺如下：“对于因公司自设立以来应当取得而未取得或延迟取得的资质证书而产生的行政处罚（包括但不限于以货币计量的罚款等），本人将无条件承担因此产生的一切经济损失，以避免公司因此遭受损失。”

（4）广告审查员

截至本公开转让说明书出具之日，公司共有广告审查员 4 名，其具体情况如下：

序号	姓名	广告审查员证编号	所属公司
1	蔡建平	（冀）广培字 224 号	众美传媒
2	闫建平	（冀）广培字 168 号	众美传媒
3	张丁凡	（冀）广培字 238 号	众美传媒
4	田飞	（冀）广培字 239 号	众美传媒

综上，公司作为广告发布者，报告期内主营业务的开展已取得必要的资质证书，不存在违规经营的情形。

2、其他业务资质：

资质名称	资质等级	资质有效期	颁发单位	所有者
河北广告企业资质等级证书	河北一级广告企业资质	2015年12月22日至2018年12月22日	河北省广告协会	公司

（四）公司取得的特许经营权情况

公司无特许经营权。

（五）公司重要固定资产情况和房屋租赁情况

1、公司重要固定资产

截至 2016 年 4 月 30 日，公司固定资产中有电子设备、办公家具、交通工具和其他设备，其固定资产原值具体情况如下表所示：

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日	本年增加金额	本年减少金额	2016 年 4 月 30 日
广告牌	13,566,031.98	1,635,410.28	--	15,201,442.26

项目	2015 年 12 月 31 日	本年增加金额	本年减少金额	2016 年 4 月 30 日
运输设备	391,637.00	--	--	391,637.00
电子设备	101,004.69	--	--	101,004.69
合计	14,058,673.67	1,635,410.28	--	15,694,083.95

单位：元

项目	2014 年 12 月 31 日	本期增加金额	本期减少金额	2015 年 12 月 31 日
广告牌	10,826,688.14	2,739,343.84	--	13,566,031.98
运输设备	391,637.00	--	--	391,637.00
电子设备	95,577.34	5,427.35	--	101,004.69
合计	11,313,902.48	2,744,771.19	--	14,058,673.67

单位：元

项目	2013 年 12 月 31 日	本年增加金额	本年减少金额	2014 年 12 月 31 日
广告牌	9,567,289.85	1,259,398.29	--	10,826,688.14
运输设备	391,637.00	--	--	391,637.00
电子设备	82,466.23	13,111.11	--	95,577.34
合计	10,041,393.08	1,272,509.40	--	11,313,902.48

公司固定资产中有广告牌、运输设备和电子设备，2016 年 4 月 30 日各类固定资产占比分别为 96.86%、2.50%和 0.65%，与公司生产经营状况相适应且固定资产在公司经营过程中正常使用，状态良好，不影响公司持续经营。详见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“四、公司最近两年及一期主要资产情况”之“（五）固定资产”。

（2）房屋租赁情况

截至 2016 年 4 月 30 日，公司主要办公场地租赁情况如下：

序号	出租方	承租方	租赁标的	面积(m ²)	合同期限	用途
1	河北富邦实业有限公司	公司	石家庄市建设北大街 5 号 富邦大厦主楼 10 层	709.99	2015.08.01- 2018.7.31	办公

（六）公司人员结构及核心技术人员情况

1、员工人数及结构

截至 2016 年 7 月 31 日，公司一共有员工 74 人，其具体人数及结构如下：

（1）按年龄划分

年 龄	人数（人）	比例（%）
-----	-------	-------

30 岁以下	36	48.65
31-35 岁	20	27.03
36-40 岁	9	12.16
40 岁以上	9	12.16
合计	74	100.00

(2) 按受教育程度划分

教育程度	人数 (人)	比例 (%)
大专及以下	36	48.65
本科	36	48.65
硕士生及以上	2	2.70
合计	74	100.00

(3) 按专业结构划分

专业结构	人数 (人)	比例 (%)
管理	8	10.81
财务	4	5.41
销售	16	21.62
文案策划	14	18.92
设计	5	6.76
媒介	8	10.81
行政人力	4	5.41
电工	4	5.41
活动执行	11	14.86
合计	74	100.00

截至 2016 年 7 月 31 日, 公司共有在册员工 74 名, 已缴纳五险一金的员工为 64 人, 其余 10 名员工为新增员工, 公司已于 2016 年 8 月 15 日向主管部门申报以上 10 名员工缴纳五险一金的新增流程, 现已完成增员并在人员变动表中体现, 9 月份可为上述员工缴纳五险一金。

2、公司核心业务人员和核心技术人员基本情况

(1) 核心技术人员简历

董腾跃, 男, 1977 年 7 月 9 日出生, 中国国籍, 无境外永久居留权, 河北师范大学本科学历。2001 年 9 月至 2002 年 10 月于河北美景影视广告艺术中心任职设计师, 2002 年 10 月至 2016 年 8 月河北众美广告有限责任公司担任任设计部主管。

孙丹丹, 女, 1982 年 1 月 20 日出生, 中国国籍, 无永久境外居留权, 中南大

学本科学历。2008年3月至2011年7月，任长城汽车销售有限公司设计部设计师；2011年8月至2015年3月，任河北雅风传媒有限责任公司设计部总监；2015年3月至2015年8月，任石家庄星河广告有限责任公司设计师；2015年9月至今，任公司设计师。

谷朦，女，1990年4月26日出生，中国国籍，无境外永久居留权，石家庄经济学院本科学历。2012年2月至今，任公司设计师。

沈忠全，男，1983年5月28日出生，中国国籍，无境外永久居留权，石家庄铁路职业技术学院大专学历。2005年6月至2007年4月，任河北省现代企业文化研究院设计师；2007年7月至今，任公司设计师。

（2）核心业务人员简历

苗静静，女，1984年7月15日出生，中国国籍，无境外永久居留权，河北师大本科学历。2005年7月至2009年4月，在河北师大印刷厂做排版设计，2009年5月至2010年6月在河北天威广告有限公司任媒介，2010年7月至今，任公司销售经理。

高素梅，女，1979年1月13日出生，中国国籍，无境外永久居留权。河北师范大学本科学历。2003年至2010年在河北天马星宇传媒有限公司任职总经理助理。2010年3月至今，任公司电视营销策划部总监。

刘鹏，男，1985年10月29日出生，中国国籍，无境外永久居留权，中国传媒大学成教本科学历，2007年3月至2008年1月河北人民广播电台实习，2008年5月至2009年10月河北达人文化广告制作部经理，2010年2月至2014年2月河北向上文化新浪汽车河北区北区经理，2014年3月至今，任公司广告新媒体经理。

（3）核心业务人员和核心技术人员持有公司股份情况

截至2016年7月31日，公司核心业务人员和核心技术人员均未持有公司股份。

（4）核心技术人员变动情况

核心技术人员在报告期内未发生重大变化。

四、公司业务相关情况

（一）报告期业务收入的主要构成及各期主要产品或服务的规模、销售收入

公司所处行业为商务服务业的广告行业，公司以户外媒体、电视媒体、互联网媒体信息发布以及营销策划为主的综合媒体运营平台，根据客户的多样性需求，并提供全方位媒体运营及品牌推广服务。公司主要业务包括广告牌广告、媒体广告和营销策划三个体系。

报告期内，公司业务收入构成情况如下：

产品名称	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
	金额(元)	收入占比 (%)	金额(元)	收入占比 (%)	金额(元)	收入占比 (%)
广告牌广告收入	4,209,118.07	27.35	11,740,404.29	27.80	9,758,570.69	23.07
媒体广告收入	4,242,489.65	27.57	13,610,130.15	32.23	21,010,463.96	49.66
营销策划收入	6,936,271.57	45.08	16,877,229.46	39.97	11,539,926.66	27.28
合计	15,387,879.29	100.00	42,227,763.90	100.00	42,308,961.31	100.00

公司的业务收入主要是广告牌广告收入、媒体广告收入和营销策划收入，2016 年 1-4 月的广告牌广告、媒体广告和营销策划收入占主营业务收入分别为 27.35%、27.57%和 45.08%。

（二）公司产品或服务的主要消费群体、前五名客户情况

1、公司产品的主要消费群体

公司业务所面向的主要对象为广告主，广告主需要借助媒介宣传、推广自己产品和品牌的企业或其他机构，其中上海上汽大众汽车销售有限公司占比较大。

2、公司前五大客户情况

2016 年 1-4 月，公司前五大客户销售额及占营业收入的比例如下：

序号	2016 年 1-4 月前五名客户	金额（元）	比例（100%）
1	上海上汽大众汽车销售有限公司	5,566,315.09	36.17
2	凯帝珂广告（上海）有限公司	1,002,667.65	6.52
3	河北创壹广告有限责任公司	787,867.93	5.12
4	北京恒美广告有限公司	693,254.72	4.51
5	河北壹洲房地产开发有限公司	654,330.19	4.25
前五名客户合计		8,704,435.58	56.57
2016 年 1-4 月营业收入		15,387,879.29	100.00

2015 年，公司前五大客户销售额及占营业收入的比例如下：

序号	2015 年度前五名客户	金额（元）	比例（%）
1	上海上汽大众汽车销售有限公司	10,641,218.87	25.20
2	河北创壹广告有限责任公司	2,951,651.87	6.99
3	河北和君广告有限责任公司	2,044,602.16	4.84
4	青岛啤酒股份有限公司	1,710,377.36	4.05
5	石家庄市魏通房地产开发有限公司	1,358,490.56	3.22
前五名客户合计		18,706,340.82	44.30
2015 年度营业收入		42,227,763.90	100.00

2014 年，公司前五大客户销售额及占营业收入的比例如下：

序号	2014 年度前五名客户	金额（元）	比例（%）
1	上海上汽大众汽车销售有限公司	4,846,652.84	11.46
2	河北创壹广告有限责任公司	2,210,741.14	5.23
3	河北葵赋康饮料有限公司	1,726,886.79	4.08
4	东胜房地产开发集团有限公司	1,393,438.68	3.29
5	河北东明国际家具博览有限公司	1,387,241.51	3.28
前五名客户合计		11,564,960.96	27.33
2014 年度营业收入		42,308,961.31	100.00

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及持有公司 5%以上股份的股东均不在上述客户中任职或拥有权益。

2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月对上海上汽大众汽车销售有限公司的收入分别为 485 万元、1,064 万元和 557 万元，占当年营业收入的比例分别为 11.68%、24.73%和 36.11%，公司对上海上汽大众汽车销售有限公司的销售逐年增加，销售占比也是逐年增长，持续增长的原因是：

（1）近两年一期，上海上汽大众汽车销售有限公司在全国范围的广告、活动策划等宣传活动的投入较多，公司所处的地理位置处于华北区域的重要城市石家庄市，故该公司在华北区域的广告宣传投入也较多，公司依托多年来在河北省市场树立的品牌影响力，公司对上海上汽大众汽车销售有限公司的销售随之也增加；

（2）公司自成立时已与上海上汽大众汽车销售有限公司开始合作，成立时间较早，合作时间较长，公司全面了解并熟悉上汽大众的品牌营销理念、车型换代和销售进度以及区域经销商的配合管理服务，且公司多年来派两名员工常驻上汽大众华北分销中心协助工作，公司能够捕捉到一手信息及时向公司进行反馈。公司会将从

不同层面和角度掌握上海上汽大众汽车销售有限公司的营销方向，提供及时、全面和精准的营销服务；

(3) 公司凭借多年的营销策划服务业务经验，从媒介策略、营销策划、活动执行、创意设计和新媒体营销等，都有稳定且专业的服务人员，基于以上优势，公司可向上海上汽大众汽车销售有限公司提交大量文案，且提案通过率高，策划方案赢得其认可成功率较高，落地执行深得其青睐，故使得销售收入增加。

(4) 公司与上海上汽大众汽车销售有限公司按年度签署框架协议，每月根据线上媒体宣传、线下媒体活动执行情况，双方进行核对确认后进行结算，因合作良好，上海上汽大众汽车销售有限公司的信誉度较高，公司在收款方面也给予该公司较长的账期，一般不超过 6 个月或者公司经营资金不紧张时不会向其催收款项。

(三) 公司的主要产品或服务的原材料、能源及其供应情况以及公司前五名供应情况

1、公司的主要产品或服务及其供应情况

报告期内，公司的业务主要成本构成来源于广告牌成本、广告代理发布成本、和营销策划成本，成本构成及变动情况：

单位：元

项目	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
广告 牌 成本	2,351,746.04	19.72	5,477,724.66	16.94	5,021,902.67	14.49
广 告 代 理 发 布 成本	4,020,517.46	33.72	12,901,486.04	39.89	20,137,564.60	58.09
营 销 策 划 成本	5,550,641.66	46.55	13,964,262.96	43.17	9,505,335.13	27.42
合 计	11,922,905.16	100.00	32,343,473.66	100.00	34,664,802.40	100.00

广告牌成本为广告牌广告收入对应的成本，包括公司为获取公交候车厅的广告灯箱广告经营权支付的租赁管理费、制作喷绘费、日常维护费以及广告牌的折旧费等；广告代理发布成本为媒体广告收入对应的成本，主要是电视媒体、广播、电台和网络媒体等的发布成本，均为向外部供应商购买服务；营销策划成本包括场地费、展览展示费、物料制作费、场地搭建费和人员演艺费等，均为向外部供应商购买服

务。

其中，广告牌成本构成情况如下：

单位：元

项目	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
租赁管理费	1,147,555.78	48.80	2,801,142.46	51.14	2,400,236.67	47.80
制作喷绘费	363,310.94	15.45	585,229.86	10.68	625,064.07	12.45
维护费	543,505.90	23.11	1,283,501.10	23.43	1,119,657.93	22.30
折旧费	297,373.42	12.64	807,851.24	14.75	876,944.00	17.46
广告牌成本合计	2,351,746.04	100.00	5,477,724.66	100.00	5,021,902.67	100.00

广告牌成本包括公交候车厅广告灯箱的租赁管理费、制作喷绘费、日常维护费以及广告牌的折旧费等。2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月，租赁管理费占广告牌成本的比例分别为 47.80%、51.14%和 48.80%，是广告牌成本的主要构成，变动不大；维护费占广告牌成本的比例分别为 22.30%、23.43%和 23.11%，占广告牌成本的比例较大，占比波动不大，主要是公司为了维持广告牌能够正常运营而由供应商具体维护，包括灯管、玻璃、电线等耗材以及保洁、维修等服务；制作喷绘费占广告牌成本的比例分别为 12.45%、10.68%和 15.45%，占比波动不大；折旧费占广告牌成本的比例分别为 17.46%、14.75%和 12.64%，是公司建设广告牌按照 10 年摊销折旧而计入的成本。

2、前五名供应商的采购额

2016 年 1-4 月，公司前五大供应商采购金额及占采购总额的比例如下：

序号	2016 年 1-4 月前五名供应商	采购服务	金额（元）	比例（%）
1	桥西区视野广告制作中心	广告费	1,154,185.66	9.53
2	石家庄公共交通总公司	管理费	1,147,555.78	9.47
3	河北人民广播电台	广告费	1,003,349.04	8.28
4	石家庄景晟广告有限公司	广告费	427,669.39	3.53
5	桥西区众人广告设计中心	广告费	418,456.01	3.45
前五名供应商合计			4,151,215.88	34.27
2016 年 1-4 月采购总额			12,114,170.64	100.00

2015 年度，公司前五大供应商采购金额及占采购总额的比例如下：

序号	2015 年度前五名供应商	采购服务	金额（元）	比例（%）
1	河北人民广播电台	广告费	4,288,964.14	12.70
2	石家庄公共交通总公司	管理费	2,801,142.46	8.30
3	河北电视台	广告费	1,539,622.64	4.56
4	石家庄景晟广告有限公司	广告费	1,306,921.70	3.87
5	天津广播电视台	广告费	1,226,415.12	3.63
前五名供应商合计			11,163,066.06	33.06
2015 年度采购总额			33,767,823.87	100.00

2014 年度，公司前五大供应商采购金额及占采购总额的比例如下：

序号	2014 年度前五名供应商	采购服务	金额（元）	比例（%）
1	河北人民广播电台	广告费	6,813,472.65	19.36
2	河北电视台	广告费	5,600,587.18	15.92
3	石家庄电视台	广告费	3,233,896.25	9.19
4	石家庄公共交通总公司	管理费	2,400,236.67	6.82
5	北京京广联合广告有限公司	广告费	1,278,301.82	3.63
前五名供应商合计			19,326,494.57	54.92
2014 年度采购总额			35,189,108.94	100.00

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及持有公司 5%以上股份的股东均不在上述供应商中任职或拥有权益。

公司业务包括广告牌广告、媒体广告和营销策划三个体系，其中广告牌广告业务主要是公司向石家庄公共交通总公司取得公交站亭资源，进而为客户提供广告投放、广告审核、画面制作安装以及投放后的广告监测服务等获取收益。

石家庄公共交通总公司通过协商确定合作主体，公司取得该资源后，与石家庄公共交通总公司签订合同，合同约定的时间一般为 10-15 年之间。由公司承建公交站亭并将站亭的灯箱广告媒体租赁给公司，公司向石家庄公共交通总公司支付经营管理费，管理费按照单块公交候车亭灯箱广告牌为一个计算单位，合同约定租赁的广告牌数量，管理费用逐年递增，公司负责候车亭的日常清洁、维修和维护工作。

（四）公司重大合同及履行情况

重大业务合同界定标准为众美传媒前五大客户或供应商签订的金额较大的销售或采购合同。公司销售和采购合同较多，销售合同抽取合同金额为 80 万元以上的合

同、供应商合同抽取合同金额为 70 万元以上的。

1、报告期内对公司持续经营有重大影响的销售合同及履行情况如下：

序号	签署日	合同名称	合同相对方	合同金额（元）	履行情况
1	2014-01-25	户外广告业务合同书	山西杏花村汾酒销售有限责任公司	840,000	履行完毕
2	2014-01-01	地区广告代理商年度服务合同	上海上汽大众汽车销售有限公司	5,800,405	履行完毕
3	2014-01-01	合同书-河北创壹广告	河北创壹广告有限责任公司	2,911,671	履行完毕
4	2014-01-01	2014 年度东胜集团众美公交站亭广告代理发布战略合作框架协议	石家庄市东胜投资集团有限公司	1,477,045	履行完毕
5	2014-01-10	电视媒体广告合同书	河北葵赋康饲料有限公司	4,700,000	履行完毕
6	2014-02-24	电视媒体广告合同书	河北天天乳业有限公司	2,400,000	履行完毕
7	2014-02-26	户外广告业务合同书	河北壹洲房地产开发有限公司	1,604,860	履行完毕
8	2014-06-16	2014 年雪花勇闯天涯河北经视广告合作协议书	华润雪花啤酒(河北)有限公司	900,000	履行完毕
9	2014-07-17	电视媒体广告合同书	宝岛车业集团有限公司	1,080,000	履行完毕
10	2014-12-19	合同书-魏通房地产	石家庄魏通房地产开发有限公司	1,440,000	履行完毕
11	2014-12-24	合同书-金石房地产	石家庄金石房地产开发有限公司	1,368,000	履行完毕
12	2014-12-12	合同书-壹洲房地产	河北壹洲房地产开发有限公司	951,590	履行完毕
13	2015-12-15	框架协议	凯帝珂广告（上海）有限公司	----	履行中
14	2015-01-01	地区广告代理商年度服务合同	上海上汽大众汽车销售有限公司	11,187,742	履行完毕
15	2015-01-01	合同书-河北创壹广告	河北创壹广告有限责任公司	3,070,735.9	履行完毕
16	2015-02-03	合同书-宇辰房地产	河北宇辰房地产开发有限公司	854,100	履行完毕
17	2015-03-27	户外广告合同	科勒（中国）投资有限公司	1,100,000	履行完毕
18	2015-03-27	户外公交广告制作发布合同	青岛啤酒股份有限公司	2,100,000	履行完毕
19	2015-06-18	合同书-上海韵翔广告	上海韵翔广告有限公司	840,000	履行完毕
20	2015-12-21	石家庄火车站二楼候车大厅中段广告发布合同	天山房地产开发集团有限公司	3,450,000	履行中

21	2016-01-01	地区广告代理商年度服务合同	上海上汽大众汽车销售有限公司	----	履行中
22	2016-03-22	电视媒体广告合同书	石家庄绿之洲商贸有限公司	810,000	履行完毕

2、报告期内对公司持续经营有重大影响的采购合同及履行情况如下：

序号	签署日	合同名称	合同相对方	合同金额 (元)	履行情况
1	2014-01-21	经济频道《大兵小将》	河北电视台广告经营管理中心	4,300,000	履行完毕
2	2014-06-06	经济频道《相聚世界杯》	河北电视台广告经营管理中心	800,000	履行完毕
3	2014-07-16	经济频道《今日资讯》	河北电视台广告经营管理中心	880,000	履行完毕
4	2014-11-03	社区灯箱	上海中上文化传播有限公司	1,320,000	正在履行
5	2014-12-31	火车站特装展位业务合同书	石家庄星晴广告有限公司	1,000,000/年	正在履行
7	2015-10-31	广告合同书	天津广播电视台	1,300,000	履行完毕
8	2016-01-01	石家庄饭店大牌租赁	石家庄饮食有限责任公司石家庄饭店	900,000	正在履行
9	2016-03-22	经济频道今晨直播绿之洲	河北电视台广告经营管理中心	710,000	履行完毕

3、报告期内公司与公交公司合同及履行情况如下：

序号	合同期	街道名称	数量 (块)	16年管理费 (元/块)	履行情况
1	2010.7.1-2022.6.30	火车站公交枢纽	42	3,960	正在履行
2	2014.1.1-2023.12.31	槐安路	59	4,000	正在履行
3	2014.1.1-2023.12.31	槐安路西	87	3,600	正在履行
4	2014.1.1-2023.12.31	槐安西二环西	----	3,600	正在履行
5	2012.1.1-2023.12.31	建华大街	24	3,200	正在履行
7	2012.1.1-2023.12.31	谈固大街	40	3,120	正在履行
8	2012.1.1-2023.12.31	跃进路	21	3,300	正在履行
9	2015.1.1-2026.12.31	和平西路	18	3,300	正在履行
10	2015.1.1-2026.12.31	新华西路	32	3,300	正在履行
11	2015.1.1-2026.12.31	学苑路	38	2,200	正在履行
12	2014.1.1-2023.12.31	东开发区	82	2,600	正在履行
13	2011.11.1-2023.12.31	二环路	222	2,196	正在履行
14	2010.1.1-2021.12.31	平安大街	90	6,909	正在履行
15	2010.1.1-2021.12.31	公里街	17	5,314	正在履行

16	2010. 1. 1-2021. 12. 31	谈固南大街	2	3,300	正在履行
17	2007. 1. 1-2018. 12. 31	新华路 育才街	40	7,074	正在履行

五、公司的商业模式

（一）公司整体商业模式

公司所处行业为商务服务业的广告行业，公司以户外媒体、电视媒体、互联网媒体信息发布以及营销策划为主的综合媒体运营平台，根据客户的多样性需求，并提供全方位媒体运营及品牌推广服务。主要业务包括广告牌广告、媒体广告和营销策划三个体系。公司拥有经验丰富的营销团队、专业的策划人员、设计人员，根据行业市场发展和客户的需求，将细分领域中的优质合作伙伴整合进自有的开放生态系统，为客户提供品牌宣传、形象树立、活动展示、大数据分析、品牌定位和营销策划等综合性解决方案，满足客户各类不同需求。公司根据客户的不同需求和偏好，定制出不同的服务内容，根据服务的内容再向客户收取服务费用。

公司取得代理媒体资源主要分为电视台、广播电台、报纸、杂志、网络等媒体，具体采购的情况如下：

1、电视台

根据与客户签订的委托代理协议或合同，公司与媒体方签订广告发布合同，签订合同的期限依据客户的需求而定；

公司与媒体方签订合同后，合同金额较大且发布期间超过 6 个月的，经双方协商一致，先按照合同总额的 10%预付风险保证金，付款期限为按月支付媒体发布费，预付的 10%风险保证金冲抵最后一个月的媒体发布费；合同期限不足一个月的，按实际播放的天数支付媒体发布费；

采购的确认依据为经双方签署的广告发布合同，确认时点为广告画面呈现在公众视野面前以及第三方监播报告；

定价方式分为黄金时段（18 点—22 点）和非黄金时段（除 18 点—22 点以外的时间段）两种价格，广告发布费为定价标准*不同时段折扣*实际发布的时间。

2、广播电台

根据意向客户的需求，公司与媒体方签订年度框架协议，规定年度投放的下限，付款期限为电台播实际播出时间，并按月进行结算；

采购的依据为年度框架协议和月度客户下单明细，确认时点为电台播出日或客户的反馈；

定价方式：不同频道、不同时段的价格不同，电台媒体分为品牌广告和专题广告两种，品牌广告分为早（6点-8点）、中（11点-1点）、晚（17点-19点）广告播出时间为5秒、10秒、15秒和30秒，按照标准定价的一定折扣进行结算；专题广告播出时间为1小时、2小时或更长时间，按照标准定价进行结算，无折扣。

3、报纸、杂志与网络媒体

依据客户的需求或意向签订合同后，通过与媒体方沟通达成一致后，公司与媒体方签署广告发布合同，与媒体方签订的合同期限保持公司与客户所签订合同的期限一致；付款期限为公司通过与媒体方协商，广告见报或网络发布后3个月内支付款项；采购的依据为经双方签字或盖章的合同，确认时点为见报或网络发布后的日期；定价方式为经双方协商后在合同中约定确定。

（二）项目实施模式

1、探寻客户需求阶段

通过与客户初步接触，了解客户所处行业的情况以及在行业中的所处环境。寻找客户在当前阶段真实需求，以及项目实施性评估，为营销方案打下基础。

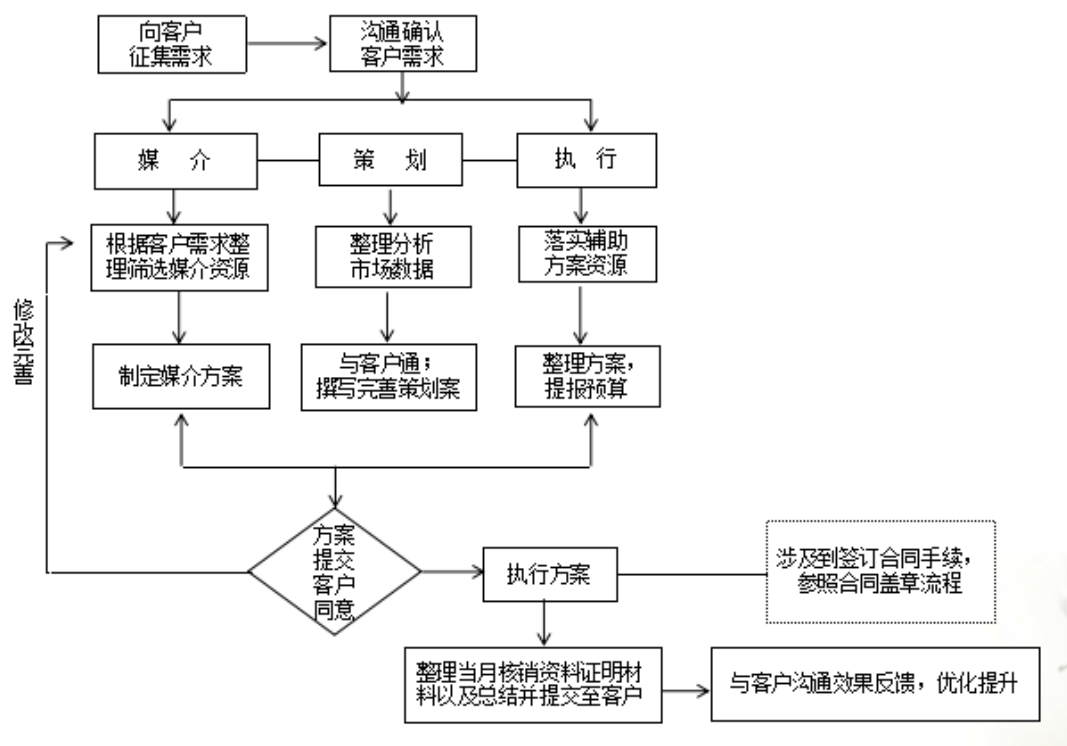
2、制定策划方案

通过与客户反复多次的就策划方案进行沟通，确定最终实施方案。

3、方案执行

策划人员与媒介、执行团队就方案实施情况进行详细沟通，并有媒介整合媒体资源，执行团队筹备并执行方案。

4、业务流程图



（三）盈利模式

1、户外媒体中心

户外媒体销售中心下设两个部门分别为销售部和媒介部，所以户外销售中心盈利点为户外媒体销售和媒介代理服务。

户外媒体销售盈利模式：公司拥有市政交通公益设施公交候车亭媒体的建设、维护权利，并在履行发布社会公益性广告义务的同时就剩余媒体作为自有媒体资源进行经营销售，从而获得盈利。

媒介代理服务盈利模式：媒介部不定期更新媒体资源，并根据客户需求提供媒体资源整合以及购买服务，为客户提供最适合的媒体资源方案使客户利益最大化，从而获得代理服务费。

2、营销策划中心

以品牌代理服务为切入点，提供市场调研、创意、策划、媒介整合、方案实施等解决方案从而获取代理服务费作为盈利模式。

3、电视营销策划部

根据客户实际需求，提供方案策划、媒介整合（以电视媒体为主，辅以新媒体等其他媒体形式）、线下活动执行等服务，从而进行媒体销售作为利润来源。

六、所处细分行业基本情况

（一）公司所处行业及管理体制和行业政策

1、行业分类

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类（GB/T 4754-2011）》，公司所属行业为商务服务业（L72）之广告业（L7240），根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司所属行业为商务服务业（L72）。根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司发布的《挂牌管理型行业分类指引》，公司属于广告业（L7240）；《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司属于广告（13131010）。

2、行业管理体制

目前，我国广告业实行政府监管与行业自律相结合的管理体制。

（1）中华人民共和国国家工商行政管理总局

国家工商总局是我国广告行业的主管部门，承担着指导广告业发展，监管广告市场，负责广告活动的多重职责。其中，广告发布活动的监督管理主要包括：制定、执行、监测广告发布标准、查处违法广告；广告经营活动的管理包括规范广告市场经营行为、取缔非法经营行为等；此外国家工商管理总局还承担指导广告业发展的职能。2008年4月，国家工商行政管理总局和国家发改委联合颁布《关于促进广告业发展的指导意见》，指出知识密集、技术密集、人才密集的广告业是现代服务业的重要组成部分，是创意经济中的重要产业，在服务生产、引导消费、推动经济增长和社会文化发展等方面，发挥着十分重要的作用，其发展水平直接反映一个国家或地区的市场经济发展程度、社会文化质量、科技进步水平和综合经济实力。

（2）行业协会

中国广告协会（简称“中广协”）创立于1983年12月27日，是国家工商行政管理总局的直属事业单位，是中国广告界的行业组织，是经国家民政部登记注册的非营利性社团组织。协会由全国范围内具备一定资质条件的广告主、广告经营者、广告发布者、与广告业有关的企、事业单位、社团法人等自愿组成。中广协在国家

工商行政管理总局的领导下，承担着抓自律、促发展，指导、协调、服务、监督的基本职能。其主要任务是制定行业自律规定，规范经营行为，开展争创文明先进单位活动，促进广告市场健康有序的发展；开展企业资质评审活动，扶植优势企业发展，促进产业结构的优化调整；抓好行业培训工作，确保从业人员的上岗资质，努力提高从业人员的业务素质，与教育部门联合共同进行广告专业大专班、本科班、研究生班的招生教学工作；加强广告学术理论研究，积极开展中外广告学术理论交流，促进和引导中国广告思想理论的发展；开展国际交流与合作，与世界各国广告协会建立联系，代表中国广告界参加世界广告组织和活动，组织中国广告界参加国际性的广告赛事；开展广告发布前咨询工作，为广告主、广告公司、媒体广告部提供法律援助；开发信息资源，建立信息网络，为行业提供信息服务；举办好中国广告节等会展活动，评选创意制作精良、广告效果好的优秀广告作品，推举新人，树立广告界的良好形象，促进广告业的发展；积极参与广告业的立法立规工作，向政府有关部门反映会员单位的意见和要求，提出合理建议；办好现代广告杂志，及时传递行业管理信息，发布行业统计数据，促进广告思想理论的发展和经营秩序的规范。

3、行业主要法律法规

（1）《中华人民共和国广告法》

中华人民共和国广告法于1994年10月27日第八届全国人民代表大会常务委员会第十次会议通过2015年4月24日第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议修订，自2015年9月1日施行。其主要目的在于规范广告市场，促进广告业的健康发展，保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，发挥广告在社会主义市场经济中的积极作用。广告法主要内容为：规范广告活动，保护消费者的合法权益，促进广告业的健康发展，维护社会经济秩序；广告应当真实、合法，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华民族优秀传统文化的要求；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。广告主应当对广告内容的真实性负责。广告主、广告经营者、广告发布者从事广告活动，应当遵守法律、法规，诚实信用，公平竞争。广告不得损害未成年人和残疾人的身心健康。广告不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。广告主、广告经营者、广告发布者

之间在广告活动中应当依法订立书面合同。

（2）《广告管理条例》

该条例于1987年10月26日国务院颁发，自1987年12月1日起施行，1982年2月6日国务院发布的《广告管理暂行条例》同时废止。广告管理条例的主要内容为：①加强广告管理，推动广告事业的发展，有效地利用广告媒体为社会主义建设服务。②凡通过报刊、广播、电视、电影、路牌、橱窗、印刷品、霓虹灯等媒体或者形式，在中华人民共和国境内刊播、设置、张贴广告，均属本条例管理范围。③广告内容必须真实、健康、清晰、明白，不得以任何形式欺骗用户和消费者。④在广告经营活动中，禁止垄断和不正当竞争行为。⑤广告客户申请刊播、设置、张贴的广告，其内容应当在广告客户的经营范围或者国家许可的范围内。⑥广告业务代理费标准，由国家工商行政管理机关会同国家物价管理机关制定。⑦广告客户和广告经营者违反本条例规定，使用户和消费者蒙受损失，或者有其他侵权行为的，应当承担赔偿责任。

（3）《中国广告行业自律规则》

该规则自2008年1月12日起施行。广告行业自律是广告业发展到一定阶段的必然产物，它对于提高广告行业自身的服务水平，维持广告活动的秩序，都有着不可替代的作用。其主要内容是禁止虚假和误导性广告，广告应当尊重他人的知识产权，尊重妇女和儿童，尊重良好道德传统；禁止以商业贿赂、诋毁他人声誉和其他不正当手段达成交易，禁止以不正当的广告投放手段干扰媒体节目、栏目等内容的安排。

广告行业自律是目前世界上通行的一种行之有效的管理方式，并逐渐发展成为广告行业自我管理的一种制度。世界上广告业比较发达的国家都十分重视广告行业自律对于广告业发展的积极意义，行业自律逐步形成系统和规模，不断得到加强和完善。我国的广告业正处在初级发展阶段，随着社会主义市场经济的运转，广告管理法规在进一步完善和健全之中。在这种状况下，广告行业自律的作用显得更加重大。实行行业管理，加强广告法规的管理研究和确定行业自律准则，是我国社会主义市场经济发展的需要。

4、行业政策

序	时间	文件名称	发布单位	主要内容
---	----	------	------	------

号				
1	2009年1月	《关于促进服务外包产业发展问题的复函》(国办函[2009]9号)	国务院	将服务外包产业的发展提升到国家战略高度,明确要把促进服务外包产业发展作为推进结构调整、转变外贸发展方式、增加高校毕业生就业机会的重要途径。并给予包括税收、用工、市场开拓等全方位的产业政策支持。
2	2009年9月26日	《文化产业振兴规划》	国务院	确定将以文化创意、广告、动漫等产业为重点,加大扶持力度,完善产业政策体系,实现跨越式发展。首次把文化产业的发展规划列入国家发展战略中来,标志着把文化产业发展作为一个战略性产业提升到了国家战略的层面,意义重大而深远。
3	2011年3月17日	《促进广告业健康发展》	国务院	规划纲要作为国家中期发展战略,对广告业发展的指导性意义深远,定位准确,方向明确。目前正在制定的“十二五”现代服务业发展规划,也将提出广告业发展的目标、任务,重大工程以及保障措施。
4	2011年3月27日	《产业结构调整指导目录(2011年本)》	国家发改委	把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类,这是广告业第一次享受国家鼓励类政策,为广告业发展提供了强有力的政策支持依据和空间。
5	2012年6月18日	《广告产业发展“十二五”规划》	国家工商总局	明确提出广告业要提高专业化、集约化、国际化水平,推动行业健康、全面、协调、可持续发展。
6	2012年7月	《关于开展2012年现代服务业试点支持广告业发展有关问题的通知》	财政部、国家工商总局	正式开展2012年中央财政支持广告业发展试点工作。
7	2014年3月	《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》	国务院	加强对文化创意和设计服务与相关产业的政府奖励、财税支持、金融服务。
8	2015年3月17日	《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》	国务院	鼓励金融资本、社会资本、文化资源相结合,深入推进文化与金融合作。
9	2015年9月1日	《中华人民共和国广告法》	国务院	制定新法规,对行业做出新规范。

10	2015 年	《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》	国务院	坚持改革创新和市场需求导向,突出企业的主体作用,大力拓展互联网与经济社会各领域融合的广度和深度。
----	-----------	--------------------------	-----	--

（二）行业发展状况

1、广告行业概况

广告是商品经济发展的产物。自从人类有了商品与商品间的交换，有了顾客与市场，就有了广告活动。广告简单的解释是“广而告之”，是为了某种特定的需要，通过一定形式的媒体，公开而广泛地向公众传递信息的宣传手段其目的是为了吸引顾客，沟通生产与消费之间的关系，使供求渠道更为通畅，通过艺术的手法，对相关的信息，进行高度精炼，通过各种媒介传播向目标群体传递、宣传商业信息。通过耳濡目染的方式，加强或改变目标群体对所宣传产品的认知，最终达到引导目标群体行动的目的。而广告产业则是指以提供广告服务为专门职业，接受客户委托，专业从事品牌规划、品牌策划，广告调研、策划、创意、设计、制作和广告代理发布等各种服务并从中获取利润的专门化行业。以盈利为目的的广告，通常是商品生产者、经营者和消费者之间沟通信息的重要手段，或企业占领市场、推销产品、提供劳务的重要形式，主要目的是扩大经济效益。

2、广告业的特点

（1）广告是一种有目的、有计划的信息传播手段

广告必须与市场营销活动相结合，并以说服消费者购买所宣传的商品或享用所宣传的服务为最终目的。简而言之，广告是一种推销商品、获得盈利为最终目标的商业行为。广告向目标消费者展示商品的性质、质量、功用、优点，进而打动和说服消费者，影响和改变消费者的观念和行为，最后达到做广告企业的商品被推销出去的目的。广告与一般的促销活动不一样，促销是卖主直接向买主展示商品，与消费者发生面对面的交流，而广告则是通过媒体向消费者做说服工作。它说服的结果，自然是使商品最终销售出去。广告提供的所有信息，对公众来说应该是有价值的，即能起到传播信息、引导消费、满足消费者需求的作用。

（2）从企业经营的角度看，广告是一种投资活动

前面说过广告是一种有目的、有计划的信息传播手段。同时广告宣传也必须付

出一定经济代价，并有特定传播媒体物和公开的宣传工具。企业为了达到一定的目的并期望有一定回报所投入的资金，常常被视为投资。例如，机器、厂房、仓库设施等均被视为投资，其价值随着存在时间延长将按一定比例折旧。而投入到广告活动的资金，并不能全部产生即时销售效果，因此，大多数广告主只好将广告费用当作费用支出开列。随着现代广告观念的形成和发展，已经有越来越多的人认为广告活动应该被视为企业投资行为。

从创造价值的角度看，广告的投资效应一般通过两个方面来体现，一是广告的消费价值，它取决于广告的消费效应，即消费者接受广告信息，对广告产生认同感并积极购买；另一方面是广告的生产价值，它取决于广告消费价值的实现。广告只有首先满足消费者需要才能实现广告的目标推销与盈利。尤其对于商品广告而言，只有商品销售的实现，才能实现再生产的目的。如果将广告活动视为投资，那么，对广告的要求及看法自然都会改变。从投资的角度看，广告应该将追求长远利益与眼前利益结合起来，广告是一种着眼于未来的行为，既有一定的风险性，又有一定的可预测性。

（3）广告是一种沟通过程

沟通，就是信息发出者与接收者之间进行信息传递与思想交流，以求达到某种共识。因此，沟通是一种双向活动，而不仅仅是一方对另一方的单向影响过程。广告是一种双向沟通，是因为广告主将广告信息通过大众媒体传递给目标消费者，以求说服、诱导消费者购买广告商品。只有当目标消费者接受了广告信息，即认为广告信息是真实和可信的，并同意广告所传递的观点时，广告信息才能发挥作用，从而实现广告沟通过程。广告中的沟通有别于面对面的人际沟通。首先，广告是通过电视、报纸等大众传播媒体进行的一种沟通活动；其次，广告沟通对象是具有同一需要或同一特性的一群消费者，而不是个别消费者；再次，广告不仅仅是一般性沟通，而是一种带有说服性的沟通。广告目的在于影响消费者的品牌态度与购买行为，引导、说服消费者购买广告中所宣传的商品。然而，影响人的态度与行为是一项极其复杂、艰巨的任务，要完成这一任务，不仅要使目标消费者能够接收到广告信息，还必须采取一定的说服手段，使目标消费者能够接受广告信息，最终购买广告中所宣传的商品。

（4）广告需要创意和策略

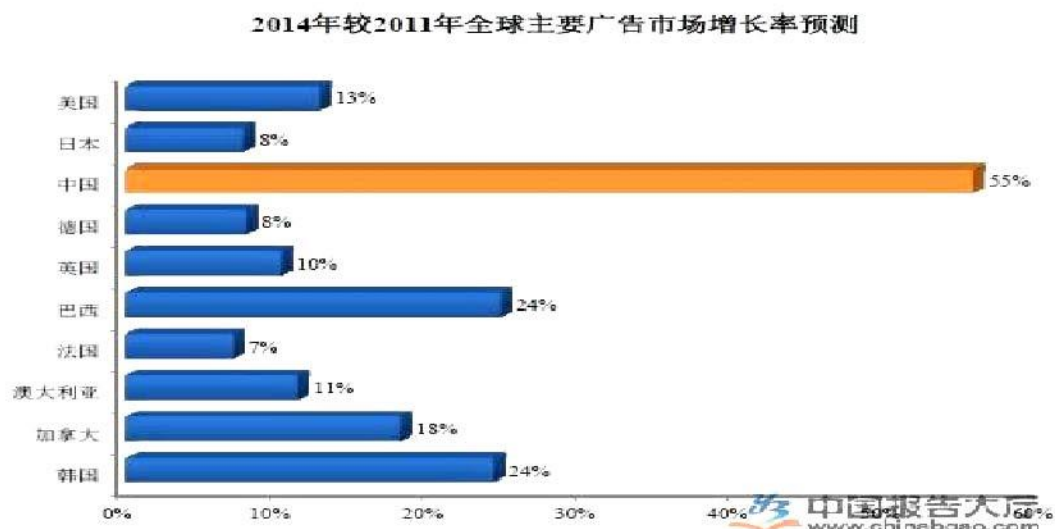
广告的制作和宣传应该满足消费者需要，能唤起消费者注意，并调动兴趣，激发欲望，从而实现消费行为。目前广告市场中，争取消费者注意力的竞争越来越激烈。消费者每天都要面对成百上千条广告的冲击。如果想要在众多商品品牌中为你所宣传的商品在消费者心目中争取一个位置，那么广告就要有创意。创意的本质就是使广告所包含的信息能得到更好传达，对诉求对象产生更大的影响作用。好的创意，必须在明确的信息策略指导下产生。没有任何策略指导的信息，即使表现得再独特，也很难成为好的创意。因此，在广告创意这个环节中，信息广告的诉求策略和表现策略应该得到足够重视。

3、广告行业市场规模和行业发展趋势

我国进入21世纪高速发展期以来经济领域不断发展，带领着广告业这一领域也迅速发展起来。近年来，我国广告业总体呈不断上升的发展状态，广告数量不断增加、广告质量大幅提高、广告方式呈现出多样化模式，特别是新媒体广告领域开创了广告界的新局面。

广告业作为服务性产业，伴随着中国经济的成长而不断发展壮大。1978年十一届三中全会之后，中国广告业也取得了飞速的发展。2014年中国广告市场规模达到545.89亿美元，预计2015年将达到629.61亿美元，同比增长15.33%。预计2016年将达到716.41亿美元。根据梅花网预测显示，中国在未来10年左右有望成为全球最大的广告市场之一。

（1）我国广告行业发展前景依旧巨大



来源：《2016年中国广告行业发展概况及发展趋势分析》

2011年，中国已成为全球第三大广告市场。根据宇博智业市场研究中心的预测报告，2014年相比2011年，中国市场广告支出增幅将达55.49%，远超美国、日本、德国、英国等发达国家。预计未来几年，中国市场广告支出将逐渐超越日本，成为全球第二大广告市场。随着国民经济的快速发展和中国消费市场地位的日渐提升，国际品牌和国内品牌的广告投放力度都将进一步加大，未来我国广告市场规模将持续扩大，我国广告行业发展潜力巨大。

（2）广告行业的竞争趋向两极化

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

（3）数字媒体和无线终端技术为广告公司进一步发展提供了契机

近几年，数字媒体和无线终端技术的运用在广告市场呈现迅猛的发展态势，网络、手机、数字电视、商务楼宇广告、地铁大屏幕等形式的数字媒体广告的效用已得到越来越多广告主的认可。精准传播、互动营销等依托数字媒体和无线终端技术

的新型传播形式，逐渐成为未来广告行业的重要增长点。

4、广告业的市场现状

据宇博智业市场研究中心发布的《2014年第2季度互联网视频广告行业数据监测报告》显示，2014上半年中国广告市场（含户外视频媒体和互联网）增长4.1%。其中，传统广告市场仅增长0.9%，增速放缓。户外视频媒体、互联网对市场整体的拉动作用更明显。



来源：《2016年中国广告行业发展概况及发展趋势分析》

（1）广告花费——媒体电视媒体2014年上半年广告花费增长放缓，仅为1.9%。从各级别电视广告刊例花费增幅及时长的同比变化来看，电视再次进入资源调整期。中央台广告时长调整明显，刊例花费随之受到影响，降幅达11.1%。省级卫视白天广告资源量变化较大，而在20-24点的竞争中，省级卫视的广告时长压缩幅度是最小，因此刊例花费仍有4.7%的增幅。2014年上半年新闻时事类、电视剧类和综艺类节目三驾马车的资源承载量均有不同程度的下滑。同时，一线省级卫视在价格高企、资源有限的情况下，广告主的投放费用或有转向其他卫视的倾向。

平面媒体缩减状态依旧，报纸和杂志同比减幅分别达13.2%和7.6%，2014上半年报广告资源量和刊例花费仍在持续衰减。五大报纸广告支柱行业中仅邮电通讯行业保持着1.1%的微增长，而曾经一枝独秀的房地产行业也由增长转为下降。杂志广告面积降幅略有收窄，花费降幅平稳，五个重点广告投放行业均呈现减投态势。

电台在前两年的资源调整后重新实现花费的快速增长，增幅有较大提升，达13.1%。新闻/时事类电台节目的广告吸引力正在增大，花费较去年同期增长21.5%。

多数投放电台广告的重点行业增幅优于去年同期，房地产/建筑工程行业仍保持37.2%的较快增长。

传统户外广告在面积进一步缩减的情况下实现刊例花费增长7.5%。从行业投放来看，房地产/建筑工程行业和邮电通讯行业均广告增长加速，分别达32.0%、39.7%。在传统户外广告花费TOP10品牌排行榜中，阿里巴巴淘宝和1号店两大电商大幅增投，恒大冰泉投放迅猛，一举占据榜单第三位。

商务楼宇视频广告花费增幅为12.1%。饮料行业在商务楼宇视频的投放增长明显，主要是蒸馏水/纯净水的高投放带动。

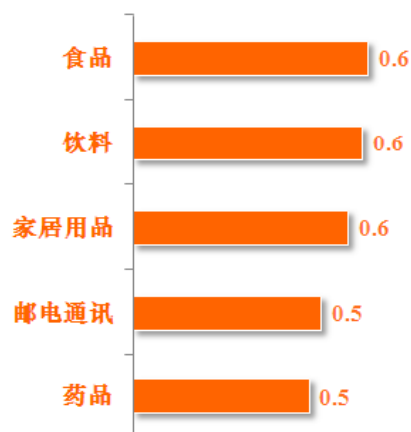
影院视频广告增速达57.1%，活动类“虚”广告投放缩减21.4%，而交通、饮料、娱乐及休闲行业增幅均高达三位数，分别是139.9%、123.3%、183.0%。在影院视频广告花费的TOP10品牌均是新入榜或投放增幅迅猛。

交通类视频广告平稳增长，同比增幅为6.3%。邮电通讯、饮料行业则持续增长，增幅达47.1%、76.1%。赶集、58同城领衔同类品牌的交通类视频投放，增幅分别为50.5%、201.0%。

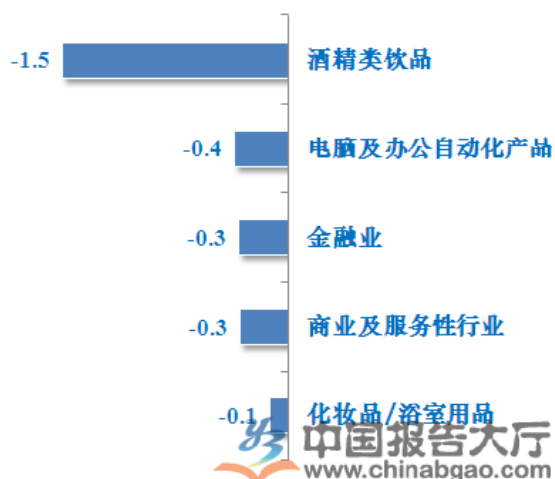
互联网广告势头良好，持续增长39.5%。从品牌投放来看，电商、网游热投互联网广告，尤以天猫、淘宝领衔。

（2）广告花费——行业2014上半年化妆品/浴室用品广告增长停滞，呈现负增长0.8%，甚至首次成为拉低传统市场增长的五个行业之一。饮料、食品增长缓慢，分别为4.4%、6.1%。广告花费正增长力量平均化，增长贡献量最大5个行业相差不过0.1个百分点。

2014年H1增长贡献量最大5个行业（百分点）



2014年H1增长贡献量最低的5个行业（百分点）



备注：行业贡献量=行业上年同期花费份额×行业今年同期花费增幅×100

来源：《2016年中国广告行业发展概况及发展趋势分析》

（3）广告花费——品牌 2014上半年，欧莱雅持续上年投放强度，品牌增幅高于集团整体，在广告刊例投放花费总量上继续领衔TOP10品牌榜单，较去年同期增长23.7%。排名第四位的玉兰油增速减慢，同比仅增长3.7%。江中表现突出，TOP10品牌中增幅最大，高达181.0%。而饮料行业增长放缓，伊利、加多宝、娃娃哈广告减投，而旺旺的广告投放却增长迅猛，达82.2%，康师傅更是跃居榜单亚军。

2014年中国经济增长放缓，大部分专家对当前中国宏观经济景气度的一致性判断依然维持“偏冷”，能否缓解当前中国经济增长下行压力，关键还要看“定向调控”如何加大“微刺激”的政策力度，稳定经济增长。新媒体市场朝气蓬勃，但传统广告的走势仍有待观察。

5、电台媒体广告行业现状

在新媒体快速发展和汽车行业变局的背景下，中国广播广告在诸多因素影响下呈现平稳发展态势。广告的精准投放和集约化经营，以及广告形态的推陈出新成为广播广告行业良性发展的保证。而广播广告行业的可持续性发展更依赖于广播业界对新媒体环境下广播广告诸多发展契机的把握。2014年上半年，平面媒体广告投放量持续呈下滑趋势，报纸媒体与杂志媒体均以两位的降幅严重下滑；户外媒体投放量与2013年同期基本持平，微跌2.5%；电台媒体广告投放量则呈上涨趋势，涨幅5.8%；网络媒体广告投放继续保持高速增长，涨幅为19.8%。相比较来看，传统媒体中，电台媒体仍旧保持着较强的市场竞争力。



来源：《2016-2022年中国户外媒体市场深度评估及投资前景预测报告》

(1) 房地产广告对电台媒体的依赖度明显增高

2014年上半年，电台广告投放量TOP5行业集中度为69%，对重点行业的依赖性较高，TOP5行业均为广告需求较丰富的行业，电台广告受到重点行业的关注。



来源：《2016-2022年中国户外媒体市场深度评估及投资前景预测报告》

(2) 电台广告投放量与品牌量齐涨

2014年上半年，选择电台媒体的品牌量实现6.2%的增长，TOP5重点行业中，居首的汽车行业投放量（+7%）与品牌投放量（+2.5%）呈小幅稳定增长。而电台广告感性诉求较强，更具煽动性特征契合了地产商品以促销为主的基本需求，广告投放量以107.5%的速度高速增长。基于有车一族中高端群体的精准推广需求，2014年上

半年，个人用品电台广告投放量实现了240%的大幅增长，为各行业中增长最为显著的行业。



来源：《2016-2022年中国户外媒体市场深度评估及投资前景预测报告》

（3）TOP10品牌的电台广告投放创新高

电台广告投放TOP10品牌以汽车，金融行业为主，广告主偏中高端。2014年上半年，TOP10品牌基本都增大了在电台媒体的投放力度，可见重点品牌对电台广告仍旧保持积极态度。其中，蒙牛乳业以686%的强势增幅跨入TOP10行列。



来源：《2016-2022年中国户外媒体市场深度评估及投资前景预测报告》

（三）进入本行业的主要壁垒

1、专业人才

广告产业属于知识密集、技术密集、人才密集型产业。广告业务的各个环节，包括市场研究、品牌定位、品牌管理、创意制作、媒体研究、媒体策划、媒体购买、媒体执行、策略评估等广告全案服务的运营均需较高素质的人才胜任。特别是那些在实操方面有多年工作经验、既熟悉广告服务环节的各项业务、又对广告客户所在行业具有较深理解的人才在广告业尤为稀缺。广告专业人才的稀缺成为限制广告公司发展的一大瓶颈。

2、资金实力综合型广告公司要实现精准全案服务，必须使其品牌定位、创意策划、媒体策略有科学的量化分析作为支撑。而科学的量化分析建立在庞大的、及时更新的市场数据库、媒体数据库基础之上。为此，广告公司每年须投入大量资金用于各类广告策划、媒体投放数据资料的购买或更新。此外，在媒体代理业务中，媒体通常要求定期集中结算或提前支付采购款，而广告客户一般是在媒体投放后，确认了播放证明后才支付全部媒体投放费用。因而，广告公司通常需要保持较大金额的流动资金，用以集中结算支付或垫付媒体采购款，以及数据的购买、更新。

3、品牌与合作认同在广告服务中，与大型客户建立长期战略合作的门槛较高。大型客户选择广告代理商的条件苛刻，要求广告代理商有健全的服务网点，高效的运作系统，丰富的行业经验，成功的实战案例，良好的品牌声誉，高水平的服务团队以及系统的服务支持。而一般广告公司并不具备上述条件，因而很难得到这类客户的认同，即使达成合作也难以长久。

（四）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家和地方性政策对广告行业的支持

国家发改委第9号令发布，自2011年6月1日起实行《产业结构调整指导目录（2011本）》。“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类，这是广告业第一次享受国家鼓励类政策，为广告业发展提供了强有力的政策支持依据；上海市工商局和上海市发改委联合发布《关于进一步促进本市广告业发展指

导意见》，提出力争到2015年将上海建设成为亚太地区的广告创意设计中心、广告资源交易中心、广告人才培育中心、广告科技创新高地；国家工商总局和北京市政府签署《推动首都广告业发展战略合作协议》，确定将建设国家级广告业示范区；党的十七届六中全会明确指出文化产业将成为国民经济支柱性产业，广告业作为文化产业的重要组成部分，也将成为国家重点支持和发展的行业。一系列的利好措施都促进了广告业自身的发展，加上外界对广告创意产业的进一步关注，将带动广告投放量的持续增长。

（2）居民消费需求大幅增长

从消费者角度来说，随着我国国民经济的持续增长，人民生活水平不断提高，对物质文化生活需要日益增长。消费者对市场品牌及产品信息的获取提出更高要求，广告客户相应的广告投放需求增加，有利于促进广告行业的快速发展。从广告主角度来说，随着国民经济的持续增长，广告主投入广告的预算不断增加，推动了广告行业市场规模的上升。同时，由于近年来中国市场在全球消费市场中的地位日渐提高，国内外各品牌对中国市场的重视程度也日益提高。为了提高品牌知名度，这些消费品牌在国内广告市场进一步加大投入，从而推动了中国广告行业的快速发展。

（3）地铁轨道交通的建设大幅增长

地铁建设的快速发展为行业带来两方面的机遇：一方面，采用地铁方式出行的人群显著增加，提升了地铁媒体的商业价值；另一方面，地铁运营线路及里程的增加为地铁媒体网络的扩张提供了空间，提升了网络化运营的规模效应。

（4）新兴技术的快速发展为数字视频媒体广告行业发展提供了技术支持

数字视频媒体的发展及创新依赖于数字技术的进步。历史经验表明，每一次传媒产业的飞跃都始于技术进步。正如印刷技术、电子技术的发展促进了图书、报刊、广播、电视的大众化普及，如今数字技术也是媒介融合的基础，是数字视频媒体广告价值提升的必要条件。数字技术和网络传输技术的革命性发展，带来了信息量和传播渠道的急剧增加，未来触发式动态媒体播放技术、异形LED技术、LED显示屏扩展设备自动化控制技术、触摸式体感互动技术等在新媒体中的应用将极大提高客户信息的传播效果。

（5）中国电影市场进一步扩容，为电影媒体整合营销业务的发展提供了契

机

中国电影票房再创新高，根据国家新闻出版广电总局电影资金办数据，截至2015年12月3日晚，今年全国电影票房收入达到400.5亿元，同比增长35.13%，再创新高。其中，国产片票房收入为237.2亿元，进口片票房收入为163.3亿元，国产片占比为59.2%。电影票房和观影人次的增加，为电影媒体整合营销行业进一步提高了目标群体的规模，有助于促进该行业的深入发展。

（6）数字媒体具有节能环保的优势，符合未来发展趋势数字视频媒体和电影媒体，都是以数字化形式进行信息加工和传播，无需以报刊、杂志、海报、传单、光盘等实物形式分发到最终消费者，节能性能良好，因此数字视频媒体和电影媒体广告具有节能环保的特点，符合未来发展趋势。

2、不利因素

（1）缺乏规范管理，市场不成熟

我国的广告行业还处于起步阶段，市场竞争机制还不完善，市场成熟度不高。由于行业竞争主体数量较多、行业的自律性较弱，竞争秩序还需进一步规范和完善。这种状况不利于广告行业的长期稳定发展，不利于培育规范的市场环境。在这种局面下，势必需要行业监管部门通过制定相关产业政策、出台行业监管措施，同时加强行业自律指导，以提高行业的规范程度，提高市场成熟度。

（2）数字媒体技术在商业领域的应用是一个渐进的过程

在数字媒体的内容投放阶段，新颖的表达方式固然能从视觉以及触觉上带给目标群体更丰富的体验和感知，但广告主和广告目标群体对于新颖媒体形式的接受有一个渐进过程。数字媒体广告尚处于发展初期，传统媒体依然发挥着重要作用，增加了在数字媒体市场的开拓难度。

（3）经营规模的扩张需要较强的资金支持

广告行业要达到预期的服务效果，需面向广大的目标群体进行传播，因此必须拓展其媒体网络的覆盖范围，方能提升媒介价值和实现规模效应。而在媒体网络的扩张过程中，媒体阵地和电影媒体资源的获取以及媒体平台尤其是数字媒介播放体系的构建，都需要大量的资金支持，因此资金规模不足成为制约行业发展的因素之一。

（4）电影贴片广告经营权将逐步回归电影院

电影媒体整合营销业务中的电影贴片广告业务，主要是片方贴片广告。2011年11月，国家广电总局出台《关于促进电影制片发行上映协调发展的指导意见》，该意见明确表示今后电影院广告放映经营权将逐步回归到电影院，制片方不再经营贴片广告，对电影贴片广告业务造成一定冲击。

（五）行业基本风险特征

1、人才缺失风险

广告公司如何引进人才，培养人才并留住人才，都是广告公司伤脑筋的问题。目前，国内很多中小型企业，在创业初期阶段，很多公司都深切感受到招人难，用人更难。由于公司规模不大，经营项目单一，员工发挥的空间也有限，管理上基本上采取人盯人的方式，管理上难免脱节，员工的积极性也不高，而且由于平台有限，很多员工在公司学到一定本领以后，就会主动跳槽，寻求更好的工作平台，给公司造成了巨大的人力成本浪费，因此广告行业面临人才缺失的风险。

2、经济周期风险

广告行业与经济运行周期的关联较大，由于经济增速放缓，广告的增长也就增速缓慢，广告行业规模取决于广告投放需求的大小，广告行业与国民经济的增长有一定的正相关关系。在经济低迷时期，由于大多数广告客户将广告支出作为一项软性支出，因此可能会削减其广告投放，从而导致整体广告投放需求的减少。因此，如果经济周期波动明显，广告企业将面临一定的经营风险。

3、行业模式瓶颈风险

目前，国内的广告公司普遍以制作为主，只有少数以创意策划设计为主的广告公司。以深圳为例，大大小小的广告公司有几万家，其中有3、4人组成的工作室，还有10人左右的小公司，也有50人左右的中型广告公司，而100人以上的广告公司更是少之又少。广告公司的经营范围大多很狭窄，且互相抄袭，同质化极为严重，这样也导致了广告公司之间的恶性竞争，打价格战，互相拆台，最后导致利润空间越来越小。而如何做大做强，或者改变经营思路，突破行业瓶颈，产业结构多元化，已经是迫在眉睫的问题。

4、新媒体对传统广告的冲击风险

进入移动互联网时代，广告超出以往的硬广和软广模式，新媒体广告，利用创新思维优势及其商业模式，正在对传统广告进行冲击。

截至2014年6月，我国网民达到6.32亿，较2013年底增加1,442万人，其中，手机网民达5.27亿，较2013年底增加2,699万人。在网民上网设备中，手机使用率达83.4%，传统PC整体使用率为80.9%，我国网民手机上网使用率首次超越PC端，手机成为第一大上网终端设备。如果要面对新媒体广告对传统广告的冲击，就必须增强对移动互联网广告的客户开发，储备人才，整合资源，以便在新媒体广告中取得一席之地。

（六）行业的周期性、季节性和区域性特征

1、周期性

广告行业的周期性主要表现为：广告业在宏观经济不景气的初期就明显下滑，一旦经济开始复苏就会立刻反弹。这是由于宏观经济不景气时，绝大多数企业业主就会选择削减广告开支，而到宏观经济回暖时，企业业主为了扩大市场份额，又会立刻重新投入大量的广告支出。

2、季节性

广告行业收入的年内分布情况取决于广告主广告投放的变动，主要影响因素包括：投放广告产品本身销售的季节性因素影响，除持续性销售的产品外，其他产品都会在销售旺季到来前的一段时间开始大规模投放；节假日促销的影响，春节和国庆前的一个月基本都是广告投放高峰期。

3、区域性

广告服务行业区域性特征明显，北京、上海、广州三大城市占全国广告市场的50%以上，其他城市的市场发展极不均衡，导致广告服务行业除渠道市场服务细分行业外没有出现一家真正的全国化的服务机构。

（七）公司在行业中的竞争地位及竞争优势

1、行业地位

公司在河北省同行业广告市场当中，无论从媒介综合度、服务内容、服务能力上均有别于其他竞争对手，目前在河北省广告行业处于领先地位。公司的主要竞争对手情况如下：

（1）石家庄市天长文化传媒有限公司，是一家主要从事户外媒体代理发布的公司，主要代理运营石家庄市户外公交候车亭媒体；

（2）河北海王广告有限公司成立于2003年，是一家以电视媒体代理为主，

集营销策划，影视制作为一体的综合新公司；

（3）石家庄都市文化传播有限公司主要从事为客户提供营销方案策略，创意设计、公关活动执行等服务。

2、 竞争优势

（1）强大的媒体资源整合能力

公司从最初的电视媒体代理到现在发展成为包括电视媒体、户外媒体以及营销策划服务、公关活动执行、创意设计的综合性传媒公司，并积极探索互联网新媒体的发展。

（2）专业的团队

为客户提供商业服务的核心竞争力源自于专业，公司设立有专业的营销策划团队，设计团队、执行团队，团队成员均在行业内服务多年，与此同时公司为增强团队竞争力，不断完善团队的培育制度，保证团队成员的业务专业性以及创造力，是河北省内广告行业较为知名的专业团队。

（3）优质的客户资源

公司经过多年发展，目前拥有大批优质客户资源，客户分布在各行各业，包括地产、商业、汽车、电信、家电、快消品、酒水饮料在内的 7 大类为公司持续经营发展，提供收入保障。

3、 竞争劣势

（1）资金缺乏

公司业务以媒体资源整合以及营销策划服务为两大业务体系，公司当前处于拓展期，受到互联网的冲击，公司需要投入资金购买更为强势的媒体扩充自身的媒体资源，聘用高端创新型人才强化团队建设，因此需要资金支持，另外根据公司走出去的战略规划，市场拓展也需要资金支持，否则，公司发展以及市场竞争方面将处于弱势地位，减缓公司发展步伐。

（2）经营规模影响力较小。

公司虽然是河北省区域内较大的从事媒介代理，营销策划服务为客户提供整合营销服务的传媒公司，但由于资金缺乏，一直靠自身发展经营，所以与国内行业前列相比仍存在一定差距。

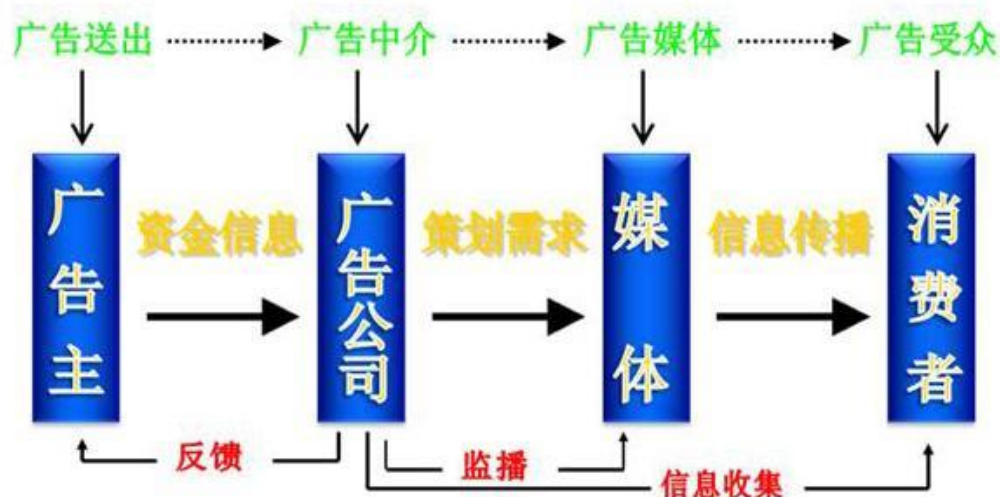
（3）人才短缺和流失的风险

公司所在的行业属于知识密集型行业，行业主要依靠人才资源积累的知识和经验来提供服务，人才的专业素质是咨询服务质量的关键因素。因此公司的发展和业务结构调整需要大量拥有专业经验的人才队伍，目前行业发展的不规范、机制不健全、人力资源成本上升快等因素使得行业的人才流动较为频繁。虽然公司目前的核心团队较为稳定，但是如不能及时引进和培养足够的高素质人才，将面临人才短缺的风险。

（八）产业链的构成以及上下游关系

1、产业链的构成

当前广告行业已经形成了分工明确的专业体系，广告产业链条上参与对象有：“广告送出方”、“广告中介服务方”、“广告传播方”和“广告受众”以及辅助的“监播方”。



广告业产业链运转模式如下：

（1）广告主（广告送出方）将广告需求信息发送至广告公司；

（2）广告公司根据广告主提供的需求，为其提供一系列专业服务：广告公司对品牌、内容等进行专业定位和策划，结合市场调研信息、客户费用安排、数据发布方提供的“收视率”等数据信息对广告发布计划进行科学的排期组合，提出合理化方案；

（3）媒体按照广告公司制作的广告和排期计划播放广告；

（4）广告公司监控广告发布过程，将监播结果交至广告主，以考察媒体合同履行和广告播放效果情况；

(5) 广告公司将收集的信息反馈给广告主。通过产业链各方的协作，客户的广告信息得以向目标群体传播。

2、广告公司上下游关系

公司为所处行业类别为广告业中的广告公司，其上下游如下图所示：



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

(1) 广告主与广告公司的关系

广告主是广告行业的下游，广告主的广告需求促进了广告公司的发展，两者具有很强的相关性。广告主涵盖具有广告需求的国民经济各个行业，其对广告发布和自身品牌建设的需求决定了广告公司的业务量。广告主广告发布理念和营销模式的改变促进了广告公司的战略转型，随着市场环境和传播环境的变化，广告主要求广告公司在为其提供广告投放外，能为其提供更深层面的服务，如市场调查、媒介策划、广告监测、效果评估、公关促销等。随着我国产业结构的升级，整体经济形式由“中国制造”向“中国创造”提升，国内企业主不断增加对品牌塑造的投入，本土广告企业如若能抓住此契机，将能实现携手客户共同成长。

(2) 媒体行业与广告公司的关系

广告公司与上游媒体具有很强的相关性。媒体的发展、手段和内容丰富化的变革，引导了广告行业的变迁，丰富了广告行业的业务内容。市场化的媒体行业在竞争压力下推出更有吸引力的节目或栏目，促进了媒体资源的优化；而且众多创新性媒体的出现，也丰富了广告传播的手段。在此背景之下，媒体种类的日益丰富，供应的充足稳定，为广告公司的业务规模和领域的扩张创造了有利环境。

第三节 公司治理

一、公司法人治理制度的建立健全及运行情况

有限责任公司时期，有限公司制订了《公司章程》，并根据有限公司章程设立了股东会，由有限公司全体股东组成；有限公司阶段，设有董事会、监事会或监事，并相应设置了高级管理人员职务。该阶段有限公司股权转让、历次增资、注册地址变更以及整体变更等事项均履行了股东会决议程序，但仍存在一些瑕疵，例如：部分股东会会议记录不完整、关联交易决策不规范等情况；有限公司董事、监事也未形成相应的工作报告。

有限公司整体变更为股份公司后，公司按照规范治理的要求，建立健全了由股东大会、董事会、监事会、高级管理人员等组成的公司法人治理结构。2016年6月30日，公司召开职工代表大会，选举李黎为职工代表监事。2016年6月30日，股份公司创立大会审议并通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易决策制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》。2016年6月30日，公司第一届董事会第一次会议通过了关于选举董事长、副董事长，聘任总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书的议案，并审议通过了《经理人员工作细则》、《董事会秘书工作制度》等管理制度。2016年6月30日，公司第一届监事会第一次会议通过选举公司监事会主席的议案。

公司上述机构和相关人员均符合《公司法》的任职要求，基本能够按照“三会”议事规则履行其职责。截至本公开转让说明书出具之日，股份公司因成立时间较短，共召开三次临时股东大会（含创立大会）、四次董事会会议、一次监事会会议，公司“三会”运行情况良好。

二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

有限公司阶段，公司依法建立了公司治理基本架构，设立了股东会、董事会、监事会或监事。在实际运作过程中，公司基本能够按照《公司法》和公司章程的规定进行运作，就股权转让、增加注册资本、变更注册地址、整体变更等重大事项召开股东会议进行决议，但是也存在未按公司章程规定召开年度股东会等不规范之处。

股份公司成立后，公司管理层根据《公司法》及其它相关法律法规、《公司章程》规定，建立了股东大会、董事会、监事会和高管层“三会一层”的法人治理结构，并按照《公司法》、《非上市公众公司监督管理办法》及其配套指引等法律法规的规定制定了股份公司章程、三会议事规则、《经理人员工作细则》以及《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》、《防范控股股东及关联方占用公司资金管理制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》等相关管理制度。

公司董事会认为现有公司治理机制注重保护股东权益，基本能给所有股东提供合适的保护，并保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。

《公司章程》第三十一条、第四十四条、第七十三条至第七十五条，就保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利作出原则性安排，并在三会议事规则和《经理人员工作细则》等其他制度作出了具体安排；《公司章程》第九条亦就纠纷解决机制作出原则性规定，第三十四条、第三十五条、第一百九十条作出了具体规定。同时，相关管理制度也保护了公司资产的安全、完整，使各项生产和经营管理活动得以顺利进行，保证公司的高效运作。

公司各内部机构和法人治理机构的成员符合《公司法》的任职要求，公司股东大会和董事会能够较好地履行自己的职责，对公司的重大决策事项作出决议，从而保证了公司的正常发展。股份公司监事会能够较好地履行监管职责，保证公司治理的合法合规。股份公司设立了完善的公司治理制度，但由于股份公司设立时间较短，在实际运作中，公司将不断完善公司的治理机制和内部控制制度体系，加强对董事、监事及高级管理人员在公司治理和规范运作方面的培训，充分发挥监事会的作用，督促股东、董事、监事、高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的相关规定，各尽其职，勤勉、忠诚地履行义务，使公司治理更加规范，以保障公司稳定、健康、持续发展。

公司董事会认为：公司现有的治理机制能够有效地提高公司治理水平和决策质量，有效地识别和控制经营管理中的重大风险，能够给所有股东提供合适保护以及保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利，便于接受投资者及社会公众的监督，符合公司发展的要求。

三、公司及控股股东最近两年一期违法违规及受处罚情况

（一）公司最近两年一期违法违规及受处罚情况

公司近两年一期内在税务、质检、劳动保障等方面遵守相关法律法规，近两年一期内不存在重大违法违规行为，未发生因违反国家法律、行政法规、部门规章等而受到重大处罚的情况。

2014年7月9日，因众美有限未经登记发布户外广告，被石家庄高新技术产业开发区工商行政管理局出具《行政处罚决定书》（石高工商处字（2014）14号），处以罚款人民币3万元。

2016年8月10日，石家庄市工商行政管理局出具《证明》，证明：上述违法行为属于一般违法行为（非重大违法违规行为）。除上述情形外，公司自2013年8月10日至今未发现其他违法违规行为。

2016年8月16日，石家庄市工商行政管理局高新技术产业开发区分局出具《证明》，证明：公司已经完成了广告发布整改，且上述罚款已经缴纳。

2016年4月29日，国家工商行政管理总局颁布实施《关于废止和修改部分工商行政管理规章的决定》（国家工商行政管理总局令第86号），决定废止《户外广告登记管理规定》。该决定实施之后，发布户外广告无需再向工商行政管理机关申请户外广告登记并领取《户外广告登记证》，因而上述违法行为不会构成本次挂牌的实质性障碍。

公司对此出具书面声明如下：（1）自成立之日起，公司（含合并报表范围内的子公司，下同）始终严格遵守国家的法律、法规进行经营管理，除本公开转让说明书已披露的情形外，不存在因违法违规行为而收到行政处罚决定书或者其他能够证明存在重大违法违规行为的法律文书的情形；（2）公司对其经营设备及其他主要生产经营性资产拥有完整、合法的使用权和处分权，该资产不存在被采取查封、扣押、冻结等强制措施的情形，亦不存在法律纠纷或潜在纠纷；（3）公司不存在因环境保护、产品质量、知识产权、劳动安全和人身等原因而产生的侵权之债；（4）公司的生产经营活动符合法律法规关于环境保护、产品质量及技术标准的相关要求，公司未受过环境保护、产品质量及技术监督部门的处罚；（5）公司执行的税种、税率符合现行法律、法规和规范性文件的要求，不存在偷税、漏税及欠税的情形，没有受到有关税务方面的行政处罚；公司享受的税收优惠政策、

财政补贴合法合规、真实有效；（6）除本公开转让说明书已披露的情形外，公司目前没有尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁或其他重大或有事项情况。

（二）公司控股股东及实际控制人两年一期违法违规及受处罚情况

公司控股股东众美投资及实际控制人刘永凯最近两年一期内不存在重大违法违规行为，未受到工商、税务等行政部门的处罚。

（三）公司环境保护情况

（1）公司环保情况

公司的主营业务是户外媒体、电视媒体、互联网媒体广告发布及企业营销策划。根据《上市公司行业分类指引》（2012年版），公司所处行业属于“L72 商业服务业”。根据《关于对申请上市的企业和申请再融资的上市企业进行环境保护核查的通知》（环发[2003]101号）文件的规定，将重污染企业暂定为：冶金、化工、石化、煤炭、火电、建材、造纸、酿造、制药、发酵、纺织、制革和采矿业。公司产品及服务不在国家《产业结构调整指导目录（2011年本）》（2013修正）规定的限制类、淘汰类之列，符合国家产业政策，公司所处行业不属于对环境有重大影响或有重大污染的行业。公司的提供广告发布及企业策划服务的过程不会对周围环境造成不良影响。

公司的经营活动符合有关环境保护方面的法律、法规和规范性文件的要求；公司最近两年一期没有因违反环境保护方面的法律、法规和规范性文件而被处罚的情形。

（四）公司安全生产情况

公司属于商业服务业，按照《安全生产许可证条例》第二条规定“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（以下统称企业）实行安全生产许可制度。”公司不适用安全生产许可制度，无需取得相关部门的安全生产许可。

公司在日常服务过程中制定了标准服务流程和规章制度，公司按照此规程进行经营和提供相关服务，公司成立至今未发生安全生产事故，不存在重大安全生产违法行为。

（五）公司最近两年一期未决诉讼及仲裁情况

报告期内，公司诉讼及仲裁案件情况如下：

1、已了结案件

(1) 众美有限与高佳兰之间的劳动纠纷

①众美有限与高佳兰之间的仲裁案件

高佳兰于 2014 年 5 月 26 日至 2015 年 4 月 30 日在众美有限工作，岗位为营销策划，工作期间双方未签订劳动合同，众美有限未为其缴纳社会保险。2015 年，高佳兰以众美有限未与其签订劳动合同、未向其支付部分工资等为由，向石家庄市长安区劳动争议仲裁委员会提起仲裁，并提出仲裁请求如下：一、众美有限向高佳兰支付 2015 年 3 月 15 日至 4 月 30 日期间工资 4,500 元；二、支付高佳兰在 2014 年 6 月至 2015 年 4 月期间绩效提成奖金；三、支付高佳兰在 2014 年 10 月至 2015 年 4 月正式转正期间被扣工资 1,400 元；四、赔偿在职期间未签订劳动合同的双倍工资共计 48,000 元；五、支付一个月的经济补偿金 3,000 元；六、补缴在职期间应得所缴保险金；七、承担劳动仲裁相关费用。

经仲裁，2015 年 6 月 26 日，石家庄市长安区劳动争议仲裁委员会作出裁决（（2015）长劳裁字第 85 号）如下：一、众美有限于裁决生效后 10 日内向高佳兰一次性支付双倍工资 8,004.83 元；二、众美有限于裁决生效之日起 10 日内，向高佳兰支付经济补偿金 2,668.28 元。

②高佳兰起诉众美有限的诉讼案件

因不服上述裁决，高佳兰向石家庄市长安区人民法院提起诉讼。经审理，石家庄市长安区人民法院作出《民事判决书》（（2015）长民初字第 1701 号），判决如下：一、众美有限于判决生效后十日内，支付高佳兰工资 4,750.94 元；二、众美有限于判决生效后十日内，支付高佳兰经济补偿金 2,233.96 元；三、众美有限于判决生效后十日内，支付高佳兰两倍工资差额 23,748.86 元；四、案件受理费 10 元，由众美有限负担。

③众美有限起诉高佳兰的诉讼案件

因不服上述判决，众美有限向河北省石家庄市中级人民法院提起上诉，请求法院判令：不支付高佳兰工资 4,750.94 元、经济补偿金 2,233.96 元、两倍工资差额 23,748.86 元，本案诉讼费用由高佳兰负担。

经审理，河北省石家庄市中级人民法院作出《民事判决书》（（2016）冀 01 民终 1339 号），判决如下：驳回上诉，维持原判。

2016年4月22日，高佳兰出具《收据》，证明其已于2016年4月22日收到众美有限支付的费用30,743元。该费用支付完成后，上述判决中关于众美有限的支付义务已经履行完毕。

（2）众美有限与蓝图湾广告之间的广告合同纠纷

①众美有限起诉蓝图湾广告的诉讼案件

2010年3月30日，众美有限与蓝图湾广告签订《户外广告业务合同书》，约定蓝图湾广告委托众美有限代理在石家庄区域户外广告的制作和发布，发布时间是2010年4月5日至7月4日，广告费为25万元，发布内容为万达房产，付款方式为2010年4月20日前一次性支付广告费10万元；2010年5月20日前一次性支付广告费10万元；2016年6月20日前一次性支付广告费5万元；违约金为标的总额的5%。

合同签订后，众美有限依约发布户外广告，但蓝图湾广告仅向众美有限支付第一期广告费10万元，尚欠15万元未支付。为此，众美有限向石家庄长安区人民法院提起诉讼，要求蓝图湾广告支付上述费用及违约金。经审理，2011年12月23日，石家庄长安区人民法院作出《民事判决书》（（2011）长民二初字第534号），判决如下：一、被告蓝图湾广告于判决生效后十日内向众美有限支付广告费15万元及违约金1.25万元；二、案件受理费3,550元，由被告蓝图湾广告承担。

②蓝图湾广告起诉众美有限的诉讼案件

2009年12月31日，众美有限向蓝图湾广告出具授权书，约定：蓝图湾广告代理销售众美有限在石家庄市区内所有的候车亭媒体资源，并且享有优先选择点位及长期定价优惠的政策；涉及双方已签订协议的客户，都无权进行私自拜访干涉、恶意扰乱市场的行为，否则收回并且终止授权；授权期限为2年。根据该授权书，2010年3月30日，众美有限与蓝图湾广告签订《户外广告业务合同书》。合同签订后，蓝图湾广告随即与万达投资签订封神榜（候车亭）广告代理发布合同，每次发布期限为3个月（即2010年4月5日至7月4日），发布价格为每月每块4,680元。

2010年7月5日、2010年11月2日、2011年1月5日、2011年7月5日，众美有限与万达投资依次签订广告代理发布合同4份，每月广告费10.5万元，每月每块3,500元，发布时间共计18个月。

蓝图湾广告以众美有限违反授权约定为由，向石家庄长安区人民法院提起诉讼，请求法院判决众美有限赔偿因违约给蓝图湾广告造成的经济损失 1,071,252 元；案件诉讼费及律师费由众美有限承担。法院经审理认为：众美有限在授权期间，即蓝图湾广告代理其销售后六个月，自行同万达投资签订广告发布合同，且低于蓝图湾广告的发布价格，众美有限的行为违法了其对于蓝图湾广告授权书中所作承诺，存在缔约过失。根据我国《合同法》，石家庄长安区人民法院于 2014 年 7 月 21 日作出《民事判决书》（（2014）长民二初字第 162 号），判决如下：一、众美有限于判决生效后十日内赔偿原告蓝图湾广告损失 54 万元；二、驳回蓝图湾广告的其他诉讼请求。

③法院调解

法院判决后，众美有限与蓝图湾广告分别向法院申请强制执行。后经两案法院执行局调解，2016 年 1 月 18 日、2 月 2 日，蓝图湾广告与众美有限共同签署法院《执行笔录》，双方共同确认如下：一、众美有限向蓝图湾广告支付赔偿金 355,139.43 元；二、除前述款项之外，其他余款不再支付；三、同意结案。

2016 年 2 月 2 日，蓝图湾广告出具《收据》，证明其已经收到赔偿款 355,139.43 元。该费用支付完成后，上述判决中关于众美有限的支付义务已经履行完毕。

（3）众美有限与福安地产之间的广告合同纠纷

2013 年 3 月 18 日，众美有限与福安地产签订《户外广告业务合同书》，约定福安地产委托众美有限代理品牌谈固黄金珠宝市场在石家庄区域户外广告的制作和发布，合同总金额为 1.4 万元，发布时间为 2013 年 4 月 1 日至 4 月 30 日；合同期满后，福安地产享有优先续约权，但应提前一个月向众美有限提交书面申请。合同签订后，双方均履行了各自义务。合同履行完毕后，众美有限于 2013 年 5 月 1 日至 5 月 30 日、6 月 1 日至 6 月 30 日继续发布户外广告，并将合同书两次交于福安地产，但福安地产均未回复。

为此，众美有限以福安地产未支付后两期广告费 1.4 万元为由，向石家庄长安区人民法院提起诉讼。经审理，石家庄长安区人民法院认为众美有限提交证据不足，于 2014 年 10 月 23 日作出《民事判决书》（（2014）长民二初字第 647 号），判决如下：驳回众美有限诉讼请求；案件受理费 85.76 元，由众美有限负担。

因不服上述判决，众美有限向河北省石家庄市中级人民法院提起上诉。经审

理,2015年4月20日,河北省石家庄市中级人民法院作出《民事判决书》((2015)石民二终字 00226 号),判决如下:驳回上诉,维持原判;案件受理费 85.76 元,由众美有限负担。

2、已判决未执行完毕案件

报告期内,公司尚未了结的诉讼主要有三起,具体情况如下:

(1) 众美有限起诉泉丰商贸的广告合同纠纷案件

2011年11月1日,众美有限与泉丰商贸签订《户外广告业务合同书》,约定泉丰商贸委托众美有限代理西凤酒醇藏系列在石家庄区域户外广告的制作和发布,发布时间自2012年11月8日至2013年2月7日,合同总金额为19.8万元,付款方式为:分三次付款,泉丰商贸分别于2012年11月8日、2012年12月8日、2013年1月8日向众美有限支付6.6万元。合同签订后,众美有限依约履行了广告发布义务,但泉丰商贸仅支付第一次广告费6.6万元,尚欠广告费13.2万元。

为此,众美有限向石家庄市长安区人民法院提起诉讼,请求依法判令:一、泉丰商贸支付众美有限广告费13.2万元;二、支付违约金13.2万元;三、诉讼费用由被告泉丰商贸承担。2014年2月10日,石家庄市长安区人民法院作出《民事判决书》((2013)长民二初字第359号),判决如下:一、泉丰商贸于判决生效后十日内给付众美有限广告费13.2万元及违约金(按中国人民银行同期贷款利率的1.3倍计算,分别自2012年12月9日、2013年1月8日起计算至2013年8月20日止);二、如未按照本判决指定的期间履行给付金钱义务,应当按照我国《民事诉讼法》第二百五十三条的规定,加倍支付延迟履行期间的债务利息;三、案件受理费5,260元,由众美有限负担2,431元,泉丰商贸负担2,829元。

2016年10月12日,众美传媒与泉丰商贸就上述广告合同纠纷达成《执行和解协议书》并加盖双方公章,双方约定:1. 泉丰商贸给付众美传媒的广告费变更为人民币12万元整;2. 泉丰商贸应于2016年12月31日前,一次性向众美传媒支付人民币5.57万元;3. 其他双方互不追究;4. 本协议书自众美传媒收到泉丰商贸支付的5.57万元时并加盖双方公章之日起生效。截至本公开转让说明书出具之日,泉丰商贸已向众美传媒支付广告费6.43万元,根据上述和解协议,泉丰商贸仅需于2016年12月31日前再向公司支付5.57万元,即可免除其在《民事判决书》((2013)长民二初字第359号)中承担的剩余广告费6.77万元及

违约金的支付义务。截至本公开转让说明书出具之日，泉丰商贸尚未支付和解后约定的 5.57 万元。

（2）众美有限起诉寰宇地产的广告合同纠纷案件

2013 年 9 月 27 日，众美有限与寰宇地产签订《户外广告业务合同书》，约定由众美有限代理寰宇地产开发的少年湃生活馆在石家庄区域制作和发布户外广告，发布时间为 2013 年 10 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日，广告费 179 万元，其中 36 万元以现金支付，余下 143 万元由寰宇地产用少年湃生活馆 c88、c88+ 商铺抵偿，双方另行签订商铺购买合同，寰宇地产应积极配合众美有限办理产权证书手续。

2013 年 11 月 19 日、2013 年 12 月 31 日，众美有限委托员工与寰宇地产签订《文化广场·少年湃购房协议》。与此同时，寰宇地产向众美有限出具《文化广场·少年湃 XD 王国缴款单》并分别注明“河北众美广告有限责任公司为河北寰宇房地产有限公司少年湃项目做广告宣传费用置换商铺 C88 商铺”、“河北众美广告有限责任公司为河北寰宇房地产开发有限公司少年湃项目做广告宣传费用置换商铺 C88+商铺”。

2012 年，因寰宇地产所欠债务无法偿还，其债权人向当地法院申请强制执行，查封其开发的楼盘“文化广场·少年湃”商铺。鉴于此，寰宇地产未与众美有限办理房屋过户手续，亦未向众美有限支付 36 万元广告费。为此，众美有限向石家庄市长安区人民法院提起诉讼，请求依法判令：一、被告寰宇地产支付众美有限款项 179 万元及违约金 8.95 万元，合计 187.95 万元；二、本案诉讼费用由被告寰宇地产承担。法院经审理认为，众美有限与寰宇地产签订的《户外广告业务合同书》系双方真实意思表示，合法有效。众美有限与寰宇地产签订了《文化广场·少年湃购房协议》，表明寰宇地产已经履行了支付 143 万元广告款的合同义务。2016 年 2 月 25 日，石家庄长安区人民法院作出《民事判决书》（（2016）冀 0102 民初 1211 号），判决如下：一、被告寰宇地产于判决生效之日起十日内，给付原告众美有限 36 万元及违约金 8.95 万元；二、驳回原告众美有限其他诉讼请求；三、案件受理费 21,716 元由被告寰宇地产负担。

截至本说明书出具之日，寰宇地产尚未向公司支付判决书中的 36 万元及其违约金，寰宇地产用作抵偿广告费的商铺因被法院查封，亦未办理过户手续。2016 年 4 月，众美有限向石家庄市长安区人民法院申请强制执行，目前法院已立案受

理。

（3）众美有限起诉葵赋康饮料的广告合同纠纷案件

2014年1月10日，众美有限与葵赋康饮料签订《电视媒体广告合同书》，约定由众美有限代理葵赋康饮料在河北电视台经济频道投放植本源《大兵小将》冠名广告及少儿频道时段广告，广告投放期限为2014年3月1日至2014年12月31日止，广告费共计470万元，自节目启动2014年3月1日起，于每月1日前预付下月广告费47万元。合同签订后，众美有限依约在河北电视台上述两个频道投放了葵赋康饮料的广告，葵赋康饮料仅向众美有限支付了广告费177万元，尚欠293万元未支付。

为此，2015年4月6日，众美有限向石家庄市长安区人民法院提起诉讼，请求法院判决：一、葵赋康饮料向众美有限支付广告费293万元；二、葵赋康饮料自2014年7月1日起至付清以上欠款之日止，按中国人民银行同期贷款利率向众美有限支付以上欠款的利息；三、本案诉讼费由被告葵赋康饮料负担。经审理，石家庄市长安区人民法院于2015年6月9日作出《民事调解书》（（2015）长民二初字第514号），判决如下：一、葵赋康饮料支付众美有限广告费及利息共计300万元，自2015年6月起于每月30日前支付50万元，共分六期付清；二、如葵赋康饮料有一期违约，众美有限可就剩余全部款项申请强制执行，并由葵赋康饮料一次性支付众美有限违约金10万元；三、案件受理费31,201元，减半收取15,600.5元，由众美有限承担。

截至本公开转让说明书出具之日，葵赋康饮料已向公司支付广告费184万元，尚有286万元未支付。众美有限已于2015年向法院申请强制执行，且法院已向葵赋康饮料发出《执行通知书》，但由于葵赋康饮料资金紧张，如强行查封其厂房、设备等资产，或者申请将其列入失信被执行人名单，则影响葵赋康饮料继续从银行获得贷款以偿还公司欠款。针对此情况，公司已安排法务人员定期跟踪、了解葵赋康饮料经营情况，并委托律师，避免公司利益受到损失。

公司近两年一期内的诉讼主要为广告合同纠纷，主要由于客户资金链紧张未向公司支付广告费引起的。法院作出判决、裁定后，作为被告的，公司积极履行了支付或赔偿义务，目前此类案件已经了结，不存在纠纷或者潜在纠纷；作为原告的，公司采取积极措施应对，通过申请法院强制执行等举措，维护公司的合法权益。

因此，公司虽然存在未了结的案件，但均为公司作为原告起诉的案件，不涉及公司须负担义务的情形，因此上述诉讼案件不会对公司的持续经营能力产生重大不利影响，亦不会对本次挂牌构成实质性障碍。

目前公司诉讼发生的原因主要有两个，一是劳动用工纠纷；二是广告合同纠纷，造成该纠纷的主要原因为客户未按照合同约定向公司支付广告费。为减少诉讼案件的发生，公司今后拟采取以下措施：

1、规范用工行为，依法保障劳动者合法权益。严格按照《劳动法》、《社会保险法》、《住房公积金管理条例》等法律法规、规章的规定，与员工签订劳动合同，并为其缴纳社保、住房公积金，通过每月“生日庆祝会”等多种形式，加强对公司员工的关爱，维护员工合法权益。

2、建立客户的诚信档案，较少应收款项的坏账率。主要措施有：

（1）建立合同签订前的客户背景调查制度。通过考察客户的行业经验和口碑，查询“全国企业信用信息公示系统”、“中国执行信息公开网”等途径，了解客户的诚信状况，建立交易对手特别是客户的诚信档案，选取行业经验丰富、诚信度高且口碑较好的企业进行合作；

（2）规范合同审查和签订制度。鼓励业务人员使用公司较为成熟的制式合同，避免因合同约定不公平或者约定不明确而导致纠纷发生；

（3）严格预收款比例设定制度。根据公司与客户的合作情况和对方实力等综合因素，确定不同的预收款比例。对于合作时间较长且较为顺畅或者实力较强的业务伙伴，降低预收款的比例；对于合作时间较短，尚未完全建立信任关系，或者合作存在一定障碍，或实力较弱的企业，则相应提高预收款的比例，降低坏账发生的概率；

（4）成立清欠小组，完善债务清欠追偿制度。成立以财务部负责人为牵头人，由各部门负责人组成的清欠小组，每月召开清欠会，督促应收款项的收回。根据公司应收款项账龄的不同，将公司债权分为3个月以内，3个月以上、6个月以内，6个月以上、1年以内，1年以上四种类型。对于3个月以内的应收款项，由公司业务人员进行追偿；3个月以上、6个月以内的，由各业务部门负责人进行追偿；6个月以上、1年以内的，提交清欠小组进行追偿；1年以上的，通过委托法律顾问定期发函的形式，避免起诉时已过诉讼时效。对于账龄较长且催款较为困难的债务人，及时采取诉讼或者仲裁手段保护公司的合法权益。

（六）公司其他合法合规经营的情况

公司近两年一期内在税务、质检、劳动保障等方面遵守相关法律法规，未受行政处罚。

2016年8月1日，石家庄市长安区国家税务局第八税务分局出具《证明函》，证明：公司所执行的税种、税率符合现行法律、法规及规章的要求。自2014年1月1日至本证明函出具之日正常申报纳税，未出现被处罚的情形。

2016年8月2日，石家庄市长安区地方税务局第八税务分局出具《证明函》，证明：公司所执行的税种、税率符合现行法律、法规及规章的要求。自2014年1月1日至本证明函出具之日正常申报纳税，未出现被处罚的情形。

2016年8月2日，石家庄市质量技术监督局出具《质监合规证明》，证明：“公司自2014年1月1日至本证明出具之日，该公司所有应由我局监督和管理的生产、经营、管理行为均依法进行，不存在违法行为不良记录，与本局之间也无任何争议，没有因违反相关法律、法规及规范性文件而受到行政处罚。”

2016年8月12日，石家庄市人力资源和社会保障局出具《社保证明》：“公司自2014年1月1日至本证明出具之日止，已按国家有关社会保险的规定办理社会保险登记，并为其员工办理基本养老保险、失业保险、基本医疗保险、工伤保险及生育保险，且按比例足额缴纳了各项社会保险费，不存在欠缴社会保险金的情况，无违反关于劳动与社会保障法律法规的情形，亦无因违反相关法律法规而遭受处罚的情形。”

2016年8月3日，石家庄市住房公积金管理中心政策法规科出具《住房公积金合规证明》：“公司自2014年1月1日至本证明出具之日止，已按国家有关住房公积金的规定为员工办理缴存登记，并为其员工按比例足额缴存了住房公积金，不存在欠缴住房公积金的情况，无违反有关住房公积金法律法规的情形，亦无因违反相关法律法规而遭受处罚的情形。”

四、公司独立性

公司业务、资产、人员、财务、机构独立，拥有独立、完整的业务体系，并具有面向市场的自主经营能力。

（一）业务独立情况

公司具有独立的生产经营场所、完整的业务流程以及独立生产、销售业务部

门和渠道。公司具有独立于公司股东的生产经营场所。公司从产品生产销售及提供后续服务等方面，均拥有独立的经营决策权和实施权，形成了独立且运行有效的产供销体系，具有面向市场独立经营的能力。公司设立了户外销售中心、电视营销策划部、营销项目组、设计部、财务部、行政人力中心等职能部门，建立健全了内部经营管理机构，根据公司具体情况，建立了相应的内部管理制度，比较科学地划分了每个部门的责任权限，形成了互相制衡的机制。公司能够进行独立的生产销售工作，不存在影响公司独立性的重大或频繁的显失公平的关联交易。截至本公开转让说明书出具之日，公司控股股东及其控制的企业均未从事与公司具有同业竞争的业务。公司在业务上独立于公司股东。

（二）资产独立情况

公司拥有开展业务所需的办公和生产经营场所。公司办公、生产经营场所采用租赁形式获取，相关租入房产权属清晰。公司租入房产的基本情况详见本说明书“第二节 公司业务”之“三、公司关键资源要素”之“（五）公司重要固定资产情况和房屋租赁情况”之“（2）房屋租赁情况”。

公司拥有业务运营所需的固定资产、商标等核心资产。公司拥有的商标等无形资产以及运输设备、办公设备等固定资产的具体情况见本说明书“第二节 公司业务”之“三、公司关键资源要素”之“（二）公司的无形资产情况”及“第四节 公司财务”之“四、公司最近两年一期主要资产情况”之“（二）固定资产”。

公司及其前身有限公司设立及股权转让时，各股东出资均已足额到位，增资事项均有专业会计师事务所出具验资报告书。公司资产独立于股东资产，与股东的资产权属关系界定明确。截至本公开转让说明书出具之日，公司最近两年一期不存在资产被股东非正常占用情形，也不存在公司股东利用公司资产为股东个人债务提供担保的情形。公司资产独立。

（三）人员独立性

公司董事、监事及高级管理人员的选举、任免程序符合《公司法》和《公司章程》的规定，公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书没有在控制股东、实际控制人控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务。公司总经理在公司工作并仅在公司领取薪酬。公司建立了独立完整的劳动、人事和工资管理等制度，公司招聘、人事入职、工资发放、离职手续均由公司独立完成。公司依法独立与员工签署劳动合同，已依法缴纳社保，公司员工的劳动、人事、工资报酬以

及相应的社会保障完全独立管理。因此，公司人员独立。

（四）财务独立性

公司开立了银行《开户许可证》、《税务登记证》，设立了独立的财务会计机构，公司建立了独立的会计核算体系和财务管理制度，公司的财务人员专职在公司任职并领取薪酬，能够独立地进行财务决策；公司开具独立的基本存款账户；公司独立纳税。因此，公司财务独立。

（五）机构独立性

公司已设立股东大会、董事会和监事会等机构，已聘任总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书，公司股东大会通过了内部控制管理制度，设立了公司各机构内部规章制度。公司各内部组织机构和各经营管理部门均独立履行其职能，独立负责公司的生产经营活动，独立行使经营管理职权。公司完全独立运作，不存在与其他企业混合经营、合署办公的情况，公司完全拥有机构设置自主权。因此，公司内部机构具备独立性。

综上所述，公司资产完整，人员、财务、机构业务独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力及风险承受能力。

五、同业竞争情况

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与本公司同业竞争情况

截至本公开转让说明书出具之日，公司控股股东为众美投资，实际控制人为刘永凯。尽管实际控制人刘永凯控制的企业众多，但众美传媒系刘永凯实际控制企业中唯一一家主要从事广告发布、营销策划的公司，因而，众美传媒所从事主营业务与刘永凯控制的其他企业均不存在同业竞争情形。

众美传媒的经营范围为：设计、制作、代理国内广告业务，发布国内户外广告业务；企业形象策划；礼仪庆典服务；市场调研；会议服务；展览展示服务；计算机技术研发及软件技术服务。众美传媒的主营业务为户外媒体、电视媒体、互联网媒体广告发布及营销策划。

公司关联方及其主营业务情况如下：

1、存在控制关系的关联企业

关联方名称	经营范围	关联方关系
众美投资（北京）有限公司	项目投资、投资管理、投资咨	控股股东

	询。	
--	----	--

公司控股股东众美投资不存在与公司经营相同或相似业务的情形。

为避免将来可能出现与众美传媒同业竞争的情形，众美投资出具《避免同业竞争的承诺函》，承诺不从事与众美传媒同业竞争的业务。

2、控股股东、实际控制人直接和间接控制的关联企业

（1）控股股东直接或间接控制的关联企业

截至本公开转让说明书出具之日，公司控股股东直接或间接控制的企业共 1 家，具体情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	股权结构
1	北京美创互联科技有限公司	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售自行开发后的产品；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；教育咨询（中介服务除外）；经济贸易咨询；文化咨询；体育咨询；公共关系服务；工艺美术设计；电脑动画设计；企业管理咨询；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；文艺创作；影视策划；翻译服务；餐饮管理；酒店管理。	社区 O2O 软件开发	众美投资持股 100%

报告期内，美创互联基本情况如下：

名称	北京美创互联科技有限公司
统一社会信用代码	91110108MA0067FF7M
类型	有限责任公司（法人独资）
住所	北京市海淀区中关村东路 18 号 1 号楼 16 层 B-1908-032 号
法定代表人	张铁奎
注册资本	300 万元人民币
成立日期	2016 年 6 月 15 日
经营期限	2016 年 6 月 15 日至 2066 年 6 月 14 日
报告期内经营范围	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售自行开发后的产品；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；教育咨询（中介服务除外）；经济贸易咨询；文化咨询；体育咨询；公共关系服务；会议服务；工艺美术设计；电脑动画设计；企业策划、设计；市场调查；企业管理咨询；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；文艺创作；承办展览展示活动；影视策划；翻译服务；餐饮管理；酒店管理。
涉及同业竞争的事项	A. 技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；基础软件服

	务；应用软件服务；软件开发；软件咨询；B. 会议服务；企业策划、设计；市场调查；承办展览展示活动
--	--

美创互联为新成立公司，目前软件开发处于研发阶段，尚未产生营业收入。众美传媒的经营范围内包含“计算机技术研发及软件技术服务”，未来公司计划从事广告发布软件的研发、服务业务，与美创互联在软件开发与服务上存在一定重叠，但是二者不存在同业竞争情形，主要理由如下：首先，从客户类型区分，美创互联的软件开发主要服务于物业管理公司，而众美传媒的软件开发主要服务于各类广告主，如汽车销售公司、房地产公司、啤酒生产商等商业活动主体；其次，从提供服务区分，美创互联主要为客户进行物业管理提供软件开发等技术支持，拓展研发针对社区服务的 SAAS 平台，为社区居民缴纳水电费等提供便利，而众美传媒主要为客户提供广告发布、宣传等服务；第三，从业务模式区分，美创互联主要通过公司内部研发团队进行软件开发设计，且软件开发为其主营业务，而众美传媒主营业务仍为广告发布、营销策划，广告发布软件研发的目的是为了辅助广告业务而开展的，且主要通过委托外部专业研发机构进行。因此，二者在客户类型、服务内容、业务模式存在明显不同。

美创互联经营范围中包含“会议服务”、“企业策划、设计”、“市场调查”、“承办展览展示活动”，与公司经营范围存在部分重叠。为彻底消除潜在的同业竞争，美创互联股东会决议将上述涉及同业竞争的经营范围删除。2016 年 8 月 3 日，北京市工商行政管理局海淀分局核准本次变更并颁发了变更后的营业执照。本次变更完成后，美创互联的经营范围为技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售自行开发后的产品；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；教育咨询（中介服务除外）；经济贸易咨询；文化咨询；体育咨询；公共关系服务；工艺美术设计；电脑动画设计；企业管理咨询；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；文艺创作；影视策划；翻译服务；餐饮管理；酒店管理。

为避免美创互联将来可能出现与众美传媒同业竞争的情形，美创互联出具《避免同业竞争的承诺函》，承诺美创互联不从事与众美传媒同业竞争的业务。

（2）实际控制人直接控制的关联企业

截至本公开转让说明书出具之日，除众美投资外，公司实际控制人直接控制的企业共 10 家，具体情况如下：

1) 基本情况

序号	公司名称	经营范围	主营业务	股权结构
1	河北众美房地产开发集团有限公司	房地产开发与经营（凭资质证经营）；有色金属（不含金银等稀贵金属）、钢材、生铁、木材、机电产品（不含公共安全设备及器材）、五金交电、化工产品（法律法规国务院决定禁止经营和需报经专项审批的除外）、建筑材料、百货、通信设备（不含无线及卫星接收设备）、针纺织品、金属制品（法律法规国务院决定需经专项审批的除外）、农副产品（不含粮棉及食品类）的批发、零售；自有房屋租赁。	房地产开发	刘永凯持股 70%，刘长久持股 30%
2	香河天阶房地产开发有限公司	房地产开发（凭资质证经营）、商品房销售、土地整理、基础设施投资建设；销售五金交电、金属材料、机械电器设备、仪器仪表、建筑材料**	房地产开发	刘永凯持股 90%、刘长久持股 10%
3	中精众和健康科技发展有限公司（北京）有限公司	技术推广；经济贸易咨询；家庭劳务服务；办公设备的清洗、厨房设备的清洗；房屋的清扫、消毒；投资管理；资产管理；销售电子产品、专用设备、通用设备、日用杂货；货物进出口。	养老服务	刘永凯持股 90%、张铁奎持股 10%
4	北京市中精众和养老服务中心	居家养老服务，专业培训，咨询服务。	养老服务	刘永凯出资设立
5	原态绿农林科技（北京）有限公司	批发兼零售预包装食品（食品流通许可证有效期至 2015 年 9 月 27 日）；普通货运、货物专用运输（冷藏保鲜）；技术推广；林业服务；以下项目限分支机构经营：种植蔬菜、水果、谷物、花卉、苗木；销售新鲜蔬菜、新鲜水果、谷物、花卉、苗木；养殖、销售牛（不含奶牛）、羊（不含奶羊）、马、猪、鸡、鸭、鹅；内陆养殖（全民所有制水域、滩涂除外）。（普通货运、货物专用运输（冷藏保鲜）以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）	农产品销售	刘永凯持股 90%、张铁奎持股 10%
6	香河众美农业有	谷物及其他作物、花卉、蔬菜的种	农产品种植、	刘永凯持股

	限公司	植和销售；园林工程设计及施工；农业信息咨询；农业技术推广服务、农业技术转让。	销售	80%、刘长久持股 20%
7	众和美熙投资管理服务（北京）有限公司	投资管理、资产管理；项目投资。	投资管理	刘永凯持股 90%、张铁奎持股 10%
8	北京为悦文化投资发展有限公司	投资与资产管理；组织文化艺术交流活动；园林景观设计；经济贸易咨询；专业承包。	文化产业投资	刘永凯持股 65%，闫军持股 35%
9	众合美通（天津）国际贸易有限公司	对外贸易经营；钢材、木材、机电设备（小轿车除外）、五金交电、机械设备、机车配件、建筑材料（瓷砖、地板、板材）、办公用品、日用百货、工艺品（文物商品及文物监管物品除外）、电子产品、电脑耗材、玩具、服装鞋帽、焦炭、铁矿石、食用农产品、干鲜果品、水产品批发兼零售；机械设备、机电设备（小轿车除外）租赁；商务信息咨询；企业管理咨询；房地产信息咨询；劳务服务；票务代理；国内货运代理；招投标代理。	木材进出口	刘永凯持股 80%、张铁奎持股 20%
10	河北美景影视艺术中心	电视剧、综艺节目、专题节目、动画节目的制作、复制、发行。	电视节目制作	刘永凯持股 83%，刘永革持股 17%

备注：美景影视于 2005 年 12 月 23 日被吊销营业执照，目前正在办理注销手续。

2) 同业竞争情况

报告期内，实际控制人直接控制的关联企业中，涉及与公司经营范围相同或类似的企业主要有 2 家，分别为：①为悦文化；②众合美通，具体情况如下：

①为悦文化

名称	北京为悦文化投资发展有限公司
统一社会信用代码	91110109099735049D
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
住所	北京市门头沟区石龙经济开发区永安路 20 号 3 号楼 A1086 室
法定代表人	刘永凯
注册资本	5,000 万元人民币
成立日期	2014 年 5 月 14 日
经营期限	2014 年 5 月 14 日至 2034 年 5 月 13 日
报告期内经营范围	专业承包；投资与资产管理；组织文化艺术交流活动；承办展览展示；

	会议服务；企业形象策划；园林景观设计；经济贸易咨询；设计、制作、代理、发布广告。
涉及同业竞争的经营范围	承办展览展示；会议服务；企业形象策划；设计、制作、代理、发布广告

报告期内，为悦文化主营业务为文化产业投资，自成立之日起未实际开展业务，与公司不存在同业竞争的情形。为消除潜在的同业竞争，为悦文化股东会决议将上述涉及同业竞争的经营范围删除。2016年7月14日，北京市工商行政管理局门头沟分局核准本次变更并颁发了变更后的营业执照。本次变更完成后，为悦文化的经营范围为投资与资产管理；组织文化艺术交流活动；园林景观设计；经济贸易咨询；专业承包。

②众合美通

名称	众合美通（天津）国际贸易有限公司
统一社会信用代码	91120116055277146H
类型	有限责任公司
住所	天津市滨海新区塘沽时代大厦1栋1009
法定代表人	张铁奎
注册资本	500万人民币
成立日期	2012年10月29日
经营期限	2012年10月29日至2032年10月28日
报告期内经营范围	对外贸易经营；钢材、木材、机电设备（小轿车除外）、五金交电、机械设备、机车配件、建筑材料（瓷砖、地板、板材）、办公用品、日用百货、工艺品（文物商品及文物监管物品除外）、电子产品、电脑耗材、玩具、服装鞋帽、焦炭、铁矿石、食用农产品、干鲜果品、水产品批发兼零售；机械设备、机电设备（小轿车除外）租赁；商务信息咨询；企业管理咨询；企业营销策划；房地产信息咨询；会议服务；劳务服务；票务代理；国内货运代理；招投标代理。
涉及同业竞争的经营范围	企业营销策划；会议服务

报告期内，众合美通主营业务为木材进出口贸易，与公司不存在同业竞争的情形。为消除潜在的同业竞争，众和美通股东会决议将上述涉及同业竞争的经营范围删除。2016年7月12日，天津市滨海新区市场和质量技术监督局核准本次变更并颁发了变更后的营业执照。本次变更完成后，众合美通的经营范围为对外贸易经营；钢材、木材、机电设备（小轿车除外）、五金交电、机械设备、机车配件、建筑材料（瓷砖、地板、板材）、办公用品、日用百货、工艺品（文物商品及文物监管物品除外）、电子产品、电脑耗材、玩具、服装鞋帽、焦炭、铁矿石、食用农产品、干鲜果品、水产品批发兼零售；机械设备、机电设备（小轿车

除外) 租赁; 商务信息咨询; 企业管理咨询; 房地产信息咨询; 劳务服务; 票务代理; 国内货运代理; 招投标代理。

截至本公开转让说明书出具之日, 公司实际控制人直接控制的关联企业不存在与公司经营相同或相似业务的情形。

为避免将来可能出现与众美传媒同业竞争的情形, 上述关联公司均出具《避免同业竞争的承诺函》, 承诺不从事与众美传媒同业竞争的业务。

(2) 实际控制人间接控制的关联企业

截至本公开转让说明书出具之日, 公司实际控制人间接控制的企业共 22 家, 具体情况如下:

1) 基本情况

序号	公司名称	经营范围	主营业务	股权结构
1	北京众美房地产开发有限公司	房地产开发; 销售自行开发的商品房、五金交电、化工产品(不含一类易制毒化学品和危险化学品)、金属材料、机械电器设备、仪器仪表、建筑材料。	房地产开发	众美集团持股 100%
2	石家庄众美城房地产开发有限公司	房地产开发与经营。(法律、法规及国务院决定禁止或者限制的事项, 不得经营; 需其它部门审批的事项, 待批准后, 方可经营)	房地产开发	众美集团持股 100%
3	石家庄众达房地产开发有限公司	房地产开发与经营(以上全部范围法律、法规及国务院决定禁止或者限制的事项不得经营; 需其它部门审批的事项, 待批准后, 方可经营)	房地产开发	众美集团持股 100%
4	石家庄众凯房地产开发有限公司	房地产开发与经营。(法律、法规及国务院决定禁止或者限制的事项不得经营; 需其它部门审批的事项, 待批准后, 方可经营)	房地产开发	众美集团持股 100%
5	石家庄众嘉房地产开发有限公司	房地产的开发与经营。(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)	房地产开发	众美集团持股 100%
6	石家庄益美房地产开发有限公司	房地产开发与经营。(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)	房地产开发	众美集团持股 100%
7	怀来众美房地产开发有限公司	房地产开发与经营。(法律、行政法规、国务院决定设定的许可经营项目, 须取得许可并经登记机关登记后方可经营。)	房地产开发	众美集团持股 100%

8	香河众美房地产开发有限公司	房地产开发、商品房销售（凭资质证经营）、土地整理、基础设施投资建设；五金交电、金属材料、机械电气设备、仪器仪表、建筑材料销售**	房地产开发	众美集团持股 100%
9	定美园新城镇投资有限公司	房地产开发；施工总承包；项目投资；投资管理；资产管理；企业管理；投资咨询；销售金属材料、建筑材料、机械设备、电子产品、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）。	房地产开发；产业园区开发	众美集团持股 100%
10	天津众美明德房地产开发有限公司	房地产开发与经营；有色金属、钢材、生铁、木材、机电产品、五金交电、建筑材料、百货、通信设备、针纺织品、金属制品、农副产品、货物技术进出口业务；自有房屋租赁。	房地产开发	众美集团持股 100%
11	石家庄市藁城区宏业房地产开发有限公司	房地产开发与经营、商品房销售、房屋租赁（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）。	房地产开发	众美集团持股 100%
12	河北衡美物业服务服务有限公司	物业服务，家庭服务、房地产中介服务（资产评估、置业担保除外）（以上全部范围法律、法规及国务院决定禁止或者限制的事项，不得经营；需其它部门审批的事项，待批准后，方可经营）	物业管理	众美集团持股 80%；邵连云持股 20%
13	河北众美标识制作有限公司	霓虹灯、灯箱制作；模型制作；工艺品制作；标志牌、铜牌的设计、制作；喷绘。建材、装饰材料、五金交电、日用照明灯具的销售。（需专项审批的，未经批准不得经营）	广告标识、设备制作	众美集团持股 80%，杨志勇持股 10%，张利波持股 5%，张崇荣持股 5%
14	众美城（天津）房地产开发有限公司	房地产开发与经营；商品房销售、租赁；物业管理；商品房配套设施租赁与管理。（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）	房地产开发	众美集团持股 55%，方正富邦 持股 45%
15	河北衡美物业服务服务有限公司北京分公司	物业管理；劳务服务；出租办公用房；出租商业用房；机动车公共停车场的经营管理；打字、复印；电脑图文设计、制作；家居装饰；设计、制作、代理、发布广告。	物业服务	--
16	河北衡美物业服务服务有限公司天津	物业服务；家庭服务；房地产中介服务（资产评估、置业担保除外）。	物业服务	--

	分公司	(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)		
17	河北衡美物业服务有限公司石家庄分公司	物业服务、家庭服务, 房地产中介服务(资产评估、置业担保除外)。	物业服务	—
18	石家庄中精众和家庭服务有限公司	家庭服务, 文化艺术交流活动策划, 企业管理咨询, 房屋租赁, 酒店管理, 养老服务。	养老服务	中精众和持股 100%
19	美绿源(滦平)现代农业产业园有限公司	种植果树、蔬菜、苗木、花卉、食用菌、农作物; 销售水果、坚果、蔬菜、苗木、花卉、食用菌、食用农产品; 按其资质等级从事园林绿化工程设计、施工; 家禽的饲养及销售** (依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)	农产品种植、销售	原生态绿持股 90%、刘永凯持股 10%
20	株洲众和美熙商业贸易有限公司	服装、鞋帽、箱包、皮革制品、化妆品、文具用品、钟表、工艺美术品、珠宝饰品的销售, 房屋租赁。	商场经营管理	众和美熙持股 100%
21	众美城(北京)房地产开发有限公司	房地产开发; 物业管理; 销售商品房。(领取本执照后, 应到住房和城乡建设部门取得行政许可)	房地产开发	北京众美持股 100%
22	定美园(赤城)新城镇投资有限公司	项目投资、投资咨询与管理, 房地产开发经营、市政工程(以上凭资质证经营)。(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)	房地产开发、产业园区开发	定美园投资持股 100%

2) 同业竞争情况

报告期内, 实际控制人间接控制的关联企业中, 涉及与公司经营范围相同或类似的企业主要有 4 家, 分别为: ①衡美物业北京分公司; ②众美标识; ③中精服务; ④株洲众和, 其具体情况如下:

①衡美物业北京分公司

名称	河北衡美物业服务有限公司北京分公司
统一社会信用代码	91110115080518124E
类型	其他有限责任公司分公司
住所	北京市大兴区庞各庄镇瓜乡路 10 号 3 号楼 123 室
负责人	张铁奎
成立日期	2013 年 9 月 12 日
经营期限	2013 年 9 月 12 日至长期
报告期内经营范围	物业管理; 劳务服务; 出租办公用房; 出租商业用房; 机动车公共停车场的经营管理; 打字、复印; 电脑图文设计、制作; 家居装饰; 设计、

	制作、代理、发布广告。
涉及同业竞争的经营范围	设计、制作、代理、发布广告

报告期内，衡美物业的主营业务为物业管理，除衡美物业北京分公司外，衡美物业与天津、石家庄分公司的经营范围中不包括广告经营相关事项，亦未取得广告经营许可证，根据我国《广告管理条例》等相关规定，衡美物业及天津、石家庄分公司无权开展广告经营业务。衡美物业北京分公司虽然经营范围包含了“设计、制作、代理、发布广告”，但未实际开展此类业务。报告期内，衡美物业存在通过将社区内电梯镜框等设施租赁给广告公司发布社区广告而产生收入的情形，2015年8月起，衡美物业全部将上述设施租赁给众美传媒发布广告，衡美物业不经营广告业务。综上，报告期内，衡美物业及其各分公司与公司不存在同业竞争情形。

为消除潜在的同业竞争，衡美物业股东会决议将衡美物业北京分公司涉及同业竞争的经营范围删除。2016年8月30日，北京市工商行政管理局大兴分局核准本次变更并颁发了变更后的营业执照。本次变更完成后，衡美物业北京分公司的经营范围为物业管理；劳务服务；出租办公用房；出租商业用房；机动车公共停车场的经营管理；打字、复印；电脑图文设计、制作；家居装饰。

②众美标识

名称	河北众美标识制作有限公司
统一社会信用代码	130100000065315
类型	有限责任公司
住所	石家庄市裕华区裕翔街南栗村东口
法定代表人	张崇荣
注册资本	100 万
成立日期	2004 年 8 月 30 日
经营期限	2004 年 8 月 30 日至 2014 年 8 月 29 日
报告期内经营范围	霓虹灯、灯箱制作；模型制作；工艺品制作；标志牌、铜牌的设计、制作；喷绘。建材、装饰材料、五金交电、日用照明灯具的销售。（需专项审批的，未经批准不得经营）
报告期内众美传媒经营范围	设计、制作、发布国内广告业务；企业策划、咨询；广告设施、设备制作；市场调查。
涉及同业竞争的经营范围	众美标识：霓虹灯、灯箱制作；模型制作；工艺品制作；标志牌、铜牌的设计、制作；喷绘。 众美传媒：广告设施、设备制作。

报告期内，公司的主营业务为户外媒体、电视媒体、互联网媒体广告发布及

营销策划，虽然经营范围里包含“广告设施、设备制作”，但公司未因此而产生收入；众美标识无实际经营业务；二者不存在同业竞争情形。

为消除潜在的同业竞争，2016年8月4日，众美标识召开股东会，同意注销众美标识，成立清算组。2016年8月17日，石家庄市工商行政管理局出具《备案通知书》{（石）登记内备核字（2016）第19681号}，核准众美标识清算成员备案申请，予以备案。2016年8月18日，众美标识登报公告其注销情况并告知债权债务关系人。

③中精服务

名称	石家庄中精众和家庭服务有限公司
统一社会信用代码	911301080594301524
类型	有限责任公司（法人独资）
住所	石家庄裕华区翟营大街452号凤凰城商业综合楼
法定代表人	刘永凯
注册资本	50万人民币
成立日期	2012年12月17日
经营期限	2012年12月17日至2032年12月16日
报告期内经营范围	家庭服务，策划文化艺术交流活动，企业管理，投资信息咨询（金融、证券、期货除外），房屋租赁，酒店管理（餐饮服务除外），市场营销策划，市场信息咨询，设计、制作、代理国内广告业务，发布国内户外广告业务。
涉及同业竞争的经营范围	市场营销策划，设计、制作、代理国内广告业务，发布国内户外广告业务

报告期内，中精服务的主营业务为养老服务，与公司不存在同业竞争情形。

为消除潜在的同业竞争，中精服务股东会决议将上述涉及同业竞争的经营范围删除。2016年7月21日，石家庄市裕华区工商行政管理局核准本次变更并颁发了变更后的营业执照。本次变更完成后，中精服务的经营范围为家庭服务，文化艺术交流活动策划，企业管理咨询，房屋租赁，酒店管理，养老服务。

④株洲众和

名称	株洲众和美熙商业贸易有限公司
统一社会信用代码	9143021105386702XH
类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
住所	湖南省株洲市天元区珠江南路599号神农太阳城商业内圈南区2层20号
法定代表人	刘永凯
注册资本	100万人民币
成立日期	2012年9月11日

经营期限	2012年9月11日至2032年9月10日
报告期内经营范围	服装鞋帽、箱包、皮革制品、化妆品、文具用品、钟表、工艺美术品、珠宝饰品的销售，房屋租赁，企业形象策划，广告的设计、制作、代理与发布（以上项目需国家专项许可的除外）。
涉及同业竞争的经营	企业形象策划，广告的设计、制作、代理与发布

报告期内，株洲众和主营业务为商场租赁及管理，与公司不存在同业竞争情形。为消除潜在的同业竞争，株洲众和股东会决议将上述涉及同业竞争的经营范围删除。2016年7月18日，株洲市工商行政管理局天元区分局核准本次变更并颁发了变更后的营业执照。本次变更完成后，株洲众和的经营范围为服装、鞋帽、箱包、皮革制品、化妆品、文具用品、钟表、工艺美术品、珠宝饰品的销售，房屋租赁。

截至本公开转让说明书出具之日，实际控制人间接控制的关联企业不存在与公司经营相同或相似业务的情形。

为避免将来可能出现与众美传媒同业竞争的情形，上述关联公司出具《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺不从事与众美传媒同业竞争的业务。

综上，公司与控股股东、实际控制人控制的其他企业之间不存在同业竞争情况。

（二）实际控制人参股的关联企业

报告期内，公司实际控制人参股的关联企业共2家，具体情况如下：

1、基本情况

序号	公司名称	经营范围	主营业务	股权结构
1	北京众合美投资发展中心（有限合伙）	投资管理；资产管理；经济信息咨询。	投资管理	刘永凯持股 10%、赵超持股 9%、张铁奎持股 11%、张乐宁持股 14%、刘涛持股 14%、柏裕投资持股 13%、邵连云持股 14%、马骥成持股 15%
2	北京众美时代广告有限公司	设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告。	广告代理、发布	杨志勇 70%，刘永凯 20%，刘秀梅 5%，张杰 5%

2、同业竞争情况

报告期内，实际控制人参股的关联企业中，涉及与公司经营范围相同或类似的企业主要有1家，即众美时代，其具体情况如下：

名称	北京众美时代广告有限公司
报告期内关联关系	实际控制人参股并担任监事的公司
统一社会信用代码	110105003157170
类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
住所	北京市朝阳区北苑路 40 号院 32 号楼 3 层东座
法定代表人	杨志勇
注册资本	50 万元人民币
成立日期	2001 年 8 月 6 日
经营期限	2021 年 8 月 5 日
经营范围	设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告。

报告期内，众美时代的主营业务为设计、制作、代理、发布广告，与公司存在同业竞争情形。为消除同业竞争，2016 年 7 月 10 日，众美时代召开股东会，同意刘永凯将其持有的公司 20%股权即 10 万元出资转让给何玉珍；免去刘永凯监事职务，选举何玉珍为众美时代监事。同日，刘永凯与何玉珍签订《股权转让协议书》，约定刘永凯将其持有的公司 20%股权即 10 万元出资转让给何玉珍。同时，刘秀梅、张杰分别将其持有的众美时代 5%股权即 2.5 万元出资以 2.5 万元的价格转让给何玉珍。2016 年 8 月 9 日，何玉珍将上述股权转让价款通过银行转账方式支付给刘永凯等人。2016 年 8 月 10 日，北京市工商行政管理局朝阳分局核准本次变更并颁发了变更后的营业执照。

本次股权转让完成后，众美时代的股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额 (万元)	出资比例 (%)	股东性质
1	杨志勇	35.00	70.00	自然人
2	何玉珍	15.00	30.00	自然人
合计		50.00	100.00	—

2016 年 7 月 10 日，刘永凯、何玉珍出具《关于北京众美时代广告有限公司股权转让情况的承诺》，承诺：（1）本次股权转让系真实交易，不存在股权代持或其他类似安排；（2）转让方与受让方承诺，各方均非关联方；（3）自《股权转让协议》签署之日起，转让方与受让方均不会就与标的股权有关的任何事宜以任何方式向对方主张权利。

截至本公开转让说明书出具之日，实际控制人参股的关联企业不存在与公司经营相同或相似业务的情形。

除上述情形之外，公司董事、监事、高级管理人员及其控制的企业均不存在与公司经营相同或相似业务的情形，与公司不存在同业竞争关系。

（三）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

为有效防止及避免同业竞争，公司控股股东众美投资、实际控制人刘永凯于2016年8月作出《关于避免同业竞争的承诺函》，其主要内容如下：

1、控股股东作出的避免同业竞争的承诺

“截至本承诺日，本公司及本公司实际控制的其他企业或经济组织未以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营、直接持有或通过他人代持另一公司或企业的股份及其他权益等）从事与公司及其下属企业经营业务（含后期拓展业务）构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

在本公司作为控股股东期间，本公司及本公司实际控制的其他企业或经济组织将不以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营、直接持有或通过他人代持另一公司或企业的股份及其他权益等）从事可能与公司及其下属企业经营业务（含后期拓展业务）构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

如发生可能与公司及其下属企业经营业务产生同业竞争的情形，本公司将采取如下措施予以消除：（一）停止与公司及其下属企业构成或可能构成竞争的业务；（二）通过公司或其下属企业收购的方式将相竞争的业务纳入到公司或其下属企业；（三）将相竞争的业务转让给无关联的第三方。如有第三方向本公司及本公司实际控制的其他企业或经济组织提供任何业务机会或本公司及本公司实际控制的其他企业或经济组织有任何机会需提供给第三方，且该业务直接或间接与公司及其下属企业业务存在竞争，或者公司及其下属企业有能力、有意向承揽该业务的，本公司及本公司实际控制的其他企业或经济组织应当立即通知公司及其下属企业该业务机会，并尽力促使该业务以合理的条款和条件由公司及其下属企业承接。

如违反以上承诺，本公司愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司造成的所有直接或间接损失。本承诺函在本公司作为公司控股股东期间持续有效且不可变更或撤消。”

2、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

“截至本承诺日，本人及与本人关系亲密的近亲属（包括父母、配偶及其父母、兄弟姐妹及其配偶、子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）未以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营、直接持有或通过他人代持

另一公司或企业的股份及其他权益等）从事可能与公司及其下属企业经营业务（含后期拓展业务）构成直接或间接竞争关系的业务或活动，也未在任何可能与公司及其下属企业经营业务产生同业竞争的企业担任董事、监事、高级管理人员或核心技术人员。

在本人作为公司实际控制人期间，本人及与本人关系亲密的近亲属（包括父母、配偶及其父母、兄弟姐妹及其配偶、子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）将来不以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营、直接持有或通过他人代持另一公司或企业的股份及其他权益等）从事可能与公司及其下属企业经营业务（含后期拓展业务）构成直接或间接竞争关系的业务或活动，不在任何可能与公司及其下属企业经营业务产生同业竞争的企业担任董事、监事、高级管理人员或核心技术人员。

如发生可能与公司及其下属企业经营业务产生同业竞争的情形，本人将采取如下措施予以消除：（一）停止与公司及其下属企业构成或可能构成竞争的业务；（二）通过公司或其下属企业收购的方式将相竞争的业务纳入到公司或其下属企业；（三）将相竞争的业务转让给无关联的第三方。如有第三方向本人及本人控制的其他企业提供任何业务机会或本人及本人控制的其他企业有任何机会需提供给第三方，且该业务直接或间接与公司及其下属企业业务存在竞争，或者公司及其下属企业有能力、有意向承揽该业务的，本人及本人控制的其他企业应当立即通知公司及其下属企业该业务机会，并尽力促使该业务以合理的条款和条件由公司及其下属企业承接。

如违反以上承诺，本人愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司造成的所有直接或间接损失。本承诺函在本人作为公司实际控制人期间持续有效且不可变更或撤消。”

六、公司最近两年一期内关联方资金占用和关联方担保情况及相关制度安排

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占款的情况

截至本公开转让说明书出具之日，公司不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占款的情况。

报告期内，2014 年末公司应收众美时代款项 58,102.00 元，该款项是公司报告期之前向众美时代提供相关服务而形成，公司已于 2015 年收回。2014 年末，公司应收藁城宏业 557,510.00 元，该款项是公司为藁城宏业的水上庄园项目提供媒体发布服务而产生，公司已于 2015 年收回该笔款项。除上述情形外，报告期内，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在占用公司资金、资产或其他资源的情形。

为防止资金占用情形发生，公司实际控制人刘永凯出具《关于防止资金占用的承诺函》，承诺如下：“一、截至本承诺出具之日，本人及本人控制的其他企业未占用公司（含合并报表范围的子公司，下同）资金、资产或其他资源；二、公司未为本人及本人控制的其他企业提供过担保，将来也不会要求公司为本人及本人控制的其他企业提供担保；三、本人将严格遵守法律法规及公司章程、关联交易规则中关于防止股东及其关联方占用或转移公司资金、资产及其他资源的相关规定，以维护公司及其他股东合法权益。”

（二）公司为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况

截至本公开转让说明书出具之日，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形。

（三）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业是否存在损害公司利益的说明

截至本公开转让说明书出具之日，公司不存在控股股东及实际控制人及其控制的其他企业损害公司利益的情形。

（四）公司关于关联方资金占用和对关联方担保的相关制度安排

股份公司成立后，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，保障公司权益，保证公司与关联方之间的关联交易符合公开、公平、公正的原则，公司制定和通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《经理人员工作细则》、《董事会秘书工作制度》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《防范控股股东及关联方占用公司资金管理制度》等内部管理制度，《公司章程》约定控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益，不得利用利润分配、

资产重组、对外投资、资金占用、借款、担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。《关联交易决策制度》就关联交易价格的确定和管理、关联交易的批准等事项进行了具体约定。这些制度措施，将对关联方的行为进行合理的限制，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，确保了公司资产安全，促进公司健康稳定发展。公司管理层同时承诺将严格按照公司章程和《关联交易决策制度》的规定，在未来的关联交易实践中履行相关的董事会或股东大会等审批程序。

七、公司董事、监事、高级管理人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况

公司现任董事、监事、高级管理人员持有公司股份的持股数量、持股比例情况如下：

序号	姓名	任职	直接持股数量 (股)	间接持股数量 (股)	合计持股数量 (股)	合计持股比例 (%)
1	刘永凯	董事长	6,266,667	10,733,333	17,000,000	85.00
2	蔡建平	董事、总经理	1,200,000	--	1,200,000	6.00
3	付倩	董事、财务总监	700,000	--	700,000	3.50
4	王玲	监事会主席	50,000	--	50,000	0.25
5	邵连云	监事	200,000	--	200,000	1.00
6	李黎	职工代表监事	30,000	--	30,000	0.15
7	贺玉山	副总经理	200,000	--	200,000	1.00
8	杨璐	副总经理	100,000	--	100,000	0.50
合计			8,746,667	10,733,333	19,480,000	97.40

公司董事长刘永凯通过众美投资间接持有公司10,733,333股股份，占公司总股本的53.6667%；其父刘长久通过众美投资间接持有公司3,220,000股股份，占公司总股本的16.10%。

截至本公开转让说明书出具之日，除上述持股情况外，不存在公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属以任何方式直接或间接持有公司股份的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系

公司监事邵连云为董事长刘永凯配偶之兄长。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

（三）董事、监事、高级管理人员与公司签订的协议及对公司所作的承诺

1、避免同业竞争的承诺函

为避免未来可能与公司之间发生同业竞争，公司董事、监事、高级管理人员向公司出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺：

“一、在担任董事、监事、高级管理人员期间，不直接或间接从事或参与任何在商业上对公司（含合并报表范围内的子公司，下同）构成竞争或可能导致与公司发生竞争的业务及活动，或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任董事、监事、高级管理人员；

二、本人保证本人的近亲属（包括父母、配偶及其父母、兄弟姐妹及其配偶、子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）遵守本承诺；

三、本人愿意承担因本人及本人的近亲属（包括父母、配偶及其父母、兄弟姐妹及其配偶、子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）违反上述承诺而给公司造成的全部经济损失。

本人完全知悉所作上述声明的责任，如该等声明有任何不实致使公司遭受损失，本人愿向公司承担全部法律责任。”

2、规范关联交易承诺函

为减少并避免未来可能与公司发生的不必要的关联交易，公司持股 5%以上股东向公司出具了《规范关联交易承诺函》，承诺：

“一、本人/本企业将按照《公司法》等相关法律法规、规章及其他规范性文件以及公司章程的有关规定行使股东权利和承担股东义务，在公司股东大会对涉及本企业的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

二、本人及与本人关系亲密的近亲属（包括父母、配偶及其父母、兄弟姐妹及其配偶、子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，下同）、本人及与本人关系亲密的近亲属投资或控制的其他企业/本企业及本企业投资或控制的其他企业保证不利用关联交易非法占用公司的资金、资产、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务，在任何情况下，不要求公司向本人及与本人关系亲密的近亲属、本人及与本人关系亲密的近亲属投资或控制的其他企业/本企业及本企业投资或控制的其他企业提供任何形式的担保，不利用关联交易损

害公司及其他股东的利益。

三、本人及与本人关系亲密的近亲属、本人及与本人关系亲密的近亲属控股、参股或实际控制的其他企业及其他关联方（如有）/本企业及本企业控股、参股或实际控制的其他企业及其他关联方（如有）尽量减少或避免与公司之间的关联交易。对于确有必要且无法避免的关联交易，本人/本企业保证关联交易按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法与公司签署相关交易协议，并依据以下标准确定关联交易的价格：有客观的市场价格作为参照的，一律以市场价格为准；无市场价格的，按照成本加成定价；既没有市场价格，也不适合采用成本加成价的，按照协议价格定价。本企业保证按照有关法律法规、规章、规范性法律文件、公司章程、内部制度的规定履行关联交易审批程序，及时履行信息披露义务和办理有关报批程序，并按照约定严格履行已签署的相关交易协议。

本人/本企业将严格履行上述承诺，如违反上述承诺与公司进行关联交易而给公司造成损失的，本人/本企业愿意承担赔偿责任。”

公司董事、监事、高级管理人员向公司出具了《规范关联交易承诺函》，承诺：

“一、本人将按照《公司法》等相关法律法规、规章及其他规范性文件以及公司章程的有关规定行使董事、监事、高级管理人员权利和承担相应义务，在公司董事会、监事会对涉及本人的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

二、本人及与本人关系亲密的近亲属（包括父母、配偶及其父母、兄弟姐妹及其配偶、子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，下同）、本人及与本人关系亲密的近亲属投资或实际控制的其他企业保证不利用关联交易非法占用公司的资金、资产、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务，在任何情况下，不要求公司向本人及与本人关系亲密的近亲属、本人及与本人关系亲密的近亲属投资或实际控制的其他企业提供任何形式的担保，不利用关联交易损害公司及其他股东的利益。

三、本人及与本人关系亲密的近亲属、本人及与本人关系亲密的近亲属投资或实际控制的其他企业及其他关联方（如有）尽量减少或避免与公司之间的关联交易。对于确有必要且无法避免的关联交易，本人保证关联交易按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法与公司签署相关交易协议，并依据以下标准确定关

联交易的价格：有客观的市场价格作为参照的，一律以市场价格为准；无市场价格的，按照成本加成定价；既没有市场价格，也不适合采用成本加成价的，按照协议价格定价。按照有关法律法规、规章、规范性法律文件、公司章程、内部制度的规定履行关联交易审批程序，及时履行信息披露义务和办理有关报批程序，并按照约定严格履行已签署的相关交易协议。”

公司高级管理人员及核心技术人员均与公司签订了《劳动合同》。

（四）董事、监事、高级管理人员对外投资情况及其作出的重要承诺

截至本公开转让说明书出具之日，公司董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下：

姓名	职务	对外投资公司名称	直接出资比例	间接出资比例	主营业务	投资单位与公司的关联关系
刘永凯	董事长	众美投资（北京）有限公司	70.00%	—	投资管理	控股股东
		北京市中精众和养老服务中心 ^注	100.00%	—	养老服务	无直接关联关系
		香河天阶房地产开发有限公司	90.00%	—	房地产开发	无直接关联关系
		中精众和健康科技发展（北京）有限公司	90.00%	—	养老服务	无直接关联关系
		原态绿农林科技（北京）有限公司	90.00%	—	农产品销售	无直接关联关系
		众和美熙投资管理服务（北京）有限公司	90.00%	—	投资管理	无直接关联关系
		河北美景影视艺术中心	83.00%	—	电视节目制作	无直接关联关系
		众合美通（天津）国际贸易有限公司	80.00%	—	木材进出口贸易	无直接关联关系
		香河众美农业有限公司	80.00%	—	农产品种植、销售	无直接关联关系
		河北众美房地产开发集团有限公司	70.00%	—	房地产开发	无直接关联关系
		北京为悦文化投资发展有限公司	65.00%	—	文化产业投资	无直接关联关系

		美绿源(滦平)现代农业产业园有限公司	10.00%	90.00%	农产品种植、销售	无直接关联关系
		北京众合美投资发展中心(有限合伙)	10.00%	--	投资管理	无直接关联关系
		北京众美房地产开发有限公司	--	100.00%	房地产开发	无直接关联关系
		众美城(北京)房地产开发有限公司	--	100.00%	房地产开发	无直接关联关系
		石家庄众美城房地产开发有限公司	--	100.00%	房地产开发	无直接关联关系
		石家庄众达房地产开发有限公司	--	100.00%	房地产开发	无直接关联关系
		石家庄众凯房地产开发有限公司	--	100.00%	房地产开发	无直接关联关系
		石家庄众嘉房地产开发有限公司	--	100.00%	房地产开发	无直接关联关系
		石家庄益美房地产开发有限公司	--	100.00%	房地产开发	无直接关联关系
		怀来众美房地产开发有限公司	--	100.00%	房地产开发	无直接关联关系
		香河众美房地产开发有限公司	--	100.00%	房地产开发	无直接关联关系
		石家庄中精众和家庭服务有限公司	--	100.00%	养老服务	无直接关联关系
		株洲众和美熙商业贸易有限公司	--	100.00%	商场经营管理	无直接关联关系
		定美园新城镇投资有限公司	--	100.00%	房地产开发、产业园区开发	无直接关联关系
		定美园(赤城)新城镇投资有限公司	--	100.00%	房地产开发、产业园区开发	无直接关联关系
		北京美创互联科技有限公司	--	100.00%	社区O2O软件开发	无直接关联关系
		天津众美明德房地产开发有限公司	--	100.00%	房地产开发	无直接关联关系
		石家庄市藁城区宏业房地产开发	--	100.00%	房地产开发	无直接关联关系

		有限公司				
		河北衡美物业服务 有限公司	--	80.00%	物业管理	无直接关 联关系
		河北众美标识制 作有限公司	--	80.00%	广告标识、设备 制作	无直接关 联关系
		众美城（天津）房 地产开发有限公 司	--	55.00%	房地产开发	无直接关 联关系
邵连云	监事	河北衡美物业服 务有限公司	20.00%	--	物业管理	无直接关 联关系
		北京众合美投资 发展中心（有限合 伙）	14.00%	--	投资管理	无直接关 联关系

注：中精养老为民办非企业单位。

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员未对外投资或控制任何企业。

公司董事长刘永凯、监事邵连云作出《关于无对外投资与公司存在利益冲突的声明》，承诺如下：本人所投资的企业（含直接持股或以委托持股、信托或其他方式通过他人持有被投资企业股权的方式）与公司不存在利益冲突。除以上情形外，本人不存在其他任何直接或间接投资的企业或经济组织的情形。

公司董事、监事、高级管理人员蔡建平、付倩、贺玉山、杨璐、王玲、李黎作出《关于无对外投资与公司存在利益冲突的声明》，承诺如下：“本人作为公司的董事、监事、高级管理人员，不存在直接或者间接投资的除公司以外的其他企业或经济组织的情形。”

公司副董事长刘冬冬、董事及董事会秘书王琰作出《关于无对外投资与公司存在利益冲突的声明》，承诺如下：“本人作为公司的董事、监事、高级管理人员，不存在任何直接或者间接投资的企业或经济组织的情形。”

（五）董事、监事、高级管理人员对外兼职情况及其作出的重要承诺

截至本公开转让说明书出具之日，公司董事、监事、高级管理人员兼职情况如下：

姓名	本公司 职务	兼职单位名称	兼职单位职务	兼职单位与 公司的关联 关系
刘永凯	董事长	众美投资（北京）有限公司	执行董事、经理	控股股东
		河北众美房地产开发集团有限 公司	执行董事、总经理	无直接关联 关系

		北京众美房地产开发有限公司	执行董事、经理	无直接关联关系
		石家庄众美城房地产开发有限公司	董事、经理	无直接关联关系
		香河天阶房地产开发有限公司	执行董事、总经理	无直接关联关系
		香河众美房地产开发有限公司	董事长	无直接关联关系
		石家庄众达房地产开发有限公司	执行董事	无直接关联关系
		原态绿农林科技（北京）有限公司	董事长、经理	无直接关联关系
		众和美熙投资管理服务（北京）有限公司	董事长、经理	无直接关联关系
		中精众和健康科技发展（北京）有限公司	董事长、经理	无直接关联关系
		众美城（北京）房地产开发有限公司	执行董事、经理	无直接关联关系
		株洲众和美熙商业贸易有限公司	执行董事	无直接关联关系
		石家庄中精众和家庭服务有限公司	执行董事	无直接关联关系
		怀来众美房地产开发有限公司	执行董事、总经理	无直接关联关系
		石家庄市藁城区宏业房地产开发有限公司	执行董事、经理	无直接关联关系
		众美城（天津）房地产开发有限公司	董事长	无直接关联关系
		北京为悦文化投资发展有限公司	执行董事、经理	无直接关联关系
		定美园新城镇投资有限公司	执行董事	无直接关联关系
		石家庄众嘉房地产开发有限公司	董事长、总经理	无直接关联关系
		北京市中精众和养老服务中心	法定代表人	无直接关联关系
		石家庄益美房地产开发有限公司	董事、总经理	无直接关联关系
		天津众美明德房地产开发有限公司	执行董事、经理	无直接关联关系
		河北美景影视艺术中心	总经理	无直接关联关系
		香河众美农业有限公司	执行董事、总经理	无直接关联关系

				关系
刘冬冬	副董事长	海冷融资租赁有限公司	董事	无直接关联关系
		北京众美房地产开发有限公司	副总裁	无直接关联关系
邵连云	监事	河北众美房地产开发集团有限公司	区域总经理	无直接关联关系
		河北衡美物业服务有限公司	执行董事	无直接关联关系
		石家庄众美城房地产开发有限公司	监事	无直接关联关系
		石家庄众达房地产开发有限公司	监事	无直接关联关系
		石家庄众凯房地产开发有限公司	监事	无直接关联关系
		石家庄众嘉房地产开发有限公司	董事	无直接关联关系
		定美园新城镇投资有限公司	经理	无直接关联关系
		定美园（赤城）新城镇投资有限公司	执行董事、总经理	无直接关联关系
		石家庄市藁城区宏业房地产开发有限公司	监事	无直接关联关系

截至本公开转让说明书出具之日，董事、监事、高级管理人员上述对外兼职单位均与众美传媒经营范围不一致，不存在利益冲突的情形。

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外职务的情况，也未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取报酬。

（六）董事、监事、高级管理人员的诚信情况

公司董事、监事、高级管理人员向公司出具了《关于诚信状况的书面声明》：“本人作为河北众美传媒股份有限公司的董事、监事、高级管理人员，在此郑重声明：

一、本人诚信状况良好，不存在《公司法》第一百四十六条规定的不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形；

二、本人最近 24 个月不存在因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律

规则等受到刑事、民事、行政处罚或纪律处分的情形；

三、本人最近 24 个月不存在因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情形；

四、本人最近 24 个月不存在对所任职（包括现任职和曾任职）公司因重大违法违规行为而被处罚且负有责任的情形；

五、本人不存在个人负有数额较大债务到期未清偿的情形；

六、本人最近 24 个月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且尚在禁入期的情形；

七、本人最近 24 个月内不存在受到全国中小企业股份转让系统有限责任公司公开谴责的情形；

八、本人不存在被中国证监会公开认为不适合担任挂牌公司董事、监事、高级管理人员的情形；

九、本人不存在欺诈或其他不诚实行为等情况。

本人完全知悉所作上述声明的责任，如该等声明有任何不实致使公司遭受损失，本人愿向公司承担全部法律责任。”

（七）董事、监事、高级管理人员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情况

公司近两年一期不存在董事、监事、高级管理人员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情况。

（八）最近两年一期董事、监事、高级管理人员的变动情况

近两年一期公司董事、监事、高级管理人员的变动情况如下：

时间	董事	监事	高管	变动原因
2011.11.28-2016.06.30	刘永凯（董事长）、蔡建平、付倩、王玲、刘秀梅	马汉国	蔡建平（总经理）	股权转让
2016.06.30-2016.08.12	刘永凯（董事长）、刘冬冬、蔡建平、付倩、唐浩	王玲（监事会主席）、邵连云、李黎	蔡建平（总经理）、贺玉山、杨璐、付倩、王琰	股份公司成立
2016.08.12 至今	刘永凯（董事长）、刘冬冬、蔡建平、付倩、王琰	王玲（监事会主席）、邵连云、李	蔡建平（总经理）、贺玉山、杨璐、付倩、王	唐浩因个人原因离职

		黎	琰	
--	--	---	---	--

除上述情况外，近两年一期公司董事、监事、高管人员没有发生重大变化。有限公司阶段设置了董事会，设置监事会或监事，公司历次变更如增资、股权转让等事项均履行了股东会、董事会程序。股份公司成立后，公司完善了法人治理结构，建立健全了“三会”制度，形成了以刘永凯为董事长的公司董事会和日常经营管理班子。公司上述董事、监事和高级管理人员变化系为加强公司的治理水平，规范公司法人治理结构，且履行了必要的法律程序，符合法律、法规及有关规范性文件和《公司章程》的规定。

第四节 公司财务

本节财务数据及相关分析反映了公司近两年一期的财务状况、经营成果和现金流量，非经特别说明，均引自经中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具无保留意见的公司近两年一期的财务报告。投资者欲对本公司的财务状况、经营成果和会计政策进行详细的了解，应当认真阅读本说明书所附财务报告。

一、最近两年一期主要财务报表、审计意见

（一）最近两年一期财务报表

1、公司财务报表编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和具体会计准则、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”）编制财务报表。

2、公司合并报表范围确定原则、最近两年一期合并财务报表范围

公司合并财务报表按照《企业会计准则第33号—合并财务报表》执行。公司所控制的全部子公司及特殊目的主体均纳入合并财务报表的合并范围。从取得子公司的实际控制权之日起，公司开始将其予以合并；从丧失实际控制权之日起停止合并。合并财务报表以母公司和纳入合并范围的子公司的个别财务报表为基础，由母公司编制。

报告期内，公司不存在纳入合并范围内的子公司，未纳入合并财务报表范围的子公司情况：

子公司名称	主要经营地	住所	经营范围	持股比例	取得方式
广州众美时代广告有限公司	广东省	广州市天河区体育西路骏汇大厦 19E 室	设计、制造、代理国内各类广告。礼品设计。批发和零售贸易（国家专营专控商品除外）。	80.00%	同一控制下合并

未纳入合并财务报表范围的原因：根据合并财务报表范围的确定原则，合并范围是以控制为基础予以确定，控制是指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。由于子公司广州众美时代广告有限公司未按规定办理2011年度检验，已于2013年2月18日被广州市工商行政管理局天河分局吊销营业执照，无法继续经营，公司已丧失对该子公司的控制权而且无法继续获取回报，因此未将其纳入报告期合并财务报表范围内。

3、主要财务报表

资产负债表

单位：元

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
流动资产：	——	——	——
货币资金	14,269,743.94	13,082,285.54	14,271,491.82
应收票据	—	—	—
应收账款	13,771,419.64	14,622,914.66	11,591,329.26
预付款项	214,354.41	191,421.00	380,970.36
应收利息	—	—	—
应收股利	—	—	—
其他应收款	244,633.45	403,681.45	431,927.84
存货	—	—	—
一年内到期的非流动资产	—	—	57,031.94
其他流动资产	—	50,644.67	—
流动资产合计	28,500,151.44	28,350,947.32	26,732,751.22
非流动资产：	——	——	——
可供出售金融资产	—	—	—
持有至到期投资	—	—	—
长期应收款	—	—	—
长期股权投资	—	—	—
投资性房地产	—	—	—
固定资产	8,376,680.42	7,068,033.43	5,225,001.03
在建工程	—	—	—
工程物资	—	—	—
固定资产清理	—	—	—
生产性生物资产	—	—	—
油气资产	—	—	—
无形资产	—	—	—
开发支出	—	—	—
商誉	—	—	—
长期待摊费用	178,551.67	212,030.11	205,234.73
递延所得税资产	190,527.24	312,238.34	252,427.99
其他非流动资产	299,000.00	374,970.00	241,764.34
非流动资产合计	9,044,759.33	7,967,271.88	5,924,428.09
资产总计	37,544,910.77	36,318,219.20	32,657,179.31

资产负债表（续）

单位：元

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
流动负债：	——	——	——
短期借款	—	—	—
应付票据	—	—	—
应付账款	11,722,805.71	23,863,113.53	21,688,507.10
预收款项	253,288.22	1,205,004.80	1,088,635.07
应付职工薪酬	310,817.15	378,962.24	309,070.51
应交税费	436,513.80	1,616,348.35	1,590,655.72
应付利息	—	—	—
应付股利	—	—	—
其他应付款	—	2,684,350.00	3,000,594.52
一年内到期的非流动负债	—	—	—
其他流动负债	—	—	—
流动负债合计	12,723,424.88	29,747,778.92	27,677,462.92
非流动负债：	——	——	——
长期借款	—	—	—
应付债券	—	—	—
长期应付款	—	—	—
长期应付职工薪酬	—	—	—
专项应付款	—	—	—
预计负债	—	—	—
递延收益	—	—	—
递延所得税负债	—	—	—
其他非流动负债	—	—	—
非流动负债合计	—	—	—
负债合计	12,723,424.88	29,747,778.92	27,677,462.92
股东权益：	——	——	——
实收资本（或股本）	15,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
资本公积	7,430,682.00	430,682.00	430,682.00
减：库存股	—	—	—
其他综合收益	—	—	—
专项储备	—	—	—
盈余公积	113,975.83	113,975.83	—
未分配利润	2,276,828.06	1,025,782.45	-450,965.61
股东权益合计	24,821,485.89	6,570,440.28	4,979,716.39
负债和股东权益总计	37,544,910.77	36,318,219.20	32,657,179.31

利润表

单位：元

项目	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	15,387,879.29	42,227,763.90	42,308,961.31
减：营业成本	11,922,905.16	32,343,473.66	34,664,802.40
营业税金及附加	125,221.28	318,242.42	262,898.17
销售费用	981,733.33	2,958,320.82	2,005,183.97
管理费用	1,183,256.18	4,289,402.34	3,043,495.92
财务费用	-8,240.61	-53,928.07	-44,908.10
资产减值损失	-486,844.41	239,241.42	-259,563.68
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）	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	1,669,848.36	2,133,011.31	2,637,052.63
加：营业外收入	-	560.00	30,330.00
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
减：营业外支出	-	-	37,000.00
其中：非流动资产处置损失	-	-	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	1,669,848.36	2,133,571.31	2,630,382.63
减：所得税费用	418,802.75	542,847.42	665,493.46
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	1,251,045.61	1,590,723.89	1,964,889.17
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	1,251,045.61	1,590,723.89	1,964,889.17
七、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.17	0.32	0.39
（二）稀释每股收益	0.17	0.32	0.39

现金流量表

单位：元

项目	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量：	——	——	——
销售商品、提供劳务收到的现金	16,831,517.59	41,509,079.04	39,753,715.53
收到的税费返还	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	418,585.99	182,104.07	524,226.84
经营活动现金流入小计	17,250,103.58	41,691,183.11	40,277,942.37
购买商品、接受劳务支付的现金	24,846,980.77	30,902,455.42	31,134,869.68
支付给职工以及为职工支付的现金	1,711,617.71	4,803,154.92	3,282,835.06
支付的各项税费	1,812,658.24	1,388,545.49	812,455.62
支付的其他与经营活动有关的现金	489,408.18	2,324,184.68	1,601,987.17
经营活动现金流出小计	28,860,664.90	39,418,340.51	36,832,147.53
经营活动产生的现金流量净额	-11,610,561.32	2,272,842.60	3,445,794.84
二、投资活动产生的现金流量：	——	——	——
委托贷款	-	-	-
收回投资所收到的现金	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产而收回的现金净额	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	1,517,630.28	3,145,804.36	1,483,083.74
投资所支付的现金	-	-	-
取得子公司和其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	1,517,630.28	3,145,804.36	1,483,083.74
投资活动产生的现金流量净额	-1,517,630.28	-3,145,804.36	-1,483,083.74
三、筹资活动产生的现金流量：	——	——	——
吸收投资所收到的现金	17,000,000.00	-	-
借款所收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	100,000.00
筹资活动现金流入小计	17,000,000.00	-	100,000.00
偿还债务所支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	-	-	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	2,684,350.00	316,244.52	-
筹资活动现金流出小计	2,684,350.00	316,244.52	-
筹资活动产生的现金流量净额	14,315,650.00	-316,244.52	100,000.00
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	1,187,458.40	-1,189,206.28	2,062,711.10
加：期初现金及现金等价物余额	13,082,285.54	14,271,491.82	12,208,780.72
六、期末现金及现金等价物余额	14,269,743.94	13,082,285.54	14,271,491.82

股东权益变动表(2016 年 1-4 月)

单位：元

项目	2016 年 1-4 月					
	股本	资本公积	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	5,000,000.00	430,682.00	-	113,975.83	1,025,782.45	6,570,440.28
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	5,000,000.00	430,682.00	-	113,975.83	1,025,782.45	6,570,440.28
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	10,000,000.00	7,000,000.00	-	-	1,251,045.61	18,251,045.61
（一）综合收益总额	-	-	-	-	1,251,045.61	1,251,045.61
（二）所有者投入和减少资本	10,000,000.00	7,000,000.00	-	-	-	17,000,000.00
1.所有者投入资本	10,000,000.00	7,000,000.00	-	-	-	17,000,000.00
2.股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-
1.提取盈余公积	-	-	-	-	-	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
1.本期计提	-	-	-	-	-	-
2.本期使用	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	15,000,000.00	7,430,682.00	-	113,975.83	2,276,828.06	24,821,485.89

股东权益变动表(2015 年度)

单位：元

项目	2015 年度					
	股本	资本公积	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	5,000,000.00	430,682.00	-	-	-450,965.61	4,979,716.39
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	5,000,000.00	430,682.00	-	-	-450,965.61	4,979,716.39
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	113,975.83	1,476,748.06	1,590,723.89
（一）综合收益总额	-	-	-	-	1,590,723.89	1,590,723.89
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1.所有者投入资本	-	-	-	-	-	-
2.股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	113,975.83	-113,975.83	-
1.提取盈余公积	-	-	-	113,975.83	-113,975.83	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
1.本期计提	-	-	-	-	-	-
2.本期使用	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	5,000,000.00	430,682.00	-	113,975.83	1,025,782.45	6,570,440.28

股东权益变动表(2014 年度)

单位：元

项目	2014 年度					
	股本	资本公积	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	5,000,000.00	430,682.00	-	-	-2,415,854.78	3,014,827.22
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	5,000,000.00	430,682.00	-	-	-2,415,854.78	3,014,827.22
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	1,964,889.17	1,964,889.17
（一）综合收益总额	-	-	-	-	1,964,889.17	1,964,889.17
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1.所有者投入资本	-	-	-	-	-	-
2.股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-
1.提取盈余公积	-	-	-	-	-	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
1.本期计提	-	-	-	-	-	-
2.本期使用	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	5,000,000.00	430,682.00	-	-	-450,965.61	4,979,716.39

（二）审计意见

本次挂牌委托的中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司截至2016年4月30日、2015年12月31日、2014年12月31日的资产负债表，2016年1-4月、2015年度、2014年度的利润表、现金流量表、股东权益变动表以及财务报表附注进行了审计，出具了标准无保留意见审计报告（中兴财光华审会字（2016）第321060号），发表意见如下：

“我们认为，众美广告公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了众美广告公司2014年12月31日、2015年12月31日、2016年4月30日的财务状况以及2014年度、2015年度、2016年1-4月的经营成果和现金流量。”

（三）公司主要会计政策和会计估计

1、会计期间

会计年度为公历1月1日起至12月31日止。

2、记账本位币

以人民币为记账本位币。

3、记账基础和计价原则

以权责发生制为记账基础。除某些金融工具以公允价值计量外，其他项目均按历史成本计量。如果资产发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

4、企业合并

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（股本溢价）；资本公积（股本溢价）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（参见本附注三、

6 (2)), 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附注三、14“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)。

5、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。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，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，详见本附注三、14“长期股权投资”或本附注三、10“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”（详见本附注三、14、（2）④）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。

6、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，按照本附注三、14（2）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。

7、现金及现金等价物的确定标准

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

8、外币业务和外币报表折算

（1）外币交易的折算方法

本公司发生的外币交易在初始确认时，按交易日的即期汇率（通常指中国人民银行公布的当日外汇牌价的中间价，下同）折算为记账本位币金额，但公司发生的外币兑换业务或涉及外币兑换的交易事项，按照实际采用的汇率折算为记账本位币金额。

（2）对于外币货币性项目和外币非货币性项目的折算方法

资产负债表日，对于外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除：①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；②可供出售的外币货币性项目除摊余成本之外的其他账面余额变动产生的汇兑差额计入其他综合收益之外，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的记账本位币金额计量。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动（含汇率变动）处理，计入当期损益或确认为其他综合收益。

（3）外币财务报表的折算方法

编制合并财务报表涉及境外经营的，如有实质上构成对境外经营净投资的外币货币性项目，因汇率变动而产生的汇兑差额，作为“外币报表折算差额”确认为其他综合收益；处置境外经营时，计入处置当期损益。

境外经营的外币财务报表按以下方法折算为人民币报表：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；股东权益类项目除“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。年初未分配利润为上一年折算后的年末未分配利润；年末未分配利润按折算后的利润分配各项目计算列示；折算后资产类项目与负债类项目和所有者权益类项目合计数的差额，作为外币报表折算差额，

确认为其他综合收益。处置境外经营并丧失控制权时，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报表折算差额，全部或按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

外币现金流量，采用现金流量发生日的即期汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目，在现金流量表中单独列报。

年初数和上年实际数按照上年财务报表折算后的数额列示。

在处置本公司在境外经营的全部所有者权益或因处置部分股权投资或其他原因丧失了对境外经营控制权时，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归属于母公司所有者权益的外币报表折算差额，全部转入处置当期损益。

在处置部分股权投资或其他原因导致持有境外经营权益比例降低但不丧失对境外经营控制权时，与该境外经营处置部分相关的外币报表折算差额将归属于少数股东权益，不转入当期损益。在处置境外经营为联营企业或合营企业的部分股权时，与该境外经营相关的外币报表折算差额，按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

9、金融工具

在本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。金融资产和金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关的交易费用直接计入损益，对于其他类别的金融资产和金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

（1）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公允价值，是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。金融工具存在活跃市场的，本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。活跃市场中的报价是指易于定期从交易所、经纪商、行业协会、定价服务机构等获得的价格，且代表了在公平交易中实际发生的市场交易的价格。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具当前的公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

（2）金融资产的分类、确认和计量

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。金融资产在初始确认时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、持有至到期投资、贷款和应收款项以及可供出售金融资产。

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

交易性金融资产是指满足下列条件之一的金融资产：A. 取得该金融资产的目的，主要是为了近期内出售；B. 属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明本公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；C. 属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与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挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

符合下述条件之一的金融资产，在初始确认时可指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：A. 该指定可以消除或明显减少由于该金融资产的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；B. 本公司风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，对该金融资产所在的金融资产组合或金融资产和金融负债组合以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

②持有至到期投资

是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。

持有至到期投资采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

实际利率法是指按照金融资产或金融负债（含一组金融资产或金融负债）的实际利率计算其摊余成本及各期利息收入或支出的方法。实际利率是指将金融资

产或金融负债在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量，折现为该金融资产或金融负债当前账面价值所使用的利率。

在计算实际利率时，本公司将在考虑金融资产或金融负债所有合同条款的基础上预计未来现金流量（不考虑未来的信用损失），同时还将考虑金融资产或金融负债合同各方之间支付或收取的、属于实际利率组成部分的各项收费、交易费用及折价或溢价等。

③贷款和应收款项

是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。本公司划分为贷款和应收款的金融资产包括应收票据、应收账款、应收利息、应收股利及其他应收款等。

贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

④可供出售金融资产

包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项、持有至到期投资以外的金融资产。

可供出售债务工具投资的期末成本按照其摊余成本法确定，即初始确认金额扣除已偿还的本金，加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额，并扣除已发生的减值损失后的金额。可供出售权益工具投资的期末成本为其初始取得成本。

可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产与摊余成本相关的汇兑差额计入当期损益外，确认为其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。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，按照成本进行后续计量。

可供出售金融资产持有期间取得的利息及被投资单位宣告发放的现金股利，计入投资收益。

（3）金融资产减值

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司在每个资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。

本公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

①持有至到期投资、贷款和应收款项减值

以成本或摊余成本计量的金融资产将其账面价值减记至预计未来现金流量现值，减记金额确认为减值损失，计入当期损益。金融资产在确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，金融资产转回减值损失后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

②可供出售金融资产减值

当综合相关因素判断可供出售权益工具投资公允价值下跌是严重或非暂时性下跌时，表明该可供出售权益工具投资发生减值。其中“严重下跌”是指公允价值下跌幅度累计超过20%；“非暂时性下跌”是指公允价值连续下跌时间超过12个月，持续下跌期间的确定依据为营业周期。

可供出售金融资产发生减值时，将原计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入当期损益，该转出的累计损失为该资产初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

在确认减值损失后，期后如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，可供出售权益工具投资的减值损失转回确认为其他综合收益，可供出售债务工具的减值损失转回计入当期损益。

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该

权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产的减值损失，不予转回。

（4）金融资产转移的确认依据和计量方法

满足下列条件之一的金融资产，予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且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；③该金融资产已转移，虽然企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产控制。

若企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且未放弃对该金融资产的控制的，则按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值及因转移而收到的对价与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额计入当期损益。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值在终止确认及未终止确认部分之间按其相对的公允价值进行分摊，并将因转移而收到的对价与应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和与分摊的前述账面金额之差额计入当期损益。

本公司对采用附追索权方式出售的金融资产，或将持有的金融资产背书转让，需确定该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬是否已经转移。已将该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产；既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则继续判断企业是否对该资产保留了控制，并根据前面各段所述的原则进行会计处理。

（5）金融负债的分类和计量

金融负债在初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。初始确认金融负债，以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关的交易费用直接计入当期损益，对于其他金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

分类为交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的条件与分类为交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的条件一致。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债采用公允价值进行后续计量，公允价值的变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

②其他金融负债

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

③财务担保合同

不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，以公允价值进行初始确认，在初始确认后按照《企业会计准则第13号—或有事项》确定的金额和初始确认金额扣除按照《企业会计准则第14号—收入》的原则确定的累计摊销额后的余额之中的较高者进行后续计量。

（6）金融负债的终止确认

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

金融负债全部或部分终止确认的，将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。

（7）衍生工具及嵌入衍生工具

衍生工具于相关合同签署日以公允价值进行初始计量，并以公允价值进行后续计量。衍生工具的公允价值变动计入当期损益。

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如未指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方

面不存在紧密关系，且与嵌入衍生工具条件相同，单独存在的工具符合衍生工具定义的，嵌入衍生工具从混合工具中分拆，作为单独的衍生金融工具处理。如果无法在取得时或后续的资产负债表日对嵌入衍生工具进行单独计量，则将混合工具整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

（8）金融资产和金融负债的抵销

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

（9）权益工具

权益工具是指能证明拥有本公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。本公司发行（含再融资）、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。本公司不确认权益工具的公允价值变动。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。

本公司对权益工具持有方的各种分配（不包括股票股利），减少股东权益。本公司不确认权益工具的公允价值变动额。

10、应收款项

应收款项包括应收帐款、其他应收款等。本公司对外销售商品或提供劳务形成的应收帐款，按从购货方应收的合同或协议价款的公允价值作为初始确认金额。

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准	余额为 100 万元以上的应收款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	当存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回所有款项时，根据其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，单独进行减值测试，计提坏账准备。

（2）按信用风险组合计提坏账准备的应收款项

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。

A. 不同组合的确定依据：

项目	确定组合的依据
无风险组合	关联方
账龄组合	具有类似信用风险特征

本公司将应收关联方的款项作为无显著回收风险的款项，划为无风险组合，不计提坏账准备。

B. 不同组合计提坏账准备的计提方法：

项 目	计提方法
无风险组合	不计提
账龄组合	按比例计提

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的组合计提方法

账 龄	应收账款计提比例 (%)	其他应收计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年, 下同)	5.00	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

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

(4) 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。

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

11、存货

(1) 存货的分类

公司无存货。

（2）存货取得和发出的计价方法

存货盘存制度采用永续盘存制，存货取得时按实际成本计价。原材料、库存商品等发出时采用加权平均法计价；低值易耗品领用时采用一次转销法摊销；周转用包装物按照预计的使用次数分次计入成本费用。

（3）存货跌价准备计提方法

期末存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。本公司通常按照单个类别存货项目计提存货跌价准备，期末，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

（4）存货可变现净值的确认方法

存货可变现净值是按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。

12、划分为持有待售的资产

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。

13、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，其会计政策详见附注三、10“金融工具”。

共同控制，是指本公司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。重大影响，是指本公司对被投资单位的财务和经营政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。

（1）投资成本的确定

对于同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照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。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。以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照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，按照发行股份的面值总额作为实收资本，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。

对于非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在购买日按照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。

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。

除企业合并形成的长期股权投资外的其他股权投资，按成本进行初始计量，该成本视长期股权投资取得方式的不同，分别按照本公司实际支付的现金购买价款、本公司发行的权益性证券的公允价值、投资合同或协议约定的价值、非货币性资产交换交易中换出资产的公允价值或原账面价值、该项长期股权投资自身的公允价值等方式确定。与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出也计入投资成本。

（2）后续计量及损益确认方法

对被投资单位具有共同控制（构成共同经营者除外）或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。此外，公司财务报表采用成本法核算能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。

①成本法核算的长期股权投资

采用成本法核算时，长期股权投资按初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。除取得投资时实际支付的价款或者对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或者利润外，当期投资收益按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认。

②权益法核算的长期股权投资

采用权益法核算时，长期股权投资的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，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，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法核算时，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资本公积。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各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，按照本公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益。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。

在确认应分担被投资单位发生的净亏损时，以长期股权投资的账面价值和其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限。此外，如本公司对

被投资单位负有承担额外损失的义务，则按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现净利润的，本公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

对于本公司2007年1月1日首次执行新会计准则之前已经持有的对联营企业和合营企业的长期股权投资，如存在与该投资相关的股权投资借方差额，按原剩余期限直线摊销的金额计入当期损益。

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处置长期股权投资

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，按本附注三、6、（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，处置后的剩余股权仍采用权益法核算的，在处置时将原计入所有者权益的其他综合收益部分按相应的比例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，按比例结转入当期损益。

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。

14、固定资产及其累计折旧

（1）固定资产的确认条件

本公司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。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

本公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

（2）固定资产分类及折旧政策

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

类别	折旧方法	使用年限	残值率%	年折旧率%
广告牌	年限平均法	10 年	5.00	9.50
运输设备	年限平均法	5 年	5.00	19.00
电子设备	年限平均法	3 年	5.00	31.67

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

融资租入的固定资产，能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

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

（3）大修理费用

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

15、在建工程

本公司在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项必要

工程支出、工程达到预定可使用状态前的应予资本化的借款费用以及其他相关费用等。

在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产。

16、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。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，在资产支出已经发生、借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或生产活动已经开始时，开始资本化；构建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态时，停止资本化。其余借款费用在发生当期确认为费用。

专门借款当期实际发生的利息费用，减去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予以资本化；一般借款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，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

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。

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。

如果符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生非正常中断、并且中断时间连续超过3个月的，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建或生产活动重新开始。

17、无形资产

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

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

本公司期末预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项

无形资产的账面价值全部转入当期损益。

18、研究开发支出

本公司将内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能予以资本化，即：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；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；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；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；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。不满足上述条件的开发支出计入当期损益。

本公司相应项目在满足上述条件，通过技术可行性及经济可行性研究，形成项目立项后，进入开发阶段。

19、长期待摊费用摊销方法

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

20、长期资产减值

对于固定资产、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非流动非金融资产，本公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

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

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，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

21、职工薪酬

本公司职工薪酬主要包括短期职工薪酬、离职后福利、辞退福利。其中：

短期薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、生育保险费、工伤保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费、非货币性福利等。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职工薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中非货币性福利按公允价值计量。

离职后福利主要包括设定提存计划。其中设定提存计划主要包括基本养老保险、失业保险等，相应的应缴存金额于发生时计入相关资产成本或当期损益。

在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿的建议，在本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，和本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本两者孰早日，确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。但辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月不能完全支付的，按照其他长期职工薪酬处理。

职工内部退休计划采用上述辞退福利相同的原则处理。本公司将自职工停止提供服务日至正常退休日的期间拟支付的内退人员工资和缴纳的社会保险费等，

在符合预计负债确认条件时，计入当期损益（辞退福利）。

22、收入的确认原则

（1）收入确认原则

①销售商品

对已将商品所有权上的主要风险或报酬转移给购货方，不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，相关的收入已经取得或取得了收款的凭据，且与销售该商品有关的成本能够可靠地计量时，本公司确认商品销售收入的实现。

②提供劳务

对在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，本公司在期末按完工百分比法确认收入。

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

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，如销售商品部分和提供劳务部分能够区分并单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分分别处理；如销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将该合同全部作为销售商品处理。

（2）收入确认的具体方法

本公司主营业务是广告发布，营业收入根据合同规定的发布期限分期计算确认，并相应地按照收入确认进度结转成本。

23、政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

对于货币性资产的政府补助，按照收到或应收的金额计量。其中，存在确凿证据表明该项补助是按照固定的定额标准拨付的，可以按照应收的金额计量，否则按照实际收到的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额1元计量。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用期限内平均分配，计入当期损益；与收益相关的政府补助，如果用于补偿已发生的相关费用或损失，则计入当期损益，如果用于补偿以后期间的相关费用或损失，则计入递延

收益，于费用确认期间计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。若政府文件未明确规定补助对象，还需说明将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据。

24、递延所得税资产/递延所得税负债

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

与商誉的初始确认有关，以及与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的应纳税暂时性差异，不予确认有关的递延所得税负债。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，如果本公司能够控制暂时性差异转回的时间，而且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回，也不予确认有关的递延所得税负债。除上述例外情况，本公司确认其他所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债。

与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的可抵扣暂时性差异，不予确认有关的递延所得税资产。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，如果暂时性差异在可预见的未来不是很可能转回，或者未来不是很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额，不予确认有关的递延所得税资产。除上述例外情况，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认其他可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

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

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

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

25、所得税

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

当期所得税是按照当期应纳税所得额计算的当期应交所得税金额。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得出。

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

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

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

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

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

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

B、对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

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

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来

期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

26、其他重要的会计政策和会计估计

（1）终止经营

终止经营，是指满足下列条件之一的已被本公司处置或划归为持有待售的、在经营和编制财务报表时能够单独区分的组成部分：①该组成部分代表一项独立的主要业务或一个主要经营地区；②该组成部分是拟对一项独立的主要业务或一个主要经营地区进行处置计划的一部分；③该组成部分是仅仅为了再出售而取得的子公司。

终止经营的会计处理方法参见本附注三、13“划分为持有待售资产”相关描述。

27、重要会计政策和会计估计变更

（1）会计政策变更

①因执行新企业会计准则导致的会计政策变更

自2014年1月26日起，财政部陆续修订和新颁布了《企业会计准则第2号—长期股权投资》、《企业会计准则第9号—职工薪酬》、《企业会计准则第30号—财务报表列报》、《企业会计准则第33号—合并财务报表》、《企业会计准则第39号—公允价值计量》、《企业会计准则第40号—合营安排》和《企业会计准则第41号—在其他主体中权益的披露》等七项具体准则，并要求自2014年7月1日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行。

2014年6月，财政部修订了《企业会计准则第37号—金融工具列报》，要求执行企业会计准则的企业应当在2014年年度及以后期间的财务报告中按照该准则要求对金融工具进行列报。

2014年7月23日，财政部发布了《关于修改〈企业会计准则—基本准则〉的决定》，自公布之日起施行。

本公司于2014年7月1日开始执行前述除金融工具列报准则以外的7项新颁布或修订的企业会计准则，在编制2014年年度财务报告时开始执行金融工具列报准则，本变更对公司的财务报告没有影响。

②其他会计政策变更

本公司本报告期内未发生其他会计政策变更。

(2) 会计估计变更

本公司本报告期内未发生会计估计变更。

(四) 公司防止控股股东、实际控制人及其关联方占用资金或资源的相关内控制度

公司已制定《关于防止控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金或资源的内控管理制度》，制度具体条款如下：

“第一条 为进一步完善法人治理结构，建立健全公司内部控制制度，防止控股股东、实际控制人及其关联方占用河北众美传媒股份有限公司（下称“公司”）资金或资源的长效机制，杜绝控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金或资源行为的发生，保障公司和中小股东利益，根据《中华人民共和国公司法》及本公司《公司章程》的相关规定，特制定本制度。

第二条 本制度所称资金或资源占用包括但不限于：经营性占用和非经营性占用。

(1) 经营性占用：指控股股东、实际控制人及其关联方通过采购、销售等生产经营环节的关联交易所产生的资金占用。

(2) 非经营性占用：指为控股股东、实际控制人及其关联方垫付工资、福利、保险、广告等期间费用和其他支出，为控股股东、实际控制人及其关联方有偿或无偿，直接或间接拆借资金、代偿债务，及其他在没有商品和劳务对价情况下提供给控股股东、实际控制人及其关联方互相代为承担成本和其他支出等。

第三条 公司应采取有效措施防止控股股东、实际控制人及其关联方以各种形式占用或转移公司的资金、资产及其他资源。

第四条 公司董事、监事和高级管理人员应勤勉尽责，负有切实履行维护公司资金、资产安全的法定义务。

第五条 公司应按全国中小企业股份转让系统《新三板挂牌规则》、《公司章程》及公司关联交易决策制度等规定，规范实施公司与控股股东、实际控制人及其关联方通过采购、销售等生产经营环节产生的关联交易行为。发生关联交易行为后，应及时结算，不得形成非正常的经营性资金占用。

第六条 公司在履行关联交易决策程序时严格执行关联方回避制度，并履行相应的信息披露义务，保证关联交易的公允性和交易行为的透明度。

关联交易的价格根据《关联交易决策制度》定价机制确定。具体交易价格确定的原则为：1、广告牌广告业务按照市场价格确定交易价格；2、媒体广告业务按照成本加成至少 5% 的利润确定交易价格；3、营销策划业务按照成本加成至少在 15%-20% 的利润确定交易价格。以上定价原则自 2016 年第二次临时股东大会审议通过后执行。

第七条 公司为控股股东、实际控制人及其关联方提供担保的，应严格按照有关法规和《公司章程》的相关规定，提交公司股东大会审议通过后方能实施。

第八条 公司在与控股股东、实际控制人及其关联方发生业务和资金往来时，应严格监控资金流向，防止资金被占用。公司不得为控股股东、实际控制人及其关联方垫付工资、福利、保险、广告等期间费用，也不得代为承担成本和其他支出。

第九条 公司不得以下列方式将资金直接或间接地提供给控股股东、实际控制人及其关联方使用：

- （1）有偿或无偿地拆借公司的资金给控股股东或实际控制人及其关联方使用；
- （2）通过银行或非银行金融机构向关联方提供委托贷款；
- （3）委托控股股东或实际控制人及其关联方进行投资活动；
- （4）为控股股东或实际控制人及其关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；
- （5）代控股股东或实际控制人及其关联方偿还债务；
- （6）全国中小企业股份转让系统认定的其他方式。

第十条 公司财务部门应按季度检查公司本部及子公司与控股股东、实际控制人及其关联方资金往来情况，杜绝控股股东、实际控制人及其关联方的非经营性资金占用情况的发生。

第十一条 公司建立防止控股股东、实际控制人及其关联方占用新三板挂牌公司资金的定期汇报制度。每季度结束后 15 日内，公司财务部门应向董事会成

员及监事会成员提交控股股东、实际控制人及其关联方占用挂牌公司资金情况表及相关说明。

第十二条 公司应于每个会计年度结束时，聘请负责公司年度审计业务的会计师事务所对控股股东、实际控制人及其关联方占用挂牌公司资金问题出具专项意见。

第十三条 公司董事会建立对控股股东所持股份“占用即冻结”的机制，即发现控股股东侵占资产给公司造成重大损失的，应立即申请司法冻结其所持股份，凡不能以现金清偿的，可以通过变现股权或者其他方式要求其偿还侵占公司的资产，具体按以下规定执行：

（1）财务负责人在发现控股股东侵占公司资产当天，应以书面形式报告董事长及公司全体董事会成员、全体监事会成员；

（2）董事长应当在收到财务负责人书面报告的3个工作日内发出召开董事会临时会议的通知；

（3）董事会秘书根据董事会决议向控股股东发送限期清偿通知，向相关司法部门申请办理控股股东所持股份冻结等相关事宜，并做好相关信息披露工作；

（4）若控股股东无法在规定期限内对所侵占公司资产恢复原状或进行清偿，公司应在规定期限届满后30日内向相关司法部门申请将冻结股份变现以偿还侵占资产，董事会秘书做好相关信息披露工作。

第十四条 公司董事、监事、高级管理人员协助、纵容控股股东、实际控制人及其关联方占用挂牌公司资产的，公司监事会应尽快组织人员调查，明确责任，并采取措施避免损失扩大。公司董事会应在责任明确后10日内，召开董事会会议，对负有责任的董事、高级管理人员处以警告、降职、免职等处分；对负有重大责任的董事可以视情节轻重提请股东大会予以罢免。对因占用资金给公司造成损失的，公司将依法追究相关责任人的法律责任。

第十五条 本制度由公司董事会负责制定、修改及解释。

第十六条 本制度自公司董事会审议通过之日起施行。”

二、最近两年一期的主要会计数据和财务指标

财务指标	2016年4月30	2015年12月31	2014年12月31
总资产（万元）	3,754.49	3,631.82	3,265.72

股东权益合计（万元）	2,482.15	657.04	497.97
归属于申请挂牌公司股东权益合计（万元）	2,482.15	657.04	497.97
每股净资产（元/股）	1.65	1.31	1.00
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	1.65	1.31	1.00
资产负债率（母公司）（%）	33.89	81.91	84.75
流动比率	2.24	0.95	0.97
速动比率	2.22	0.95	0.95
财务指标	2016年1-4月	2015年度	2014年度
营业收入（万元）	1,538.79	4,222.78	4,230.90
净利润（万元）	125.10	159.07	196.49
归属申请挂牌公司股东的净利润（万元）	125.10	159.07	196.49
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	125.10	159.03	196.99
归属申请挂牌公司股东的扣除非经	125.10	159.03	196.99
毛利率（%）	22.52	23.41	18.07
净资产收益率（%）	10.93	27.54	49.16
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	10.93	27.54	40.47
基本每股收益（元/股）	0.17	0.32	0.39
稀释每股收益（元/股）	0.17	0.32	0.39
应收账款周转率（次）	1.08	3.22	4.31
存货周转率（次）	—	—	—
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-1,161.06	227.28	344.58
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.77	0.45	0.69

注：1、每股净资产=期末归属于公司股东的所有者权益÷期末股本数（或实收资本额）

2、资产负债率=期末负债总额÷期末资产总额×100%

3、流动比率=期末流动资产÷期末流动负债

4、速动比率=期末速动资产÷期末流动负债

5、毛利率=（营业收入-营业成本）÷营业收入×100%

6、净资产收益率、每股收益的计算公式参照《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》执行。

加权平均净资产收益率= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

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_i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_j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_i为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k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_k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。

基本每股收益= $P_0 \div S$

$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

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_i为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j为报告期因回购等减少股份数；S_k为报告期缩股数；M₀为报告期月份数；M_i为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

7、应收账款周转率=营业收入÷期初期末平均应收账款余额

8、存货周转率=营业成本÷期初期末平均存货余额

9、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额÷期末股本数（或实收资本额）

（一）盈利能力分析

公司根据客户的多样性需求，通过户外媒体、电视媒体、互联网媒体信息发布以及营销策划向客户提供全方位媒体运营及品牌推广服务，主要业务包括广告牌广告、媒体广告和营销策划。2014年度、2015年度和2016年1-4月营业收入

金额分别为 42,308,961.31 元、42,227,763.90 元和 15,387,879.29 元，2015 年度营业收入减少了 0.19%，公司营业收入变化不大，营业收入较稳定。2014 年、2015 年和 2016 年 1-4 月净利润金额分别为 1,964,889.17 元、1,590,723.89 元、1,251,045.61 元，2015 年度净利润较 2014 年度减少 374,165.28 元，减少了 19.04%，2015 年净利润减少的原因是由于公司 2015 年新增员工、员工工资增加以及公司向会计师事务所支付审计费等费用增加导致的，2016 年 1-4 月的净利润与 2015 年度全年的净利润相近，主要是由于 2016 年 1-4 月公司收回账龄较长的应收账款和其他应收款导致资产减值损失大幅减少，进而增加 2016 年 1-4 月的净利润。

2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月公司毛利率分别为 18.07%、23.41% 和 22.52%，公司毛利率逐步稳定增长。2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月公司净资产收益率分别为 49.16%、27.54% 和 10.93%，每股收益分别为 0.39 元、0.32 元和 0.17 元，2015 年净资产收益率和每股收益较 2014 年大幅减少的原因是 2015 年净利润较 2014 年减少了 19.04% 以及 2015 年末净资产增加导致的，2016 年 1-4 月净资产收益率和每股收益较 2015 年减少的原因 2016 年 3 月溢价增资 1700 万元导致的净资产和加权股数增加，进而导致净资产收益率和每股收益减少。

公司与同行业可比公司毛利率、净资产收益率和基本每股收益对比：

财务指标	众美传媒		汇特传媒		大象广告	
	2015 年	2014 年	2015 年	2014 年	2015 年	2014 年
毛利率 (%)	23.41	18.07	17.33	8.92	46.96	51.72
净资产收益率 (%)	27.54	49.16	32.90	20.16	11.73	8.10
基本每股收益 (元/股)	0.32	0.39	0.56	0.32	0.60	0.37

汇特传媒 (836884) 的主营业务是为客户提供整体营销服务，业务内容包括广告代理和服务；大象广告 (833738) 是以交通系统媒体运营为核心，根据各行业用户的需求提供户外媒体广告服务以及媒体策划方案；以上可比公司的业务均与公司所从事的业务相关。

通过分析对比毛利率指标，公司毛利率高于汇特传媒，低于大象广告，具体原因如下：(1) 汇特传媒的业务主要包括广告代理和服务，其中广告代理业务包括电视媒体广告代理、公交广告代理以及其他，该汇特传媒无广告牌广告代理和

营销策划，公司无公交广告代理业务，而汇特传媒的电视媒体广告代理与公司的媒体广告业务相似，2014 年度和 2015 年度汇特传媒的电视媒体广告代理的毛利率分别为 4.05%和 4.13%，该业务占汇特传媒营业收入的比例分别为 64.83%和 62.33%，因此导致汇特传媒的毛利率整体较低，2014 年度和 2015 年度公司的媒体广告业务毛利率分别为 4.15%和 5.21%，公司的媒体广告业务毛利率与汇特传媒电视媒体广告代理业务毛利率相近；（2）大象广告主要包括地铁广告、候车亭、车身广告、机场广告、T 牌广告等业务，其中候车亭与公司业务相近，公司无其他类型的业务，大象广告无媒体广告业务和营销策划业务，2014 年度和 2015 年度大象广告的候车亭业务毛利率分别为 41.28%和 53.38%，公司的广告牌业务毛利率分别为 48.54%和 53.34%，2014 年公司毛利率与大象广告的毛利率相近，2015 年稍低的原因是大象广告 2015 年新取得公交站亭广告经营权导致当年度的毛利率增长。

通过分析对比净资产收益率指标，具体如下：（1）公司净资产收益率与汇特传媒相比，2014 年高于汇特传媒，2015 年低于汇特传媒。主要是 2014 年汇特传媒的净资产高于公司，而净利润低于公司，使 2014 年公司的净资产收益率高于汇特传媒；2015 年汇特传媒通过节约成本增加利润，而公司 2015 年净利润下降，公司和汇特传媒的净资产变动不大，使 2015 年公司的净资产收益率低于汇特传媒。（2）公司净资产收益率与大象广告相比，公司的净资产收益率比大象广告的高，主要是大象广告的净资产规模非常大，大象广告的净利润虽然也较多，但相对于净资产的规模还是较小。

通过分析对比基本每股收益指标，具体如下：（1）公司的基本每股收益与汇特传媒相比，汇特传媒 2014 年的基本每股收益与公司基本一致，汇特传媒 2015 年的基本每股收益比公司的高。公司 2014 年基本每股收益与汇特传媒一致的原因是：汇特传媒的股本数和净利润与公司的一致，故基本每股收益基本一致；公司 2015 年基本每股收益比汇特传媒低的原因是：2015 年汇特传媒通过节约成本使利润增加，而 2015 年公司新增员工较多，公司调整增加员工薪资，公司更换面积较大的办公场所导致租金增加以及公司向会计师事务所支付的审计费等，导致 2015 年净利润下降，而公司的股本数没有变化，汇特传媒虽然有所增加但是加权平均之后增加的股数不大，因此 2015 年汇特传媒的基本每股收益比公司的高。（2）公司的基本每股收益与大象广告相比，公司均较低，虽然大象广告的净

资产较高导致净资产收益率比较低,但是该公司净资产高的原因是溢价增资导致的,大象广告的净利润较高,净利润与加权平均的股本数比值与公司相比较高。

综上所述,报告期内公司营业收入比较稳定,毛利率逐步稳定增长,经营业绩持续增长,公司同类业务的毛利率与同行业可比公司相近,因此公司业绩稳定,持续经营能力较强。

(二) 偿债能力分析

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年4月30日,公司资产负债率分别为84.75%、81.91%和33.89%,2014年末和2015年末公司资产负债率相近,2016年4月末资产负债率大幅下降,2014年末和2015年末公司负债主要是应付河北人民广播电台、石家庄电视台以及河北电视台等媒体供应商的经营款项,2016年3月公司增资1700万元,并主要用于偿还欠媒体供应商的款项,导致2016年4月末资产负债率较2014年末和2015年末大幅下降。

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年4月30日,公司流动比率分别为0.97、0.95和2.24,公司流动比率大幅增长的原因与资产负债率下降的原因一致。

公司与同行业可比公司资产负债率和流动比率对比情况:

财务指标	众美传媒		汇特传媒		大象广告	
	2015年	2014年	2015年	2014年	2015年	2014年
资产负债率(%)	81.91	84.75	64.18	75.64	79.07	85.22
流动比率	0.95	0.97	1.26	0.89	1.58	0.78

通过与同行业可比公司的资产负债率和流动比率的对比分析,公司和可比公司的资产负债率均比较高,超过了60%,公司资产负债率比汇特传媒高,与大象传媒的基本一致;公司和可比公司2014年末的流动比率也都较低,2015年末汇特传媒和大象广告的资产负债率有所下降,流动比率大幅增加。以上财务指标的变动原因主要是2015年汇特传媒和大象广告均有较大金额的资本金注入,导致2015年末可比公司的资产负债率有所下降,流动比率大幅提高。公司2016年3月增加资本金,导致资产负债率下降到33.89%,流动比率增长到2.24,大幅提供公司的偿债能力。

综上所述,报告期内公司资产负债率大幅下降,流动比率大幅提高,公司偿债能力增强。

（三）营运能力分析

2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月，公司应收账款周转率分别为 4.31 次、3.22 次和 1.08 次，2015 年度应收账款周转率较 2014 年度小幅下降，主要是 2015 年末应收账款余额与 2014 年末相比较大导致的，2016 年 4 月末应收账款周转率大幅下降，主要是公司与客户的结算周期稳定以及账期较长，使应收账款余额较大且变动较小，而 2016 年 1-4 月的营业收入为 4 个月的收入，故导致应收账款周转率大幅下降。

公司与同行业可比公司应收账款周转率对比：

财务指标	众美传媒		汇特传媒		大象广告	
	2015 年度	2014 年度	2015 年度	2014 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次）	3.22	4.31	2.89	3.33	3.16	3.05

通过对比公司与同行业可比公司的应收账款周转率，2014 年度和 2015 年度汇特传媒和大象广告的应收账款周转率与公司基本一致，应收账款周转率较高。

从以上分析可知，报告期内公司应收账款周转率较高，与同行业可比公司基本一致，与公司实际经营情况相符，比较合理。

（四）现金流量分析

单位：元

项目	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	-11,610,561.32	2,272,842.60	3,445,794.84
投资活动产生的现金流量净额	-1,517,630.28	-3,145,804.36	-1,483,083.74
筹资活动产生的现金流量净额	14,315,650.00	-316,244.52	100,000.00
现金及现金等价物净增加额	1,187,458.40	-1,189,206.28	2,062,711.10

2014 年、2015 年和 2016 年 1-4 月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 3,445,794.84 元、2,272,842.60 元和 -11,610,561.32 元。2015 年公司经营活动现金流量净额较 2014 年减少较多，主要是由于公司 2015 年新增员工较多，公司调整增加员工薪资，公司更换面积较大的办公场所导致租金增加以及公司向会计师事务所支付的审计费等，导致 2015 年支付给职工以及为职工支付的现金和支付其他与经营活动有关的现金较多，故导致 2015 年经营活动现金流量金额大幅下降。2016 年 1-4 月公司经营活动现金流量净额成为负数，且负数金额较大，主要是因公司 2016 年 3 月增加实收资本，并将较多资金主要用于偿还供应商的款项。

2014 年、2015 年和 2016 年 1-4 月，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-1,483,083.74 元、-3,145,804.36 元和-1,517,630.28 元，主要是由于公司建设公交站亭广告牌的资本性投入。

2014 年、2015 年和 2016 年 1-4 月，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 100,000.00 元、-316,244.52 元和 14,315,650.00 元，主要是偿还早期向关联方的借款以及公司 2016 年 3 月股东增资导致的。

综上分析，报告期内公司经营活动产生的现金流量净额变动较大，但原因合理；公司投资性活动主要是购建公交站亭广告牌，与公司实际情况相符；公司筹资能力较弱，主要通过向原股东增资，公司未向银行等金融机构融资。

报告期内，采用间接法将净利润调节为经营活动现金流量如下：

单位：元

补充资料	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
1、将净利润调节为经营活动现金流量	——	——	——
净利润	1,251,045.61	1,590,723.89	1,964,889.17
加：资产减值准备	-486,844.41	239,241.42	-259,563.68
固定资产折旧	326,763.29	901,738.79	972,780.23
无形资产摊销	——	——	——
长期待摊费用摊销	33,478.44	261,032.13	250,556.46
处置固定资产、无形资产和其他长期资产损失	——	——	——
固定资产报废损失	——	——	——
公允价值变动损失	——	——	——
财务费用	——	——	——
投资损失	——	——	——
递延所得税资产减少	121,711.10	-59,810.35	64,890.92
递延所得税负债增加	——	——	——
存货的减少	——	——	——
经营性应收项目的减少	1,525,098.69	-3,103,675.74	-1,370,179.71
经营性应付项目的增加	-14,381,814.04	2,443,592.46	1,822,421.45
其他	——	——	——
经营活动产生的现金流量净额	-11,610,561.32	2,272,842.60	3,445,794.84
2、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动：	——	——	——
债务转为资本	——	——	——
一年内到期的可转换公司债券	——	——	——
融资租入固定资产	——	——	——

补充资料	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
3、现金及现金等价物净变动情况：	--	--	--
现金的期末余额	14,269,743.94	13,082,285.54	14,271,491.82
减：现金的年初余额	13,082,285.54	14,271,491.82	12,208,780.72
加：现金等价物的期末余额	--	--	--
减：现金等价物的年初余额	--	--	--
现金及现金等价物净增加额	1,187,458.40	-1,189,206.28	2,062,711.10

通过分析现金流量表补充资料的变动情况，具体分析如下：①上表中资产减值损失科目的变动与应收账款坏账准备余额和其他应收款坏账准备余额的变动一致；②上表中固定资产折旧额与同期固定资产折旧计提金额一致，附表中长期待摊费用摊销额与同期长期待摊费用摊销金额一致；③上表中递延所得税资产减少额与资产负债表中递延所得税资产变动金额一致；④上表中经营性应收项目的减少额和经营性应付项目的增加额，与资产负债表科目的经营性往来科目的变动一致。公司经营活动产生的现金流量净额与同期公司净利润匹配。

三、报告期利润形成的有关情况

（一）收入、利润和毛利率的主要构成及比例

1、公司收入的具体确认方法

公司根据客户的多样性需求，通过户外媒体、电视媒体、互联网媒体信息发布以及营销策划向客户提供全方位媒体运营及品牌推广服务，主要业务包括广告牌广告、媒体广告和营销策划。

广告牌广告业务：公司开发公交站亭广告媒体资源，为客户发布广告牌广告，公司按照与客户签订的合同约定服务内容及价格，公司向客户拍照确认见诸媒体后，公司根据合同规定的发布期限分期计算确认收入，并相应地按照收入确认进度结转成本。

媒体广告业：公司通过电视、电台、互联网等媒体资源，为客户发布媒体广告，公司按照与客户签订的合同约定服务内容及价格，经与客户确认广告发布排期表后，公司根据合同规定的发布期限按月计算确认收入，并相应地按照收入确认进度结转成本。

营销策划业务：公司承接业务后，为客户提供营销活动策划服务，活动完成且经客户验收后确认收入。

2、营业收入构成

单位：元

项目	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
主营业务收入	15,387,879.29	100.00	42,227,763.90	100.00	42,308,961.31	100.00
其中：广告 牌广告收入	4,209,118.07	27.35	11,740,404.29	27.80	9,758,570.69	23.07
媒体广告收入	4,242,489.65	27.57	13,610,130.15	32.23	21,010,463.96	49.66
营销策划收入	6,936,271.57	45.08	16,877,229.46	39.97	11,539,926.66	27.28
其他业务收入	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
合计	15,387,879.29	100.00	42,227,763.90	100.00	42,308,961.31	100.00

公司根据客户的多样性需求，通过户外媒体、电视媒体、互联网媒体信息发布以及营销策划向客户提供全方位媒体运营及品牌推广服务，主要业务包括广告牌广告、媒体广告和营销策划。报告期内，公司无其他业务收入，均为主营业务收入，公司主营业务明确。

2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月主营业务收入分别为 42,308,961.31 元、42,227,763.90 元和 15,387,879.29 元。广告牌广告收入占营业收入的比例分别为 23.07%、27.80%和 27.35%，广告牌广告收入占比较均衡；媒体广告收入占营业收入的比例分别为 49.66%、32.23%和 27.57%，2014 年度媒体广告收入占比较大，2015 年度和 2016 年 1-4 月较 2014 年度下降较大，主要是由于市场因素导致媒体客户减少，公司电台媒体和电视媒体收入均有所下降，也存在同行业的竞争激烈因素，导致客户流失严重，因此导致媒体广告收入下降较大；营销策划收入占营业收入的比例分别为 27.28%、39.97%和 45.08%，2015 年度和 2016 年 1-4 月营销策划收入占比均逐步增加，主要是公司向上海上汽大众汽车销售有限公司提供营销策划活动逐年增加，2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月公司对上海上汽大众汽车销售有限公司的销售收入分别为 4,846,652.84 元、10,641,218.87 元和 5,566,315.09 元，占当年度的营业收入分别为 11.46%、25.20%和 36.17%，与营销策划收入的变动基本一致。

公司近两年及一期主营业务收入分区域情况如下：

单位：元

地区	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
华北地区	8,447,670.12	54.90	27,513,064.75	65.15	34,494,532.13	81.53
华东地区	6,930,020.49	45.04	14,562,967.07	34.49	7,292,448.06	17.24
华中地区	10,188.68	0.07	--	--	--	--
华南地区	--	--	150,943.40	0.36	521,981.12	1.23
西南地区	--	--	788.68	0.00	--	--
合计	15,387,879.29	100.00	42,227,763.90	100.00	42,308,961.31	100.00

按区域情况分析，报告期内华北地区占营业收入的比例分别为 81.53%、65.15%和 54.90%，华东地区占营业收入的比例分别为 17.24%、34.49%和 45.04%，以上两区域小计收入占营业收入的比例分别为 98.77%、99.64%和 99.94%，公司的客户主要集中在华北地区和华东地区。华东地区的主要客户是上海上汽大众汽车销售有限公司，公司为其主要提供营销策划收入，与公司营销策划收入变动比例基本一致。

3、营业成本构成

营业成本构成及变动

单位：元

项目	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
广告牌成本	2,351,746.04	19.72	5,477,724.66	16.94	5,021,902.67	14.49
广告代理发布成本	4,020,517.46	33.72	12,901,486.04	39.89	20,137,564.60	58.09
营销策划成本	5,550,641.66	46.55	13,964,262.96	43.17	9,505,335.13	27.42
合计	11,922,905.16	100.00	32,343,473.66	100.00	34,664,802.40	100.00

广告牌成本为广告牌广告收入对应的成本，包括公司为获取公交候车厅的广告灯箱广告经营权支付的租赁管理费、制作喷绘费、日常维护费以及广告牌的折旧费等；广告代理发布成本为媒体广告收入对应的成本，主要是电视媒体、广播、电台和网络媒体等的发布成本，均为向外部供应商购买服务；营销策划成本包括

场地费、展览展示费、物料制作费、场地搭建费和人员演艺费等，均为向外部供应商购买服务。

公司成本归集的方法是实际成本法，即在成本实际发生时按照成本的金额直接计入营业成本科目，具体是按照月份以实际发生或摊销的金额计入营业成本科目，与营业收入科目相匹配。

其中，广告牌成本构成情况如下：

单位：元

项目	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
租赁管理费	1,147,555.78	48.80	2,801,142.46	51.14	2,400,236.67	47.80
制作喷绘费	363,310.94	15.45	585,229.86	10.68	625,064.07	12.45
维护费	543,505.90	23.11	1,283,501.10	23.43	1,119,657.93	22.30
折旧费	297,373.42	12.64	807,851.24	14.75	876,944.00	17.46
广告牌成本合计	2,351,746.04	100.00	5,477,724.66	100.00	5,021,902.67	100.00

广告牌成本包括公交候车厅广告灯箱的租赁管理费、制作喷绘费、日常维护费以及广告牌的折旧费等。2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月，租赁管理费占广告牌成本的比例分别为 47.80%、51.14%和 48.80%，是广告牌成本的主要构成，变动不大；维护费占广告牌成本的比例分别为 22.30%、23.43%和 23.11%，占广告牌成本的比例较大，占比波动不大，主要是公司为了维持广告牌能够正常运营而由供应商具体维护，包括灯管、玻璃、电线等耗材以及保洁、维修等服务；制作喷绘费占广告牌成本的比例分别为 12.45%、10.68%和 15.45%，占比波动不大；折旧费占广告牌成本的比例分别为 17.46%、14.75%和 12.64%，是公司建设广告牌按照 10 年摊销折旧而计入的成本。

4、营业利润、利润总额及净利润

单位：元

	2016 年 1-4 月	2015 年度		2014 年度
	金额	金额	增长率(%)	金额
营业收入	15,387,879.29	42,227,763.90	-0.19	42,308,961.31
营业成本	11,922,905.16	32,343,473.66	-6.70	34,664,802.40
毛利	3,464,974.13	9,884,290.24	29.31	7,644,158.91

营业利润	1,669,848.36	2,133,011.31	-19.11	2,637,052.63
利润总额	1,669,848.36	2,133,571.31	-18.89	2,630,382.63
净利润	1,251,045.61	1,590,723.89	-19.04	1,964,889.17

2015 年度公司营业收入较 2014 年度减少 81,197.41 元, 减少了 0.19%, 公司营业收入变化不大, 营业收入较稳定; 2015 年度公司营业成本较 2014 年度减少了 2,321,328.74 元, 减少了 6.70%。公司营业成本减少的幅度比营业收入减少的幅度大, 主要是由于 (1) 广告牌广告业务和营销策划业务影响的, 广告牌广告业务毛利率较高, 2015 年度的空置率比 2014 年低, 且广告牌广告业务的销售占比增加, 故导致营业成本减少; (2) 营销策划的毛利率变化不大, 但是营销策划的销售占比增长较高。2015 年度公司毛利较 2014 年度增加了 2,240,131.33 元, 增加了 29.31%, 与营业收入和营业成本的变动原因一致。

2015 年度公司公司营业利润较 2014 年度减少 504,041.32 元, 减少了 19.11%, 利润总额和净利润分别减少了 18.89%和 19.04%, 主要是除以上毛利变动原因外, 还由于 2015 年公司新增员工较多, 公司调整增加员工薪资, 公司更换面积较大的办公场所导致租金增加以及公司向会计师事务所支付的审计费等, 导致营业利润、利润总额和净利润较 2014 年下降。

5、毛利率的构成

单位: 元

项目	2016 年 1-4 月			
	收入	成本	毛利	毛利率 (%)
广告牌广告收入	4,209,118.07	2,351,746.04	1,855,256.36	44.13
媒体广告收入	4,242,489.65	4,020,517.46	224,087.86	5.23
营销策划收入	6,936,271.57	5,550,641.66	1,385,629.91	19.98
合计	15,387,879.29	11,922,905.16	3,464,974.13	22.52
项目	2015 年度			
	收入	成本	毛利	毛利率 (%)
广告牌广告收入	11,740,404.29	5,477,724.66	6,262,679.63	53.34
媒体广告收入	13,610,130.15	12,901,486.04	708,644.11	5.21
营销策划收入	16,877,229.46	13,964,262.96	2,912,966.50	17.26
合计	42,227,763.90	32,343,473.66	9,884,290.24	23.41
项目	2014 年度			
	收入	成本	毛利	毛利率 (%)
广告牌广告收入	9,758,570.69	5,021,902.67	4,736,668.02	48.54
媒体广告收入	21,010,463.96	20,137,564.60	872,899.36	4.15

营销策划收入	11,539,926.66	9,505,335.13	2,034,591.53	17.63
合计	42,308,961.31	34,664,802.40	7,644,158.91	18.07

2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月销售毛利率分别为 18.07%、23.41% 和 22.52%，公司毛利率逐步稳定增长，具体原因如下：（1）报告期内，广告牌广告业务毛利率分别为 48.54%、53.34%和 44.13%，公司毛利率逐年增长，但是增长幅度不大，主要是公司通过公交站亭获取媒体资源，公司取得的公交站亭媒体均在河北省石家庄市，供应商和客户均比较稳定，随着物价指数的增长，毛利率缓慢增加，但变化不大；（2）报告期内，媒体广告业务毛利率分别为 4.15%、5.21%和 5.23%，公司媒体广告业务毛利率均较低，媒体广告业务主要是电视、电台、广播以及互联网媒体，供应商主要为河北人民广播电台、石家庄电视台、河北电视台以及互联网广告传播公司等，公司主要通过获取该资源向客户提供广告传播服务，该业务较为传统，且价格较透明，故毛利率较低，虽然报告期内毛利率有小幅度的增长，但幅度不大；（3）报告期内，营销策划业务毛利率分别为 17.63%、17.26%和 19.98%，公司毛利率逐步稳定小幅增长，主要是营销策划的主要客户为上海上汽大众汽车销售有限公司，公司为其提供的营销策划活动区域基本布置在华北地区，公司从事该业务多年，业务成熟，供应商合作也较成熟，因此毛利率比较稳定。

公司与同行业可比公司毛利率、净资产收益率和基本每股收益对比：

财务指标	众美传媒		汇特传媒		大象广告	
	2015 年	2014 年	2015 年	2014 年	2015 年	2014 年
毛利率（%）	23.41	18.07	17.33	8.92	46.96	51.72

通过分析对比毛利率指标，公司毛利率高于汇特传媒，低于大象广告，具体原因如下：（1）汇特传媒的业务主要包括广告代理和服务，其中广告代理业务包括电视媒体广告代理、公交广告代理以及其他，该汇特传媒无广告牌广告代理和营销策划，公司无公交广告代理业务，而汇特传媒的电视媒体广告代理与公司的媒体广告业务相似，2014 年度和 2015 年度汇特传媒的电视媒体广告代理的毛利率分别为 4.05%和 4.13%，该业务占汇特传媒营业收入的比例分别为 64.83%和 62.33%，因此导致汇特传媒的毛利率整体较低，2014 年度和 2015 年度公司的媒体广告业务毛利率分别为 4.15%和 5.21%，公司的媒体广告业务毛利率与汇特传媒电视媒体广告代理业务毛利率相近；（2）大象广告主要包括地铁广告、候车亭、

车身广告、机场广告、T 牌广告等业务，其中候车亭与公司业务相近，公司无其他类型的业务，大象广告无媒体广告业务和营销策划业务，2014 年度和 2015 年度大象广告的候车亭业务毛利率分别为 41.28%和 53.38%，公司的广告牌业务毛利率分别为 48.54%和 53.34%，2014 年公司毛利率与大象广告的毛利率相近，2015 年稍低的原因是大象广告 2015 年新取得公交站亭广告经营权导致当年度的毛利率增长。

（二）主要费用占营业收入的比重及变化情况

公司最近两年一期主要费用及其变动情况如下：

项目	2016 年 1-4 月	2015 年度		2014 年度
	金额（元）	金额（元）	增长率（%）	金额（元）
销售费用	981,733.33	2,958,320.82	47.53	2,005,183.97
管理费用	1,183,256.18	4,289,402.34	40.94	3,043,495.92
财务费用	-8,240.61	-53,928.07	20.09	-44,908.10
营业收入	15,387,879.29	42,227,763.90	-0.19	42,308,961.31
销售费用与营业收入之比（%）	6.38	7.01		4.74
管理费用与营业收入之比（%）	7.69	10.16		7.19
财务费用与营业收入之比（%）	-0.05	-0.13		-0.11

2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月，销售费用占营业收入的比例分别为 4.74%、7.01%和 6.38%，销售费用占营业收入的比例变化不大，比较均衡。2015 年度公司销售费用较 2014 年度增加了 953,136.85 元，增加了 47.53%，主要是销售费用中的工资增加了 877,616.19 元，公司销售费用工资大幅增加的原因是公司增加较多销售人员且老员工工资有所增长；

2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月，管理费用占营业收入的比例分别为 7.19%、10.16%和 7.69%，管理费用占营业收入的比例变化不大，比较均衡。2015 年度公司管理费用较 2014 年度增加了 1,245,906.42 元，增加了 40.94%，主要是管理费用中的工资增加了 420,782.09 元，公司管理费用工资大幅增加的原因是公司老员工工资有所增长且管理人员数量也增加，办公费增加了 257,969.48 元，公司管理费用办公费增加的原因是 2015 年 8 月公司搬入新办公场所，购买了一批价值 71,747.02 元的办公家具，服务费增加了 373,264.97 元，公司管理费用服务费增加的原因是 2015 年公司支付审计费 40 万元所致。

2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月，财务费用占营业收入的比例分别为

-0.11%、-0.13%和-0.05%，财务费用占营业收入的比例较小，且变化不大。

1、销售费用明细及变动情况分析

单位：元

项目	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
工资	909,574.33	92.65	2,566,674.31	86.76	1,689,058.12	84.23
办公费	4,363.30	0.44	31,626.88	1.07	40,088.63	2.00
差旅费	51,698.20	5.27	311,884.30	10.54	218,976.76	10.92
招待费	1,092.00	0.11	1,362.00	0.05	11,685.00	0.58
交通运输费	15,005.50	1.53	46,773.33	1.58	45,375.46	2.26
合计	981,733.33	100.00	2,958,320.82	100.00	2,005,183.97	100.00

公司销售费用主要包括销售人员工资、办公费、差旅费、招待费和交通运输费等，报告期内各项费用占销售费用的比例比较均衡，其中：2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月工资 1,689,058.12 元、2,566,674.31 元和 909,574.33 元，占销售费用比重分别为 84.23%、86.76%和 92.65%，是销售费用中的重大组成部分。

2、管理费用明细及变动情况分析

单位：元

项目	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
职工薪酬	338,971.64	28.65	1,124,796.39	26.22	704,014.30	23.13
办公费	52,383.14	4.43	362,822.27	8.46	104,852.79	3.45
社保保险费	292,544.47	24.72	816,835.32	19.04	780,147.46	25.63
福利费	23,833.00	2.01	14,582.02	0.34	2,578.98	0.08
工会经费	28,326.54	2.39	76,035.85	1.77	44,713.66	1.47
职工教育经费	15,095.00	1.28	48,630.00	1.13	68,982.00	2.27
业务招待费	15,831.00	1.34	81,915.90	1.91	43,156.00	1.42
差旅费	10,580.80	0.89	44,765.00	1.04	66,410.00	2.18
交通费	29,569.48	2.50	82,201.40	1.92	106,065.59	3.48
水电网费	23,947.36	2.02	96,406.45	2.25	79,405.34	2.61
折旧与摊销	62,868.31	5.31	264,412.45	6.16	184,379.56	6.06
印花税	5,137.32	0.43	13,048.14	0.30	11,542.14	0.38
租赁费	183,104.00	15.47	615,787.43	14.36	573,349.35	18.84
服务费	101,064.12	8.54	647,163.72	15.09	273,898.75	9.00

项目	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
合计	1,183,256.18	100.00	4,289,402.34	100.00	3,043,495.92	100.00

公司管理费用主要包括职工薪酬、办公费、社会保险费、折旧与摊销、租赁费和服务费等，2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月以上费用小计占管理费用的比例分别为 86.11%、89.33%和 87.13%，是公司管理费用的主要构成。

其中：2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月职工薪酬占管理费用的比例分别为 23.13%、26.22%和 28.65%，职工薪酬占管理费用的比例比较均衡；办公费占管理费用的比例分别为 3.45%、8.46%和 4.43%，2015 年办公费的波动较大，主要是 2015 年 8 月公司搬入新办公场所，购买了一批价值 71,747.02 元的办公家具；社会保险费占管理费用的比例分别为 25.63%、19.04%和 24.72%；折旧与摊销占管理费用的比例分别为 6.06%、6.16%和 5.31%，折旧及摊销占管理费用的比例较均衡；租赁费占管理费用的比例分别为 18.84%、14.36%和 15.47%，2015 年 8 月公司搬入新办公场所，新办公场所面积 700 多平方米，就办公场所面积 400 多平方米，因新办公用地单位租金较低，整体面积较大导致租赁费增加，但是增加的幅度较管理费用增加的幅度小，故 2015 年度和 2016 年 1-4 月的租赁费占管理费用的比例较低；服务费占管理费用的比例分别为 9.00%、15.09%和 8.54%，2015 年服务费波动较大的原因是 2015 年公司支付审计费 40 万元所致。

3、财务费用明细及变动分析

单位：元

项 目	2016 年 1-4 月	2015 年度	2014 年度
利息支出	—	—	—
减：利息收入	9,009.89	55,404.07	46,631.60
手续费支出	769.28	1,476.00	1,723.50
合 计	-8,240.61	-53,928.07	-44,908.10

2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月，公司财务费用分别为-44,908.10 元、-53,928.07 元和-8,240.61 元，主要是利息收入和手续费支出。

（三）重大投资收益及非经常性损益情况、适用的各项税收政策及缴纳的主要税种

1、投资收益

无。

2、非经常性损益

单位：元

项目	2016年1-4月	2015年度	2014年度
非流动资产处置损益	---	---	---
越权审批或无正式批准文件的税收返还、减免	---	---	---
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	---	560.00	330
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	---	---	---
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	---	---	---
非货币性资产交换损益	---	---	---
委托他人投资或管理资产的损益	---	---	---
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	---	---	---
债务重组损益	---	---	---
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	---	---	---
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	---	---	---
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	---	---	---
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	---	---	---
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	---	---	---
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	---	---	---
对外委托贷款取得的损益	---	---	---
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	---	---	---
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	---	---	---
受托经营取得的托管费收入	---	---	---
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	---	---	-7,000.00

其他符合非经常性损益定义的损益项目	--	--	--
所得税影响额	--	140.00	5,832.50
少数股东权益影响额	--	--	--
非经常性损益净额	0.00	420.00	-12,502.50
净利润	1,251,045.61	1,590,723.89	1,964,889.17
非经营性损益占净利润比例（%）	0.00	0.03	-0.64

报告期内，公司非经常性损益净额分别为-12,502.50元、420.00元和0.00元，占同期净利润的比例分别为-0.64%、0.03%和0.00%，非经常性损益净额占同期净利润的比例较小，因此对公司经营影响较小。

报告期内，营业外收入的具体情况：

单位：元

项目	2016年1-4月	2015年度	2014年度
政府补助	--	560.00	330.00
赔偿收入	--	--	30,000.00
合计	--	560.00	30,330.00

2014年度和2015年度政府补助分别为330.00元和560.00元，是公司购买增值税发票系统金税盘发生的计税维护费抵减增值税产生的，根据财税[2012]15号文，增值税纳税人2011年12月1日以后缴纳的技术维护费，可凭技术维护服务单位开具的技术维护费发票，在增值税应纳税额中全额抵减，不足抵减的可结转下期继续抵减。

2014年公司取得的赔偿收入30,000.00元，是因众美有限未经登记发布户外广告，被石家庄高新技术产业开发区工商行政管理局处以罚款人民币3万元，由公司相关责任人李智伟赔偿支付。

报告期内，营业外支出的具体情况：

单位：元

项目	2016年1-4月	2015年度	2014年度
捐赠支出	--	--	7,000.00
罚款支出	--	--	30,000.00
合计	--	--	37,000.00

公司营业外支出的捐赠支出是2014年度公司向河北省妇女儿童发展基金会捐款7,000.00元。

2014年7月9日，因众美有限未经登记发布户外广告，被石家庄高新技术产业开发区工商行政管理局出具《行政处罚决定书》（石高工商处字（2014）14

号)，处以罚款人民币 3 万元。

2、适用的各项税收政策及缴纳的主要税种

公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率（%）
增值税	应纳税收入额	6.00
文化事业建设费	广告业务应纳税收入额	3.00
城市维护建设税	应纳流转税额	7.00
教育费附加	应纳流转税额	3.00
地方教育费附加	应纳流转税额	2.00
企业所得税	应纳税所得额	25.00

报告期内，公司未享受税收优惠。

四、公司两年一期主要资产情况

（一）应收款项

1、应收账款

（1）公司最近两年及一期应收账款净额占比情况如下：

单位：元

项目	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
应收账款净额	13,771,419.64	14,622,914.66	11,591,329.26
营业收入	15,387,879.29	42,227,763.90	42,308,961.31
总资产	37,544,910.77	36,318,219.20	32,657,179.31
应收账款净额占营业收入（%）	89.50	34.63	27.40
应收账款净额占总资产比重（%）	36.68	40.26	35.49

公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日及 2016 年 4 月 30 日的应收账款净额分别为 10,760,979.26 元、14,622,914.66 元和 13,771,419.64 元，应收账款净额占当期营业收入的比例分别为 27.40%、34.63%和 89.50%，占总资产比重分别为 35.49%、40.26%和 36.68%，应收账款占总资产比重较高，应收账款占比较高的原因是公司与客户之间约定的账期一般在 3-6 个月，公司与上海上汽大众汽车销售有限公司、河北创壹广告有限责任公司和河北和君广告有限责任公司等的实际账期超过 6 个月的较多，公司与客户之间的账期较长导致应收账款占营业收入和资产总额比例较大。

（2）应收账款账龄明细及其坏账准备计提情况如下：

A、按风险分类

单位：元

种类	2016年4月30日			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	---	---	---	---
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项	14,512,411.04	100.00	740,991.40	5.11
其中：无风险组合	---	---	---	---
账龄组合	14,512,411.04	100.00	740,991.40	5.11
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	---	---	---	---
合计	14,512,411.04	100.00	740,991.40	5.11

单位：元

种类	2015年12月31日			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	---	---	---	---
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项	15,600,222.37	100.00	977,307.71	6.26
其中：无风险组合	---	---	---	---
账龄组合	15,600,222.37	100.00	977,307.71	6.26
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	---	---	---	---
合计	15,600,222.37	100.00	977,307.71	6.26

单位：元

种类	2014年12月31日			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	---	---	---	---
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项	12,231,501.94	100.00	640,172.68	5.23
其中：无风险组合	615,612.00	5.03	---	---
账龄组合	11,615,889.94	94.97	640,172.68	5.21
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	---	---	---	---
合计	12,231,501.94	100.00	640,172.68	5.23

B、组合中，按账龄分析法计提坏账准备的应收账款

单位：元

账龄	2016 年 4 月 30 日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例 (%)	
1 年以内（含 1 年）	14,204,994.04	97.88	710,249.70
1-2 年	307,417.00	2.12	30,741.70
2-3 年	—	—	—
3-4 年	—	—	—
4-5 年	—	—	—
5 年以上	—	—	—
合计	14,512,411.04	100.00	740,991.40

单位：元

账龄	2015 年 12 月 31 日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例 (%)	
1 年以内（含 1 年）	14,010,409.49	89.81	700,520.47
1-2 年	1,157,436.00	7.42	115,743.60
2-3 年	200,691.00	1.29	40,138.20
3-4 年	221,560.88	1.42	110,780.44
4-5 年	—	—	—
5 年以上	10,125.00	0.06	10,125.00
合计	15,600,222.37	100.00	977,307.71

单位：元

账龄	2014 年 12 月 31 日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例 (%)	
1 年以内（含 1 年）	11,038,984.06	95.03	551,949.20
1-2 年	332,327.00	2.86	33,232.70
2-3 年	234,453.88	2.02	46,890.78
3-4 年	—	—	—
4-5 年	10,125.00	0.09	8,100.00
5 年以上	—	—	—
合计	11,615,889.94	100.00	640,172.68

2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日及 2016 年 4 月 30 日，账龄 1 年以内的应收账款占应收账款余额的比例分别为 95.03%、89.81%和 97.88%，1 年以内账龄的应收账款占比较大，从历年应收账款回收情况分析，应收账款预计无法

收回的风险较小，公司已按照账龄分析法足额计提坏账准备，因此应收账款的坏账风险在可控范围内。

2014 年末账龄 2-3 年的应收账款金额 234,453.88 元，2015 年末账龄 2-3 年的应收账款金额 200,691.00 元和 2015 年末账龄 3-4 年的应收账款金额 221,560.88 元，账龄较长主要是以上款项的客户均为上海上汽大众汽车销售有限公司的经销商，公司为该经销商提供的广告服务均由上海上汽大众汽车销售有限公司统筹规划开展的，个别经销商拖欠公司款项时间较长，因公司与上海上汽大众汽车销售有限公司合作关系较好，欠款金额也不大，故公司未催收该款项，截至报告期末公司已收回以上欠款；2014 年末 4-5 年应收账款金额 10,125.00 元，账龄较长的原因是公司业务人员更换，交接不到位，导致欠款时间较长，该款项于 2016 年收回。

从 2016 年 5 月至公开转让说明书签署之日，公司收回客户的广告费款项 1,311.38 万元，其中收到上海上汽大众汽车销售有限公司的款项 485.93 万元，收到河北创壹广告有限责任公司的款项 117.24 万元，收到河北壹洲房地产开发有限公司的款项 60.00 万元，收到凯帝珂广告（上海）有限公司的款项 33.80 万元，应收账款前五大共计收回 696.97 万元，占报告期末应收账款余额的 71.87%。

截至 2016 年 4 月 30 日，应收账款前五名的情况如下：

单位名称	与本公司关系	金额（元）	占应收账款总额的比例（%）	账龄
上海上汽大众汽车销售有限公司	非关联方	5,900,294.00	40.66	1 年以内
河北创壹广告有限责任公司	非关联方	1,319,644.00	9.09	1 年以内
河北壹洲房地产开发有限公司	非关联方	693,590.00	4.78	1 年以内
	非关联方	188,000.00	1.30	1-2 年
凯帝珂广告（上海）有限公司	非关联方	860,027.95	5.93	1 年以内
石家庄地益嘉房地产开发有限公司	非关联方	735,750.00	5.07	1 年以内
合计	—	9,697,305.95	66.82	—

截至 2015 年 12 月 31 日，应收账款前五名的情况如下：

单位名称	与本公司关系	金额（元）	占应收账款总额的比例（%）	账龄
上海上汽大众汽车销售有限公司	非关联方	7,752,523.00	49.69	1年以内
河北创壹广告有限责任公司	非关联方	1,535,218.00	9.84	1年以内
河北和君广告有限责任公司	非关联方	1,295,211.26	8.30	1年以内
河北壹洲房地产开发有限公司	非关联方	396,800.00	2.54	1年以内
河北旭远祥华房地产开发有限公司	非关联方	320,000.00	2.05	1年以内
	非关联方	8,000.00	0.05	1-2年
合计	—	11,307,752.26	72.48	—

截至2014年12月31日，应收账款前五名的情况如下：

单位名称	与本公司关系	金额（元）	占应收账款总额的比例（%）	账龄
上海上汽大众汽车销售有限公司	非关联方	2,001,588.68	16.36	1年以内
河北创壹广告有限责任公司	非关联方	1,554,637.00	12.71	1年以内
石家庄美的制冷产品销售有限公司	非关联方	613,949.50	5.02	1年以内
石家庄市藁城区宏业房地产开发有限公司	关联方	557,510.00	4.56	1年以内
河北葵赋康饮料有限公司	非关联方	550,000.00	4.50	1年以内
合计	—	5,277,685.18	43.15	—

（3）报告期无实际核销的应收账款。

（4）应收账款中无持公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位款项，无应收账款关联方款项情况。

2、预付款项

单位：元

账龄	2016年4月30日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
1年以内	210,354.41	98.13	151,421.00	79.10	80,970.36	21.25
1-2年	4,000.00	1.87	40,000.00	20.90	300,000.00	78.75
2-3年	—	—	—	—	—	—
3年以上	—	—	—	—	—	—
合计	214,354.41	100.00	191,421.00	100.00	380,970.36	100.00

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年4月30日公司预付款项余额分别为380,970.36元、191,421.00元和214,354.41元，占总资产比重分别为1.17%、0.53%和0.57%，占比持续降低且占总资产比重较小。公司预付款项主要是预付给供应商的制作费和广告费。

截至2016年4月30日，预付款项金额前五名单位情况如下：

供应商名称	与本公司关系	金额（元）	占预付款项总额的比例（%）	账龄	款项性质
桥西区康名广告制作中心	非关联方	134,087.40	62.55	1年以内	制作费
河北天行健网络科技有限公司	非关联方	21,360.00	9.96	1年以内	广告费
石家庄标普物业服务有限公司	非关联方	17,957.00	8.38	1年以内	制作费
桥东区鑫鼎广告服务中心	非关联方	15,700.01	7.32	1年以内	制作费
中国电信集团公司河北省电信分公司	非关联方	12,000.00	5.60	1年以内	宽带费
合 计	—	201,104.41	93.82	—	—

截至2015年12月31日，预付款项金额前五名单位情况如下：

供应商名称	与本公司关系	金额（元）	占预付款项总额的比例（%）	账龄	款项性质
河北富邦实业有限公司	非关联方	49,436.00	25.83	1年以内	房租
石家庄长信广告有限公司	非关联方	45,350.00	23.69	1年以内	广告费
河北航空实业发展有限责任公司	非关联方	40,000.00	20.90	1-2年	广告牌租赁费
石家庄标普物业服务有限公司	非关联方	25,915.00	13.54	1年以内	物业费
河北文广传媒有限公司	非关联方	12,720.00	6.65	1年以内	广告费
合 计	—	173,421.00	90.60	—	—

截至2014年12月31日，预付款项金额前五名单位情况如下：

供应商名称	与本公司关系	金额（元）	占预付款项总额的比例（%）	账龄	款项性质
石家庄星晴广告有限公司	非关联方	300,000.00	78.75	1-2年	广告费
河北航空实业发展有限责任公司	非关联方	40,000.00	10.50	1年以内	广告牌租赁费

中国石化销售有限公司河北石家庄石油分公司	非关联方	26,000.00	6.82	1年以内	油费
石家庄优视传媒文化有限公司	非关联方	10,000.00	2.62	1年以内	广告费
石家庄市中奥广告有限公司	非关联方	4,970.00	1.30	1年以内	广告费
合 计	--	380,970.00	100.00	--	--

2014年末公司预付石家庄星晴广告有限公司30万元，账龄1-2年，金额较大且账龄较长的原因是：2013年7月公司与石家庄星晴广告有限公司约定石家庄火车站高架层洛克平台灯箱广告租赁事项，公司按照约定向该公司支付285万元的履约保证金，因石家庄对候车厅规划布局调整，展位发生变化，经双发协商保留候车大厅中心位置展位，放弃另一个特装展位，签订补充协议约定2014年5月12日至2015年12月31日，公司应付的展位租赁费为285万元，截至2014年末公司已结转相应成本255万元，剩余30万为预付该广告公司的广告费。

截至报告期末，预付款项中均不含持公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位及个人款项。

3、其他应收款

其他应收款账龄明细及其坏账准备计提情况如下：

A、按风险分类

单位：元

种类	2016年4月30日			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	---	---	---	---
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项	265,751.00	100.00	21,117.55	7.95
其中：无风险组合	--	--	--	--
账龄组合	265,751.00	100.00	21,117.55	7.95
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	---	---	---	---
合计	265,751.00	100.00	21,117.55	7.95

单位：元

种类	2015年12月31日	
	账面余额	坏账准备

	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	---	---	---	---
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项	675,327.10	100.00	271,645.65	40.22
其中：无风险组合	---	---	---	---
账龄组合	675,327.10	100.00	271,645.65	40.22
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	---	---	---	---
合计	675,327.10	100.00	271,645.65	40.22

单位：元

种类	2014 年 12 月 31 日			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	---	---	---	---
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项	801,467.10	100.00	369,539.26	46.11
其中：无风险组合	---	---	---	---
账龄组合	801,467.10	100.00	369,539.26	46.11
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	---	---	---	---
合计	801,467.10	100.00	369,539.26	46.11

报告期内其他应收款全部为押金和保证金，公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 4 月 30 日其他应收款余额分别为 801,467.10 元、675,327.10 元和 265,751.00 元，占总资产的比例分别为 1.32%、1.11%和 0.65%，占比呈小幅下降态势，2016 年公司催收了账龄较长的其他应收款。

B、组合中，按账龄分析法计提坏账准备的应收账款

单位：元

账龄	2016 年 4 月 30 日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例 (%)	
1 年以内（含 1 年）	115,351.00	43.41	5,767.55
1-2 年	150,000.00	56.44	15,000.00
2-3 年	---	---	---
3-4 年	100.00	0.04	50.00

4-5 年	—	—	—
5 年以上	300.00	0.11	300.00
合计	265,751.00	100.00	21,117.55

单位：元

账龄	2015 年 12 月 31 日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例 (%)	
1 年以内（含 1 年）	130,871.00	19.38	6,543.55
1-2 年	222,480.00	32.94	22,248.00
2-3 年	96,840.00	14.34	19,368.00
3-4 年	3,300.00	0.49	1,650.00
4-5 年	—	—	—
5 年以上	221,836.10	32.85	221,836.10
合计	675,327.10	100.00	271,645.65

单位：元

账龄	2014 年 12 月 31 日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例 (%)	
1 年以内（含 1 年）	262,500.00	32.75	13,125.00
1-2 年	158,030.00	19.72	15,803.00
2-3 年	3,300.00	0.41	660.00
3-4 年	7,350.00	0.92	3,675.00
4-5 年	170,054.18	21.22	136,043.34
5 年以上	200,232.92	24.98	200,232.92
合计	801,467.10	100.00	369,539.26

2014 年末和 2015 年末存在较多账龄在 2 年以上的其他应收款，均为公司早期合作的供应商和客户的押金、保证金，因未来合作较少且关系较好，将来可能继续合作，故公司未催收，截至报告期末账龄较长的押金及保证金均已收回。

截至 2016 年 4 月 30 日，其他应收款前五位金额情况如下：

单位名称	与本公司关系	金额（元）	占其他应收款总额的比例 (%)	账龄	欠款原因
上海中上文化传播有限公司	非关联方	150,000.00	56.44	1-2 年	保证金
河北富邦实业有限公司	非关联方	105,351.00	39.64	1 年以内	保证金
石家庄万达广场商业管理有限公司	非关联方	10,000.00	3.76	1 年以内	保证金

石家庄市裕华区泰丰园 饮用水世纪经营部	非关联方	300.00	0.11	5年以上	水桶押金
石家庄吉时雨桶装水配 送连锁经营有限公司	非关联方	100.00	0.04	3-4年	水桶押金
合 计	—	265,751.00	100.00	—	—

截至2015年12月31日，其他应收款前五位金额情况如下：

单位名称	与本公司 关系	金额（元）	占其他应收 款总额的比 例（%）	账龄	欠款原因
上海吉布森板业有限公司	非关联方	153,054.18	22.66	5年以上	押金
上海中上文化传播有限公司	非关联方	150,000.00	22.21	1-2年	保证金
河北富邦实业有限公司	非关联方	105,351.00	15.60	1年以内	保证金
石家庄锦上广告服务有 限公司	非关联方	60,000.00	8.88	1-2年	押金
邯郸公共交通总公司	非关联方	51,400.00	7.61	2-3年	押金
合 计	—	519,805.18	76.97	—	—

截至2014年12月31日，其他应收款前五位金额情况如下：

单位名称	与本公司 关系	金额（元）	占其他应收款 总额的比例 （%）	账龄	欠款原因
上海吉布森板业有限公司	非关联方	153,054.18	19.10	4-5年	押金
上海中上文化传播有限公司	非关联方	150,000.00	18.72	1年以内	保证金
石家庄锦上广告服务有 限公司	非关联方	60,000.00	7.49	1年以内	押金
邯郸公共交通总公司	非关联方	51,400.00	6.41	1-2年	押金
王会芹	非关联方	43,500.00	5.43	1-2年	押金
合 计	—	457,954.18	57.14	—	—

其他应收上海吉布森板业有限公司押金153,054.18元，是公司向供应商支付的购买制作公交站亭材料PVC板材的押金，挂账时间较长，主要是公司早期向该供应商采购较多且合作良好，因市政管理要求公司采用钢化玻璃制作公交站亭，故多年来未再向其采购PVC板材，支付的采购押金也未要求该供应商退回。公司于2016年1月经多次催促后，收回该笔押金。

其他应收王会芹的押金43,500.00元为公司2013年2月10日至2015年8月9日

租赁坐落在石家庄市中山路289号长安广场16层1601、1602、1604、1606、1608、1610室支付的押金。

截至2016年4月30日，其他应收款中不含持公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位及个人款项。

（二）固定资产

（1）固定资产类别及折旧年限、预计残值率

类别	折旧年限（年）	残值率（%）
广告牌	10	5
运输设备	5	5
电子设备	3	5

公司固定资产按取得时的实际成本入账，固定资产折旧采用直线法计提，并按估计使用年限和预计净残值率确定其折旧率。

（2）固定资产及累计折旧情况：

固定资产原值

单位：元

类 别	2015 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2016 年 4 月 30 日
广告牌	13,566,031.98	1,635,410.28	—	15,201,442.26
运输设备	391,637.00	—	—	391,637.00
电子设备	101,004.69	—	—	101,004.69
合 计	14,058,673.67	1,635,410.28	—	15,694,083.95

单位：元

类 别	2014 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2015 年 12 月 31 日
广告牌	10,826,688.14	2,739,343.84	—	13,566,031.98
运输设备	391,637.00	—	—	391,637.00
电子设备	95,577.34	5,427.35	—	101,004.69
合 计	11,313,902.48	2,744,771.19	—	14,058,673.67

单位：元

类 别	2013 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2014 年 12 月 31 日
广告牌	9,567,289.85	1,259,398.29	—	10,826,688.14
运输设备	391,637.00	—	—	391,637.00
电子设备	82,466.23	13,111.11	—	95,577.34
合 计	10,041,393.08	1,272,509.40	—	11,313,902.48

累计折旧

单位：元

类 别	2015 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2016 年 4 月 30 日
-----	------------------	------	------	-----------------

广告牌	6,614,342.76	297,373.42	--	6,911,716.18
运输设备	295,588.72	24,803.68	--	320,392.40
电子设备	80,708.76	4,586.19	--	85,294.95
合 计	6,990,640.24	326,763.29	--	7,317,403.53

单位：元

类 别	2014 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2015 年 12 月 31 日
广告牌	5,806,491.52	807,851.24	--	6,614,342.76
运输设备	221,177.61	74,411.11	--	295,588.72
电子设备	61,232.32	19,476.44	--	80,708.76
合 计	6,088,901.45	901,738.79	--	6,990,640.24

单位：元

类 别	2013 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2014 年 12 月 31 日
广告牌	4,929,547.52	876,944.00	--	5,806,491.52
运输设备	146,766.57	74,411.04	--	221,177.61
电子设备	39,807.13	21,425.19	--	61,232.32
合 计	5,116,121.22	972,780.23	--	6,088,901.45

固定资产净值

单位：元

类 别	2016 年 4 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
广告牌	8,289,726.08	6,951,689.22	5,020,196.62
运输设备	71,244.60	96,048.28	170,459.39
电子设备	15,709.74	20,295.93	34,345.02
合 计	8,376,680.42	7,068,033.43	5,225,001.03

公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 4 月 30 日固定资产净值分别 5,225,001.03 元、7,068,033.43 元和 8,376,680.42 元，固定资产主要包括广告牌、运输设备和电子设备等，其中各报告期末广告牌占固定资产净额的比例分别为 96.08%、98.35%和 98.96%，广告牌占固定资产的比例较大，固定资产构成与公司的生产经营特点相适应。

截至 2016 年 4 月 30 日，公司固定资产成新率为 53.37%，公司固定资产主要是广告牌，广告牌的成新率为 54.53%，固定资产成新率与广告牌的成新率基本一致，与公司经营状况相适应。

截至 2016 年 4 月 30 日，公司固定资产使用状态良好，不存在各项减值迹象，故对固定资产未计提减值准备。

（三）长期待摊费用

单位：元

项目	2015年12月31日	本期增加	本期减少	2016年04月30日
装修费	212,030.11	--	33,478.44	178,551.67
合计	212,030.11	--	33,478.44	178,551.67

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年12月31日
装修费	114,727.50	267,827.51	170,524.90	212,030.11
维修费	90,507.23	--	90,507.23	0.00
合计	205,234.73	267,827.51	261,032.13	212,030.11

单位：元

项目	2013年12月31日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
装修费	203,270.83	--	88,543.33	114,727.50
维修费	252,520.36	--	162,013.13	90,507.23
合计	455,791.19	--	250,556.46	205,234.73

长期待摊费用主要为公司租用办公楼的装修费和大项公交站亭的维修费，2014年12月31日、2015年12月31日和2016年4月30日长期待摊费用分别205,234.73元、212,030.11元和178,551.67元。

（四）资产减值准备计提情况

截至2016年4月30日，公司除对应收账款、其他应收款计提了坏账准备和对长期股权投资计提减值准备外，其他资产未有减值迹象，故未计提减值准备。计提坏账准备情况如下：

单位：元

项目	2016年04月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
应收账款计提坏账准备	740,991.40	977,307.71	640,172.68
其他应收款计提坏账准备	21,117.55	271,645.65	369,539.26
长期股权投资减值准备	400,000.00	400,000.00	400,000.00
合计	1,162,108.95	1,648,953.36	1,409,711.94

（五）其他非流动资产

单位：元

项目	2016年04月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
预付广告牌款	299,000.00	374,970.00	241,764.34
合计	299,000.00	374,970.00	241,764.34

预付广告牌款是预付的广告牌制作的材料款和制作费用等，2014年12月31日、2015年12月31日和2016年4月30日预付广告牌款金额分别为241,764.34元、374,970.00元和299,000.00元。

五、公司两年一期主要债务情况

（一）应付账款

单位：元

账 龄	2016 年 4 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
1 年以内	10,648,684.71	90.84	18,131,380.15	75.98	14,505,818.63	66.89
1-2 年	1,074,121.00	9.16	2,760,914.15	11.57	4,507,749.29	20.79
2-3 年	---	---	344,530.05	1.44	90,000.00	0.41
3-4 年	---	---	90,000.00	0.38	72,498.00	0.33
4-5 年	---	---	57,659.75	0.24	13,811.75	0.06
5 年以上	---	---	2,478,629.43	10.39	2,498,629.43	11.52
合 计	11,722,805.71	100.00	23,863,113.53	100.00	21,688,507.10	100.00

应付账款主要是公司应付公交公司公交站亭租赁管理费、广告传媒公司制作费、电视台媒体发布费和网络媒体发布费等。2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 4 月 30 日，公司应付账款余额占总资产的比例为 66.41%、65.71%和 31.22%，2014 年 12 月 31 日和 2015 年 12 月 31 日应付账款占比较大，主要是公司账面资金备用于购买媒体资源，公司是轻资产型公司，为了应对市场风险而持有的现金，且与其供应商合作良好，故欠供应商款项较多且所欠时间较长。2016 年 4 月末应付账款占比下降幅度较大，主要是公司 2016 年 3 月增资 1700 万元，公司流动资金增加，向其供应商支付租赁管理费、制作费、电视台媒体发布费和网络媒体发布费等。

截至 2016 年 4 月 30 日，应付账款金额前五名的情况如下：

单位：元

供应商名称	与本公司关系	金额（元）	占应付款总额的比例（%）	账龄
石家庄市公共交通总公司	非关联方	1,147,555.78	9.79	1 年以内
石家庄景晟广告有限公司	非关联方	854,488.40	7.29	1 年以内

天津搜房网络技术有限公司	非关联方	329,350.00	2.81	1年以内
	非关联方	399,105.00	3.40	1-2年
桥西区视野广告制作中心	非关联方	633,262.00	5.40	1年以内
河北非常传媒有限公司	非关联方	581,100.00	4.96	1年以内
合 计	—	3,944,861.18	33.65	—

截至2015年12月31日，应付账款金额前五名的情况如下：

单位：元

供应商名称	与本公司关系	金额（元）	占应付款总额的比例（%）	账龄
河北人民广播电台	非关联方	4,744,922.00	19.88	1年以内
	非关联方	134,862.00	0.57	1-2年
石家庄电视台	非关联方	720,040.00	3.02	1年以内
	非关联方	1,545,052.40	6.47	1-2年
北京众美时代广告有限公司	关联方	1,995,000.00	8.36	5年以上
河北电视台	非关联方	867,600.00	3.64	1年以内
	非关联方	635,622.35	2.66	1-2年
	非关联方	152,530.05	0.64	2-3年
天津广播电视台	非关联方	1,300,000.00	5.45	1年以内
合 计	—	12,095,628.80	50.69	—

截至2014年12月31日，应付账款金额前五名的情况如下：

单位：元

供应商名称	与本公司关系	金额（元）	占应付款总额的比例（%）	账龄
河北人民广播电台	非关联方	6,315,313.00	29.12	1年以内
石家庄电视台	非关联方	3,140,175.00	14.48	1年以内
	非关联方	1,773,303.40	8.18	1-2年
北京众美时代广告有限公司	关联方	1,995,000.00	9.20	5年以上
河北电视台	非关联方	635,622.35	2.93	1年以内
	非关联方	970,130.05	4.47	1-2年
石家庄市公共交通总公司	非关联方	1,211,382.08	5.59	1-2年
合 计	—	16,040,925.88	73.97	—

截至2016年4月30日，应付账款中不含应付持公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位及个人款项。

（二）预收款项

单位：元

账龄	2016年4月30日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）

1 年以内	253,288.22	100.00	1,205,004.80	100.00	1,088,635.07	100.00
1-2 年	--	--	--	--	--	--
2-3 年	--	--	--	--	--	--
3 年以上	--	--	--	--	--	--
合计	253,288.22	100.00	1,205,004.80	100.00	1,088,635.07	100.00

2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 4 月 30 日，公司预收款项余额分别为 1,088,635.07 元、1,205,004.80 元和 253,288.22 元，预收款项余额占总资产的比例为 3.33%、3.32%和 0.67%，公司预收款项占比持续下降，预收款项主要是预收电视媒体客户的款项，2016 年 4 月末预收款项大幅下降的原因主要是预收款项电视媒体的业务量下降，客户主观上也减少预付的款项。

截至2016年4月30日，预收款项的情况如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	金额	占预收款项总额的比例（%）	账龄	款项性质
石家庄绿之洲商贸有限公司	非关联方	91,636.36	36.18	1 年以内	广告费
驰众广告有限公司	非关联方	65,800.00	25.98	1 年以内	广告费
石家庄居然之家市场管理服务有限公司	非关联方	54,972.74	21.70	1 年以内	广告费
石家庄天都房地产开发有限公司	非关联方	40,879.12	16.14	1 年以内	广告费
合计	—	253,288.22	100.00	—	—

截至2015年12月31日，预收款项金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	金额	占预收款项总额的比例（%）	账龄	款项性质
河北天天乳业集团有限公司	非关联方	470,476.00	39.04	1 年以内	广告费
河北众美房地产开发集团有限公司	关联方	300,326.00	24.92	1 年以内	广告费
石家庄众凯房地产开发有限公司	关联方	189,344.00	15.71	1 年以内	广告费
科勒（中国）投资有限公司	非关联方	89,702.38	7.44	1 年以内	广告费
石家庄金石房地产开发有限公司	非关联方	30,688.52	2.55	1-2 年	广告费
合计	—	1,080,536.90	89.67	—	—

截至2014年12月31日，预收款项金额前五名的情况如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	金额	占预收款项总额的比例(%)	账龄	款项性质
河北众美房地产开发集团有限公司	关联方	813,578.00	74.73	1年以内	广告费
石家庄高新区润锦房地产开发有限公司	非关联方	121,500.00	11.16	1年以内	广告费
河北天天乳业集团有限公司	非关联方	96,338.00	8.85	1年以内	广告费
石家庄新东方学校	非关联方	22,921.64	2.11	1年以内	广告费
河北天海房地产开发有限公司	非关联方	13,790.32	1.27	1年以内	广告费
合计	—	1,068,127.96	98.12	—	—

截至2016年4月30日，预收款项中不含预收持公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位及个人款项。

（三）应付职工薪酬

1、应付职工薪酬列示

单位：元

项目	2015年12月31日	本期增加	本期减少	2016年4月30日
一、短期薪酬	378,962.24	1,482,176.76	1,550,321.85	310,817.15
二、离职后福利-设定提存计划	—	160,269.56	160,269.56	—
三、辞退福利	—	—	—	—
四、一年内到期的其他福利	—	—	—	—
合 计	378,962.24	1,642,446.32	1,710,591.41	310,817.15

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年12月31日
一、短期薪酬	309,070.51	4,432,681.55	4,362,789.82	378,962.24
二、离职后福利-设定提存计划	—	442,516.53	442,516.53	—
三、辞退福利	—	—	—	—
四、一年内到期的其他福利	—	—	—	—
合 计	309,070.51	4,875,198.08	4,805,306.35	378,962.24

单位：元

项目	2013年12月31日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
一、短期薪酬	185,659.47	3,037,556.17	2,914,145.13	309,070.51
二、离职后福利-设定提存计划	---	376,147.85	376,147.85	---
三、辞退福利	---	---	---	---
四、一年内到期的其他福利	---	---	---	---
合计	185,659.47	3,413,704.02	3,290,292.98	309,070.51

2、短期薪酬列示

单位：元

项目	2015年12月31日	本期增加	本期减少	2016年4月30日
1、工资、奖金、津贴和补贴	378,962.24	1,148,193.72	1,216,338.81	310,817.15
2、职工福利费	---	23,833.00	23,833.00	---
3、社会保险费	---	107,367.00	107,367.00	---
其中：医疗保险费	---	93,693.12	93,693.12	---
工伤保险费	---	5,355.12	5,355.12	---
生育保险费	---	8,318.76	8,318.76	---
4、住房公积金	---	159,361.50	159,361.50	---
5、工会经费和职工教育经费	---	43,421.54	43,421.54	---
6、短期带薪缺勤	---	---	---	---
7、短期利润分享计划	---	---	---	---
合计	378,962.24	1,482,176.76	1,550,321.85	310,817.15

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	309,070.51	3,576,432.85	3,506,541.12	378,962.24
2、职工福利费	---	22,916.02	22,916.02	---
3、社会保险费	---	279,539.83	279,539.83	---
其中：医疗保险费	---	247,520.60	247,520.60	---
工伤保险费	---	14,194.27	14,194.27	---
生育保险费	---	17,824.96	17,824.96	---

项目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年12月31日
4、住房公积金	---	429,127.00	429,127.00	---
5、工会经费和职工教育经费	---	124,665.85	124,665.85	---
6、短期带薪缺勤	---	---	---	---
7、短期利润分享计划	---	---	---	---
合计	309,070.51	4,432,681.55	4,362,789.82	378,962.24

单位：元

项目	2013年12月31日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	185,659.47	2,373,088.25	2,249,677.21	309,070.51
2、职工福利费	---	2,578.98	2,578.98	---
3、社会保险费	---	218,354.03	218,354.03	---
其中：医疗保险费	---	194,468.08	194,468.08	---
工伤保险费	---	8,990.82	8,990.82	---
生育保险费	---	14,895.13	14,895.13	---
4、住房公积金	---	329,839.25	329,839.25	---
5、工会经费和职工教育经费	---	113,695.66	113,695.66	---
6、短期带薪缺勤	---	---	---	---
7、短期利润分享计划	---	---	---	---
合计	185,659.47	3,037,556.17	2,914,145.13	309,070.51

3、设定提存计划列示

单位：元

项目	2015年12月31日	本期增加	本期减少	2016年4月30日
1、基本养老保险	---	148,648.64	148,648.64	---
2、失业保险费	---	11,620.92	11,620.92	---
3、企业年金缴费	---	---	---	---
合计	---	160,269.56	160,269.56	---

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年12月31日
1、基本养老保险	---	408,681.62	408,681.62	---
2、失业保险费	---	33,834.91	33,834.91	---
3、企业年金缴费	---	---	---	---
合计	---	442,516.53	442,516.53	---

单位：元

项目	2013年12月31日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
1、基本养老保险	---	339,921.83	339,921.83	---
2、失业保险费	---	36,226.02	36,226.02	---
3、企业年金缴费	---	---	---	---
合计	---	376,147.85	376,147.85	---

(四) 应交税费

单位：元

税 项	2016年4月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
企业所得税	246,465.94	1,156,546.38	1,006,606.95
增值税	129,074.69	400,096.50	485,885.05
文化事业建设费	36,494.33	---	36,810.10
城市维护建设税	9,010.72	28,006.74	30,664.99
教育费附加	3,861.75	12,002.89	13,142.13
地方教育费附加	2,574.50	8,001.93	8,761.43
印花税	---	1,635.74	878.33
个人所得税	9,031.87	10,058.17	7,906.74
合 计	436,513.80	1,616,348.35	1,590,655.72

(五) 其他应付款

单位：元

账龄	2016年4月30日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	---	---	---	---	---	---
1-2年	---	---	---	---	1,168,564.52	38.94
2-3年	---	---	852,320.00	31.75	---	---
3-4年	---	---	---	---	---	---
4-5年	---	---	---	---	---	---

5 年以上	--	--	1,832,030.00	68.25	1,832,030.00	61.06
合计	--	--	2,684,350.00	100.00	3,000,594.52	100.00

2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 4 月 30 日，其他应付款的金额分别为 3,000,594.52 元、2,684,350.00 元和 0.00 元，其他应付款均为公司较早期间向关联方的借款，其他应付款余额占总资产的比例为 9.19%、7.39% 和 0.00%，2016 年 4 月末公司将欠关联方的款项全部归还。

截至 2015 年 12 月 31 日，公司其他应付款前五名情况如下：

单位：元

名称	与本公司关系	金额（元）	占其他应付款的比例（%）	账龄	款项性质
河北众美房地产开发集团有限公司	关联方	1,313,030.00	48.91	5 年以上	借款
蔡建平	关联方	530,000.00	19.74	2-3 年	借款
		100,000.00	3.73	5 年以上	借款
付倩	关联方	322,320.00	12.01	2-3 年	借款
北京众美时代广告有限公司	关联方	219,000.00	8.16	5 年以上	借款
刘永凯	关联方	200,000.00	7.45	5 年以上	借款
合 计	--	2,684,350.00	100.00	--	--

截至 2014 年 12 月 31 日，公司其他应付款前五名情况如下：

单位：元

名称	与本公司关系	金额（元）	占其他应付款的比例（%）	账龄	款项性质
河北众美房地产开发集团有限公司	关联方	1,313,030.00	43.76	5 年以上	借款
蔡建平	关联方	731,244.52	24.37	1-2 年	借款
		100,000.00	3.33	5 年以上	借款
付倩	关联方	437,320.00	14.57	1-2 年	借款
北京众美时代广告有限公司	关联方	219,000.00	7.30	5 年以上	借款
刘永凯	关联方	200,000.00	6.67	5 年以上	借款
合 计	--	3,000,594.52	100.00	--	--

报告期内，公司向关联方取得的借款均未签订合同、未约定利息，于报告期末向所有关联方归还了借款。

截至 2016 年 4 月 30 日，其他应付款中不含应收持公司 5% 以上（含 5%）表决权股份的股东单位及个人款项。

六、报告期股东权益情况

单位：元

项 目	2016 年 4 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
股本	15,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
资本公积	7,430,682.00	430,682.00	430,682.00
盈余公积	113,975.83	113,975.83	—
未分配利润	2,276,828.06	1,025,782.45	-450,965.61
股东权益合计	24,821,485.89	6,570,440.28	4,979,716.39

七、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况

（一）关联方情况

1、存在控制关系的关联方

关联方名称（姓名）	持股比例（%）	与本公司关系
众美投资	53.6667	控股股东
刘永凯	31.3333	实际控制人、董事长

2、不存在控制关系的关联方

关联方名称（姓名）	持股比例（%）	与本公司关系
蔡建平	6.00	公司持股 5%以上股东、董事、总经理
付倩	3.50	董事、财务总监
刘冬冬	—	副董事长
王琰	—	董事、董事会秘书
王玲	0.25	监事会主席
邵连云	1.00	监事
李黎	0.15	职工代表监事
贺玉山	1.00	副总经理
杨璐	0.50	副总经理
北京美创互联科技有限公司	—	控股股东控制的其他公司
河北众美房地产开发集团有限公司	—	实际控制人控制的其他公司
香河天阶房地产开发有限公司	—	实际控制人控制的其他公司
中精众和健康科技发展（北京）有限公司	—	实际控制人控制的其他公司
北京市中精众和养老服务中心	—	实际控制人控制的其他公司
原态绿农林科技（北京）有限公司	—	实际控制人控制的其他公司
香河众美农业有限公司	—	实际控制人控制的其他公司
众和美熙投资管理服务（北	—	实际控制人控制的其他公司

京)有限公司		
北京为悦文化投资发展有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
众合美通(天津)国际贸易有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
河北美景影视艺术中心	--	实际控制人控制的其他公司
北京众美房地产开发有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
石家庄众美城房地产开发有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
石家庄众达房地产开发有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
石家庄众凯房地产开发有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
石家庄众嘉房地产开发有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
石家庄益美房地产开发有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
怀来众美房地产开发有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
香河众美房地产开发有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
定美园新城镇投资有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
天津众美明德房地产开发有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
石家庄市藁城区宏业房地产开发有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
河北衡美物业服务有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
河北众美标识制作有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
众美城(天津)房地产开发有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
石家庄中精众和家庭服务有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
美绿源(滦平)现代农业产业园有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
株洲众和美熙商业贸易有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
众美城(北京)房地产开发有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
定美园(赤城)新城镇投资有限公司	--	实际控制人控制的其他公司
北京众美时代广告有限公司		报告期内关联方,刘永凯已将其持有的众美时代20%股权转让给无关联第

		三方何玉珍，并辞去监事职务
海冷融资租赁有限公司	—	刘冬冬任该公司董事
海航冷链控股股份有限公司	—	报告期内关联方，刘冬冬已辞去董事职务
北京聚多多网络科技有限公司	—	监事李黎配偶韩冰担任副总经理的企业
石家庄集美广告有限公司	—	实际控制人刘永凯配偶邵晓梅之姐姐邵晓珍夫妇
拾互动（天津）文化交流有限公司	—	副总经理杨璐弟弟杨瑄持股 50% 并担任监事的企业
柏裕（天津）投资管理有限公司	—	监事邵连云妹夫张铁奎控制并担任执行董事、经理的企业
石家庄德俊股权投资基金中心（有限合伙）	—	监事邵连云妹夫张铁奎控制并担任执行事务合伙人的企业
北京众合美投资发展中心（有限合伙）	—	监事邵连云妹夫张铁奎实际控制的企业
石家庄唯昌投资中心（有限合伙）	—	监事邵连云妹夫张铁奎实际控制的企业
石家庄悦鼎和投资中心（有限合伙）	—	监事邵连云妹夫张铁奎实际控制的企业

3、其他关联方

（1）美创互联，2016 年 6 月 15 日成立，法定代表人为张铁奎，注册资本 300 万元人民币，是众美投资的全资子公司，美创互联为新成立公司，目前软件开发处于研发阶段，尚未产生营业收入。2016 年 8 月 3 日，北京市工商行政管理局海淀分局核准本次变更并向公司颁发变更后的营业执照。公司变更后的经营范围为：技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售自行开发后的产品；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；教育咨询（中介服务除外）；经济贸易咨询；文化咨询；体育咨询；公共关系服务；工艺美术设计；电脑动画设计；企业管理咨询；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；文艺创作；影视策划；翻译服务；餐饮管理；酒店管理。

（2）为悦文化，2014 年 5 月 14 日成立，法定代表人为刘永凯，注册资本 5,000 万元人民币，是实际控制人刘永凯控制的公司。2016 年 7 月 14 日，北京市工商行政管理局门头沟分局核准本次变更并向公司颁发变更后的营业执照。公司变更后的经营范围为：投资与资产管理；组织文化艺术交流活动；园林景观设

计；经济贸易咨询；专业承包。

(3) 众合美通，成立于 2012 年 10 月 29 日，法定代表人为张铁奎，注册资本 500 万人民币，是实际控制人刘永凯控制的公司。2016 年 7 月 12 日，天津市滨海新区市场和质量监督管理局核准本次变更并向公司颁发变更后的营业执照。公司变更后的经营范围为：对外贸易经营；钢材、木材、机电设备（小轿车除外）、五金交电、机械设备、机车配件、建筑材料（瓷砖、地板、板材）、办公用品、日用百货、工艺品（文物商品及文物监管物品除外）、电子产品、电脑耗材、玩具、服装鞋帽、焦炭、铁矿石、食用农产品、干鲜果品、水产品批发兼零售；机械设备、机电设备（小轿车除外）租赁；商务信息咨询；企业管理咨询；房地产信息咨询；劳务服务；票务代理；国内货运代理；招投标代理。

(4) 众美时代，成立于 2001 年 8 月 6 日，法定代表人为杨志勇，注册资本 50 万元人民币，2016 年 7 月 10 日众美时代召开股东会，审议并通过以下事项：一、同意股东刘永凯将其持有的公司 20% 股权即 10 万元出资，刘秀梅公司 5% 股权即 2.5 万元出资，张杰将其持有的公司 5% 股权即 2.5 万元出资，分别转让给何玉珍；二、免去刘永凯监事职务，选举何玉珍为众美时代监事；三、同意修改公司章程。同日，刘永凯与何玉珍签订《转让协议》，约定刘永凯将其持有的公司 20% 股权即 10 万元出资转让给何玉珍。2016 年 8 月 10 日，北京市工商行政管理局朝阳分局核准本次变更并颁发了变更后的营业执照。(5) 美景影视，成立于 2000 年 3 月 31 日，法定代表人为刘永凯，注册资本 300 万元人民币，是实际控制人刘永凯控制的公司。主营业务是电视节目制作，于 2005 年 12 月 23 日被吊销营业执照，目前正在办理注销手续。

(6) 衡美物业，成立于 2005 年 12 月 26 日，法定代表人邵连云，注册资本 500 万元人民币，是实际控制人刘永凯控制的公司。衡美物业北京分公司的经营范围包括设计、制作、代理、发布广告，正在办理经营范围的变更手续，本次变更完成后，公司的经营范围为：物业管理；劳务服务；出租办公用房；出租商业用房；机动车公共停车场的经营管理；打字、复印；电脑图文设计、制作；家居装饰。

(7) 中精服务，成立于 2012 年 12 月 17 日，法定代表人刘永凯，注册资本 50 万人民币，是实际控制人刘永凯控制的公司。2016 年 7 月 21 日，石家庄市裕

华区工商行政管理局核准本次变更并向公司颁发变更后的营业执照。公司变更后的经营范围为：家庭服务，文化艺术交流活动策划，企业管理咨询，房屋租赁，酒店管理，养老服务。（法律、行政法规规定须专项审批的项目，取得批准后方可经营）

（8）株洲众和，成立于 2012 年 9 月 11 日，法定代表人刘永凯，注册资本 100 万人民币，是实际控制人刘永凯控制的公司。2016 年 7 月 18 日，株洲市工商行政管理局天元分局核准本次变更并向公司颁发变更后的营业执照。公司变更后的经营范围为：服装、鞋帽、箱包、皮革制品、化妆品、文具用品、钟表、工艺美术品、珠宝饰品的销售，房屋租赁。

（9）海冷融资租赁，成立于 2015 年 10 月 27 日，法定代表人桂海鸿，注册资本 30000 万美元，公司副董事长刘冬冬任该公司董事，经营范围为：融资租赁业务；租赁业务；向国内外购买租赁财产；租赁财产的残值处理及维修；租赁交易咨询和担保；从事与主营业务有关的商业保理业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

（二）重大关联方关联交易情况

1、经常性关联交易

（1）销售商品或提供劳务情况

单位：元

关联方	关联交易内容	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
		金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
中精众和	媒体广告业务	—	—	—	—	88,050.00	0.42
藁城宏业	媒体广告业务	—	—	—	—	618,075.47	2.94
众美集团	媒体广告业务	66,037.74	1.63	—	—	—	—
	营销策划业务	150,082.08	2.16	315,382.08	1.87	—	—
众凯地产	媒体广告业务	75,471.70	1.87	1,170,765.57	8.60	—	—
	广告牌广告业务	—	—	186,792.45	1.59	—	—
	营销策划	330,100.00	4.76	418,349.06	2.48	—	—

关联方	关联交易 内容	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
		金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
	业务						

①2014 年公司为中精众和“养老项目形象广告”项目提供媒体广告业务的交易金额为 88,050.00 元，该项目是在《河北日报》开办的“健康老龄化”栏目投放稿件，2013 年公司与河北日报报业集团约定的金额为 125,000.00 元(含税)，公司与中精众和约定的金额为 200,000.00 元(含税)，公司与中精众和针对该项目采用成本加成的方法确定交易价格，该笔业务毛利率 37.50%，高于整体媒体广告业务的毛利率，该笔交易对公司经营较为有利。

②2014 年度分别向藁城宏业的水上庄园项目提供媒体业务发布相关信息，主要通过腾讯迷你页、腾讯房产网、搜狐焦点网、FM94.6 石家庄交通广播，金额为 618,075.47 元，因以上媒体及价格比较透明，藁城宏业自主联系以上媒体并确定合作价格，随后委托公司具体办理投放事宜，对于公司该业务收入和成本金额完全相同，公司未获取任何收益，公司无偿为关联方提供劳务，关联交易价格不公允。

③2016 年众美集团委托公司在河北电视台公共频道投放“众美·阳光汇”广告，投放期间自 2016 年 1 月 4 日至 2016 年 1 月 31 日，广告费 70,000.00 元(含税)，公司确认收入 66,037.74 元，公司与河北电视台广告经营管理中心签订的合同 50,000.00 元，该笔业务毛利率为 28.57%，远高于公司媒体广告业务毛利率，主要是由于该笔业务所投放的广告栏目民生 6 号线并非纯宣传栏目，而是以主持人口播、节目游走字幕、微信以及新浪微博互动的形式投放，故公司向河北电视台支付的广告费洽谈的价格区间范围较大，故导致该笔交易毛利率较高，该笔交易价格没有市场价格可比，但较合理，对公司经营较为有利。

④2015 年和 2016 年 1-4 月，公司为众美集团提供营销策划服务的交易金额分别为 315,382.08 元和 150,082.08 元，为众凯地产提供营销策划服务的交易金额分别为 418,349.06 元和 330,100.00 元，该营销策划主要是通过 KT 板物料制作、DM 印刷和派单等程序为众美集团的“众美商务公馆”和“欢乐汇”以及众凯地产的“凤凰绿都”等项目进行宣传。公司未向其他地产公司提供该项服务，无公开的市场价格，公司采用成本加一定利润的方法确定价格，具体加成的比例是由公司与以上两家关联公司协商确定，2015 年和 2016 年 1-4 月公司提供以上

服务的毛利率分别为 4.50%和 5.00%，低于营销策划的整体毛利率，因此协商确定成本加成的比例不公允。

⑤2015 年和 2016 年 1-4 月，公司为众凯地产的“凤凰绿都”提供媒体广告业务的金额分别为 1,170,765.57 元和 75,471.70 元，主要通过搜狐焦点网、微信公众平台、《新视界》整版和通版版面、河北电台交通广播 99.2、河北联通旗下的“银河网”和“银河网房产频道”、河北电视台公共频道《新闻故事会》等途径发布信息。该业务的市场价格较为透明，公司取得该资源的价格与客户直接向供应商之间的价格变动幅度较小，因此公司为保证自己的收益，与关联方之间的交易价格采用成本加成一定利润的方法确定，2015 年和 2016 年 1-4 月公司提供以上服务的毛利率分别为 4.33%和 3.75%，通过分析报告期内该关联方交易业务的毛利率与整体媒体广告业务毛利率基本一致，价格公允。

⑥2015 年公司作为众凯地产“凤凰绿都”项目提供的广告牌广告业务的交易金额为 186,792.45 元，公司共向众凯地产投放公交站亭广告牌的价格为 3,773.58 元/块，该价格按照市场价格进行成交，价格公允。

(2) 购买商品或接受劳务情况表

单位：元

关联方	关联交易内容	2016 年 1-4 月		2015 年度		2014 年度	
		金额	占同类交易比例 (%)	金额	占同类交易比例 (%)	金额	占同类交易比例 (%)
衡美物业	营销策划业务	94,000.00	1.69	141,000.00	1.01	---	---

报告期内，公司租用衡美物业所经营的小区与客户合作的具体情况如下：

单位：元

项目名称	客户名称	公司与客户的价格	公司向衡美物业租赁的价格	交易内容	合同期限
玉兰苑小区	驰众广告有限公司	2800 元/部电梯	2000 元/部电梯	小区里电梯内广告牌，共 72 部电梯	2015 年 7 月 23 日至 2016 年 7 月 22 日
凤凰城小区	驰众广告有限公司	2800 元/部电梯	2000 元/部电梯	小区里电梯内广告牌，共 39 部电梯	2015 年 7 月 23 日至 2016 年 7 月 22 日
梧桐苑小区	驰众广告有限公司	2800 元/部电梯	2000 元/部电梯	小区里电梯内广告牌，共 30 部电梯	2015 年 7 月 23 日至 2016 年 7 月 22 日

2015 年和 2016 年 1-4 月公司向衡美物业租用楼梯内广告牌的租金分别为 141,000.00 和 94,000.00 元，租赁的单价为 2000 元/部电梯，向客户驰众广告有限公司提供营销策划服务，收取服务的单价为 2800 元/部电梯，公司所从事的营销策划具体业务中的除以上业务未再向其他供应商租赁小区电梯广告牌，故租赁的价格没有可比的市场价格，公司租赁价格的价格是双方协商确定，通过与营销策划业务的毛利率进行对比分析该笔业务的毛利率，公司该笔交易价格较公允，且未对公司业绩造成不利影响。

2、关联方往来余额

(1) 关联方应收款项余额情况：

单位：元

科目	关联方名称	2016 年 4 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
		金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
应收账款	众美时代	—	—	—	—	58,102.00	0.48
应收账款	藁城宏业	—	—	—	—	557,510.00	4.56

2014 年末，公司应收众美时代款项金额 58,102.00 元，该款项是公司在报告期之前向众美时代提供相关服务所欠的款项，于 2015 年收回该笔款项；2014 年末应收藁城宏业款项金额 557,510.00 元，该款项是公司向藁城宏业的水上庄园项目提供媒体业务发布相关信息产生的，于 2015 年收回该笔款项。

(2) 关联方应付款项余额情况：

单位：元

科目	关联方名称	2016 年 4 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
		金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
应付账款	众美时代	—	—	1,995,000.00	8.36	1,995,000.00	9.20
应付账款	衡美物业	94,000.00	0.80	—	—	—	—
预收账款	众美集团	—	—	300,326.00	24.92	—	—
预收账款	众凯地产	—	—	189,344.00	15.71	813,578.00	74.73
其他应付款	众美时代	—	—	219,000.00	8.16	219,000.00	7.30
其他应付款	刘永凯	—	—	200,000.00	7.45	200,000.00	6.67
其他应付款	蔡建平	—	—	630,000.00	23.47	831,244.52	27.70

其他应付 款	付倩	--	--	322,320.00	12.01	437,320.00	14.57
其他应付 款	众美集团	--	--	1,313,030.00	48.91	1,313,030.00	43.76

2014 年末和 2015 年末，公司应付众美时代款项金额 1,995,000.00 元，是公司在报告期之前接受众美时代提供的服务形成的欠款，公司其他应付众美时代款项 219,000.00 元，是公司在报告期之前向众美时代借款形成的。2016 年 3 月 7 日，公司与众美时代、北京众美签订《债权债务转让协议》，约定众美时代对公司的债权合计金额 2,214,000.00 元转让给北京众美，公司已于 2016 年 3 月将 2,214,000.00 元归还北京众美。

2016 年 4 月末，公司应付衡美物业款项 94,000.00 元，该款项是 2016 年 1-4 月公司向衡美物业租用楼梯内广告牌的租金 94,000.00 元；

2014 年末和 2015 年末预收众美集团和众凯地产的款项均为公司向以上两家关联公司提供媒体广告业务及营销策划业务预收的款项；

2014 年末和 2015 年末，公司存在向众美时代、刘永凯、蔡建平、付倩和众美集团等的借款，该借款公司已于 2016 年 1-4 月全部归还。

（三）关联交易的必要性及定价公允性

1、关联交易的必要性

公司根据客户的需求，通过户外媒体、电视媒体、互联网媒体信息发布以及营销策划向客户提供媒体运营及品牌推广服务，主要业务包括广告牌广告、媒体广告和营销策划。报告期内，公司存在向关联方提供以上服务，公司的优势掌握河北省石家庄市丰富全面的媒体资源，公司关联方中精众和、藁城宏业、众美集团、众凯地产等主要为养老产业和房地产业，中精众和的“养老项目形象广告”、藁城宏业的“水上庄园”项目、众美集团的“众美·欢乐汇商务公馆”和众凯地产的“凤凰绿都”均建设于河北省石家庄市，关联方为了达到推广以上项目，需要通过广告媒体、营销策划等对公众进行宣传，因公司在石家庄市的资源优势，故公司向关联方广告牌广告业务、媒体广告业务和营销策划业务等服务是合理的。

报告期内，公司向衡美物业租用楼梯内广告牌获取小区媒体资源，进而开展广告业务和营销策划业务，公司租赁楼梯内广告牌后转租给驰众广告有限公司获

取资源收益，为公司创造收益，属于公司经常性的业务，因此是合理的。

2、关联交易的定价及其公允性

①报告期内，公司为中精众和提供的媒体广告业务交易价格采用成本加成的方法确定交易价格，该笔业务毛利率 37.50%，高于整体媒体广告业务的毛利率，该笔交易对公司经营较为有利，定价依据合理；

②报告期内，公司向藁城宏业的水上庄园项目提供媒体业务，藁城宏业自主联系以上媒体并确定合作价格，随后委托公司具体办理投放事宜，对于公司该业务收入和成本金额完全相同，公司未获取任何收益，公司无偿为关联方提供劳务，关联交易价格不公允；

③报告期内，公司为众美集团提供的在河北电视台公共频道投放“众美·阳光汇”广告业务，该笔交易毛利率较高，该笔交易价格没有市场价格可比，但较合理，对公司经营较为有利；

④报告期内，公司为众美集团和众凯地产提供营销策划服务，无公开的市场价格，采用成本加一定利润的方法确定价格，具体加成的比例是由公司与以上两家关联公司协商确定，2015 年和 2016 年 1-4 月公司提供以上服务的毛利率分别为 4.50%和 5.00%，低于营销策划的整体毛利率，因此协商确定成本加成的比例不公允；

⑤报告期内，公司为众凯地产的“凤凰绿都”提供媒体广告业务，交易价格采用成本加成一定利润的方法确定，2015 年和 2016 年 1-4 月公司提供以上服务的毛利率分别为 4.33%和 3.75%，通过分析报告期内该关联方交易业务的毛利率与整体媒体广告业务毛利率基本一致，价格公允；

⑥报告期内，公司向众凯地产提供的广告牌广告业务的价格是按照市场价格进行的，价格公允。

（四）关联交易决策权限、决策程序、定价机制及执行情况

1、关联交易的决策权限

公司《关联交易决策制度》对决策权限如下规定：

（1）公司拟与关联人达成的单笔金额不超过300万元且不超过最近一期经审计净资产值的5%的关联交易，经公司董事长批准后实施，但本办法第十条、十一条另有规定的除外。如董事长与该关联交易存在利害关系的，则该项关联交易应

提交董事会表决。

(2) 公司拟与关联人达成的同一会计年度内单笔或累计关联交易总额不超过1000万元且不超过公司最近经审计净资产值的30%的，关联交易经公司董事会批准后实施。

(3) 公司拟与关联人达成的同一会计年度内单笔或累计关联交易总额在1000万元（含）以上或者占公司最近一期经审计净资产值的30%（含）以上的，关联交易在公司股东大会决议通过后方可实施。

2、关联交易的决策程序

公司《关联交易决策制度》对决策程序如下规定：

(1) 关联交易的董事会表决程序

对于不需要提交股东大会审议由董事会审议的议案，召开董事会时，有关关联关系的董事应当尽快向董事会披露其关联关系的性质和程度，并在对相关议案进行审议时回避表决。

董事会在审议本案所述关联事项时，有关关联关系的董事应自行回避，董事会也有权通知其回避，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。

应予回避的关联董事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董事会作出解释和说明，但该董事无权就该事项参与表决。

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三人的，应将该事项提交股东大会审议。

除非有关关联关系的董事按照本条前款的规定向董事会作了披露，并且董事会在不将其计入法定人数，该董事亦未参加表决的会议上批准了该等事项，公司有权撤销该合同、交易或者安排，但法律另有规定除外。

由于董事故意或重大过失未向董事会作出真实、适当的披露，而造成公司损失的，公司有权依照法定程序解除其职务，并要求其承担公司的一切损失。

如果公司董事在公司首次考虑订立有关合同、交易、安排前以书面形式通知董事会，声明由于通知所列的内容，公司日后达成的合同、交易、安排与其有利

益关系，则在通知阐明的范围内，有关董事视为做了前条规定的披露。

（2）关联交易的股东大会表决程序

所有提交股东大会审议的议案，应当先由董事会进行关联交易的审查。董事会应依据规定，对拟提交股东大会审议的有关事项是否构成关联交易作出判断。

如经董事会判断，拟提交股东大会审议的有关事项构成关联交易，则董事会应书面通知关联股东，并就其是否申请豁免回避获得书面答复。

关联股东在股东大会审议有关关联交易事项时，应当主动向股东大会说明情况，并明确表示不参与投票表决。

股东大会就关联交易进行表决时，涉及关联交易的各股东，应当回避表决，由出席股东大会的其他股东对有关关联交易事项进行审议表决，且上述关联股东所持表决权不计入出席股东会有表决权的股份总数。该表决结果与股东大会通过的其他决议具有同等法律效力。

3、关联交易的定价机制

《关联交易决策制度》对关联交易的定价机制的规定：

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

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

（3）市场价：以市场价格为准，确定商品或劳务的价格及费率；

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

（5）协议价：由交易双方协商确定价格及费率。

4、报告期内关联交易决策程序执行情况

报告期内上述关联交易发生时，公司未制定专门的关联交易管理办法，公司章程中对关联交易也未有明确规定。公司创立大会于2016年6月30日召开审议通过《关联交易决策制度》，公司近两年一期发生的关联交易由各股东协商确定，并未形成书面决议，在决策程序上存在瑕疵。公司于2016年7月21日召开第一届董事会第二次会议，于2016年8月5日召开第二次临时股东大会，对《关于预计2016

年度日常性关联交易的议案》进行表决，表决内容如下：

“一、关联交易基本信息

关联交易类别	关联方	关联交易内容	预计金额 (万元)	2016 年 1 月 1 日至 2016 年 7 月 11 日发生的关联 交易金额（万元）
销售产品或提 供劳务	河北众美房地 产开发集团有 限公司	广告牌广告	135.20	4.80
		媒体广告	281.00	6.60
		营销策划	260.00	25.61
销售产品或提 供劳务	石家庄众凯房 地产开发有限 公司	广告牌广告	100.00	--
		媒体广告	300.00	19.19
		营销策划	79.45	38.15
合计			1,155.65	94.35
购买产品或接 受劳务	河北衡美物业 服务有限公司	广告牌广告	50.00	--
		媒体广告	--	--
		营销策划	--	--
合计			50.00	--

二、定价依据

关联交易的价格根据《关联交易决策制度》第十二条确定的定价机制确定。具体交易价格确定的原则为：1、广告牌广告业务按照市场价格确定交易价格；2、媒体广告业务按照成本加成至少5%的利润确定交易价格；3、营销策划业务按照成本加成至少在15%-20%的利润确定交易价格。以上定价原则自2016年第二次临时股东大会审议通过后执行。”

（五）减少和规范关联交易的具体安排

为减少和规范关联交易，公司的《公司章程》中对股东大会和董事会审议关联交易的程序作了明确规定，《股东大会议事规则》对股东大会审议关联交易的程序作了明确、详细的规定，《董事会议事规则》对董事会审议关联交易的程序进行了明确、详细的规定，《关联交易决策制度》对关联交易应遵循的原则、关联交易的定价原则和方法、关联交易的批准权限和批准程序等做了详尽的规定，具体规定详见《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易决策制度》的相关规定。

公司于2016年7月21日召开第一届董事会第二次会议，于2016年8月5日召开第二次临时股东大会，对《关于预计2016年度日常性关联交易的议案》进行表决，表决预计2016年度公司日常关联交易发生的额度限制、明确关联交

易价格确定的原则等以达到控制和规范的作用。

此外，为确保公司（包含其控股子公司）的独立性及维护公司全体股东的利益，规范并减少与公司之间的关联交易事宜，公司董事、监事、高级管理人员和持股 5%以上的股东向公司出具了《规范关联交易的承诺函》，承诺：

“本人/本企业作为公司的持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员，为确保公司（包含其控股子公司，下同）的独立性及维护公司全体股东的利益，现就规范并减少与公司之间的关联交易事宜作出以下声明、保证及承诺：

一、本人将按照《公司法》等相关法律法规、规章及其他规范性文件以及公司章程的有关规定行使股东权利和承担股东义务，在公司股东大会对涉及本人/本企业的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

二、本人及与本人关系亲密的近亲属（包括父母、配偶及其父母、兄弟姐妹及其配偶、子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，下同）、本人及与本人关系亲密的近亲属投资或控制的其他企业保证不利用关联交易非法占用公司的资金、资产、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务，在任何情况下，不要求公司向本人及与本人关系亲密的近亲属、本人及与本人关系亲密的近亲属投资或控制的其他企业提供任何形式的担保，不利用关联交易损害公司及其他股东的利益。

三、本人及与本人关系亲密的近亲属、本人及与本人关系亲密的近亲属控股、参股或实际控制的其他企业及其他关联方（如有）尽量减少或避免与公司之间的关联交易。对于确有必要且无法避免的关联交易，本人保证关联交易按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法与公司签署相关交易协议，并依据以下标准确定关联交易的价格：有客观的市场价格作为参照的，一律以市场价格为准；无市场价格的，按照成本加成定价；既没有市场价格，也不适合采用成本加成价的，按照协议价格定价。按照有关法律法规、规章、规范性法律文件、公司章程、内部制度的规定履行关联交易审批程序，及时履行信息披露义务和办理有关报批程序，并按照约定严格履行已签署的相关交易协议。

本人将严格履行上述承诺，如违反上述承诺与公司进行关联交易而给公司造成损失的，本人愿意承担赔偿责任。”

（六）关联交易对财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司关联交易对财务状况和经营成果的影响，具体分析如下：

①报告期内，公司为中精众和提供的媒体广告业务交易价格采用成本加成的方法确定交易价格，该笔业务毛利率 37.50%，高于整体媒体广告业务的毛利率，该笔交易对公司经营较为有利，定价依据合理；

②报告期内，公司向藁城宏业的水上庄园项目提供媒体业务，藁城宏业自主联系以上媒体并确定合作价格，随后委托公司具体办理投放事宜，对于公司该业务收入和成本金额完全相同，公司未获取任何收益，公司无偿为关联方提供劳务，关联交易价格不公允，对公司业绩有一定的影响；

③报告期内，公司为众美集团提供的在河北电视台公共频道投放“众美·阳光汇”广告业务，该笔交易毛利率较高，该笔交易价格没有市场价格可比，但较合理，对公司经营较为有利；

④报告期内，公司为众美集团的“众美商务公馆”和“欢乐汇”以及众凯地产的“凤凰绿都”提供营销策划服务，通过 KT 板物料制作、DM 印刷和派单等程序等项目进行宣传，公司采用成本加一定利润的方法确定价格，具体加成的比例是由公司与以上两家关联公司协商确定，2015 年和 2016 年 1-4 月公司提供以上服务的毛利率分别为 4.50%和 5.00%，低于营销策划的整体毛利率，因此协商确定成本加成的比例不公允；

⑤报告期内，公司为众凯地产的“凤凰绿都”提供媒体广告业务，交易价格采用成本加成一定利润的方法确定，2015 年和 2016 年 1-4 月公司提供以上服务的毛利率分别为 4.33%和 3.75%，通过分析报告期内该关联方交易业务的毛利率与整体媒体广告业务毛利率基本一致，价格公允，未对公司经营造成不利影响；

⑥报告期内，公司向众凯地产提供的广告牌广告业务的价格是按照市场价格进行的，价格公允，未对公司经营造成不利影响；

⑦报告期内，公司向衡美物业租用楼梯内广告牌的租赁单价为 2000 元/部电梯，向客户驰众广告有限公司提供营销策划服务，收取服务的单价为 2800 元/部电梯，公司租赁价格的价格是双方协商确定，通过与营销策划业务的毛利率进行对比分析该笔业务的毛利率，公司该笔交易价格较公允，且未对公司业绩造成不利影响；

⑧报告期内，公司存在向关联方借款的情况，未约定借款利率，也未向关联

方支付过相关利息，通过同期银行贷款基准利率测算，2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-4 月公司占用关联方资金的利息分别为 168,033.29 元、123,647.54 元和 19,461.54 元，占同期净利润的比例分别为 8.55%、7.77%和 1.56%，通过分析公司虽然对关联方资金存在一定程度的依赖，但是依赖该资金的利息对净利润的影响不大。

通过以上关联交易定价对比分析，公司与关联方之间的交易未对公司经营造成重大不利影响。

八、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

（1）有限责任公司整体变更为股份有限公司

2016 年 6 月 15 日，众美有限召开临时股东会，全体股东一致同意以 2016 年 4 月 30 日为基准日，将公司整体变更为股份有限公司，股份公司注册资本 20,000,000 元，4,821,485.89 元计入资本公积，变更后的股份有限公司名称暂定为“河北众美传媒股份有限公司”。2016 年 6 月 30 日，公司各发起人依法召开了股份公司创立大会。2016 年 7 月 28 日，石家庄市工商行政管理局核准股份公司成立，并颁发了《营业执照》（统一社会信用代码：91130100743420655N）。

（2）申报基准日至公开转让说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人及其他关联方不存在占用公司资金的情形。

截至本公开转让说明书披露之日，除以上事项，公司无其他重大期后事项。

（二）或有事项

报告期内，公司尚未了结的诉讼主要有三起，具体情况如下：

1、众美有限起诉泉丰商贸的广告合同纠纷案件

2011 年 11 月 1 日，众美有限与泉丰商贸签订《户外广告业务合同书》，约定泉丰商贸委托众美有限代理西凤酒醇藏系列在石家庄区域户外广告的制作和发布，发布时间自 2012 年 11 月 8 日至 2013 年 2 月 7 日，合同总金额为 19.8 万元，付款方式为：分三次付款，泉丰商贸分别于 2012 年 11 月 8 日、2012 年 12 月 8 日、2013 年 1 月 8 日向众美有限支付 6.6 万元。合同签订后，众美有限

依约履行了广告发布义务，但泉丰商贸仅支付第一次广告费 6.6 万元，尚欠广告费 13.2 万元。

为此，众美有限向石家庄市长安区人民法院提起诉讼，请求依法判令：一、泉丰商贸支付众美有限广告费 13.2 万元；二、支付违约金 13.2 万元；三、诉讼费用由被告泉丰商贸承担。2014 年 2 月 10 日，石家庄市长安区人民法院作出《民事判决书》（（2013）长民二初字第 359 号），判决如下：一、泉丰商贸于判决生效后十日内给付众美有限广告费 13.2 万元及违约金（按中国人民银行同期贷款利率的 1.3 倍计算，分别自 2012 年 12 月 9 日、2013 年 1 月 8 日起计算至 2013 年 8 月 20 日止）；二、如未按照本判决指定的期间履行给付金钱义务，应当按照我国《民事诉讼法》第二百五十三条的规定，加倍支付延迟履行期间的债务利息；三、案件受理费 5,260 元，由众美有限负担 2,431 元，泉丰商贸负担 2,829 元。

2016 年 10 月 12 日，众美传媒与泉丰商贸就上述广告合同纠纷达成《执行和解协议书》并加盖双方公章，双方约定：1. 泉丰商贸给付众美传媒的广告费变更为人民币 12 万元整；2. 泉丰商贸应于 2016 年 12 月 31 日前，一次性向众美传媒支付人民币 5.57 万元；3. 其他双方互不追究；4. 本协议书自众美传媒收到泉丰商贸支付的 5.57 万元时并加盖双方公章之日起生效。截至本公开转让说明书出具之日，泉丰商贸已向众美传媒支付广告费 6.43 万元，根据上述和解协议，泉丰商贸仅需于 2016 年 12 月 31 日前再向公司支付 5.57 万元，即可免除其在《民事判决书》（（2013）长民二初字第 359 号）中承担的剩余广告费 6.77 万元及违约金的支付义务。截至本公开转让说明书出具之日，泉丰商贸尚未支付和解后约定的 5.57 万元。

2、众美有限起诉寰宇地产的广告合同纠纷案件

2013 年 9 月 27 日，众美有限与寰宇地产签订《户外广告业务合同书》，约定由众美有限代理寰宇地产开发的少年湃生活馆在石家庄区域制作和发布户外广告，发布时间为 2013 年 10 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日，广告费 179 万元，其中 36 万元以现金支付，余下 143 万元由寰宇地产用少年湃生活馆 c88、c88+ 商铺抵偿，双方另行签订商铺购买合同，寰宇地产应积极配合众美有限办理产权证书手续。

2013 年 11 月 19 日、2013 年 12 月 31 日，众美有限委托员工与寰宇地产签

订《文化广场·少年湃购房协议》。与此同时，寰宇地产向众美有限出具《文化广场·少年湃 XD 王国缴款单》并分别注明“河北众美广告有限责任公司为河北寰宇房地产有限公司少年湃项目做广告宣传费用置换商铺 C88 商铺”、“河北众美广告有限责任公司为河北寰宇房地产开发有限公司少年湃项目做广告宣传费用置换商铺 C88+商铺”。

2012 年，因寰宇地产所欠债务无法偿还，其债权人向当地法院申请强制执行，查封其开发的楼盘“文化广场·少年湃”商铺。鉴于此，寰宇地产未与众美有限办理房屋过户手续，亦未向众美有限支付 36 万元广告费。为此，众美有限向石家庄市长安区人民法院提起诉讼，请求依法判令：一、被告寰宇地产支付众美有限款项 179 万元及违约金 8.95 万元，合计 187.95 万元；二、本案诉讼费用由被告寰宇地产承担。法院经审理认为，众美有限与寰宇地产签订的《户外广告业务合同书》系双方真实意思表示，合法有效。众美有限与寰宇地产签订了《文化广场·少年湃购房协议》，表明寰宇地产已经履行了支付 143 万元广告款的合同义务。2016 年 2 月 25 日，石家庄长安区人民法院作出《民事判决书》（（2016）冀 0102 民初 1211 号），判决如下：一、被告寰宇地产于判决生效之日起十日内，给付原告众美有限 36 万元及违约金 8.95 万元；二、驳回原告众美有限其他诉讼请求；三、案件受理费 21,716 元由被告寰宇地产负担。

截至本说明书出具之日，寰宇地产尚未向公司支付判决书中的 36 万元及其违约金，寰宇地产用作抵偿广告费的商铺因被法院查封，亦未办理过户手续。2016 年 4 月，众美有限向石家庄市长安区人民法院申请强制执行，目前法院已立案受理。

3、众美有限起诉葵赋康饮料的广告合同纠纷案件

2014 年 1 月 10 日，众美有限与葵赋康饮料签订《电视媒体广告合同书》，约定由众美有限代理葵赋康饮料在河北电视台经济频道投放植本源《大兵小将》冠名广告及少儿频道时段广告，广告投放期限为 2014 年 3 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日止，广告费共计 470 万元，自节目启动 2014 年 3 月 1 日起，于每月 1 日前预付下月广告费 47 万元。合同签订后，众美有限依约在河北电视台上述两个频道投放了葵赋康饮料的广告，葵赋康饮料仅向众美有限支付了广告费 177 万元，尚欠 293 万元未支付。

为此，2015年4月6日，众美有限向石家庄市长安区人民法院提起诉讼，请求法院判决：一、葵赋康饮料向众美有限支付广告费293万元；二、葵赋康饮料自2014年7月1日起至付清以上欠款之日止，按中国人民银行同期贷款利率向众美有限支付以上欠款的利息；三、本案诉讼费由被告葵赋康饮料负担。经审理，石家庄市长安区人民法院于2015年6月9日作出《民事调解书》（（2015）长民二初字第514号），判决如下：一、葵赋康饮料支付众美有限广告费及利息共计300万元，自2015年6月起于每月30日前支付50万元，共分六期付清；二、如葵赋康饮料有一期违约，众美有限可就剩余全部款项申请强制执行，并由葵赋康饮料一次性支付众美有限违约金10万元；三、案件受理费31,201元，减半收取15,600.5元，由众美有限承担。

截至本公开转让说明书出具之日，葵赋康饮料已向公司支付广告费184万元，尚有286万元未支付。众美有限已于2015年向法院申请强制执行，且法院已向葵赋康饮料发出《执行通知书》，但由于葵赋康饮料资金紧张，如强行查封其厂房、设备等资产，或者申请将其列入失信被执行人名单，则影响葵赋康饮料继续从银行获得贷款以偿还公司欠款。针对此情况，公司已安排法务人员定期跟踪、了解葵赋康饮料经营情况，并委托律师，避免公司利益受到损失。

公司未决诉讼所涉及未收到的款项均未确认收入和应收账款，即不存在计提坏账准备的情况，因公司收回以上款项仍然存在不确定性，所以公司未确认收入和应收账款，公司将以实际收到款项作为收入进行核算。

综上所述，截至本公开转让说明书披露之日，除以上事项，公司无其他重大或有事项。

（三）其他重要事项

截至本公开转让说明书披露之日，公司无其他重要事项。

九、报告期内公司资产评估情况

2016年6月13日，北京中天华资产评估有限责任公司对众美广告整体变更为股份公司所涉及的净资产进行了评估，评估基准日为2016年4月30日，评估采用资产基础法，出具了《评估报告》中天华资评报字[2016]第1252号，净资产账面价值为2,482.16万元，评估值为2,597.10万元，评估增值4.63%。

十、股利分配政策、最近两年分配情况及公开转让后的股利分配政策

（一）股利分配政策

公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- 1、弥补上一年度的亏损；
- 2、提取法定公积金 10%；
- 3、经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。
- 4、支付股东股利。

（二）两年一期股利分配情况

公司最近两年一期，未进行利润分配。

（三）公开转让后的股利分配政策

根据公司章程规定，公司利润分配政策为：

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

（2）在公司当期的盈利规模、现金流状况、资金需求状况允许的情况下，可以进行中期分红。

（3）利润分配具体政策如下：

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

2、 公司现金分红的条件和比例：

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

3、 公司发放股票股利的条件：

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

（4）利润分配方案的审议程序：

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

（5）利润分配政策的调整：

公司因外部经营环境或自身经营状况发生较大变化，确需对本章程规定的利润分配政策进行调整或变更的，需经董事会审议通过后提交股东大会审议，且应当经出席股东大会的股东（或股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和全国中小企业股份转让系统有限责任公司的有关规定。

十一、公司风险因素及管理措施

（一）实际控制人不当控制风险

公司实际控制人刘永凯直接持有公司31.3333%的股份，通过控股股东众美投资间接持有公司53.6667%的股份，合计持有公司85%的股份；同时担任公司董事长，对股东大会决议、日常经营、财务管理等均可实施实质性影响。尽管公司已经建立了较为完善的法人治理结构，但未来如实际控制人利用其控制地位及管理职权对公司的经营决策、财务、人事等方面进行不当控制，可能会给公司经营和其他股东利益带来风险。

应对措施：公司制定了健全有效的《股东大会议事规则》等内部控制制度，公司将严格遵守《公司法》等相关法律法规、规章的规定，按照公司章程、三会议事规则以及《关联交易决策制度》等内控制度等规范运作，建立健全公司内部监督制约机制，加强‘三会一层’的分权制衡和有效运行，从而有效降低实际控制人不当控制带来的风险，切实保护公司及中小股东的合法利益。

（二）因违规发布广告而受处罚的风险

《中华人民共和国广告法》规定，广告应该真实、合法，不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者。特别是2015年9月1日开始实施的新广告法增设

了许多规定，严于原有规定。作为广告服务提供商，公司需要对广告主相关广告内容进行形式审查，以保证广告内容及广告主提供的资料、信息等的真实性、合法性，不存在虚假宣传和违反《中华人民共和国广告法》等法律、法规和部门规章的情形。广告内容经公司审核通过后，尚需媒体审核合格方能进行广告投放。

公司可能会面临因发布违规广告而遭受处罚或诉讼的风险，同时公司可能遭受的处罚或诉讼会对公司的市场信誉及业务拓展造成不利影响。

应对措施：公司建立了严格的广告审查流程，广告发布前需经过客户材料提交、初步审核、实质审核、总经理审批同意等环节才能交付媒体，对外发布。此外，公司加强了广告业务合同审查管理，明确广告主对其广告内容真实性的合同责任。在广告客户选择上注重客户诚信记录，对不诚信客户不予合作。

（三）公司治理风险

股份公司设立后，虽然公司建立健全了法人治理结构，逐渐完善了适应公司发展的内部控制体系，但由于股份公司成立时间尚短，公司各项内部管理、控制制度的制定和执行尚未经过一个完整经营周期运行的检验，特别是实际控制人对外投资、兼职较多，对公司的管理时间及精力有限，因此公司管理层需不断提高规范运作的能力和意识，在生产经营过程中逐步完善公司治理和内部控制体系。同时，随着公司经营规模的扩大，对公司治理将会提出更高的要求，公司需要在战略管理、财务管理、风险控制等内部管理方面不断完善。因此，公司未来经营中存在因内部治理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

应对措施：公司将加强董事、监事、高级管理人员的法律法规及公司内控制度培训，提高管理层的规范治理意识，规范“三会”运作，降低公司治理规范的风险。

（四）人才短缺和流失的风险

公司所在的行业属于知识密集型行业，行业主要依靠人才资源积累的知识和经验来提供服务，人才的专业素质是咨询服务质量的关键因素。因此公司的发展和业务结构调整需要大量拥有专业经验的人才队伍。目前行业发展的不规范、机制不健全、人力资源成本上升快等因素使得行业的人才流动较为频繁。虽然公司目前的核心团队较为稳定，但是如不能及时引进和培养足够的高素质人才，将面临人才短缺的风险。

应对措施：公司将运用现代企业管理制度优势，通过加强企业的文化建设、完善业绩激励政策等方式，增强企业凝聚力，不断吸引企业管理方面的各类人才。

（五）应收账款较大无法及时收回的风险

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年4月30日，公司的应收账款净额分别为11,591,329.26元、14,622,914.66元和13,771,419.64元，应收账款净额占当期营业收入的比例分别为27.40%、34.63%和89.50%，占总资产比重分别为35.49%、40.26%和36.68%，应收账款占总资产比重较高。

2014年12月31日、2015年12月31日和2016年4月30日，账龄1年以内的应收账款占应收账款余额的比例分别为95.03%、89.81%和97.88%，1年以内账龄的应收账款占比较大，从历年应收账款回收情况分析，应收账款预计无法收回的风险较小。从2016年5月至公开转让说明书签署之日，公司收回客户的广告费款项1,311.38万元，应收账款前五大共计收回696.97万元，占报告期末应收账款余额的71.87%。

虽然公司目前的回款情况正常，且应收账款主要集中在账龄为1年以内的区间，但公司未来可能依然保持较大比例的应收账款，如果未来遇到不可预计的市场环境因素，可能出现无法及时收回的风险。

应对措施：为减少应收款项的发生额，降低坏账发生的概率，公司今后拟采取以下措施：1. 建立合同签订前的客户背景调查制度。通过考察客户的行业经验和口碑，查询“全国企业信用信息公示系统”、“中国执行信息公开网”等途径，了解客户的诚信状况，建立交易对手特别是客户的诚信档案，选取行业经验丰富、诚信度高且口碑较好的企业进行合作；2. 规范合同审查和签订制度。鼓励业务人员使用公司较为成熟的制式合同，避免因合同约定不公平或者约定不明确而导致纠纷发生；3. 严格预收款比例设定制度。根据公司与客户的合作情况和对方实力等综合因素，确定不同的预收款比例。对于合作时间较长且较为顺畅或者实力较强的业务伙伴，降低预收款的比例；对于合作时间较短，尚未完全建立信任关系，或者合作存在一定障碍，或实力较弱的企业，则相应提高预收款的比例，降低坏账发生的概率；4. 成立清欠小组，完善债务清欠追偿制度。成立以财务部负责人为牵头人，由各部门负责人组成的清欠小组，每月召开清欠会，督促应收款项的收回。根据公司应收款项账龄的不同，将公司债权分为3个月以内，3个月以上、

6个月以内，6个月以上、1年以内，1年以上四种类型。对于3个月以内的应收款项，由公司业务人员进行追偿；3个月以上、6个月以内的，由各业务部门负责人进行追偿；6个月以上、1年以内的，提交清欠小组进行追偿；1年以上的，通过委托法律顾问定期发函的形式，避免起诉时已过诉讼时效。对于账龄较长且催款较为困难的债务人，及时采取诉讼或者仲裁手段保护公司的合法权益。

（六）公司涉诉案件对公司经营业绩影响的风险

1、公司起诉泉丰商贸的广告合同纠纷案件

2011年11月1日，众美广告与泉丰商贸签订《户外广告业务合同书》，约定泉丰商贸委托众美广告代理西凤酒醇藏系列在石家庄区域户外广告的制作和发布，发布时间自2012年11月8日至2013年2月7日，合同总金额为19.8万元，付款方式为：分三次付款，泉丰商贸分别于2012年11月8日、2012年12月8日、2013年1月8日向众美广告支付6.6万元。合同签订后，公司依约履行了广告发布义务，但泉丰商贸仅支付第一次广告费6.6万元，尚欠广告费13.2万元。

为此，众美广告向石家庄市长安区人民法院提起诉讼，请求依法判令：（1）泉丰商贸支付众美广告广告费13.2万元；（2）支付违约金13.2万元；（3）诉讼费用由被告承担。2014年2月10日，石家庄市长安区人民法院作出《民事判决书》（（2013）长民二初字第359号），判决如下：泉丰商贸于判决生效后十日内给付众美广告广告费13.2万元及违约金（按中国人民银行同期贷款利率的1.3倍计算，分别自2012年12月9日、2013年1月8日起计算至2013年8月20日止）。

2016年10月12日，众美传媒与泉丰商贸就上述广告合同纠纷达成《执行和解协议书》并加盖双方公章，双方约定：1. 泉丰商贸给付众美传媒的广告费变更为人民币12万元整；2. 泉丰商贸应于2016年12月31日前，一次性向众美传媒支付人民币5.57万元；3. 其他双方互不追究；4. 本协议书自众美传媒收到泉丰商贸支付的5.57万元时并加盖双方公章之日起生效。截至本公开转让说明书出具之日，泉丰商贸已向众美传媒支付广告费6.43万元，根据上述和解协议，泉丰商贸仅需于2016年12月31日前再向公司支付5.57万元，即可免除其在《民事判决书》（（2013）长民二初字第359号）中承担的剩余广告费6.77万元及

违约金的支付义务。截至本公开转让说明书出具之日，泉丰商贸尚未支付和解后约定的 5.57 万元。

2、公司起诉寰宇地产的广告合同纠纷案件

2013 年 9 月 27 日，众美广告与寰宇地产签订《户外广告业务合同书》，约定由众美广告代理寰宇地产开发的少年湃生活馆在石家庄区域制作和发布户外广告，发布时间为 2013 年 10 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日，广告费 179 万元，其中 36 万元以现金支付，余下 143 万元由寰宇地产用少年湃生活馆 c88、c88+ 商铺抵偿，双方另行签订商铺购买合同，寰宇地产应积极配合众美广告办理产权证书手续。

众美广告委托付倩与寰宇地产分别于 2013 年 11 月 19 日、2013 年 12 月 31 日签订《文化广场·少年湃购房协议》。

2012 年，因寰宇地产所欠债务无法偿还，债权人向当地法院申请强制执行，查封其开发的楼盘“文化广场·少年湃”商铺。鉴于此，寰宇地产未与众美广告办理房屋过户手续，亦未向公司支付 36 万元广告费。为此，众美广告向石家庄市长安区人民法院提起诉讼，请求依法判令：1、被告寰宇地产支付公司款项 179 万元及违约金 8.95 万元，合计 187.95 万元；2、本案诉讼费用由被告寰宇地产承担。法院经审理认为，公司与寰宇地产签订的《户外广告业务合同书》系双方真实意思表示，合法有效。原告与被告签订了《文化广场·少年湃购房协议》，表明被告已经履行了支付 143 万元广告款的合同义务。2016 年 2 月 25 日，石家庄市长安区人民法院作出《民事判决书》（（2016）冀 0102 民初 1211 号），判决如下：一、被告寰宇地产于判决生效之日起十日内，给付原告众美广告 36 万元及违约金 8.95 万元；二、驳回原告众美广告其他诉讼请求。

截至本说明书出具之日，寰宇地产尚未向众美广告支付判决书中的 36 万元及其违约金，寰宇地产用作抵偿广告费的商铺因被法院查封，亦未办理过户手续。2016 年 4 月，公司向石家庄市长安区人民法院申请强制执行。

3、公司起诉葵赋康饮料的广告合同纠纷案件

2014 年 1 月 10 日，公司与葵赋康饮料签订《电视媒体广告合同书》，约定由众美广告代理葵赋康饮料在河北电视台经济频道投放植本源《大兵小将》冠名广告及少儿频道时段广告，广告投放期限为 2014 年 3 月 1 日至 2014 年 12 月 31

日止，广告费共计 470 万元，自节目启动 2014 年 3 月 1 日起，于每月 1 日前预付下月广告费 47 万元。公司依约在河北电视台上述两个频道投放了葵赋康饮料的广告，葵赋康饮料仅向原告支付了广告费 177 万元，尚欠 293 万元未支付。

为此，2015 年 4 月 6 日，众美广告向石家庄市长安区人民法院提起诉讼，请求法院判决：一、葵赋康饮料向众美广告支付广告费 293 万元；二、葵赋康饮料自 2014 年 7 月 1 日起至付清以上欠款之日止，按中国人民银行同期贷款利率向众美广告支付以上欠款的利息；三、本案诉讼费由被告葵赋康饮料负担。经审理，石家庄市长安区人民法院于 2015 年 6 月 9 日作出《民事调解书》（（2015）长民二初字第 514 号），判决如下：（1）葵赋康饮料支付众美广告广告费及利息共计 300 万元，自 2015 年 6 月起于每月 30 日前支付 50 万元，共分六期付清；（2）如葵赋康饮料有一期违约，众美广告可就剩余全部款项申请强制执行，并由葵赋康饮料一次性支付众美广告违约金 10 万元；（3）案件受理费 31,201 元，减半收取 15,600.5 元，由众美广告承担。

截至本公开转让说明书出具之日，葵赋康饮料已向公司支付广告费 184 万元，尚有 286 万元未支付。公司已于 2015 年向法院申请强制执行。

因上述款项金额较大，且具体收回以上款项的时间不确定，故可能对公司经营业绩造成影响。

应对措施：目前公司已针对各个案件安排专人负责，并委托律师，定期了解被告方的偿债能力，以便及时采取措施，保护公司的合法权益。此外，公司已采取减少应收款项发生额的措施，从而从根本上降低公司诉讼案件发生的概率，保障公司集中人力、媒体等资源优势发展业务，提高公司的持续经营能力。

第五节 有关声明

挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员的声明

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

全体董事（签字）：

刘永凯：_____ 刘冬冬：_____ 蔡建平：_____

付 倩：_____ 王 琰：_____

全体监事（签字）：

王 玲：_____ 邵连云：_____ 李 黎：_____

全体高级管理人员（签字）：

蔡建平：_____ 贺玉山：_____

杨 璐：_____ 付 倩：_____

王 琰：_____

河北众美传媒股份有限公司

2016年11月21日



主办券商声明

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

项目小组成员：（签字）

李涛

黄娜娜

马小

项目负责人：（签字）

李涛



法定代表人或授权代表（签字）：

陈军

2016年11月21日

申万宏源证券有限公司 法定代表人授权委托书

本人作为公司法定代表人,兹授权 薛军 (职务:申万宏源证券有限公司总经理助理)在分管工作范围内,代表法定代表人在下列需要法定代表人签名的法律文件中签名(法律法规及监管规定要求必须由法定代表人本人签名的除外):

一、与公司全国中小企业股份转让系统推荐挂牌业务相关的合同及其他法律文件,包括但不限于项目协议、推荐挂牌申报文件、挂牌公司股票发行文件、重大资产重组项目文件、投标文件、申请补贴文件等。

二、与企业债、金融债、非金融企业债券融资工具等固定收益证券发行与承销业务,以及公司债受托管理业务相关的合同及其他法律文件,包括但不限于项目协议、与项目有关的各类报送审批机关或监管机构的申报文件、投标文件等。

三、所分管部门日常经营管理及业务开展所需签订的其他合同及法律文件。

四、其他事项

1、上述事项需依照公司规定履行完审批决策流程,再由被授权人代表法定代表人在相关文件上签名。

2、本授权委托书自授权人与被授权人签字之日起生效,原则上有效期为一年。有效期截止后未及时签署新的授权委托书,则本授权委托书自动延续。

3、授权期间内,若公司对被授权人分管工作有所调整的,授权书内容按照调整后被授权人的分管工作同步调整。

申万宏源证券
骑缝章

4、本授权事项原则上不得转授权。为业务开展需要，被授权人确需转授权给所分管部门指定人员的，经报公司法定代表人批准后，可转授权一次。

5、本授权书未尽事项，依据公司《法定代表人名章用印审批管理规程》执行。

授权人：

李梅

被授权人：

薛军



律师事务所声明

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

北京德恒律师事务所（盖章）



北京德恒律师事务所负责人签字：

经办律师签字：

2016 年 11 月 21 日

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不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

1、中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）（盖章）



2、会计师事务所负责人签字

春姚庚

3、经办注册会计师签字

郭素珍
410000990055

孙寒力
110100750027

2016年11月21日

资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的中天华资评报字[2016]第1252号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中天华资评报字[2016]第1252号资产评估报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对由我所出具的中天华资评报字[2016]第1252号资产评估报告的真实性和完整性承担相应的法律责任。

1、北京中天华资产评估有限责任公司（盖章）



2、资产评估机构负责人签字

3、经办注册资产评估师签字



王洪波



2016年11月21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