

微电互动（广州）网络科技  
股份有限公司



公开转让说明书  
(反馈稿)

主办券商



**东北证券股份有限公司**  
**NORTHEAST SECURITIES CO.,LTD.**

长春市生态大街 6666 号

二〇一八年一月

## 声 明

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

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

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

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

## 重大事项提示

公司特别提醒投资者注意下列重大事项：

### 一、大客户依赖风险

2015 年度、2016 年度、2017 年 1-5 月，公司对前五大客户的销售占比分别为 73.22%、75.10%、77.93%，其中广州长隆集团有限公司 2015 年度、2016 年度、2017 年 1-5 月分别为公司直接和间接贡献收入 4,079,501.74 元、5,067,603.64 元、4,457,084.71 元，占当年总销售额的 49.36%、30.41%、68.69%。如果广州长隆集团有限公司等大客户不再向公司大规模采购服务，将会对公司业绩产生不利影响。

### 二、公司业务的季节性风险

公司社交媒体营销活动策划与渠道推广业务主要服务于旅游业客户，暑假和国庆期间为客户营销需求的旺季，受客户需求影响公司业务存在一定的季节性，通常一至五月为淡季，六至十月为旺季，在业务淡季公司需要支付固定成本，可能出现亏损。

### 三、微信等社交媒体技术进步和社交媒体营销市场竞争加剧带来的业务风险

公司业务依托于社交网络平台微信，与社交网络技术的发展密切相关，近年来，社交网络技术发展迅速，关于社交网络的监管规定也逐渐完善，微信等第三方社交平台存在一定的运营风险。同时，公司的业务模式更新换代较快，行业内新进入竞争者逐渐增多，行业发展逐渐成熟，业务增长水平和利润率水平将逐渐下降。报告期内，公司营业收入分别为 826.41 万元、1,666.41 万元和 648.90 万元，净利润分别为 212.02 万元、758.70 万元和 213.04 万元，收入增长和利润增长不稳定，综合毛利率分别是 60.91%、64.95%和 48.83%，毛利率波动较大。公司如不能长期保持持久的研发投入、技术更新及职工人员技术水平的提高和业务创新，将面临社交媒体技术进步和业务模式落后的危险，从而影响公司的业绩。

### 四、人才流失的风险

由于公司从事的业务需要根据客户需要进行营销策划、组织，公司策划、运营人员不仅需要具备相关专业背景知识，同时还须具备多年的行业实践经验，尽管公司此前策划运营团队人员稳定，但由于人员流动率高为该行业的普遍现象，若核心策划运营人员流失，将对公司的业务发展造成一定影响。

## 五、营业收入区域性集中的风险

报告期内，公司营业收入的区域集中度较高，来源于华南地区的营业收入占当期营业收入总额的比例分别为 96.17%、98.81% 及 84.43%。目前已经在广东、北京、上海、香港、福建、湖南、浙江七个省（直辖市、特别行政区）实现销售，但收入来源仍主要集中在广东地区，营业区域较为集中在一定程度上影响了公司市场占有率和营业收入的进一步提升。一旦该区域的市场竞争程度加剧，公司经营业绩将受到重大影响。

## 六、税收政策变化的风险

根据广州市海珠区地方税务局出具的《企业所得税优惠事项备案表》，公司享受符合条件的软件企业“两免三减半”的企业所得税优惠政策。该优惠政策将于 2017 年 12 月 31 日到期，公司子公司上海追鹏信息科技有限公司享受的所得税“两免三减半”优惠政策将于 2021 年 12 月 31 日到期，上述企业所得税税收优惠政策结束后，公司及子公司将按照是时的企业所得税税率缴纳企业所得税，上述事项将对公司经营业绩产生一定影响。

## 七、公司治理风险

股份公司成立于 2017 年 8 月，股份公司设立后，公司建立健全了法人治理结构，完善了现代化企业发展所需的内控体系。由于股份公司成立时间较短，各项管理、控制制度的执行尚未经过一个完整经营周期的检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐渐完善。未来随着公司的发展和经营规模扩大，将对公司治理提出更高要求。因此，公司存在一定的治理风险。

## 八、公司与挂牌公司股东相关事宜

截至本公开转让说明书签署日，挂牌公司微传播（证券代码：430193）持有公司 45% 的股份，微传播关于公司申请挂牌事宜所履行的决策程序符合法律法

规、公司章程等规定的议事规则。公司承诺，本次挂牌前微传播符合证券交易所及监管部门要求并充分履行了信息披露义务；公司挂牌前后履行相关信息披露义务并保持与挂牌公司信息披露的一致和同步。微传播使用募集资金 180 万元投入了公司业务，该笔投入增加了公司的净资产和资产总额，公司资产负债率降低，增强了财务稳健性，增强了公司的持续经营能力。公司业务、资产、机构、人员、财务、技术等资源要素与微传播保持独立，具有独立面向市场能力和持续经营能力。报告期公司对微传播资产总额、营业收入、利润总额、净利润等财务数据的比例较低，对其重要财务指标的实际影响较小。微传播与公司不存在同业竞争或显失公平的关联交易。除前述持股外，微传播所属企业股东、董事、监事、高级管理人员及其关联人员未持有公司股份。

## 目 录

声 明 .....	I
重大事项提示 .....	II
目 录 .....	V
释 义 .....	1
第一节 基本情况 .....	3
一、公司概况 .....	3
二、公司股票基本情况 .....	3
三、公司股权结构、股东以及股本演变情况 .....	5
四、公司董事、监事、高级管理人员基本情况 .....	20
五、报告期主要会计数据及主要财务指标 .....	23
六、本次挂牌的有关机构 .....	24
第二节 公司业务 .....	27
一、公司主要业务、主要产品（服务）及其用途 .....	27
二、公司内部组织结构图和业务流程 .....	30
三、公司业务相关的关键资源情况 .....	31
四、公司业务收入情况 .....	41
五、公司的商业模式 .....	51
六、公司所处行业的情况 .....	53
第三节 公司治理 .....	73
一、公司报告期内股东大会、董事会、监事会制度建立及运行情况 .....	73
二、董事会对公司现有治理机制的讨论和评估 .....	74
三、公司及控股股东、实际控制人最近两年内存在的违法违规及受处罚情况 .....	76
四、公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在业务、资产、人员、财务、机构方面的分开情况 .....	77
五、公司最近两年内资金被占用或为控股股东、实际控制人及其控制企业提供担保情况 .....	78
六、同业竞争的情况 .....	79
七、董事、监事、高级管理人员其他有关情况说明 .....	81

八、最近两年内董事、监事、高级管理人员变动情况及原因 .....	85
<b>第四节 公司财务 .....</b>	<b>86</b>
一、财务报表 .....	86
二、审计意见 .....	111
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况 .....	111
四、报告期内主要会计政策、会计估计及其变更情况和影响 .....	112
五、公司财务状况、经营成果和现金流量状况的简要分析 .....	129
六、报告期内主要会计数据和财务指标分析 .....	137
七、关联方、关联方关系及关联交易 .....	166
八、期后事项、或有事项及其他重要事项 .....	177
九、报告期内的资产评估情况 .....	177
十、股利分配情况 .....	178
十一、风险因素及自我评估 .....	180
<b>第五节 有关声明 .....</b>	<b>183</b>
申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明 .....	184
主办券商声明 .....	185
审计机构声明 .....	186
资产评估机构声明 .....	187
律师声明 .....	188
<b>第六节 附 件 .....</b>	<b>189</b>

## 释 义

在本公开转让说明书中，除非另有所指，下列词语具有的含义如下：

公司、本公司、微电互动、股份公司	指	微电互动（广州）网络科技股份有限公司
有限公司	指	广州微讯电企业管理咨询有限公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
全国股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
主办券商、东北证券	指	东北证券股份有限公司
挂牌、公开转让	指	公司股份在全国中小企业股份转让系统挂牌及公开转让行为
公开转让说明书	指	微电互动（广州）网络科技股份有限公司公开转让说明书
公司章程	指	微电互动（广州）网络科技股份有限公司章程
樟树微讯电	指	樟树市微讯电投资管理中心（有限合伙）
微传播	指	微传播（北京）网络科技股份有限公司
三会	指	股东大会、董事会和监事会
股东大会	指	微电互动（广州）网络科技股份有限公司股东大会
董事会	指	微电互动（广州）网络科技股份有限公司董事会
监事会	指	微电互动（广州）网络科技股份有限公司监事会
三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人
管理层	指	公司董事、监事及高级管理人员
报告期	指	2017年1-5月、2016年、2015年
会计师事务所	指	广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）
律师事务所	指	北京观韬中茂（上海）律师事务所
元、万元	指	人民币元、人民币万元
社交媒体	指	社会化媒体，是人们彼此之间用来分享意见、见解、经验和观点的工具和平台。主要有博客(和微博客)、维基、播客、论坛、社交网络、内容社区等
新媒体	指	新技术支持体系下出现的媒体形态，如数字杂志、数字报纸、数字广告、手机短信、网络、桌面视窗、数字电视、数字电影、触摸媒体等
社会化营销	指	利用社会化网络，在线社区，博客，百科或者其他互联网协作平台媒体来进行营销，公共关系和客户服务



		维护 开拓的一种方式
整合营销	指	一种对各种营销工具和手段的系统化结合，根据环境进行即时性的动态修正，以使交换双方在交互中实现价值增值的营销理念与方法
代运营	指	帮助一些希望做社交媒体营销的企业在互联网上建立企业账户，帮助企业利用该账户进行品牌的宣传，产品与服务的营销，增强影响力，需要代运营公司具备营销、产品、客服等全方面的知识
技术开发	指	编写前端代码，完成页面交互体验设计，后端逻辑开发等，最后运用在微信上
LBS	指	基于位置的服务，它是通过电信移动运营商的无线电通讯网络（如 GSM 网、CDMA 网）或外部定位方式(如 GPS)获取移动终端用户的位置信息（地理坐标，或大地坐标），在地理信息系统平台的支持下，为用户提供相应服务的一种增值业务
App	指	智能手机上的软件
大 V	指	在新浪、腾讯、网易等微博平台上获得个人认证，拥有众多粉丝的微博用户
KOL	指	关键意见领袖（Key Opinion Leader, KOL）基本上就是在行业内拥有话语权的人，包括在微博上有话语权的那些人
Html 5 (H5)	指	万维网的核心语言、标准通用标记语言下的一个应用超文本标记语言（HTML）的第五次重大修改
js&css	指	js 是 JavaScript，一种直译式脚本语言，是一种动态类型、弱类型、基于原型的语言；css 即层叠样式表（Cascading Style Sheet）。在网页制作时采用层叠样式表技术，可以有效地对页面的布局、字体、颜色、背景和其它效果实现更加精确的控制
Web	指	网页，可以提供将图形、音频、视频信息集合于一体的特性
B/S 结构	指	Browser/Server，浏览器/服务器模式，是 WEB 兴起后的一种网络结构模式
php	指	Hypertext Preprocessor，超文本预处理器是一种通用开源脚本语言，语法吸收了 C 语言、Java 和 Perl 的特点，利于学习，使用广泛，主要适用于 Web 开发领域
Smarty 框架引擎	指	一个使用 PHP 写出来的模板引擎，是目前业界最著名的 PHP 模板引擎之一。它分离了逻辑代码和外在的内容，提供了一种易于管理和使用的方法，用来将原本与 HTML 代码混杂在一起 PHP 代码逻辑分离

注：本文中凡未特殊说明，尾数合计差异系四舍五入造成。

## 第一节 基本情况

### 一、公司概况

中文名称:	微电互动（广州）网络科技股份有限公司
法定代表人:	郑皓青
有限公司设立日期:	2012年1月9日
股份公司设立日期:	2017年8月22日
注册资本:	500万元
住所:	广州市越秀区广州大道中307号C栋第47层02房
办公地址:	广州市越秀区广州大道中307号C栋第47层02房
邮编:	510000
电话:	020-84011346
互联网网址:	www.weixunyidong.com
电子邮箱:	dingyuan@eweidian.com
董事会秘书:	丁媛
信息披露负责人:	丁媛
经营范围:	软件开发；信息技术咨询服务；网络技术的研究、开发；企业管理咨询服务；市场营销策划服务；商品信息咨询服务；广告业；美术图案设计服务；多媒体设计服务；
所属行业:	根据中国证券监督管理委员会2012年颁布的《上市公司行业分类指引》，公司所处行业为商务服务业（代码L72）；根据国家统计局2011年颁布的《国民经济行业分类》（GB/T4754 济行业分类），公司所处行业为广告业（代码L7240）。根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为广告业（代码L7240）；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为广告（代码为13131010）。
主要业务:	社交媒体整合营销服务
统一社会信用代码:	914401055895053857

### 二、公司股票基本情况

#### （一）股票代码、股票简称、挂牌日期、交易方式

股票代码：【】

股票简称：【】

股票种类：人民币普通股

每股面值：1 元

股票总量：5,000,000 股

挂牌日期：【】年【】月【】日

交易方式：协议转让

## （二）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

### 1、法律法规及公司章程对股东所持股份的限制性规定

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

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第二章 2.8 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

《公司章程》第二十七条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起 1 年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

## 2、股东对所持股份自愿锁定的承诺

除上述规定外，公司股东未就所持股份作出严于相关法律法规及监管规则规定的自愿锁定承诺。

## 3、股东所持股份的限售安排

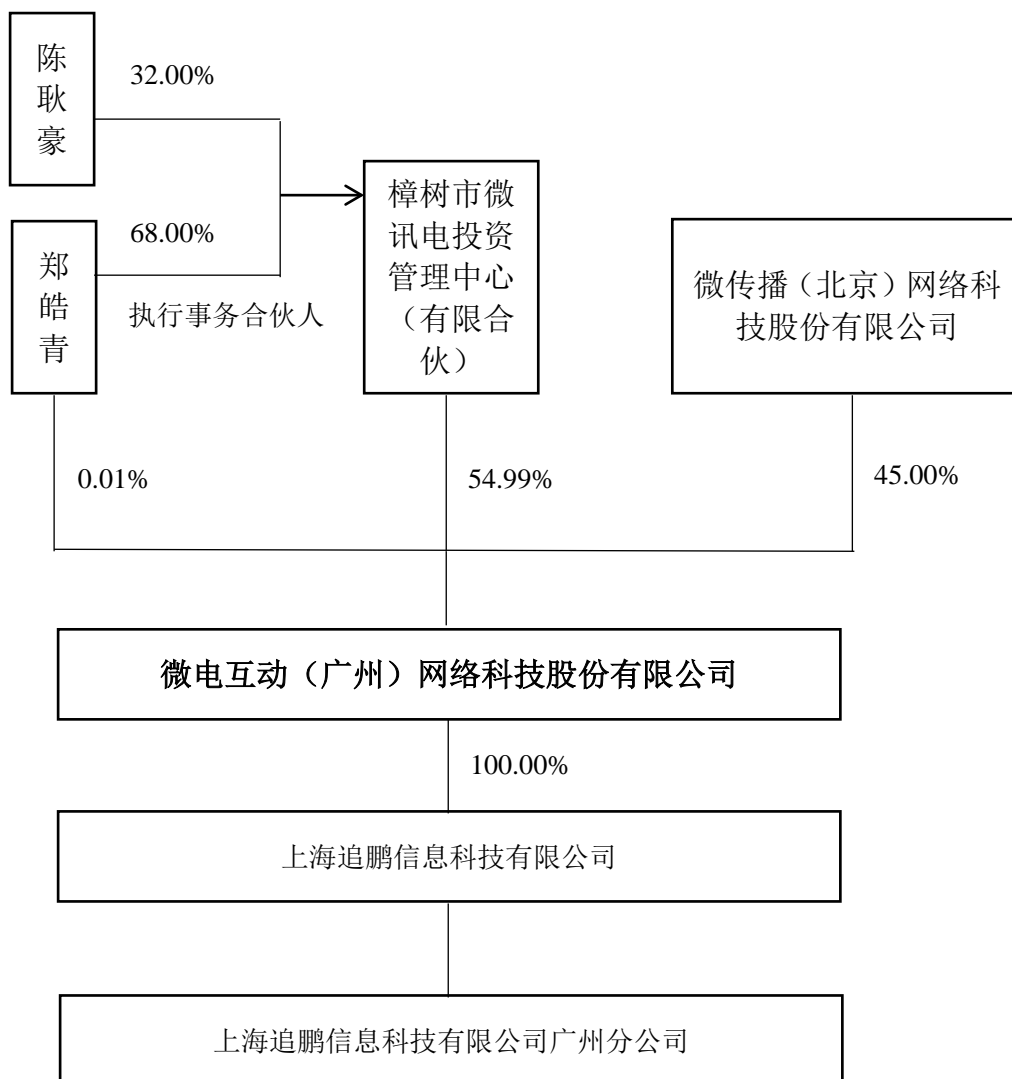
截至本公开转让说明书签署日，股份公司成立未满一年，根据《公司法》第一百四十一条、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第二章 2.8 条规定、《公司章程》第二十七条规定，股份公司发起人股东郑皓青持有的发起人股份 100 股、樟树微讯电持有的发起人股份 549,900 股和微传播持有的发起人股份 450,000 股不得转让，公司实际控制人、董事长兼总经理郑皓青持有的除发起人股份以外的股份在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持本公司股份总额的 25%，即郑皓青本次可进入全国股份转让系统公开转让的股份为 125 股，股份公司成立后股票发行中公司控股股东樟树微讯电新增股份 2,199,600 股中的 916,500 股可以转让、微传播新增股份 1,800,000 股可以转让。本次可进入全国股份转让系统公开转让的股份具体情况如下：

单位：股

序号	股东名称	持股数量	持股比例 (%)	限售数量	本次可转让数量	受限原因
1	郑皓青	500	0.01	375	125	股份公司成立未满一年且担任公司董事和高管
2	樟树微讯电	2,749,500	54.99	1,833,000	916,500	股份公司成立不满一年且为公司控股股东
3	微传播	2,250,000	45.00	450,000	1,800,000	股份公司成立不满一年
合计			<b>100.00</b>	<b>2,283,375</b>	<b>2,716,625</b>	

## 三、公司股权结构、股东以及股本演变情况

### （一）公司的股权结构图



## （二）前十名股东及持股 5%以上股份股东持股情况

### 1、公司前十名股东及持股 5% 以上股份股东持股情况

序号	股东	股东性质	持股数量（股）	股权比例（%）	是否存在质押或其他争议
1	郑皓青	自然人	500	0.01	否
2	樟树微讯电	合伙企业	2,749,500	54.99	否
3	微传播	股份有限公司	2,250,000	45.00	否
合计			<b>5,000,000</b>	<b>100.00</b>	

除上述披露的情况外，截至本说明书签署之日，公司股东所持股份不存在被冻结、质押或其他转让限制情况。公司股东所持公司股份不存在直接或间接代持

的情形，股权结构清晰、权属分明、真实确定，股东所持公司股份也不存在权属争议或潜在纠纷。

## 2、公司机构投资者的基本情况

### (1) 樟树微讯电

截至本公开转让说明书签署之日，樟树微讯电持有公司 274.95 万股，占公司股本总额的 54.99%。

樟树微讯电成立于 2016 年 1 月 27 日，执行事务合伙人为郑皓青，主要经营场所为：江西省宜春市樟树市中药城 E1 栋 25 号楼 177 号，经营范围为：企业投资管理，资产管理。（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）。

截至本公开转让说明书签署之日，樟树微讯电的出资结构为：

序号	合伙人姓名/名称	认缴出资额（万元）	占认缴出资总额比例（%）	合伙人性质
1	郑皓青	6.80	68.00	普通合伙人
2	陈耿豪	3.20	32.00	有限合伙人
合计		<b>10.00</b>	<b>100.00</b>	

根据《樟树市微讯电投资管理中心（有限合伙）合伙协议》，樟树微讯电的利润或亏损由合伙人依照出资比例分配或分担。同时，樟树微讯电不存在以非公开发行募集资金的情况，其对外投资系由执行事务合伙人按照合伙协议自主决策，未委托基金管理人管理其资产，亦未接受委托管理他人资产。樟树微讯电不属于私募投资基金或私募投资基金管理人，无需按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定履行登记备案程序。

### (2) 微传播

截至本公开转让说明书签署之日，微传播持有公司 225 万股，占公司股本总额的 45.00%。

微传播成立于 2003 年 12 月 12 日，截至本公开转让说明书签署之日，微传

播法定代表人为周驹悦，住所：北京市海淀区农大南路1号院5号楼5层503，经营范围为：技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；市场调查；经济贸易咨询；投资咨询；企业管理咨询；企业策划、设计；公共关系服务；教育咨询；文化咨询；设计、制作、代理、发布广告；计算机技术培训；基础软件服务、应用服务、计算机系统服务；数据处理；销售计算机、软件及辅助设备、通讯设备；互联网信息服务（不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械、电子公告服务）；从事互联网文化活动。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

截至2017年6月30日，微传播的前10大股东为：

序号	名称	期末持股数量	期末持股比例（%）
1	周驹悦	13,250,000	25.38
2	陈双庆	7,126,000	13.65
3	龚晓明	6,782,000	12.99
4	珠海互娱在线一期移动互联网投资基金（有限合伙）	3,929,975	7.53
5	刘彬	2,800,125	5.36
6	龙曦	2,415,000	4.63
7	珠海广发互联网时尚产业基金（有限合伙）	2,197,802	4.21
8	深圳前海互兴资产管理有限公司—前海互兴投资基金11期	2,054,945	3.94
9	张坤城	1,994,000	3.82
10	刘昕	1,924,000	3.69
合计		<b>44,473,847</b>	<b>85.20</b>

微传播为全国股份转让系统挂牌公司（证券代码：430193），主营业务为互联网自媒体营销及互联网广告业务，微传播未以非公开方式向投资者募集资金而设立，其资产并未由基金管理人进行管理，不属于私募基金或私募基金管理人，无需按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及

《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定履行登记备案程序。

### （三）股东之间关系

公司股东郑皓青持有股东樟树微讯电 68% 的合伙份额，担任樟树微讯电的执行事务合伙人，除此之外，公司股东之间不存在其他关联关系。

### （四）公司控股股东及实际控制人

#### 1、控股股东、实际控制人的认定理由和依据

##### （1）控股股东

公司控股股东为樟树微讯电，樟树微讯电持有公司 274.95 万股，占股本总额的 54.99%。

依据《中华人民共和国公司法（2013 年修订）》第 216 条之“（二）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”，樟树微讯电所持股份比例超过 50%，故认定其为公司的控股股东。

##### （2）实际控制人

公司的实际控制人为郑皓青。

公司的实际控制人为郑皓青。郑皓青现直接持有公司 0.01% 的股权，通过樟树微讯电间接控制公司 54.99% 的股权，合计控制公司 55.00% 的股权。另外，郑皓青现任公司董事长兼总经理，公司五名董事会成员中郑皓青提名三名，能够有效控制公司的日常经营方针及重大决策，对公司拥有控制权，因此认定郑皓青为公司的实际控制人。

#### 2、控股股东及实际控制人基本情况

**郑皓青**，董事长兼总经理，男，中国国籍，无境外永久居留权，1984 年 5 月生，硕士学历，2017 年毕业于上海财经大学，2004 年 9 月至 2008 年 7 月就读



于华南理工大学经济学专业，获得学士学位；2008年9月至2014年3月就职于招商证券广州天河北营业部，任高级投资顾问，2014年3月至今就职于广州微讯电企业管理咨询有限公司，任总经理；2014年9月至2017年7月就读于上海财经大学MBA；现任股份公司董事长兼总经理，任期3年，自2017年7月至2020年7月。

### 3、控股股东及实际控制人近两年内变化情况

报告期内，2014年11月前公司股东为朱国强和陈耿豪，股东分别持股50%，独立行使表决权，均不能独立对公司实施控制，公司不存在控股股东和实际控制人。2014年11月，朱国强、陈耿豪分别将其持有的公司50%、18%的股权转让给郑皓青，本次转让后郑皓青持有公司68%的股权，能够对公司实施控制，且郑皓青担任公司执行董事兼总经理，为公司的控股股东和实际控制人。2016年2月，郑皓青、陈耿豪分别将其67.99%、32%的股权转让给樟树微讯电，本次股权转让后，樟树微讯电共持有公司99.99%的股权，郑皓青直接持有公司0.01%的股权，且担任樟树微讯电的执行事务合伙人，郑皓青直接和间接控制公司100%的股权，因此，公司控股股东变更为樟树微讯电，实际控制人仍为郑皓青。截至本公开转让说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人未发生变化。

### 4、控股股东及实际控制人合法合规情况

公司的控股股东、实际控制人最近24个月内不存在重大违法违规行为。

## （五）公司设立以来股本的形成及变化情况

### 1、有限责任公司的设立

2011年12月30日，自然人陈耿豪、罗展恒、朱国强共同签署《广州微讯电企业管理咨询有限责任公司章程》，分别以货币资金3.333万元、3.333万元、3.334万元作为出资共同设立了广州微讯电企业管理咨询有限公司。

2011年12月30日，广州市开虹会计师事务所出具了穗虹验字（2011）第120281号《验资报告》，经验证，截止2011年12月30日，微讯电（筹）已收到股东陈耿豪、罗展恒、朱国强缴纳的注册资本合计人民币拾万元，出资方式为货币资金。

2012年1月9日，经广州市工商行政管理局天河分局登记注册，有限公司取得注册号为440106000549030的《企业法人营业执照》，有限公司正式成立，注册资本为10万元，法定代表人为朱国强，住所为广州市天河区假日新街瀛丰商务酒店4楼450室。有限公司的经营范围为：企业管理咨询；市场营销策划；设计、制作、代理、发布广告；商品信息咨询；网络技术的研究、开发；批发和零售贸易（国家专营专控项目除外）。

有限公司设立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	陈耿豪	3.333	3.333	33.33	货币
2	罗展恒	3.333	3.333	33.33	货币
3	朱国强	3.334	3.334	33.34	货币
合计		10.00	10.00	100.00	--

## 2、有限公司第一次股权转让

2012年3月16日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意以下事项：股东罗展恒将占注册资本总额16.67%的出资额1.667万元转让给陈耿豪，将其占注册资本总额16.66%的出资额1.666万元转让给朱国强。本次转让完成后，朱国强出资5万元，占公司注册资本及实收资本的50%；陈耿豪出资5万元，占公司注册资本及实收资本的50%。

2012年3月16日，以上各方签订了《股东转让出资合同书》，罗展恒将注册资本总额16.67%的出资1.667万元以1.667万元的价格转让给陈耿豪，将其注册资本总额16.66%的出资1.666万元以1.666万元的价格转让给朱国强。**陈耿豪、朱国强已分别使用自有资金支付上述股权受让款。**

2012年3月30日，有限公司就上述事项在广州市工商行政管理局天河分局办理了变更登记手续。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	陈耿豪	5.00	5.00	50.00	货币

2	朱国强	5.00	5.00	50.00	货币
合 计		<b>10.00</b>	<b>10.00</b>	<b>100.00</b>	--

### 3、有限公司第一次增加注册资本

2012年9月10日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意有限公司注册资本增加至100万元，其中陈耿豪新增出资45万元，朱国强新增出资45万元。

2012年9月18日，广州振和会计师事务所有限公司出具广和验字（2012）A1201号《验资报告》，经验证，截止2012年9月14日，微讯电已收到股东陈耿豪、朱国强缴纳的新增注册资本（实收资本）合计人民币90万元（大写：玖拾万元整）。陈耿豪出资45万元，朱国强出资45万元，出资方式为货币资金。陈耿豪和朱国强已使用自有资金缴纳上述增资款。

2012年9月25日，有限公司就上述事项在广州市工商行政管理局天河分局办理了工商变更登记。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	陈耿豪	50.00	50.00	50.00	货币
2	朱国强	50.00	50.00	50.00	货币
合 计		<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	--

### 4、有限公司第二次股权转让

2014年11月30日，股东朱国强同意将其持有的50万元出资以50万元的价格转让给郑皓青，股东陈耿豪同意将其持有的18万元出资以18万元的价格转让给郑皓青，各方均签署了《股权转让协议书》，郑皓青已使用自有资金支付股权转让款。

因郑皓青、陈耿豪和朱国强为同学关系，相互比较熟悉，上述股权转让协议签署后未及时进行工商备案登记，2015年11月24日，有限公司召开股东会，对上述转让进行确认同意：朱国强将占公司注册资本50%共50万元的出资额转让给郑皓青；陈耿豪将占公司注册资本18%共18万元的出资额转让给郑皓青。

2015年11月27日，有限公司就上述事项在广州市海珠区工商行政管理局

补办了变更登记手续。办理本次工商备案时转受让双方重新签署了《股权转让协议》，工商备案的股权转让协议转让价格为0元，实际转让价格为1元/出资额，本次备案的股权转让协议转让价格与实际转让价格存在不一致的情形。但鉴于本次股权转让未出现溢价，不存在税务风险，且本次股权转让已补充履行必要程序，转受让双方已实际履行完毕转受让手续且无纠纷或潜在纠纷，上述股权转让合法有效。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	陈耿豪	32.00	32.00	32.00	货币
2	郑皓青	68.00	68.00	68.00	货币
合计		100.00	100.00	100.00	--

#### 5、有限公司第三次股权转让

2016年2月3日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意以下事项：陈耿豪将占公司注册资本32%共32万元的出资额以32万元的价格转让给樟树市微讯电投资管理中心；郑皓青将其占公司注册资本67.99%共67.99万元的出资额以67.99万元的价格转让给樟树市微讯电投资管理中心。

由于陈耿豪、郑皓青为樟树市微讯电投资管理中心（有限合伙）的合伙人，分别持有樟树微讯电32%和68%的合伙份额，本次股权转让的目的为陈耿豪、郑皓青进行个人税务筹划，上述股权转让价款实际未支付。

2016年2月3日，陈耿豪、郑皓青与樟树市微讯电投资管理中心签订了《股权转让协议》。

2016年2月6日，有限公司就上述事项在广州市海珠区工商行政管理局办理了变更登记手续。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	樟树微讯电	99.99	99.99	99.99	货币

2	郑皓青	0.01	0.01	0.01	货币
合 计		<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	--

#### 6、有限公司第四次股权转让

2016年4月15日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意以下事项：原股东樟树市微讯电投资管理中心将占公司注册资本15%共15万元出资额转让给微传播（北京）网络科技股份有限公司，转让价款为750万元。

2016年4月12日，樟树市微讯电投资管理中心与微传播（北京）网络科技股份有限公司签订了《股东转让出资合同书》并已实际履行。**微传播已使用自有资金支付上述股权转让款。**

2016年4月14日，有限公司就上述事项在广州市海珠区工商行政管理局办理了变更登记手续。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	樟树微讯电	84.99	84.99	84.99	货币
2	微传播	15.00	15.00	15.00	货币
3	郑皓青	0.01	0.01	0.01	货币
合 计		<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	--

#### 7、有限公司第五次股权转让

2017年5月19日，有限公司股东会作出决议，同意原股东樟树市微讯电投资管理中心将其占公司注册资本30%共30万元出资额转让给微传播（北京）网络科技股份有限公司，转让价款为1500万元。

樟树市微讯电投资管理中心（有限合伙）、微传播（北京）网络科技股份有限公司、广州微讯电企业管理咨询有限公司、郑皓青和陈耿豪签署了《樟树市微讯电投资管理中心（有限合伙）与微传播（北京）网络科技股份有限公司及郑皓青、陈耿豪关于广州微讯电企业管理咨询有限公司之股权转让协议》，并已实际履行。**微传播已使用自有资金支付上述股权转让款。**

2017年5月19日，有限公司就上述事项在广州市海珠区工商行政管理局办

理了变更登记手续。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	樟树微讯电	54.99	54.99	54.99	货币
2	微传播	45.00	45.00	45.00	货币
3	郑皓青	0.01	0.01	0.01	货币
合计		<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	--

2017年5月8日，樟树市微讯电投资管理中心（有限合伙）（以下简称“甲方”）、微传播（北京）网络科技股份有限公司（以下简称“乙方”）、广州微讯电企业管理咨询有限公司（以下简称“丙方”）、郑皓青（以下简称“丁方一”）和陈耿豪（以下简称“丁方二”）签署了《樟树市微讯电投资管理中心（有限合伙）与微传播（北京）网络科技股份有限公司及郑皓青、陈耿豪关于广州微讯电企业管理咨询有限公司之股权转让协议》（以下简称“股权转让协议”），微传播以1500万元受让樟树市微讯电持有的微讯电30%的股权，同时，在股权转让协议约定了利润承诺及补充条款，条款的主要内容如下：

“7.1 甲方及丁方共同承诺微讯电经审计的年底税后净利润（该处及本协议所称“净利润”均指经有证券从业资格的会计师事务所审计后归属于微讯电公司所有者的扣除非经常性损益后的税后净利润）应满足以下条件：

2016年度净利润不低于500万元人民币，2016年至2017年度两年累积净利润不低于1500万元人民币，2016年度至2018年度三年累积净利润不低于2800万元。

7.2 在甲、丁方上述7.1承诺的基础上，如微讯电实际实现的净利润与承诺值存在差异的，按照如下原则处理：

如果微讯电2016年度实现净利润、2016年至2017年度两年累积实际净利润、2016年至2018年度三年累积实际净利润低于相应承诺净利润，即分别低于500万元、1500万元、2800万元人民币的，则甲方需按当年期末累积未完成额（即当年期末累积承诺净利润减去当期期末累积实际净利润额所得）占2016、

2017、2018 年三年累积承诺净利润总额（即 2800 万元）的比例乘以乙方 2250 万元投资款减去已补偿乙方价款等值折算补充返还乙方，即：

当年补偿返还乙方的价款=（当年期末累积承诺净利润额-当年期末累积实际净利润额）/2800 万元\*2250 万元-已补偿乙方的价款

甲方补充返还乙方的价款，优先以微传播股票（按初次交易时的 25 元人民币每股的价格折算）补充返还，如甲方所拥有微传播股票不足以补充返还的，不足部分甲方以现金补充返还乙方。

当年补偿返还股票数={（当年期末累积承诺净利润额-当年期末累积实际净利润额）/2800 万元\*2250 万元-已补偿乙方的价款}/25

7.3 承诺期结束后，如微讯电 2016、2017、2018 年三年累积实际净利润总额超过 2016、2017、2018 年三年累积承诺净利润总额（2016、2017、2018 年三年累积实际净利润总额超过 2800 万元），则乙方同意将 7.2 中甲方已实际支付乙方的补偿价款，返回甲方。

7.4 有证券从业资格的会计师事务所对公司出具 2016、2017、2018 年任一年度审计报告之后，若发生 7.2 条所规定的事项，乙方可要求甲方进行利润补偿，具体如下：乙方在业绩承诺期内每个年度报告出具后 10 日内以书面方式通知甲方，甲方应在接到乙方通知后一个月内完成利润补偿。

7.6 补偿条件一旦触发，除非乙方书面放弃，乙方一直享有要求甲方进行补偿的权利。

7.7 丁方对甲方应向乙方承担的利润补偿义务承担连带责任（即当甲方不履行或不能完全履行应向乙方承担的利润补偿义务时，乙方有权要求丁方承担连带责任，丁方不得有任何异议）。”

主办券商核查意见：公司股东在股权转让协议中约定的上述利润承诺及补充条款系股东真实意思表示，微电互动不承担任何涉及上述条款的约定义务，上述条款不违反法律法规的规定，合法合规。

## 8、有限公司整体变更为股份公司

2017年7月12日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意有限公司拟以2017年5月31日为基准日，以不高于经审计账面净资产折股，整体变更为股份有限公司。

根据广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）2017年7月11日出具的广会审字【2017】G17030480022号《审计报告》（审计基准日为2017年5月31日），有限公司经审计账面净资产为10,605,390.99元；根据广东联信资产评估土地房地产估价有限公司2017年7月12日出具的联信（证）评报字[2017]第A0384号《广州微讯电企业管理咨询有限公司拟整体变更设立股份有限公司事宜所涉及其经审计后全部资产及相关负债资产评估报告》（评估基准日为2017年5月30日），有限公司净资产评估值为1,114.74万元。公司股份总数依据上述有限公司经审计的净资产值折股，股本1,000,000元，净资产折股后剩余9,605,390.99元计入资本公积。

2017年7月12日，公司三名股东签订了《发起人协议书》。

2017年7月27日，公司三名股东作为发起人召开创立大会，审议同意：（1）通过了关于广州微讯电企业管理咨询有限公司整体变更为微电互动（广州）网络科技有限公司的议案，以公司经审计的净资产10,605,390.99元中的1,000,000.00元折算为股份公司股份，每股面值1元，其余9,605,390.99元计入资本公积金，股份公司总股本为1,000,000股；（2）审议通过了《微电互动（广州）网络科技有限公司章程》及有限公司变更设立股份公司的相关议案；（3）选举郑皓青、丁媛、杨春花、肖鹏、贾睿乔等五名董事组成公司第一届董事会；（4）选举段卓东、李婷婷为股东代表监事，与经职工代表大会选举产生的监事潘智威共同组成公司第一届监事会。

2017年7月27日，广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）出具了广会验字【2017】G17030480033号《验资报告》，对股份公司整体变更的净资产折股进行验证，确认公司已收到全体股东缴纳的注册资本100万元。

2017年8月22日，股份公司取得了广州市工商行政管理局颁发的统一社会信用代码为914401055895053857的《营业执照》，股份公司正式成立。公司注册资本100万元，法定代表人为郑皓青，住所为广州市越秀区广州大道中307



号 C 栋第 47 层 02 房，经营范围为：软件开发；信息技术咨询服务；网络技术的研究、开发；广告业；企业管理咨询服务；市场营销策划服务；商品信息咨询服务；美术图案设计服务；多媒体设计服务。

股份公司股东及持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
1	樟树微讯电	549,900	54.99	净资产
2	微传播	450,000	45.00	净资产
3	郑皓青	100	0.01	净资产
合计		1,000,000	100.00	---

### 9、股份公司第一次增资

2017 年 7 月 27 日，股份公司召开第一届董事会第一次会议，审议通过《增加注册资本的议案》和《修改章程的议案》，同意公司注册资本增加至 500 万元，樟树市微讯电投资管理中心、微传播（北京）网络科技有限公司和郑皓青分别与公司签署《认购协议》，以每股人民币 1 元，分别认购 2,199,600 股、1,800,000 股和 400 股。

2017 年 8 月 15 日，股份公司召开 2017 年第二次临时股东大会，审议通过上述议案。各股东已分别使用自有资金向公司缴付上述增资款。

2017 年 8 月 29 日，股份公司就上述事项在广州市工商行政管理局办理了变更登记手续。

本次变更后，股东出资情况如下：

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）	出资形式
1	郑皓青	500	0.01	净资产、货币
2	樟树市微讯电投资管理中心	2,749,500	54.99	净资产、货币
3	微传播（北京）网络科技有限公司	2,250,000	45.00	净资产、货币
合计		5,000,000	100.00	

截至本公开转让说明书签署之日，股份公司股权结构未发生变化。

## （六）子公司历史沿革和分公司基本情况

### 1、子公司历史沿革

截至本公开转让说明书签署之日，公司持有上海追鹏信息科技有限公司100%的股权，上海追鹏信息科技有限公司的基本情况如下：

名称	上海追鹏信息科技有限公司
经营场所	上海市嘉定区真南路4268号2幢J1986室
法定代表人	郑皓青
注册资本	100万元
公司类型	有限责任公司
经营范围	从事信息技术、网络技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，企业管理咨询，市场营销策划，设计、制作、代理各类广告，美术创作服务，多媒体设计服务，软件开发。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
成立日期	2016年12月5日
统一社会信用代码	91310114MA1GTQLJ1T

上海追鹏信息科技有限公司的历史沿革如下：

#### （1）上海追鹏的成立

2016年11月14日，广州微讯电企业管理咨询有限公司签署《上海追鹏信息科技有限公司章程》，决定成立上海追鹏，上海追鹏注册资本为100万元。

2016年12月5日，经上海市嘉定区市场监督管理局核准，上海追鹏取得统一社会信用代码为91310114MA1GTQLJ1T的《企业法人营业执照》，公司正式成立，注册资本为100万元，法定代表人为郑皓青，住所为上海市嘉定区真南路4268号2幢J1986室。公司的经营范围为从事信息技术、网络技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，企业管理咨询，市场营销策划，设计、制作、代理各类广告，美术创作服务，多媒体设计服务，软件开发。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

公司设立时股权结构如下：

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

1	广州微讯电企业管理咨询有限公司	100.00	100.00	100.00	货币
合 计		100.00	100.00	100.00	--

截至本公开转让说明书签署之日，上海追鹏的股权结构未发生变化，设立程序合法合规。

## 2、分公司基本情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司全资子公司上海追鹏拥有一家分公司，分公司的基本情况如下：

(1) 上海追鹏信息科技有限公司广州分公司的基本情况如下：

名称	上海追鹏信息科技有限公司广州分公司
经营场所	广州市越秀区广州大道中307号C栋第47层02房
负责人	郑皓青
公司类型	有限责任公司分公司
经营范围	软件开发;企业管理咨询服务;美术图案设计服务;信息技术咨询服务;网络技术的研究、开发;多媒体设计服务;广告业;商品信息咨询服务;市场营销策划服务
成立日期	2016年12月26日
统一社会信用代码	91440101MA59HBF105

## (七) 公司设立以来重大资产重组情况

公司自设立以来未发生过重大资产重组事项。

## 四、公司董事、监事、高级管理人员基本情况

### (一) 公司董事

公司第一届董事会由五名董事组成，任期自 2017 年 7 月 27 日至 2020 年 7 月 27 日。

公司董事基本情况如下：

**郑皓青**，董事长兼总经理，简历详见本节“三、公司股权结构、股东以及股本演变情况”之“（四）公司控股股东及实际控制人”。

**丁媛**，董事兼董事会秘书，女，中国国籍，无境外永久居留权，1987年12月生，硕士学历，2012年毕业于中南大学；2005年9月至2009年6月就读于中南大学工商管理专业，2009年9月至2012年3月就读于中南大学管理科学与工程专业，2012年4月至2015年3月就职于广州维动网络科技有限公司，任数据挖掘工程师，2015年6月至2017年6月就职于畅想互娱（北京）科技有限公司，任数据分析师，2017年7月至今就职于广州微讯电企业管理咨询有限公司，任董事会秘书；现任股份公司董事兼董事会秘书，任期3年，自2017年7月至2020年7月。

**杨春花**，董事，女，中国国籍，无境外永久居留权，1990年1月生，本科学历；2005年9月至2009年7月就读于北京财经学校计算机专业，2010年2月至2015年1月就读于北京师范大学金融学专业，2010年7月至2011年6月就职于北京世标认证中心有限公司，任财务，2011年6月至2012年9月就职于厦门前网（北京）科技有限公司，任商务，2012年10月至2015年12月就职于北京中清龙图网络科技有限公司，任商务，2016年1月至今就职于微传播（北京）网络科技有限公司，任董事会办公室专员；现兼任股份公司董事，任期3年，自2017年7月至2020年7月。

**肖鹏**，董事，男，中国国籍，无境外永久居留权，1994年3月生，本科学历，2016年毕业于北京联合大学，2016年5月至今就职于微传播（北京）网络科技有限公司，任出纳；现兼任股份公司董事，任期3年，自2017年7月至2020年7月。

**贾睿乔**，董事，男，中国国籍，无境外永久居留权，1986年11月生，大专学历，2008年6月毕业于湖北民族学院；2008年7月至2009年2月就职于武汉速度汽车杂志社，任发行部 广告销售，2009年3月至2011年3月就职于深圳智德广告有限公司，任广告客户经理，2011年6月至2012年6月就职于北京港品精厨餐饮管理有限公司，任总经理，2012年8月至2014年8月就职于北京玄品传媒广告有限公司，任销售总监，2014年10月至今就职于广州微讯电企业管理咨询有限公司，任运营总监；现任股份公司董事，任期3年，自2017年7月至2020年7月。

## （二）公司监事

公司第一届监事会由三名监事组成，其中段卓东、张雯为股东监事，潘智威为职工代表监事，公司监事基本情况及任期如下：

**段卓东**，监事会主席，男，中国国籍，无境外永久居留权，1983年1月生，专科学历，2002年7月毕业于锦州师范学院；2002年5月至2011年9月就职于北京百味林食品销售有限公司，任会计，2011年9月至2013年11月就职于阜新市复兴玻璃有限公司，任会计，2013年11月至2014年6月就职于北京微赢互动科技有限公司，任会计，2014年6月至今就职于微传播（北京）网络科技有限公司，任出纳；现任股份公司监事，任期3年，自2017年7月至2020年7月。

**张雯**，监事，女，中国国籍，无境外永久居留权，1982年11月生，大专学历，2005年1月毕业于北京信息职业技术学院；2005年1月至2017年3月，待业，2007年4月至2009年3月，就职于北京腾信互动广告有限公司，任销售助理，2009年4月至2011年5月，待业，2011年6月至2012年6月，就职于北京龙拓互动国际资讯有限公司，任客户经理，2012年7月至2013年6月，就职于浙江业联科技有限公司，任商务主管，2013年7月至2014年6月，待业，2014年7月至2015年9月，就职于子群互动网络技术（北京）有限公司，任客户经理，2015年10月至今，就职于微传播（北京）网络科技有限公司，任高级客户经理；现任股份公司监事，任期自2017年10月至2020年7月。

**潘智威**，监事，男，中国国籍，无境外永久居留权，1985年8月生，本科学历，2015年1月毕业于广州美术学院；2004年9月至2007年9月就读于广州大学华软软件学院学校数码三维设计专业，2009年3月至2012年5月就职于广州市黄浦电力器材工程公司，任平面设计员，2012年7月至2015年8月就职于广州程朗贸易有限公司，任网站运营设计师，2016年2月至今就职于广州微讯电企业管理咨询有限公司，任设计总监；现任股份公司监事，任期3年，自2017年7月至2020年7月。

## （三）公司高级管理人员

根据《公司章程》第十条的规定，公司高级管理人员是指公司的总经理、董事会秘书及财务负责人，公司高级管理人员共三名，高级管理人员基本情况如下：

**郑皓青**，董事长、总经理，简历详见本节“三、公司股权结构、股东以及股本演变情况”之“（四）公司控股股东及实际控制人”。

**丁媛**，董事、董事会秘书，简历详见本节“（一）公司董事”。

**肖嘉欣**，财务负责人，女，中国国籍，无境外永久居留权，1984年5月生，本科学历，2010年1月毕业于中山大学；2006年11月至2013年7月就职于广东星辉天拓互动娱乐有限公司，任财务主管，2013年8月至2016年4月就职于广州天拓网络技术有限公司，任财务经理，2016年5月至2017年6月就职于畅想互娱（北京）科技有限公司，任财务主管，2017年7月至今就职于广州微讯电企业管理咨询有限公司，任财务总监；现任股份公司财务总监。

## 五、报告期主要会计数据及主要财务指标

项目	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
资产总计（万元）	1,188.12	940.65	542.03
股东权益合计（万元）	1,098.18	885.14	369.34
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	1,098.18	885.14	369.34
每股净资产（元）	10.98	8.85	3.69
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	10.98	8.85	3.69
资产负债率（母公司）	3.04%	5.78%	31.86%
流动比率（倍）	13.16	16.77	3.02
速动比率（倍）	13.16	16.77	3.02
项目	2017年1-5月	2016年度	2015年度
营业收入（万元）	648.90	1,666.41	826.41
净利润（万元）	213.04	758.70	212.02
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	213.04	758.70	212.02
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	213.06	735.35	212.15

归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	213.06	735.35	212.15
毛利率（%）	48.83	64.95	60.91
净资产收益率（%）	21.48	120.96	80.51
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	21.48	117.24	80.56
基本每股收益（元/股）	2.13	7.59	2.12
稀释每股收益（元/股）	2.13	7.59	2.12
应收帐款周转率（次）	1.99	8.09	10.66
存货周转率（次）	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	181.43	304.07	298.00
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	1.81	3.04	2.98

注 1：除特别说明，主要会计数据和财务指标为合并口径数据。

注 2：净资产收益率、每股收益计算公式参照《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。

注 3：每股净资产的计算公式为：每股净资产=各报告期末净资产额/股本。

注 4：每股经营活动现金流量的计算公式为：每股经营活动现金流量=各报告期内经营活动现金流量产生的净额/加权平均股本，分母的计算方法参考每股收益计算公式中分母计算方法。

## 六、本次挂牌的有关机构

### （一）主办券商

名称：东北证券股份有限公司  
 法定代表人：李福春  
 注册地址：长春市生态大街 6666 号  
 办公地址：北京市西城区锦什坊街 28 号恒奥中心 D 座 5 层  
 电话：010-68573828  
 传真：010-68573837  
 项目负责人：何明宇

项目组成员：何明宇、刘思婷、周纹羽、程雯

## （二）律师事务所

名称：北京观韬中茂（上海）律师事务所  
负责人：韩丽梅  
住所：上海市飞虹路 360 弄 9 号 3608M、3609M 室  
电话：021-31359919  
传真：（86-21）-31359929  
经办律师：魏云、刘彦辛

## （三）会计师事务所

名称：广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）  
执行事务合伙人：蒋洪峰  
住所：广州市越秀区东风东路 555 号 1001-1008 房  
电话：020-83939698  
传真：020-83800977  
经办注册会计师：洪文伟、郭小军

## （四）资产评估机构

名称：广东联信资产评估土地房地产估价有限公司  
法定代表人：陈喜佟  
住所：广州市越秀区越秀北路 222 号 16 楼  
电话：020-83642123  
传真：020-83642103  
经办人员：潘赤戈、张晗

## （五）证券登记结算机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司北京分公司  
住所：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层  
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：谢庚



住    所：    北京市西城区金融大街丁 26 号  
电    话：    010-63889512  
邮    编：    100033

## 第二节 公司业务

### 一、公司主要业务、主要产品（服务）及其用途

#### （一）主要业务

微讯电主要从事社交媒体整合营销服务。这种社交媒体整合营销业务是在公司多年积累的社交媒体用户习惯，用户偏好的知识储备的基础上，市场上的海量资源的支持下，结合团队丰富的营销策划、组织运营的项目经验，为客户提供的一种社交媒体营销的全案服务。服务内容主要包括社交媒体账户的代运营、社交媒体活动的策划推广，微信技术开发、新媒体大号投放等。

整个营销整合过程需要经历深入了解顾客需求、设立营销目标、消费者属性素描、分析传播路径、定位消费者踪迹、制定营销策略、媒介选择计划、方案执行、结案九个步骤，寻找社会化营销过程中客户面临的最大的传播挑战、最有价值的消费者群体、消费者可能接受的传播模式和消费者的消费决策，确定吸引消费者的内容与形式、营销过程采用的媒体通路、方案具体执行计划，最后对整个传播策划的效果进行衡量与反馈。

#### （二）主要产品和服务及用途

##### 1、社交媒体营销活动策划与渠道推广

###### （1）社交媒体营销活动策划

公司结合客户所处行业与目标消费者群体，进行营销活动的策划推广。这其中包括线上话题的互动，利用微信互动、微博话题、新闻事件、游戏、抽奖活动等多种元素激发受众的互动参与。

公司还特别注重线下活动与线上运营的互动，即事件营销，事件营销是现在十分流行的一种传播与市场推广手段，能够为新产品推介、品牌展示创造机会，建立品牌识别和品牌定位，形成一种快速提升品牌知名度与美誉度的营销手段。公司在营销活动中不断提升策划和创意水平，例如邀请红人主播参与线下活动并直播活动，线下粉丝活动、晚会承办与线上软文推广共同作用吸引受众关注，线上活动线下参与增强客户粘性。

由于公司在策划营销方案时会综合考虑营销内容特点、当下热点话题及与用

户共鸣点的结合，因此公司的营销事件能够在短时间内完成人气和流量聚焦，形成热点事件和热门话题，并引发用户进行二次转发以制造裂变效应。

此外，因公司的营销渠道覆盖兼具用户广度和行业深度，因此往往能够实现较好的推广效果和较高的销售转化率。

## （2）资源（媒介）投放

伴随着微信、微博此类移动社交平台的不断完善，赋予每个独立个体自由表达和分享自己观点机会的自媒体、公众号正在逐步取代传统媒体。每个新媒体账号通常有自己的垂直领域，因此新媒体营销通常具有精准、有效、转化率强的特点。

公司与诸多自媒体大 V，KOL 保持良好的合作关系，对这些资源的细分领域影响力有着准确的了解与评估，在结合“客户需求、品牌定位、目标受众”的综合规划后，选择在合适的平台上发布营销软文以达到自己的营销目标。

## （3）Html 5 游戏开发

在传播媒介日新月异的今天，广告形式也变得多种多样，乏味呆板的广告早已被时代的浪潮淘汰，受众更偏好生动有趣的内容。因此各种 H5 互动小游戏受到了市场的广泛欢迎。

公司的技术团队在 H5 互动小游戏方面有着丰富的创造力与想象力，是最早运用微信平台进行小游戏设计的开发团队。他们为客户编写前端的 js&css 代码，完成 Html5 页面交互体验设计，动画与页面样式写定，后端负责逻辑开发、高并发缓存服务开发，接口对接与调试和数据库搭建。运用独特的创意，将游戏与客户的宣传目的巧妙融合起来。

## （4）视频制作与编辑

随着互联网与视频播放技术的深入发展，视频类营销深入人心，传播效果大大超过图片与文字营销。

公司也牢牢把握这一营销趋势，可对外提供视频文案、脚本、拍摄、制作、包装和设计的全流程外包服务。

## 2、社交媒体账户开发与代运营

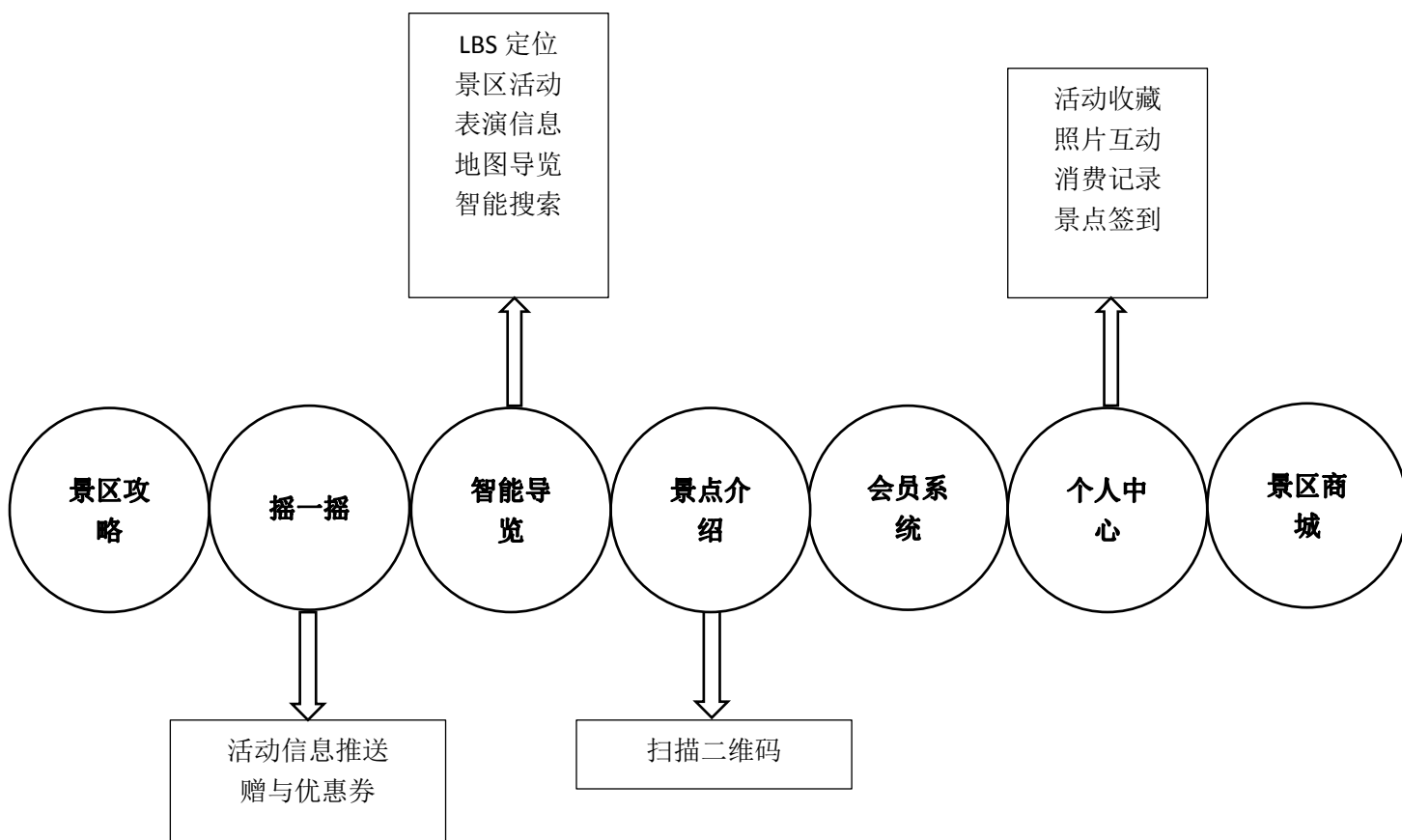
### （1）微信定制化开发解决方案

为方便不同主体对微信公众号、服务号的灵活运用，微信给了第三方技术团

队很大的灵活性进行页面与功能的技术开发。

公司拥有专业的技术团队进行微信自定义菜单与功能应用的规划与开发，有专门的“社会化营销管理系统研究开发平台”，可根据顾客提出的要求设计不同服务模块，包括 LBS 定位功能，订票系统，关键字回复，实时翻译，投票活动，商城系统等，让微信公众平台变成不用下载的手机 App。

例如在旅游服务领域，公司就已经形成了一套较为成熟的技术开发架构，全方位满足旅游景点的官方公众号、服务号的交互需求与业务需要，包括：景区攻略、周边摇一摇（以获得活动信息与相关优惠券）、智能导览（包括景区活动、表演信息推送，地图导览与智能搜索）、二维码景点介绍、会员积分系统、景区商城与适配的个人中心（个人中心专为景区游客设计，为使用者提供活动收藏记录、互动记录、签到与消费记录，以及与线下打印设备匹配的照片打印功能，全面服务于景区旅游）



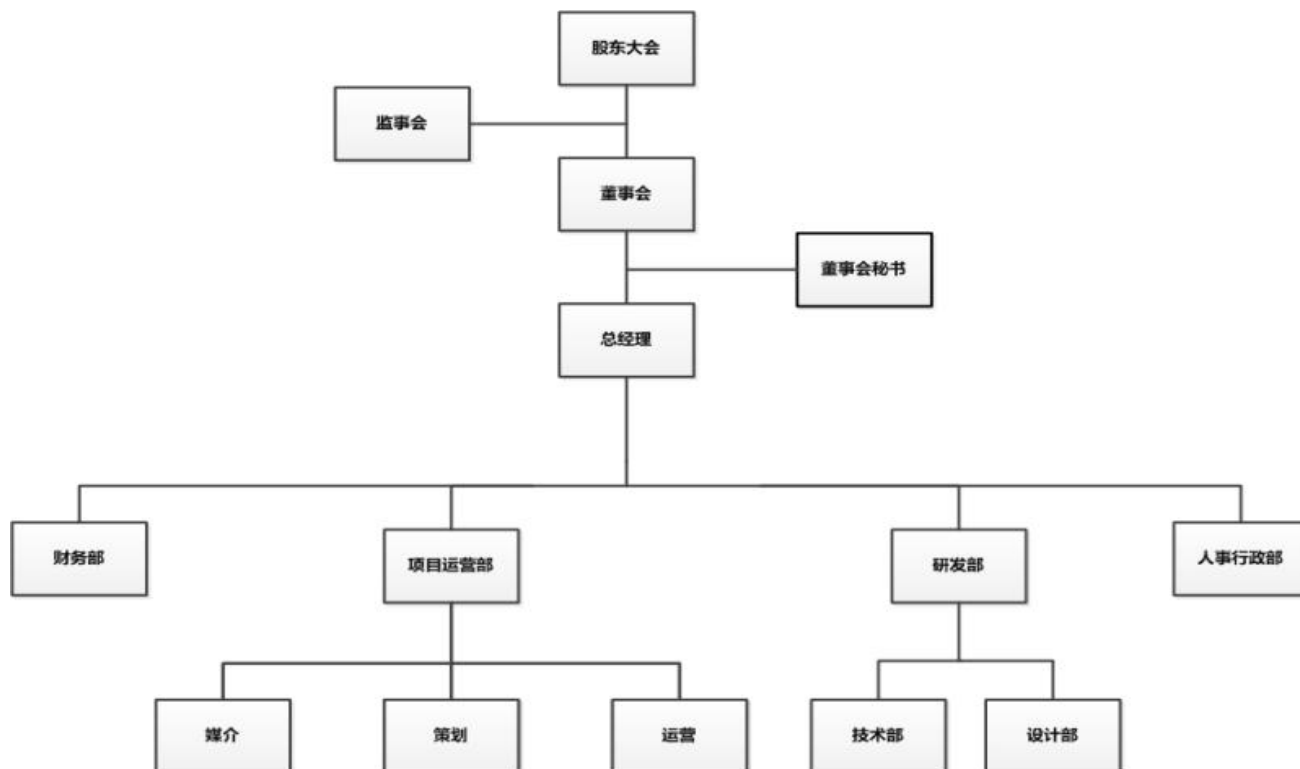
## (2) 社交媒体账号托管代运营

公司项目团队具有丰富的微信、微博企业号运营经验，具备出色的创新能力、

策划能力、组织能力和执行能力。公司提供账户代运营服务的主要形式包括社交媒体形象设计、日常话题制作、创意软文撰写、与粉丝互动（回复私信、评论、转发）、活动信息与推广主题的维护更新。

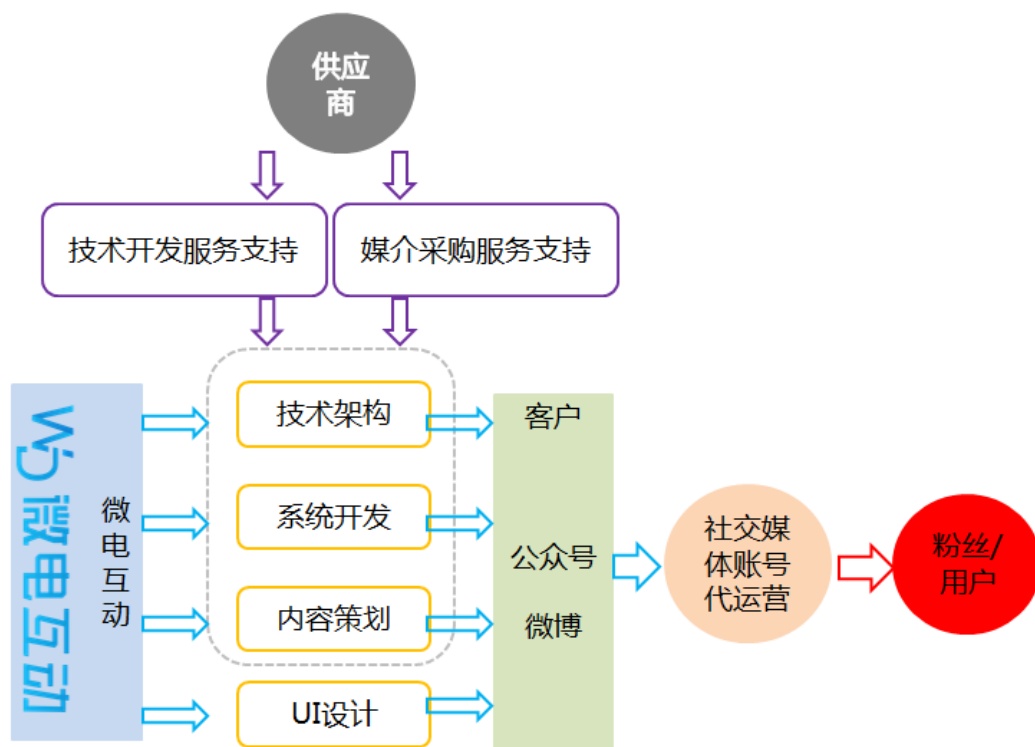
## 二、公司内部组织结构图和业务流程

### （一）公司内部组织结构图

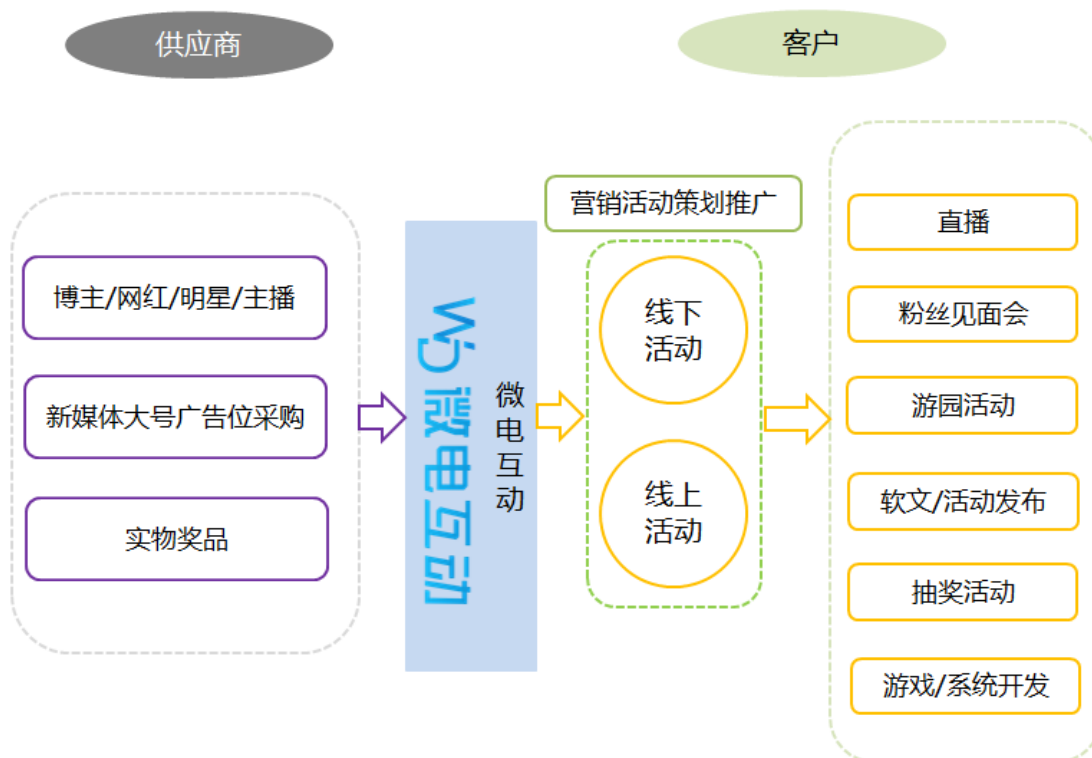


### （二）主要生产或服务流程及方式

#### （1）“社交媒体账户开发与代运营”服务流程



(2) “社交媒体营销活动策划与渠道推广” 服务流程



### 三、公司业务相关的关键资源情况

#### (一) 公司主要产品（服务）的核心技术

##### 1、公司主要产品（服务）的核心技术情况

### （1）社会化营销管理系统研究开发平台

随着移动互联网的兴起，社会化营销已经成为企业营销的一个重要组成部分。和报纸、电视等传统广告不同，社会化营销更依赖于技术开发。通过技术手段，企业可以更有效地管理产品、客户以及沉淀有价值的的数据。所以，公司建立了一个可根据企业客户实际需求规划的功能齐全的社会化营销管理系统研究开发平台。

该平台依托于行业营销的共通性，结合公司的具体特点开发出适用于目标客户的社会化营销管理系统，可有效降低开发成本，快速复制。

社会化营销管理系统开发平台基于 web 的 B/S 结构，系统由应用层、业务处理层、数据连接层、数据存储层等构成，采用当前比较流行的语言 php 编写，运用 Smarty 框架引擎，并结合 web 的最新版 css3、html5 等开发。这一平台使前后端工作更加方便去开发和维护，相互间不会受到影响。

该系统平台可以实现的主要功能模块如下：

- 1) 官网展示模块，包括公司品牌、产品展示，展示内容可包含文字、图片、语音和视频
- 2) 网上商城模块，由商品展示、用户购物车和订单处理等构成
- 3) 导航模块，该模块建立在获取用户的地理位置的基础上继而实现导航功能，具有路径的规划与引导功能
- 4) 客户信息搜集管理模块，包括个人信息填写，图片上传、积分签到、积分兑换、在线互动
- 5) 系统管理模块，包括官网信息管理、商品信息管理，订单管理，用户信息管理

### （2）互动游戏开发平台

互动游戏开发平台主要用于传播类小游戏的个性化开发，基于微信这一社交媒体的开放接口，通过趣味游戏分享的方式达到为客户宣传品牌、推广服务的营销目的。

平台为互动游戏的开发搭建了完整的框架：游戏控制、数据处理、服务端数据处理与数据库。底层框架与逻辑的搭建大大提高了互动小游戏的开发效率，让营销创意能够快速落地，实现经济效益。

该平台还配置有分享激励系统、抽奖系统、用户身份识别和传播检测系统等

多项功能。其中分享激励系统能有效帮助客户完成营销内容的裂变传播；抽奖系统能调动受众的参与积极性，加强线上线下的联动；用户身份识别有利于对用户信息的搜集与后续的大数据分析；传播检测系统对传播路径，不同用户的参与情况进行大数据统计。

平台主要架构如下：

- 1) 游戏层：作为平台架构的核心，游戏集成的设计采用了 MVC 框架模式，使用 html5 标准和 css3 动画技术，还融合了时下较为流行的 canvas 画布等功能，帮助实现游戏的视觉冲击效果；另一方面，为了增强游戏的趣味性，拓宽游戏开发的可选择性，平台引入了陀螺仪、重力感应以及定位系统等多重功能。
- 2) 交互层：用于后台的数据分析与数据记录，让用户拥有更好的体验，也让后台的管理员更好地分析用户浏览的信息，时间与次数
- 3) 管理层：用于后台管理员的管理操作以及编程人员的维护操作，便于两者的良好配合

开发平台定位于“内容策划+视觉设计+交互设计”三位一体，围绕游戏交互和品牌效应这一中心，内容、交互、视觉密不可分，即视觉呈现与交互方法只为更好呈现内容，内容策划、视觉设计与交互设计产生联动。

**公司产品或服务的独特优势。**

#### (1) 线下营销活动与线上社交平台的联动

公司线上线下全渠道营销及场景设计能力，打破传统单一的线上渠道营销的壁垒，整合线上与线下渠道，为用户提供完整的场景体验。营销场景的社交化，让用户与品牌充分互动，并主动参与到品牌的传播过程中，拉近品牌与用户间的距离，与用户 social 起来。

#### (2) 逐步完善的产品和服务的改良与升级体系

在帮助客户运营社交媒体账户的过程中，公司也在不断地发现问题、解决问题，对账户的搭建与后续运营服务进行改进，以更好地满足客户的需求。随着数据与管理经验的不断积累，老客户对公司的依赖度，客户粘性随之提升，公司为潜在的新客户开发运营的社交媒体账户也得以改良完善，对新客户吸引力加强。

## 2、研发基本情况



公司建立了一支具有良好专业水平和丰富经验的技术团队。公司设有技术部门,专门负责微信技术开发,具体包括社交媒体营销系统平台开发以及各类html5游戏设计。截至2017年8月31日,公司及子公司研发人员15名人,占员工总数的34.88%。公司研发团队多次参与旅游行业数字化传播系统与商城类营销系统开发,承担过三星数字化营销管理系统开发,长隆游戏系统开发,积攒下了丰富的行业经验,具有一定的先发优势与竞争力。

2015年、2016年、2017年1-5月,公司及子公司研发费用分别为479,795.90元、1,000,768.57元、405,187.75元,占主营业务收入的比重分别为5.81%、6.01%、6.24%。截至本公开转让说明书签署日,公司及子公司已获得11项软件著作权。

### 3、核心技术人员情况

#### (1) 核心技术人员基本情况

序号	姓名	现任职务	直接持股数(股)	直接持股比例(%)
1	蓝冲	技术总监	0	0
2	陈文天	技术专员	0	0
3	余健兰	技术专员	0	0
合计			0	0

核心技术人员简历如下:

蓝冲,男,30岁,中国籍,汉族,无境外居留权,广西师范大学毕业(2009年9月-2013年9月),2013年1月至2014年2月就职于中国惠众传媒有限公司任技术主管;2014年3月至今就职于公司任技术总监。

陈文天,男,28岁,中国籍,汉族,无境外居留权,广东金融学院金融计算机专业(2009年9月-2013年6月),2013年7月至2016年12月就职于微讯电,2016年12月就职于公司子公司上海追鹏信息科技有限公司广州分公司,任技术部技术员。

余健兰,女,24岁,中国籍,汉族,无境外居留权,广东交通职业技术学院毕业(2012年9月-2015年7月),2015年7月至2016年12月就职于微讯电,2016年12月就职于公司子公司上海追鹏信息科技有限公司广州分公司,任技术部web前端工程师。

## （2）报告期内核心技术人员变化情况及原因

报告期内，公司核心技术人员未发生重大变化。

## （3）核心员工竞业禁止的情况

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

## 4、公司所取得的技术的明细，以及是否存在侵犯他人知识产权情形

截至本公开转让说明书签署日，公司及子公司共获得 11 项软件著作权，其中母公司拥有 10 项，子公司上海追鹏拥有 1 项，均为原始取得，不存在其他单位的职务发明、不侵犯他人知识产权、不存在竞业禁止、不存在产权纠纷或潜在纠纷。公司拥有的知识产权不存在权利瑕疵、权属争议纠纷或权属不明的情形；公司不存在对其他方知识产权的依赖情况。

## 5、高新技术企业复审情况

公司于 2016 年 11 月 30 日取得高新技术企业证书，有效期三年。截至 2017 年 8 月 31 日，公司及子公司技术人才 15 人，占员工总数的 34.88%；2015 年、2016 年、2017 年 1-5 月，公司及子公司研发费用分别为 479,795.90 元、1,000,768.57 元、405,187.75 元，占主营业务收入的比重分别为 5.81%、6.01%、6.24%。

根据 2016 年 2 月 4 日科技部、财政部、国家税务总局关于修订印发《高新技术企业认定管理办法》的通知（国科发火〔2016〕32 号）规定的主要标准：企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%；企业近三个会计年度（实际经营期不满三年的按实际经营时间计算，下同）的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合如下要求：（1）最近一年销售收入小于 5,000 万元（含）的企业，比例不低于 5%；（2）最近一年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元（含）的企业，比例不低于 4%；（3）最近一年销售收入在 2 亿元以上的企业，比例不低于 3%。

公司在满足高新技术企业认定标准的基础之上，将不断引进研发人才、持续增加研发的资金投入，无法通过高新技术企业资格复审的风险较小。

## （二）公司主要无形资产情况

### 1、商标

截至本公开转让说明书签署日，公司不拥有商标权。

### 2、软件著作权

截至本公开转让说明书签署日，公司及子公司已获得11项软件著作权，具体情况如下：

序号	软件名称	证书号	登记号	著作权人	开发完成日期	首次发表日期	权利取得方式	最近一期期末账面价值
1	房地产行业微讯互动传播软件 V1.0	软著登字第 134719 9 号	2016SR168582	有限公司	2013.10.6	2013.12.17	原始取得	-
2	拍照抽奖游戏 V1.0	软著登字第 116425 2 号	2015SR277166	有限公司	2015.12.10	2015.12.11	原始取得	-
3	三行情书挑战赛 V1.0	软著登字第 116424 8 号	2015SR277162	有限公司	2013.12.5	2013.12.5	原始取得	-
4	会议签到软件 V1.0	软著登字第 134719 3 号	2016SR168576	有限公司	2015.12.1	2016.2.20	原始取得	-
5	手机官网系统 V1.0	软著登字第 116424 3 号	2015SR277157	有限公司	2015.12.1	2015.12.2	原始取得	-

6	微信会员管理系统 V1.0	软著登字第 1170435 号	2015S R28 334 9	有限公司	2013.12.25	2013.12.26	原始取得	-
7	微信集成投票系统	软著登字第 1167453 号	2015S R28 036 7	有限公司	2014.12.14	2014.12.15	原始取得	-
8	微信助力分享软件 V1.0	软著登字第 1347196 号	2016S R16 857 9	有限公司	2015.9.10	2015.11.23	原始取得	-
9	眼镜商城管理系统 V1.0	软著登字第 1164187 号	2015S R27 710 1	有限公司	2014.12.22	2014.12.23	原始取得	-
10	移动端朋友圈广告平台 V1.0	软著登字第 1164169 号	2015S R27 708 3	有限公司	2014.12.2	2014.12.3	原始取得	-
11	追鹏微信分销软件 V1.0	软著登字第 1634096 号	2017S R04 881 2	上海追鹏	2016.12.15	2016.12.15	原始取得	-

### 3、专利

截至本公开转让说明书签署日，公司不存在已获得的专利和正在申请中的专利。

### 4、非专利技术

截至本公开转让说明书签署日，公司不存在非专利技术。

### 5、网络域名

截至本公开转让说明书签署日，公司拥有一项网络域名，具体情况如下：

序号	域名	所有者	备案号	最近一期末账面价值
1	www.weixunyidong.com	股份公司	粤 ICP 备 13027013 号-1	-

## 6、土地使用权

截至本公开转让说明书签署日，公司不拥有土地使用权。

### （三）公司取得的业务资格和资质情况

本公司及子公司拥有一项相关业务资格和资质，具体情况如下：

序号	名称	证明内容	证书编号	发证时间	发证机构	有效期
1	高新技术企业证书	高新技术企业	GR201644003432	2016年11月30日	广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局	三年
2	软件企业证书	软件企业	粤 RQ-2017-0067	2017年6月23日	广东软件行业协会	一年

子公司上海追鹏信息科技有限公司拥有一项相关业务资格和资质，具体情况如下：

序号	名称	证明内容	证书编号	发证时间	发证机构	有效期
1	软件企业证书	软件企业	沪 RQ-2017-0002	2017年2月25日	上海市软件行业协会	有效期一年

公司不存在超越资质、范围经营、使用过期资质以及相关资质将到期的情况。

### （四）公司拥有的特许经营权情况

截至本公开转让说明书签署日，公司不存在拥有特许经营权的情况。

### （五）公司主要生产设备等重要固定资产使用情况

#### 1、主要固定资产

固定资产名称	固定资产原值	累计折旧	成新率（%）
--------	--------	------	--------

运输设备	260,500.00	247,475.00	5.00
------	------------	------------	------

注：成新率=固定资产账面净值/固定资产原值

公司的运输设备为一辆别克汽车和一辆大众汽车。上述固定资产均为正常使用中的资产。

2、截至2017年5月31日，公司运输设备的情况如下：

设备名称	数量	原值（万元）	累计折旧（万元）	成新率（%）
别克汽车	1	15.59	14.81	5.00
大众汽车	1	10.46	9.94	5.00

#### （六）公司员工

截至2017年8月31日，公司及子公司共有员工43人，构成情况如下：

（1）按专业结构划分：

专业结构	人数（人）	占比
管理人员	6	13.95%
其中：财务人员	3	6.98%
研发人员	15	34.88%
策划人员	4	9.30%
运营人员	18	41.86%
合计	43	100.00%

（2）按年龄划分：

年龄	人数（人）	占比
30岁以下	37	86.05%
30-39岁	6	13.95%
合计	43	100.00%

（3）按受教育程度划分：

教育程度	人数（人）	占比
博士或硕士研究生	2	4.65%
本科	20	46.51%

专科	19	44.19%
专科以下	2	4.65%
合计	43	100.00%

公司拥有一支稳定、团结、精干、进取的高素质团队。核心经营管理人员拥有多年的管理和行业经验，对于相关新媒体、新技术的敏感度高，市场意识强烈，熟悉国家相关政策，能很好地把握行业发展；运营人员具有丰富的运营经验，负责客户和业务的开发工作；公司财务人员具有从业资格，能够很好地完成岗位工作；员工中本科及本科以上学历人员占比超过45%，受教育水平较高。公司员工构成与公司资产、业务等具有匹配性，能够胜任和满足公司各项工作需要。

截至2017年8月31日，公司及子公司共有43名员工，公司及子公司已为其中31名员工缴纳了社会保险和公积金，另外12名员工均为公司刚入职新员工，公司正在办理社保和公积金手续中。

#### （七）公司环保事项

根据《关于进一步规范重污染行业生产经营公司申请上市或再融资环境保护核查工作的通知》（环发〔2007〕105号）、《关于印发〈上市公司环保核查行业分类管理名录〉的通知》（环办函〔2008〕373号）等相关法律法规和规范性文件规定，重污染行业包括：光电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、建材、采矿、化工、石化、制药、轻工（酿造、造纸、发酵）、纺织、制革。公司主营业务为互联网广告营销，子公司上海追鹏信息科技有限公司主营业务也是互联网广告营销，均不属于重污染行业。根据《环境保护法》、《环境影响评价法》等法律法规，公司及子公司不需要取得相应的环保资质、履行相应的环保手续。

公司及子公司报告期内在环境保护方面均符合国家和地方有关环境保护法律、法规和规章的要求，不存在因任何环境保护的违法、违规事项或与环境保护有关的其他事项而被环保部门调查、处罚的情形。

#### （八）安全生产情况

公司及子公司所属行业不属于《中华人民共和国产品生产许可证管理条例》所规定的实行生产许可证制度的企业范围，无需取得相关部门的安全生产许可。

报告期内，公司及子公司不存在安全生产方面的事故、纠纷和处罚事项。

#### （九）其他体现所属行业或业态特征的资源要素

公司不存在其他体现所属行业或业态特征的资源要素。

### 四、公司业务收入情况

#### （一）公司业务收入构成及主要产品或服务销售情况

##### 1、按产品分类业务收入构成

单位：元

产品类别	2017年1-5月		2016年		2015年	
	销售收入	占比(%)	销售收入	占比(%)	销售收入	占比(%)
社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	5,262,555.32	81.10	12,227,321.43	73.38	6,305,818.38	76.30
社交媒体账户开发与代运营收入	1,226,396.19	18.90	4,436,823.05	26.62	1,958,344.43	23.70
营业收入	6,488,951.51	100.00	16,664,144.48	100.00	8,264,162.81	100.00

收入构成分析：报告期内，营业收入包括社交媒体账户开发与代运营和社交媒体营销活动策划与渠道推广等收入。

公司报告期内收入主要由账户开发与代运营及社交媒体营销活动策划与渠道推广两大项目构成。随着公司业务的不拓展，2016年主营业务收入有明显的提高。2017年1-5月增长有所放缓主要是由于公司的业务收入主要在暑假以及国庆期间发生。收入结构方面，社交媒体营销活动策划与渠道推广收入占比较高。2016年，公司两项业务收入增长都对总收入增长有积极的推动作用。

##### 2、按地区分类业务构成

单位：元

产品类别	2017年1-5月		2016年		2015年	
	销售收入	占比(%)	销售收入	占比(%)	销售收入	占比(%)
华北以及东北地区	17,596.23	0.27%	92,005.43	0.55%	784,993.19	9.50%



华东地区	159,329.14	2.46%	107,075.47	0.64%	501,849.05	6.07%
华中地区	71,698.11	1.10%		0.00%		0.00%
华南地区	6,240,328.03	96.17%	16,465,063.58	98.81%	6,977,320.57	84.43%
西南以及 西北地区	-	-	-	-	-	-
<b>营业收入</b>	<b>6,488,951.51</b>	<b>100.00</b>	<b>16,664,144.48</b>	<b>100.00</b>	<b>8,264,162.81</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司地处广东省，服务对象主要是广东省内客户，销售收入主要来源于华南地区。公司主要收入是提供媒体广告服务，服务对象可以来自全国各地，在未来发展中，公司将加大市场开拓力度，扩大广州地区以外市场份额。

## （二）公司主要产品或服务消费群体及报告期内前五大客户情况

### 1、公司主要产品或服务的消费群体

公司及子公司主要从事社交媒体整合营销服务，主要客户为对社交媒体营销有需求的各类企业，客户行业分布较为分散，公司正逐渐专注于旅游行业、大消费行业的社交媒体营销服务。

报告期内2015年、2016年和2017年1-5月公司的第一大客户分别为：广州长隆集团有限公司、有米科技股份有限公司和广州长隆集团有限公司。广州长隆集团有限公司主要经营游乐观光业务，需要进行游乐观光活动或项目的线上、线下策划推广服务。有米科技股份有限公司为互联网营销企业，需要采购推广服务，公司与第一大客户的合作模式是根据客户需要为其提供社交媒体营销活动策划和渠道推广服务。报告期内向第一大客户的销售情况分包为4,079,501.74元、4,711,408.70元和2,641,509.36元。2015年和2017年1-5月公司第一大客户广州长隆集团有限公司的业务为公司参加比稿竞标获得，2016年第一大客户有米科技股份有限公司为公司通过商务谈判获得，在上述交易中，公司根据策划活动的具体要求提出报价，经双方谈判后最终确定价格。公司销售模式为直接面对企业客户的直销形式。

### 2、报告期内前五大客户情况

客户名称	服务类别	营业收入（元）	占公司营业总收入的比例（%）
<b>2015年</b>			

广州长隆集团有限公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	4,079,501.74	49.36
北京鹏泰互动广告有限公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入&社交媒体账户开发与代运营收入	706,065.04	8.54
上海百孚思文化传媒有限公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	495,283.02	5.99
延长壳牌（广东）石油有限公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	447,921.85	5.42
深圳世界之窗有限公司	社交媒体账户开发与代运营收入	322,421.69	3.90
<b>合计</b>		<b>6,051,193.33</b>	<b>73.22</b>
<b>2016年</b>			
有米科技股份有限公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	4,711,408.70	28.27
北京鹏泰互动广告有限公司广州分公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入&社交媒体账户开发与代运营收入	2,735,650.03	16.42
广州长隆集团有限公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	2,252,509.38	13.52
广州注意力数字新媒体股份有限公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	2,013,207.49	12.08
珠海长隆投资发展有限公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	801,886.77	4.81
<b>合计</b>		<b>12,514,662.37</b>	<b>75.10</b>
<b>2017年1-5月</b>			
广州长隆集团有限公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	2,641,509.36	40.71

广州注意力数字新媒体股份有限公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	1,171,235.74	18.05
北京鹏泰互动广告有限公司广州分公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入&社交媒体账户开发与代运营收入	599,635.20	9.24
珠海长隆投资发展有限公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	377,358.48	5.82
广州蓝莓荟信息科技有限公司	社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	266,981.13	4.11
合计		<b>5,056,719.91</b>	<b>77.93</b>

2015年度、2016年度、2017年1-5月，公司对前五大客户的销售占比分别为73.22%、75.10%、77.93%，公司前五大客户占总体销售额比例稳定。报告期内各期前五大客户中，广州长隆集团有限公司和珠海长隆投资发展有限公司都属于长隆集团，而广州注意力数字新媒体股份有限公司与广州蓝莓荟信息科技有限公司也都是为长隆集团的业务提供服务。长隆集团业务在2015年度、2016年度、2017年1-5月，分别为公司贡献收入4,079,501.74元、5,067,603.64元、4,457,084.71元，呈现出明显的增长势头。在广告行业中，传统媒体市场占有率正逐步下降，新媒体市场份额不断扩大，公司已积累了丰富的活动策划和推广经验，拥有了一定的媒介资源，客户在新媒体广告的投放预算的不断增长是公司总体业务收入和单客户实现营业收入不断增长的根本原因。公司客户对象构成稳定性及未来变化趋势符合公司的行业与产品经营特征。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其关联方或持有公司5%以上股份的股东在前五大客户中均不占有权益。

### （三）公司主要产品或服务的原材料、能源情况及报告期内前五大供应商情况

#### 1、主要产品或服务的原材料、能源情况

报告期内，公司主要产品或服务的采购成本主要包括媒介资源采购，艺人劳

务服务，活动成本和直接人工，占成本比重如下：

1) 公司社交媒体营销活动策划与渠道推广成本如下：

单位：元

社交媒体营销活动策划与渠道推广营业成本构成	2017年1月-5月		2016年		2015年	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
媒介资源采购成本	1,969,142.55	71.07	3,419,525.38	70.72	2,352,348.20	81.56
艺人劳务服务成本	355,110.07	12.82	454,999.99	9.41	0.00	0.00
活动成本	0.00	0.00	71,548.34	1.48	0.00	0.00
直接人工	446,378.29	16.11	888,944.69	18.39	531,942.82	18.44
<b>合计</b>	<b>2,770,630.90</b>	<b>100.00</b>	<b>4,835,018.40</b>	<b>100.00</b>	<b>2,884,291.02</b>	<b>100.00</b>

成本构成分析：报告期内，公司社交媒体营销活动策划与渠道推广成本由媒介资源采购成本、艺人劳务服务成本、活动成本以及直接人工组成，总成本中媒介资源采购成本占比较大，2015年占比81.56%、2016年占比70.72%、2017年1-5月占比71.07%。媒介采购主要包括采购外部知名公众号服务等。

2) 公司社交媒体账户开发与代运营成本如下：

单位：元

社交媒体账户开发与代运营营业成本构成	2017年1月-5月		2016年		2015年	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
媒介资源采购成本	368,116.23	66.99	746,160.10	74.24	154,553.26	44.61
技术服务外包成本	0.00	0.00	0.00	0.00	7,766.98	2.24
活动成本	27,500.00	5.00	20,546.00	2.04	48,692.00	14.05
直接人工	153,896.32	28.01	238,379.74	23.72	135,469.74	39.10
<b>合计</b>	<b>549,512.55</b>	<b>100.00</b>	<b>1,005,085.84</b>	<b>100.00</b>	<b>346,481.98</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司社交媒体账户开发与代运营营业成本由媒介资源采购成本、技术服务外包成本、活动成本以及直接人工组成，媒介资源采购成本占比较大，2015年占比44.61%、2016年占比74.24%、2017年1月-5月占比66.99%。2016年媒介资源采购成本占比有较大幅度增长主要是因为2016年社交媒体账户开发与代

运营营业收入增长较快，需要利用更多的外部媒体资源，而直接人工变化相对缓慢。

## 2、报告期内前五大供应商情况

报告期内，公司前五大供应商及采购情况具体情况如下：

供应商名称	采购类别	采购金额（元）	占当期采购额的比例（%）
<b>2015 年</b>			
广州优蜜移动科技股份有限公司	媒介资源采购	1,425,113.54	56.67
广州亿传网络科技有限公司	媒介资源采购	776,699.04	30.89
北京正和岛信息科技有限公司	媒介资源采购	94,339.62	3.75
广州市藏马广告有限公司	媒介资源采购	82,524.27	3.28
北京讯达网脉科技有限公司	媒介资源采购	63,874.73	2.54
<b>合计</b>		2,442,551.20	97.13
<b>2016 年</b>			
广州源洞力广告有限公司	媒介资源采购	2,082,330.09	45.07
广州亿传网络科技有限公司	媒介资源采购	922,330.09	19.96
广州欢聚传媒有限公司	网红采购和媒介资源采购	483,301.88	10.46
有米科技股份有限公司	媒介资源采购	311,329.24	6.74
深圳市汇丰联合文化传媒有限公司	媒介资源采购	55,657.00	1.20
<b>合计</b>		3,854,948.30	83.43
<b>2017 年 1-5 月</b>			
广州源洞力广告有限公司	媒介资源采购	504,854.36	18.75
广州欢聚传媒有限公司	网红采购和媒介资源采购	398,018.86	14.78
上海巴九灵文化传播有限公司	媒介资源采购	377,358.48	14.02
广州珑珠文化传播有限公司	媒介资源采购	95,100.00	3.53

深圳市深展投资咨询有限公司	媒介资源采购	88,400.00	3.28
合计		1,463,731.70	54.37

2015年、2016年、2017年1-5月，公司向前五名供应商采购总额占比分别为97.13%、83.43%、54.37%，可以看出公司对前五大供应商的依赖是逐步下降的，2015年对广州优蜜移动的采购额甚至超过了当期采购额的50%，2017年对大型供应商的采购则回落到了占比15%左右，这是因为2015年媒介资源市场还处于发展的早期阶段，资源掌握在少数中介机构手中，而随着这个市场的逐渐成熟，采购渠道也逐步丰富多样起来，向单一供应商的大规模采购因而减少。公司主要对外进行媒介资源采购、艺人劳务服务采购。由于公司对媒介资源的采购主要采取两种型式：一种是根据客户的特点及需求，为客户定向购买移动互联网媒介资源；另一种是对于预计采购量较大的移动互联网媒介资源，公司通常采取签署框架协议的方式。公司报告期内的巨额采购，如对广州优蜜移动科技股份有限公司（2016年3月更名为“有米科技股份有限公司”）、广州源洞力广告有限公司的采购就都是采购量较大的框架协议，有助于公司降低成本。

公司前五大供应商中，广州亿传网络科技有限公司是公司关联方，相关关联交易详见本公开转让说明书第四节“七、（二）关联交易”。除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其关联方或持有公司5%以上股份的股东在前五大供应商中均不占有权益。

#### （四）公司重大业务合同及履行情况

##### 1、销售合同

报告期内，标的金额在70万元以上的销售合同情况如下：

序号	客户名称	合同标的	签署日期/合同期间	合同金额(元)	报告期确认收入金额(元)	合同履行情况
1	有米科技股份有限公司	推广营销	2016年5月24日--2017年5月24日	--	4,433,871.34	履行完毕

2	广州长隆集团有限公司	国庆活动策划推广	2015年9月11日 --2015年9月30日	1,440,000.00	1,037,735.85	履行完毕
3	北京鹏泰互动广告有限公司广州分公司	GalaxyS NS年度运营服务	2016年1月1日 --2016年12月31日	1,096,040.04	1,034,000.02	履行完毕
4	广州注意力数字新媒体股份有限公司	第三节中国国际马戏节自媒体推广	2016年11月10日 --2016年12月10日	1,000,000.00	943,396.20	履行完毕
5	北京鹏泰互动广告有限公司广州分公司	三星电子SNS年度运营服务	2016年1月1日 --2016年12月31日	922,412.04	870,200.02	履行完毕
6	广州长隆集团有限公司	2017水上乐园开园自媒体推广	2017年3月20日 --2017年4月12日	800,000.00	754,716.96	履行完毕
7	广州长隆集团有限公司	欢乐小镇直播推广及开幕式布置服务	2017年1月10日 --2017年1月18日	800,000.00	754,716.96	履行完毕
8	广州长隆集团有限公司	暑假微信公众平台大号推广	2015年7月13日 --2015年8月30日	800,000.00	754,716.96	履行完毕
9	广州注意力数字新媒体股份有限公司	熊猫乐园开园直播推广	2017年1月15日 --2017年1月23日	783,510.00	739,160.36	履行完毕
10	广州注意力数字新媒体股份有限公司	国庆自媒体推广	2016年9月20日 --2016年10月5日	700,000.00	660,377.34	履行完毕

## 2、采购合同

报告期内，标的金额在35万元以上的采购合同情况如下：

序号	供应商名称	合同标的	签署日期	合同金额 (元)	当期采购成本金额 (元)	合同履行情况
1	广州源洞力广告有限公司	媒介采购	2016年7月1日-2016年12月31日	3,000,000.00	2,587,184.45	履行完毕
2	广州优蜜移动科技股份有限公司	媒介采购	2015年9月22日-2015年10月31日	--	1,344,447.17	履行完毕
3	广州亿传网络科技有限公司	媒介采购	2016年6月1日-2016年6月30日	500,000.00	485,436.89	履行完毕
4	广州亿传网络科技有限公司	媒介采购	2015年7月1日-2015年7月31日	450,000.00	436,893.20	履行完毕
5	广州优蜜移动科技股份有限公司	媒介采购	2015年9月22日-2015年10月31日	450,000.00	424,528.29	履行完毕
6	广州亿传网络科技有限公司	媒介采购	2016年5月1日-2016年5月30日	450,000.00	436,893.20	履行完毕
7	广州欢聚传媒有限公司	艺人劳务采购	2016年7月9日-2016年7月30日	413,400.00	390,000.00	履行完毕
8	上海巴九灵文化传播有限公司	媒介采购	-	400,000.00	377,358.48	履行完毕
9	广州注意力数字新媒体股份有限公司	媒介采购	2017年3月25日-2017年4月25日	350,000.00	330,188.68	履行完毕



10	广州欢聚传媒有限公司	艺人劳务采购	2016年8月1日-2016年8月20日	296,800.00	279,999.99	履行完毕
----	------------	--------	----------------------	------------	------------	------

## 3、房屋租赁合同

序号	出租方	承租方	房屋坐落	签署日期	租赁面积 (m <sup>2</sup> )	租赁金额	租赁期限 (年)	租赁用途	合同履行情况
1	畅想互娱（北京）科技有限公司	微讯电	广州市越秀区广州大道中307号C栋第47层02房和第47层11房B区	2017年8月1日至2018年7月30日	259.09 (包含93.64m <sup>2</sup> 的共享区域)	31091元/月	1	办公	正在履行
2	畅想互娱（北京）科技有限公司	微讯电	广州市越秀区广州大道中307号C栋第47层02房	2016年8月1日-2017年7月30日	193.64	15000元/月	1	办公	履行完毕
3	畅想互娱（北京）科技有限公司	微讯电	广州市天河区天河路490号壬丰大厦1503室	2016年8月1日-2016年12月31日	64.64	3500元/月	0.5	办公	履行完毕

## 4、电脑租赁合同

序号	出租方	承租方	品牌 型号 规格	数量	租赁金额	租赁起始日	租赁到期日	租赁用途	合同履行情况
1	广州大广信息技术有限公司	微讯电	笔记本电脑 ThinkPad T420 14寸	3台	3021元/年	2016年1月16日	2018年1月15日	办公	正在履行
2	广州大广信息技术有限公司	微讯电	笔记本电脑 ThinkPad T420 14寸	2台	2014元/年	2017年1月20日	2018年1月19日	办公	正在履行

3	广州大广信息技术有限公司	微讯电	笔记本电脑 ThinkPad T420 14 寸	3 台	3021 元/年	2016年2 月 25 日	2018年2 月 24 日	办公	正在履 行
4	广州大广信息技术有限公司	微讯电	笔记本电脑 ThinkPad W530 15.6 寸	2 台	4800 元/年	2016年3 月 1 日	2018年2 月 28 日	办公	正在履 行
5	广州大广信息技术有限公司	微讯电	笔记本电脑 ThinkPad T420 14 寸	1 台	1007 元/年	2016年4 月 15 日	2018年4 月 14 日	办公	正在履 行
6	广州大广信息技术有限公司	微讯电	笔记本电脑 ThinkPad T420 14 寸	2 台	2014 元/年	2016年5 月 17 日	2018年5 月 16 日	办公	正在履 行
7	广州大广信息技术有限公司	微讯电	笔记本电脑 ThinkPad W530 15.6 寸	1 台	2400 元/年	2016年6 月 7 日	2018年6 月 6 日	办公	正在履 行
8	广州大广信息技术有限公司	微讯电	笔记本电脑 ThinkPad T420 14 寸	1 台	1007 元/年	2016 年 10 月 17 日	2017 年 10 月 16 日	办公	正在履 行
9	广州大广信息技术有限公司	微讯电	联想 IdeaCentre A740 27 寸	1 台	3960 元/年	2016 年 11 月 29 日	2017 年 11 月 28 日	办公	正在履 行
10	广州大广信息技术有限公司	微讯电	笔记本电脑 ThinkPad T430 14 寸	1 台	1007 元/年	2017年1 月 6 日	2018年1 月 5 日	办公	正在履 行
11	广州大广信息技术有限公司	微讯电	联想 ThinkCentre 19 寸 IPS 屏	4 台	11000 元/年	2017年7 月 18 日	2018年7 月 17 日	办公	正在履 行
12	广州大广信息技术有限公司	微讯电	联想 IdeaCentre A740 27 寸	1 台	3960 元/年	2017年8 月 9 日	2018年8 月 8 日	办公	正在履 行
13	广州大广信息技术有限公司	微讯电	笔记本电脑 ThinkPad T240 14 寸	1 台	1007 元/年	2016年8 月 8 日	2017年8 月 7 日	办公	正在履 行
14	广州大广信息技术有限公司	微讯电	笔记本电脑 ThinkPad T240 14 寸	2 台	2014 元/年	2016年6 月 2 日	2018年6 月 1 日	办公	正在履 行

## 五、公司的商业模式

公司主要从事社交媒体平台上的整合营销服务。服务内容主要包括社交媒体账户的代运营、社交媒体活动的策划推广，微信技术开发、游戏开发、新媒体大

号投放等。公司深耕微信与微博两大超级社交平台，多年来积攒了丰富的社交账户运营经验与营销传播渠道，也因此获得了长隆集团与三星手机为代表的众多广告主的青睐，帮助它们进行社交媒体账户的代运营与营销活动策划。

公司目前的两个技术开发平台，“社会化营销管理系统研究开发平台”与“互动游戏开发平台”主要运用于社交账户的技术开发与游戏设计，社交账户的技术开发通常与账户代运营相结合打包出售给企业客户，而互动游戏设计则作为社交平台营销活动的一个重要传播手段，针对客户提出的具体要求而个性化订制。

### （一）销售模式

公司采取以客户需求为中心的销售模式，为客户量身定做多层次、跨平台的社交媒体营销服务。公司提供包括移动社交媒体营销战略咨询、社交账户开发、社交账户托管、游戏营销、视频营销、社会化媒介代理等全方位的移动互联网数字营销服务。公司目前所有销售均采用直接面对企业客户的直销形式，这是公司基于当前市场形势而采取的销售策略，能深入了解客户需求并从多角度对其需求进行精准覆盖。

在销售渠道方面，公司立足于广州，通过互联网品牌推广，网络服务平台，以及公司团队的个人资源多方位促成销售。公司结合客户属性，及时跟进、定期走访现有与潜在客户，加强沟通，促进服务不断优化，树立公司良好形象，使客户对公司产品的满意度和忠诚度最大化。

### （二）采购模式

公司的对外采购主要集中在社交媒体营销活动策划与渠道推广上，采购的主要项目为互联网媒介资源、艺人劳务服务。

公司采购的媒介资源价格主要参考各家媒介对外公布的价格并在协商的基础上确定最终采购价格，采购的艺人劳务主要与艺人的经纪公司协商价格并签订合同。其中公司的媒介采购方式主要有两种：一种是根据客户的特点及需求，为客户定向购买移动互联网媒介资源；另一种是对于预计采购量较大的移动互联网媒介资源，公司通常采取签署框架协议的方式。艺人劳务采购主要根据活动规模、预算水平有针对性地与艺人经纪公司签订合同。公司采购环节采取多方比对、协

商报价原则确定供应方，经过财务部门和管理层审批后与其签署采购合同，通过财务部门统一对外结算。

### （三）研发模式

公司的研发主要集中在微信定制化开发与Html 5游戏开发方面。公司首先了解用户需求，经策划部列出所要开发系统的功能模块，与客户沟通具体功能需求文档，进一步定义相关界面与界面功能，规划系统界面原型。然后利用社会化营销管理系统研究开发平台与互动游戏开发平台完成概要设计，这其中包括系统的组织结构、模块划分、功能分配、接口设计、运行设计、数据结构设计，再交付技术开发人员进行每个具体程序的编码和测试。

公司的核心竞争力之一就是其快速的研发机制，为顾客提供量身定制的全案社交媒体营销方案。

### （四）盈利模式

公司主要通过为客户提供社交媒体整合营销服务，并收取服务费的方式实现盈利。在营销渠道逐步多样化的今天，越来越多的企业开始将营销投入从传统电视、广告牌转向新兴的互联网平台上，其中社交媒体平台因能帮助企业建立品牌形象，并与目标客户产生良好的互动而越来越受到各类企业的关注。公司深耕社交媒体营销数年，依托自身技术平台优势和丰富的营销策划手段，为客户提供效果出色的精准化营销和个性化营销。

## 六、公司所处行业的情况

根据中国证券监督管理委员会2012年颁布的《上市公司行业分类指引》，公司所处行业为租赁和商务服务业（代码为L）—商务服务业（代码L72）；根据国家统计局2011年颁布的《国民经济行业分类》（GB/T4754行业分类），公司所处行业为租赁和商务服务业（代码为L）—商务服务业（代码L72）—广告业（代码L7240）。根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为广告业（代码L7240）；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为广告（代码为13131010）。

### （一）行业监管体制与产业政策法规

## 1、主管部门及监管体系

### 1) 行业主管部门

国家工业和信息化部是互联网行业的主管部门，主要负责拟定并组织实施工业行业规划、产业政策和标准；监测工业行业日常运行；推动重大技术装备发展和自主创新；管理通信业，指导推进信息化建设；协调维护国家信息安全等。

国家工商行政管理总局是广告行业的主管部门，承担“指导广告业发展，负责广告活动的监督管理工作”的主要职责。国家工商总局内设的广告监督管理司负责拟订广告业发展规划、政策措施并组织实施；拟订广告监督管理的具体措施、办法；组织、指导、监督、管理广告活动；组织监测各类媒介广告发布情况；查处虚假广告等违法行为；指导广告审查机构和广告行业组织的工作。广告内容所涉及的行业也受相应行业监管部门的监管。

### 2) 行业自律组织

中国互联网协会是我国互联网行业的自律性组织，协会下设“网络营销工作委员会”，旨在按照国家的法律法规和行业规范，联合国内有关企业、教育和学术机构、相关媒体和专业人士，普及网络营销知识，研究、分析、总结网络营销创新方法、手段和思路，加强网络营销领域的横向交流、探讨和合作，支持推进互联网企业的商业模式创新和互联网应用水平，支持推动中国网络营销实践健康发展。

我国广告行业的自律性组织主要有中国广告协会、中国商务广告协会和中国商务广告协会综合代理专业委员会。中国广告协会是国家工商总局的直属事业单位，其基本职责是在国家工商总局的指导下，按照国家有关方针、政策和法规，对行业进行指导、协调、服务和监督。中国商务广告协会是我国最早成立的全国性广告行业组织，其主要职能是围绕中华人民共和国商务部的工作，不断提升商务广告对我国内外经济贸易的服务功能。中国商务广告协会综合代理专业委员会（简称“中国 4A”）旨在建设一个在服务、创新、实力、诚信等方面水准最高、最具社会影响力的广告同业组织。我国公关关系行业的自律性组织主要有中国国际公共关系协会。该协会旨在加强公共关系行业管理，致力于公共关系的理论研

究和实践探索，制定中国公共关系业发展战略，提高公共关系业及其从业人员的社会地位，维护公共关系从业人员的合法权益，规范公共关系业及从业人员的行为；实施公共关系行业管理，提供多种形式、内容丰富的会员服务，促进中国公共关系组织同海内外相关组织的联系，推动中国公共关系业的职业化、规范化和国际化发展；开展民间外交，进行高层联络，通过多渠道、多形式的国际交流与合作，为国内外组织机构提供咨询，为促进国际公共关系服务，为构建和谐社会服务，为我国的改革开放和经济发展服务。

## 2、主要法律法规及产业政策

### (1) 主要法律法规

序号	发布时间	发布部门	法律法规名称	相关内容概要
1	2015年4月	全国人大常委会	《中华人民共和国广告法》 (1994年10月27日第八届全国人民代表大会常务委员第十次会议通过，2015年4月24日第十二届全国人民代表大会常务委员第十四次会议修订)	对广告主、广告经营者、广告发布者从事广告业务的活动进行了规范。2015年修订后的广告法增加了对互联网广告的规范内容。
2	2016年7月	国家工商行政管理总局	《互联网广告管理暂行办法》 (2016年7月4日国家工商行政管理总局令第87号公布)	界定了互联网广告范围，强化了互联网广告的监察和管理措施，并首次提及了程序化购买。
3	1987年10月	国务院	《广告管理条例》	加强广告管理，推进广告事业的发展
4	2010年2月	全国人大常委会	《中华人民共和国著作权法》	文学、艺术、科学作品、影视剧作品相关的著作权的权利归属、合作期限、权利限制，著作权人的权利，著作权许可转让
5	2011年1月	国务院	《互联网信息服务管理办法》(2000年9月25日国务院令第292号公布，根据2011年1月8日《国务院关于废止和	互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息

			修改部分行政法规的规定》修订)	服务实行备案制度
--	--	--	-----------------	----------

## (2) 产业政策

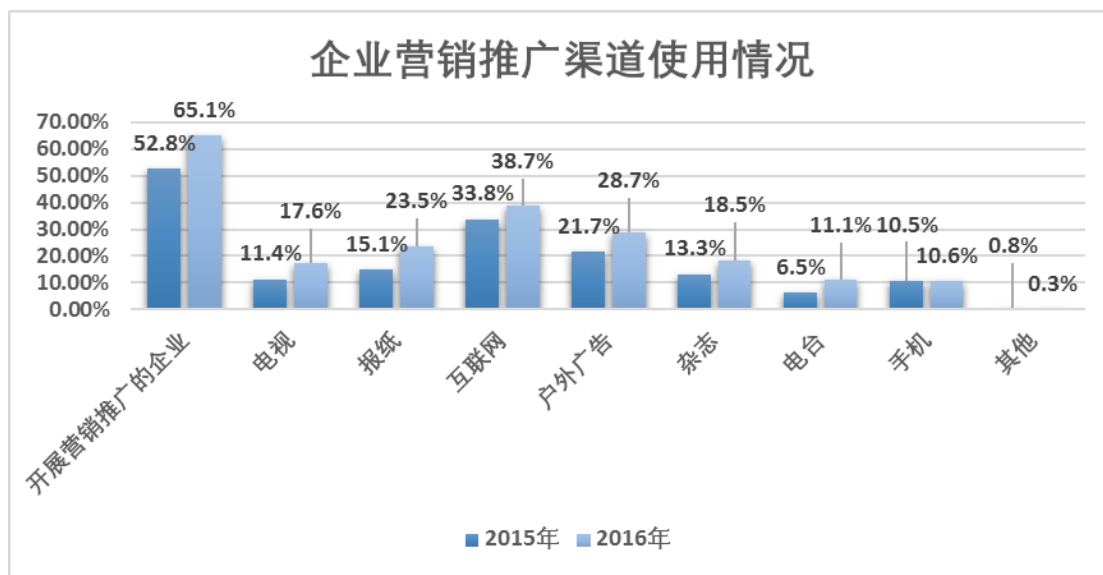
序号	发布时间	发布部门	产业政策名称	相关内容概要
1	2013年2月	国家发改委	《产业结构调整指导目录（2011年本）》（2013年修订）	将“科技服务业”中的“信息技术外包、业务流程外包、知识流程外包等技术先进型服务”确定为鼓励类产业。“商务服务业”中的“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”为鼓励类产业。
2	2010年3月	国家工商行政管理总局	《关于深入贯彻落实科学发展观积极促进经济发展方式加快转变的若干意见》	支持和引导互联网、移动网、楼宇视频等新媒体发挥自身优势，开发新的广告发布形式，提升广告策划、创意、制作水平，拓展广告产业新的增长点。
3	2012年4月	国家工商行政管理总局	《关于推进广告战略实施的意见》	鼓励广告企业加强广告科技研发，加速科技成果转化，提高运用新设备、新技术、新材料、新媒体的水平。促进数字、网络等新技术在广告服务领域的应用。鼓励环保型、节能型广告材料的推广使用。支持广告业专用硬件和软件的研发，促进广告业优化升级。

公司在日常经营中能够遵守《中华人民共和国广告法》、《互联网广告管理暂行办法》等法律法规的规定，服从并接受工商、行业等监管部门的监督、检查和要求，切实履行被监管者的义务。公司所处行业的主管部门为国家工业和信息化部及国家工商行政管理总局，其中国家工业和信息化部是互联网行业的主管部门，国家工商行政管理总局是广告行业的主管部门。但是国家工业和信息化部及国家工商行政管理总局不直接对公司进行监管，公司日常经营涉及

的政府主管部门包括地方工商行政管理局、国家税务局、地方税务局、人力资源和社会保障局等已出具公司合规经营的证明。

## （二）行业概况

互联网广告，是指通过网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介，以文字、图片、音频、视频或者其他形式，直接或者间接地推销商品或者服务的商业广告。互联网广告行业随着互联网的兴起而诞生，最早于1994首先出现在美国。经过二十年余的发展，互联网已成为美国无可争议的最大广告媒体。2015年美国互联网广告行业总收入达596亿美元，同比增长20.40%，是相当成熟、庞大的市场。在我国，互联网广告行业起步较晚，但以其优良的营销效果而得到企业的青睐，具有迅猛的发展势头。根据中国互联网络信息中心发布的《第39次中国互联网络发展状况》的统计，截至2016年12月，在开展过营销推广的企业中，有38.7%的企业利用互联网开展营销推广，较2015年提高近5个百分点，维持了自2013年以来的发展速度。互联网已成为中国企业最多使用的营销渠道。



（数据来源于《中国互联网络发展状况统计报告》，中央网络安全和信息化领导小组办公室、国家互联网信息办公室、中国互联网络信息中心出具，2017年1月）

互联网广告具有以下发展趋势：

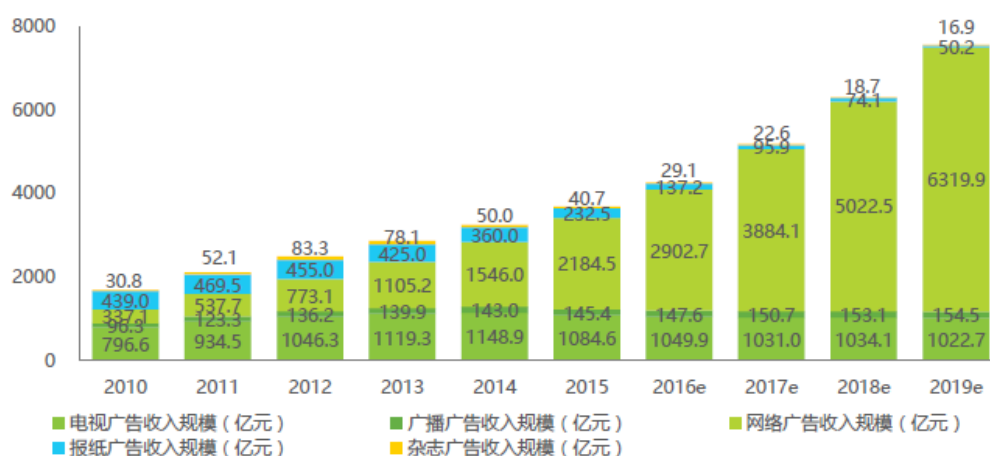
### （1）总体行业规模持续增长

2016年，中国五大媒体广告收入规模达到4267.24亿元，其中互联网广告收



入规模达到2902.7亿元，同比增长32.9%，占五大媒体广告收入的68%，同比增长8.8个百分点。互联网广告不仅保持了连续七年30%以上的增速，也稳坐国内第一大广告媒体的位置。广播、报纸及杂志三大传统媒体广告收入不升反降，显示出广告投放从传统媒体向互联网转移的趋势。据预测，未来3年内，互联网广告市场与其他媒体广告市场规模差距仍将不断拉大。

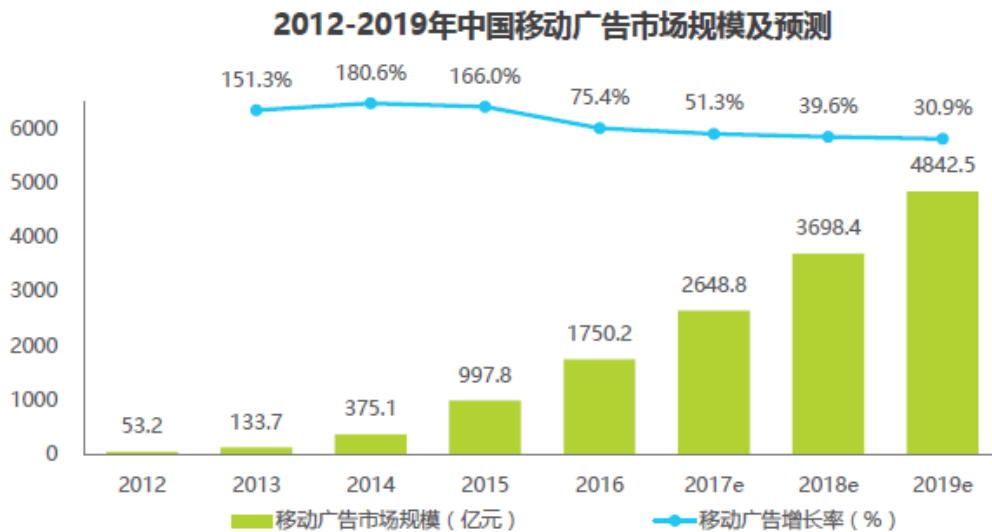
2010-2019年中国五大媒体广告收入规模及预测



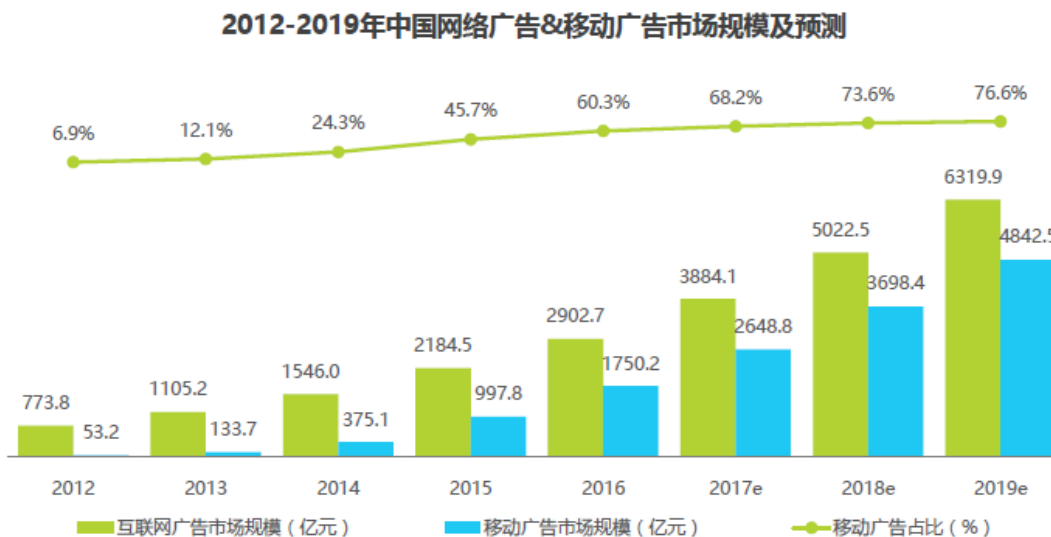
(数据来源:《2017年中国网络广告市场年度监测报告-简版》,艾瑞咨询,2017年4月27日)

## (2) 移动互联网营销成主要发展动力

从互联网广告端口发展来看,2016年移动端互联网广告市场收入规模增长较快,达1750.2亿元,同比增长75%,占互联网广告收入60%,同比增长14个百分点,首次超过PC端网络广告收入。移动端互联网广告市场自2012年以来一直保持着高速增长,现已是推动互联网营销市场扩张的最大动力。且随着智能手机的日益普及,移动互联网功能的不断完善,移动端互联网用户群体必然持续扩张(包括新网民加入及现有网民由PC端向移动端转移),移动互联网营销市场的发展空间仍然较大。

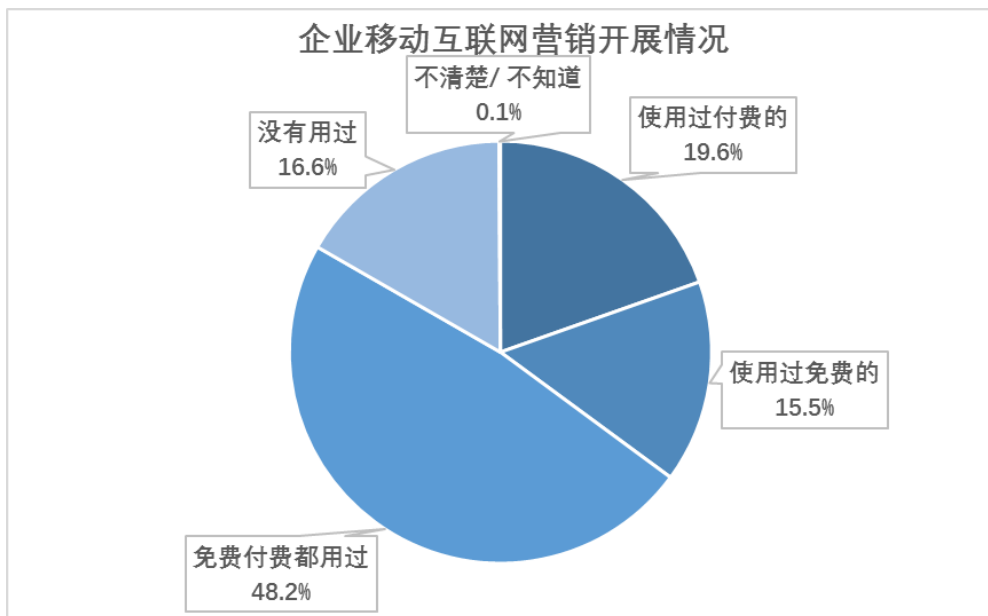


(数据来源:《2017年中国网络广告市场年度监测报告-简版》,艾瑞咨询,2017年4月27日)



(数据来源:《2017年中国网络广告市场年度监测报告-简版》,艾瑞咨询,2017年4月27日)

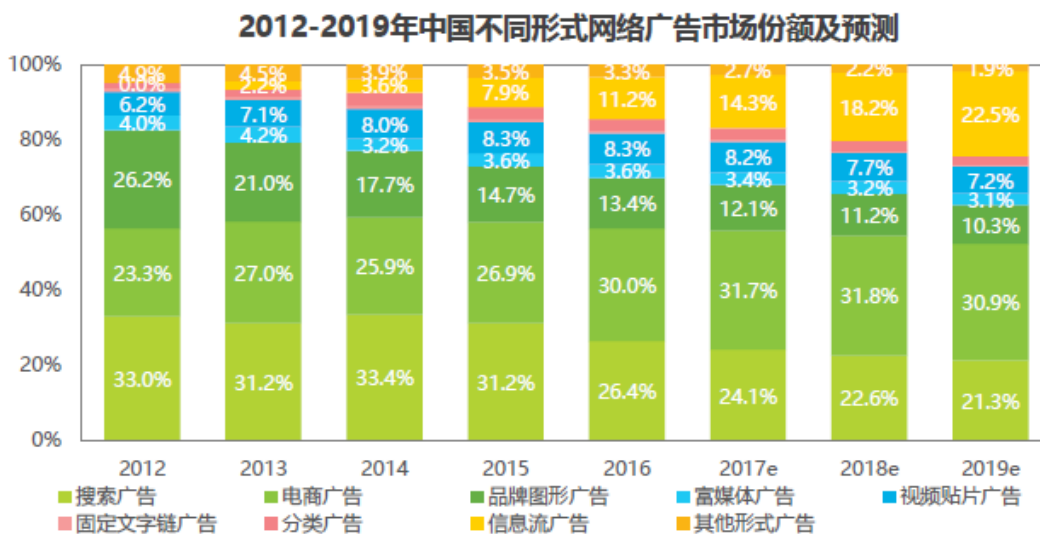
据《第39次中国互联网络发展状况》统计,2016年在开展过互联网营销的企业中,通过移动互联网进行营销推广的比例为83.3%,相比2015年的46.0%增长近一倍,而其中高达67.8%的企业使用了付费推广,象征着移动互联网营销产品市场逐渐成熟。



（数据来源于《中国互联网络发展状况统计报告》，中央网络安全和信息化领导小组办公室、国家互联网信息办公室、中国互联网络信息中心出具，2017年1月）

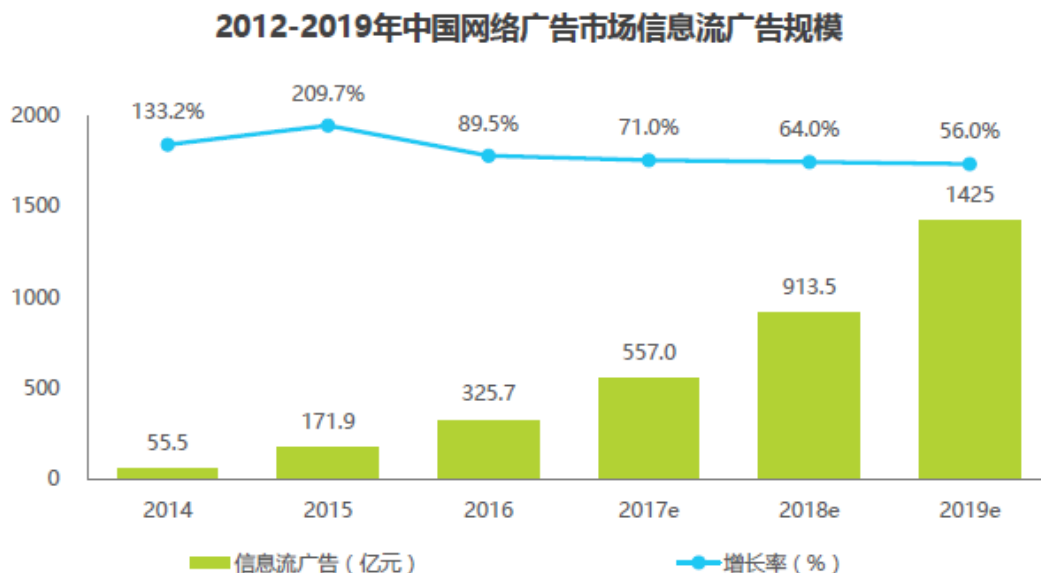
### (3) 电商、搜索仍是行业巨头，信息流广告快速崛起

网络广告形式方面，占比前五位的依次是电商广告、搜索广告、品牌图形广告、信息流广告、视频贴片广告，分别为870.9亿元、766.4亿元、389.0亿元、325.7亿元、242.2亿元。其中电商广告规模首次超越搜索广告规模成为互联网广告行业龙头，而以社交媒体、新闻门户、视频媒体及垂直媒体为载体的信息流广告发展速度最快，同比增长89.5%，新兴的信息流广告业已成为最重要互联网广告形式之一。



（数据来源：《2017年中国网络广告市场年度监测报告-简版》，艾瑞咨询，2017年4月27日）

信息流广告形式多样，可以通过图文、照片、视频、幻灯片（比如maka）、全景等方式呈现；且信息流广告对各种平台的适应性极强，特别是在广大互联网社交媒体、新闻媒体中的融入，它能在对用户体验影响尽量小的前提下占据最庞大、最活跃的用户群；加上数据挖掘技术、精准定向技术的发展，在移动互联网快速发展阶段，信息流广告是最能享受其红利的广告形式。据艾瑞咨询预测，2017年我国信息流广告市场总收入将达550亿元，2019年信息流广告市场份额将超越搜索广告份额，成为我国第二大互联网广告市场。



（数据来源：《2017年中国网络广告市场年度监测报告-简版》，艾瑞咨询，2017年4月27日）

### （三）行业壁垒

#### 1、行业经验与分析方法壁垒

对互联网营销服务提供商来说，必须对互联网、互联网技术、互联网媒体以及互联网环境下的消费者行为模式、生活习惯、心理特征有深刻理解，通过长期积累才能形成具有竞争力且能为客户创造价值的行业经验和分析方法，进而形成核心竞争力。这一壁垒不仅对传统大型广告公司借助自身传统优势迅速进入互联网营销领域形成竞争优势构成了较大障碍，也对新创立的中小型网络公司涉足互联网营销领域提出了较高的要求。

## 2、人才壁垒

互联网营销是计算机技术与营销管理的结合，因而需要大量的复合型人才。由于互联网媒体与传统媒体、互联网营销管理与传统营销方式存在诸多巨大差异，导致互联网营销人才非常短缺，构成了后进入者的重要行业壁垒。此外，互联网营销的发展历程整体较短，在国内是崭新的领域，业内人士大多从业年限较短，从业经验较为欠缺。在上述各种因素影响之下，总体上互联网营专业人才一直处于较为紧缺的状态。

## 3、技术壁垒

包括海量用户识别与行为监测、数据仓储与挖掘分析、用户模型识别、中文分词及语义识别、机器学习技术等重要技术的研发。这些技术需要与互联网媒体的后台系统对接，才能优化调整营销技术系统。考虑到互联网运营的安全性和效率，仅有少数具备实力的运营服务提供商才允许接入互联网媒体的后台系统，普通新进入企业很难有机会实际应用并优化其运营技术系统，导致运营效率难以提升。

## 4、数据资源壁垒

中国产业信息网发布的《2014-2019年中国互联网广告行业市场投资分析及未来发展趋势预测报告》中显示：数据是营销服务提供商为客户制定并持续优化营销策略、实施营销投放、监测与评估营销效果的前提和基础，并且数据资源的丰富性、分析手段的先进性直接关系到营销策略制定的有效性、营销投放的精准性、效果监测的准确性。从行业未来发展趋势来看，数据资源的占有和分析能力日益成为互联网营销领域未来的核心制胜因素之一。而数字资源的积累和利用来自于人才、技术和互联网媒体资源的优势，行业新进入者很难具备该项优势。

## 5、综合服务能力壁垒

互联网媒体种类繁多、数量巨大，客户的营销需求差异性较大，为众多互联网营销服务提供商均提供了一定的生存空间，但对于营销服务的专业化、定制化服务要求更高。大型的互联网营销服务提供商积累了多方面的综合服务经验，可以有效利用现有资源满足客户的不同需求，不断扩张业务范围。而这对于小企业

是比较困难的。

#### 6、优质客户资源壁垒

特定形式的互联网营销(比如社交平台上的营销以及视频营销)具有延续性,围绕着确定的主题或特定的技术产品开展宣传及营销。这使得客户与互联网营销提供商更易形成长期、稳定的合作关系,特别是广告预算充足,且需求较大的优质客户。这类优质客户选择要求高,议价能力强,新进入的企业很难短时间内获得他们的认可。总体而言,作为处于快速发展阶段的新兴行业,互联网营销的需求持续快速增长,但优质的客户资源却相对有限。

#### 7、资金壁垒

互联网营服务提供商的日常营运资金压力较大,只有具备足够的资金实力才能应对。

### (四) 行业发展的有利因素和不利因素

#### 1、影响该行业发展的有利因素

##### (1) 新商业模式为互联网广告开拓了广阔的市场

互联网的特质驱动了新商业模式的发展。手机和移动互联网技术,如彩信,短信群发,微信,二维码等,是移动互联网营销借助的主要手段。现在,伴随着互联网受众数量的飞速攀升和广告主在新环境下对网络广告价值认知度的迅速提高,网络媒体的影响力已经体现出主流强势媒体的风姿。

互联网营销是企业鉴于自身的业务管理需求,结合用户体验至上,找到业务的核心竞争力。无数例子说明,互联网时代的商业模式,需要让商家与消费者连接,商家与消费者共创价值、分享价值,为互联网广告市场提供了不可限量的发展空间。

##### (2) 互联网营销的交互性、针对性和广泛性迎合广告主需求痛点

互联网营销具有交互性。主要体现在广告与其受众之间处于信息双向交互的过程---广告将信息传递给潜在消费者,潜在消费者通过广告向广告主反映他们的需求。换言之,广告受众不再被动地、单项地接收广告信息,而是能够主动地选

择。广告主则通过广告反馈信息了解潜在消费者的变化和最新需求。

互联网营销具有针对性。依托网络环境的互动、分众等传播属性和网络技术的筛选、定位等功能，广告发布平台能够细化用户群体、勾勒用户群特征。广告主则在大数据时代下根据潜在消费者的特征，进行精准化的广告投放，大大提高广告的传播效率与速度。

互联网营销具有广泛性。主要体现在投放广告不再受明显的时间、空间的局限。广告传播的范围更是日益广泛，甚至可以做到无孔不入。互联网广告滋生速度快，短时间内积累的数量巨大。广告主在制作或者修改广告，发布或者撤销广告，受众查询并获取想要的信息，达到预期目标，相对传统广告更为方便、高效。

综上所述，随着经济社会的飞速发展，人民生活水平的不断提高，人们对广告营销的要求逐渐转向高质量、趣味性、精准性。互联网营销的垂直化特性能很好地满足这一需求，因此深受各大广告主的青睐，这也为互联网营销行业带来了强大而稳定的广告主群体。

### （3）移动社交媒体平台的爆发性增长

公司是以微信、微博为基础，开展新媒体策划与推广业务的，而微信与微博是当今已发展成熟的媒介平台。

微信是腾讯公司于2011年1月推出的一款即时通讯软件，一开始仅能实现文字图片互传等简单功能，而后语音通讯、朋友圈、公众平台、微信支付等功能的逐步完善，标志着微信从简单的即时通讯工具转变为了互联网入口平台。根据艾瑞app指数分析，截止到2016年第二季度，微信已经覆盖中国94%以上的智能手机，月活跃用户达到8.06亿，月度总有效时长达190亿小时。这个数字在2013年中报时还只有2.35亿，两年来增长了155%。微信成功问鼎2017年上半年App用户量冠军。根据eMarketer的最新预测，将微信视为简单的通信应用程序已经不再准确。今年，微信不仅包括标准消息功能，但是，微信还提供更多功能，例如，付款、乘车服务和订餐。微信已经发展成为中国网民必备的应用。

2009年新浪微博问世，其评论、转发等功能带来了开放的社交属性，这类社交网络平台开始聚集大量人气。

## 2、影响该行业发展的不利因素

### （1）互联网广告行业的法律法规建设尚不健全

由于互联网广告行业发展时间较短，2016年工商总局出台的《互联网广告管理暂行办法》是目前唯一针对互联网广告行业的监管法律法规，法律制度和行业标准制定相对落后。我国移动互联网广告的法制建设尚处于起步阶段，在网络诚信建设、网络知识产权保护、网络犯罪防范等方面缺乏强有力的法制约束和保障。另外，移动互联网营销服务行业规范性的服务标准不完善，使得少数作坊式的小公司或个人利用低廉的价格吸引客户，并提供劣质的服务，一定程度上影响了行业的健康有序的发展。

### （2）缺乏权威的第三方评测机构

当前互联网广告行业尚没有建立科学、完整的广告效果测评体系。从理论上讲，互联网广告效果测评比传统媒体测评更易操作，目前对互联网广告效果进行测评主要基于网站自身数据，缺乏第三方的审计和认证，无法给广告主和广告代理商提供综合、准确和公正的调研数据，公正性不足。从实际操作上看，因特网的规模、用户分布、上网习惯、网站的访问率、热门的网页与栏目、访问繁忙时段等参数是客户投放广告的基本依据，但是中国至今尚无标准化的网站访客统计及分析系统，也缺乏专业权威的审计机构来公正地评估诸多网站的访客流量，并提出一个通用可信的统计标准。权威的第三方评测机构以及相应服务的缺失，不利于互联网广告行业的发展。

### （3）市场的无序竞争

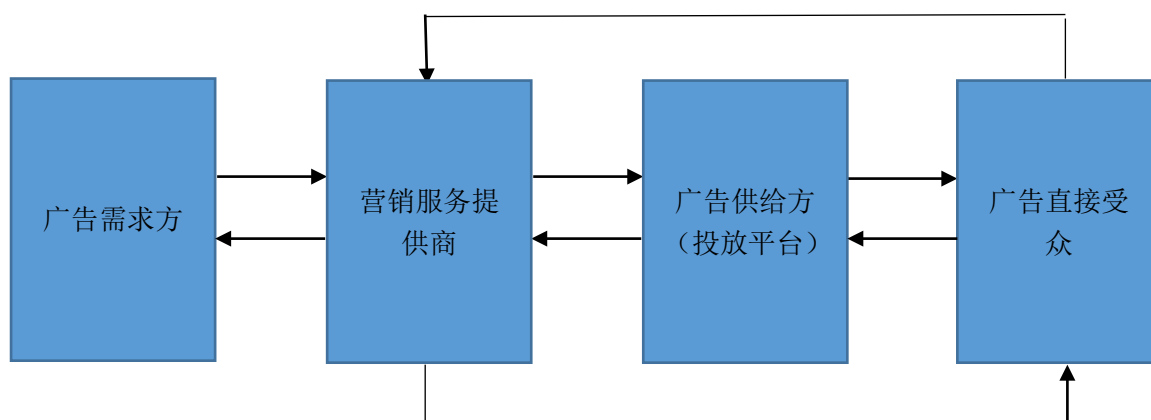
互联网广告行业发展时间较短，目前尚处于初期发展阶段，市场规则与监管制度建设尚不完善，因而存在着一定的市场无序竞争问题。例如，一些企业为了抢占市场份额，采用低价策略甚至是亏本经营的方式来争取客户项目，但项目质量与实施效果缺乏保障，不利于行业良性竞争环境的建立与维护。

### （五）行业上下游关系及产业链分析

目前互联网营销行业的产业链条主要包括营销内容设计、营销与网络技术整合、营销投放、营销数据分析等。互联网营销市场的主体可分为：广告需求方（通



常为广告主）、广告供给方（通常为互联网媒体）、广告直接受众（通常为互联网用户）以及营销服务提供商。



市场主体间关系如下：1、广告需求方向营销服务提供商提出营销需求，而营销服务提供商则根据广告主需求设计营销方案；2、营销服务提供商根据营销方案，将营销内容利用网络技术进行整合、设计，再使用广告供给方提供的平台进行投放，并从供给方处获得营销数据，也可从广告提供方处获得技术支持来实现营销方案；3、广告供给方向互联网用户直接展示营销内容，收集浏览数据，而广告受众也能主动搜索、使用广告供给方的服务，从而直接或间接地获得营销信息；4、广告直接受众可浏览参与营销内容并与营销服务提供商进行互动（比如微博、微信平台或者特定的APP）。

与传统的广告传媒产业链不同，互联网营销通过广告精准投放、满足人们“碎片化”媒体使用需求和双向互动性重塑了产业链。

### （1）广告精准投放

近年来，社交媒体已经渗透到人们社会生活的方方面面，在社交媒体的使用过程中，用户的使用信息、数据资料都会成为互联网巨大数据库中的一部分。在此条件下，通过可量化的精确的市场定位技术突破传统营销定位只能定性的局限；借助先进的数据库技术等技术手段保持与顾客长期沟通等措施，企业可以建立忠实受众群。企业充分利用各种社交媒体，作为营销工具，将营销信息推送到潜在受众群体和市场中，使企业用最小的成本来达到利益最大化，完成企业的既定营销目标。

## （2）“碎片化”媒体使用时间的有效利用

在碎片化时代，媒体的时间和空间性被切割成碎片，使得人们的注意力被极大地分散，传统媒体在丢失关注度的同时，其权威性与影响力也随之大幅降低。而互联网则不受“碎片化”时间的制约，人们随时随地使用网络时，营销信息均可准确而即时地传播至终端，呈现在用户眼前。

## （3）互动交流满足营销中用户的沟通需求

新形式的网络媒体不单单扮演广告的发声口，同时也是消费者互动参与的入口。通过搭建双向沟通的渠道，广告主能更清晰地了解顾客需求、更新营销方式、改进产品生产；消费者也能得到特定的优惠、权益。这种互动关系的建立增强了用户的粘性，提升了营销效果。

互联网营销的上述特点打破了传统媒介资源高度集中、广告被动投放的商业模式，形成了独特的产业链。

## （六）行业周期性、季节性、区域性特征

### 1、周期性

我国互联网营销行业无显著周期性特征。

### 2、季节性

随着客户年度营销预算的确定，全年社会经济活动的逐渐铺开，互联网营销的投放量逐步增加，就上半年而言，通常第二季度的营投放量占上半年的比重较高。

互联网营销行业季节性特征主要由广告主所属行业类别的影响而呈现，比如我国部分消费市场有“金九银十”的特点，而且房产、家居、汽车等大型消费品在年底前还往往会形成一个量高峰，因此下半年在全年的营投放量中占比相对较高。

### 3、区域性

我国互联网营销行业的发展主要集中在经济发达的地区，如北京、上海、广州、深圳、杭州等地。

## （七）风险特征

### 1、市场竞争风险

互联网营销行业发展速度快、发展空间巨大，基本上处于完全竞争状态。行业内各种类型的互联网营销企业数量众多，以致不同领域中都有多样化的竞争者，整体上该行业竞争较为激烈，对业务能力、技术能力、创新能力的持续提升要求较高。另一方面，行业内产品差异较大，但具有一定的替代性，而在行业定价未有确定的标准的情况下有出现价格竞争的可能性。

### 2、宏观政策风险

《中华人民共和国广告法》于2015年9月1日全面实施，其中规定了“互联网信息服务提供者”应与广播、电视、报刊印象等传统广告发布者等同，是《广告法》下的广告发布者，共同受《广告法》内诸多禁止条款和严厉的处罚规定的约束。工商总局于2016年7月8日发布了出台《互联网广告管理暂行办法》，界定了互联网广告范围，强化了互联网广告的监察和管理措施，于2016年9月1日起正式施行。我国对于互联网广告的监管逐渐趋于严格。而在规范互联网营销市场行为的同时，互联网广告行业也会受到影响而进行结构化的调整。未来宏观政策的变化会给众多互联网营销服务提供商的政策适应性带来更高的要求，同时也带来了一定的风险。

### 3、知识产权受侵害风险

公司作为国家高新技术企业，拥有着数项高附加值的知识产权。然而在互联网行业中，产品创意、内容和技术都很容易被复制、模仿，且剽窃成本极低，提高了被他人侵权、盗版的可能性。而现今市场上侵犯知识产权的现象时有发生。一旦公司的知识产权和产品遭到侵权、仿冒，公司的品牌形象便会受到损害，产品销售也会受到严重影响。知识产权保护力度也直接影响着行业的规范和发展前景。综上，公司存在知识产权受侵害的风险。

### 4、技术人员流失风险

互联网营销是计算机技术与营销管理的结合，是技术与资本密集型产业，因而互联网营销服务提供商需要大量的专业技术人才。公司作为国家高新技术企

业，有一批专业的技术人员与研发团队。但是行业内激烈的竞争一定程度上是优秀人才的竞争，任何公司都乐于吸纳并保留优秀人才。保留稳定的核心人才队伍，防止技术人员流失对公司的持续发展至关重要。

## （八）公司在行业中的竞争地位

### 1、行业竞争格局及竞争对手

#### （1）市场竞争格局

互联网媒体的非稀缺性决定了互联网营销的市场化竞争程度远高于传统营销方式。互联网营销服务提供商必须更加关注客户的需求、技术的进步、模式的创新，只有不断提高自身的市场化竞争水平，全面满足客户及互联网媒体的各种需求，才能在市场竞争中胜出，实现可持续发展。

互联网媒体种类繁多、资源量巨大，也为众多小规模营销服务提供商提供了较大的生存空间，此外互联网营销行业自身发展比较迅速，商业模式、技术、营销形式也在不断变化，大量的创新性企业不断进入这个行业参与竞争，因此行业内的从业企业数量较多，行业竞争较为充分，单个企业所占的市场份额比较低，行业整体集中度较低。

领先企业的先发优势更加明显由于互联网营销是先发优势非常典型的行业，行业内领先企业的核心竞争优势已基本确立，行业排名逐渐趋向稳定，企业之间综合实力差距已逐步拉开，对于新进入的企业而言，若没有独特的技术优势、客户资源优势或其他无法取代的竞争优势，将很难与领先企业展开竞争，更遑论超越行业龙头企业；反之，领先企业的优势仍将继续加大。

#### （2）主要竞争对手情况

时趣互动（北京）科技有限公司：成立于2011年，是国内领先的社会化营销系统、营销大数据解决方案与整合服务提供商。时趣团队之前拥有一线的大型消费者社区运营经验，同时整合了业内最领先的数字营销、软件工程和数据挖掘人才，是中国社会化营销领域目前规模最大、服务客户数最多、技术产品最领先的专业公司。

深圳市多易得信息技术股份有限公司：成立于2010年，一家专注于创作、传

播城市生活资讯的新媒体公司，主要通过微信公众号组成的新媒体矩阵，为用户提供丰富、有趣、实用的城市生活资讯。公司在向粉丝发布本地生活资讯的同时，为广告客户提供个性化的推广文案设计和互联网广告投放服务，即将广告客户的推广信息融入到城市生活资讯中，并在公司运营的微信公众号精准投放，从而建立广告客户与粉丝之间的有效连接。

北京爱普新媒体科技股份有限公司：成立于2010年，主营业务为以综合自媒体矩阵为载体的和以移动互联网营销大数据平台为基础的广告推广业务。公司拥有一支较强的移动互联网广告运营团队，既有充足的自媒体产品研发的经验，也有丰富的移动营销大数据平台的研发经验，是一家专注于互联网营销的专业公司。

### （3）公司所处的行业地位

目前，我国还没有一些在国际市场上具有竞争力的互联网广告公司，虽然全国从事互联网广告投放和营销推广的公司有数千家，但是，大多数企业规模不大，人员少、摊子小、专业化程度不够。经过激烈的市场竞争，行业中有一批企业开始脱颖而出，这些企业凭借多年的经验积累形成了较高的技术能力，拥有大量技术储备，并且拥有了丰富的优质客户和上下游资源，能通过前瞻性的产品研发引导行业发展方向。公司是一家具有社交媒体营销先发优势，掌握了优质客户资源的新型互联网营销公司，虽然目前整体规模不大，但拥有巨大的发展潜力。公司已建立“社会化营销管理系统研究开发平台”与“互动游戏开发平台”，获得了11项软件著作权，并成功申请国家高新技术企业。

总体来看，互联网营销是企业鉴于自身的业务管理需求，结合用户体验至上，找到业务的核心竞争力。互联网时代的商业模式，需要让商家与消费者连接，商家与消费者共创价值、分享价值，为互联网广告市场特别是社交媒体营销市场提供了不可限量的发展空间。公司正逐步扩大发展规模，力争成为在社交媒体营销领域具备独特竞争优势的企业。

## 2、公司竞争优势与劣势

### （1）竞争优势

### ①量身定制，快速反应机制

公司致力于为客户提供社交媒体营销全案服务，在公司多年积累的社交媒体用户习惯，用户偏好的知识储备的基础上，市场上的海量资源的支持下，结合团队丰富的营销策划、组织运营的项目经验，依托于“社会化营销管理系统研究开发平台”与“互动游戏开发平台”，建立了公司快速反应，高效服务的产品服务体系。公司主要对外提供社交媒体账户开发与代运营、社交媒体营销渠道策划与推广。

### ②具有社交媒体营销先发优势

由于网络营销是先发优势非常典型的行业，行业内领先企业的核心竞争优势已基本确立，行业排名逐渐趋向稳定，企业之间综合实力差距已逐步拉开，对于新进入的企业而言，若没有独特的技术优势、客户资源优势或其他无法取代的竞争优势，将很难与领先企业展开竞争，更遑论超越行业龙头企业；反之，领先企业的优势仍将继续加大。

### ③行业深耕优势

公司基于在旅游、大消费、房地产等行业的丰富运营经验，积累沉淀了对行业的洞察与深入理解，积累了丰富的营销手段与实操经验等，这些基于时间和实践的行业深耕优势，是同行短期内无法获取的。

### ④资源整合优势

公司以客户需求为核心，着眼于提供一站式的移动互联网数字营销整体解决方案，围绕产业链价值进行整合，采取战略投资或业务合作等方式，在大数据挖掘应用、视频营销、专业自媒体等资源进行整合，不断强化生态系统，提升公司的竞争优势。

## （2）竞争劣势

### ①管理和人才劣势

由于产业竞争激烈，业务与技术骨干得到同行业人才市场追捧。公司目前整体规模较小，在管理的规范化与人才的稳定性方面存在一定劣势。针对此情况，

公司不断加强优秀人才的培养、员工职业生涯的规划及人才梯队的建立，形成一个稳固的制度与完善的体系，一方面让人员流动降到最低，一方面以梯队形式降低人员流动造成的衔接成本。

### ②销售渠道的劣势

相对于公司目前所拥有的数据和技术优势，公司在市场营销方面的表现相对较为薄弱。公司自成立以来，就十分重视数据的积累和技术的开发，而对于营销渠道的建设相对较少，营销网络的建设与完善程度与公司的整体实力不相符，公司应该加大营销团队的建设销售渠道的拓展。

### ③资金劣势

目前公司进入移动媒体市场的快速发展期，所需要的资金将会增加。同时随着市场的开拓力度的加大，也将需要更多的经营和发展资金支持。特别是投标大型移动媒体项目的能力受到制约，而且资金实力影响公司对高级人才的吸引能力。

### 第三节 公司治理

#### 一、公司报告期内股东大会、董事会、监事会制度建立及运行情况

2012年1月9日有限公司设立之初，按照《公司法》及有限公司《公司章程》的规定，未设立董事会、监事会，仅设执行董事一名、监事一名，执行董事和监事由股东会选举产生。有限公司股东、股东会及相关管理人员能够按照《公司法》及有限公司《公司章程》中的相关规定，在增加注册资本、股权转让、整体变更等事项上依法召开股东会，并形成相关决议。执行董事能够履行公司章程赋予的权利和义务，勤勉尽职，监事能够对公司的运作进行监督。

2017年8月22日，有限公司以经审计的净资产折股，整体变更为股份公司。股份公司成立后，按照《公司法》、《非上市公司监督管理办法》、《非上市公司监管指引第3号——章程必备条款》制定了《公司章程》，依法设立了股东大会、董事会、监事会，建立健全了公司治理机制。此外，公司还通过制定《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》、《关联交易管理制度》等内部治理细则，进一步强化了公司相关治理制度的操作性。

公司董事会由五人组成，实行董事会领导下的总经理负责制。监事会由三人组成，其中股东代表监事两名，职工代表监事一名。股东大会是公司的权力机构，董事会是执行机构对公司股东大会负责、监事会作为监督机构对公司的财务进行检查、对公司董事及高管人员执行公司职务的行为进行监督。目前公司设董事长兼总经理一名，财务负责人一名，董事会秘书一名。

截至本公开转让说明书签署日，股份公司共召开三次股东大会、两次董事会会议、两次监事会会议，上述会议均依照有关法律法规和公司章程发布通知并按期召开，会议文件完整，会议记录中时间、地点、出席人数等要件齐备，会议文件归档保存，会议记录正常签署。公司三会运行基本情况良好。自公司职工代表大会选举职工代表监事以来，职工监事能够履行章程赋予的权利和义务，出席公司监事会的会议，依法行使表决权，并列席了公司的董事会会议，并对董事会决



议事项提出合理化建议。

股份公司在今后的实际运作中仍需要管理层不断深化公司治理理念，加深相关知识的学习，提高规范运作的意识，以保证公司治理机制的有效运行。

## 二、董事会对公司现有治理机制的讨论和评估

### （一）投资者关系管理

公司的《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》及《关联交易管理制度》等一系列内部管理制度，建立健全了公司法人治理机制，能给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。

公司的《公司章程》及《投资者关系管理制度》对信息披露和投资者关系管理进行了规定。公司由董事会秘书负责投资者关系管理工作，在全面深入了解公司运作和管理、经营状况、发展战略等情况下，负责策划、安排和组织各类投资者关系管理活动。董事会秘书负责协调和组织公司信息披露事宜，参加公司所有涉及信息披露的有关会议，及时知晓公司重大经营决策及有关信息资料，并向投资者披露，同时应保证公司信息披露的及时性、合法性、真实性和完整性。同时公司努力为中小股东参加股东大会创造条件，充分考虑召开的时间和地点以便于股东参加。

### （二）纠纷解决机制

《公司章程》第三十四条规定，董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，连续180日以上单独或合并持有公司1%以上股份的股东有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼。监事会、董事会收到前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到请求之日起30日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼。他人侵犯公司合法权益，给公司造成损失的，本条第一款规定的股东可以依照前两款的规定向

人民法院提起诉讼。

《公司章程》第三十五条规定，董事、高级管理人员违反法律、行政法规或者本章程的规定，损害股东利益的，股东可以向人民法院提起诉讼。

《公司章程》第一百八十四条规定，公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间涉及公司章程规定的纠纷，应先通过协商解决。协商不成的，由公司住所地的人民法院管辖。

### **（三）累积投票制**

《公司章程》第七十八条规定，董事、监事候选人名单以提案的方式提请股东大会表决。股东大会选举董事、监事，可以根据公司章程的规定或者股东大会的决议，实行累积投票制。本章程所称累积投票制，是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

### **（四）独立董事制度**

公司设董事会，对股东大会负责。公司不设置独立董事。

### **（五）关联股东和董事回避制度**

公司的《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易决策制度》规定了关联股东和董事回避制度，对于公司与股东及实际控制人之间提供资金、商品、服务或者其他资产的交易，应当严格按照有关关联交易的决策程序履行董事会、股东大会的审议程序，关联董事、关联股东应当回避表决。具体规定为：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。但是如果公司股东均属于关联股东，回避无法形成有效决议情形下，为保证公司正常运营，关联股东可不予回避。关联董事不得参与审议和列席会议讨论有关关联交易事项。董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。在关联董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关议案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

### （六）财务管理、风险控制相关的内部管理制度

公司建立了《公司财务管理制度》等一系列规章制度，涵盖了公司人力资源管理、财务管理、研发管理、销售管理、物资采购、行政管理等经营过程和各个具体环节，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。公司的财务管理和内部控制制度在完整性、有效性、合理性方面不存在重大缺陷，内部控制制度有效的保证了公司经营业务的有效进行，保护了公司资产的安全完整，能够防止、发现、纠正错误，保证了公司财务资料的真实性、合法性、完整性，促进了公司经营效率的提高和经营目标的实现，符合公司发展的要求。

### （七）公司管理层对公司治理机制评估结果

公司董事会对公司治理机制的执行情况讨论后认为，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。报告期内公司与关联方之间存在较大关联交易和资金往来，但截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的企业占用的情形。

公司管理层认为公司的治理结构和内控制度在完整性、有效性和合理性方面不存在重大缺陷，相关制度还将随着公司业务的发展进一步的健全和完善，以适应公司不断发展壮大的需要。

## 三、公司及控股股东、实际控制人最近两年内存在的违法违规及受处罚情况

（一）公司及子公司、控股股东、实际控制人最近两年违法违规及受处罚的情况

最近两年公司及子公司、控股股东、实际控制人没有发生违法违规及受处罚的情况。

（二）公司及相关主体涉及被列为失信联合惩戒对象的情况

公司、子公司及公司法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员，不存在被列入失信联合惩戒对象和被列入环保、食品药品、产品质量和其他领域各级监管部门公布的其他形式“黑名单”的情形。

#### **四、公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在业务、资产、人员、财务、机构方面的分开情况**

公司由有限公司整体变更而来，变更后严格遵守《公司法》和《公司章程》等法律法规和规章制度规范运作，逐步健全和完善公司法人治理结构，在业务、资产、人员、财务、机构方面均能够独立运行，具体情况如下：

##### **（一）公司的业务分开**

公司主要从事社交媒体整合营销服务，具有独立的经营场所，具有独立的供应、销售部门和渠道。公司有完整的业务流程，包括独立研发、采购、生产、销售等，具有自主的知识产权，能够独立开展业务。公司独立获取业务收入和利润，具有独立自主的经营能力，不存在依赖控股股东、实际控制人及其他关联方进行生产经营的情形，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。

##### **（二）公司的资产分开**

公司是由有限公司整体变更方式设立的股份公司，具备与经营业务体系相配套的资产。公司具有开展业务所需的技术、资源；合法独立拥有与其经营有关的知识产权、机动车辆等资产的所有权或使用权，上述资产不存在被股东或关联方占用的情形，上述资产不存在重大权属纠纷。

##### **（三）公司的人员分开**

公司的人事及工资管理完全独立，公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生，不存在有关法律、法规禁止的兼职情况。公司总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务或领取报酬。公司的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。

##### **（四）公司的财务分开**

公司设立独立的财务部门，负责公司的会计核算和财务管理工作。公司财务负责人及财务人员均专职在本公司工作并领取薪酬，未在与本公司业务相同或相似、或存在其他利益冲突的企业任职。公司按照《会计法》、《企业会计准则》等法律法规的要求，建立了符合自身特点的独立的会计核算体系和财务管理制度。公司开设独立的银行账户，作为独立纳税人依法纳税。公司能够依据《公司章程》和相关财务制度独立做出财务决策，不存在公司股东或其他关联方干预本公司资金使用的情况。

截至本公开转让说明书签署日，公司拥有三名专业财务人员，其中包括一名财务负责人，具有丰富的财务管理工作经验，能满足公司财务核算及内控管理的需要。

#### （五）公司的机构分开

公司机构设置完整，按照建立规范法人治理结构的要求，公司设立了股东大会、董事会和监事会，实行董事会领导下的总经理负责制。公司根据业务和管理的需要，设置了适应自身发展需要和市场竞争需要的职能机构，各部门职责明确、工作流程清晰。公司组织机构独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在合署办公、混合经营的情形，自设立以来未发生股东干预本公司正常生产经营活动的现象。

## 五、公司最近两年内资金被占用或为控股股东、实际控制人及其控制企业提供担保情况

### （一）公司最近两年内资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用情况。

截至本公开转让说明书签署日，公司存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。报告期内，公司关联方与公司之间的资金拆借充分考虑了公司当时的资金状况。在资金占用期间，公司各项业务进展正常，未发生流动资金紧张而导致正常生产经营受到严重影响的情况。公司积极清理和规范关联方资金占用，截至本公开转让说明书签署之日，上述资金拆借已全部清偿。

有限公司阶段，公司尚未制定专门的关联交易管理制度，公司章程中也未对

关联交易进行明确规定。股份公司成立后，公司在《公司章程》、《关联交易管理制度》等制度中明确了关联交易的决策权限和程序。为进一步加强公司股东对于规范资金占用的重要性认识，公司控股股东和实际控制人于2017年7月27日出具了《关于资金占用等事项的承诺书》，保证将不以任何形式、任何理由占用公司的资金，若违反本陈述、承诺或保证，将赔偿由此给公司造成的一切损失。

## **（二）公司最近两年内为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保情况。**

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。为了维护投资者的利益，有效控制对外担保风险，确保公司的资产安全，促进公司健康稳定地发展，公司制定了《对外担保管理制度》，规范了公司的对外担保行为。

## **（三）防止公司股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源所采取的具体安排及执行情况**

截至本公开转让说明书签署之日，公司资金、资产及其他资源不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用或转移的情况。

关于资金占用和规范关联交易，控股股东、实际控制人出具了相关的承诺，同时为规范关联方占款问题，除公司章程已明确了对外担保的审批权限和审议程序外，公司专门制定了《关联交易管理制度》对相关情况进行严格规定。

《公司章程》第三十四条：公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司的合法权益，不得利用其控制地位损害公司的利益。

《关联交易管理制度》第十三条：公司应当采取有效措施防止股东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。对股东、实际控制人及其关联方提供的担保，须经股东大会审议通过。

## **六、同业竞争的情况**

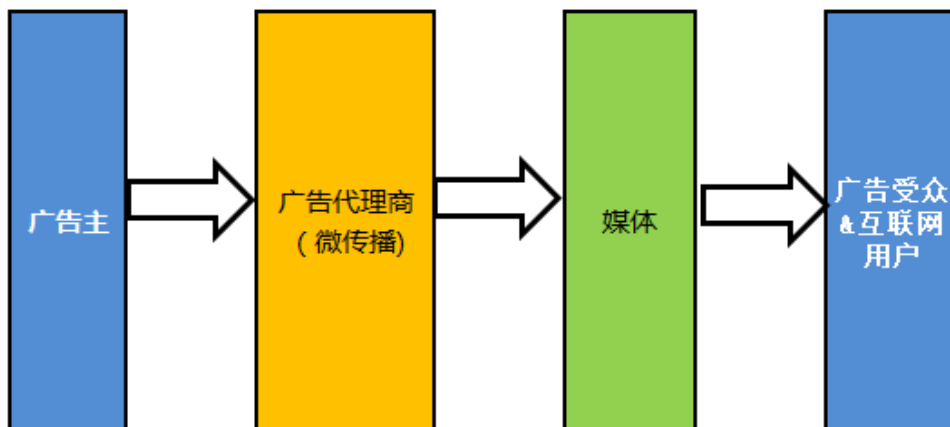
### （一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的企业之间同业竞争情况

公司的控股股东为樟树微讯电，实际控制人为郑皓青，截至本公开转让说明书签署之日，公司控股股东樟树微讯电不存在控制其他企业的情况。实际控制人郑皓青控制的企业为樟树微讯电，樟树微讯电与公司不存在同业竞争关系。

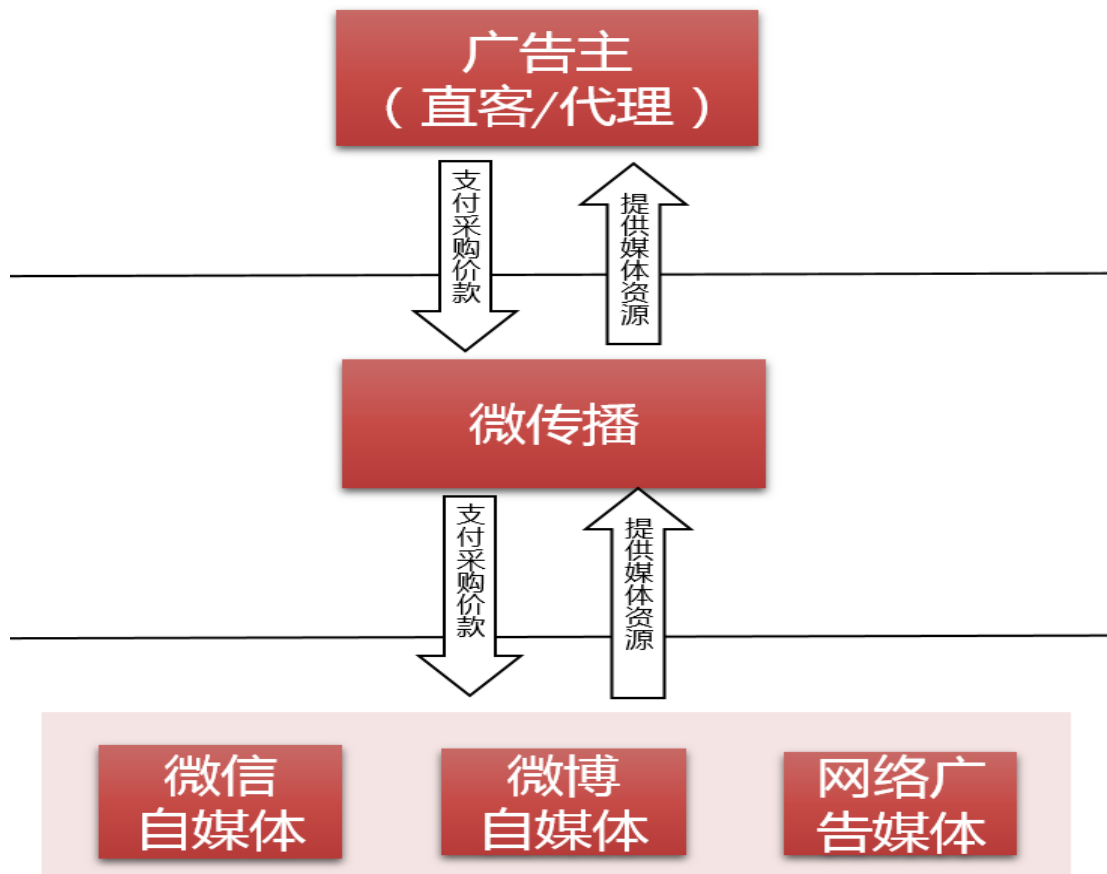
综上，公司与控股股东、实际控制人及其控制的企业之间不存在同业竞争情况。

### （二）公司与重要股东微传播之间的同业竞争情况

公司重要股东微传播主要从事的广告代理和网络营销平台，广告代理模式为微传播作为广告代理商，高效匹配客户和媒体资源，利润来源为上下游的差价。业务流程如下图：



微传播的网络营销平台收入模式：微传播作为第三方广告自助投放平台，定位于自媒体社群广告的精准投放，为广告主和自媒体构建了一个低成本、高效率的资源匹配环境，平台资源均为经过严格筛选整合的优质自媒体资源，横跨微博、微信、朋友圈（目前基本以微博业务为主）等多个平台。业务流程如下：



综上，微传播的业务模式为作为一个媒介平台，为广告主和媒体提供资源对接服务，而微电互动主要业务模式为为客户设计和策划活动广告方案以及公众号代运营，公司的业务模式、盈利模式和客户群体与微传播均存在较大差异，公司与微传播不存在同业竞争关系。

### （三）关于避免同业竞争的承诺

2017年7月27日，公司的股东、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员出具了《避免同业竞争承诺函》，表示目前未从事或参与股份公司存在同业竞争的活动，并承诺：将不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对股份公司构成竞争的业务及活动，或拥有与股份公司存在竞争关系的任何经营实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经营实体、机构、经济组织的控制权，或在该经营实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员。

## 七、董事、监事、高级管理人员其他有关情况说明



## （一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属直接或间接持有股份情况

### 1、董事、监事、高级管理人员及其直系亲属直接持有股份情况

序号	姓名	职位（与管理层的关系）	持股数量（股）	持股比例（%）	备注
1	郑皓青	董事长、总经理	500	0.01	
合计			<b>500</b>	<b>0.01</b>	

### 2、董事、监事、高级管理人员及其直系近亲属间接持有股份情况

公司董事长兼总经理郑皓青通过樟树微讯电持有公司274.95万股，持股比例为54.99%，公司董事、监事、高级管理人员及其直系近亲属持有樟树微讯电合伙份额情况如下：

樟树微讯电					
序号	合伙人姓名/名称	本公司任职	认缴出资额（万元）	合伙份额（%）	合伙人性质
1	郑皓青	董事长、总经理	6.80	68.00	有限合伙人

除上述情形外，公司不存在董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持有公司股份情况。

## （二）董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

## （三）董事、监事、高级管理人员与申请挂牌公司签订重要协议和做出重要承诺

截至本公开转让说明书签署日，公司的高级管理人员及职工代表监事均与本公司或全资下属公司签署了《劳动合同》和《保密协议》，对双方的权利义务进行了约定。目前所有合同及协议均正常履行，不存在违约情形。

董事、监事、高级管理人员及核心人员作出的重要声明和承诺包括：（1）公司管理层关于避免同业竞争的承诺；（2）公司管理层关于诚信状况的书面声明；（3）与公司不存在利益冲突情况的声明；（4）公司高级管理人员关于不在股东单位双重任职、不从公司关联企业领取报酬及其他情况的书面声明；（5）

公司管理层就公司对外担保、重大投资、委托理财、关联方交易等事项的情况符合法律法规和公司章程的书面声明；（6）公司管理层对公司最近两年不存在重大诉讼、仲裁及未决诉讼、仲裁事项情况的声明。

#### （四）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员的兼职情况如下：

人员姓名	在本公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与本公司关系
郑皓青	董事长、总经理	上海追鹏信息科技有限公司	执行董事	本公司之子公司
		樟树市微讯电投资管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人	本公司之控股股东
丁媛	董事、董事会秘书	-	-	-
杨春花	董事	微传播（北京）网络科技股份有限公司	董事会办公室专员	本公司之股东
肖鹏	董事	微传播（北京）网络科技股份有限公司	出纳	本公司之股东
贾睿乔	董事	-	-	-
段卓东	监事会主席	微传播（北京）网络科技股份有限公司	出纳	本公司之股东
张雯	监事	微传播（北京）网络科技股份有限公司	高级客户经理	本公司之股东
潘智威	监事	-	-	-
肖嘉欣	财务总监	-	-	-

除上述兼职情况外，公司董事、监事及高级管理人员不存在在其他单位兼职的情况。

#### （五）董事、监事、高级管理人员对外投资与公司存在利益冲突的情况

##### 1、董事、监事、高级管理人员对外投资情况

人员姓名	在本公司职务	被投资单位名称	持股比例	被投资单位经营范围	是否与本公司存在利益冲突
------	--------	---------	------	-----------	--------------

郑皓青	董事长、总经理	樟树微讯电	68.00%	企业投资管理，资产管理。	否
丁媛	董事、董事会秘书		-	-	-
杨春花	董事		-	-	-
肖鹏	董事		-	-	-
贾睿乔	董事		-	-	-
段卓东	监事会主席		-	-	-
张雯	监事		-	-	-
潘智威	监事		-	-	-
肖嘉欣	财务总监		-	-	-

除上述外，公司董事、监事及高级管理人员无对其他企业的股权投资。

## 2、董事、监事、高级管理人员对外投资是否与公司存在利益冲突

公司董事、监事、高级管理人员对外投资与公司不存在利益冲突。

### （六）董事、监事、高级管理人员的诚信状况

公司董事、监事、高级管理人员不存在不具备法律法规规定的任职资格或违反法律法规规定、所兼职单位规定的任职限制等任职资格方面的瑕疵。

公司董事、监事、高级管理人员于2017年7月27日出具书面声明，郑重承诺：公司及公司董事、监事、高级管理人员均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。公司董事、监事、高级管理人员无应对所任职公司最近24个月因重大违法违规行为被处罚负有责任的情形；不存在个人负有数额较大债务到期未清偿的情形；不存在欺诈或其他不诚实行为，不存在最近24个月受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情形。

### （七）董事、监事、高级管理人员竞业禁止情形

公司董事、监事、高级管理人员不存在违反竞业禁止的法律规定或与原单位约定的情形，不存在有关上述竞业禁止事项的纠纷或潜在纠纷。

公司董事、监事、高级管理人员不存在与原任职单位知识产权、商业秘密方

面的侵权纠纷或潜在纠纷。

#### （八）董事、监事、高级管理人员其它对公司持续经营有不利影响的情形

公司董事、监事、高级管理人员无其他对公司持续经营有不利影响的情形。

## 八、最近两年内董事、监事、高级管理人员变动情况及原因

### （一）董事变化情况

报告期初至股份公司创立大会之日，公司未设董事会，设执行董事，由郑皓青任执行董事，2017年7月股份公司创立大会选举郑皓青、丁媛、杨春花、肖鹏和贾睿乔为董事会成员，截至本公开转让说明书签署之日，公司董事会成员未发生变化。

### （二）监事变化情况

报告期初至股份公司创立大会之日，公司未设监事会，设监事一名，报告期初至2017年7月由陈耿豪担任监事，2017年7月股份公司创立大会选举段卓东、李婷婷和潘智威为监事。因监事李婷婷辞职，2017年10月30日公司召开2017年第三次临时股东大会，选举张雯女士为公司监事。截至本公开转让说明书签署之日，公司监事会成员未发生变化。

### （三）高级管理人员变化情况

报告期初至股份公司成立之日，郑皓青担任公司执行董事兼总经理，2017年7月股份公司第一届董事会第一次会议聘任郑皓青为公司总经理，丁媛为公司董事会秘书，肖嘉欣为公司财务总监，截至本公开转让说明书签署之日，公司高级管理人员未发生变化。

综上所述，报告期内，公司的董事、监事、高级管理人员发生的变动，主要是由于完善公司治理结构的要求，均依据相关法律法规、规范性文件和《公司章程》的规定，履行了相应的程序，其变动对公司持续经营不构成重大不利影响。

## 第四节 公司财务

### 一、财务报表

#### (一) 最近两年及一期合并财务报表

##### 合并资产负债表

单位：元

项目	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
<b>流动资产：</b>			
货币资金	6,593,349.28	4,779,041.70	181,629.42
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	3,521,270.28	3,008,136.74	1,111,738.38
预付款项	422,744.21	1,448,499.99	100,000.00
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	367,841.44	74,661.14	3,821,153.09
存货	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	932,525.85	-	8,136.11
<b>流动资产合计</b>	<b>11,837,731.06</b>	<b>9,310,339.57</b>	<b>5,222,657.00</b>
<b>非流动资产：</b>			
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	13,025.00	70,026.53	132,734.48

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	-	-	-
递延所得税资产	30,398.97	26,089.14	64,906.47
其他非流动资产	-	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>43,423.97</b>	<b>96,115.67</b>	<b>197,640.95</b>
<b>资产总计</b>	<b>11,881,155.03</b>	<b>9,406,455.24</b>	<b>5,420,297.95</b>
<b>流动负债：</b>			
短期借款	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	117,100.00	10,278.00	397,684.64
预收款项	381,111.11	-	-
应付职工薪酬	196,284.07	311,462.56	224,735.00
应交税费	125,966.94	182,661.94	1,104,440.74
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	78,870.54	50,666.18	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>899,332.66</b>	<b>555,068.68</b>	<b>1,726,860.38</b>

<b>非流动负债：</b>			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
<b>非流动负债合计</b>	-	-	-
<b>负债合计</b>	<b>899,332.66</b>	<b>555,068.68</b>	<b>1,726,860.38</b>
<b>股东权益（或所有者 权益）：</b>			
股本	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
资本公积	-	-	-
减：库存股	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	500,000.00	500,000.00	259,029.66
未分配利润	9,481,822.37	7,351,386.56	2,434,407.91
外币报表折算差额			-
<b>归属于母公司股东 权益合计</b>	<b>10,981,822.37</b>	<b>8,851,386.56</b>	<b>3,693,437.57</b>
少数股东权益	-	-	-
<b>股东权益合计</b>	<b>10,981,822.37</b>	<b>8,851,386.56</b>	<b>3,693,437.57</b>
<b>负债和股东权益总 计</b>	<b>11,881,155.03</b>	<b>9,406,455.24</b>	<b>5,420,297.95</b>

## 合并利润表

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年	2015年
<b>一、营业收入</b>	<b>6,488,951.51</b>	<b>16,664,144.48</b>	<b>8,264,162.81</b>
减：营业成本	3,320,143.46	5,840,104.24	3,230,773.00
营业税金及附加	36,313.19	110,058.26	53,840.03
销售费用	59,155.63	201,003.46	279,164.97
管理费用	978,672.01	1,913,305.85	1,654,681.88
财务费用	2,022.77	2,179.07	1,420.83
资产减值损失	42,437.58	-97,373.36	207,312.85
加：公允价值变动收益(损失以“-”号填列)	-	-	-
投资收益(损失以“-”号填列)	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
其他收益			
<b>二、营业利润(损失以“-”号填列)</b>	<b>2,050,206.87</b>	<b>8,694,866.96</b>	<b>2,836,969.25</b>
加：营业外收入	13.87	300,001.01	490.00
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
减：营业外支出	177.44	33,192.94	2,220.01
其中：非流动资产处置损失	169.80	-	2,220.00
<b>三、利润总额(损失以“-”号填列)</b>	<b>2,050,043.30</b>	<b>8,961,675.03</b>	<b>2,835,239.24</b>
减：所得税费用	-80,392.51	1,374,689.34	715,025.88
<b>四、净利润(损失以“-”号填列)</b>	<b>2,130,435.81</b>	<b>7,586,985.69</b>	<b>2,120,213.36</b>
归属于母公司所有者的净利润	2,130,435.81	7,586,985.69	2,120,213.36
少数股东损益	-	-	-
<b>五、每股收益</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
(一) 基本每股收益	2.13	7.59	2.12
(二) 稀释每股收益	2.13	7.59	2.12
<b>六、其他综合收益</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>七、综合收益总额</b>	<b>2,130,435.81</b>	<b>7,586,985.69</b>	<b>2,120,213.36</b>
归属于母公司所有者的综合收益总额	2,130,435.81	7,586,985.69	2,120,213.36



归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-
----------------	---	---	---

## 合并现金流量表

单位：元

项目	2017年1-5月	2016年	2015年
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	6,719,259.33	15,667,784.69	7,719,517.85
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	926.98	301,291.94	956.57
经营活动现金流入小计	6,720,186.31	15,969,076.63	7,720,474.42
购买商品、接受劳务支付的现金	1,701,732.50	6,622,076.04	2,362,897.76
支付给职工以及为职工支付的现金	1,285,641.42	2,595,713.94	1,583,573.67
支付的各项税费	1,224,347.22	3,188,669.37	224,122.76
支付其他与经营活动有关的现金	694,157.55	521,930.42	569,879.68
经营活动现金流出小计	4,905,878.69	12,928,389.77	4,740,473.87
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>1,814,307.58</b>	<b>3,040,686.86</b>	<b>2,980,000.55</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	270.19	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	270.19	-
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	-	-	490.00
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	-	-	490.00

投资活动产生的现金流量净额	-	<b>270.19</b>	<b>-490.00</b>
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	2,460,000.00	10,995,078.69	-
筹资活动现金流入小计	2,460,000.00	10,995,078.69	-
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	2,429,036.70	-
其中：子公司支付少数股东的现金股利			
支付其他与筹资活动有关的现金	2,460,000.00	7,009,586.76	3,538,188.33
其中：子公司减资支付给少数股东的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	2,460,000.00	9,438,623.46	3,538,188.33
筹资活动产生的现金流量净额	-	<b>1,556,455.23</b>	<b>-3,538,188.33</b>
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	<b>1,814,307.58</b>	<b>4,597,412.28</b>	<b>-558,677.78</b>
加：期初现金及现金等价物余额	4,779,041.70	181,629.42	740,307.20
六、期末现金及现金等价物余额	<b>6,593,349.28</b>	<b>4,779,041.70</b>	<b>181,629.42</b>

## 合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2017年1月-5月					
	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	500,000.00	7,351,386.56	-	8,851,386.56
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	1,000,000.00	-	500,000.00	7,351,386.56	-	8,851,386.56
三、本期增减变动金额(减少以“一”列示)	-	-	-	2,130,435.81	-	2,130,435.81
（一）净利润	-	-	-	2,130,435.81	-	2,130,435.81
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	2,130,435.81	-	2,130,435.81
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1.股东投入资本	-	-	-	-	-	-
2.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-
（四）利润分配	-	-	-	-	-	-

1.提取盈余公积	-	-			-	-
2.对股东的分配	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-
（五）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>1,000,000.00</b>	-	<b>500,000.00</b>	<b>9,481,822.37</b>	-	<b>10,981,822.37</b>

合并所有者权益变动表（续表）

项 目	2016年					
	归属于母公司股东权益				少数股东权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	259,029.66	2,434,407.91	-	3,693,437.57
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	1,000,000.00	-	259,029.66	2,434,407.91	-	3,693,437.57
三、本期增减变动金额(减少以“—”列示)	-	-	240,970.34	4,916,978.65	-	5,157,948.99
（一）净利润	-	-	-	7,586,985.69	-	7,586,985.69
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	7,586,985.69	-	7,586,985.69
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1.股东投入资本	-	-	-	-	-	-
2.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-
（四）利润分配	-	-	240,970.34	-2,670,007.04	-	-2,429,036.70
1.提取盈余公积	-	-	240,970.34	-240,970.34	-	-
2.对股东的分配	-	-	-	-2,429,036.70	-	-2,429,036.70

3.其他	-	-	-	-	-	-
（五）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>1,000,000.00</b>	-	<b>500,000.00</b>	<b>7,351,386.56</b>	-	<b>8,851,386.56</b>

合并所有者权益变动表（续表）

项 目	2015年					
	归属于母公司股东权益				少数股东 权益	股东权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	47,008.32	526,215.89	-	1,573,224.21
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	1,000,000.00	-	47,008.32	526,215.89	-	1,573,224.21
三、本期增减变动金额(减少以“一” 列示)	-	-	212,021.34	1,908,192.02	-	2,120,213.36
（一）净利润	-	-	-	2,120,213.36	-	2,120,213.36
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	2,120,213.36	-	2,120,213.36
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1.股东投入资本	-	-	-	-	-	-
2.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-



（四）利润分配	-	-	212,021.34	-212,021.34	-	-
1.提取盈余公积	-	-	212,021.34	-212,021.34	-	-
2.对股东的分配	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-
（五）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>1,000,000.00</b>	-	<b>259,029.66</b>	<b>2,434,407.91</b>	-	<b>3,693,437.57</b>

## (二) 最近两年及一期母公司财务报表

## 母公司资产负债表

单位：元

项目	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
<b>流动资产：</b>			
货币资金	5,915,237.31	4,779,041.70	181,629.42
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	3,290,420.28	2,894,136.74	1,111,738.38
预付款项	307,188.65	1,561,999.99	100,000.00
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	450,238.32	74,661.14	3,821,153.09
存货	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	932,525.85	-	8,136.11
<b>流动资产合计</b>	<b>10,895,610.41</b>	<b>9,309,839.57</b>	<b>5,222,657.00</b>
<b>非流动资产：</b>			
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	13,025.00	70,026.53	132,734.48
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	-	-	-
递延所得税资产	29,101.25	23,437.88	64,906.47
其他非流动资产	-	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>42,126.25</b>	<b>93,464.41</b>	<b>197,640.95</b>
<b>资产总计</b>	<b>10,937,736.66</b>	<b>9,403,303.98</b>	<b>5,420,297.95</b>
<b>流动负债：</b>			
短期借款	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	3,600.00	10,278.00	397,684.64
预收款项	-	-	-
应付职工薪酬	180,132.87	304,262.56	224,735.00
应交税费	100,639.82	178,756.92	1,104,440.74
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	47,972.98	50,666.18	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>332,345.67</b>	<b>543,963.66</b>	<b>1,726,860.38</b>
<b>非流动负债：</b>			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>332,345.67</b>	<b>543,963.66</b>	<b>1,726,860.38</b>
<b>股东权益（或所有者权益）：</b>			
股本	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
资本公积	-	-	-

减：库存股	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	500,000.00	500,000.00	259,029.66
未分配利润	9,105,390.99	7,359,340.32	2,434,407.91
外币报表折算差额	-	-	-
<b>股东权益合计</b>	<b>10,605,390.99</b>	<b>8,859,340.32</b>	<b>3,693,437.57</b>
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>10,937,736.66</b>	<b>9,403,303.98</b>	<b>5,420,297.95</b>

## 母公司利润表

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年	2015年
<b>一、营业收入</b>	<b>5,921,131.90</b>	<b>16,550,936.94</b>	<b>8,264,162.81</b>
减：营业成本	3,240,478.90	5,729,910.07	3,230,773.00
营业税金及附加	36,309.26	109,639.87	53,840.03
销售费用	59,155.63	201,003.46	279,164.97
管理费用	882,325.56	1,906,105.85	1,654,681.88
财务费用	645.76	2,179.07	1,420.83
资产减值损失	37,755.84	-103,373.36	207,312.85
加：公允价值变动收益(损失以“-”号填列)	-	-	-
投资收益(损失以“-”号填列)	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
其他收益			
<b>二、营业利润(损失以“-”号填列)</b>	<b>1,664,460.95</b>	<b>8,705,471.98</b>	<b>2,836,969.25</b>
加：营业外收入	13.47	300,001.01	490.00
减：营业外支出	169.80	33,192.94	2,220.01
其中：非流动资产处置损失	169.80	-	2,220.00
<b>三、利润总额(损失以“-”号填列)</b>	<b>1,664,304.62</b>	<b>8,972,280.05</b>	<b>2,835,239.24</b>
减：所得税费用	-81,746.05	1,377,340.60	715,025.88
<b>四、净利润(损失以“-”号填列)</b>	<b>1,746,050.67</b>	<b>7,594,939.45</b>	<b>2,120,213.36</b>
<b>五、每股收益</b>			
（一）基本每股收益	-	-	-
（二）稀释每股收益	-	-	-
<b>六、其他综合收益</b>	-	-	-
<b>七、综合收益总额</b>	<b>1,746,050.67</b>	<b>7,594,939.45</b>	<b>2,120,213.36</b>

## 母公司现金流量表

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年	2015年
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	5,859,259.34	15,667,784.69	7,719,517.85
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	925.71	301,291.94	956.57
经营活动现金流入小计	5,860,185.05	15,969,076.63	7,720,474.42
购买商品、接受劳务支付的现金	1,500,063.44	6,622,076.04	2,362,897.76
支付给职工以及为职工支付的现金	1,212,454.83	2,595,713.94	1,583,573.67
支付的各项税费	1,218,145.06	3,188,669.37	224,122.76
支付其他与经营活动有关的现金	793,326.11	521,930.42	569,879.68
经营活动现金流出小计	4,723,989.44	12,928,389.77	4,740,473.87
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>1,136,195.61</b>	<b>3,040,686.86</b>	<b>2,980,000.55</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	270.19	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	270.19	-
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	-	-	490.00
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	-	-	490.00
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-</b>	<b>270.19</b>	<b>-490.00</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金	-	-	-

取得借款收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	2,460,000.00	10,995,078.69	-
筹资活动现金流入小计	2,460,000.00	10,995,078.69	-
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	2,429,036.70	-
其中：子公司支付少数股东的现金股利	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	2,460,000.00	7,009,586.76	3,538,188.33
其中：子公司减资支付给少数股东的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	2,460,000.00	9,438,623.46	3,538,188.33
筹资活动产生的现金流量净额	-	<b>1,556,455.23</b>	<b>-3,538,188.33</b>
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	<b>1,136,195.61</b>	<b>4,597,412.28</b>	<b>-558,677.78</b>
加：期初现金及现金等价物余额	4,779,041.70	181,629.42	740,307.20
六、期末现金及现金等价物余额	<b>5,915,237.31</b>	<b>4,779,041.70</b>	<b>181,629.42</b>

## 母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	2017年1月-5月				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	500,000.00	7,359,340.32	8,859,340.32
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
二、本年初余额	1,000,000.00	-	500,000.00	7,359,340.32	8,859,340.32
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	1,746,050.67	1,746,050.67
（一）净利润	-	-	-	1,746,050.67	1,746,050.67
（二）直接计入股东权益（或所有者权益）的利得和损失	-	-	-	-	-
1. 可供出售金融资产公允价值变动净额	-	-	-	-	-
2. 权益法下被投资单位其他所有者权益变动的影响	-	-	-	-	-
3. 与计入股东权益（或所有者权益）项目相关的所得税影响	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	1,746,050.67	1,746,050.67
（三）股东（或所有者）投入和减少资本	-	-	-	-	-
1. 股东（或所有者）投入资本	-	-	-	-	-



2. 股份支付计入股东（或所有者）权益的金额	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-
（四）利润分配	-	-	-	-	-
1. 提取盈余公积					-
2. 对股东（或所有者）的分配	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-
（五）股东（或所有者）权益内部结转	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
（六）专项储备	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-
2. 本期使用（以负号填列）	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>1,000,000.00</b>	-	<b>500,000.00</b>	<b>9,105,390.99</b>	<b>10,605,390.99</b>

母公司所有者权益变动表（续表）

项目	2016年				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	259,029.66	2,434,407.91	3,693,437.57
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
二、本年初余额	1,000,000.00	-	259,029.66	2,434,407.91	3,693,437.57
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	240,970.34	4,924,932.41	5,165,902.75
（一）净利润	-	-	-	7,594,939.45	7,594,939.45
（二）直接计入股东权益（或所有者权益）的利得和损失	-	-	-	-	-
1. 可供出售金融资产公允价值变动净额	-	-	-	-	-
2. 权益法下被投资单位其他所有者权益变动的影响	-	-	-	-	-
3. 与计入股东权益（或所有者权益）项目相关的所得税影响	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	7,594,939.45	7,594,939.45
（三）股东（或所有者）投入和减少资本	-	-	-	-	-
1. 股东（或所有者）投入资本	-	-	-	-	-
2. 股份支付计入股东（或所有者）权益的金额	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-

（四）利润分配	-	-	240,970.34	-2,670,007.04	-2,429,036.70
1. 提取盈余公积	-	-	240,970.34	-240,970.34	-
2. 对股东（或所有者）的分配	-	-	-	-2,429,036.70	-2,429,036.70
3. 其他	-	-	-	-	-
（五）股东（或所有者）权益内部结转	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
（六）专项储备	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-
2. 本期使用（以负号填列）	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>1,000,000.00</b>	-	<b>500,000.00</b>	<b>7,359,340.32</b>	<b>8,859,340.32</b>

母公司所有者权益变动表（续表）

项目	2015年				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	47,008.32	526,215.89	1,573,224.21
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	1,000,000.00	-	47,008.32	526,215.89	1,573,224.21
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	212,021.34	1,908,192.02	2,120,213.36
（一）净利润	-	-	-	2,120,213.36	2,120,213.36
（二）直接计入股东权益（或所有者权益）的利得和损失	-	-	-	-	-
1. 可供出售金融资产公允价值变动净额	-	-	-	-	-
2. 权益法下被投资单位其他所有者权益变动的影响	-	-	-	-	-
3. 与计入股东权益（或所有者权益）项目相关的所得税影响	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	2,120,213.36	2,120,213.36
（三）股东（或所有者）投入和减少资本	-	-	-	-	-
1. 股东（或所有者）投入资本	-	-	-	-	-

2. 股份支付计入股东（或所有者）权益的金额	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-
（四）利润分配	-	-	212,021.34	-212,021.34	-
1. 提取盈余公积	-	-	212,021.34	-212,021.34	-
2. 对股东（或所有者）的分配	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-
（五）股东（或所有者）权益内部结转	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
（六）专项储备	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-
2. 本期使用（以负号填列）	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>1,000,000.00</b>	-	<b>259,029.66</b>	<b>2,434,407.91</b>	<b>3,693,437.57</b>

## 二、 审计意见

公司聘请的具有证券期货相关业务资格的广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2015 年度、2016 年度及 2017 年 1-5 月财务会计报告（包括 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 5 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 5 月 31 日的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表和合并及母公司所有者权益变动表以及财务报表附注）实施审计，并出具了“广会专字【2016】G16000790065 号”审计报告，审计意见为标准无保留意见。审计意见如下：我们认为，微电互动财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了微电互动公司 2017 年 5 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2017 年 1-5 月、2016 年度、2015 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

## 三、 财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

### （一） 编制基础

本公司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》和具体企业会计准则、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”)进行确认和计量，在此基础上，结合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》(2014年修订)的规定，编制财务报表。

### （二） 持续经营

本公司对报告期末起12个月的持续经营能力进行了评价，未发现对持续经营能力产生重大怀疑的事项或情况。因此，本财务报表系在持续经营假设的基础上编制。

### （三） 合并财务报表范围及变化情况

本报告期纳入合并财务报表范围的主体共 1 户，具体包括：

子公司名称	子公司类型	级次	持股比例	表决权比例
上海追鹏信息科技有限公司	全资控股子公司	1 级	100.00%	100.00%

## 四、报告期内主要会计政策、会计估计及其变更情况和影响

### （一）主要会计政策、会计估计

#### 1、遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司2017年2月28日、2016年12月31日、2015年5月31日的财务状况、2017年1-5月、2016年度、2015年度的经营成果和现金流量等有关信息。

#### 2、会计期间

自公历1月1日至12月31日为一个会计年度。本报告期为2015年1月1日至2017年5月31日。

#### 3、营业周期

公司经营业务周期较短。本公司以12个月作为一个营业周期，并以其作为资产和负债的流动性划分标准。

#### 4、记账本位币

公司的记账本位币为人民币。

#### 5、记账基础和计量属性

公司以权责发生制为记账基础，采用借贷复式记账法进行会计核算。一般采用历史成本作为计量属性，当所确定的会计要素符合企业会计准则的要求、能够取得并可靠计量时，采用重置成本、可变现净值、现值、公允价值计量。

#### 6、现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，公司将库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金，将持有的期限短（一般不超过3个月）、流动性强、易于转换为已知金额现金，价值变动风险很小的投资确认为现金等价物。

#### 7、外币业务和外币报表折算

公司外币业务采用按照系统合理的方法确定的、与交易发生日即期汇率近似的汇率作为折算汇率折合成人民币记账；在资产负债表日，对外币货币性项目，

采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，除为购建或生产符合资本化条件的资产而借入的外币专门借款产生的汇兑损益按资本化原则处理外，均计入当期损益；对以历史成本计量的外币非货币性项目仍以交易发生日的即期汇率折算。

外币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，股东权益项目除“未分配利润”外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入与费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。上述折算产生的外币报表折算差额，在其他综合收益科目下列示。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，在编制合并财务报表时，在合并资产负债表中所有者权益项目下在“其他综合收益”项目列示。处置境外经营时，与该境外经营有关的外币报表折算差额，按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。汇率变动对现金的影响额，在现金流量表中单独列示。

## 8、金融工具

### (1) 金融工具的分类、确认和计量

公司在金融资产初始确认时将其划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项、可供出售金融资产、持有至到期投资。金融资产初始确认时按公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产是指持有的主要目的为短期内出售的金融资产，包括交易性金融资产，或是初始确认时就被管理层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。以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产按公允价值进行后续计量，持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动形成的利得或损失计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。



贷款和应收款项：公司将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划分为贷款和应收款项。贷款和应收款项按实际利率法，以摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

可供出售金融资产：公司可供出售金融资产指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除贷款和应收款项、持有至到期投资、交易性金融资产以外的非衍生金融资产。可供出售金融资产按公允价值进行后续计量，持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动形成的利得或损失直接计入所有者权益，直到该金融资产终止确认或发生减值时再转出，计入当期损益。

持有至到期投资：公司将管理层有明确意图并有能力持有至到期，到期日固定、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产划分为持有至到期投资。持有至到期投资按实际利率法，以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。

## （2）金融负债的分类、确认和计量

公司在金融负债初始确认时将其划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债。金融负债初始确认时按公允价值计量。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。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，计入当期损益。

其他金融负债：其他金融负债按实际利率法，以摊余成本进行后续计量，在终止确认或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

## （3）金融负债终止确认条件

金融负债的的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，

且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

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

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

#### （4）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，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，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：（1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；（2）未放弃对该金融资产控制的，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。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）所转移金融资产的账面价值；（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）终止确认部分的账面价值；（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

#### （5）金融工具公允价值确定

金融工具存在活跃市场的，以活跃市场中的报价确定其公允价值；金融工具

不存在活跃市场的，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。

#### （6）金融资产减值测试及减值准备计提方法

公司在资产负债表日对交易性金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

##### ——以摊余成本计量的金融资产减值的计量

如果有客观证据表明以摊余成本计量的金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。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从单项或组合的角度进行减值测试，对已确定不存在减值客观证据的单项金额资产，再与具有类似信用风险特性的金融资产构成一个组合进行减值测试，对已以单项为基础计提减值准备的金融资产，不再纳入组合中进行减值测试。在后续期间，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，原确认的减值损失应当予以转回，计入当期损益。但转回后的账面价值不应当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。按摊余成本计量的金融资产实际发生损失时，冲减已计提的相关减值准备。

##### ——可供出售金融资产

如果有客观证据表明可供出售金融资产发生减值，即使该金融资产没有终止确认，原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失，予以转出计入当期损益。累计损失是该可供出售金融资产的初始取得成本，扣除已收回本金和摊销金额、发生减值时的公允价值和原计入损益的减值损失后的净额。

## 9、应收账款

### （1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准：单项金额重大是指应收款项余额占本

公司报表前五名。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：期末对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，如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。经单独进行减值测试未发生减值的，参照信用风险组合以账龄分析法计提坏账准备。

(2) 按组合计提坏账准备应收款项：

组合名称	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征	账龄分析法

以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备计提方法：

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1年以内（含1年）	5%	5%
1%内年	10%	10%
20%年	30%	30%
30%年	50%	50%
4年以上	100%	100%

(3) 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项：

对有客观证据表明其已发生减值的单项非重大应收款项，单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

应收款项计提坏账准备后，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，原确认的坏账准备应当予以转回，计入当期损益。

## 10、划分为持有待售资产

公司在存在同时满足下列条件的非流动资产或公司某一组成部分时划分为持有待售：

(1) 该组成部分必须在其当前状况下仅根据出售此类组成部分的惯常条款即可立即出售；(2) 企业已经就处置该组成部分作出决议，如按规定需得到股

东批准的，应当已经取得股东大会或相应权力机构的批准；（3）企业已经与受让方签订了不可撤销的转让协议；（4）该项转让将在一年内完成。符合持有待售条件的非流动资产（不包括金融资产及递延所得税资产），以账面价值与公允价值减去处置费用孰低的金额列示为划分为持有待售资产。公允价值减去处置费用低于原账面价值的金额，确认为资产减值损失。终止经营为已被处置或被划归为持有待售的、于经营上和编制财务报表时能够在本公司内单独区分的组成部分。

## 11、固定资产

固定资产的标准：公司固定资产是指为生产商品、提供服务、出租或经营管理而持有的、使用年限超过 1 年的有形资产。

固定资产的分类：运输工具及办公设备；

固定资产的计价和折旧方法：固定资产按实际成本计价，并按直线法计提折旧。各类固定资产预计使用年限、预计残值率和年折旧率列示如下：

固定资产类别	预计使用年限	年折旧率（%）	预计残值率（%）
运输工具	4	23.75	5
办公设备	3	31.67	5

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

固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

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

### 融资租入固定资产的认定依据

融资租赁是指实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁。满足以下一项或数项标准的租赁，应当认定为融资租赁：（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给承租人；（2）承租人有购买租赁资产的选择权，所订

立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定承租人将会行使这种选择权；（3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分，通常是租赁期大于、等于资产使用年限的75%，但若标的物系在租赁开始日已使用期限达到可使用期限75%以上的旧资产则不适用此标准；（4）承租人在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值；出租人在租赁开始日的最低租赁收款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。通常是租赁最低付款额的现值大于、等于资产公允价值的90%；（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有承租人才能使用。

#### 融资租入固定资产的计价方法

公司在租赁期开始日，将租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款入账价值，其差额作为未确认的融资费。

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见附注三、15“长期资产减值”。

#### 12、在建工程

在建工程类别：在建工程按工程项目进行明细核算。

在建工程的计量：在建工程以实际成本计价，按照实际发生的支出确定其工程成本，工程达到预定可使用状态前因进行试运转发生的净支出计入工程成本。工程达到预定可使用状态前所取得的试运转过程中形成的、能够对外销售的产品，其发生的成本，计入在建工程成本，销售或结转为产成品时，按实际销售收入或者预计售价冲减在建工程成本。购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款或占用了一般借款发生的借款利息以及专门借款发生的辅助费用，在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前按可资本化金额计入资产成本，其后计入当期损益。

在建工程结转为固定资产的标准和时点：在建工程在达到预定可使用状态时转作固定资产。所建造的固定资产已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算

手续的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按照固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理了竣工决算手续后再对原估计值进行调整，但不调整原已计提的折旧额。

在建工程的减值测试方法和减值准备计提方法详见15 程长期资产减值”。

### 13、借款费用

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本，在符合资本化条件的资产达到预定可使用状态之后所发生的借款费用，计入当期损益；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

借款费用同时满足以下条件时予以资本化：资产支出（包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出）已经发生；借款费用已经发生；为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

借款利息资本化金额：购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款或占用了一般借款发生的借款利息，在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前，应按以下方法确定资本化金额：

一为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定为应予以资本化的费用。

一为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，公司根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

暂停资本化：符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，应当暂停借款费用的资本化。在中断期间发生的借款费用应当确认为费用，计入当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始。如果中断是所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或

者可销售状态必要的程序，借款费用的资本化应当继续进行。

#### 14、无形资产

##### 无形资产计价

—外购无形资产的成本，按使该项资产达到预定用途所发生的实际支出计价。

—内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益，开发阶段的支出，能够符合资本化条件的，确认为无形资产成本。

—投资者投入的无形资产，按照投资合同或协议约定的价值作为成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

—接受债务人以非现金资产抵偿债务方式取得的无形资产，或以应收债权换入无形资产的，按换入无形资产的公允价值入账。

—非货币性交易投入的无形资产，以该项非货币性资产的公允价值和应支付的相关税费作为入账成本。

无形资产摊销：使用寿命有限的无形资产，在估计该使用寿命的年限内按直线法摊销；无法预见无形资产为公司带来未来经济利益的期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，使用寿命不确定的无形资产不进行摊销。

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。

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，确认为无形资产：（1）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；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）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；（4）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；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。



无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见15“产长期资产减值”。

## 15、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及对子公司、合营企业、联营企业的长期股权投资等非流动资产项目，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，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

出现减值的迹象如下：（1）资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌；（2）企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响；（3）市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低；（4）有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏；（5）资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；（6）企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等；（7）其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

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

公司因企业合并所形成的商誉，至少在每年年度终了进行减值测试。对于因合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，应当先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包

含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

#### 16、长期待摊费用

长期待摊费用是指已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用。长期待摊的费用按形成时发生的实际成本计价，采用直线法在受益年限内平均摊销。

长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益的，将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

#### 17、职工薪酬

职工薪酬包括在职工为公司提供服务的会计期间，公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

短期薪酬是指在职工为公司提供相关服务的会计期间结束后十二个月内需要全部予以支付的，公司给予职工各种形式的报酬以及其他相关支出，包括支付的职工工资、奖金、津贴、补贴和职工福利费，为职工缴纳医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及短期带薪缺勤、短期利润分享计划、非货币性福利以及其他短期薪酬等。公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。

离职后福利是指公司为获得职工提供的服务而在职工退休或解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外，具体分类为设定提存计划和设定受益计划。其中：

(1) 对于设定提存计划，公司应当在职工为其提供的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或者相关资产成本；

(2) 对于设定受益计划，公司应当根据预期累计福利单位法确认设定受益计划的福利义务，按照归属于职工提供服务的期间，公司设定受益计划导致的职工薪酬成本包括下列组成部分：

①服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中，当期服务成本是指，职工当期提供服务所导致的设定受益义务现值的增加额；过去服务成本是指，设定受益计划修改所导致的与以前期间职工服务相关的设定受益义务现值的增加或减少；

②设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务的利息费用以及资产上限影响的利息；

③重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动。

除非其他会计准则要求或允许职工福利成本计入资产成本，公司将上述第①和②项计入当期损益；第③项计入其他综合收益，且不会在后续会计期间转回至损益。

设定受益计划引起的重新计量，包括精算利得或损失，均在资产负债表中立即确认，并在其发生期间通过其他综合收益计入股东权益，后续期间不转回至损益。

辞退福利是指公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿。公司向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）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。（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

其他长期职工福利是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外所有的职工薪酬，包括长期带薪缺勤、长期残疾福利、长期利润分享计划等。公司向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划进行会计处理，但是重新计量其他

长期职工福利净负债或净资产所产生的变动计入当期损益相关资产成本。

## 18、预计负债

预计负债的确认标准：当与对外担保、未决诉讼或仲裁、产品质量保证、裁员计划、亏损合同、重组义务、固定资产弃置义务等或有事项相关的业务同时符合以下条件时，确认为负债：①该义务是公司承担的现时义务；②该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；③该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债的计量方法：预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的最佳估计数按该范围的中间值确定；在其他情况下，最佳估计数按如下方法确定：①或有事项涉及单个项目时，最佳估计数按最可能发生金额确定；②或有事项涉及多个项目时，最佳估计数按各种可能发生额及其发生概率计算确定；③公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿的，则补偿金额在基本确定能收到时，作为资产单独确认。每个资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，如有改变则对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

## 19、收入

### （1）收入确认原则

公司销售商品取得的收入，在下列条件均能满足时予以确认：公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入公司；相关已发生或将发生的成本能够可靠计量。

提供劳务取得的收入，在下列条件均能满足时采用完工百分比法予以确认：收入的金额能够可靠地计量；与交易相关的经济利益很可能流入；交易中的完工进度能够可靠地确定；交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。如提供劳务交易的结果不能够可靠估计且已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按已经发生的劳务成本金额确认收入；发生的劳务成本预计不能够全部得到补偿的，

按能够得到补偿的劳务成本金额确认收入；发生的劳务成本预计全部不能够得到补偿的，不确认收入。

提供他人使用公司资产取得收入，在下列条件均能满足时予以确认：与交易相关的经济利益能够流入公司；收入的金额能够可靠地计量。提供他人使用本公司的资产等而应收的使用费收入，按有关合同、协议规定的收费时间和方法计算确认营业收入。

## （2）收入确认的具体方法

社交媒体账户开发与代运营收入：在提供服务前，公司与客户签订合同。合同约定服务期限的，在合同约定的服务期限内分期确认收入；合同约定服务成果需经客户验收的，经客户验收通过后确认收入。

社交媒体营销活动策划与渠道推广收入：公司向客户提交项目验收报告供客户审核确认，客户在合同规定日期内对项目验收报告进行验收并签署结算单，公司根据合同价格确认收入。

## 20、政府补助

### （1）政府补助的类型与确认

政府补助是指公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产，不包括政府作为所有者投入的资本。公司在能够满足政府补助所附条件且能够收到政府补助时确认政府补助。其中：

政府补助为货币性资产的，按收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按公允价值计量，如公允价值不能可靠取得，则按名义金额计量。

### （2）会计处理方法

与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用和损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已经发生的相关

费用和损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

与企业日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与企业日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

已确认的政府补助需要退回的，在需要退回的当期分情况按照以下规定进行会计处理：（1）初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；（2）存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；（3）属于其他情况的，直接计入当期损益。

## 21、递延所得税资产和递延所得税负债

公司采用资产负债表债务法进行所得税的会计处理。所得税包括当期所得税和递延所得税。除与直接计入其他综合收益或股东权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或股东权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益均计入当期损益。

—公司对于当期和以前期间形成的当期所得税负债或资产，按照税法规定计算的预期应交纳或返还的所得税金额计量。递延所得税资产和递延所得税负债分别根据可抵扣暂时性差异和应纳税暂时性差异确定，按照预期收回资产或清偿债务期间的适用税率计量。

### —递延所得税资产的确认

——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，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：（1）、该项交易不是企业合并；（2）、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

——公司对与子公司、联营公司及合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；未来很可能获得用来抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

——公司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。

#### —递延所得税负债的确认

——除下列情况产生的递延所得税负债以外，本公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：（1）、商誉的初始确认；（2）、同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：①该项交易不是企业合并；②交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。（3）、公司对与子公司、联营公司及合营企业投资产生相关的应纳税暂时性差异，同时满足下列条件的：①投资企业能够控制暂时性差异的转回的时间；②该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

—资产负债表日，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。

—如果拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税与同一应纳税主体和同一税收征管部门相关，则将递延所得税资产和递延所得税负债以抵销后的净额列示。

## 22、经营租赁

对于经营租赁的租金，出租人、承租人在租赁期内各个期间按照直线法确认为当期损益。出租人、承租人发生的初始直接费用，计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

## 23、终止经营

终止经营是满足下列条件之一的已被公司处置或被公司划归为持有待售的、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。

## 24、重要会计政策和会计估计的变更

2017年，财政部修订了《企业会计准则第16号—政府补助》，公司于2017年1月1日开始执行。

### （二）主要会计政策、会计估计的变更及对公司利润的影响

#### 1、会计政策变更及对公司利润的影响

2014年，财政部修订了《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》，以及颁布了《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》、《企业会计准则第41号—在其他主体中权益的披露》等具体准则，公司于2014年7月1日起执行；另外，财政部修订了《企业会计准则第37号—金融工具列报》，公司于2014年年报开始执行。2017年，财政部修订了《企业会计准则第16号—政府补助》，公司于2017年1月1日开始执行。

本次会计政策变更不会对公司执行日之前的财务报表项目金额产生影响。

#### 2、会计估计变更及对公司利润的影响

本报告期主要会计估计未发生变更，对公司利润无影响。

## 五、公司财务状况、经营成果和现金流量状况的简要分析

### （一）盈利能力分析

类别	2017年1-5月	2016年度	2015年度
净利润（元）	2,130,435.81	7,586,985.69	2,120,213.36
毛利率（%）	48.83	64.95	60.91
净资产收益率（%）	21.48	120.96	80.51
每股收益（元/股）	2.13	7.59	2.12

#### 1、盈利能力分析

报告期内，公司的毛利率分别为48.83%、64.95%以及60.91%，毛利率水平



较高且基本保持稳定。公司的主营业务收入主要分为社交媒体账户开发与代运营收入及社交媒体营销活动策划与渠道推广收入。2017年公司毛利率有所下降主要是由于2017年市场竞争较为激烈，公司的毛利被压缩。另外，公司的客户需求存在季节性需求，暑期营业收入将有所提高。

报告期内，公司的净利润分别为213.04万元、758.70万元以及212.02万元，净利润水平较高。

报告期内，公司的净资产收益率、每股收益与净利润保持相同的变化趋势。

## 2、盈利能力对比分析

公司与同行业挂牌公司毛利率比较如下：

项目	微电互动	行业平均	多易得	爱普新媒
	2015年	2015年	2015年	2015年
毛利率（%）	60.91	50.05	69.68	30.42

（续表）

项目	微电互动	行业平均	多易得	爱普新媒
	2016年	2016年	2016年	2016年
毛利率（%）	64.95	59.98	64.78	55.18

注：同行业挂牌公司数据来源于已披露的年报。

公司主要经营微信、微博等新媒体的广告推广业务，由于该行业2015年、2016年处于迅速发展阶段，因此行业内的毛利率较高。深圳市多易得信息技术股份有限公司（简称“多易得”），主营业务为通过微信公众号为用户提供城市生活资讯并为广告客户提供个性化的推广文案设计和互联网广告投放服务。北京爱普新媒体科技股份有限公司（简称：爱普新媒），主营业务为以自媒体为载体的广告推广业务。2015年公司毛利率高于同行业挂牌公司，是由于2015年可比公司爱普新媒由于结构调整导致毛利率的大幅波动。与可比公司多易得相比，公司毛利率较为正常。

## （二）偿债能力分析

类别	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
资产负债率（母公司）	3.04%	5.78%	31.86%
流动比率（倍）	13.16	16.77	3.02
速动比率（倍）	13.16	16.77	3.02

### 1、偿债能力分析

报告期各期末，母公司的资产负债率分别为3.04%、5.78%及31.86%，公司负债主要由公司经营性发生的应付账款、预收账款、应付职工薪酬以及应交税费组成。2016年及2017年，公司的资产负债率基本保持稳定且有所下降，2015年资产负债率较高是由于：（1）应交税费较高；（2）公司在经营的过程中产生了经营性的应付账款。总体而言，公司资产负债率水平较低，公司偿债风险较小。

报告期各期末，公司的流动比率分别为13.16倍、16.77倍及3.02倍，公司的速动比率分别为13.16倍、16.77倍及3.02倍。公司2015年流动比率及速动比率较低是因为公司当年应交税费及应付账款较大。2016年流动比率与速动比率升高是由于企业在发展中规范经营导致经营性的流动负债降低，短期偿债指标回归正常水平。总体而言，公司流动比率及速动比率均处于较为安全的范围内，公司短期偿债风险较小。

### 2、偿债能力对比分析

项目	多易得	爱普新媒	行业平均	微电互动
	2016年	2016年	2016年	2016年
资产负债率（母公司、%）	48.87	22.92	35.90	5.78
流动比率（倍）	1.52	4.53	3.03	16.77
速动比率（倍）	1.52	4.53	3.03	16.77

（续表）

项目	多易得	爱普新媒	行业平均	微电互动
	2015年	2015年	2015年	2015年
资产负债率（母公司、%）	10.01	115.63	62.83	31.86
流动比率（倍）	8.52	0.85	4.69	3.02
速动比率（倍）	8.52	0.85	4.69	3.02

注：同行业挂牌公司数据来源于已披露的年报。

与可比公司相比，公司偿债能力较强。公司资产较轻，长期资金投入较少，债务水平适中，公司的主要资产为流动性资产，因此流动性较强。报告期内公司资产负债率、流动比率、速动比率均在合理范围内，不存在重大偿债风险。

### （三）营运能力分析

类别	2017年1月-5月	2016年度	2015年度
应收账款周转率（次）	1.99	8.09	10.66
总资产周转率（次）	0.61	2.25	2.18
存货周转率（次）	-	-	-

#### 1、营运能力分析

报告期内2015年、2016年期末，公司的应收账款周转率分别为8.09次及10.66次。公司应收账款周转率处于正常水平，1年以内应收账款余额在100%，周转良好。

#### 2、营运能力对比分析

项目	多易得	爱普新媒	行业平均	微电互动
	2016年	2016年	2016年	2016年
应收账款周转率（次）	15.19	7.12	11.16	8.09
存货周转率（次）	-	-	-	-

（续表）

项目	多易得	爱普新媒	行业平均	微电互动
	2015年	2015年	2015年	2015年
应收账款周转率（次）	42.04	5.98	24.01	10.66
存货周转率（次）	-	-	-	-

注：同行业挂牌公司数据来源于已披露的年报。

与可比公司相比，公司应收账款周转率较低，主要是由于可比公司多易得采取预收服务款项的合作模式。与采用相同收款模式的爱普新媒相比较，公司应收账款周转率处于较高水平，周转良好。公司无存货，符合行业特征。

**（四）获取现金能力分析**

单位：元

类别	2017年1月-5月	2016年度	2015年度
经营活动现金流入	6,720,186.27	15,969,076.63	7,720,474.42
经营活动现金流出	4,905,878.69	12,928,389.77	4,740,473.87
经营活动产生的现金流量净额	1,814,307.58	3,040,686.86	2,980,000.55
投资活动现金流入	-	270.19	-
投资活动现金流出	-	-	490.00
投资活动产生的现金流量净额	-	270.19	-490.00
筹资活动现金流入	2,460,000.00	10,995,078.69	-
筹资活动现金流出	2,460,000.00	9,438,623.46	3,538,188.33
筹资活动产生的现金流量净额	-	1,556,455.23	-3,538,188.33
现金及现金等价物净增加净额	1,814,307.58	4,597,412.28	-558,677.78

**1、经营活动现金流量分析****（1）净利润与经营活动产生的现金流量净额差异分析**

单位：元

类别	2017年1月-5月	2016年度	2015年度
1、经营活动产生的现金流量净额	1,814,307.58	3,040,686.86	2,980,000.55
2、净利润	2,130,435.81	7,586,985.69	2,120,213.36
3、差额（=1-2）	-316,128.23	-4,546,298.83	859,787.19
4、盈利现金比率（=1/2）	0.8516	0.4008	1.4055

1) 报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润存在一定的差异，主要是经营的扩张导致的资产减值损失准备、经营性应收项目及经营性应付项目的变动。

2016年，经营活动产生的现金流量净额与净利润产生455万元的差异，主要由于公司2016年应收账款余额增长较快，导致经营性应收项目增加3,500,024.97元；另外，公司2016年应付账款与应交税费下降，导致经营性应付项目减少1,050,155.59元。

2015年，经营活动产生的现金流量净额与净利润产生85.98万元的差异。差额原因主要来自公司经营性应收项目的增加。

2) 报告期内，净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异详见下面的调节过程：

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年度	2015年度
净利润	2,130,435.81	7,586,985.69	2,120,213.36
加：资产减值准备	42,437.58	-97,373.36	207,312.85
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	56,831.73	62,437.76	129,963.07
无形资产摊销	-	-	-
长期待摊费用摊销	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	169.80	-	2,220.00
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	-	-	-
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	-	-	-
投资损失（收益以“-”号填列）	0.00	0.00	0.00
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-4,309.83	38,817.33	-51,828.21
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-	-	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	-	-	0.00
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-588,261.87	-1,163,655.59	-852,295.89
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	177,004.36	-3,386,524.97	1,424,415.37
其他	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	1,814,307.58	3,040,686.86	2,980,000.55

(2) 公司“销售商品、提供劳务收到的现金”与收入对比表

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年度	2015年度
营业收入	6,488,951.51	16,664,144.48	8,264,162.81
销项税	389,337.29	999,849.00	206,716.45

应收账款（期初-期末）	-540,140.58	-1,996,208.79	-715,521.41
预收账款（期末-期初）	381,111.11	-	-35,840.00
当期核销的坏账准备	-	-	-
扣除应收账款本期减少额中非付现部分	-	-	-
销售商品、提供劳务收到的现金	6,719,259.33	15,667,784.69	7,719,517.85

## (3) 公司“购买商品、接受劳务支付的现金”与成本对比表

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年度	2015年度
营业成本	3,320,143.46	5,840,104.24	3,230,773.00
进项税	114,441.43	173,389.60	97,223.74
应付账款（期初-期末）	-106,822.00	387,406.64	-397,684.64
工程项目领用、投资、盘亏、报废、捐赠等影响存货的减少数	-	-	-
减：存货（期初-期末）	-	-	-
预付账款（期初-期末）	1,025,755.78	-1,348,499.99	-100,000.00
当期实际发生的营业成本中工资、福利、折旧和其他摊销费用	600,274.61	1,127,324.43	667,414.34
减：通过应付账款结算的主营业务成本	-	-	-
应付账款、预付账款中购买长期资产的金额	-	-	-
其他不涉及现金流的往来减少	-	-	-
购买商品、接受劳务支付的现金	1,701,732.50	6,622,076.04	2,362,897.76

(4) 收到其他与经营活动有关的现金及支付其他与经营活动有关的现金具体构成如下表所示：

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年度	2015年度
收到其他与经营活动有关的现金			
利息收入	913.07	1,290.93	466.57
营业外收入	13.87	300,001.01	490.00
<b>合计</b>	<b>926.94</b>	<b>301,291.94</b>	<b>956.57</b>

支付其他与经营活动有关的现金			
销售费用支出	33,660.05	49,453.25	55,034.97
管理费用支出	377,147.54	422,202.40	476,182.82
财务费用	2,935.88	3,470.00	1,887.40
营业外支出	7.64	33,192.94	--
其他往来变动	280,406.48	13,611.83	36,774.49
<b>合计</b>	<b>694,157.59</b>	<b>521,930.42</b>	<b>569,879.68</b>

## 2、投资活动现金流量分析

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年度	2015年度
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	-	270.19	-
投资活动现金流入小计	-	270.19	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	-	-	490.00
投资活动现金流出小计	-	-	490.00
投资活动产生的现金流量净额	-	270.19	-490.00

## 3、筹资活动现金流量分析

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年度	2015年度
收到的其他与筹资活动有关的现金	2,460,000.00	10,995,078.69	-
筹资活动现金流入小计	2,460,000.00	10,995,078.69	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	2,429,036.70	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	2,460,000.00	7,009,586.76	3,538,188.33
筹资活动现金流出小计	2,460,000.00	9,438,623.46	3,538,188.33
筹资活动产生的现金流量净额	-	1,556,455.23	-3,538,188.33

公司2016年收到其他与筹资活动有关的现金为1099.51万元，2017年收到其他与筹资活动有关的现金为246万元，公司报告期内支付其他与筹资活动有关的现分别为246万元、700.96万元及353.82万元，都系关联方资金拆借。

### （五）报告期改变正常经营活动，对报告期持续经营存在较大影响的行为

报告期内公司不存在改变正常经营活动，对报告期持续经营存在较大影响的行为。

## 六、报告期内主要会计数据和财务指标分析

### （一）报告期内利润形成的有关情况

#### 1、公司最近两年及一期营业收入、利润及变动情况

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年度		2015年度
	金额	金额	增长率(%)	金额
营业收入	6,488,951.51	16,664,144.48	101.64	8,264,162.81
营业成本	3,320,143.46	5,840,104.24	80.76	3,230,773.00
营业利润	2,050,206.87	8,694,866.96	206.48	2,836,969.25
利润总额	2,050,206.87	8,961,675.03	216.08	2,835,239.24
净利润（归属于母公司股东）	2,130,435.81	7,586,985.69	257.84	2,120,213.36

公司报告期内收入分类主要有（1）社交媒体账户开发与代运营、（2）社交媒体营销活动策划与渠道推广。公司业务发展情况较好，随着公司业务的不拓展，2016年的主营业务收入有明显的提高。在收入结构方面，社交媒体营销活动策划与渠道推广收入为公司主要收入来源，2015年占全部营业收入76.30%，2016年占全部营业收入73.38%。公司在发展中不断拓展市场，公司两项业务都有较大发展，推动总收入增长。

主要由于公司处于快速发展阶段，报告期内净利润（归属于母公司股东）为2,120,213.36元、7,586,985.69元以及2,130,435.81元，利润情况有较为明显的提高。

#### 2、收入确认的具体方式

##### （1）收入确认的一般原则

##### 1) 提供服务收入确认时间的具体判断标准

社交媒体营销活动策划与渠道推广收入：公司向客户提交项目验收报告供客



户审核确认，客户在合同规定日期内对项目验收报告进行验收并签署结算单，公司根据合同价格确认收入。

社交媒体账户开发与代运营收入：在提供服务前，公司与客户签订合同。合同约定服务期限的，在合同约定的服务期限内分期确认收入；合同约定服务成果需经客户验收的，经客户验收通过后确认收入。

## 2) 确认让渡资产使用权收入的依据

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

(1) 利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

(2) 使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

## 3) 提供劳务收入的确认依据和方法

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

- (1) 收入的金额能够可靠地计量；
- (2) 相关的经济利益很可能流入企业；
- (3) 交易的完工进度能够可靠地确定；
- (4) 交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

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

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

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，销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。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，将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

### 3、公司最近两年及一期营业收入构成及变动情况

#### （1）按业务性质分类

单位：元

业务性质	2017年1月-5月		2016年		2015年	
	销售收入	占比(%)	销售收入	占比(%)	销售收入	占比(%)
主营业务收入	6,488,951.51	100.00	16,664,144.48	100.00	8,264,162.81	100.00
其他业务收入	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>6,488,951.51</b>	<b>100.00</b>	<b>16,664,144.48</b>	<b>100.00</b>	<b>8,264,162.81</b>	<b>100.00</b>

2015年、2016年、2017年1月-5月，公司主营业务收入占营业收入的比重均为100.00%，报告期内公司主营业务突出。

#### （2）按产品或服务类别分类

单位：元

产品类别	2017年1月-5月		2016年		2015年	
	销售收入	占比(%)	销售收入	占比(%)	销售收入	占比(%)

社交媒体营销活动策划与渠道推广收入	5,262,555.32	81.1	12,227,321.43	73.38	6,305,818.38	76.3
社交媒体账户开发与代运营收入	1,226,396.19	18.9	4,436,823.05	26.62	1,958,344.43	23.7
<b>合计</b>	<b>6,488,951.51</b>	<b>100.00</b>	<b>16,664,144.48</b>	<b>100.00</b>	<b>8,264,162.81</b>	<b>100.00</b>

报告期内，营业收入包括社交媒体账户开发与代运营和社交媒体营销活动策划与渠道推广收入。

公司报告期内收入主要由账户开发与代运营及社交媒体营销活动策划与渠道推广两大项目构成。随着公司业务的不拓展，2016年主营业务收入有明显的提高。2017年1-5月增长有所放缓主要是由于公司的业务收入主要在暑假以及国庆期间发生。收入结构方面，社交媒体营销活动策划与渠道推广收入占比较高。2016年，公司两项业务收入增长都对总收入增长有积极的推动作用。

### （3）按地区分布情况

单位：元

产品类别	2017年1月-5月		2016年		2015年	
	销售收入	占比(%)	销售收入	占比(%)	销售收入	占比(%)
华北以及东北地区	17,596.23	0.27	92,005.43	0.55	784,993.19	9.50
华东地区	159,329.14	2.46	107,075.47	0.64	501,849.05	6.07
华中地区	71,698.11	1.10	-	-	-	-
华南地区	6,240,328.03	96.17	16,465,063.58	98.81	6,977,320.57	84.43
西南以及西北地区	-	-	-	-	-	-
<b>营业收入</b>	<b>6,488,951.51</b>	<b>100.00</b>	<b>16,664,144.48</b>	<b>100.00</b>	<b>8,264,162.81</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司地处广东省，服务对象主要是广东省内客户，销售收入主要来源于华南地区。公司主要收入是提供媒体广告服务，服务对象可以来自全国各地，在未来发展中，公司将加大市场开拓力度，扩大华南地区以外市场份额。

## 4、公司最近两年及一期营业成本构成及变动情况

### （1）成本构成

报告期内，公司成本明细及占比如下：

1) 公司社交媒体营销活动策划与渠道推广成本如下：

单位：元

社交媒体营销活动策划与渠道推广营业成本构成	2017年1月-5月		2016年		2015年	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
媒介资源采购成本	1,969,142.55	71.07	3,419,525.38	70.72	2,352,348.20	81.56
艺人劳务服务成本	355,110.07	12.82	454,999.99	9.41	-	-
活动成本	-	-	71,548.34	1.48	-	-
直接人工	446,378.29	16.11	888,944.69	18.39	531,942.82	18.44
<b>合计</b>	<b>2,770,630.90</b>	<b>100.00</b>	<b>4,835,018.40</b>	<b>100.00</b>	<b>2,884,291.02</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司社交媒体营销活动策划与渠道推广成本由媒介资源采购成本、艺人劳务服务成本、活动成本以及直接人工组成，总成本中媒介资源采购成本占比较大，2015年占比81.56%、2016年占比70.72%、2017年1-5月占比71.07%。媒介采购主要包括采购外部知名公众号服务等。

2) 公司社交媒体账户开发与代运营成本如下：

单位：元

社交媒体账户开发与代运营营业成本构成	2017年1月-5月		2016年		2015年	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
媒介资源采购成本	368,116.23	66.99	746,160.10	74.24	154,553.26	44.61
技术服务外包成本	-	-	-	-	7,766.98	2.24
活动成本	27,500.00	5.00	20,546.00	2.04	48,692.00	14.05
直接人工	153,896.32	28.01	238,379.74	23.72	135,469.74	39.10
<b>合计</b>	<b>549,512.55</b>	<b>100.00</b>	<b>1,005,085.84</b>	<b>100.00</b>	<b>346,481.98</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司社交媒体账户开发与代运营营业成本由媒介资源采购成本、技术服务外包成本、活动成本以及直接人工组成，媒介资源采购成本占比较大，2015年占比44.61%、2016年占比74.24%、2017年1月-5月占比66.99%。2016年媒介资源采购成本占比有较大幅度增长主要是因为2016年社交媒体账户开发与代

运营营业收入增长较快，需要利用更多的外部媒体资源，而直接人工变化相对缓慢。

报告期内，公司营业成本的变动趋势与营业收入的变动趋势保持一致。

## （2）成本的归集、分配、结转方法

活动成本的归集与分配：对推广活动的项目归集核算相应的人工、差旅及其他实施费用，于活动完毕后，结转该项目对应的活动成本。

采购成本与服务成本的归集与分配：合同约定服务成果需经客户验收的，在相关的合同履行完毕后，经客户验收通过后确认收入并确认相关的成本；合同约定服务期限的，每月末按照合作媒体完成的广告投放和约定的价格确认应结转的服务成本。

人工成本的归集与分配：各月，对于服务人员发生的工资，直接计入人工成本核算。

成本结转方法：公司成本结转遵循与收入配比的原则，在确认收入的同时结转各项成本。

## 5、公司最近两年及一期利润、毛利率构成及变动情况

### （1）按业务性质分类毛利率的变动趋势

单位：元

业务性质	2017年1月-5月				
	收入	成本	毛利	毛利占比 (%)	毛利率 (%)
主营业务收入	6,488,951.51	3,320,143.46	3,168,808.05	100.00	48.83
合计	<b>6,488,951.51</b>	<b>3,320,143.46</b>	<b>3,168,808.05</b>	<b>100.00</b>	<b>48.83</b>

（续表）

业务性质	2016年度				
	收入	成本	毛利	毛利占比 (%)	毛利率 (%)
主营业务收入	16,664,144.48	5,840,104.24	10,824,040.24	100.00	64.95
合计	<b>16,664,144.48</b>	<b>5,840,104.24</b>	<b>10,824,040.24</b>	<b>100.00</b>	<b>64.95</b>

（续表）

业务性质	2015 年度				
	收入	成本	毛利	毛利占比 (%)	毛利率 (%)
主营业务收入	8,264,162.81	3,230,773.00	5,033,389.81	100.00	60.91
<b>合计</b>	<b>8,264,162.81</b>	<b>3,230,773.00</b>	<b>5,033,389.81</b>	<b>100.00</b>	<b>60.91</b>

报告期内，公司的综合毛利主要来自于主营业务毛利。2015年、2016年2017年1月-5月公司的综合毛利率分别为60.91%、64.95%及48.83%，毛利保持稳定水平，2017年公司毛利率有所下降，主要是因为公司业务旺季是在包含暑假以及国庆的下半年。

## (2) 按产品分类毛利率的变动趋势

单位：元

产品种类	2017 年 1 月-5 月				
	收入	成本	毛利	毛利占比 (%)	毛利率 (%)
社交媒体营销活动 策划与渠道推广	5,262,555.32	2,770,630.90	2,491,924.42	78.64	47.35
社交媒体账户开发 与代运营收入	1,226,396.19	549,512.55	676,883.64	21.36	55.19
<b>合计</b>	<b>6,488,951.51</b>	<b>3,320,143.46</b>	<b>3,168,808.05</b>	<b>100.00</b>	<b>48.83</b>

(续表)

单位：元

产品种类	2016 年				
	收入	成本	毛利	毛利占比 (%)	毛利率 (%)
社交媒体营销活动 策划与渠道推广	12,227,321.43	4,835,018.40	7,392,303.03	68.30	60.46
社交媒体账户开发 与代运营收入	4,436,823.05	1,005,085.84	3,431,737.21	31.70	77.35
<b>合计</b>	<b>16,664,144.48</b>	<b>5,840,104.24</b>	<b>10,824,040.24</b>	<b>100.00</b>	<b>64.95</b>

(续表)

单位：元

产品种类	2015 年
------	--------

	收入	成本	毛利	毛利占比 (%)	毛利率 (%)
社交媒体营销活动 策划与渠道推广	6,305,818.38	2,884,291.02	3,421,527.36	67.98	54.26
社交媒体账户开发 与代运营收入	1,958,344.43	346,481.98	1,611,862.45	32.02	82.31
<b>合计</b>	<b>8,264,162.81</b>	<b>3,230,773.00</b>	<b>5,033,389.81</b>	<b>100.00</b>	<b>60.91</b>

### 1) 社交媒体营销活动策划与渠道推广业务

报告期内，公司2015年社交媒体营销活动策划与渠道推广的毛利率为54.26%，2016年为60.46%，毛利率水平较为稳定。主要是由于公司对于重点客户维护力度较大，使业务有持续性发展。2017年1-5月的毛利率为47.35%，主要是由于公司业务很大一部分发生在下半年，因此毛利率有一定下降。

### 2) 社交媒体账户开发与代运营业务

公司2015年社交媒体账户开发与代运营业务毛利率为82.31%，2016年为77.35%，略有下降，但总体水平稳定。这是由于公司在扩大经营的过程中拓展了一些毛利率水平相对较低的业务，但公司总体盈利情况仍保持稳定。

### (3) 按地区分布毛利率的变动趋势

单位：元

地区名称	2017年度1月-5月				
	收入	成本	毛利	毛利占比 (%)	毛利率
华北以及东北地区	17,596.23	1,313.66	16,282.57	0.51	92.53
华东地区	159,329.14	79,664.57	79,664.57	2.51	50.00
华中地区	71,698.11	56,715.47	14,982.64	0.47	20.90
华南地区	6,240,328.03	3,182,449.76	3,057,878.27	96.50	49.00
<b>合计</b>	<b>6,488,951.51</b>	<b>3,320,143.46</b>	<b>3,168,808.05</b>	<b>100.00</b>	<b>48.83</b>

(续表)

单位：元

地区名称	2016年度				
	收入	成本	毛利	毛利占比 (%)	毛利率

华北以及东北地区	92,005.43	49,716.54	42,288.89	<b>0.39</b>	<b>45.96</b>
华东地区	107,075.47	13,173.68	93,901.79	<b>0.87</b>	<b>87.70</b>
华中地区	-	-	-	-	-
华南地区	16,465,063.58	5,777,214.02	10,687,849.56	<b>98.74</b>	<b>64.91</b>
<b>合计</b>	<b>16,664,144.48</b>	<b>5,840,104.24</b>	<b>10,824,040.24</b>	<b>100.00</b>	<b>64.95</b>

(续表)

单位：元

地区名称	2015年度				
	收入	成本	毛利	毛利占比 (%)	毛利率
华北以及东北地区	784,993.19	261,508.69	523,484.50	10.40	66.69
华东地区	501,849.05	337,191.35	164,657.70	3.27	32.81
华中地区	-	-	-	-	-
华南地区	6,977,320.57	2,632,072.96	4,345,247.61	86.33	62.28
<b>合计</b>	<b>8,264,162.81</b>	<b>3,230,773.00</b>	<b>5,033,389.81</b>	<b>100.00</b>	<b>60.91</b>

公司主营业务区域主要集中在华南地区，报告期内，公司的销售收入主要来源于华南地区，故公司的主营业务毛利主要来自华南地区。

## (4) 同行业对比情况

公司与同行业挂牌公司毛利率比较如下：

项目	微电互动	行业平均	多易得	爱普新媒
	2016年	2016年	2016年	2016年
毛利率 (%)	64.95	59.98	64.78	55.18

(续表)

项目	微电互动	行业平均	多易得	爱普新媒
	2015年	2015年	2015年	2015年
毛利率 (%)	60.91	50.05	69.68	30.42

注：同行业挂牌公司数据来源于已披露的年报。

公司主要经营微信、微博等新媒体的广告推广业务，由于该行业2015年、2016年处于迅速发展阶段，因此行业内的毛利率较高。2015年公司毛利率高于同行业



挂牌公司，主要原因为：2015年可比公司爱普新媒由于结构调整导致毛利率的大幅波动。

## 6、主要费用及变动情况

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年		2015年
	金额	金额	增长率 (%)	金额
销售费用	59,155.63	201,003.46	-28.00	279,164.97
管理费用	978,672.01	1,913,305.85	15.63	1,654,681.88
研发费用	405,187.75	1,000,768.57	108.58	479,795.90
财务费用	2,022.77	2,179.07	53.37	1,420.83
<b>期间费用合计</b>	<b>1,039,850.41</b>	<b>2,116,488.38</b>	<b>9.36</b>	<b>1,935,267.68</b>
销售费用占主营业务收入比重	0.91%	1.21%	-	3.38%
管理费用占主营业务收入比重	15.08%	11.48%	-	20.02%
研发费用占主营业务收入比重	6.24%	-	-	-
财务费用占主营业务收入比重	0.03%	0.01%	-	0.02%
<b>三项期间费用占比合计</b>	<b>16.02%</b>	<b>12.70%</b>	<b>-</b>	<b>23.42%</b>

公司的期间费用包括销售费用、管理费用及财务费用。2015年、2016年以及2017年1月-5月，公司报告期内期间费用分别为193.53万元、211.65万元以及103.99万元，占主营业务收入比重分别为23.42%、12.70%以及16.02%。费用占比合理，主要费用支出是公司工资费用、研发费用、差旅费等。

### (1) 销售费用明细

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年	2015年
职工薪酬	25,495.58	151,550.21	224,130.00
广告费	-	21,698.11	13,943.39
服务费	33,660.05	27,755.14	41,091.58
<b>合计</b>	<b>59,155.63</b>	<b>201,003.46</b>	<b>279,164.97</b>

报告期内，公司销售费用主要包括职工薪酬、广告费、网络服务费用支出。

报告期内销售费用波动幅度较少。

## （2）管理费用明细

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年	2015年
职工薪酬	213,465.30	518,962.55	504,532.01
中介服务费	136,792.45	-	36,600.00
办公费	62,826.20	90,221.30	241,854.66
折旧费	56,831.73	62,437.76	123,623.54
差旅费	6,869.02	60,142.88	110,915.80
租金及水电费	41,784.03	51,538.98	72,241.98
车辆费用	17,958.33	46,930.37	44,338.98
业务招待费	36,899.48	2,637.01	36,245.10
税费	-	65,452.81	4,229.11
其他	57.72	14,213.62	304.80
研发费用	405,187.75	1,000,768.57	479,795.90
<b>合计</b>	<b>978,672.01</b>	<b>1,913,305.85</b>	<b>1,654,681.88</b>

报告期内，公司管理费用主要包括研发费用、职工薪酬等多项费用支出。公司管理费用2016年较2015年增加25.86万元，主要为：①公司为提高核心竞争力，增强研发实力，加大研发项目的投入，2016年比2015年增加研发费用52.1万元；②公司业务的增长导致税费的增加61,223.70元。总体管理费用波动水平不大。

## （3）财务费用明细

单位：元

项目	2017年1月-5月	2016年	2015年
利息支出	-	-	-
减：利息收入	913.11	1,290.93	466.57
手续费及其他	2,935.88	3,470.00	1,887.40
<b>合计</b>	<b>2,022.77</b>	<b>2,179.07</b>	<b>1,420.83</b>

报告期内，公司财务费用主要核算利息收入及银行手续费。报告期内公司利息收入为466.57元、1290.93元以及913.11元，金额较小。

## 7、非经常性损益情况

单位：元

类别	2017年1月-5月	2016年	2015年
非流动性资产处置损益	-169.80	-	-2,220.00
计入当期损益的政府补助	-	300,000.00	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	6.23	-33,191.93	489.99
非经常性损益小计	-163.57	266,808.07	-1,730.01
减：所得税影响额	-19.54	33,351.01	-432.50
少数股东损益影响数	-	-	-
非经常性损益净额（影响净利润）	-144.03	233,457.06	-1,297.51

报告期内，公司的非经常性损益主要为当期收到的政府补助，其中2016年计入当期损益的政府补助30万元为公司收到的广州市科技创新小巨人入库企业补贴，营业外支出为支付的所得税滞纳金32,411.35元。

报告期内计入当期损益的政府补助明细如下：

单位：元

补助项目	2017年1月-5月	2016年度	2015年度	与资产相关/与收益相关
广州市科技创新小巨人入库企业补贴	-	300,000.00	-	与收益相关
合计	-	300,000.00	-	

报告期内，非经常性损益中营业外支出情况如下：

项目	2017年1月-5月	2016年度	2015年度
非流动资产处置损失	169.80	-	2,220.00
滞纳金	-	32,826.92	-
其他	7.64	366.02	0.01
合计	177.44	33,192.94	2,220.01

非流动资产处置损失系公司固定资产处置损失，滞纳金系公司自查2014年账务补交所得税所产生的税收滞纳金，其他主要系发票与账面差额。

公司不存在未披露罚款等情况，也不存在罚款等事项计入其他项的情况。

#### 9、公司及子公司主要税项及享受的主要财政税收优惠政策

##### (1) 公司及子公司主要税种和税率

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物、应税销售服务收入、无形资产或者不动产	6%
城市维护建设税	实缴流转税税额	7%
企业所得税	应纳税所得额	0%、12.5%、25%
教育费附加	实缴流转税额	3%

不同纳税主体所得税税率的说明：

纳税主体名称	所得税税率
上海追鹏信息科技有限公司	2016年25%、2017年1-5月0%
微电互动（广州）网络科技股份有限公司	2015年25%、2016年及2017年1-5月12.5%

## （2）公司及子公司税收优惠情况

根据财政部、国家税务总局《关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》的规定，我国境内新办的集成电路设计企业和符合条件的软件企业，经认定后，在2017年12月31日前自获利年度起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止。微电互动符合上述优惠政策，2016年度及2017年1-5月减半征收企业所得税；上海追鹏符合上述优惠政策，自2017年度开始获利享受两免三减半的税收优惠政策，2016年度按25%的税率计缴企业所得税，2017年1-5月按0%的税率计缴企业所得税。

## （二）报告期内主要资产情况

### 1、货币资金

单位：元

项目	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
库存现金	46,124.31	-	4,531.99
银行存款	6,547,224.97	4,779,041.70	177,097.43
其他货币资金	-	-	-
<b>合计</b>	<b>6,593,349.28</b>	<b>4,779,041.70</b>	<b>181,629.42</b>

公司货币资金包括库存现金和银行存款。库存现金为公司日常运营所需、银行存款为公司业务往来结存的余额。

## 2、应收账款

(1) 报告期内公司的应收账款如下表：

单位：元

时间	账龄	金额	比例 (%)	坏账准备	净值
2017年5月31日	1年以内	3,706,600.30	100.00	185,330.02	3,521,270.28
	1至2年				
	2至3年				
	3至4年				
	合计	<b>3,706,600.30</b>	<b>100.00</b>	<b>185,330.02</b>	<b>3,521,270.28</b>
2016年12月31日	1年以内	3,166,459.72	100.00	158,322.98	3,008,136.74
	1至2年				
	2至3年				
	3至4年				
	合计	<b>3,166,459.72</b>	<b>100.00</b>	<b>158,322.98</b>	<b>3,008,136.74</b>
2015年12月31日	1年以内	1,170,250.93	100.00	58,512.55	1,111,738.38
	1至2年				
	2至3年				
	3至4年				
	4至5年				
	5年以上				
	合计	<b>1,170,250.93</b>	<b>100.00</b>	<b>58,512.55</b>	<b>1,111,738.38</b>

(2) 应收账款变动分析：

公司的主要产品或服务为社交媒体账户开发与代运营和社交媒体营销活动策划与渠道推广。公司一般采用周期结算或者项目结算的模式，有一定的回款周期，应收账款余额占收入比重正常。公司2016年年末应收账款余额较之2015年年末增加了1,996,208.79元，增长了170.58%，主要原因是公司2016年收入大幅增长。2017年5月31日应收账款余额较大主要是由于第一大客户广州长隆集团有限公司应收账款余额较大，该130万公司已于2017年6月收款。

(3) 报告期内公司应收账款欠款金额前五名客户情况如下表：

单位：元

时间	债务人	金额	账龄	占比 (%)	与公司关系	款项性质
2017年5月31日	广州长隆集团有限公司	1,300,000.00	1年以内	35.07	非关联方	服务款
	北京鹏泰互动广告有限公司广州分公司	1,121,162.04	1年以内	30.25	非关联方	服务款
	广州猩眼信息科技有限公司	310,000.00	1年以内	8.36	非关联方	服务款
	广州蓝莓荟信息科技有限公司	283,000.00	1年以内	7.64	非关联方	服务款
	广州市鑫门广告有限公司	173,500.00	1年以内	4.68	非关联方	服务款
	<b>合计</b>	<b>3,187,662.04</b>		<b>86.00</b>		
2016年12月31日	北京鹏泰互动广告有限公司	1,697,113.06	1年以内	56.42	非关联方	服务款
	广州市鑫门广告有限公司	343,000.00	1年以内	11.40	非关联方	服务款
	广州猩眼信息科技有限公司	310,000.00	1年以内	10.31	非关联方	服务款
	深圳爱笛信息技术有限公司	230,000.00	1年以内	7.65	非关联方	服务款
	广州长隆集团有限公司	200,000.00	1年以内	6.65	非关联方	服务款
	<b>合计</b>	<b>2,780,113.06</b>		<b>92.42</b>		
2015年12月31日	北京鹏泰互动广告有限公司	228,057.59	1年以内	20.51	非关联方	服务款
	广州市鑫门广告有限公司	200,500.00	1年以内	18.03	非关联方	服务款
	广州彩蔻化妆品有限公司	120,000.00	1年以内	10.79	非关联方	服务款
	广州丰实房地产开发有限公司	116,285.00	1年以内	10.46	非关联方	服务款
	广州长隆集团有限公司	100,000.00	1年以内	8.99	非关联方	服务款
	<b>合计</b>	<b>764,842.59</b>		<b>68.80</b>		

(3) 报告期内，公司应收账款长期未收回款项：

截至2017年5月31日，公司不存在逾期未收回的应收账款。

(4) 报告期内或期后有大量冲减的应收款项

截止2017年7月31日，报告期后公司应收账款欠款金额前五名客户回款情况如下表：

单位：元

时间	债务人	期末金额	期后回款金额	回款比例 (%)
2017年 5月31 日	广州长隆集团有限公司	1,300,000.00	1,300,000.00	100.00
	北京鹏泰互动广告有限公司广州分公司	1,121,162.04	556,606.02	49.65
	广州猩猩信息科技有限公司	310,000.00	-	-
	广州蓝莓荟信息科技有限公司	283,000.00	283,000.00	100.00
	广州市鑫门广告有限公司	173,500.00	-	-
	合计	3,187,662.04	2,139,606.02	67.12

公司应收账款期后回款状况良好。

#### (5) 应收账款坏账政策分析

报告期内，公司应收账款采用账龄分析法结合单项认定的方法计提坏账准备。

公司按账龄分析法计提坏账准备的比例与同行业挂牌公司对比情况如下：

账龄	微电互动	多易得
1年以内(含1年)	5%	5%
1~2年(含2年)	10%	10%
2~3年(含3年)	30%	20%
3~4年(含4年)	50%	50%
4年以上	100%	100%

通过上述比较，公司应收账款的坏账计提政策较同行业公司基本一致，公司客户的整体信誉好，能够按时支付款项。截止至2017年5月31日，账龄在1年以内的应收账款占比为100%，应收账款不存在重大坏账损失风险。总体上来看，公司应收账款风险控制在较低水平。

### 3、其他应收款

(1) 报告期内公司其他应收款账龄分析如下表：

单位：元

时间	账龄	金额	比例 (%)	坏账准备	净值
----	----	----	--------	------	----

2017年5月31日	1年以内	387,201.51	100.00	19,360.07	367,841.44
	1至2年				
	2至3年				
	3至4年				
	合计	<b>387,201.51</b>	<b>100.00</b>	<b>19,360.07</b>	<b>367,841.44</b>
2016年12月31日	1年以内	78,590.67	100.00	3,929.53	74,661.14
	1至2年				
	2至3年				
	3至4年				
	合计	<b>78,590.67</b>	<b>100.00</b>	<b>3,929.53</b>	<b>74,661.14</b>
2015年12月31日	1年以内	4,022,266.41	100.00	201,113.32	3,821,153.09
	1至2年				
	2至3年				
	3至4年				
	4至5年				
	5年以上				
	合计	<b>4,022,266.41</b>	<b>100.00</b>	<b>201,113.32</b>	<b>3,821,153.09</b>

公司其他应收款主要为保证金押金、员工备用金、往来款等。

(2) 报告期内公司其他应收款情况如下表：

单位：元

款项性质	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
保证金及押金	47,195.00	34,602.00	29,600.00
员工备用金	330,000.00	25,854.27	2,200.00
往来款	-	5,437.20	3,985,491.93
社保公积金	10,006.51	12,697.20	4,974.48
合计	<b>387,201.51</b>	<b>78,590.67</b>	<b>4,022,266.41</b>

公司其他应收款主要为保证金、押金、员工备用金、往来款。截止2017年5月31日，因员工项目出差所需而产生的备用金有33万元。2017年5月公司开始准备暑假项目，项目人员需要借支差旅费以及活动现场费用开支，因此需要备用金较多。所有备用金已经于2017年6月30日前全部归还公司或报销完毕。

(3) 报告期内公司其他应收款欠款前五名情况如下表：



单位：元

时间	债务人	金额	账龄	款项性质
2017年5月31日	员工备用金	330,000.00	1年以内	员工备用金
	畅想互娱（北京）科技有限公司	30,000.00	1年以内	保证金及押金
	广州广大信息技术有限公司	17,195.00	1年以内	保证金及押金
	社保	9,840.33	1年以内	社保公积金
	个税	166.18	1年以内	社保公积金
	<b>合计</b>	<b>387,201.51</b>		
2016年12月31日	员工备用金	25,854.27	1年以内	员工备用金
	中捷通信有限公司	18,000.00	1年以内	保证金及押金
	押金	16,602.00	1年以内	保证金及押金
	社保	12,697.20	1年以内	社保公积金
	广州天力物业发展有限公司	5,437.20	1年以内	往来款
	<b>合计</b>	<b>78,590.67</b>		
2015年12月31日	郑皓青	3,597,491.93	1年以内	往来款
	深圳赏金猎人信息科技有限公司	388,000.00	1年以内	往来款
	押金	27,600.00	1年以内	保证金及押金
	社保	4,974.48	1年以内	社保公积金
	保证金	2,000.00	1年以内	保证金及押金
	<b>合计</b>	<b>4,020,066.41</b>		

## 4、预付账款

(1) 报告期内公司预付款项如下表：

单位：元

账龄	2017年5月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	422,744.21	100.00	1,448,499.99	100.00	100,000.00	100.00
1至2年	-	-	-	-	-	-
2至3年	-	-	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>422,744.21</b>	<b>100.00</b>	<b>1,448,499.99</b>	<b>100.00</b>	<b>100,000.00</b>	<b>100.00</b>

报告期各期末，公司的预付账款主要为预付视频制作费、广告制作费等。公司根据各供应商要求支付预付款项，均在1年以内。

(2) 报告期内公司预付款项前五名情况如下表：

单位：元

时间	债务人	金额	账龄	占比 (%)	与公司关系	款项性质
2017年5月28日	广州市藏马广告有限公司	149,856.60	1年以内	35.45	非关联方	广告制作费
	南京趣讯网络科技有限公司	115,555.56	1年以内	27.33	非关联方	服务费
	重庆猪八戒网络科技有限公司	52,349.98	1年以内	12.38	非关联方	服务费
	佛山市瑞兴网络科技有限公司	42,000.00	1年以内	9.94	非关联方	服务费
	广州猩猩眼信息科技有限公司	11,320.75	1年以内	2.68	非关联方	视频制作费
	<b>合计</b>	<b>368,666.14</b>		<b>87.78</b>		
2016年12月31日	广州源洞力广告有限公司	1,386,499.99	1年以内	95.72	非关联方	服务费
	广州小号信息科技有限公司	62,000.00	1年以内	4.28	非关联方	服务费
	<b>合计</b>	<b>1,448,499.99</b>		<b>100.00</b>		
2015年12月31日	广州亿传网络科技有限公司	100,000.00	1年以内	100.00	非关联方	服务费
	<b>合计</b>	<b>100,000.00</b>		<b>100.00</b>		

## 5、其他流动资产

单位：元

项目	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
预缴所得税	932,525.85	-	-
待抵扣进项税额	-	-	8,136.11
<b>合计</b>	<b>932,525.85</b>	<b>-</b>	<b>8,136.11</b>

公司流动资产为增值税留抵扣额，可用于抵扣未来公司发生的销项税额。

## 6、固定资产

(1) 截至2017年5月31日公司固定资产及折旧情况如下表：

单位：元

项目	运输工具	办公设备	合计
一、账面原值			

项目	运输工具	办公设备	合计
<b>1.2016年12月31日</b>	<b>260,500.00</b>	<b>3,396.01</b>	<b>263,896.01</b>
2.本期增加金额			
(1)购置			
(2)在建工程转入			
(3)企业合并增加			
3.本期减少金额		3,396.01	3,396.01
(1)处置或报废		3,396.01	3,396.01
(2)其他转出			
<b>4.2017年5月31日</b>	<b>260,500.00</b>	<b>-</b>	<b>260,500.00</b>
二、累计折旧			
<b>1.2016年12月31日</b>	<b>190,643.27</b>	<b>3,226.21</b>	<b>193,869.48</b>
2.本期增加金额	56,831.73	-	56,831.73
(1)计提	56,831.73	-	56,831.73
(2)其他转入			
3.本期减少金额	-	3,226.21	3,226.21
(1)处置或报废	-	3,226.21	3,226.21
(2)其他转出			
<b>4.2017年5月31日</b>	<b>247,475.00</b>	<b>-</b>	<b>247,475.00</b>
三、减值准备			
<b>1.2016年12月31日</b>			
2.本期增加金额			
(1)计提			
(2)其他转入			
3.本期减少金额			
(1)处置或报废			
(2)其他转出			
<b>4.2017年2月28日</b>			
四、账面价值			
<b>1.2016年12月31日</b>	<b>69,856.73</b>	<b>169.80</b>	<b>70,026.53</b>
<b>2.2017年5月31日</b>	<b>13,025.00</b>	<b>-</b>	<b>13,025.00</b>

(2) 截至2016年12月31日公司固定资产及折旧情况如下表：

单位：元

项目	运输工具	办公设备	合计
一、账面原值			
<b>1.2015年12月31日</b>	<b>260,500.00</b>	<b>3,886.01</b>	<b>264,386.01</b>
2.本期增加金额			
(1)购置			
(2)在建工程转入			
(3)企业合并增加			
3.本期减少金额	-	490.00	490.00
(1)处置或报废	-	490.00	490.00
(2)其他转出			
<b>4.2016年12月31日</b>	<b>260,500.00</b>	<b>3,396.01</b>	<b>263,896.01</b>
二、累计折旧			
<b>1.2015年12月31日</b>	<b>128,774.51</b>	<b>2,877.02</b>	<b>131,651.53</b>
2.本期增加金额	61,868.76	569.00	62,437.76
(1)计提	61,868.76	569.00	62,437.76
(2)其他转入			
3.本期减少金额	-	219.81	219.81
(1)处置或报废	-	219.81	219.81
(2)其他转出			
<b>4.2016年12月31日</b>	<b>190,643.27</b>	<b>3,226.21</b>	<b>193,869.48</b>
三、减值准备			
<b>1.2015年12月31日</b>			
2.本期增加金额			
(1)计提			
(2)其他转入			
3.本期减少金额			
(1)处置或报废			
(2)其他转出			
<b>4.2016年12月31日</b>			
四、账面价值			
<b>1.2015年12月31日</b>	<b>131,725.49</b>	<b>1,008.99</b>	<b>132,734.48</b>
<b>2.2016年12月31日</b>	<b>69,856.73</b>	<b>169.80</b>	<b>70,026.53</b>

(3) 截至2015年12月31日公司固定资产及折旧情况如下表：

单位：元

项目	运输工具	办公设备	合计
一、账面原值			
<b>1.2014年12月31日</b>	<b>260,500.00</b>	<b>47,796.01</b>	<b>308,296.01</b>
2.本期增加金额	-	490.00	490.00
(1)购置	-	490.00	490.00
(2)在建工程转入			
(3)企业合并增加			
3.本期减少金额	-	43,823.68	43,823.68
(1)处置或报废	-	43,823.68	43,823.68
(2)其他转出			
<b>4.2015年12月31日</b>	<b>260,500.00</b>	<b>4,462.33</b>	<b>264,962.33</b>
二、累计折旧			
<b>1.2014年12月31日</b>	<b>23,914.23</b>	<b>19,954.23</b>	<b>43,868.46</b>
2.本期增加金额	104,860.28	25,102.79	129,963.07
(1)计提	104,860.28	25,102.79	129,963.07
(2)其他转入			
3.本期减少金额	-	41,603.68	41,603.68
(1)处置或报废	-	41,603.68	41,603.68
(2)其他转出			
<b>4.2015年12月31日</b>	<b>128,774.51</b>	<b>3,453.34</b>	<b>132,227.85</b>
三、减值准备			
<b>1.2014年12月31日</b>			
2.本期增加金额			
(1)计提			
(2)其他转入			
3.本期减少金额			
(1)处置或报废			
(2)其他转出			
<b>4.2015年12月31日</b>			
四、账面价值			
<b>1.2014年12月31日</b>	<b>236,585.77</b>	<b>27,841.78</b>	<b>264,427.55</b>
<b>2.2015年12月31日</b>	<b>131,725.49</b>	<b>1,008.99</b>	<b>132,734.48</b>

报告期内，公司固定资产包括运输设备以及办公设备，其中运输工具主要为

车辆，办公设备为一台索尼微单反相机，公司办公电脑存在向电脑租赁公司租赁的情况，详见本公开转让说明书之“第二节公司业务”之“四、公司业务收入情况”之“（四）公司重大业务合同及履行情况”。

截至2016年12月31日，除以前年度已经计提减值准备的设备外，公司其他固定资产均处于正常使用中，无减值迹象，未计提固定资产减值准备。

## 7、递延所得税资产

单位：元

项目	2017年5月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	204,690.09	30,398.97	162,252.51	24,937.88	259,625.87	64,906.47
可抵扣亏损	-	-	4,605.02	1,151.26	-	-
合计	204,690.09	30,398.97	166,857.53	26,089.14	259,625.87	64,906.47

## 8、主要资产减值准备的计提依据和计提情况

### （1）主要资产减值准备的计提依据

报告期内，应收账款和其他应收款坏账准备的计提依据见本节“四、报告期内主要会计政策、会计估计及其变更和影响”。

报告期内，固定资产、无形资产减值准备及存货跌价准备的计提依据见本节“四、报告期内主要会计政策、会计估计及其变更和影响”。

### （2）主要资产减值准备的计提情况

单位：元

项目	期间	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
坏账准备	2017年1月-5月	162,252.51	42,437.58	-	204,690.09
	2016年	259,625.87	-	-97,373.36	162,252.51
	2015年	52,313.02	207,312.85		259,625.87

报告期内，公司计提的主要资产减值准备为计提的应收账款以及其他应收款坏账准备。

### （三）报告期重大债项情况

#### 1、应付账款

（1）报告期内公司应付账款情况如下表：

单位：元

项目	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
应付账款	117,100.00	10,278.00	397,684.64
<b>合计</b>	<b>117,100.00</b>	<b>10,278.00</b>	<b>397,684.64</b>

公司2016年12月31日应付账款余额较上期末下降了38万元，原因主要系公司2016年期末时点，大部分应支付的款项均已完成支付。报告期内各期应付账款规模较小，公司采购付款及时。

（2）报告期内公司应付账款前五名的债权人情况如下表：

单位：元

时间	债权人	金额	占比(%)	账龄	与公司关系	款项性质
2017年 5月31日	广州源洞力广告有限公司	113,500.00	96.93	1年以内	非关联方	服务费
	广州诺崇知识产权代理有限公司	3,600.00	3.07	1年以内	非关联方	服务费
	<b>合计</b>	<b>117,100.00</b>	<b>100.00</b>			
2016年 12月31日	广州晶东贸易有限公司	6,678.00	64.97	1年以内	非关联方	货款
	广州诺崇知识产权代理有限公司	3,600.00	35.03	1年以内	非关联方	服务费
	<b>合计</b>	<b>10,278.00</b>	<b>100.00</b>		非关联方	
2015年 12月31日	广州优蜜移动科技股份有限公司	126,176.60	31.73	1年以内	非关联方	服务费
	北京正和岛信息科技有限公司	100,000.00	25.15	1年以内	非关联方	服务费
	广州市藏马广告有限公司	85,000.00	21.37	1年以内	非关联方	服务费
	广东星巴克咖啡有限公司	40,455.00	10.17	1年以内	非关联方	货款
	广东正粤会计事务所	13,500.00	3.39	1年以内	非关联方	服务费
	<b>合计</b>	<b>365,131.60</b>	<b>91.81</b>			

## 2、预收账款

(1) 报告期内公司预收账款情况如下表：

单位：元

项 目	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
预收服务费	381,111.11	-	-
合计	381,111.11	-	-

预收账款主要为公司预收的服务费。公司根据客户及合同要求确定是否收取预收款项。

(2) 报告期内公司预收账款前五名债权人情况如下表：

单位：元

时间	债权人	金额	占比(%)	账龄	与公司关系	款项性质
2017年5月31日	福建省皇品文化传播股份有限公司	231,111.11	60.64	1年以内	非关联方	预收服务费
	上饶市米汇信息科技有限公司	150,000.00	39.36	1年以内	非关联方	预收服务费
	合计	381,111.11	100.00			

预收账款前五名为预收的销售款。

## 3、应交税费

单位：元

税费项目	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
增值税	116,542.67	160,754.91	86,824.99
企业所得税	-	8,396.11	1,003,855.84
城建税	5,497.49	6,494.13	3,529.11
教育费附加	2,356.07	2,783.20	1,512.48
地方教育附加	1,570.71	1,855.47	1,008.32
其他	-	2,378.12	7,710.00
合计	125,966.94	182,661.94	1,104,440.74

## 4、应付职工薪酬

1) 分类列示

单位：元

项 目	2016年12月31日	本期增加	本期减少	2017年5月31日
-----	-------------	------	------	------------



项 目	2016年12月31日	本期增加	本期减少	2017年5月31日
短期薪酬	311,462.56	1,079,916.97	1,195,095.46	196,284.07
离职后福利-设定提存计划	-	90,545.96	90,545.96	-
辞退福利	-	-	-	-
其他长期职工福利	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>311,462.56</b>	<b>1,170,462.93</b>	<b>1,285,641.42</b>	<b>196,284.07</b>

续:

单位: 元

项 目	2015年12月31日	本期增加	本期减少	2016年12月31日
短期薪酬	224,735.00	2,559,511.66	2,472,784.10	311,462.56
离职后福利-设定提存计划	-	122,929.84	122,929.84	-
辞退福利	-	-	-	-
一年内到期的其他福利	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>224,735.00</b>	<b>2,682,441.50</b>	<b>2,595,713.94</b>	<b>311,462.56</b>

续:

项 目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年12月31日
短期薪酬	-	1,808,308.67	1,583,573.67	224,735.00
离职后福利-设定提存计划	-	-	-	-
辞退福利	-	-	-	-
一年内到期的其他福利	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>1,808,308.67</b>	<b>1,583,573.67</b>	<b>224,735.00</b>

## 2) 短期薪酬

单位: 元

项 目	2016年12月31日	本期增加	本期减少	2017年5月31日
工资、奖金、津贴和补贴	311,462.56	992,509.07	1,107,687.56	196,284.07
职工福利费	-	31,710.19	31,710.19	-
社会保险费	-	55,697.71	55,697.71	-

项 目	2016年12月31日	本期增加	本期减少	2017年5月31日
其中：医疗保险费	-	47,655.78	47,655.78	-
工伤保险费	-	2,978.49	2,978.49	-
生育保险费	-	5,063.44	5,063.44	-
住房公积金	-	-	-	-
工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
<b>合 计</b>	<b>311,462.56</b>	<b>1,079,916.97</b>	<b>1,195,095.46</b>	<b>196,284.07</b>

续：

单位：元

项 目	2015年12月31日	本期增加	本期减少	2016年12月31日
工资、奖金、津贴和补贴	224,735.00	2,360,417.22	2,273,689.66	311,462.56
职工福利费	-	88,239.64	88,239.64	-
社会保险费	-	110,854.80	110,854.80	-
其中：医疗保险费	-	98,781.43	98,781.43	-
工伤保险费	-	1,653.24	1,653.24	-
生育保险费	-	10,420.13	10,420.13	-
住房公积金				
工会经费和职工教育经费				
累积短期带薪缺勤				
短期利润（奖金）分享计划				
其他短期薪酬				
<b>合 计</b>	<b>224,735.00</b>	<b>2,559,511.66</b>	<b>2,472,784.10</b>	<b>311,462.56</b>

续：

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
工资、奖金、津贴和补贴	-	1,635,103.27	1,410,368.27	224,735.00
职工福利费	-	28,557.67	28,557.67	-

项 目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年12月31日
社会保险费	-	144,647.73	144,647.73	-
其中：医疗保险费	-	36,490.22	36,490.22	-
工伤保险费	-	1,847.35	1,847.35	-
生育保险费	-	6,310.16	6,310.16	-
住房公积金				
工会经费和职工教育经费				
累积短期带薪缺勤				
短期利润（奖金）分享计划				
其他短期薪酬				
<b>合 计</b>	<b>-</b>	<b>1,808,308.67</b>	<b>1,583,573.67</b>	<b>224,735.00</b>

## 3) 设定提存计划

单位：元

项 目	2016年12月31日	本期增加	本期减少	2017年5月31日
基本养老保险	-	83,397.59	83,397.59	-
失业保险费	-	7,148.37	7,148.37	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>90,545.96</b>	<b>90,545.96</b>	<b>-</b>

续：

单位：元

项 目	2015年12月31日	本期增加	本期减少	2016年12月31日
基本养老保险	-	4,102.68	4,102.68	-
失业保险费	-	118,827.16	118,827.16	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>122,929.84</b>	<b>122,929.84</b>	<b>-</b>

## 5、其他应付款

(1) 报告期内公司其他应付款情况如下表：

单位：元

款项性质	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日

款项性质	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
应付款项	47,972.98	32,500.00	-
往来款	30,897.56	-	-
其他	-	18,166.18	-
<b>合计</b>	<b>78,870.54</b>	<b>50,666.18</b>	-

报告期内，公司的其他应付款主要核算与其他单位、个人的往来款、保证金以及租金等。

(2) 报告期内公司其他应付款前五名的债权人情况如下表：

单位：元

时间	债权人	金额	占比(%)	账龄	与公司关系	款项性质
2017年5月31日	畅想互娱(北京)科技有限公司	47,972.98	60.82	1年以内	非关联方	房屋租金、水电费
	郑皓青	30,897.56	39.17	1年以内	关联方	往来款
	合计	<b>78,870.54</b>	<b>100.00</b>			
2016年12月31日	陈扬	18,000.00	35.53	1年以内	非关联方	员工借支
	畅想互娱(北京)科技有限	17,500.00	34.54	1年以内	非关联方	房屋租金、水电费
	畅想互娱(北京)科技有限	15,000.00	29.61	1年以内	非关联方	房屋租金、水电费
	待退回个税	166.18	0.33	1年以内	非关联方	其他
	合计	<b>50,666.18</b>	<b>100.00</b>			

(四) 报告期股东权益情况

单位：元

项目	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
股本（实收资本）	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
资本公积	-	-	-
盈余公积	500,000.00	500,000.00	259,029.66
未分配利润	9,481,822.37	7,351,386.56	2,434,407.91
少数股东权益	-	-	-
<b>合计</b>	<b>10,981,822.37</b>	<b>8,851,386.56</b>	<b>3,693,437.57</b>

公司在挂牌前未实施限制性股票或股票期权等股权激励计划。

## 七、关联方、关联方关系及关联交易

### （一）主要关联方及关联方关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及有关上市公司规则中有关关联方的认定标准，公司确认公司的关联方如下：

#### 1、关联自然人

公司的关联自然人包括：

- （1）直接或间接持有公司5%以上股份的自然人；
- （2）公司董事、监事及高级管理人员；
- （3）“2、关联法人”第（1）项所列法人的董事、监事及高级管理人员；
- （4）本条第（1）、（2）项所述人士的关系密切的家庭成员，包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满18周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

#### 2、关联法人

公司的关联法人包括：

- （1）直接或间接地控制本公司的法人或其他组织；
- （2）由前项所述法人直接或间接控制的除本公司及其控股子公司以外的法人或其他组织；
- （3）由上文“1、关联自然人”所列公司的关联自然人直接或间接控制的，或担任董事、高级管理人员的，除本公司及其控股子公司以外的法人或其他组织；
- （4）持有本公司5%以上股份的法人或其他组织及其一致行动人；
- （5）中国证监会或公司根据实质重于形式的原则认定的其他与公司有特殊关系，可能或者已经造成公司对其利益倾斜的法人或其他组织。

#### 3、关联方和关联方关系

根据上述关联方确认标准，公司报告期内关联方及关联方关系如下：

(1) 存在控制关系的关联方

关联方名称 (姓名)	与本公司关系	直接持股比例 (%)	备注
郑皓青	本公司实际控制人	0.01	--
樟树市微讯 电投资管理 中心(有限 合伙)	本公司控股股东	54.99	--

(2) 不存在控制关系的关联方

关联方名称 (姓名)	与本公司关系	持股比例 (%)
丁媛	本公司董事、高管	-
杨春花	本公司董事	-
肖鹏	本公司董事	-
贾睿乔	本公司董事	-
段卓东	本公司监事	-
张雯	本公司监事	-
潘智威	本公司监事	-
肖嘉欣	本公司高管	-
陈耿豪	间接持有公司 5%以上股份的自然人	
上海追鹏信息科技有限公司	本公司之子公司	
微传播(北京)网络科技股份 有限公司	本公司股东	45.00%
深圳赏金猎人信息科技有限 公司	陈耿豪控制的公司	——
广州亿传网络科技有限公司	陈耿豪配偶的直系亲属控制的公司	——
深圳乐摇摇信息科技有限公 司	陈耿豪控制的公司	——
深圳代言人信息科技有限公 司	陈耿豪控制的公司	
上海畅快信息科技有限公司	陈耿豪控制的公司	
樟树市乐玩投资管理中心(有 限合伙)	陈耿豪控制的公司	

直接或间接持有公司5%以上股份的自然人及公司董事、监事及高级管理人员关系密切的家庭成员	关联方	
---	-----	--

### (3) 关联法人的基本情况

#### 1) 微传播（北京）网络科技股份有限公司

微传播（北京）网络科技股份有限公司的基本情况详见本公开转让说明书之“第一节 基本情况”之“三、公司股权结构、股东以及股本演变情况”。

#### 2) 上海追鹏信息科技有限公司

上海追鹏信息科技有限公司的基本情况详见本公开转让说明书之“第一节基本情况”之“（六）子公司历史沿革和分公司基本情况”。

#### 3) 深圳赏金猎人信息科技有限公司

公司名称	深圳赏金猎人信息科技有限公司
成立时间	2014年9月9日
法定代表人	陈耿豪
注册资本	500万元
住所	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
经营范围	软件研发；互联网技术开发；从事信息技术、电子产品、生物技术、化工产品、建筑建材、机械设备等领域内的技术开发、技术咨询、技术转让；计算机编程；计算机软件设计；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）
股权结构	陈耿豪 80%、杨凯然 20%

#### 4) 广州亿传网络科技有限公司

公司名称	广州亿传网络科技有限公司
成立时间	2014年3月18日
法定代表人	陈荣槟
注册资本	10万元
住所	广州市番禺区洛浦街南浦碧桂大道3号（综合楼）
经营范围	网络技术的研究、开发；市场营销策划服务；商品信息咨询服务；企业管理咨询；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；广告业；
股权结构	陈荣槟 100%

## 5) 深圳乐摇摇信息科技有限公司

公司名称	深圳乐摇摇信息科技有限公司
成立时间	2015年10月26日
法定代表人	陈耿豪
注册资本	19.6188万元
住所	深圳市福田区沙头街道新沙路君临天下123号-1A
经营范围	电子产品、软硬件、安全技术防范产品的销售；网络技术、软件的研究及开发；信息技术咨询与服务；从事广告业务（法律法规、国务院规定需另行办理广告经营审批的，需取得许可后方可经营）；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。
股权结构	陈耿豪 28.03%、南通成为常青股权投资合伙企业（有限合伙） 20.00%、徐德强 17.84%、珠海广发信德科技文化产业股权投资基金（有限合伙）16.66%、樟树市乐瑶投资管理中心（有限合伙） 10.73%、樟树市乐玩投资管理中心（有限合伙） 4.50%、蜜芽宝贝（天津）信息技术有限公司 1.80%、珠海康远投资企业（有限合伙） 0.44%

## 6) 深圳代言人信息科技有限公司

公司名称	深圳代言人信息科技有限公司
成立时间	2014年10月22日
法定代表人	陈耿豪
注册资本	500万元
住所	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
经营范围	电子产品、软硬件、安全技术防范产品的销售；网络技术的研究及开发；信息技术咨询与服务；从事广告业务（法律法规、国务院规定需另行办理广告经营审批的，需取得许可后方可经营）；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）
股权结构	陈耿豪 80%、杨凯然 20%

## 7) 上海畅快信息科技有限公司

公司名称	上海畅快信息科技有限公司
成立时间	2015年11月11日
法定代表人	陈耿豪
注册资本	10万元
住所	上海市嘉定区众仁路399号1幢B区5楼5199室
经营范围	从事信息技术、网络技术领域的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），电子产品、计算机、软硬件及辅助设备、安防设备的销售。



股权结构	陈耿豪 55%、徐德强 45%
------	-----------------

## 8) 樟树市乐玩投资管理中心（有限合伙）

公司名称	樟树市乐玩投资管理中心（有限合伙）
成立时间	2017年6月21日
执行事务合伙人	陈耿豪
主要经营场所	江西省宜春市樟树市洋湖乡武林路70号
经营范围	企业投资管理,资产管理。(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)
出资结构	陈耿豪 80%、张杰波 20%

## （二）关联交易

### 1、经常性关联交易

#### （1）采购商品，接受劳务情况

关联方	关联交易内容	2017年5月31日	2016年	2015年
		金额（元）	金额（元）	金额（元）
深圳乐摇摇信息科技有限公司	媒介资源采购		28,446.60	-
广州亿传网络科技有限公司	媒介资源采购	-	922,330.09	776,699.03

公司2016年向深圳乐摇摇信息科技有限公司的支付费用，公司利用乐摇摇提供的平台为宣传自身的公众号进行宣传。

公司向广州亿传网络科技有限公司支付费用，用于采购亿传网络拥有微信公众号的平台宣传资源服务，其中2015年支付776,699.03元，主要为延长壳牌（广东）石油有限公司、广州长隆集团有限公司、上海百孚思文化传媒有限公司提供宣传服务。2016年支付922,330.09元，主要为有米科技股份有限公司、珠海长隆投资发展有限公司提供宣传服务。采购的资源主要为“健康养生知识”、“女人坊”、“教你瘦身吧”、“每日心情签名”等微信公众号。公众号资源涵盖100万粉丝量、50-100万粉丝量、50万粉丝量三个级别，公司要求通过亿传网络发布的内容粉丝覆盖量要超过1000万，阅读量要超过78万次。亿传网络拥有较多网络公众号资源，其定价水平比照其他网络微信平台供应商一致且采购占比较小，不

存在损害公司利益的情况。

## 2、偶发性关联交易

### (1) 资金往来

报告期内，公司发生的偶发性关联交易明细如下：

关联方名称	关联交易内容	2017年1月-5月	2016年	2015年
		金额（元）	金额（元）	金额（元）
深圳赏金猎人信息科技有限公司	资金借用	-	-	388,000.00
郑皓青	资金借用、采购	2,460,000.00	7,009,586.76	2,860,188.33

报告期内，控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金往来的详细情况如下：

单位：元

关联方名称	时间	资金被占用次数	资金被占用发生额	收回被占用资金发生额	资金被占用余额	
深圳赏金猎人信息科技有限公司	2015年1月	-	-	-	-	
	2015年2月	-	-	-	-	
	2015年3月	-	-	-	-	
	2015年4月	-	-	-	-	
	2015年5月	-	-	-	-	
	2015年6月	-	-	-	-	
	2015年7月	-	-	-	-	
	2015年8月	-	-	-	-	
	2015年9月	1	198,000.00	-	198,000.00	
	2015年10月	1	90,000.00	-	288,000.00	
	2015年11月	1	100,000.00	-	388,000.00	
	2015年12月	-	-	-	388,000.00	
	2015年小计			388,000.00	-	
	2016年1月	-	-	-	-	388,000.00
	2016年2月	-	-	-	-	388,000.00
	2016年3月	-	-	-	-	388,000.00
	2016年4月	-	-	-	388,000.00	-
2016年5月	-	-	-	-	-	
2016年6月	-	-	-	-	-	

2016年7月	-	-	-	-
2016年8月	-	-	-	-
2016年9月	-	-	-	-
2016年10月	-	-	-	-
2016年11月	-	-	-	-
2016年12月	-	-	-	-
2016年小计		-	388,000.00	
2017年1月至 2017年5月	-	-	-	-

续:

关联方名称	时间	资金被占用次数	资金被占用发生额	收回被占用资金发生额	资金被占用余额	
郑皓青	2015年1月	1	293,132.20	-	1,030,435.80	
	2015年2月	1	170,999.00	-	1,201,434.80	
	2015年3月	1	15,000.00	-	1,216,434.80	
	2015年4月	1	269,978.53	-	1,486,413.33	
	2015年5月	1	197,400.00	-	1,683,813.33	
	2015年6月	1	208,511.56	-	1,892,324.89	
	2015年7月	1	966,888.94	-	2,859,213.83	
	2015年8月	1	58,000.00	-	2,917,213.83	
	2015年9月	-	-	-	2,917,213.83	
	2015年10月	-	-	-	2,917,213.83	
	2015年11月	-	-	-	2,917,213.83	
	2015年12月	1	680,278.10	-	3,597,491.93	
	2015年小计			2,860,188.33	-	
	2016年1月	-	-	-	141,642.14	3,455,849.79
	2016年2月	-	-	-	286,050.12	3,169,799.67
	2016年3月	-	-	-	124,350.11	3,045,449.56
	2016年4月	3	330,635.40	3,376,084.96	-	-
	2016年5月	3	433,256.88	-	-	433,256.88
	2016年6月	1	1,459,694.18	21,973.98	-	1,870,977.08
	2016年7月	2	590,000.00	247,903.96	-	2,213,073.12
	2016年8月	1	150,000.00	11,009.59	-	2,352,063.53
	2016年9月	1	1,740,000.00	1,899,674.36	-	2,192,389.17
	2016年10月	1	120,000.00	2,312,389.17	-	-
2016年11月	1	1,243,000.30	1,243,000.30	-	-	

2016年12月	1	943,000.00	943,000.00	-
2016年小计		7,009,586.76	10,607,078.69	-
2017年1月	1	2,210,000.00	2,210,000.00	-
2017年2月	1	250,000.00	250,000.00	-
2017年3月	-	-	-	-
2017年4月	-	-	-	-
2017年5月	-	-	-	-
2017年小计		2,460,000.00	2,460,000.00	-

公司初创期时，由于资金拆借的需要，向关联公司深圳赏金猎人信息科技有限公司借出388,000.00元。该笔款项已经全部归还。

公司向郑皓青个人账户转账主要用于支付员工工资和郑皓青个人拆借，同时，公司亦向郑皓青借入资金用于公司支付媒介采购费。2017年5月，公司已全面清理了公司与郑皓青的资金往来，公司股份制改制前，郑皓青已清偿了全部资金拆借余额。

### 3、关联方应收应付款项情况

#### (1) 其他应收款项

单位：元

项目名称	关联方	2017年5月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
其他应收款	郑皓青					3,597,491.93	179,874.60
其他应收款	深圳赏金猎人信息科技有限公司					388,000.00	19,400.00
	合计					<b>3,985,491.93</b>	<b>199,274.60</b>

#### (2) 公司预付款项及应付关联方款项

单位：元

项目名称	关联方	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
------	-----	------------	-------------	-------------

预付款项	广州亿传网络科技有限公司			100,000.00
------	--------------	--	--	------------

公司与关联方的预付账款以及应付账款主要来源于正常经营，公司向关联方采购媒介资源费用的应付账款及预付账款。

报告期内，公司与关联方发生的关联交易交易价格合理，未对公司造成重大损害，对公司的日常经营无重大不利影响。

### （3）其他应付款项

单位：元

项目名称	关联方	2017年5月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
其他应付款项	郑皓青	30,897.56		

## 4、关联交易的必要性、公允性和未来可持续性

### （1）关联交易的必要性分析

公司主要的关联交易为向供应商采购媒介资源、租赁办公室等业务。亿传网络有多个公众号资源，粉丝量涵盖各个层次，而公司主要为客户作微信、微博上的宣传广告业务，对于符合客户营销特点的公众号有较大采购需求，因此公司需要储备较多的媒介资源，而亿传网络的部分公众号资源符合公司需求，公司向亿传网络采购媒介资源有必要性。

### （2）关联交易的公允性分析

关于公司对亿传网络的采购，公司2015年与2016年与亿传网络签订的合同情况如下：

合同签订年份	粉丝涵盖量	阅读量	合同金额
2015年度	3000万+	7万+	10万元
	1500万+	4万+	5万元
	3200万+	10万+	10万元

	3100 万+	11 万+	10 万元
	1600 万+	6 万+	5 万元
	17000 万+	50 万+	45 万元
	700 万+	3 万+	5 万元
	3000 万+	10 万+	10 万元
	21000 万+	70 万+	50 万元
2015 年度平均价格 (平均价格计算方法 为合同金额除以阅读 量)	0.00277 元	0.877 元	
2016 年度	900 万+	60 万+	45 万元
	1000 万+	78 万+	50 万元
2016 年度平均价格 (平均价格计算方法 为合同金额除以阅读 量)	0.05 元	0.6884 元	

公司向亿传网络采购网络媒体资源，平均每一次阅读量的单价为0.688元至0.877元不等。

公司向下游客户销售社交媒体营销活动策划与渠道推广业务时，对于公司委托公众号发布的软文按照一定的业绩标准计算收取的费用。部分推广业务的定价水平情况如下：

合同签订年份	粉丝涵盖量	阅读量	合同金额
2016 年广州长隆春节活动推广	880 万+	35 万+	50 万元
2016 年珠海长隆春节活动推广	600 万+	21 万+	20 万元

公司向下游客户收取的服务费为平均每一次阅读量0.9524元至1.4286元，按照社交媒体营销活动策划与渠道推广业务47.35%-54.26%的毛利率测算，公司向亿传网络采购的媒介资源与向其他公司采购的媒介资源定价政策一致。因此公司

向关联方对于媒介资源的采购是公允的，没有出现损害公司利益的情形。

## 5、公司关于关联交易的决策权限、决策程序、内部管理制度和定价机制

### （1）关联交易决策执行情况

有限公司阶段，公司治理制度尚不完善，《公司章程》未就关联交易程序做出明确规定，决策流程尚未制度化。股份公司成立后，公司建立了较为完善的治理机制，股东大会审议通过了《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》、《关联交易决策管理办法》、《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》等制度文件，对关联交易的决策权限、决策程序及关联董事、关联股东的回避表决制度进行了详细的规定。

## 6、公司减少和规范关联交易的具体安排

有限公司阶段，公司无规范关联交易的相关制度文件，变更为股份公司后，为规范公司与关联方的关联交易，公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等公司治理文件中对关联交易决策权限与程序做出了规定，就关联股东或利益冲突董事在关联交易表决中的回避制度做出了详细的规定。同时，公司针对关联交易事项专门建立了《关联交易决策管理办法》，明确了关联交易决策的程序。另外，为防范关联方占用公司资金或资源，公司还制定了《重大投资决策管理办法》、《对外担保决策制度》、《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》，明确了防范控股股东及关联方占用资金的责任和措施。

股份公司成立后，公司严格按照《公司章程》、《关联交易决策管理办法》、《重大投资决策管理办法》、《对外担保决策制度》、《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》的规定执行，规范和减少关联交易及资金往来，确保公司及股东利益不受损害。

7、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方以及持有公司5%以上股份的股东在主要客户和供应商中占有权益情况的说明。

详见公开转让说明书见“第四节 六、报告期内主要会计数据和财务指标分析”。

## 八、期后事项、或有事项及其他重要事项

### （一）期后事项

2017年5月31日至本公开转让说明书签署之日，公司进行了一次增资，相关情况详见本公开转让说明书之“第一节基本情况”之“三、公司股权结构、股东以及股本演变情况”之“（五）公司设立以来股本的设立及变化情况”。

公司股东代表监事李婷婷因个人原因于2017年10月10日向公司提出辞职，公司监事会于2017年10月13日召开第一届监事会第二次会议审议通过《关于提名张雯女士为公司监事的议案》，同日，公司发出《微电互动（广州）网络科技股份有限公司关于召开2017年第三次临时股东大会的通知》，2017年10月30日公司召开2017年第三次临时股东大会审议通过《关于提名张雯女士为公司监事的议案》，选举张雯女士为公司监事。

### （二）或有事项

截至公开转让说明书签署之日，公司不存在应披露的或有事项。

### （三）其他重要事项

截至公开转让说明书签署之日，公司不存在应披露的其他重要事项。

## 九、报告期内的资产评估情况

在报告期内，公司共进行一次资产评估，具体情况如下：

公司聘请了广东联信资产评估土地房地产估价有限公司作为微讯电股权价值的资产评估机构。根据广东联信资产评估土地房地产估价有限公司于2017年7月12日出具的“联信（证）评报字[2017]第A0384号”《广州微讯电企业管理咨询有限公司拟整体变更设立股份有限公司事宜所涉及其经审计后全部资产及相关负债资产评估报告》，微讯电于评估基准日2017年5月31日总资产账面值为1,093.77万元，评估值为1,147.97万元，增幅4.96%；负债账面值为33.23万元，评估值为33.23万元，无增减；净资产账面值为1,060.54万元，评估值为1,114.74万元，增幅5.11%。



## 十、股利分配情况

### （一）公司股利分配政策

《公司章程》第147条规定：公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

《微电互动（广州）网络科技股份有限公司利润分配管理制度》规定：公司分配当年税后利润时，提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，不再提取。

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

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

### （二）最近两年股利分配情况

序号	年度	分配金额（元）
1	2017年1-5月	-
2	2016年度	2,429,035.70
3	2015年度	-

截至本公开转让说明书签署日，股东已缴纳股利分配所得税。

### （三）公司股票公开转让后股利分配政策

公司股票公开转让后股利分配政策不变，详细股利分配方案由公司股东大会决定。

## 十一、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

## （一）公司控股子公司基本情况

### 1、基本情况

子公司基本情况详见本公开转让说明书“第一节”之“二、（六）子公司、分公司基本情况”。

### 2、主要财务数据

单位：元

项目	2017年1-5月	2016年
营业收入	567,819.61	113,207.54
净利润	383,110.14	-7,953.76
项目	2017年5月31日	2016年12月31日
总资产	1,032,143.37	116,651.26
净资产	375,156.38	-7,953.76

## （二）纳入合并报表范围的其他企业情况

除上述控股子公司外，公司不存在其他应纳入而未纳入公司报表合并范围内的其他企业；也不存在纳入合并报表的其他企业。

## （三）母公司对子公司的控制措施

公司为加强对全资子公司的管理，确保子公司经营管理符合公司总体战略发展方向，提高公司整体运作效率和抗风险能力，从制度、经营、人员、财务等方面实施集中、全面的管理和监控，对其具有绝对控制能力，具体表现如下：

制度方面，公司对子公司行使统一管理、协调、监督、考核等职能，并依据整体制度规范的需要，有权督促子公司依法建立和完善相应的管理制度。

经营方面，子公司的各项经营管理活动必须遵守国家各项法律、法规、规章和政策，并结合公司发展规划和经营计划，制定和不断修订自身经营管理目标，确保公司的投资收益。下属子公司均为公司的全资子公司，公司依照其所持有的股份份额对各子公司享有各项股东权利。

人员方面，公司拥有向子公司委派或推荐管理人员的权利。子公司管理人员

的任期按子公司《章程》规定执行。

财务方面，子公司财务部门接受公司财务部门的业务指导和监督，遵守公司统一的财务管理政策，与公司实行统一的会计制度。未经公司董事会或股东大会批准，子公司不得提供对外担保，也不得进行互相担保。

## 十二、风险因素及自我评估

### 1、大客户依赖风险

2015年度、2016年度、2017年1-5月，公司对前五大客户的销售占比分别为73.22%、75.10%、77.93%，其中广州长隆集团有限公司2015年度、2016年度、2017年1-5月分别为公司直接和间接贡献收入4,079,501.74元、5,067,603.64元、4,457,084.71元，占当年总销售额的49.36%、30.41%、68.69%。如果广州长隆集团有限公司等大客户不再向公司大规模采购服务，将会对公司业绩产生不利影响。

应对措施：针对以上风险，公司将继续提升策划和创意水平，密切关注社交互联网技术发展，为客户提供更优质的创意营销服务，增加客户粘性的同时不断开拓新客户，逐渐降低对主要客户的依赖。

### 2、公司业务的季节性风险

公司社交媒体营销活动策划与渠道推广业务主要服务于旅游业客户，暑假和国庆期间为客户营销需求的旺季，受客户需求影响公司业务存在一定的季节性，通常一至五月为淡季，六至十月为旺季，在业务淡季公司需要支付固定成本，可能出现亏损。

应对措施：随着社交媒体营销的发展，客户逐渐认识到社交媒体营销的重要性，亦将逐渐加大社交媒体营销投入，同时，公司将密切关注社交互联网技术发展，为客户提供更优质的创意营销服务，不断开拓新客户，扩大公司业务规模。

### 3、技术进步和市场竞争带来的业务风险

公司业务依托于社交网络平台微信，与社交网络技术的发展密切相关，近年来，社交网络技术发展迅速，同时，公司的业务模式更新换代较快，行业内新进

入竞争者逐渐增多，行业发展逐渐成熟，业务增长水平和利润率水平将逐渐下降。公司如不能长期保持持久的研发投入、技术更新及职工人员技术水平的提高和业务创新，将面临社交媒体技术进步和业务模式落后的危险，从而影响公司的业绩。

应对措施：公司将保持技术开发投入，不断创新产品、创新业务模式，同时以较先进的机制引进市场优秀人才的加盟。

#### 4、人才流失的风险

由于公司从事的业务需要根据客户需要进行营销策划、组织，公司策划、运营人员不仅需要具备相关专业知识，同时还须具备多年的行业实践经验，尽管公司此前策划运营团队人员稳定，但由于人员流动率高为该行业的普遍现象，若核心策划运营人员流失，将对公司的业务发展造成一定影响。

应对措施：公司将不断为营销策划运营人才提供更好的工作环境，创造更好的工作条件，提供更多的晋升机会，采用多方面措施来稳定核心团队。

#### 5、营业收入区域性集中的风险

报告期内，公司营业收入的区域集中度较高，来源于华南地区的营业收入占当期营业收入总额的比例分别为96.17%、98.81%及84.43%。目前已经在广东、北京、上海、香港、福建、湖南、浙江七个省（直辖市、特别行政区）实现销售，但收入来源仍主要集中在广东地区，营业区域较为集中在一定程度上影响了公司市场占有率和营业收入的进一步提升。一旦该区域的市场竞争程度加剧，公司经营业绩将受到重大影响。

应对措施：公司在今后开展业务过程中，将逐步开发省外业务。未来，公司将会进一步加大销售网络的投入，提高营销人员素质，提升品牌影响力，实现各区域市场收入的快速增长。

#### 6、税收政策变化的风险

根据广州市海珠区地方税务局出具的《企业所得税优惠事项备案表》，公司享受符合条件的软件企业“两免三减半”的企业所得税优惠政策。该优惠政策将于2017年12月31日到期，公司子公司上海追鹏信息科技有限公司享受的所得税

“两免三减半”优惠政策将于2021年12月31日到期，上述企业所得税税收优惠政策结束后，公司及子公司将按照是时的企业所得税税率缴纳企业所得税，上述事项将对公司经营业绩产生一定影响。

应对措施：公司将继续加大在研发、市场拓展等方面的投入，保持技术领先地位，提高核心竞争力，扩大在行业的市场份额，健康、较快的业务发展能够提高公司盈利能力，逐步减少对税收优惠的依赖，降低税收优惠变化的不确定性对公司经营业绩的影响。

## 7、公司治理风险

股份公司成立于2017年8月，股份公司设立后，公司建立健全了法人治理结构，完善了现代化企业发展所需的内控体系。由于股份公司成立时间较短，各项管理、控制制度的执行尚未经过一个完整经营周期的检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐渐完善。未来随着公司的发展和经营规模扩大，将对公司治理提出更高要求。因此，公司存在一定的治理风险。

应对措施：公司将进一步建立健全相关内控制度，加强内部管理培训，不断提高公司规范运作水平。

## 8、公众号代运营的合规风险

报告期内公众号代运营业务持续为公司提供业务收入，虽然公司项目团队具有丰富的公众号代运营经验，但随着近年来互联网信息服务相关法律法规的不断出台，一旦出现代运营公众号被封号、举报和投诉等严重合规事件，将损害公司的利益和客户的合法权益。

应对措施：为应对公众号运营可能出现的违规事件导致公众号被封号、举报和投诉事项，公司正不断加强员工合规培训，加强学习互联网信息服务相关法律法规，要求业务团队运营公众号过程中要严格遵守法律法规的规定，文明互动、理性表达。

## 第五节 有关声明

## 申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事签字：

丁媛 霍春齐 彭鹏 郑华明

李春

全体监事签字：

李成 段春如 张雯

高级管理人员签字：

丁媛 郑华明 李春

微电互动(广州)网络科技股份有限公司

2018年01月22日



## 主办券商声明

本公司已对微电互动（广州）网络科技股份有限公司公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：



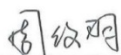
（李福春）

项目小组负责人：

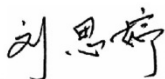


（何明宇）

项目小组成员：



（周纹羽）



（刘思婷）



（程雯）





## 审计机构声明

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

会计师事务所负责人：\_\_\_\_\_



经办注册会计师：\_\_\_\_\_



广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）  
（特殊普通合伙）



2018年01月22日

## 评估机构声明

本机构及经办资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及经办资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：陈喜佟



经办评估师：潘赤戈



张 晗



广东联信资产评估土地房地产估价有限公司



2018年01月22日

## 律师声明

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

律所事务所负责人：

韩如梅

经办律师：魏云

经办律师：刘长宁

北京观韬中茂（上海）律师事务所

2018年1月22日

## 第六节 附 件

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

（正文完）