



北京品友互动信息
技术股份公司



公开转让说明书

(申报稿)

主办券商



中信建投证券股份有限公司
CHINA SECURITIES CO., LTD.

二零一六年十一月

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

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

重大事项提示

特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

本节扼要披露特别提醒投资者注意的风险因素。投资者应认真阅读公开转让说明书“第四节公司财务”之“十二、风险因素”的全部内容，充分了解本公司所披露的风险因素。

（一）经济周期对互联网广告行业影响的风险

互联网广告伴随着信息时代的进步而不断发展，产品的选择、价格的商定、资金的给付都通过网络完成，简而言之就是通过互联网推广、展示或者销售产品、品牌或渠道的一种方式，伴随着“互联网+”国家战略的出台和手机 4G 网络的普及，网络营销迎来新的发展契机。公司作为基于大数据技术的数字营销技术平台，未来的成长性与互联网广告行业息息相关。

互联网广告市场与实体经济趋势息息相关，同比增长保持稳定。未来几年，随着整体经济进入结构性改革阶段，经济增速将放缓，互联网广告市场也受其影响，增速降低。此外，从互联网整体环境来看，PC 端用户增长进入平台阶段，移动端流量迅速增长但营销模式还有待完善。互联网广告经过十余年发展，进入成熟阶段，增速相对放缓。宏观经济波动将通过影响实体经济导致互联网广告市场出现一定的波动，进而影响公司业绩。

（二）产业政策变化的风险

基于大数据技术的数字营销服务行业属于新兴行业。国家出台了包括《产业结构调整指导目录（2011 年本）》、《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》、《关于加快发展服务业的若干政策措施的实施意见》等在内的一系列产业政策，对该行业给予支持和鼓励。若未来产业政策发生变化，则可能影响行业的竞争格局，并对公司的业务发展造成影响。

（三）受国际环境影响风险

公司当前正在加大布局国际业务，未来公司的数字营销业务的研发运营都将面向全球开展，并将不可避免的受到国际市场环境的影响，如果公司主要面对的国家或地区出现重大的政治、经济环境恶化情况，或者大规模出现限制性措施，将对公司的海外业务发展产生不利影响。

（四）市场竞争风险

数字营销服务行业市场化程度高、竞争激烈。随着竞争继续加剧，市场竞争格局将逐步走向集中。互联网营销行业市场空间的扩大可减小行业竞争的激化程度，但如果市场空间不能按预期放大或出现更多的市场进入者，市场竞争将更加激烈，或者部分竞争对手采用恶性竞争的方式，将给公司经营带来一定冲击。

近年来随着互联网广告市场的快速发展，程序化广告得到了更多企业关注，纷纷涉足该领域。这些公司在资本、人力和市场资源等方面有所积累后，未来公司将面临更加激烈的市场竞争。若公司未能保持优势的竞争地位，未来可能出现客户流失、市场份额下滑等风险。

（五）技术升级风险

品友互动作为基于大数据技术的数字营销服务平台，主要从事互联网广告投放业务，属于技术密集型行业。人群建模，大数据运算能力，机器学习等技术很大程度地决定了公司盈利能力，进而直接影响到公司竞争力。未来如公司不能及时实现技术的升级，或开发出满足市场需求的新技术，以保持技术平台先进性，公司将面临盈利能力下降、客户流失的风险，从而给公司经营带来不利影响。

针对上述风险，公司将加大研发投入力度、丰富业务结构，同时引进和培养高端研发人才，不断优化研发人员结构，为公司产品的创新和业绩的增长提供技术保障。

（六）系统稳定性、安全性风险

1、互联网系统稳定性、安全性风险

互联网广告业务正常运营需要有优质和稳定的互联网为基础，这与公司服务器的分布、网络系统和带宽的稳定性、电脑硬件和软件效率息息相关。由于互联网作为面向公众的开放性平台，其客观上存在网络设施故障、软硬件漏洞及黑客攻击等导致运营系统损毁、运营服务中断和运营数据丢失的风险。如果公司不能及时发现并阻止上述外部干扰，可能会对公司的经营业绩造成不利影响。虽然公司对信息安全制定并实施了一系列有效措施，但无法完全避免上述风险。同时地震、洪灾或其他难以预料及防范的自然灾害也会对公司的互联网系统稳定安全运转造成无法防范的威胁。

2、技术平台稳定性、安全性风险

公司提供的数字营销技术服务依赖于公司的核心技术平台，由于公司业务量的持续增长以及公司对接的媒体流量不断增加，技术平台处理数据和投放量随之增加，随着数据处理量增大，算法变得更加复杂，使公司技术平台产生缺陷和错误的可能性随之增加。如果公司的系统不能保持稳定性，一旦出现大范围错误、失效等情况，则公司业务可能遭受影响。如果公司不能保持系统的安全性，则可能导致公司系统被攻击导致瘫痪，从而导致业务暂时无法进行的风险。

（七）人才流失风险

数字营销服务行业属于知识密集型行业，产品研发和技术创新依赖于核心技术人员和关键管理人员。公司目前的核心技术人员有着良好的技术背景，大都曾供职于谷歌、雅虎、阿里巴巴、腾讯等国内外领先的互联网技术公司；公司的关键管理人员有着丰富的管理经验并在程序化广告行业内具有一定的影响力。但随着公司业务的迅速发展，对具有丰富经验的高端人才需求增大，人才竞争日益激烈。能否维持技术人员队伍的稳定并不断吸引优秀人才的加盟是公司能否在行业内保持现有市场地位和是否具有持续发展能力的关键。虽然公司

十分重视核心技术人员成长和激励，对于核心技术人员进行报酬、股权等激励，并提供良好的培训机会及积极进取的文化和工作氛围。但如果未来公司核心的技术、管理、营销服务人才流失，将会对公司产生不利影响。

（八）知识产权风险

基于大数据技术的数字营销行业技术属性较强，公司在业务经营中所涉及的专利技术、非专利技术、软件著作权、商标、域名等知识产权数量较多、范围较广。公司拥有多项自主研发的技术产品，人群定向智能投放系统等核心技术是公司核心竞争力的重要体现。尽管公司一贯遵守知识产权相关的法律法规，注意保护自身的知识产权，但如果公司遭遇与知识产权相关的诉讼、纠纷或索赔，或者公司自身知识产权受到不法侵害，如果解决不力，可能会影响公司的市场声誉，并对公司经营产生不利影响。

（九）应收账款回收风险

2016年3月31日、2015年12月31日、2014年12月31日，公司应收账款余额分别为140,467,051.79元、139,627,078.49元、56,197,233.45元，各期末应收账款净额占当期末资产总额的比例分别为46.72%、40.42%和57.88%。

公司与大型广告主客户或代理公司通常在合作框架协议中约定，应在项目投放完成后的一定期限向客户收取款项。由于公司主要客户均为实力较强的大型优质客户，其自身内部审批流程相对较长，因此，客户在项目投放完成后的60-90天内向公司付款。由于公司主要客户均为大型优质客户，资金实力强、信誉好，因此公司历史上的回款记录良好。

虽然报告期内公司未发生客户应收账款无法回收的情况，但若未来经营中公司应收账款余额进一步增加，出现大额应收账款无法按时收回时，将会对公司现金流、利润等方面产生不利影响，从而影响到公司的平稳经营。

针对上述风险，公司将加强应收账款的日常管理，建立合理的信用体系和客户信用档案，根据不同的信用情况，采用灵活的清收策略，在促进销售的同时控制应收账款的风险，制定销售回款责任制及合理的激励制度。

（十）供应商集中度相对较高风险

2014年度、2015年度和2016年1-3月，公司向前五名供应商的采购金额分别为62,581,769.69元、96,289,219.27元和53,122,485.12元，占公司当期采购总额的比重分别为68.99%、42.68%和47.46%，集中度相对较高。公司前五名供应商均系国内市场地位较高、浏览量较大、用户数较多、营销传播效果较好的知名互联网企业。尽管公司多年来与该等企业之间均保持了相对稳定的业务合作关系，但如果未来受商业模式、交易价格、技术创新、业务发展战略或其他因素的影响，公司与该企业之间的合作关系发生不利变化，将会对公司经营业绩产生不利影响。

（十一）媒体采购成本上升风险

随着互联网的飞速发展，广告主不断加大对互联网广告的投放力度，互联网广告行业对媒体资源的需求也越来越大。公司主要的经营成本是购买互联网媒体渠道的成本，但未来受经济发展、城市生活成本上升、互联网广告位竞争不断加剧等因素的影响，公司的渠道成本存在持续增长的风险。虽然公司通过多种形式不断扩充媒体渠道资源，并凭借大数据分析、多维定向、准确匹配等方式，不断提高现有广告渠道的利用率。但如果未来互联网媒体渠道成本上升速度过快，将会对公司未来盈利能力产生不良的影响。

（十二）持续亏损风险

公司2014年度、2015年度及2016年1-3月实现的归属于挂牌公司股东的净利润分别为-2,227.89万元、-3,923.66万元及-382.64万元，报告期内持续亏损。虽然随着公司业务的拓展、知名度的不断提升、技术和数据资源储备的深入，2016年1-3月亏损情况较2015年度已有较大程度的改善，但考虑到公司未来一

段时间仍将在研发、市场开发和下游行业拓展方面投入较多资源，因此，公司在短期内可能仍处于不盈利状态，存在持续亏损风险。截至报告期末，公司未分配利润为-12,859.85 万元，公司短期内可能无法向股东分派股利。

（十三）合规性风险

相对于传统媒体，互联网（包括移动互联网）作为新兴的媒体传播渠道，所受到的政策监管相对宽松，行业进入门槛不高，行业竞争较为充分，媒体资源量巨大，为互联网数字营销行业的持续快速发展提供了良好的外部环境。随着各国相关监管部门对互联网营销行业监管力度的持续增强，行业的准入门槛和监管标准可能会有所提高，互联网领域内的创新、竞争或信息传播可能会受到影响。若公司在未来不能达到新政策的要求，则将对其持续经营产生不利影响。

（十四）实际控制人控制不当风险

公司董事长黄晓南直接持有公司股份 **17,435,073** 股，占公司总股本的 21.45%，通过担任驰友旺辉、品友传奇、优驰赫韬和优品互通执行事务合伙人合计间接持有公司股份 **3,203,223** 股，共计控制公司股份 **20,638,296** 股，共计控制比例为 25.38%，为公司控股股东。谢鹏直接持有公司股份 **11,754,023** 股，持股比例为 14.46%。根据黄晓南和谢鹏签署的《一致行动协议》，黄晓南和谢鹏构成一致行动关系，两人合计持有公司股份 **32,392,319** 股，持股比例为 39.84%。黄晓南与谢鹏为公司的创始人，在公司决策、监督、日常经营管理上均能产生重大影响。若其利用其控制权对公司的经营决策、人事、财务等进行不当控制，可能给公司经营管理带来重大不利影响。

（十五）公司治理风险

公司于 2015 年 10 月整体变更为股份公司，股份公司设立时间较短。股份公司成立后，公司逐步建立规范的治理机制，完善了包括但不限于三会议事规则等相关决策管理办法及适应企业现阶段发展的内部控制制度和管理体系，建立健全了公司治理机制。由于股份公司成立时间较短，在相关制度的健全和执行

方面仍需假以时日，公司管理层的规范治理及内部控制意识也需在实际运作中进一步提升。随着业务的发展，未来公司的经营管理将对公司治理及内部控制提出更高要求。因此，公司存在在未来经营中因公司治理、内部控制不适应公司发展的需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

目录

声明	2
重大事项提示	3
目录	10
释义	12
一、普通名词释义	12
二、专业名词释义	13
第一节 基本情况	15
一、公司基本情况	15
二、本次挂牌情况	16
三、公司股权结构图及股东基本情况	19
四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况	29
五、历史沿革	31
六、公司子公司的基本情况	42
七、报告期内重大资产重组情况	46
八、公司董事、监事和高级管理人员情况	56
九、最近两年及一期主要会计数据和财务指标	59
十、与本次挂牌有关的机构	61
第二节 公司业务	64
一、主营业务及主要产品和服务	64
二、公司内部组织结构及业务流程	66
三、与公司业务相关的关键资源要素	70
四、公司业务情况	82
五、公司商业模式	86
六、公司所处行业情况	90
第三节 公司治理	110
一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况	110
二、公司投资者权益保护情况	111
三、公司及控股股东、实际控制人报告期内违法违规情况	112
四、公司及控股股东、实际控制人报告期内诉讼仲裁情况	112
五、公司分开情况	113
六、同业竞争	115
七、公司报告期内资金占用和对外担保情况	116
八、董事、监事、高级管理人员	119
第四节 公司财务	125
一、最近两年一期的财务会计报表	125

二、最近两年一期财务会计报告的审计意见.....	146
三、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况和对公司利润的影响	146
四、报告期利润形成的有关情况	164
五、财务状况分析	175
六、管理层对公司最近两年一期财务状况、经营成果和现金流量状况的分析	202
七、关联方、关联方关系及关联交易.....	210
八、提请投资者关注的期后事项、或有事项及其他重要事项.....	214
九、报告期内资产评估情况	215
十、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况及公开转让后的股利分配政策	215
十一、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况.....	217
十二、风险因素	218
十三、未来三年内的发展目标	225
第五节 有关声明	227
一、挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明.....	227
二、主办券商声明	228
三、律师事务所声明	229
四、会计师事务所声明	230
五、评估机构声明	231
第六节 附件	232

释义

在本说明书中，除非另有所指，下列词语具有如下含义：

一、普通名词释义

公司、本公司、品友互动	指	北京品友互动信息技术股份公司
有限公司、品友有限	指	北京品友互动信息技术有限公司
品友广告	指	北京品友互动广告有限公司
天津品友	指	天津品友互动信息技术有限公司
天津优驰	指	天津优驰信息技术有限公司
香港品友	指	香港品友互动广告有限公司
开曼品友	指	PinYou Interactive Advertising Ltd.
驰友旺辉	指	天津驰友旺辉资产管理合伙企业（有限合伙）
上海懋耀	指	上海懋耀投资合伙企业（有限合伙）
富德懋赏	指	上海富德懋赏投资合伙企业（有限合伙）
上海振诚	指	上海振诚投资中心（有限合伙）
品友传奇	指	天津品友传奇天地资产管理合伙企业（有限合伙）
优驰赫韬	指	天津优驰赫韬资产管理合伙企业（有限合伙）
优品互通	指	天津优品互通资产管理合伙企业（有限合伙）
中移创新	指	中移创新产业基金（深圳）合伙企业(有限合伙)
文资歌华	指	北京市北广文资歌华创业投资中心（有限合伙）
珠海达安	指	珠海达安资本管理合伙企业（有限合伙）
深创投	指	深圳市创新投资集团有限公司
红土成长	指	红土成长创业投资有限公司
Intelligence	指	Intelligence Holding Ltd.
Yuan An	指	Yuan An Holding Ltd.
Kaweh	指	Kaweh Venture Limited.
Vangoo	指	Vangoo China Growth Fund II, L.P.
亚信品联	指	北京亚信品联信息技术有限公司
BorderX	指	BorderX Lab Inc.
中信建投、主办券商	指	中信建投证券股份有限公司
金杜律师	指	金杜律师事务所
信永中和会计师事务所	指	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
中和评估	指	中和资产评估有限公司
本次挂牌	指	本次公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
北京市工商局	指	北京市工商行政管理局
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》

《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《管理办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
《标准指引》	指	《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引（试行）》
《公司章程》	指	经品友互动创立大会通过且现行有效的《北京品友互动信息技术股份公司章程》
本说明书	指	由中信建投证券股份有限公司作为主办券商的《品友互动信息技术股份公司公开转让说明书》
报告期内	指	2014 年度、2015 年度和 2016 年 1 月至 3 月
元	指	人民币元

二、专业名词释义

VIE	指	可变利益实体（Variable Interest Entities）
WFOE	指	外商独资企业（Wholly Owned Foreign Enterprise）
互联网广告	指	广告主基于互联网所投放的广告。包括展示广告、搜索引擎广告、其他形式广告等。
广告交易平台、Ad Exchange	指	针对每次展示进行实时竞价的推广交换市场，能帮助广告主、DSP等通过实时竞价的方式购买众多互联网站的广告资源。
DSP	指	Demand Side Platform，需求方平台，服务于广告主/广告代理商，是集媒体资源整合购买、投放策略制定、投放实施优化到出具分析报告等功能为一体的一站式需求方平台，帮助广告主/广告代理商实现最优化的媒体采购和广告投放。
OTT	指	Over The Top，是指通过互联网向用户提供各种应用服务。这种应用和目前运营商所提供的通信业务不同，它仅利用运营商的网络，而服务由运营商之外的第三方提供。
SSP	指	Sell Side Platform，供应方平台，服务于媒体方，整合互联网媒体资源，帮助媒体主进行流量分配管理、资源定价、广告请求筛选等，更好地进行自身资源的定价和管理，优化营收。
DMP	指	Data Management Platform，数据管理平台，通过对各种来源的数据的整合、分析以及规范化、标签化管理，为 DSP 等提供数据支持，从而协助 DSP 更好地进行人群洞察和定向，使 DSP 获得更好的投放效果。
RTB、实时竞价	指	Real Time Bidding，是一种利用第三方技术在数以百万计的网站上针对每一个用户展示行为进行评估以及出价的竞价技术。

程序化购买	指	通过数字平台,代表广告主,自动地执行广告媒体购买、投放和优化,与之相对的是传统的人力购买的方式。
CPM	指	Cost Per Mille,是指按照每千次广告展示曝光收费的收费模式。
API	指	Application Programming Interface,应用程序编程接口,是一些预先定义的函数,目的是提供应用程序与开发人员基于某软件或硬件得以访问一组例程的能力,而又无需访问源码,或理解内部工作机制的细节。
PDB	指	Programmatic Direct Buying或Premium Direct Buying,私有程序化购买,是把广告主常规购买的保量的优质媒体资源,利用程序化购买的方式进行人群定向等多维度定向的广告投放。无论RTB 或PDB 模式都需要DSP 的系统作为实现投放的桥梁。
PD	指	Preferred Deals,优先交易,与PDB 的区别在于广告资源具有一定的不确定性,广告位的展示量,不能预先保证。
PA	指	Private Auction,私有竞价,媒体把较受广告主们欢迎的广告位置专门拿出来,放到一个半公开的市场中进行售卖,供有实力的广告主们竞价,价高者得。
Iaas	指	Infrastructure as a Service,即基础设施即服务。
PUE	指	能源利用效率(数据中心PUE=数据中心总设备能耗/IT设备能耗)
算法	指	在数学和计算机科学之中,算法(Algorithm)为一个计算的具体步骤,常用于计算、数据处理和自动推理。精确而言,算法是一个表示为有限长列表的有效方法。算法应包含清晰定义的指令用于计算函数。算法是一种描述程序行为的语言,广泛应用于计算机科学领域,是一种让程序最为简洁的思考方式。
数据挖掘	指	通过人工智能、机器学习、模式识别、统计学、数据库、可视化等方法,从大量的、不完全的、有噪声的、模糊的、随机的数据中,提取隐含在其中的、人们事先不知道的、但又是潜在有用的信息和知识的过程。
三会	指	股东(大)会、董事会、监事会
三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》

注:本公开转让说明书中任何表格中若出现总数与表格所列数值总和不符,均为采用四舍五入所致。

第一节 基本情况

一、公司基本情况

中文名称：北京品友互动信息技术股份公司

注册资本：**8,126.4998** 万元人民币

法定代表人：黄晓南

有限公司成立日期：2009年4月30日

股份公司成立日期：2015年10月21日

住所：北京市朝阳区东三环中路20号楼9层01单元

邮编：100022

电话：010-85865673

统一社会信用代码：91110105689246296Y

互联网网址：www.ipinyou.com

电子信箱：finance@ipinyou.com

董事会秘书：王枫

所属行业：根据中国证监会公布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订版），公司主营业务属于“互联网和相关服务业”（I64）；根据《国民经济行业分类与代码》（GB/4754-2011），公司所处行业属于“互联网信息服务”（I6420）；根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业属于“互联网信息服务”（I6420）；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处行业属于“互联网软件与服务”（17101010）。

经营范围：技术推广服务；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动(不含演出)；会议及展览服务；经济贸易咨询；计算机技术培训。（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。）

主营业务：公司致力于打造中国最领先的企业级智能广告平台，通过在云端处理大数据，结合人工智能技术，实现智能撮合数字广告交易的技术平台，以大数据和技术驱动提高数字广告的投放效率，逐渐实现智慧连接信息与人的愿景。公司的主营业务为在移动互联网等背景下，在 PC，移动，OTT 等多屏数字媒体端进行智能的撮合交易，提供数字化广告的大数据智能技术和平台，以帮助广告主和广告公司实现投放效率和效果最大化。公司主要服务的客户包括中国上千个横跨快销品，汽车，金融，电信，电商等多个行业的领导品牌企业，同时也服务几千个区域品牌和本地公司。易观国际《2015 中国程序化购买广告市场专题研究报告》中，根据 2014 年针对全球 4A 代理公司下设数字营销机构 Trading Desk 的抽样调研，品友在 2014 年中国品牌程序化购买市场中公司的收入份额为 59.80%，位列行业第一。

公司在移动端发力最早，在 2012 年就率先对接谷歌的移动交易平台，并广泛对接了包括广点通、今日头条、各大视频网站的移动端资源，在 2015 年开始又利用自己常年积累的大数据技术和人群建模技术，在移动端建立独特的数据资源，并和运营商进行深入合作。如 2015 年以来，移动端收入已经接近公司 DSP 业务收入的一半。在移动端，公司凭借行业经验丰富，在市场中也长期处于领先地位，在资源、技术及行业经验维度下优势显著。公司在易观国际出具的《2015 中国移动广告 DSP 市场专题研究报告》中的综合评分高于其他典型厂商，在 2015 年移动 DSP 综合实力排行榜中位列第一名。

二、本次挂牌情况

（一）挂牌股票情况

股票代码：【】

股票简称：品友互动

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00 元

股票总量：81,264,998 股

挂牌日期：【】

转让方式：协议转让

（二）股票限售安排

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

根据《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第 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份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。”

除此之外，公司股东对其所持股份无其他自愿锁定的承诺。

公司股东所持股份无质押或冻结等转让受限情况。

综上，公司所有股东涉及的股份锁定期情况具体如下表所示：

序号	股东名称	锁定期	备注
----	------	-----	----

1	黄晓南	1、发起人股份锁定：“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。”	为公司发起人、公司董事、实际控制人及其一致行动人
2	谢鹏	2、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份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。 3、公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五。	
3	驰友旺辉	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份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。	受实际控制人控制
4	品友传奇		
5	优驰赫韬		
6	优品互通		
7	沈兴华	1、发起人股份锁定：“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。” 2、公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五。	为公司发起人、公司董事
8	张炜	公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五。	公司董事
9	上海懋耀	不锁定	-
10	富德懋赏		
11	上海振诚		
12	田溯宁		
13	瞿哲		
14	中移创新		
15	文资歌华		
16	珠海达安		
17	深圳创新		
18	红土成长		
19	鹿颢萱		

注：上述股东若任公司董事、监事或高级管理人员，同时适用《公司法》对董事、监事及高级管理人员持有股份限售的规定。

除上述规定股份锁定外，公司股东对其所持有股份未作出其他自愿锁定的承诺。

因此，本次挂牌转让之日公司可报价转让股份为 **54,241,921** 股。具体情况如下：

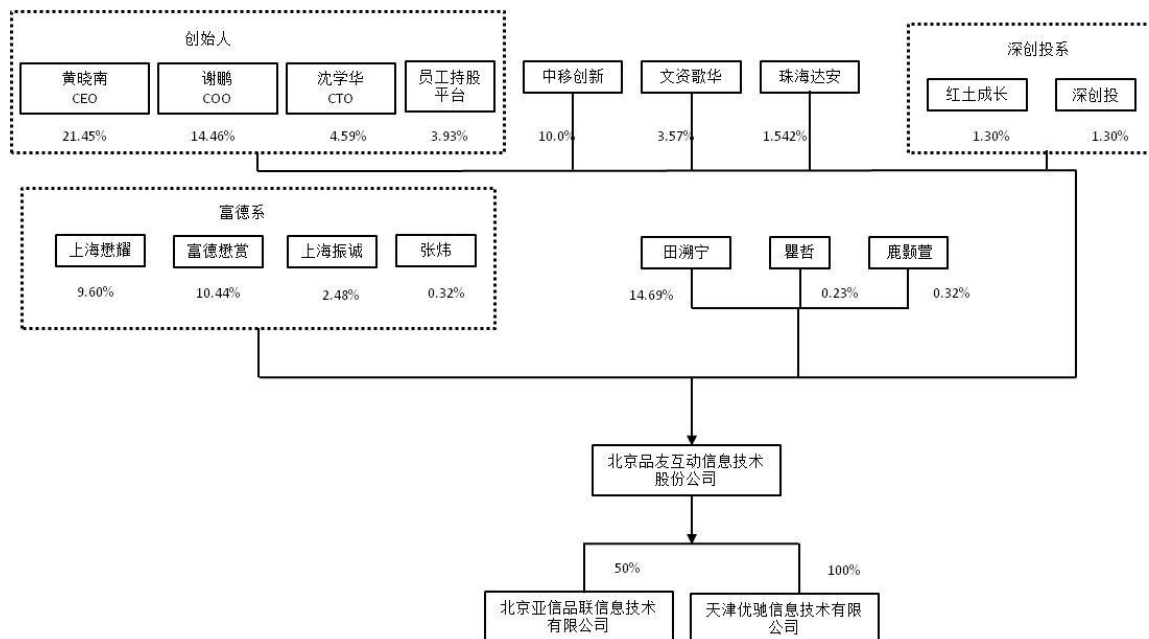
序号	股东名称	股份数（股）	股权比例（%）	是否存在质押或争议	不予限售的股份数量（股）
1	黄晓南	17,435,073	21.45	否	4,358,768
2	田溯宁	11,939,898	14.69	否	11,939,898

序号	股东名称	股份数（股）	股权比例（%）	是否存在质押或争议	不予限售的股份数量（股）
3	谢鹏	11,754,023	14.46	否	2,938,506
4	富德懋赏	8,482,066	10.44	否	8,482,066
5	中移创新	8,126,502	10.00	否	8,126,502
6	上海懋耀	7,805,430	9.60	否	7,805,430
7	沈兴华	3,730,860	4.59	否	932,715
8	文资歌华	2,898,549	3.57	否	2,898,549
9	上海振诚	2,016,327	2.48	否	2,016,327
10	珠海达安	1,054,018	1.30	否	1,054,018
11	红土成长	1,054,018	1.30	否	1,054,018
12	深圳创新	1,054,018	1.30	否	1,054,018
13	品友传奇	998,433	1.23	否	332,811
14	驰友旺辉	734,928	0.90	否	244,976
15	优驰赫韬	734,931	0.90	否	244,977
16	优品互通	734,931	0.90	否	244,977
17	张炜	263,504	0.32	否	65,876
18	鹿颢萱	263,504	0.32	否	263,504
19	瞿哲	183,985	0.23	否	183,985
合计		81,264,998	100		54,241,921

三、公司股权结构图及股东基本情况

（一）股东结构图

截至本说明书签署日，公司的股权结构图如下：



（二）股东基本情况

1、公司自然人股东

截至本说明书签署日，公司各自然人股东的基本情况如下：

姓名	性别	国籍	身份证号码
黄晓南	女	中国	4301021975****0529
谢鹏	男	中国	1101081973****1832
沈学华	男	中国	3209021977****3016
张炜	男	中国	1101021971****2314
田溯宁	男	中国	1101051963****8115
瞿哲	男	中国	1101081970****6315
鹿颢萱	女	中国	3707841981****8029

2、公司非自然人股东

截至本说明书签署日，公司非自然人股东基本情况如下：

（1）驰友旺辉

公司名称	天津驰友旺辉资产管理合伙企业（有限合伙）
注册号	120116000406726
企业类型	有限合伙企业
住所	天津生态城中天大道 2018 号生态城科技园办公楼 16 号楼 301 室-774
执行事务合伙人	黄晓南
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
经营范围	资产管理和咨询（金融性资产管理除外）。
成立日期	2015 年 11 月 06 日
经营期限	至 2035 年 10 月 05 日
登记机关	天津市滨海新区市场和质量监督管理局
合伙人	黄晓南、谢鹏

根据驰友旺辉的说明：公司股东驰友旺辉系公司为实施员工持股计划，奖励对公司发展有突出贡献的员工而设立的持股平台，驰友旺辉合伙人均为公司

及子公司高级管理人员、业务骨干，驰友旺辉除持有品友互动股份外，不从事其他经营业务，不属于根据《证券投资基金法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定需要办理私募投资基金备案的私募投资基金管理人或私募投资基金。

（2）品友传奇

公司名称	天津品友传奇天地资产管理合伙企业（有限合伙）
注册号	120116000407639
企业类型	有限合伙企业
住所	天津生态城中天大道 2018 号生态城科技园办公楼 16 号楼 301 室-777
执行事务合伙人	黄晓南
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
经营范围	资产管理和咨询（金融性资产管理除外）。
成立日期	2015 年 11 月 11 日
经营期限	至 2035 年 11 月 10 日
登记机关	天津市滨海新区市场和质量监督管理局
合伙人	黄晓南、谢鹏

根据品友传奇的说明：公司股东品友传奇系公司为实施员工持股计划，奖励对公司发展有突出贡献的员工而设立的持股平台，品友传奇合伙人均为公司及子公司高级管理人员、业务骨干，品友传奇除持有品友互动股份外，不从事其他经营业务，不属于根据《证券投资基金法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定需要办理私募投资基金备案的私募投资基金管理人或私募投资基金。

（3）优驰赫韬

公司名称	天津优驰赫韬资产管理合伙企业（有限合伙）
注册号	120116000406700
企业类型	有限合伙企业
住所	天津生态城中天大道 2018 号生态城科技园办公楼 16 号楼 301 室-776
执行事务合伙人	黄晓南
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
经营范围	资产管理和咨询（金融性资产管理除外）。
成立日期	2015 年 11 月 06 日
经营期限	至 2035 年 11 月 05 日
登记机关	天津市滨海新区市场和质量监督管理局
合伙人	黄晓南、谢鹏

根据优驰赫韬的说明：公司股东优驰赫韬系公司为实施员工持股计划，奖励对公司发展有突出贡献的员工而设立的持股平台，优驰赫韬合伙人均为公司及子公司高级管理人员、业务骨干，优驰赫韬除持有品友互动股份外，不从事其他经营业务，不属于根据《证券投资基金法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定需要办理私募投资基金备案的私募投资基金管理人或私募投资基金。

（4）优品互通

公司名称	天津优品互通资产管理合伙企业（有限合伙）
注册号	120116000407622
企业类型	有限合伙企业
住所	天津生态城中天大道 2018 号生态城科技园办公楼 16 号楼 301 室-775
执行事务合伙人	黄晓南
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
经营范围	资产管理和咨询（金融性资产管理除外）。
成立日期	2015 年 11 月 11 日
经营期限	至 2035 年 10 月 10 日
登记机关	天津市滨海新区市场和质量监督管理局
合伙人	黄晓南、谢鹏

根据优品互通的说明：公司股东优品互通系公司为实施员工持股计划，奖励对公司发展有突出贡献的员工而设立的持股平台，优品互通合伙人均为公司

及子公司高级管理人员、业务骨干，优品互通除持有品友互动股份外，不从事其他经营业务，不属于根据《证券投资基金法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定需要办理私募投资基金备案的私募投资基金管理人或私募投资基金。

(5) 上海懋耀

公司名称	上海懋耀投资合伙企业（有限合伙）
注册号	310115002784089
企业类型	有限合伙企业
住所	浦东新区南汇新城镇环湖西二路 888 号 2 幢 2 区 2107 室
执行事务合伙人	田富钦
注册资本	2276.4415 万元
实收资本	2276.4415 万元
经营范围	资产管理，投资管理，实业投资，投资咨询、财务咨询、商务信息咨询（以上咨询除经纪），市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意测验、民意调查），市场营销策划，公关活动策划，会议及展览服务。
成立日期	2015 年 8 月 14 日
经营期限	至 2035 年 8 月 13 日
登记机关	浦东新区市场监管局
合伙人	田富钦、王学军、何天毅、魏强、李大江、王雷军、刘秀清、闫向军、乐彦杰、谢德珍、伍军、古立军

根据上海懋耀的说明，上海懋耀的合伙人投入到上海懋耀的资金、以及上海懋耀投资于公司的资金均为自有资金，不存在向他人募集资金的情形，上海懋耀的资产亦未委托基金管理人进行管理。上海懋耀不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所规范的私募投资基金，不需要按照相关规定履行基金管理人登记和私募投资基金备案程序。

(6) 富德懋赏

公司名称	上海富德懋赏投资合伙企业（有限合伙）
注册号	310115002784144
企业类型	有限合伙企业
住所	浦东新区南汇新城镇环湖西二路 888 号 2 幢 2 区 2106 室
执行事务合伙人	张炜
注册资本	2463.3101 万元
实收资本	2463.3101 万元
经营范围	资产管理，投资管理，实业投资，投资咨询、财务咨询、商务信息咨询（以上咨询除经纪），市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意测验、民意调查），市场营销策划，公关活动策划，会议及展览服务。
成立日期	2015 年 8 月 14 日
经营期限	至 2035 年 8 月 13 日
登记机关	浦东新区市场监管局
合伙人	张炜、嘉兴英飞投资中心、蒋敏、王成、陆晋泉、王静

根据富德懋赏的说明，富德懋赏的合伙人投入到富德懋赏的资金、以及富德懋赏投资于公司的资金均为自有资金，不存在向他人募集资金的情形，富德懋赏的资产亦未委托基金管理人进行管理。富德懋赏不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所规范的私募投资基金，不需要按照相关规定履行基金管理人登记和私募投资基金备案程序。

（7）上海振诚

公司名称	上海振诚投资中心（有限合伙）
注册号	310108000611620
企业类型	有限合伙企业
住所	上海市闸北区中兴路 387 号三幢一层 111 室
执行事务合伙人	上海汇洋国弘投资管理有限公司（委派代表李春义）
注册资本	192.0957 万元
实收资本	192.0957 万元
经营范围	实业投资，投资管理，投资咨询。
成立日期	2015 年 11 月 02 日
经营期限	至 2023 年 11 月 01 日
登记机关	闸北区市场监督管理局
合伙人	李春义、上海汇洋国弘投资管理有限公司

根据上海振诚的说明，上海振诚的合伙人投入到上海振诚的资金、以及上海振诚投资于公司的资金均为自有资金，不存在向他人募集资金的情形，上海振诚的资产亦未委托基金管理人进行管理。上海振诚不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所规范的私募投资基金，不需要按照相关规定履行基金管理人登记和私募投资基金备案程序。

（8）中移创新

公司名称	中移创新产业基金（深圳）合伙企业(有限合伙)
注册号	440300602458470
企业类型	有限合伙
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）
执行事务合伙人	中移国投创新投资管理有限公司
注册资本	255,000 万元
实收资本	255,000 万元
经营范围	开展股权投资和企业上市咨询业务（不得从事证券投资活动；不得以公开方式募集资金开展投资活动；不得从事公开募集基金管理业务）；企业管理咨询（不含限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）；投资咨询。
成立日期	2015 年 5 月 19 日
经营期限	至 2015 年 5 月 18 日
登记机关	深圳市市场监督管理局
合伙人	中移国投创新投资管理有限公司、中国移动通信有限公司、国家开发投资公司

根据中移创新的说明并经查询中国证券投资基金业协会网站信息（<https://pf.amac.org.cn/open/comNotice>），中移创新的基金管理人中移国投创新投资管理有限公司持有由中国证券投资基金业协会核发的《私募投资基金管理人登记证书》（编号 P 1033245），2016 年 8 月 31 日，中移创新在中国证券投资基金业协会办理了私募投资基金备案（基金编号：SM2498）。

（9）文资歌华

公司名称	北京市北广文资歌华创业投资中心（有限合伙）
统一社会信用代码	91110107MA0017PM0E
企业类型	有限合伙企业
住所	北京市石景山区实兴大街 30 号院 17 号楼 4 层 102
执行事务合伙人	北京市北广文资歌华投资管理中心（有限合伙）
注册资本	25252.5253 万元
实收资本	20252.5253 万元
经营范围	项目投资；投资管理；企业管理；经济贸易咨询；企业管理咨询；投资咨询。
成立日期	2015 年 10 月 14 日
经营期限	至 2024 年 10 月 13 日
登记机关	北京市工商行政管理局石景山分局
合伙人	北京歌华有线电视网络股份有限公司、北京广播公司、北京市文资投资基金有限公司、北京市北广文资歌华投资管理中心

根据文资歌华的说明并经查询中国证券投资基金业协会网站信息（<https://pf.amac.org.cn/open/comNotice>），文资歌华的基金管理人北京市北广文资歌华投资管理中心（有限合伙）持有由中国证券投资基金业协会核发的《私募投资基金管理人登记证书》（编号 P 1026077），文资歌华已在中国证券投资基金业协会办理了私募投资基金备案。（基金编号：SD1203）。

（10）珠海达安

公司名称	珠海达安资本管理合伙企业（有限合伙）
注册号	440003000046299
企业类型	有限合伙企业
住所	珠海市横琴新区宝兴路 118 号 1 栋 219-224 室
执行事务合伙人	刘春茹
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
经营范围	协议记载的经营范围：资本管理。
成立日期	2014 年 9 月 11 日
经营期限	至 无固定期限
登记机关	珠海市横琴新区工商行政管理局
合伙人	刘春茹、刘春林

根据珠海达安的说明，珠海达安的合伙人投入到珠海达安的资金、以及珠海达安投资于公司的资金均为自有资金，不存在向他人募集资金的情形，珠海

达安的资产亦未委托基金管理人进行管理。珠海达安不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所规范的私募投资基金，不需要按照相关规定履行基金管理人登记和私募投资基金备案程序。

(11) 深圳创新

公司名称	深圳市创新投资集团有限公司
注册号	440301103269709
企业类型	有限责任公司
住所	深圳市福田区深南大道 4009 号投资大厦 11 层 B 区
法定代表人	倪泽望
注册资本	420224.952 万元
实收资本	420224.952 万元
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构；在合法取得使用权的土地上从事房地产开发经营。
成立日期	1999 年 8 月 25 日
经营期限	至 2049 年 8 月 25 日
登记机关	深圳市市场监督管理局福田局
股权结构	<p>深圳市远致投资有限公司出资 53760 万元，占出资总额的 12.79%</p> <p>深圳市星河房地产开发有限公司出资 73081.4112 万元，占出资总额的 17.39%</p> <p>中兴通讯股份有限公司出资 980.7 万元，占出资总额的 0.23%</p> <p>深圳能源集团股份有限公司出资 21139.0872 万元，占出资总额的 5.03%</p> <p>广东电力发展股份有限公司出资 15435 万元，占出资总额的 3.67%</p> <p>福建七匹狼集团有限公司出资 19459.776 万元，占出资总额的 4.63%</p> <p>上海大众公用事业（集团）股份有限公司出资 58543.8 万元，占出资总额的 13.93%</p> <p>深圳市福田区投资发展公司出资 10273.8216 万元，占出资总额的 2.44%</p> <p>深圳市立业集团有限公司出资 19459.776 万元，占出资总额的 4.63%</p> <p>深圳市盐田港集团有限公司出资 9807 万元，占出资总额的 2.33%</p> <p>深圳市亿鑫投资有限公司出资 13917.12 万元，占出资总额的 3.31%</p> <p>深圳市人民政府国有资产监督管理委员会出资 118483.26 万元，占出资总额的 28.20%</p> <p>广深铁路股份有限公司出资 5884.2 万元，占出资总额的 1.40%</p>

根据深圳创新的说明并经查询中国证券投资基金业协会网站信息（<https://pf.amac.org.cn/open/comNotice>），深圳市创新投资集团有限公司已在中

国证券投资基金业协会办理了私募投资基金管理人登记并持有由中国证券投资基金业协会核发的《私募投资基金管理人登记证书》（编号：P1000284）；深圳创新已在中国证券投资基金业协会办理了私募投资基金备案（基金编号：SD2401）。

（12）红土成长

公司名称	红土成长创业投资有限公司
注册号	422300000039458
企业类型	其他有限责任公司
住所	咸宁市温泉银泉大道 190 号
法定代表人	叶金才
注册资本	21,000 万元
实收资本	21,000 万元
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）。
成立日期	2014 年 11 月 18 日
经营期限	至 2024 年 11 月 17 日
登记机关	咸宁市工商行政管理局
股权结构	咸宁市荣盛投资发展有限公司出资 10,000 万元，占出资总额的 47.62% 深圳市创新投资集团有限公司出资 7,000 万元，占出资总额的 33.33% 武汉市博大银邦资产管理有限公司出资 2,000 万元，占出资总额的 9.52% 李险峰出资 2,000 万元，占出资总额的 9.52%

根据红土成长的说明并经查询中国证券投资基金业协会网站信息（<https://pf.amac.org.cn/open/comNotice>），深圳市创新投资集团有限公司作为基金管理人已在中国证券投资基金业协会办理了私募投资基金管理人登记并持有由中国证券投资基金业协会核发的《私募投资基金管理人登记证书》（编号：P1000284）；2016 年 9 月 9 日，红土成长在中国证券投资基金业协会办理了私募投资基金备案（基金编号：SK8494）。

（三）公司股东之间的关系

自然人股东黄晓南分别持有有限合伙企业驰友旺辉、品友传奇、优驰赫韬和优品互通各 50.00%、50.00%、50.00% 和 50.00% 的合伙权益，担任执行事务合伙人，上述合伙企业合计间接持有公司股份 **3, 203, 223** 股。

自然人股东谢鹏分别持有有限合伙企业驰友旺辉、品友传奇、优驰赫韬和优品互通各 50.00%、50.00%、50.00% 和 50.00% 的合伙权益，是四家有限合伙企业的合伙人之一。

黄晓南和谢鹏于 2016 年 7 月 13 日签订了《一致行动协议》，承诺在协议签署后，在公司股东大会、董事会会议中行使提案权、提名权、表决权等事项时采取一致行动。

自然人股东张炜是机构股份富德懋赏的执行事务合伙人。

机构股东深圳市创新投资集团有限公司是机构股东红土成长创业投资有限公司旗下私募投资基金的管理人。

除上述关联关系外，公司股东之间不存在其他关联关系。

四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况

（一）控股股东及实际控制人基本情况

1、公司目前控股股东及实际控制人基本情况

黄晓南直接持有公司股份 **17, 435, 073** 股，占公司总股本的 21.45%，黄晓南通过驰友旺辉、品友传奇、优驰赫韬和优品互通间接控制公司股份 **3, 203, 223** 股，合计持有公司股份 **20, 638, 296** 股，持股比例为 25.38%，为公司控股股东、实际控制人。

根据黄晓南和谢鹏签署的《一致行动协议》，双方约定：1、在公司生产经营及公司治理过程中双方保持绝对一致，在处理根据《公司法》等有关法律法规和公司章程规定需要由公司股东大会、董事会作出决议的事项时双方保持一

致。2、本协议有效期内，任何一方拟向股东大会、董事会提出议案之前，或在行使股东大会或董事会等事项的表决权之前，须首先征询另一方的意见，尽量经由协商而达成一致，在双方意见无法达成一致时，以黄晓南的意见为准。在本协议各条中双方达成一致意见的方式，都遵循本条所述的原则。3、在本协议有效期内，任何一方不会单独或联合他人向股东大会、董事会提出未与另一方充分协商且达成一致意见的提案。4、在本协议有效期内，除关联交易需要回避的情形外，双方保证在参加公司股东大会行使表决权时按照双方事先协调所达成的一致意见行使表决权。5、在本协议有效期内，除关联交易需要回避的情形外，双方保证在参加公司董事会行使表决权时按照双方事先协调所达成的一致意见行使表决权。6、在本协议有效期内，任何一方不能参加股东大会、董事会时，应委托另一方参加会议并行使投票表决权。7、在本协议有效期内，谢鹏承诺不与公司其他股东签署任何一致行动协议或作出类似安排，亦不会作出任何影响甲方控制权稳定性的其他行为。

根据黄晓南和谢鹏签署的《一致行动协议》，黄晓南和谢鹏构成一致行动关系。控股股东及实际控制人黄晓南及其一致行动人谢鹏合计持有公司股份**32,392,319**股，持股比例为39.84%。黄晓南和谢鹏的简历如下：

黄晓南女士，出生于1975年10月，中国籍，无境外永久居留权，硕士学历，1997年毕业于北京大学，获得法学和英语专业学士学位。2002年毕业于加州大学洛杉矶分校，获得MBA硕士学位。1997年9月至2000年6月就职于宝洁公司，担任品牌营销经理；2002年9月至2005年3月就职于麦肯锡咨询公司，担任项目经理；2005年至2007年创立母婴零售连锁品牌“婴之宝”，担任联合创始人；2008年1月至今创立品友互动，任CEO兼联合创始人。目前担任公司董事长、总经理。

谢鹏先生，出生于1973年3月，中国籍，无境外永久居留权，硕士学历，1995年毕业于北京大学，获得国际政治专业学士学位。1998年毕业于北京大学，获得法学专业硕士学位。1998年7月至2000年12月就职于广州宝洁有限公司，担任区域销售经理；2003年10月至2004年9月就职于上海寰盛洋酒有

限公司，担任全国重点客户销售总监；2004年10月至2005年9月就职于深圳金考快印有限公司，担任总经理；2005年10月至2007年10月就职于广州泰思信息科技有限公司；2008年3月至今就职于北京品友互动信息技术股份公司，任COO兼联合创始人。目前担任公司董事、副总经理。

主办券商及律师认为：公司控股股东、实际控制人最近24个月不存在重大违法违规行为。认定黄晓南为公司控股股东、实际控制人，谢鹏为其一致行动人，依据充分、合法合规。

（二）前十名股东及持有5%以上股份股东

序号	股东名称/姓名	持股数量（股）	直接持股比例	股东性质
1	黄晓南	17,435,073	21.45%	境内自然人
2	田溯宁	11,939,898	14.69%	境内自然人
3	谢鹏	11,754,023	14.46%	境内自然人
4	富德懋赏	8,482,066	10.44%	境内机构
5	中移创新	8,126,502	10.00%	境内机构
6	上海懋耀	7,805,430	9.60%	境内机构
7	沈学华	3,730,860	4.59%	境内自然人
8	文资歌华	2,898,549	3.57%	境内机构
9	上海振诚	2,016,327	2.48%	境内机构
10	珠海达安	1,054,018	1.30%	境内机构
	合计	75,242,746	92.59%	

五、历史沿革

（一）品友有限的设立

品友有限于2009年4月30日在北京市工商行政管理局注册成立，取得该局核发的注册号为110105011887638的《企业法人营业执照》。品友有限设立时的名称为“北京品友互动广告有限公司”；注册资本10万元；实收资本10万元；法定代表人为黄晓南；住所为北京市朝阳区八里庄西里97号楼2A06室；经营期限为2009年4月30日至2029年4月29日；经营范围为“许可经营项目：无一般经营项目：设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议及展览服务；经济贸易咨询”。

设立时，品友有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	黄晓南	7.80	78.00
2	谢鹏	2.20	22.00
合计		10.00	100.00

（二）第一次股权转让

2009年6月1日，品友广告召开股东会并作出决议，股东黄晓南将所有占公司6%的出资份额（注册资本0.6万元）转让给谢鹏。同日，黄晓南、谢鹏签署就上述股权转让签署《股权转让协议》。

2009年6月11日，北京市工商局朝阳分局向品友广告换发了变更后的110105011887638号《企业法人营业执照》。

经本次变更，品友有限的股权结构变更为：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	黄晓南	7.20	72.00
2	谢鹏	2.80	28.00
合计		10.00	100.00

（三）第一次增资

2009年9月21日，品友广告召开股东会，审议同意品友有限的注册资本由10万元增加至100万元，其中股东黄晓南的出资由原来的7.2万元增至72万元，股东谢鹏的出资由原来的2.8万元增至28万元，并相应修改公司章程。

2009年9月22日，北京华澳诚会计师事务所（普通合伙）出具北华澳诚验字[2009]第09A229370号《验资报告》，经审验，截至2009年9月22日，品友有限已经收到全体股东缴纳的注册资本合计100万元，其中黄晓南出资72万元占注册资本的72%，谢鹏出资28万元占注册资本的28%。

2009年9月23日，北京市工商局朝阳分局向品友广告换发了变更后的110105011887638号《企业法人营业执照》。

经本次变更，品友有限的股权结构变更为：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	黄晓南	72.00	72.00
2	谢鹏	28.00	28.00
合计		100.00	100.00

（四）名称变更、第二次股权转让

2011年1月10日，品友有限取得北京市工商局朝阳分局签发的（京朝）名称变核（内）字[2011]第0000694号《企业名称变更核准通知书》，准予其名称变更为“北京品友互动信息技术有限公司”。2011年1月21日，品友广告召开股东会，审议同意品友广告的名称由“北京品友互动广告有限公司”变更为“北京品友互动信息技术有限公司”。

2011年1月26日，北京市工商局朝阳分局向品友有限换发了变更后的110105011887638号《企业法人营业执照》。

2011年3月30日，品友有限召开股东会，审议同意增加新股东沈学华，同意黄晓南将其持有品友互动11.02%的出资份额（注册资本11.02万元）转让给沈学华，将其持有的品友有限6.71%的出资份额（注册资本6.71万元）转让给谢鹏。同日，就上述股权转让事宜，黄晓南分别与沈学华、谢鹏签署《股权转让协议》。

2011年4月6日，北京市工商局朝阳分局向品友有限换发了变更后的110105011887638号《企业法人营业执照》。

经本次变更，品友有限的股权结构变更为：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	黄晓南	54.27	54.27
2	谢鹏	34.71	34.71
2	沈学华	11.02	11.02
合计		100.00	100.00

（五）第二次增资

2015年2月3日，品友有限召开股东会，审议同意品友有限的注册资本增加至500万元，其中黄晓南认缴217.08万元，出资方式为货币；谢鹏认缴138.84万元，出资方式为货币；沈兴华认缴44.08万元，出资方式为货币。

2015年2月3日，北京市工商局向品友有限换发了变更后的110105011887638号《营业执照》。经本次变更，品友有限的股权结构变更为：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	黄晓南	271.35	54.27
2	谢鹏	173.55	34.71
2	沈兴华	55.10	11.02
合计		500.00	100

（六）第三次增资

2015年7月1日，品友有限召开股东会，审议同意品友有限的注册资本增加至1000万元，其中黄晓南增加出资258.2702万元，出资方式为货币；谢鹏增加出资183.4986万元，出资方式为货币；沈兴华增加出资58.2312万元，出资方式为货币，并相应修改公司章程。

同日，黄晓南签署新修订的公司章程，各方约定出资时间为2015年7月31日。

2015年6月30日，信永中和向品友有限出具XYZH/2015BJA10067号《验资报告》。根据该《验资报告》，截至2015年6月30日，品友有限已收到黄晓南、谢鹏、沈兴华缴纳的新增注册资本（实收资本）合计人民币900万元，全部为货币出资。其中黄晓南出资529.6202万元占注册资本的52.96%，谢鹏出资357.0486万元占注册资本的35.71%，沈兴华出资113.3312万元占注册资本的11.33%。

2015年7月7日，北京市工商局向品友有限换发了变更后的110105011887638号《营业执照》。

本次变更完成后，品友有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	黄晓南	529.6202	52.96
2	谢鹏	357.0486	35.71
2	沈兴华	113.3312	11.33
合计		1,000.00	100

（七）股份公司设立

1、变更设立的决策程序

2015年10月4日，品友有限股东会通过决议，同意品友有限以发起设立方式整体变更为股份有限公司，即以2015年6月30日经审计的净资产折合成股份有限公司的发起人股份。

2、资产评估与审计

根据信永中和会计师事务所出具XYZH/2015BJA10100号《审计报告》，截至2015年6月30日，品友有限经审计的净资产为10,600,802.81元。根据中和资产评估有限公司出具中和评报字（2015）第BJV1085号《评估报告》，以2015年6月30日为评估基准日，品友有限净资产评估值为10,675,300元。

上述审计及评估结果，品友有限已于2015年10月4日召开股东会进行了确认。

3、名称变更预先核准

（3）2015年9月29日，北京市工商局朝阳分局向品友有限出具（京朝）名称变核（内）字[2015]第0038451号《企业名称变更核准通知书》，准予核准品友有限变更为“北京品友互动信息技术股份公司”。

4、净资产折股的具体方案

2015年10月4日，品友有限召开股东会，同意变更后的品友互动的股份总数为1,000万股，每股面值1元，注册资本为1,000万元，原股东以品友互动经

审计的净资产 1,060.08 万元折合成公司股份 1,000 万元，净资产超过注册资本 1,000 万元的部分 60.08 万元作为品友互动资本公积。

5、发起人协议

2015 年 10 月 4 日，黄晓南、谢鹏、沈兴华等 3 名发起人签署《关于共同发起设立北京品友互动信息技术股份公司的发起人协议》。各发起人一致同意，以品友有限截至 2015 年 6 月 30 日的经审计账面净资产 10,600,802.81 元，按比例折为股份公司的股本总额，以整体变更方式发起设立股份公司，经审计账面净资产值超出股本总额的部分计入股份公司的资本公积。

6、验资

2015 年 10 月 20 日，信永中和出具 XYZH/2015BJA10101 号《验资报告》，经审验，截至 2015 年 10 月 20 日，品友有限已将净资产折股转为实收资本（股本）1,000 万元。据此，品友互动的股东系以审计净资产值折股投入，不涉及以评估值投资。

7、创立大会

2015 年 10 月 20 日，公司召开创立大会，审议通过《关于北京品友互动信息技术股份公司筹备工作报告的议案》、《关于选举北京品友互动信息技术股份公司第一届董事会成员的议案》、《关于选举北京品友互动信息技术股份公司第一届监事会成员的议案》等相关议案。

8、工商变更登记

2015 年 10 月 21 日，北京市工商局向品友互动换发了统一社会信用代码为 91110105689246296Y 号的《营业执照》。

股份公司设立时，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	出资比例（%）
1	黄晓南	5,296,202	52.96
2	谢鹏	3,570,486	35.71
2	沈兴华	1,133,312	11.33

合计	10,000,000	100.00
----	-------------------	---------------

（八）第四次增资

2015年11月11日，品友互动召开临时股东大会，审议同意驰友旺辉、品友传奇、优驰赫韬、优品互通、上海懋耀、富德懋赏、上海振诚、田溯宁、瞿哲对品友互动进行增资并成为品友互动的新股东；同意增资股本到 20,135,927 股，增加注册资本至 20,135,927 元。

2015年11月25日，北京市工商局向品友互动换发了变更后的统一社会信用代码为 91110105689246296Y 的《营业执照》。

本次变更完成后，品友互动的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（元）	持股比例（%）
1	黄晓南	5,296,202	26.30
2	谢鹏	3,570,486	17.73
3	沈兴华	1,133,312	5.63
4	上海懋耀	2,371,033	11.78
5	富德懋赏	2,576,573	12.80
6	上海振诚	612,494	3.04
7	田溯宁	3,626,948	18.01
8	驰友旺辉	223,247	1.11
9	品友传奇	223,247	1.11
10	优驰赫韬	223,248	1.11
11	优品互通	223,248	1.11
12	瞿哲	55,889	0.28
	合计	20,135,927	100.00

（九）第五次增资

2015年11月16日，中移创新、文资歌华、珠海达安、品友互动、黄晓南、谢鹏、沈兴华、田溯宁、上海懋耀、富德懋赏、上海振诚、瞿哲、驰友旺辉、品友传奇、优驰赫韬、优品互通签署《投资协议》，约定中移创新出资 15,420.10 万元认缴品友互动新增注册资本 246.90 万元，文资歌华出资 5,500.00 万元认缴品友互动新增注册资本 88.00 万元，珠海达安出资 2,000.00 万元认缴品友互动新增注册资本 32.00 万元。

2015年12月，中移创新、文资歌华、珠海达安、深圳创新、红土成长、姜仕鹏、张炜、品友互动、黄晓南、谢鹏、沈兴华、上海懋耀、富德懋赏、上海振诚、田溯宁、瞿哲、驰友旺辉、品友传奇、优驰赫韬、优品互通签署《关于深圳市创新投资集团有限公司、红土成长创业投资有限公司、姜仕鹏、张炜投资北京品友互动信息技术股份公司的协议》，各方同意深圳创新出资 2,000.00 万元认缴品友互动新增注册资本 32.00 万元，红土成长出资 2,000.00 万元认缴品友互动新增注册资本 32.00 万元，姜仕鹏出资 1,000.00 万元认缴品友互动新增注册资本 16.00 万元，张炜出资 500.00 万元认缴品友互动新增注册资本 8.00 万元。

2015年12月12日，品友互动召开临时股东大会，审议同意中移创新、文资歌华、珠海达安、深圳创新、红土成长、姜仕鹏、张炜对品友互动进行增资并成为品友互动的新股东；同意增加股本至 24,685,635 股，增加注册资本至 24,685,635 元。

2015年11月至2015年12月，公司先后引进中移创新、文资歌华、珠海达安、深圳创新、红土成长等多位机构投资者及姜仕鹏、张炜两名自然人投资者，价格为 62.5 元/股。

2016年6月27日，信永中和会计师事务所（普通合伙）出具 XYZH/2016BJA10646 号《验资报告》，经审验，截至 2016年6月27日，品友有限已经收到全体股东缴纳的注册资本合计 24,685,635 元。

2015年12月16日，北京市工商局向品友互动换发了变更后的统一社会信用代码为 91110105689246296Y 的《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，品友互动的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（元）	持股比例（%）
1	黄晓南	5,296,202	21.45
2	谢鹏	3,570,486	14.46
3	沈兴华	1,133,312	4.59
4	上海懋耀	2,371,033	9.60
5	富德懋赏	2,576,573	10.44
6	上海振诚	612,494	2.48
7	田溯宁	3,626,948	14.69

8	驰友旺辉	223,247	0.90
9	品友传奇	223,247	0.90
10	优驰赫韬	223,248	0.90
11	优品互通	223,248	0.90
12	瞿哲	55,889	0.23
13	中移创新	2,468,564	10.00
14	文资歌华	880,484	3.57
15	珠海达安	320,176	1.30
16	深圳创新	320,176	1.30
17	红土成长	320,176	1.30
18	姜仕鹏	160,088	0.65
19	张炜	80,044	0.32
合计		24,685,635	100.00

(十) 第三次股权转让

2016年2月1日，中移创新、文资歌华、珠海达安、深圳创新、红土成长、姜仕鹏、张炜、鹿颢萱、品友互动、黄晓南、谢鹏、沈学华、田溯宁、上海懋耀、富德懋赏、上海振诚、瞿哲、驰友旺辉、品友传奇、优驰赫韬、优品互通签署《关于<投资协议>等相关协议之补充协议》，约定姜仕鹏将其在《投资协议》及相关协议项下的出资转让给鹿颢萱及品友传奇，其中鹿颢萱出资500万元认缴品友互动新增注册资本80,044.00元，占品友互动增资完成后的注册资本的0.32%；品友传奇出资500.00万元认缴品友互动新增注册资本80,044.00元，占品友互动增资完成后的注册资本0.32%。

本次变更完成后，品友互动的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（元）	持股比例（%）
1	黄晓南	5,296,202	21.45
2	谢鹏	3,570,486	14.46
3	沈学华	1,133,312	4.59
4	上海懋耀	2,371,033	9.60
5	富德懋赏	2,576,573	10.44
6	上海振诚	612,494	2.48
7	田溯宁	3,626,948	14.69
8	驰友旺辉	223,247	0.90
9	品友传奇	303,291	1.23
10	优驰赫韬	223,248	0.90
11	优品互通	223,248	0.90
12	瞿哲	55,889	0.23
13	中移创新	2,468,564	10.00

14	文资歌华	880,484	3.57
15	珠海达安	320,176	1.30
16	深圳创新	320,176	1.30
17	红土成长	320,176	1.30
18	鹿颢萱	80,044	0.32
19	张炜	80,044	0.32
合计		24,685,635	100.00

(十一) 第六次增资

2016年8月4日，公司召开第一届董事会第三次会议，审议通过《关于北京品友互动信息技术股份公司资本公积转增股本的议案》。2016年8月22日，公司2016年第二次临时股东大会审议通过了《关于北京品友互动信息技术股份公司资本公积转增股本的议案》。公司原注册资本24,685,635元，股本总额为24,685,635股，每股1元，根据信永中和会计师事务所出具的XYZH/2016BJA10649《审计报告》（基准日为2016年3月31日），公司的资本公积金总额为252,846,362.99元，本次用于转增的资本公积金总额为56,579,363元，转增以后公司注册资本为81,264,998元，股本总额为81,264,998股，每股1元。股东持股数按原持股比例相应增加。

2016年9月2日，北京市工商局向品友互动换发了变更后的91110105689246296Y号《营业执照》。

本次转增完成后，品友互动的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本(元)	持股比例(%)
1	黄晓南	17,435,073	21.45
2	谢鹏	11,754,023	14.46
3	沈学华	3,730,860	4.59
4	上海懋耀	7,805,430	9.60
5	富德懋赏	8,482,066	10.44
6	上海振诚	2,016,327	2.48
7	田溯宁	11,939,898	14.69
8	驰友旺辉	734,928	0.90
9	品友传奇	998,433	1.23
10	优驰赫韬	734,931	0.90
11	优品互通	734,931	0.90
12	瞿哲	183,985	0.23
13	中移创新	8,126,502	10.00
14	文资歌华	2,898,549	3.57
15	珠海达安	1,054,018	1.30
16	深圳创新	1,054,018	1.30

17	红土成长	1,054,018	1.30
18	鹿颖莹	263,504	0.33
19	张炜	263,504	0.33
合计		81,264,998	100.00

(十二) 关于历史沿革合法合规性的说明

1、出资合法合规性

如上文所述，公司历次出资均系货币出资，并业经会计师事务所审验，公司股东历次出资真实，货币资金足额到账。

公司历次出资均履行必要的审批程序，出资形式及相应比例符合当时有效法律法规的规定，公司出资程序完备，出资合法合规性不存在瑕疵。

2、股本变化及股权变动合规性

如上文所述，公司历次增资、股权转让及股票发行均履行了必要的内部决议或外部审批程序，上述股本变化或股权变动合法合规，不存在纠纷或潜在纠纷。

3、股份公司整体变更的过程中个人所得税缴纳情况

品友互动由有限责任公司整体变更设立股份有限公司时，股本总额与有限责任公司时的注册资本相同，未涉及资本公积金转增股本或留存收益转增股本。经核查，根据公司改制时的税收规定，自然人股东“以未分配利润、盈余公积和除股票溢价发行外的其他资本公积转增注册资本和股本的，要按照‘利息、股息、红利所得’项目，依据现行政策规定计征个人所得税”。据此，自然人股东在本次整体变更设立股份有限公司过程中无需缴纳所得税。

4、关于公司“股权明晰、股票发行和转让合法合规”的说明

公司不存在股权代持等影响公司股权明晰的问题，公司历次股本变化或股权变动合法合规，不存在纠纷或潜在纠纷。公司符合“股权明晰、股票发行和转让合法合规”的挂牌条件。

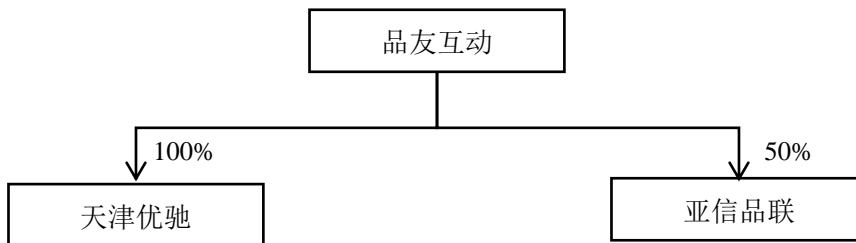
5、关于公司“股权变动与股票发行合法合规”的说明

公司历次股权转让均履行了必要内部决议程序或外部审批程序，上述股权转让合法合规，无潜在纠纷。

六、公司子公司的基本情况

（一）基本情况

截至本说明书签署日，公司共有1家全资子公司和1家合营公司。具体情况如下：



（二）天津优驰

1、基本情况

公司名称	天津优驰信息技术有限公司（原名“天津品友互动信息技术有限公司”）
统一社会信用代码	91120116575144961Y
企业类型	有限责任公司（法人独资）
住所	天津空港经济区西二道 82 号丽港大厦裙房二层 201-F133
法定代表人	黄晓南
注册资本	14,990.830346 万人民币
实收资本	14,990.830346 万人民币
经营范围	互联网技术推广服务；计算机软件的开发、设计和制作；文化艺术交流服务；提供相关的技术咨询和服务；会议及展览服务；经济贸易咨询（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）
主要业务	移动数字营销系统研发和数据挖掘
成立日期	2011 年 6 月 27 日
经营期限	2011 年 6 月 27 日至 2031 年 6 月 26 日

截至本说明出具之日，其股权结构如下：

编号	股东名称	出资额（万元）	占比（%）
----	------	---------	-------

1	品友互动	14,990.83	100
合计		14,990.83	100

2、历史沿革

(1) 天津品友的设立

经天津空港经济管理委员会津空管企批[2011]91号文件批准，天津品友于2011年6月27日在天津市工商行政管理局注册成立，取得该局核发的注册号为120000400125080的《企业法人营业执照》。天津品友设立时的名称为“天津品友互动信息技术有限公司”；注册资本500万美元；法定代表人为黄晓南；住所为天津空港经济区西二道82号丽港大厦裙房二层201-F133；经营期限为2011年6月27日至2031年6月26日；经营范围为“互联网技术推广服务；计算机软件的开发、设计和制作；文化艺术交流服务；提供相关的技术咨询和服务；会议及展览服务；经济贸易咨询（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）”。

设立时，天津品友为注册于香港的品友互动广告有限公司（PinYou Interactive Advertising Limited）出资举办。根据章程的规定，天津品友（筹）申请登记的注册资本为美元五百万元，由全体股东于公司成立之日起两年内缴纳。2011年8月18日，中和恒信（北京）会计师事务所有限责任公司出具了中和恒信验字[2011]第2003号《验资报告》。根据该所注册会计师审验，截至2011年8月2日止，天津品友（筹）已收到股东缴纳的注册资本合计人民币美元五百万元，均以货币出资。

(2) 第一次增加注册资本

2012年11月30日，天津品友召开股东会，同意天津品友的注册资本由500万美元增至1400万美元，投资总额由1000万美元增加至1600万美元，新增注册资本全部由品友互动广告有限公司（PinYou Interactive Advertising Limited）出资。2012年12月13日，该事项经天津空港经济区管理委员会津空管企批

[2012]124 号批复批准。2014 年 4 月 29 日公司完成工商登记并取得注册号为 120000400125080 的《企业法人营业执照》。

(3) 第二次增加注册资本

2014 年 6 月 18 日，天津品友召开股东会，同意天津品友的注册资本由 1400 万美元增至 2400 万美元，投资总额由 1600 万美元增加至 2600 万美元，新增注册资本全部由品友互动广告有限公司（PinYou Interactive Advertising Limtted）出资。2014 年 6 月 18 日，该事项由天津港保税区管理委员会津空管企批[2014]69 号批复批准。2014 年 4 月 29 日公司完成工商登记并取得注册号为 120000400125080 的《企业法人营业执照》。

(4) 变为国内法人独资公司

2015 年 9 月 29 日，品友互动广告有限公司（PinYou Interactive Advertising Limtted）与品友互动签署股权转让协议，品友互动以 25,104.53 万元购买天津品友全部股权，天津优驰企业性质由外国法人独资企业变更为内资企业，公司注册资本由美元 2400 万元变更为人民币 149,908,303.46 元。

根据北京永恩力合会计师事务所有限公司出具的永恩验字[2015]第 15A253132 号验资报告，天津品友原实收资本 2400 万美元变更为人民币 149,908,303.46 元，其中 2199.998 万美元实收资本按照历史出资当日人民币汇率中间价折合人民币 137,186,776.25 元。

2015 年 10 月 16 日天津品友完成工商登记并取得统一社会信用代码为 91120116575144961Y 号的《企业法人营业执照》。

天津品友最近一年一期相关财务信息如下：

单位：元

项目	2016 年 3 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	41,444,662.30	44,475,111.24
净资产	41,018,637.13	42,122,145.83
	2016 年 1-3 月	2015 年度
营业收入	1,191,426.63	24,337,395.79

项目	2016年3月31日	2015年12月31日
净利润	-1,103,508.70	-20,963,684.92

注：以上数据经信永中和会计师事务所会计师审计

（三）亚信品联

1、基本情况

公司名称	北京亚信品联信息技术有限公司
统一社会信用代码	91110105MA003PHF2J
企业类型	其他有限责任公司
住所	北京市朝阳区东三环中路20号楼08-8层01单元
法定代表人	吴泰巍
注册资本	4,000万人民币
经营范围	技术推广服务；产品设计；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发服务（不含医用软件）；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE值在1.5以上的云计算数据中心除外）。（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。）
主要业务	技术推广服务；产品设计；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发服务（不含医用软件）；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE值在1.5以上的云计算数据中心除外）。（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。）
成立日期	2016年2月17日
经营期限	2016年2月17日至2046年2月16日

2、历史沿革

（1）亚信品联的设立

亚信品联于2016年2月17日在北京市工商行政管理局注册成立，取得该局核发的统一社会信用代码为91110105MA003PHF2J的《营业执照》。亚信品联设立时的注册资本4,000万元；法定代表人为吴泰巍；住所为北京市朝阳区东三环中路20号楼08-8层01单元；经营期限为2016年2月17日至2046年2月16日；经营范围为“技术推广服务；产品设计；计算机系统服务；基础软件服务；

应用服务（不含医用软件）；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外）。（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。）”。

根据章程的规定，亚信品联申请登记的注册资本为人民币 4,000 万元，股东为品友互动和北京亚信数据有限公司，品友互动出资时间不迟于 2016 年 12 月 31 日，北京亚信数据有限公司出资时间不迟于 2016 年 4 月 30 日。截至 2016 年 4 月 30 日止，亚信品联已收到股东缴纳的注册资本合计人民币 3000 万元。其中：北京亚信数据有限公司以知识产权—计算机软件著作权作价 2000 万元人民币出资，根据中金浩资产评估有限责任公司出具的中金浩评报字（2015）第 0538 号《评估报告》，该项无形资产评估值为 2000 万元人民币；品友互动实缴资本为 1000 万元人民币。

亚信品联设立时的股权结构如下：

编号	股东名称	认缴出资（万元）	占比（%）
1	品友互动	2,000	50
2	北京亚信数据有限公司	2,000	50
合计		4,000	100

（四）关于子公司股票发行及股权转让合法合规性的说明

经核查，主办券商及律师认为：公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的股票发行及历次股权转让合法合规。

七、报告期内重大资产重组情况

2015 年 9 月 29 日，品友互动广告有限公司（PinYou Interactive Advertising Limited）与品友互动签署公司股权转让协议，品友互动以 25,104.53 万元购买天津品友全部股权，天津品友企业性质由外国法人独资企业变更为内资企业，公司注册资本由美元 2400 万元变更为人民币 149,908,303.46 元，并于 2015 年 10

月 16 日办理了工商变更登记手续。前述收购事宜属于拆除公司及其关联方此前搭建的红筹架构的步骤的组成部分之一。

主办券商经核查，品友互动上述股权变更，系因公司拟搭建 VIE 架构在海外上市，在 VIE 架构搭建之后，开曼品友分别在 2011 年、2012 年和 2014 年进行了三轮境外私募融资。鉴于公司主要资产、业务、客户均在国内，公司股东决定停止 VIE 搭建并解除与外资投资者已签署的相关协议，公司红筹架构的搭建和拆除过程如下：

（一）红筹架构的搭建和拆除

1、红筹架构建立

为进行境外融资及筹划境外上市，品友有限实际控制人黄晓南自 2011 年起搭建了红筹架构，搭建过程如下：

（1）境外实体的设立

（i）BVI 公司的设立

① Intelligence Holding Ltd.（以下简称“Intelligence”）的设立

2011 年 3 月 23 日，黄晓南在英属维尔京群岛设立 Intelligence。Intelligence 设立时的基本情况如下：

名称	Intelligence Holding Ltd.
注册号	1639248
类型	BVI Business Company
注册地址	P.O. Box 3321, Drake Chambers, Road Town, Tortola, British Virgin Islands
授权股本	50,000 美元（50,000 股，每股面值 1 美元）
成立日期	2011.03.23

根据 Intelligence 的股东名册，Intelligence 设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	股份数量（股）	股份类别	持股比例
1	黄晓南	1	普通股	100.00%
	合计	1	--	100.00%

② Yuan An Holding Ltd.（以下简称“Yuan An”）的设立

2011年3月23日，谢鹏在英属维尔京群岛设立 Yuan An。Yuan An 设立时的基本情况如下：

名称	Yuan An Holding Ltd.
注册号	1639361
类型	BVI Business Company
注册地址	P.O. Box 3321, Drake Chambers, Road Town, Tortola, British Virgin Islands
授权股本	50,000 美元（50,000 股，每股面值 1 美元）
成立日期	2011 年 3 月 23 日

根据 Yuan An 的股东名册，Yuan An 设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	股份数量（股）	股份类别	持股比例
1	谢鹏	1	普通股	100.00%
	合计	1	--	100.00%

③ Kaweh Venture Limited.（以下简称“Kaweh”）的设立

2011年3月30日，沈兴华在英属维尔京群岛设立 Kaweh。Kaweh 设立时的基本情况如下：

名称	Kaweh Venture Limited.
注册号	1640426
类型	BVI Business Company
注册地址	P.O. Box 3321, Drake Chambers, Road Town, Tortola, British Virgin Islands
授权股本	50,000 美元（50,000 股，每股面值 1 美元）
成立日期	2011.03.30

根据 Kaweh Venture Limited.的股东名册，Kaweh Venture Limited.设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	股份数量（股）	股份类别	持股比例
1	沈兴华	1	普通股	100.00%
	合计	1	--	100.00%

(ii) 境外融资及拟上市主体开曼品友互动的设立

2011年4月1日，黄晓南、谢鹏和沈兴华三位境内中国居民通过其各自成立的 BVI 持股主体（Intelligence、Yuan An、Kaweh）共同在开曼群岛注册成立 PinYou Interactive Advertising Ltd.，并取得 PinYou Interactive Advertising Ltd.合

计 100% 股权。PinYou Interactive Advertising Ltd. 即为红筹结构下的境外融资及拟上市主体。

开曼品友设立时的基本情况如下：

名称	PinYou Interactive Advertising Ltd.
注册号	CF-254335
类型	Limited Liability Exempted Company
注册地址	P.O. Box 613 GT, 4 th Floor Harbour Centre, George Town, Grand Cayman KY 1-1107, Cayman Islands
授权股本	50,000 美元 (50,000 股, 每股面值 1 美元)
成立日期	2011.04.01

根据开曼品友的股东名册，开曼品友设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	股份数量 (股)	股份类别	持股比例
1	Intelligence Holding Ltd.	5,427	普通股	54.27%
2	Yuan An Holding Ltd.	3,471	普通股	34.71%
3	Kaweh Venture Limited	1,102	普通股	11.02%
合计		10,000	--	100%

(iii) 香港品友的设立

2012 年 2 月 9 日，PinYou Interactive Advertising Ltd. 在香港注册成立全资子公司香港品友互动广告有限公司 (PinYou Interactive Advertising Limited)。PinYou Interactive Advertising Ltd. 和香港品友为红筹结构项下的境外持股公司。

香港品友设立时的基本情况如下：

名称	品友互动广告有限公司 (PinYou Interactive Advertising Limited)
注册号	1594297
类型	有限公司
注册地址	香港湾仔谢斐道 90 号豫港大厦 19 楼 2 室
授权股本	10,000 港币 (股份数目为 10,000 股, 每股面值 1 港币)
成立日期	2011.04.29

根据香港品友的章程及股东名册，香港品友设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	股份数量 (股)	股份类别	持股比例
1	开曼品友	1	普通股	100.00%
合计		1	--	100.00%

(2) 设立境内外商独资企业—天津品友互动信息技术有限公司

2011年6月27日，香港品友在天津出资设立了外商独资企业天津品友互动信息技术有限公司。

2011年6月20日，天津品友股东香港品友签署《一股东独资有限公司章程（设董事会）》，天津品友投资总额为1,000万美元，注册资本为500万美元，自领取营业执照之日起三个月内缴纳15%，其余部分在2年内缴清。

2011年6月21日，天津空港经济区管委会办公室出具津空管企批[2011]91号《关于设立外商独资企业“天津品友互动信息技术有限公司”的批复》，批准香港品友设立天津品友的申请；批准天津品友项目申请书、章程；批准天津品友投资总额1,000万美元，注册资本500万美元，自营业执照签发之日起三个月内缴纳注册资本总额的15%，余额在24个月内全部缴清。

2011年6月24日，天津品友取得天津市人民政府核发的商外资津台港澳侨字[2011]03021号《台港澳侨投资企业批准证书》。2011年6月27日，天津市滨海新区工商局向天津品友颁发了120000400125080号《企业法人营业执照》。

天津品友设立时的基本情况如下：

名称	天津品友互动信息技术有限公司
住所	天津空港经济区西二道82号丽港大厦裙房二层201-F133
法定代表人	黄晓南
注册资本	500万美元
企业类型	有限责任公司（外国法人独资）
成立日期	2011年6月27日
经营期限	2011年6月27日至2031年6月26日
经营范围	互联网技术推广服务；计算机软件的开发、设计和制作；文化艺术交流服务；提供相关的技术咨询和服务；会议及展览服务；经济贸易咨询（以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件，在有效期内经营，国家有专项专营规定的按规定办理）

天津品友设立时的股权结构如下：

股东名称	注册资本 (万美元)	出资方式	持股比例
香港品友	500	货币	100%
合计	500	--	100%

就公司 VIE 协议控制架构搭建过程中所涉及的境外投资事宜，境内自然人黄晓南、谢鹏和沈学华均依据当时适用的《关于境内居民通过境外特殊目的公司融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发[2005]75 号）在国家外汇管理局天津市分局外汇管理部办理了境内居民个人境外投资外汇登记。

根据北京市朝阳区国家税务局于 2016 年 5 月 19 日出具的《北京市朝阳区（县）国家税务局涉税证明》，在 2014 年 1 月 1 日至 2016 年 4 月 30 日期间内，未发现品友互动存在逾期申报、欠税情形。

根据北京市朝阳区地方税务局于 2016 年 5 月 23 日出具的《北京市地方税务局纳税人、扣缴义务人涉税保密信息报告书》，品友互动在 2014 年 1 月 1 日至 2016 年 5 月 19 日期间内未接受过税务方面的行政处罚。

根据天津市保税区国家税务局第一税务所、天津市滨海新区第五地方税务分局分别出具的《纳税证明》，天津优驰自 2014 年 1 月 1 日至 2016 年 4 月 30 日期间不存在因违反有关税收的法律、法规而受到任何处罚或被追究刑事责任的情形。

（3）签署控制协议

2011 年 6 月 29 日，天津品友与品友有限签署《独家业务合作协议》，双方约定天津品友利用其人力、技术和信息优势，向品友有限提供相关独家技术服务、技术咨询及其他服务；品友有限接受天津品友或其指定方提供的该等服务，并将其净收入的 100% 支付给天津品友作为服务费。

2011 年 6 月 29 日，天津品友、黄晓南、品友有限签署《股权质押合同》。根据该《股权质押合同》，为保证天津品友从品友有限处收取品友有限到期应付的所有付款，包括但不限于《独家业务合作协议》项下的咨询和服务费，黄晓南将其持有的品友有限 54.27% 的股权质押给天津品友。

同日，天津品友、沈学华、品友有限签署《股权质押合同》。根据该《股权质押合同》，为保证天津品友从品友有限处收取品友有限到期应付的所有付款，包括但不限于《独家业务合作协议》项下的咨询和服务费，沈学华将其持有的品友有限 11.02% 的股权质押给天津品友。

同日，天津品友、谢鹏、品友有限签署《股权质押合同》。根据该《股权质押合同》，为保证天津品友从品友有限处收取品友有限到期应付的所有付款，包括但不限于《独家业务合作协议》项下的咨询和服务费，谢鹏将其持有的品友有限 34.71% 的股权质押给天津品友。

2011 年 6 月 29 日，天津品友、黄晓南、品友有限签署《独家购买权合同》。根据该《独家购买权合同》，黄晓南将其持有的品友有限 54.27% 股权的独家购买权不可撤销地授予天津品友。

同日，天津品友、沈学华、品友有限签署《独家购买权合同》。根据该《独家购买权合同》，沈学华将其持有的品友有限 11.02% 股权的独家购买权不可撤销地授予天津品友。

同日，天津品友、谢鹏、品友有限签署《独家购买权合同》。根据该《独家购买权合同》，谢鹏将其持有的品友有限 34.71% 股权的独家购买权不可撤销地授予天津品友。

2011 年 6 月 29 日，黄晓南、谢鹏、沈学华分别出具《授权委托书》，授权天津品友作为其唯一的代理人和授权人就有关其各自所持股权的所有事项代表其行事。

2013 年 10 月 18 日，天津品友、黄晓南、品友有限签署《股权质押合同补充协议》，对原《股权质押合同》项下的担保债务金额等条款进行修改，并取代《股权质押合同》。

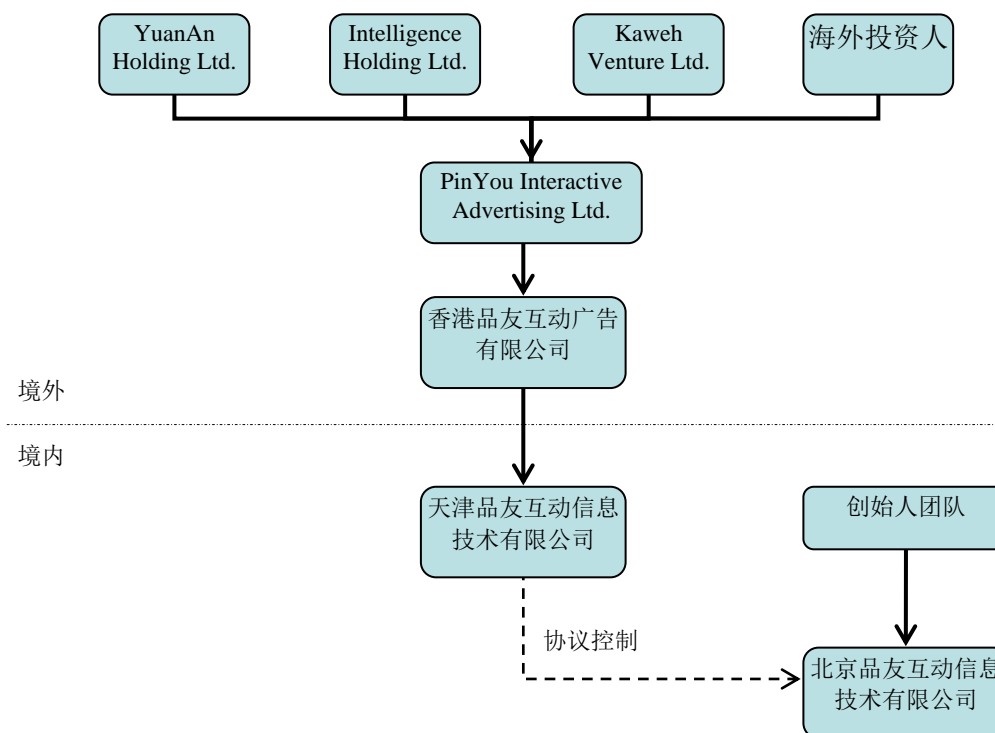
同日，天津品友、谢鹏、品友有限签署《股权质押合同补充协议》，对原《股权质押合同》项下的担保债务金额等条款进行修改，并取代原《股权质押合同》。

同日，天津品友、沈学华、品友有限签署《股权质押合同补充协议》，对原《股权质押合同》项下的担保债务金额等条款进行修改，并取代原《股权质押合同》。

2014 年 1 月 21 日，北京市工商局朝阳分局向黄晓南、沈学华、谢鹏及天津品友出具(京朝)股质登记设字[2014]第 00000294 号、(京朝)股质登记设字[2014]

第 00000295 号、（京朝）股质登记设字[2014]第 00000296 号《股权出质设立登记通知书》，确认上述股权质押自当日起设立。

（4）红筹架构搭建后，品友有限的股权结构如下：



2、红筹架构拆除

在红筹架构搭建之后，由于主体公司在红筹架构项下的业务基本均需于境内进行操作，境内资本市场对于发展公司业务更为高效，在慎重考虑后并经品友互动的实际控制人黄晓南与各相关主体协商一致后，决定取消境外上市计划，拟改在境内全国中小企业股份转让系统申请挂牌，并决定拆除红筹架构。

2015 年底，北京品友完成股份制改制后，通过收购天津品友的方式，实现了 Vango、CGC、OP Ventures 等海外投资者在境外的退出，VIE 架构拆除。同时海外股东原有份额在境内由境内主体予以承接，该轮承接以增资方式进行，估值约为 2 亿元人民币，其中拆除购买天津品友的资金部分来源于 D 轮投资者对境内主体的现金投入。

2015 年 9 月 15 日，品友互动广告有限公司（PinYou Interactive Advertising Limited）与品友互动签署公司《股权转让协议》，品友互动以 24,000

万元购买天津优驰全部股权，天津优驰企业性质由外国法人独资企业变更为内资企业，公司注册资本由美元 2400 万元变更为人民币 14,990 万元。

2015 年 9 月 16 日，天津空港经济区管理委员会向天津优驰出具《外商投资企业批准证书注销回执》（注销编号：H123202002015007），确认天津优驰因转为内资企业提前终止于 2015 年 9 月 16 日向保税区缴回外商投资企业批准证书。

2015 年 10 月 16 日天津优驰完成工商登记并取得注册号为 120000400125080 的《企业法人营业执照》。

公司红筹架构拆除涉及品友互动收购外商独资企业天津优驰，该等收购对价资金汇出事项均已履行相应的外汇审批手续，不存在违反外汇汇出的相关法律法规规定的情形。

公司红筹架构拆除涉及的品友互动收购外商独资企业天津优驰，品友互动履行了代扣代缴税款义务。

2015 年 9 月 11 日，北京市朝阳区国家税务局出具《服务贸易等项目对外支付税务备案表》（15110105005005 号），品友互动收购天津优驰事项代缴税款 11,045,302.41 元。

（1）控制协议的履行情况

2015 年 12 月 10 日，黄晓南、谢鹏、沈学华、品友有限、天津优驰签署《关于〈股权质押合同〉、〈独家业务合作协议〉、〈独家购买权合同〉之终止协议》。根据该协议，上述各方确认除《股权质押协议》外，各方于 2011 年 6 月 29 日分别签署的《独家业务合作协议》、《独家购买权合同》均未实际履行；同意终止该等控制协议，并应尽最大努力在该协议签署之日起 30 日内，配合办理完毕《股权质押合同》项下股权质押的注销登记。

根据 Intelligence、Yuan An、Kaweh、FNEL、FNCL、FNAL、Vango、Gar Yee Elaine Wong、CGC Great Warrants Limited、OP Venture、CBC、Fantastic Charm Limited 分别出具的《关于红筹架构相关事项的确认函》，各方均确认其知悉红筹架构的拆除和终止协议的签署，且《独家业务合作协议》、《独家购

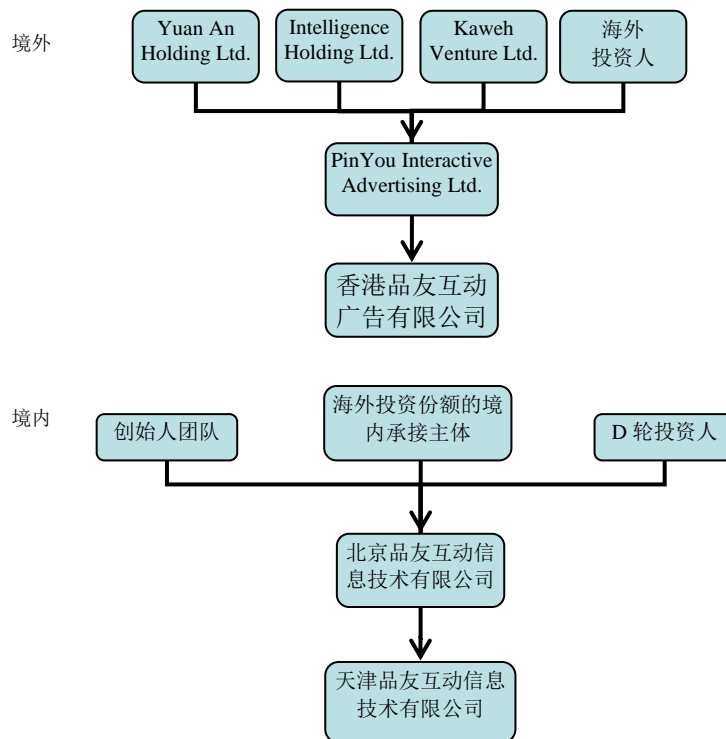
买权合同》等均未实际履行且不存在违约情况；自其收到开曼品友支付的股权回购款之日起，其与品友有限及其下属子公司之间不存在任何股权或债权债务关系。

根据品友互动、天津优驰分别出具的《关于红筹架构相关事项确认函》，其充分知悉并同意红筹架构的拆除和终止协议的签署，且《独家业务合作协议》、《独家购买权合同》等均未实际履行且不存在违约情况。

2016年7月26日，黄晓南、谢鹏、沈学华向天津优驰出质的股权办理完毕股权出质注销登记手续。

据此，VIE 控制协议已终止，VIE 协议控制架构已拆除。

(2) 红筹架构解除后，品友互动的股权结构如下：



截至本报告书出具之日，相关方已履行 VIE 架构的解除程序，公司目前的股权明晰。VIE 架构的设立、运行、解除对本次挂牌及公开转让不构成实质性法律障碍。

VIE 协议控制架构拆除后，品友互动主营业务仍为“在移动互联网等背景下，

在 PC、移动、OTT 等多屏数字媒体端进行智能的撮合交易，提供数字化广告的大数据智能技术和平台，以帮助广告主和广告公司实现投放效率和效果最大化”。品友互动经营范围未因 VIE 协议控制架构的拆除发生变更。

根据《互联网信息服务管理办法》、《中华人民共和国电信条例》、《中华人民共和国广告法》、《互联网广告管理暂行办法》等的相关规定，品友互动目前所从事的业务无需取得特别的资质或行政许可。

八、公司董事、监事和高级管理人员情况

（一）董事基本情况

1、黄晓南女士，公司董事长、总经理。具体内容详见本说明书“第一节基本情况”之“四、公司控股股东、实际控制人情况”之“（一）控股股东及实际控制人基本情况”。

2、谢鹏先生，公司董事、副总经理。具体内容详见本说明书“第一节基本情况”之“四、公司控股股东、实际控制人情况”之“（一）控股股东及实际控制人基本情况”。

3、沈学华先生，出生于 1977 年 1 月，中国籍，美国永久居留权，博士学位，1999 年毕业于南京大学，获得计算机专业学士学位。2007 年毕业于美国伊利诺伊大学，获得计算机专业博士学位。2007 年 6 月至 2010 年 7 月就职于 Google，担任软件工程师；2010 年 7 月至 2011 年 6 月就职于 Blue Kai，担任分析科学家；2011 年 7 月今就职于北京品友互动信息技术股份公司，任 CTO 兼联合创始人。目前担任公司董事、副总经理。

4、张颖先生，公司董事，出生于 1975 年 1 月，中国香港籍，拥有香港永久居留权，硕士学历。1997 年毕业于清华大学，获得金融专业学士学位；2005 年毕业于中欧国际工商管理学院，获得工商管理专业硕士学位。1997 年 7 月至 2000 年 6 月就职于麦肯锡中国公司，担任管理咨询顾问；2000 年 7 月至 2005 年 12 月就职于中国网络通信有限公司及中国网络通信集团公司，担任部门总经

理；2006年至2014年就职于宽带资本，担任合伙人。2015年至今就职于北京天睿投资顾问有限公司，担任合伙人。目前担任公司董事。

5、张炜先生，出生于1971年4月，中国籍，硕士学历。1997年毕业于日本东京工业大学，取得电子物理工学学士学位；2005年毕业于美国德克萨斯大学阿灵顿商学院，取得EMBA学位。1996年至1998年就职于加拿大TD银行东京支行，担任清算员；1998年至1999年12月任职于惠普（日本）有限公司，担任系统开发员。2000年1月至2004年12月，就职于中国银河证券有限责任公司，担任网上交易中心主任。2005年1月至2008年12月就职于东海证券有限公司，担任副总裁。2009年1月至2010年2月，就职于中国银河金融控股有限公司，担任战略发展部董事总经理。2010年2月至今就职于富德资本，担任总经理。目前担任公司董事。

（二）监事基本情况

1、赖春华女士，公司监事，出生于1982年3月，中国籍，无境外永久居留权，硕士学历，2004年毕业于中国农业大学，获得生物工程专业学士学位。2007年毕业于中国农业大学，获得社会保障专业硕士学位。2005年12月至2006年8月就职于中国电信集团增值运营中心，担任人事专员；2006年8月至2006年12月就职于汉王科技股份有限公司，担任招聘专员；2007年4月至2011年4月就职于中国数码信息有限公司，担任HRM；2011年5月至今就职于北京品友互动信息技术股份公司，担任资深人力行政总监。目前担任公司监事。

2、孔莉女士，公司监事，出生于1966年12月，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，1989年毕业于上海财经大学，获得会计学专业学士学位。2002年6月至2009年7月就职于TOM集团中国投资有限公司，担任财务经理；2009年10月至2012年5月就职于瀚德恒润（北京）投资管理有限公司，担任财务总监兼人事行政经理；2012年5月至2014年10月就职于嘉业集团，担任财务总监；2014年10月至今就职于北京品友互动信息技术股份公司，担任财务主管。目前担任公司监事。

3、**李铭女士**，公司监事，出生于 1983 年 10 月，中国籍，无境外永久居留权，硕士学历，2005 年毕业于郑州大学，获得国际贸易专业学士学位。2009 年毕业于罗伯特戈登大学，获得国际贸易专业硕士学位。2005 年 9 月至 2008 年 4 月就职于河南农业大学华豫学院，担任助教；2009 年 12 月至 2010 年 11 月就职于中企开源有限公司，担任总经理助理；2010 年 10 月至 2012 年 2 月就职于北京世华国际金融信息有限公司，担任总经理助理；2012 年 2 月至 2013 年 10 月就职于上海大智慧股份有限公司，担任执行总裁高级助理；2015 年 1 月至今就职于北京品友互动信息技术股份公司，担任 CEO 助理。目前担任公司监事。

（三）高级管理人员基本情况

1、**黄晓南女士**，公司董事长、总经理，具体内容详见本说明书“第一节基本情况”之“四、公司控股股东、实际控制人情况”之“（一）控股股东及实际控制人基本情况”。

2、**谢鹏先生**，公司董事、副总经理，具体内容详见本说明书“第一节基本情况”之“四、公司控股股东、实际控制人情况”之“（一）控股股东及实际控制人基本情况”。

3、**沈兴华先生**，公司董事、副总经理，具体内容详见本说明书“第一节基本情况”之“八、公司董事、监事和高级管理人员情况”之“（一）董事基本情况”。

4、**王枫**，出生于 1975 年 2 月，中国籍，无境外永久居留权，硕士学历。1998 年毕业于北京工业大学，获得工业外贸专业学士学位。2002 年毕业于中国人民大学，获得财务专业学士学位。2004 年毕业于中欧国际工商学院，获得工商管理专业硕士学位。1998 年 8 月至 2003 年 5 月就职于普华永道会计师事务所，担任审计师；2005 年 1 月至 2006 年 9 月就职于艺能京文传媒控股集团，担任财务总监；2006 年 9 月至 2007 年 11 月就职于北青传媒，担任财务总监；2007 年 11 月至 2008 年 9 月就职于华奥物种集团公司，担任财务总监；2008 年 9 月至 2013 年 10 月就职于众品公司，担任首席财务官；2014 年 9 月今就职于北京品友互动信息技术股份公司，任财务总监、董事会秘书。

主办券商及律师认为：公司现任董事、监事、高级管理人员不存在不具备法律法规规定的任职资格或违反法律法规规定、所兼职单位规定的任职限制等任职方面的瑕疵；公司现任董事、监事、高级管理人员最近 24 个月内不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场进入措施的情形；公司现任董事、监事和高级管理人员具备担任董事、监事、高级管理人员的任职资质。公司现任董事、监事、高级管理人员不存在违反法律法规规定或章程约定的董事、监事、高管义务的问题；公司现任董事、监事、高级管理人员最近 24 个月不存在重大违法违规行为；公司现任董事、监事、高级管理人员不存在违反竞业禁止的法律规定及竞业禁止事项的纠纷；公司现任董事、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。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员无重大变化。

九、最近两年及一期主要会计数据和财务指标

单位：元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度
营业收入（元）	105,252,973.24	368,131,654.89	154,672,278.35
净利润（元）	-3,826,435.32	-39,236,630.30	-22,278,865.82
归属于母公司股东的净利润（元）	-3,826,435.32	-39,236,630.30	-22,278,865.82
扣除非经常性损益后的净利润（元）	-3,826,435.32	-18,273,145.38	-759,811.74
归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	-3,826,435.32	-18,273,145.38	-759,811.74
毛利率（%）	32.16	37.32	37.36
净资产收益率（%）	-3.42	-208.27	-94.24
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	-3.42	-97.00	-3.21
应收账款周转率（次）	0.75	3.76	2.61
存货周转率（次）	8.58	50.51	48.53
基本每股收益（元）	-0.17	-3.16	-0.76
稀释每股收益（元）	-0.17	-3.16	-0.76
经营活动产生的现金流量净额（元）	-39,860,225.28	-24,748,327.34	-8,347,667.91
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	-1.63	-1.43	-8.35

项目	2016年3月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
总资产（元）	300,674,831.42	345,478,855.19	97,088,767.61
股东权益合计（元）	148,773,423.36	35,905,660.21	24,740,850.65
归属于母公司的股东权益（元）	148,773,423.36	35,905,660.21	24,740,850.65
每股净资产（元）	6.07	2.07	24.74
归属于母公司的每股净资产（元）	6.07	2.07	24.74
资产负债率（母公司）（%）	53.76	90.24	101.66
流动比率（倍）	1.91	1.08	1.20
速动比率（倍）	1.85	0.93	1.16

注：（1）基本每股收益= $P0 \div S$ ；

$$S = S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk$$

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

（2）稀释每股收益= $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$ ；

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

$$(3) \text{ 加权平均净资产收益率} = P0 / (E0 + NP \div 2 + Ei \times Mi \div M0 - Ej \times Mj \div M0 \pm Ek \times Mk \div M0)$$

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资

产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数；

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

(5) 每股净资产=期末所有者权益÷期末股本总额；

(6) 毛利率=(当期营业收入-当期营业成本)÷当期营业收入；

(7) 资产负债率=当期负债÷当期总资产；

(8) 流动比率=当期流动资产÷当期流动负债；

(9) 速动比率=(当期货币资金+当期应收账款+当期预付账款+当期其他应收款)÷当期流动负债；

(10) 应收账款周转率=营业收入÷((期初应收账款余额+期末应收账款余额)÷2)；

(11) 存货周转率=营业成本÷((期初存货余额+期末存货余额)÷2)。

十、与本次挂牌有关的机构

(一) 主办券商

名称：中信建投证券股份有限公司

法定代表人：王常青

注册地址：北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼

办公地址：北京市东城区朝内大街 2 号凯恒中心 B、E 座 3 层

联系电话：010-65608300

传真：010-65608450

项目负责人：黄平

项目组成员：雷婕、李盛杰、陈佳奇

（二）律师事务所

名称：北京市金杜律师事务所

授权代表/负责人：王玲

注册地址：北京市朝阳区东三环中路7号北京财富中心办公楼40层

办公地址：北京市朝阳区东三环中路1号环球金融中心办公楼东楼20层

联系电话：010-58785899

传真：010-58785566

经办律师：宋彦妍、焦福刚

（三）会计师事务所

名称：信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：叶韶勋

注册地址：北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦A座8层

办公地址：北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦A座8层

联系电话：010-65542288

传真：010-65547190

经办注册会计师：唐炫、赵学斌

（四）资产评估机构

名称：中和资产评估有限公司

法定代表人：杨志明

注册地址：北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦A座13层

联系地址：北京市东城区朝阳门北大街 8 号富华大厦 A 座 13 层

联系电话：010-58383636

传 真：010-65547182

经办注册资产评估师：吕发钦、陈桂庆

（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

法定代表人：戴文华

住 所：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层

联系电话：010-58598980

传 真：010-58598977

（六）证券交易场所

名 称：全国中小企业股份转让系统有限责任公司

法定代表人：杨晓嘉

住 所：北京市西城区金融大街丁 26 号

联系电话：010-63889512

邮 编：100033

第二节 公司业务

一、主营业务及主要产品和服务

公司致力于打造中国最领先的企业级智能广告平台，通过在云端处理大数据，结合人工智能技术，实现智能撮合数字广告交易的技术平台，以大数据和技术驱动提高数字广告的投放效率，逐渐实现智慧连接信息与人的愿景。公司的主营业务为在移动互联网等背景下，在 PC，移动，OTT 等多屏数字媒体端进行智能的撮合交易，提供数字化广告的大数据智能技术和平台，以帮助广告主和广告公司实现投放效率和效果最大化。

公司自设立以来，主营业务未发生变化。

（二）公司主要产品及服务

公司主要产品及服务包括基于程序化购买的数字广告需求方技术平台（优弛™）以及为广告主提供第一方数据管理平台（品友 DMP 及多米诺）。

品友优弛系统是国内最领先的 DSP 系统平台，能实现全面的包括实时竞价广告（RTB）和私有程序化广告（PDB）的功能，主要服务于世界 500 强等大型客户。除此之外，公司也开发了专门针对中小客户的产品一品友大算盘。



1、品友优弛系统

品友优弛系统是中国最大的 DSP 平台，不仅提供跨 PC 和移动的程序化广告投放，更可实现包括视频，信息流，富媒体等多种广告形式的程序化广告。其系统帮助广告主通过基于大数据的人群定向技术，实时竞价获得广告曝光机会，将广告投放到目标受众，大幅提升广告效果。



品友大算盘是专为中小企业量身定制的实时竞价自助 DSP 广告投放工具。广告主依托该工具全球领先的实时竞价技术 (RTB)、多项专利保护的智能设置和强大的实时数据分析功能，直接对接互联网每天 70 亿次展示的优质广告曝光资源，优化预算消耗，轻松实现海量目标人群的广告投放，以低成本提升品牌知名度、美誉度和忠诚度。

2、品友 DMP

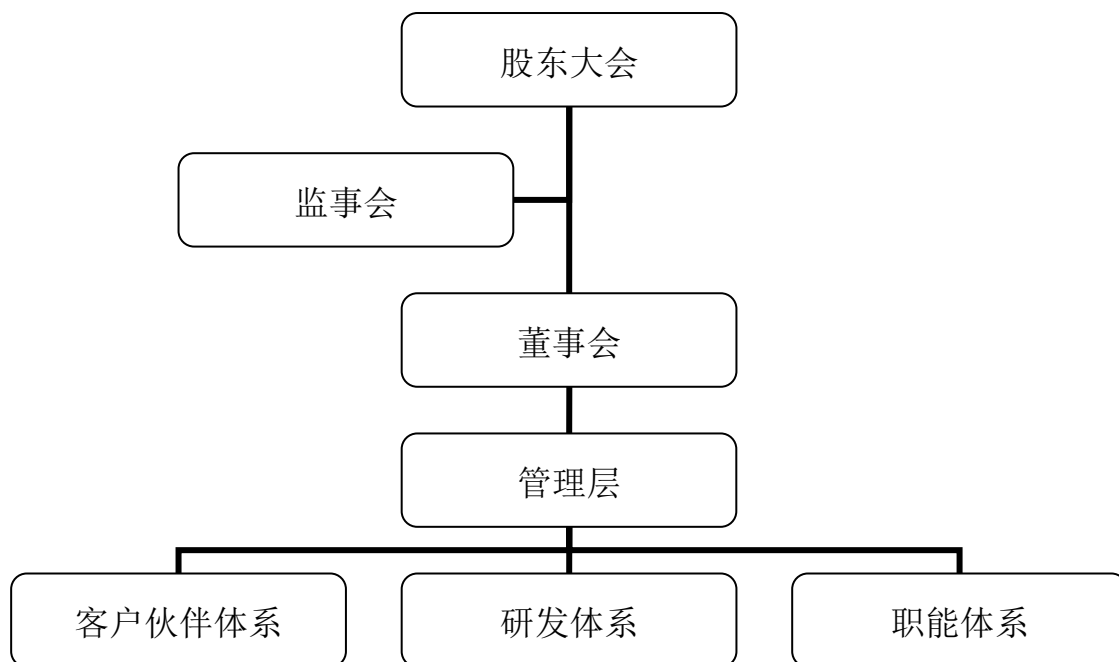
DMP 英文全称是 Data Management Platform，即数据管理平台，品友将自身大数据管理能力和机器学习能力转换成产品，输出给广告主提供第一方数据管理平台。其中包括给大客户定制的 DMP 系统，也包括给中型客户提供的基于云端的多米诺产品。通过全面整合第一方和第三方数据，深度建模和人群细分，建立自动化人群策略，提供全面深入的数据洞察和智能管理，指导广告主进行强有力的广告优化和投放决策，成为上百个客户选择的数据管理平台。

品友互动 DMP 可以帮助广告主实时的梳理和整合多方数据，通过深度挖掘和智能管理，形成基于人群投放并获得更高效果转化的有效指导。其优势在于：实时整合各种资源、深度的人群细分和数据洞察、深刻理解用户和广告投放，以始为终的解决方案，能够真正解决广告主的诉求。



二、公司内部组织结构及业务流程

（一）公司内部组织结构



（二）部门设置及职能描述

部门名称	职责
大客户销售部	主要负责市场上大客户的覆盖和商务合作谈判。
商业产品运营部	全面负责公司产品在具体商业场景下的运营使用，客户服务等。
开放平台合作伙伴部	负责打造品友产品的开放合作生态系统，加强与各种行业管理和自律协会团体、外部数据/产品/技术等公司的共赢合作关系。
市场战略与规划部	主要负责公司产品及各种销售工具的包装推广，各类研究报告的编写，行业营销及会议的支持等。
移动业务和战略渠道部	主要负责公司移动业务和战略渠道伙伴的业务发展。
大算盘事业部	主要负责区域市场中小客户及其代理商业务。
产品部	全面负责公司产品的需求管理，产品设计，并与研发合作产出产品
数据部	负责公司业大数据的管理与分析，以及算法的开发与运用。
研发部	主要负责公司产品的开发、维护及完善；以及公司业务的技术支持。
财务部	负责公司运转所需的一切财务工作。
商业市场部	主要使命是用多纬度的市场推广手段来进行产品层面的宣传，加强品友推出的各个产品在市场里面全方位的推广。
企业形象公关部	负责公司企业形象，所有媒体关系，政府关系等工作。
行政部	负责公司办公用品及各类资产、物料的统一采购和管理等行政工作。
人力资源部	负责公司人力资源的战略布局，人才招聘，绩效，培训等。

（三）公司主要业务流程

公司不同产品的主要业务流程分别如下：

1、品友 DSP 的主要业务流程

（1）投放准备

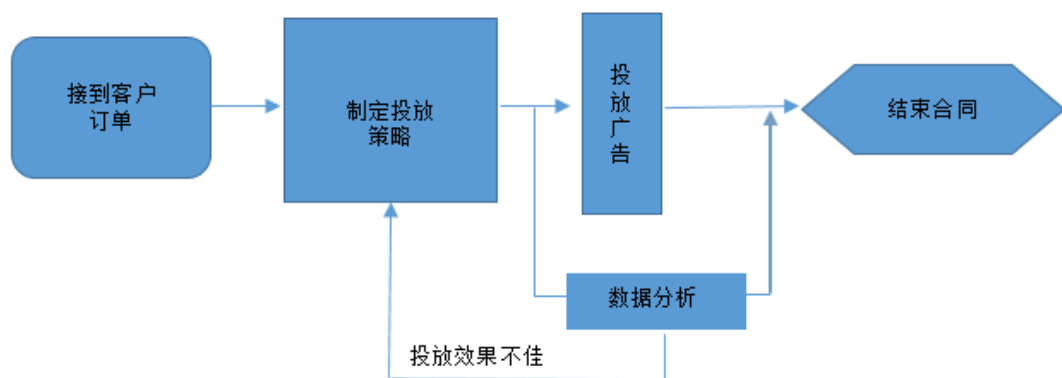
公司在接到订单后，公司商业产品运营部员工首先针对广告主的投放需求及 KPI 进行分析解读；然后在广告投放产品系统中完成投放设置的准备，其中包括人工策略的制定、算法的调用，等等。

（2）广告投放

广告的投放通常情况下由公司的“优驰”广告投放系统平台自动完成。

广告投放的具体过程为：公司广告投放平台已对接了市场上的主流公共广告交易平台和私有广告交易平台，以及各种数字化媒体资源，覆盖了主流的PC、视频和移动流量资源。在投放时，系统对收到的广告展现机会的竞价请求进行筛选；对于符合投放策略的广告展现机会，系统会根据算法对于每次广告展现机会计算出价并参加实时竞拍（RTB）；若公司拍得该次展现机会，公司的广告投放平台将自动进行广告投放，某款广告主的广告素材将会显示在受众本次浏览的页面的相应位置，一次投放即完毕。通过长期的广告投放实践，在大数据的积累支撑下，公司的的大数据算法会通过机器学习持续自我优化完善。

公司广告投放流程如下图所示：



（3）效果反馈与自动优化

公司依托产品平台的功能、数据和算法优势，已经实现了由广告投放平台近乎实时自动进行投放效果数据的反馈并进行相应优化。

广告投放平台在广告投放的同时会对投放效果进行近乎实时的反馈，并在每一个广告展示完毕后对投放结果进行分析，然后会自动生成优化方案，并在投放中不断调整投放策略并近乎实时实施，从而不断优化广告投放的效果，直至投放结束。

（4）广告投放结算

广告投放过程中及投放完毕后，广告投放平台均可以生成投放效果的报告，并以多种维度的报表直观地向广告主反馈项目的执行情况。在达到合同或

订单约定的投放效果（曝光量或者点击量或其他后续动作量）后，投放平台通过自身统计的数据与第三方监测系统中提供的数据进行核对，并生成投放效果指标考核结果，用于与广告主进行结算。

（5）广告真实性审查

在广告投放前，公司会对广告主及拟投放的广告的真实性进行审查。销售部取得广告主营业执照和生产、经营资格等证明文件，了解广告主的公司背景、销售产品或提供服务的资质情况等信息。公司内部（商业产品运营部负责）和广告交易平台都会对广告主资质及广告主提供的广告素材进行审查，包括素材的表现形式、对产品或服务的描述、广告链接指向的页面等要素，查验拟投放的广告是否存在虚假描述等非法内容。

同时，为了防范广告主提供虚假广告内容的潜在风险，公司除了上述广告审查流程外，还在销售合同中约定广告主应当保证其提供的广告内容不违反任何适用的法律法规、政策及公共道德准则，也不会损害任何第三方的合法权益，如广告主违反此约定使公司遭受任何损失的，广告主应承担全部责任并赔偿公司的相关损失。截至本公开转让说明书签署日，公司不存在因广告主发布的虚假或不实交易信息导致的纠纷或潜在纠纷。

2、品友大算盘的主要业务流程

（1）客户自助进行广告投放

公司对于中小企业客户的销售、服务主要由代理商进行。公司负责对代理商提供技术支持及运营培训服务。中小企业客户可以运用公司专为中小企业开发的广告投放平台进行其自有广告业务的投放。在投放过程中遇到问题可以与经销商或公司中小企业运营部门联系，获得相应服务支持。投放平台可以自动实时监控广告的投放效果及运营数据，如曝光量、点击率、转化率、安装数等供客户实时查询；同时广告投放平台也预设了各种投放解决方案供客户选择。

（2）结算阶段

客户需要预先在投放平台自己的账户里充值，才可以开始自助投放。系统按照客户的实际投放金额自动从客户账户里扣除相应款项。

三、与公司业务相关的关键资源要素

（一）公司核心技术

公司基于大数据管理和应用，自主研发了两大核心技术，包括大数据算法技术和品友互动广告投放平台（DSP），从而实现了跨终端、跨平台、跨全部数字媒体，并且满足全产业链营销运营需求的技术解决方案。为广告管理、投放、效果跟踪、运营优化、媒体管理和优化、业绩结算各环节提供系统性支撑。

1. 大数据算法技术

品友互动的大数据算法技术通过全面整合第一方和第三方数据，深度建模和人群细分，建立自动化人群策略，提供全面深入的数据洞察和智能管理，指导广告主进行强有力的广告优化和投放决策。

品友互动使用基于大数据分布式混合集群的系统架构搭建数据平台，如 Hadoop、Spark、Impala 以及 Presto。同时利用自研技术，搭建更先进的架构平台。

品友互动具有国家专利的 DAAT 标签（数字广告人群类目体系），识别、标识用户的行为，包括：PC、移动端的多种数据，Browsing、Apps、Search、Social、Purchase 等。标签是基于用户在网络上的行为，按照用户操作的数量加权、赋予不同行为不同的权重、以及各标签在投放中对于真实效果的影响的权重调整。

品友互动采用最新的第二代基于 Cookie 的人群属性识别模型，投入大量资源建设数字广告的人群类目体系，并取得丰硕成果。DAAT 的产生，超越了过去粗放式的人群简单分类或者局限认识消费者特征的做法，为具有营销实战意义上全面认识互联网上的每个 Cookie 提供了完整的体系和方法论。

DAAT 共包括 6000 条类目标签数据，从人口属性、地域分布、个人关注、购买倾向四个一级维度逐一对每个互联网用户进行深度描绘。而不同标签之间又可以自由组合，形成最符合需求的自定义目标人群。其中人口属性是指互联网用户通过各种网络行为所表现出来的人口所固有的自然属性和社会属性；地域分布是指互联网用户在地理位置上的分布；个人关注是指互联网用户通过各种网络行为表现出来的长期的兴趣点；购买倾向是指互联网用户通过各种网络行为表现出来短期内即有可能达成的消费需求。

品友互动的大数据算法可以根据客户的需求，创建自定义的人群标签，并且将之推送给各个 DSP 用来在广告活动中进行投放和优化。品友支持丰富的定制维度，包括最近访问时间、频率、数据源、网页浏览模式等。

品友互动的大数据算法的日志提取技术，基于自主研发的日志调度系统，可实现众多服务器节点产生的日志文件拼合和快速提取，提供给大数据智能感知反馈系统。

品友互动的大数据智能感知反馈系统，实现离线和实时的数据输出，通过数据挖掘和相应的规则提炼信息和知识，实时支撑业务平台。

品友互动大数据算法的数据转储体系，主要采用 Storm 等流式计算框架对收集完成后的数据进行快速清洗合并，通过 NBT 算法平台等并行计算系统进行数据的统计、分析，完成人群 profiling 和 CTR 预测等功能，并将处理完的结果保存到 Memcached、Redis、MongoDB 等 NoSQL 数据库，利用缓存集群进行 hash 分布存储，提升业务系统数据请求的响应速度，降低对后端关系型数据库访问的压力，保障业务系统的整体稳定性。

品友互动的用户识别技术，根据 PC 的匿名用户信息、移动的加密终端号等碎片化信息，采用特殊加密算法生成平台唯一标识，结合历史访问数据，确定最终唯一用户，并且根据获取的终端信息与定向投放规则进行匹配，保障用户投放的准确性。

同时，品友互动的大数据算法技术可以跟踪、监测以及分析各个渠道的广告投放效果，提供用户重叠程度报告，多种归因模型给客户。包括最后点击，第一次点击，线性归因等。基于这些模型，客户可以对广告的投放效果有足够的洞察，从而可以优化后续的广告投放活动。

2. 广告投放平台（DSP）

品友互动 DSP 基于程序化营销的特点，通过 NBT 算法系统、Bidding 竞价引擎、广告推荐系统和动态创意系统，实现了对用户的精确估值和投放。NBT 算法系统是基于广告主多元的营销投放需求而研发的，本系统基于高性能并行计算框架，连接大数据算法技术的多个服务，为模型训练和线上实时反馈系统提供算法基础架构能力，提供人群标签、商品标签、CTR 预测和人群 Profiling，场景分析等算法服务，为整体高效投放提供最核心的竞争力。

Bidding 竞价引擎是程序化购买的核心技术，经过数年的积累，基于大数据智能感知反馈技术，品友互动的智能竞价引擎可通过机器学习提取相应特征实现基于广告活动营销目标的估值，并基于外部竞争环境实现自反馈出价，保障广告主营销目标的最终实现。

品友互动 DSP 不仅可以从公开交易市场用实时竞价（RTB）的方式购买流量，同时也可以对广告主直接购买的流量进行程序化的优化（即 PDB），从而提升传统数字广告采买的效率。品友互动是目前国内首个实现大型 PDB 项目的 DSP 公司，过去的两年中成功服务了超过 50 个广告主的 PDB 广告投放活动，覆盖 PC，移动以及视频。品友互动通过制定成熟的 API 和文档方便媒体与私有程序化购买平台对接。

3、两个系统之间的协同运营关系

在公司的互联网广告投放过程中，广告投放平台与大数据算法技术之间通过协同运营，将技术与数据优势充分的应用到了公司的业务流程中。

广告投放平台在决策购买媒体资源时依赖于数据管理平台提供的数据来分析判断拟购买的广告展现机会与广告主广告需求的匹配程度，在此基础上决定是否购买和竞拍价格的高低。在广告投放后，广告投放平台将本次投放的数据及产生的效果等信息反馈给数据管理平台，后者在此基础上对现有数据进行补充、整理、修正、调整，有助于提高其后广告投放决策的准确性。在研发过程中，公司的技术部门采用先进且稳定的技术，在保证响应效率的同时，也延长了系统在线稳定运行时间，为业务的快速开展打下了坚实的基础，也为广告效果的快速提升和转化提供强有力的技术支持。

（二）公司主要资产情况

1、无形资产情况

（1）公司账面无形资产

无形资产主要是公司的办公软件和财务软件。

截至 2016 年 3 月 31 日，公司无形资产情况如下：

资产名称	账面原值（元）	残值（%）	摊销年限	累计摊销（元）	账面净值（元）
软件	230,657.70	-	3 年	44,850.12	185,807.58

（2）专利

截至本说明书签署日，公司正在申请的专利情况如下表所示：

序号	发明名称(中文)	申请号	申请人	申请日
1	一种竞价方法和装置	201510484829.8	品友有限	2015/8/1
2	一种分析信息投放影响因素的方法和装置	201510484975.0	品友有限	2015/8/1
3	树型结构信息的相似度比较方法和装置	201510484836.8	品友有限	2015/8/1
4	一种网页分类方法和系统	201510484991.X	品友有限	2015/8/1
5	一种基于用户属性的数字广告点击率预测方法和装置	201310283199.9	品友有限	2013/7/6
6	一种分类筛选的方法和装置	201210418731.9	品友有限	2012/10/26
7	一种互联网用户属性识别方法	201310359721.7	品友有限	2013/8/17
8	一种分析人群特征的方法和装置	201410081661.1	品友有限	2014/3/6

9	一种互联网广告投放系统	201110447986.3	品友有限	2011/12/28
10	一种互联网广告人群分析系统和 分析方法	201110448712.6	品友有限	2011/12/29

(3) 软件著作权

截至本公开转让说明书签署日，公司拥有的软件著作权如下：

序号	软件名称	授权号	取得方式	权利范围	首次发表日	著作权人
1	品友 DeepLink 投放系统 V1.0	2015SR280250	原始取得	全部权利	2015/09/10	品友互动
2	品友多米诺跨屏数据管理平台 V1.3	2015SR278109	原始取得	全部权利	2015/09/22	品友互动
3	品友 SDK 平台 V1.0	2015SR277248	原始取得	全部权利	2015/08/10	品友互动
4	品友大算盘终端投放平台 V1.0	2015SR278154	原始取得	全部权利	2015/03/03	品友互动
5	品友开放平台 V1.0	2015SR276933	原始取得	全部权利	2015/07/15	品友互动
6	品友生活一站式服务平台 V1.0	2015SR276952	原始取得	全部权利	2015/07/10	品友互动
7	品友优驰人群智能广告投放平台 V1.0	2015SR276077	原始取得	全部权利	2015/09/30	品友互动
8	行为定向发布系统 1.2	2010SR011292	原始取得	全部权利	2009/08/25	品友广告

(4) 商标

截至本公开转让说明书签署日，公司拥有的注册商标如下：

序号	商标名称/图案	注册号	权利人	有效期限	类别
1	Audience Insights	9577629	品友有限	2012.07.14-2022.07.13	42
2	Audience Insights	9573752	品友有限	2012.07.07-2022.07.06	35
3	Audience Intelligence	9573763	品友有限	2012.08.21-2022.08.20	35
4	Audience Intelligence	9577633	品友有限	2012.10.14-2022.10.13	42
5	demand side platform	12782168	品友有限	2015.03.28-2025.03.27	35
6	demand side platform	12782246	品友有限	2015.01.21-2025.01.20	42
7	fetchback	11939433	品友有限	2014.06.07-2024.06.06	35

8	fetchback	11939708	品友有限	2014.06.07-2024.06.06	42
9	Optimus	9444746	品友有限	2012.05.28-2022.05.27	42
10	retargeting	11939419	品友有限	2014.06.07-2024.06.06	35
11	retargeting	11939692	品友有限	2014.06.07-2024.06.06	42
12	SSP	12782618	品友有限	2015.03.21-2025.03.20	42
13	userback	9485951	品友有限	2012.06.14-2022.06.13	35
14	userback	9485928	品友有限	2012.06.14-2022.06.13	42
15	大算盘	12224370	品友有限	2014.08.14-2024.08.13	42
16	品友 pinyou	9501184	品友有限	2012.06.28-2022.06.27	35
17	品友·访客找回	10294316	品友有限	2013.03.21-2023.03.20	35
18	品友·访客找回	10294358	品友有限	2013.02.14-2023.02.13	42
19	 IPINYOU 品友互动	10188472	品友有限	2013.03.07-2023.03.06	35
20	 IPINYOU 品友互动	10192867	品友有限	2013.01.21-2023.01.20	42
21	人群智能魔方	9573802	品友有限	2012.11.07-2022.11.06	35
22	人群智能魔方	9577645	品友有限	2012.10.14-2022.10.13	42
23	水晶魔方	9577640	品友有限	2012.10.21-2022.10.20	42
24	优驰	9444120	品友有限	2012.05.28-2022.05.27	42
25	重定向	11939395	品友有限	2014.06.07-2024.06.06	35

(5) 域名

截至本公开转让说明书签署日，公司拥有的域名情况如下：

1) 境内域名

序号	域名	权利人	注册时间	到期日期
1	audiencechina.com	品友互动	2013.12.24	2016.12.24
2	audiencetargeting.cn	品友互动	2010.11.29	2016.11.29
3	audiencetargeting.com.cn	品友互动	2010.11.29	2016.11.29
4	chinadsp.com.cn	品友互动	2013.11.02	2016.11.02
5	chinartb.cn	品友互动	2013.11.02	2016.11.02
6	dasuanpan.com.cn	品友互动	2013.04.11	2017.04.11
7	dasuanpan.net	品友互动	2013.04.11	2017.04.11
8	fangkezhaohui.com	品友互动	2010.11.17	2016.11.17
9	folo8.cn	品友广告	2010.05.12	2017.05.12
10	folo8.com.cn	品友互动	2008.12.02	2016.12.02
11	folo8.com	品友互动	2008.12.02	2016.12.02
12	ipinyou.com.cn	品友互动	2007.08.09	2018.08.09
13	ipinyou.com	品友互动	2007.08.09	2018.08.09
14	openap.cn	品友互动	2013.12.24	2016.12.24
15	p0y.cn	品友互动	2013.02.25	2017.02.25
16	pinyouad.com	品友互动	2011.06.03	2017.06.03
17	pinyouyoupin.com	品友互动	2016.04.29	2017.04.29
18	programmaticbuy.cn	品友互动	2013.06.18	2017.06.18
19	programmaticbuy.com	品友互动	2013.06.18	2017.06.18
20	shishijingjia.com	品友互动	2013.06.18	2017.06.18
21	userback.cn	品友互动	2009.11.16	2016.11.16
22	useback.com.cn	品友互动	2009.11.16	2016.11.16
23	userprofile.cn	品友互动	2013.12.24	2016.12.24

2) 境外域名

序号	域名	权利人	注册时间	到期日期
1	dspinchina.com	品友有限	2013.11.02	2017.11.02
2	rtbinchina.com	品友有限	2013.11.02	2017.11.02

2、重要固定资产情况

(1) 固定资产情况

根据公司所处的行业特性，公司为“轻资产”公司，公司所拥有的固定资产主要为研发、办公使用的电子设备及办公设备。截至2016年3月31日，公司拥有的固定资产情况如下：

固定资产类别	折旧年限	账面原值(元)	累计折旧(元)	账面净值(元)	成新率
电子设备	3年	18,876,307.22	9,299,842.52	9,576,464.70	50.73%
办公设备	5年	322,007.27	107,311.90	214,695.37	66.67%
合计	-	19,198,314.49	9,407,154.42	9,791,160.07	51.00%

(2) 房产租赁情况

公司在主要经营场所均系向无关联第三方租赁。截至本公开转让说明书签署日，公司及其子公司房产租赁的主要情况如下：

序号	承租方	出租方	坐落位置	租赁面积(平方米)	租赁期限	租赁用途
1	品友互动	北京达义北方置业有限公司	朝阳区东三环中路20号乐成中心A座9层02、03单元	504.92	2016.03.10-2019.05.31	办公
2	品友互动	北京达义北方置业有限公司	朝阳区东三环中路20号乐成中心A座9层01、05-09单元	1165.77	2016.02.01-2019.05.21	办公
3	天津优驰	北京达义北方置业有限公司	朝阳区东三环中路20号乐成中心A座8层01-05单元	770.48	2016.02.01-2019.05.21	办公
4	天津优驰	上海平安欣仑物业发展有限公司	上海市淮海中路1045号淮海国际广场604、605、606单元	449.10	2015.03.16-2018.03.15	办公
5	天津优驰	小高德(广州)置业有限公司	广州市天河区珠江西路8号501房之自编05房	261.53	2015.04.15-2018.04.30	办公

(三) 业务许可和资质情况

公司从事互联网广告投放业务不需要特别的业务许可资格或资质。

公司现有一项移动互联网应用程序《谁在看广告》。《谁在看广告》为公司在2014年9月23日开发的一款APP应用程序，是一款实时广告监播软件，透过它广告主可以实时了解每一次广告投放情况，包括广告的曝光、点击、转化等效果数据以及人口属性、个人关注、访问时间、所在地域等访客人群信息。仅供品友广告客户使用，属于品友为广告商客户提供的增值服务，不影响公司业务收入，普通用户无法注册。公司开发的《谁在看广告》APP属于在中华人民共和国境内通过移动互联网应用程序提供信息服务的情况，应当依法取得法律法规规定的相关资质。

根据《移动互联网应用程序信息服务管理规定》，虽然公司现有一款移动互联网应用程序未受到行政处罚，但未按照《移动互联网应用程序信息服务管理规定》取得相应资质，存在被警示、暂停发布、下架应用程序的风险，为慎重起见，公司已于2016年9月14日出具承诺并将该款应用下架。

截至本说明书出具日，该款APP已下架。

（四）特许经营权

截至本公开转让说明书签署日，公司无特许经营权。

（五）公司荣誉

年份	奖项	颁发机构	颁发机构类型
2015年	艾奇奖中国年度电子商务创新营销人	国际电商创新协会	广告行业大奖
	2015最佳DSP合作伙伴特别大奖	腾讯	广告交易平台
	2015数据技术产品TOP100(需求方平台)	DCCI互联网数据中心	第三方调研/咨询
	2015金i奖最佳移动DSP平台奖	中国科学院《互联网周刊》、中国社会科学院信息化研究中心	第三方杂志/网站
	2015最佳移动DSP平台奖	第四届艾媒咨询中国移动广告营销大会	第三方调研/咨询
	2015年度数据营销技术奖	广告门Adplus2015大会	第三方杂志/网站
	2015媒介服务需求方平台金奖 2015服务公司铜奖	金投赏	广告行业大奖
	2015中国长城奖《金伙伴奖》 2015年度中国移动互联领军品牌 2015年度中国移动互联领军人物(谢鹏先生)	中国国际广告节·长城奖	广告行业大奖
	2015金瑞营销最佳整合营销奖	艾瑞咨询集团	第三方调研/咨询
	2015百度最佳合作伙伴奖 2015最佳移动DSP平台奖	百度BES峰会	广告交易平台
	2015年度移动营销创新平台 2015年度最佳移动营销公司 2015年度移动营销领军人物(黄晓南女士)	TMA峰会	广告行业大奖
	2015年金网奖ROI类金奖	网络营销工作委员会	政府
	2015年金网奖电子商务和O2O营销类铜奖	网络营销工作委员会	政府

	2015TopDigital 创新移动大奖	China TopDigital World	广告行业大奖
	2014 年度最佳网络营销工具奖 (品友大算盘)	金鼠标网络营销大赛组委会	广告行业大奖
	2014 年度最佳移动 DSP 营销公司奖 2014 年度移动营销创新工具奖 2014 年度效果类优秀案例奖 2014 年度移动营销贡献人物奖 (黄晓南女士)	TMA 峰会	广告行业大奖
	2014 年度中国移动互联领军品牌奖	中国国际广告节组委会	广告行业大奖
	2014 年度中国移动互联领军人物(黄晓南女士)	中国国际广告节组委会	广告行业大奖
2014 年	2014 移动营销论坛暨金坐标奖 最佳效果广告奖	《广告主》杂志社	第三方杂志/网站
	2014TOPDigital 创新移动大奖	China TopDigital World	广告行业大奖
	2014 中国长城奖程序化购买金 伙伴奖	中国广告长城奖评委会	广告行业大奖
	2014 百度最优跨屏 DSP 奖 2014 BES 最佳合作伙伴奖	百度-BES 峰会	广告交易平台
	2013~2014 年度 Google 最佳程 序化购买平台大奖	Google	广告交易平台
	2014 创新营销产品奖	《成功营销》杂志社	第三方杂志/网站
	2014 年度中国广告长城奖广告 主奖	中国广告长城奖评委会	广告行业大奖
	2014 年度中国广告年度大奖	《中国广告》杂志	第三方杂志/网站
	2014 中小企业首选服务商	中国中小企业国际合作 协会	政府

(六) 公司员工及核心技术人员情况

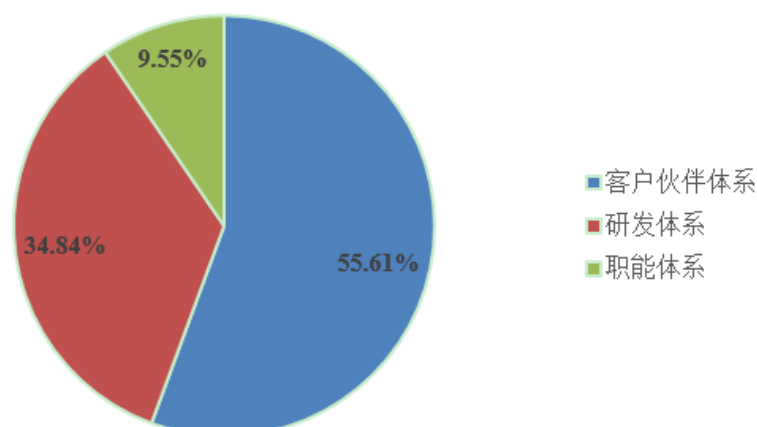
1、员工情况

截至 2016 年 3 月 31 日，公司共有员工 419 人，具体情况如下：

(1) 按岗位结构划分

岗位	人数	占比
客户伙伴体系	233	55.61%
研发体系	146	34.84%
职能体系	40	9.55%
合计	419	100%

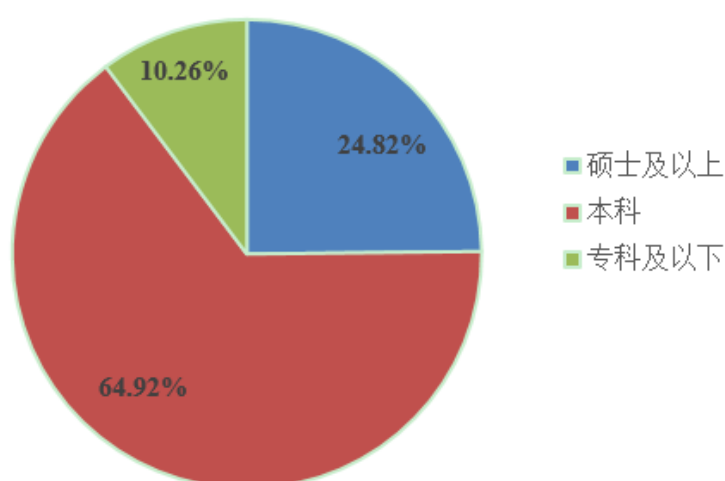
员工岗位结构



(2) 按教育程度划分

教育程度	人数	占比
硕士及以上	104	24.82%
本科	272	64.92%
专科	43	10.26%
合计	419	100%

员工学历结构

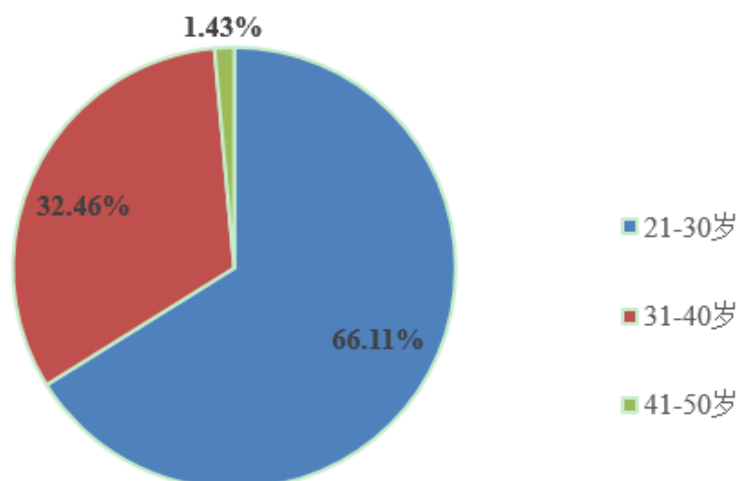


(3) 按员工年龄划分

年龄	人数	占比
21-30 岁	277	66.11%
31-40 岁	136	32.46%

40-50 岁	6	1.43%
合计	419	100%

员工年龄结构



2、核心技术人员情况

沈学华，详见本公开转让说明书“第一节公司基本情况”之“八”之“（一）公司董事”。

陆晟先生，1974年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，计算机博士学位。2001年至2003年在烽火星空担任首席技术官；2004年4月至2009年10月在IBM中国研究院担任高级研究员；2009年11月至2012年10月在敏思创想软件技术有限公司担任总经理；2012年11月至2015年3月在Vmware威睿担任工程师；2015年至今在品友互动担任技术工程副总裁。

林招先生，1979年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2004年3月至2011年6月在新浪担任开发经理；2011年7月至2011年11月在土豆网担任高级数据分析产品经理；2011年11月至今在品友互动担任资深数据分析总监。

杜斌先生，1982年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007年6月至2012年2月在谷歌担任架构师；2012年3月至2013年2月在阿

里巴巴担任专家；2013年3月至2014年在雅虎担任高级产品经理；2014年至今在品友互动担任产品副总裁。

四、公司业务情况

（一）主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入构成如下：

单位：元

收入构成	2016年1-3月		2015年度		2014年度	
	营业收入	收入占比	营业收入	收入占比	营业收入	收入占比
主营业务收入	105,252,973.24	100%	368,131,654.89	100%	154,672,278.35	100%
合计	105,252,973.24	100%	368,131,654.89	100%	154,672,278.35	100%

（二）报告期各期公司前五名客户情况

2016年1-3月，公司前五名客户销售金额及占当期全部营业收入百分比情况如下：

序号	客户	销售额（元）	占比（%）
1	群邑集团 ¹	16,895,262.33	16.05
2	恒美集团 ²	13,559,712.88	12.88
3	阳狮集团 ³	8,503,227.64	8.08
4	群势集团 ⁴	6,428,199.58	6.11
5	中国工商银行股份有限公司	4,093,911.32	3.89
	合计	49,480,313.75	47.01

注1：群邑集团销售金额包括：群邑(上海)广告有限公司、群邑(上海)广告有限公司北京分公司、群邑(上海)广告有限公司广州分公司、凯帝珂广告(上海)有限公司、凯帝珂广告(上海)有限公司北京分公司；

注2：恒美集团销售金额包括：广州恒美广告有限公司、北京恒美广告有限公司上海分公司、北京恒美广告有限公司；

注3：阳狮集团销售金额包括：阳狮广告有限公司上海分公司、盛世长城国际广告有限公司上海第二分公司；

注4：群势集团销售金额包括：上海群势广告有限公司、GROUPM MEDIA PRODUCTS PTE LTD、Xaxis Hong kong。

2015年度，公司前五名客户销售金额及占当期全部营业收入百分比情况如下：

序号	客户	销售额（元）	占比(%)
1	恒美集团 ¹	40,785,677.82	11.08
2	群势集团 ²	21,831,891.47	5.93
3	阳狮集团 ³	21,382,626.11	5.81
4	安吉斯集团 ⁴	18,618,132.83	5.06
5	群邑集团 ⁵	16,965,660.64	4.61
合计		119,583,988.87	32.49

注 1：恒美集团销售金额包括：广州恒美广告有限公司、北京恒美广告有限公司上海分公司、北京恒美广告有限公司；

注 2：群势集团销售金额包括：上海群势广告有限公司、GROUPM MEDIA PRODUC、Xasxis Asia Pacific、Group Limited-Xaxis、Xaxis Hong kong、Xasxis Asia Pacific P；

注 3：阳狮集团销售金额包括：阳狮广告有限公司上海分公司、盛世长城国际广告有限公司、盛世长城国际广告有限公司上海第二分公司、上海李奥贝纳广告有限公司北京分公司；

注 4：安吉斯集团销售金额包括：上海安吉斯媒体技术有限公司、电通安吉斯（上海）投资有限公司、广东凯络广告有限公司上海分公司；

注 5：群邑集团销售金额包括：群邑(上海)广告有限公司、群邑(上海)广告有限公司北京分公司群邑(上海)广告有限公司广州分公司、凯帝珂广告（上海）有限公司、凯帝珂广告(上海)有限公司北京分公司。

2014 年度，公司前五名客户销售金额及占当期全部营业收入百分比情况如下：

序号	客户	销售额（元）	占比(%)
1	恒美集团 ¹	32,291,128.51	20.88
2	安吉斯集团 ²	10,768,722.34	6.96
3	江苏苏宁易购电子商务有限公司	9,197,453.81	5.95
4	阳狮集团 ³	7,274,788.42	4.7
5	上海云联广告有限公司	5,283,018.87	3.42
合计		64,815,111.95	41.91

注 1：恒美集团销售金额包括：广州恒美广告有限公司、北京恒美广告有限公司上海分公司；

注 2：安吉斯集团销售金额包括：上海安吉斯媒体技术有限公司、电通安吉斯（上海）投资有限公司、广东凯络广告有限公司上海分公司；

注 3：阳狮集团销售金额包括：阳狮锐奇广告有限公司、上海李奥贝纳广告有限公司。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方、持有公司 5%以上股份的股东不存在在主要客户中占有权益的情况。

（三）公司主营业务成本构成

报告期内，公司主营业务成本构成如下：

单位：元

主营业务 成本构成	2016年1-3月		2015年度		2014年度	
	营业成本	成本占比	营业成本	成本占比	营业成本	成本占比
主营业务成本	71,402,884.52	100%	230,737,135.19	100%	96,886,700.05	100%
合计	71,402,884.52	100%	230,737,135.19	100%	96,886,700.05	100%

(四) 报告期各期公司前五名供应商情况

2016年1-3月，公司向前五名供应商采购金额及占当期全部营业成本百分比情况如下：

序号	供应商	采购额(元)	占比(%)
1	土豆(中国)广告有限公司	9,913,292.76	13.61%
2	上海爱奇艺文化传媒有限公司	8,929,608.33	12.26%
3	天津数集科技有限公司	5,993,031.43	8.23%
4	百度时代网络技术(北京)有限公司	4,839,651.21	6.65%
5	北京腾讯文化传媒有限公司	4,880,317.40	6.70%
合计		53,122,485.12	47.46

2015年度，公司向前五名供应商采购金额及占当期全部营业成本百分比情况如下：

序号	供应商	采购额(元)	占比(%)
1	淘宝(中国)软件有限公司	22,188,213.45	9.83%
2	土豆(中国)广告有限公司	20,493,380.06	9.08%
3	百度时代网络技术(北京)有限公司	18,759,610.65	8.31%
4	天津数集科技有限公司	18,115,562.74	8.03%
5	云联传媒(上海)有限公司	16,732,452.37	7.42%
合计		96,289,219.27	42.68

2014年度，公司向前五名供应商采购金额及占当期全部营业成本百分比情况如下：

序号	供应商	采购额(元)	占比(%)
1	淘宝(中国)软件有限公司	18,154,247.60	20.01
2	谷歌广告(上海)有限公司	12,636,687.25	13.93
3	北京学之途网络科技有限公司	11,472,005.33	12.65
4	百度时代网络技术(北京)有限公司	10,182,054.09	11.22
5	合一信息技术(北京)有限公司	10,136,775.42	11.17

合计	62,581,769.69	68.99
----	---------------	-------

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方、持有公司5%以上股份的股东不存在在主要供应商中占有权益的情况。

(五) 对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

报告期内，公司的主要供应商的采购合同与主要客户的销售合同多以框架协议的形式签订，对采购与销售的内容、结算方式、付款或收款条件等作出原则性的约定。在框架协议范围内，合同双方对具体交易内容以订单、执行单等形式另行约定。

报告期内，对公司持续经营有重大影响的业务合同如下：

1、采购合同

报告期内，采购金额发生在500万元以上的对公司持续经营有重大影响的采购合同以及租赁合同如下：

序号	签订日期	合同对方	合同名称	履行情况	备注
1	2014.08.05	百度时代网络技术(北京)有限公司	百度流量交易服务合同	履行完毕	框架协议
2	2014.10.01	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	Tanx 竞价交易系统技术服务协议	正在履行	框架协议
3	2015.01.01	土豆(中国)广告有限公司	2015年优酷广告竞价平台广告资源合作合同	正在履行	框架协议
4	2015.02.01	互众广告(上海)有限公司	互众流量交易服务合作合同	履行完毕	框架协议
5	2015.06.01	天津数集科技有限公司	数集 XTrader 广告交易平台技术服务合同	履行完毕	框架协议
6	2015.08.05	百度时代网络技术(北京)有限公司	百度流量交易服务合同	正在履行	框架协议
7	2015.10.01	云联传媒(上海)有限公司	广告服务采购框架协议	履行完毕	框架协议
8	2016.01.01	上海爱奇艺文化传媒有限公司	爱奇艺 AdExchange 广告交易平台资源合作合同	正在履行	框架协议
9	2015.12.15	北京达义北方置业有限公司	写字楼租赁合同	正在履行	租赁合同

2、销售合同

报告期内，销售金额发生在 500 万元以上的对公司持续经营有重大影响的销售合同如下：

序号	签订日期	合同对方	合同名称	履行情况	备注
1	2014.08.20	盛世长城国际广告有限公司	VIVAKI.INC Service Agreement	履行完毕	框架协议
2	2014.09.22	江苏苏宁易购电子商务有限公司	DSP 广告投放合作合同	履行完毕	框架协议
3	2015.01.01	广州恒美广告有限公司	品友互动网络广告优化技术支持合同	履行完毕	框架协议
4	2015.01.01	上海群势广告有限公司	iPinYou DSP Cooperation Agreement	履行完毕	框架协议
5	2015.01.01	上海安吉斯媒体技术有限公司	2015 年度网络广告发布合同	履行完毕	框架协议
6	2015.01.01	群邑(上海)广告有限公司	网络广告发布框架协议	履行完毕	框架协议
7	2015.04.01	盛世长城国际广告有限公司	VIVAKI.INC Service Agreement	履行完毕	框架协议
8	2015.12.28	中国工商银行股份有限公司	中国工商银行 DSP 营销项目合同	正在履行	框架协议

五、公司商业模式

公司作为基于大数据的智能数字营销技术平台，业务立足于互联网广告技术行业，主要基于程序化购买的数字广告需求方（DSP）平台，包括移动 DSP，视频 DSP，针对中小企业的 DSP，为广告主提供程序化购买技术，提供互联网广告高效推广服务以及相关技术服务。公司拥有多项知识产权，包括 8 项软件著作权、25 项商标权和 25 项域名证书，另有 10 项正在申请的发明专利。公司的客户包括 1000 多个世界 500 强企业在内的领先品牌，涉及快销品、汽车、电商、金融、旅游等多个行业，公司利用自身平台技术提高其品牌传播、活动落地、效果营销等多方面的效果。同时，还服务上千个中小客户，为其数字营销提供更好的效果。行业领先的技术研发、大数据处理及应用技术与运营优化能力是公司得以持续发展的动力，也是核心产品得以为客户认可、创造附加价值的根本。公司根据客户需求，确认广告投放订单，结合客户的考核指标，在 DSP 系统中进行

调整与优化，最终完成客户投放目标，按照合同约定，公司实现服务费收入或者差价收入，获得利润和现金流。

（一）研发模式

公司建立了以客户需求为导向的产品开发流程，通过与广告主及代理公司的良性互动，及时捕捉需求信息，并提供对应的技术、产品、服务。公司的研发工作主要由公司的研发体系承担。公司管理层根据市场分析结果、结合产品部意见制定研发方向，由研发部门充分调研研发方向的可行性，根据调研结果，制定研发项目总方案和研发执行进度计划，同时公司运营部、销售部在技术部门开发的方案基础上，协助完成新产品的完善及定型产品的技术改进与维护工作。报告期内，公司提供的技术服务与销售的核心产品均为公司自主研发。

（二）销售模式

公司致力于打造中国最领先的企业级智能广告平台，通过在云端处理大数据，结合人工智能技术，实现智能撮合数字广告交易的技术平台，以大数据和技术驱动提高数字广告的投放效率，逐渐实现智慧连接信息与人的愿景。公司的主营业务为在移动互联网等背景下，在 PC，移动，OTT 等多屏数字媒体端进行智能的撮合交易，提供数字化广告的大数据智能技术和平台，以帮助广告主和广告公司实现投放效率和效果最大化。公司主要服务的客户包括中国上千个横跨快销品，汽车，金融，电信，电商等多个行业的领导品牌企业，同时也服务几千个区域品牌和本地公司。

品友互动一般与大型广告主客户通过广告代理公司签订合作框架协议的方式确定正式合作关系，在收到客户/代理公司的订单后按照订单约定的项目、预算金额、下载数或展示点击次数等通过技术平台系统为客户进行广告投放，项目完成后根据项目下线通知进行结算。

对于中小企业客户，品友互动通过代理商进行服务。中小企业客户一般会“自助”通过品友系统进行广告投放。

公司与代理商在代理合同中约定，公司向代理商提供用于广告投放的 DSP 软件、协助代理商判定广告主投放内容的合法合规性以及双方合同约定的其它内容。代理商负责完成销售任务、通过 DSP 软件操作广告投放设置、判定投放内容合法合规性并承担由此引发的风险。

对于大型广告客户，品友互动根据客户投放合同、订单制定广告投放策略，并通过技术系统平台进行广告投放。在投放执行过程中，根据约定定期向客户报送日报、周报或月报，就当期的广告投放情况、监测数据、投放效果等向客户进行汇报，并根据客户的要求进行相应的调整。按照与客户签订的框架协议和订单的约定，定期与客户核对广告投放的数据，并按照约定的价格进行结算，在客户确认后确认营业收入。对于中小企业客户，客户需要预先缴纳广告费，并自行通过技术平台进行投放，品友互动根据客户当月的广告投放情况确认营业收入。

公司与大型广告主客户或代理公司通常在合作框架协议中约定，应在项目投放完成后的一定期限向客户收取款项。由于品友互动主要客户均为互联网领域内实力较强的大型优质客户，其自身内部审批流程相对较长，因此，客户在项目投放完成后的 60-90 天内向品友互动付款。由于公司主要客户均为大型优质客户，资金实力强、信誉好，因此公司历史上的回款记录良好。

（三）采购模式

公司的采购模式为通过 DSP 平台对接国内主流广告交易平台（包括公共交易平台和私有交易平台）及主要媒体资源，包括视频、APP 等，通过系统自动完成媒体资源采购。交易平台及媒体资源覆盖了 95% 以上的 PC 端互联网流量及主要媒体的移动端流量，目前公司对接的国内广告曝光数超过 220 亿/天。与传统的互联网广告采购模式不同，公司通常不需要事先采购或者买断媒体提供的广告展现机会，而是根据投放进度的要求，公司在投放广告时以程序化购买的方式进行媒体撮合成交。公司通过大数据挖掘技术，以程序化方式帮助广告主采购最符合客户需求的广告展现机会。公司向资源方（Ad Exchange 及 SSP）按照所采购的广告展示次数付费，结算单位通常为 CPM（Cost Per Mille，即每千次广告展

现的成本)。



(四) 服务模式

广告投放订单通常会有明确的 KPI，公司的价值在于利用大数据技术以及程序化购买技术提升媒介采购效率、优化广告投放效果，在投放金额内，完成客户拟定的各种考核指标。为达成这一目标，需从如下四个方面入手：

获取受众：运营部门根据客户产品的目标消费者进行分析，通过调配组合媒介、人群、地域、历史行为等限制条件，获取与客户目标人群关联度最高的广告受众。

确定出价：在实时竞价的环境中，DSP 基于不同网民的属性进行评估，包括是否出价，出价额度等等，进而以最合理的价格获取与受众的广告展示机会。

投放广告：即成功购入展示机会后，系统根据该用户喜好，为其推荐适合的广告素材，进而引发点击及后续行为。

广告优化：即根据广告投放数据及目标 KPI，系统自动针对目标受众调整出价策略，保证广告效果达成。

以上四方面，均以程序化方式完成，极大程度保证了执行效率，但运营人员会适时进行策略优化，通过灵活调度，最大化达成客户 KPI。

（五）盈利模式

对于大型企业客户，公司根据协议和订单的约定，通过技术投放平台进行广告投放。品友互动利用公司对接的丰富媒体资源、不断提升的算法、持续积累优化的数据和高效的技术系统平台，有效的提高了客户的广告投放效果，取得了收入及利润。广告主给品友订单，约定好相应的结算单位（可以是按点击收费或按照千次曝光收费），品友按照第三方统计的数据实现订单约定的数量（点击量或曝光量），收取客户约定的收费。

对于中小企业客户，客户需要预先缴纳广告费，自行通过公司技术投放平台在系统对接的媒体资源上投放广告。公司根据客户当月的广告投放情况从客户预缴款中扣款并与客户确认营业收入。

六、公司所处行业情况

（一）行业概况

1、行业分类

根据中国证监会公布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订版），公司主营业务属于“互联网和相关服务业”（I64）；根据《国民经济行业分类与代码》（GB/4754-2011），公司所处行业属于“互联网信息服务业”（I6420）。

根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业属于“互联网信息服务业”（I6420）；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处行业属于“互联网软件与服务”（17101010）。

2、行业监管体制、主要法律法规及政策

（1）行业主管部门及监管体制

中华人民共和国工业和信息化部、以及各省、自治区、直辖市设立的通信管理局是互联网信息服务行业的行政主管部门。其中：工业和信息化部主要负责制订互联网信息服务行业的产业政策、产业标准、产业规划，对行业的发展

进行宏观调控，总体把握互联网信息服务内容；各地通信管理局对互联网信息服务业务实施政府监督管理职能。

中国互联网协会以及各地互联网协会是行业的自律性组织，主要作用是组织制定行业规定，维护行业整体利益，实现行业自律；协调行业与政府主管部门的交流与沟通；提高我国互联网技术的应用水平和服务质量，保障国家利益和用户利益；普及网络知识，引导用户健康上网；参与国际交流和有关技术标准的研究；促进我国互联网产业的发展，发挥互联网对我国社会、经济、文化发展和社会主义精神文明建设的积极推动作用。

中华人民共和国国家工商行政管理总局是广告行业的行政主管部门。中国广告协会、中国商务广告协会、中国 4A 协会是主要的广告行业自律组织。

（2）主要法规和政策

①互联网信息服务行业

2000 年 9 月 25 日国务院颁布了《互联网信息服务管理办法》，该办法是中国互联网内容管理的基本法，主要规范互联网信息服务相关主体和行为。2000 年 12 月 28 日，全国人民代表大会常务委员会通过《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》。2001 年 12 月 26 日《电信业务经营许可证管理办法》颁布，规范了电信业务经营许可证的管理。2009 年 3 月 1 日，工信部颁布《电信业务经营许可管理办法》。2006 年 5 月 18 日，国务院颁布《信息网络传播权保护条例》（国务院令 468 号）。

②广告行业

我国的广告业法律法规包括 1982 年国务院颁布的《广告管理暂行条例》、1987 年国务院重新颁布的《广告管理条例》、1995 年 2 月 1 日正式施行的《中华人民共和国广告法》及 2008 年 2 月 9 日中国广告协会第五次会员代表大会审议通过的《中国广告行业自律规则》。

3、行业基本情况

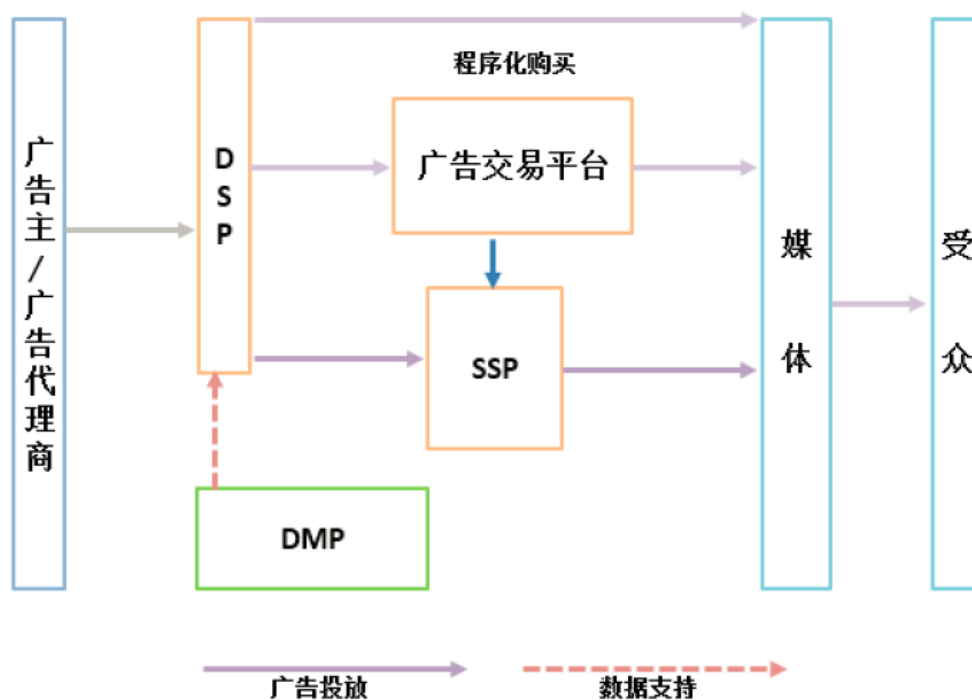
互联网广告是通过互联网广告平台在网络上投放广告。改变了传统广告模式基于广告给消费者留下印象、产生兴趣、形成记忆，最后形成购买行动决策模式，通过多形式的数字广告，给消费者产生广告印象、产生兴趣、搜索了解、购买行动、购物体验分享的决策模式，并使得广告效果可监测。

互联网广告主要分为搜索广告、展示广告及其他广告，展示类广告和搜索类广告是互联网广告的主要形式。其中，展示类广告是指通过图形、视频和文字链等直接展示的广告，具体分为品牌图形广告、富媒体广告、视频贴片广告和文字链广告等形式。

近年来，随着互联网广告的快速发展和需求裂变，基于大数据的程序化广告异军突起。程序化广告改变了传统购买媒体投放方式变成了购买受众的投放方式，将广告主的需求通过数据分析和资源匹配，直接对接受众，提高了互联网广告投放效率，提升了广告管理及投放过程的效率以及广告的价值，不仅让广告主可以根据自身营销诉求选择一种或多种程序化购买方式进行自动化投放，提升广告投放效率；广告投放的时间、空间均不受制约，丰富的媒体资源等优势，更有利于满足广告主的需求。

DSP 通过对各类数据的整合及分析，实现基于受众的高效投放，利用众多媒体资源，帮助广告主进行跨媒介、跨平台、跨终端的广告投放，并对广告投放效果进行实时监测及优化。

DSP 行业的市场主体主要包括广告主或广告代理商、DSP、广告交易平台、DMP、SSP、媒体、用户，DSP 产业链具体如下图所示：



(二) 行业发展现状

互联网广告伴随着信息时代的进步而不断发展，产品的选择、价格的商定、资金的给付都通过网络完成，简而言之就是通过互联网推广、展示或者销售产品、品牌或渠道的一种方式，伴随着“互联网+”国家战略的出台和手机 4G 网络的普及，网络营销迎来新的发展契机。

1、互联网广告的发展历程

我国互联网产业发展已走过了 20 个年头，伴随着互联网的普及和网络经济规模的持续增长，互联网广告在中国经历了以下几个发展阶段：

1) 探索期（1997-2001）

这一阶段，新浪、网易、搜狐等门户网站相继成立并上市。1999 年 4 月中旬，DoubleClick 派员来京，与传立、新浪、搜狐洽谈合作。DoubleClick 进入中国市场，这代表了中国的网络资源已经吸引了国际上的关注，为进军国外资本市场打下了良好的基础。

2) 启动期（2002-2004）

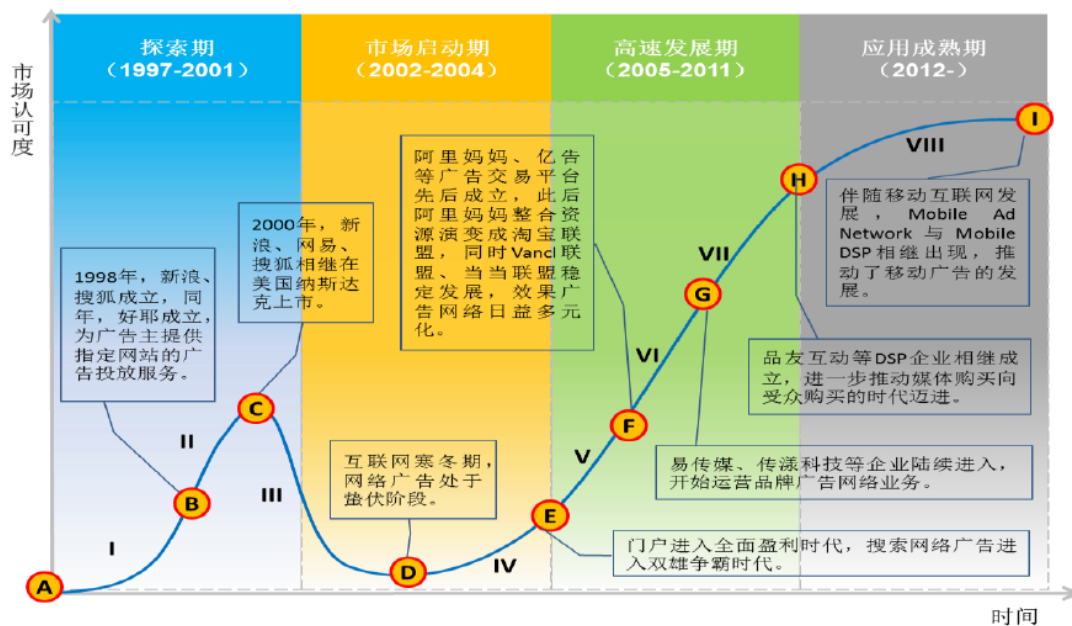
随着互联网环境的改变，数字广告市场也开始稳步增长。数字广告的盈利模式逐渐被市场所认可，中国数字广告市场开始重新启动。

3) 高速发展期（2005-2011）

这一阶段，媒体类型不断丰富，互联网长尾效应凸显，Ad Network 整合媒体资源，实现定向投放效果营销作用凸显。

4) 应用成熟期（2012-）

这一阶段，按受众购买的广告模式以及 RTB 的形式开始出现，DSP 和 Ad Exchange 开始发挥作用，与 Ad Network 共同服务广告主，市场出现新技术和新模式。



资料来源：易观智库

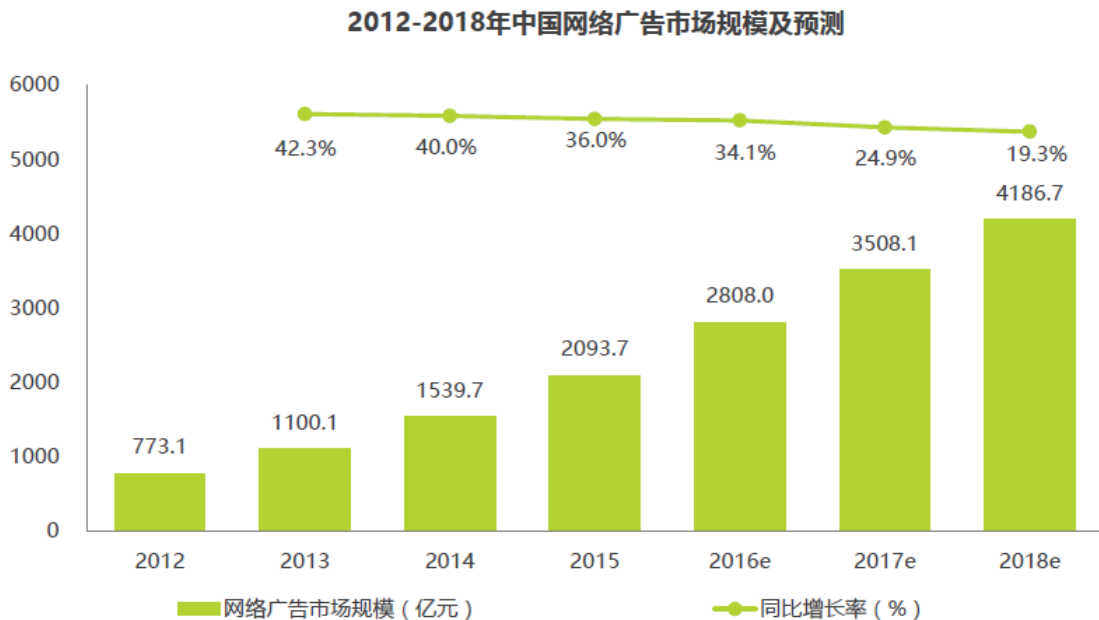
2、中国互联网广告市场规模

由CNNIC发布的《第37次中国互联网发展状况统计报告》数据显示，截至2015年12月，中国网民数量达6.88亿，互联网普及率为50.3%，较2012年底提升2.4个百分点。中国网民规模和互联网普及率如下表所示：



数据来源：CNNIC

根据艾瑞咨询 2015 年度中国数字广告核心数据显示，中国数字广告市场规模达到 2093.7 亿元，同比增长 36.0%，较去年增速有所放缓，但仍保持高位。随着数字广告市场发展不断成熟，未来几年的增速将趋于平稳，预计至 2018 年整体规模有望突破 4000 亿元。

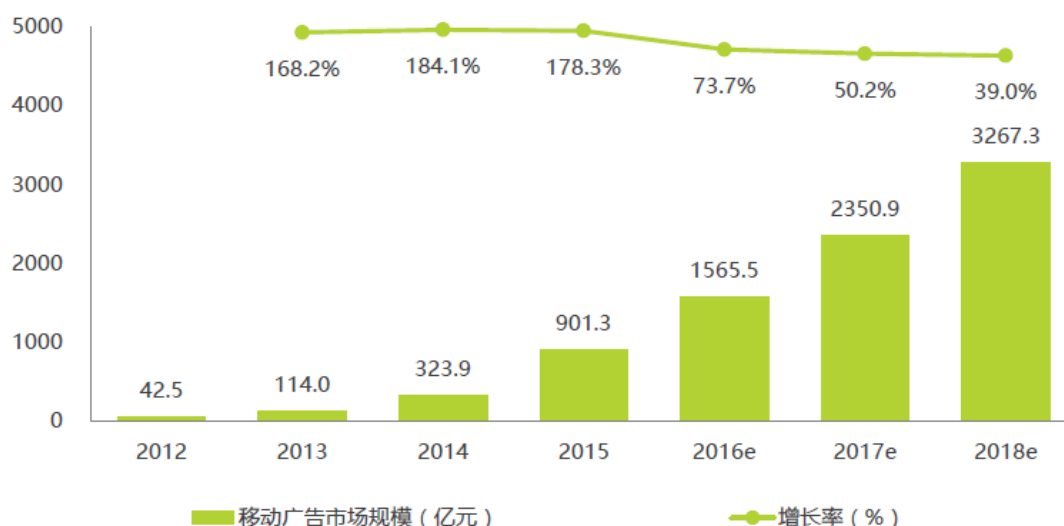


数据来源：iResearch 2016 年中国数字广告年度监测报告

2015 年移动广告市场规模达到 901.3 亿元，同比增长率高达 178.3%，发展势头十分强劲。移动广告的整体市场增速远远高于数字广告市场增速。预计到

2018年，中国移动广告市场规模将突破3000亿。智能终端设备的普及、用户数量的不断增加以及移动广告平台的不断涌现是促进整体市场发展的动力所在。

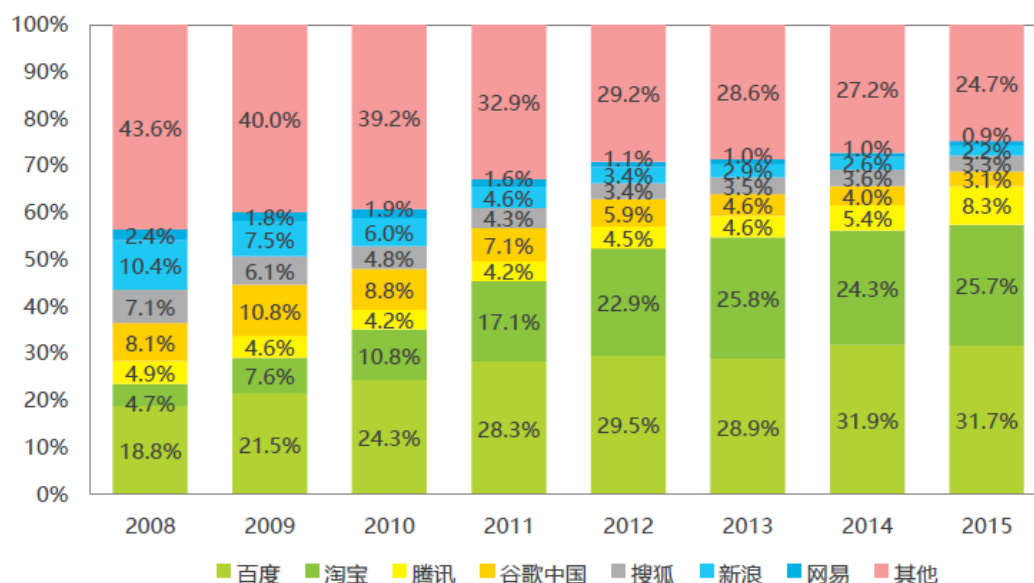
2012-2018年中国移动广告市场规模及预测



数据来源：iResearch 2016 年中国数字广告年度监测报告

近年来，中国互联网广告市场集中度有所上升，随着百度、淘宝、谷歌、腾讯等大型广告主的不断发展，小广告商受到一定程度挤压，市场集中度加剧。但整体来看，零散广告位带来的广告收益占比仍达到市场份额的25%。

2008-2015年中国网络广告市场核心媒体广告收入结构



数据来源：iResearch 2016 年中国数字广告年度监测报告

除了百度、淘宝等大型互联网广告商外，我国从事互联网广告投放和营销推广的公司有数千家，大多数企业规模不大，公司凭借多年的经验积累形成了较高的技术能力，并拥有了丰富的优质客户和媒体资源，形成了自身独特的盈利模式，盈利能力高于行业平均水平。

3、程序化购买对于数字广告意义

从程序化广告引入中国至今，程序化购买的价值已经被市场广泛接受并认同。程序化购买通过大数据分析提升广告信息传播效率，满足媒体、广告主、用户各方的需求，对于数字广告市场具有重大的意义。

(1) 行业分工细化，市场角色增多，市场朝专业化的方向发展

程序化购买广告通过数据挖掘，激活展示广告单位流量的价值，让广告投放更加精细化。同时投放的精细化推动市场各环节专业性提升和分工细化。流量管理优化、广告创意优化、广告交易平台、广告智能投放、私有交易服务、移动端程序化购买服务等功能分工逐渐明晰，通过技术和服务作为开展市场活动的基础，广告代理公司和媒体在拥抱程序化购买广告市场的过程中，也通过自身的在广告行业的优势，找到自身在程序化购买广告市场中的定位，市场整体规模快速增长。

(2) 程序化购买提升广告投放投放效率

对广告主而言，程序化购买通过数据的力量将合适的广告更高效的推送给用户，减少了广告预算浪费的情况，一定程度上满足了广告主高效投放广告的需求。同时数字化带来的自动化投放、广告自助式管理功能，有助于广告主对广告投放的实时把控，对投放计划实时作出调整，从时间和空间上控制广告投放节奏，投放过程的效率得到提高。

(3) 帮助媒体增加流量变现能力，挖掘流量价值

对于媒体而言，程序化购买广告通过对用户个体的挖掘，找到合适的广告内容进行展示，发挥每一次广告请求的营销价值。基于私有交易和 RTB 的双重

交易模式，让媒体在程序化购买的过程当中获得更多的主导权，对自身流量的价值评估选择适合自己的交易方式。

(4) 支持私有交易和实时竞价在内的多种模式，兼顾市场各方利益，激发市场活力

不同的程序化购买方式能够覆盖广告主不同方面的需求，广告主可以根据自身的营销诉求来选择一种或几种合适的程序化购买方式，以从中获得最大的益处。基于竞价的程序化购买方式即 RTB 的方式更适用于效果广告主的需求，而私有交易中 PDB 私有程序化购买、PD 优先交易、PA 私有竞价则更适用于品牌广告主。实时购买竞价方式拥有快速、高效、灵活等特点，尤其是在公开竞价的方式下，广告位的价格相对低廉，能够较好的满足效果广告主对于 ROI 的追求。PD 优先交易和 PA 私有竞价方式能带来一些相比公开竞价更优质的媒体资源。基于定价的程序化购买方式广告位价格相对更高，但媒体资源的质量相对竞价方式购买的媒体资源更有保障，尤其是通过 PDB 私有程序化购买的广告位，对于广告主而言在媒体端拥有与传统投放方式相同的优先级，不改变原有的广告投放链条，能够更好的满足品牌广告主的需求。

媒体在通过程序化购买的方式售卖库存时，对于不同的交易方式会设定不同的优先级。由于事先拥有协议，通过程序化预定进行购买的买方会拥有最高的优先级。通常情况下，进行优先购买的买方会具有高于竞价方式的优先级，而参与受邀竞价的买方优先级则高于公开竞价的买方。在实际操作过程中，通过事先约定的方式，DSP 服务商与媒体达成交易，确保能够为广告主保证优质媒体的前提下实现受众购买。

4、中国程序化购买产业简析

随着数字广告市场发展，广告流量飞速增长。广告主在面临海量广告资源选择时，对广告的投放效率提出更高的要求，广告主需求与传统的媒体排期广告投放模式形成矛盾，因而程序化购买模式作为代表数字营销领域规模化、效率化、程序化趋势的新营销方式应运而生。

程序化购买模式通常使用一个自动化、程序化平台去购买广告展示，程序化购买按照交易是否公开可以分为公开交易和私有交易，公开交易主要以 RTB 实时竞价模式；私有交易主要包括三种竞价方式：PDB 私有程序化购买、PD 优先交易、PA 私有竞价，区别在于是否竞价以及广告位是否预留。相对于传统网络媒体广告购买模式，程序化购买在每一次展示机会下，根据用户数据分析的用户触媒场景解读，将适合当下展示的广告内容传递给用户，避免无效的广告传播所产生的广告费用，提升广告预算的回报；与媒体而言，将广告位以及广告位身后的用户找到相匹配的广告主，有助于媒体将用户价值最大化转化为广告收益。对于消费者，看到适合自身的广告内容，避免被无用的广告打扰，提升触媒体验。

程序化购买通过广泛的对接广告资源和算法自动产生广告投放动作，避免了传统广告资源采买的低效率，节省人力。同时在投放环节也需要人为介入到算法优化和针对性的投放策略制定，才能形成广告投放效果的不断提升。

（1）程序化购买发展历程

1) 探索期（2010-2011）

国内数字广告服务商受到国外程序化广告的冲击与启蒙，开始在中国数字营销市场部署程序化购买。阿里妈妈于 2011 年 9 月正式对外发布 Tanx 营销平台，随后 Google 正式宣布在中国推出 DoubleClick Ad Exchange 广告交易平台，加入到了中国程序化购买发展大潮中。2012 年，品友互动发布中国第一个具备实时竞价能力的 DSP 系统。随后，腾讯、新浪、盛大、秒针和优酷土豆、百度等广告交易平台纷纷涌现，Ad Exchange 的兴起为中国程序化购买的快速发展奠定了基础。2012 年是中国 DSP 市场快速崛起的一年，众多 DSP 产品上线并开始尝试多元化布局，进入 2013 年，DSP 投放技术趋于成熟，市场反应激烈。

2) 市场启动期（2012-2014）

品牌广告主开始重视程序化购买，服务商开始搭建私有程序化购买服务平台。广告主买断的私有资源实现程序化购买，这对优质广告主来说既保留了其

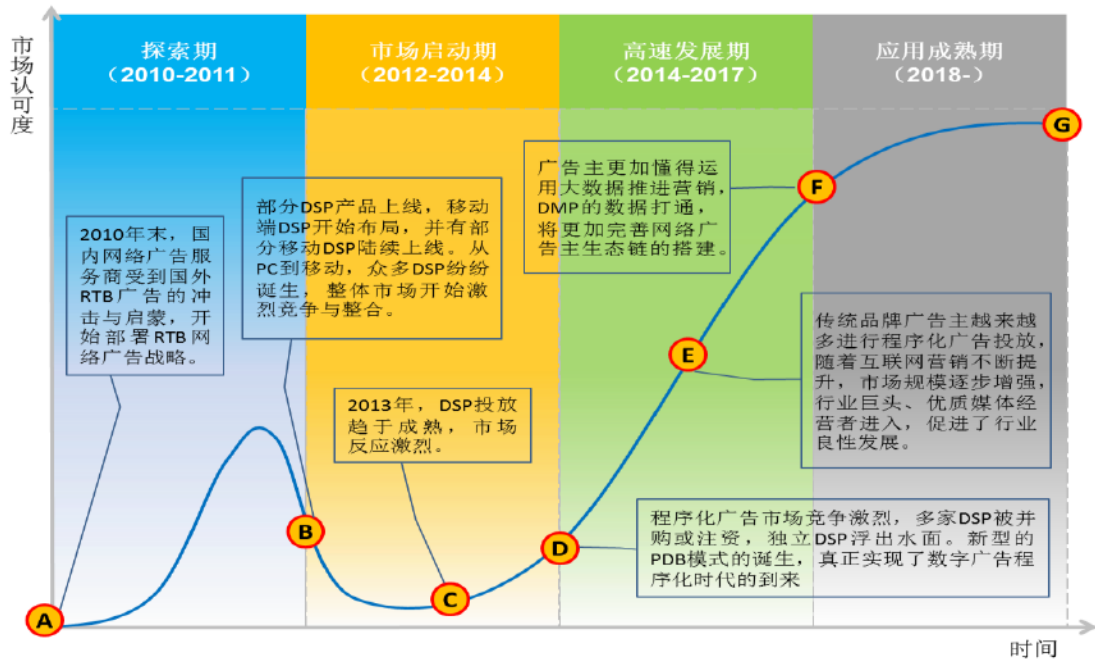
专属广告位的排他性优势，又保证了广告内容的个性化展示和投放频次的综合性控制，还能够对广告预算进行智能分配，大大避免了广告费的浪费。在此需求趋势下，程序化购买服务商开始针对性的推出私有程序化购买的服务团队及平台。

3) 高速发展期（2014-2017）

视频 DSP 加速成长，视频播放平台及 DSP 厂商准备就绪。PC 端 DSP 的发展，为视频 DSP 的发展提供了技术和经验支持，视频平台不仅有前贴片、暂停广告等多样的广告形式，还能满足全网频次控制、人群和地域定向、智能优化投放等需求，最重要的是大量互联网用户在视频端聚集，广告主在视频平台的广告投入加大。

4) 应用成熟期（2018-）

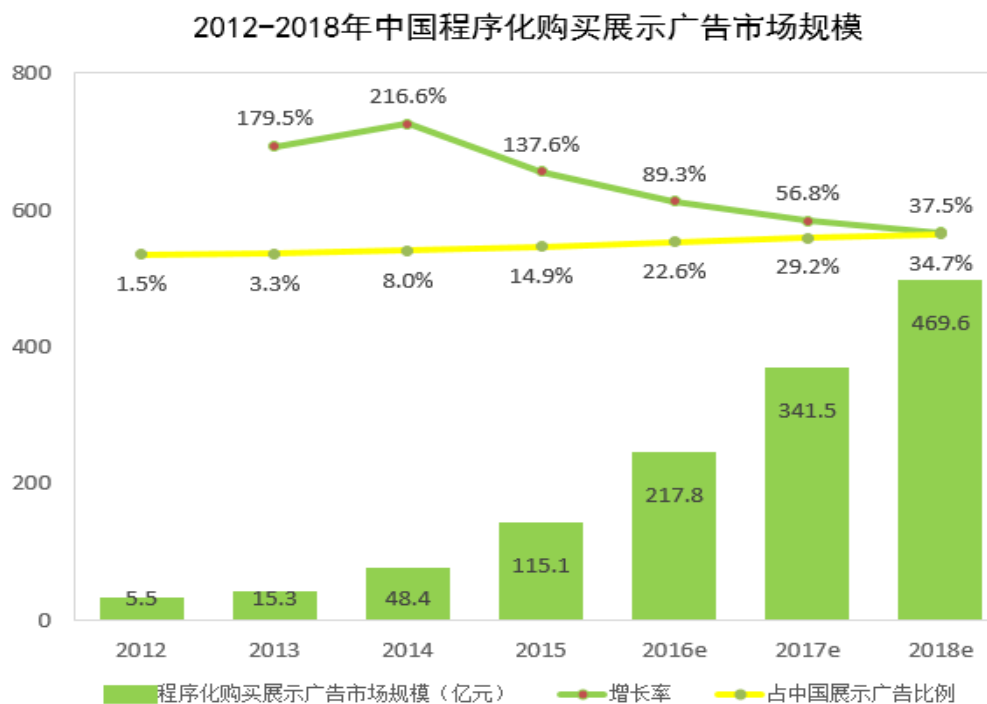
移动端程序化购买逐渐凸显。随着移动流量的激增以及广告主预算向移动端不断倾斜，如何在移动上进行程序化购买逐渐成为行业关注的重点之一。移动端用户的行为更为多样，广告定位和投放的难度较 PC 端更大，而且第三方 DMP、Data Exchange 等环节发展尚不成熟，未来随着经验的积累和投入的加大，广告主会更广泛地在 PC 和移动多屏进行程序化广告投放，尤其是在 PC 端已经日益成熟的基础上，移动程序化购买会逐渐走向标准化。



资料来源：易观智库

(2) 程序化购买市场规模

根据艾瑞咨询的统计数据显示，2015年，中国DSP展示广告市场规模达到115.1亿元，增长率为137.6%，占到中国展示广告整体的14.9%。艾瑞咨询预测到2018年，中国DSP市场整体规模将达到469.6亿元，占中国展示广告市场的比例将达到34.7%。艾瑞咨询认为，当前中国程序化广告市场正处于快速成长期，其2015年的高速增长一方面是由于RTB市场的高速增长，另一方面是受到非RTB的程序化购买方式以及视频广告程序化购买的推动。

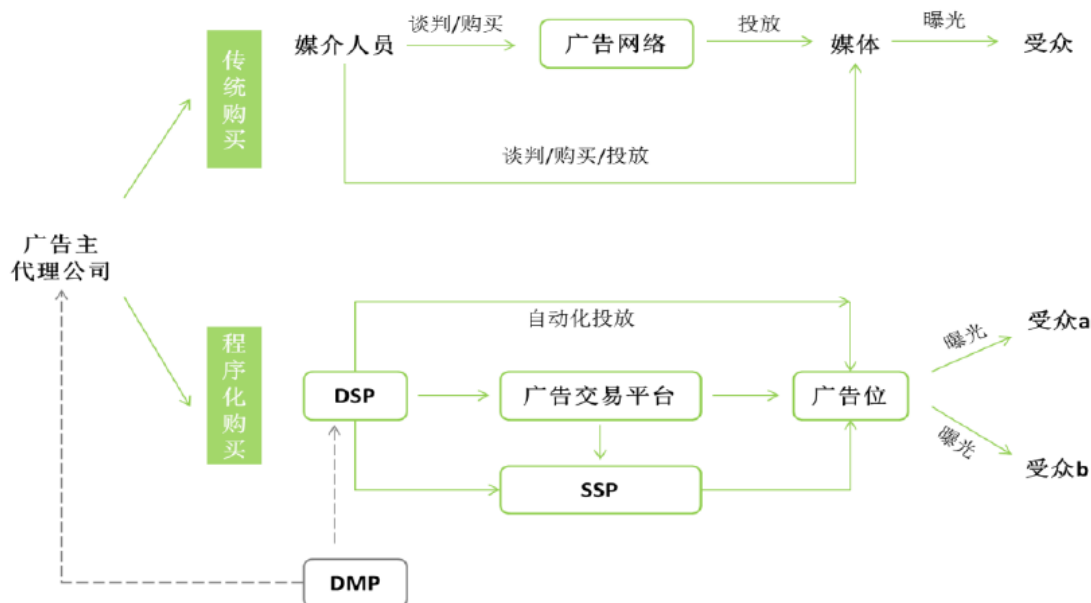


数据来源：iResearch 2015 年中国 DSP 行业发展研究报告

(3) 程序化购买产业链分析

相较于传统的数字广告产业链，程序化购买产业链上出现的新角色主要包括需求方平台（DSP）、公开/私有广告交易平台（open/private AdExchange）、私有交易市场（PMP）、供应方平台（SSP）、数据管理平台（DMP）以及一些其它的角色如数据交易平台（DataExchange）、基础技术即服务（IaaS）提供商等。

程序化购买与传统购买方式对比如下：



在经历了近几年的发展，整个程序化广告产业链逐步完善，市场明显扩大，其中需求方平台数量逐步扩大，扩展性 DSP 平台数量也逐步提升，除了公开交易市场的持续活跃，私有市场的程序化购买也正式开启，进一步助力数字广告的智能。BAT 巨头对于移动流量也将持有越来越开放的态度，移动程序化市场也正在逐渐的完善中，移动程序化市场持续升温，跨屏程序化将成为趋势。未来两到三年程序化购买市场生态圈会日趋完善。

（三）行业竞争格局

1、公司行业地位简述

与传统广告行业内的市场竞争格局不同，互联网媒体的政策管制相对宽松，互联网广告领域内的市场竞争较为充分，市场准入门槛相对较低，同时由于互联网媒体的类型和数量巨大，大大小小的互联网广告公司可生存的空间相对宽泛，因此导致互联网广告领域的从业企业数量相对较多，行业集中度相对较低。

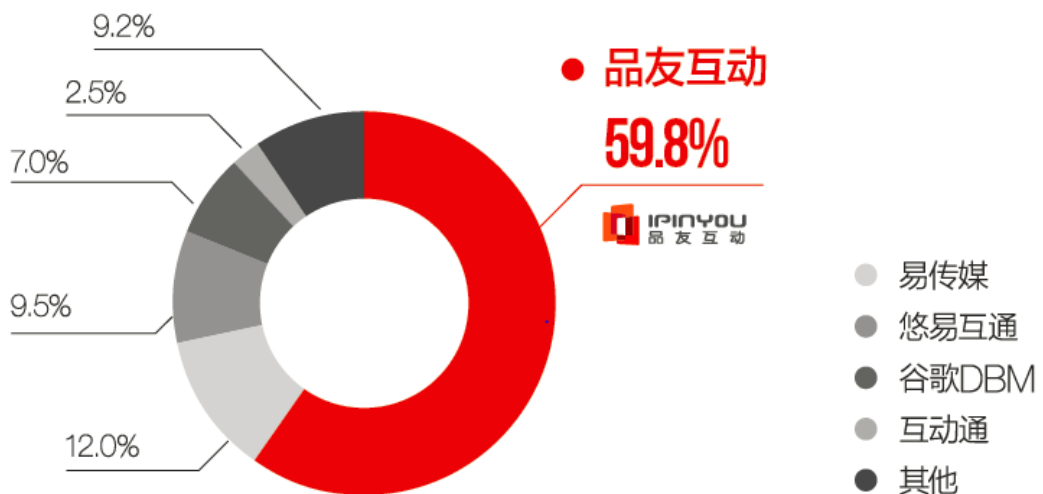
但是，由于互联网媒体资源具有非稀缺性，导致互联网广告公司所面临的市场竞争格局远较传统媒体领域更为复杂，对致力于发展成为行业龙头的互联网广告领先企业而言，既要深刻理解互联网媒体的特性，熟悉互联网用户的行

为习惯、思维方式，准确把握行业和技术发展趋势，又要拥有为客户提供广告服务的能力。

随着业内优秀企业的不断成长、壮大，互联网广告领域内的领先企业与大量弱势企业之间的差距已经拉开，未来行业领先企业将在立足于内涵式发展的基础上，不断扩大自身业务规模，同时也会通过外延式扩张扩大市场份额，即互联网广告领域的行业整合将不可避免，行业集中度也会随行业整合的日渐深入而不断提高。

品友互动拥有提供数字化广告的大数据智能技术和平台，以帮助广告主和广告公司实现投放效率和效果最大化。公司拥有约两百人的数据、算法和系统研发技术团队，近千台服务器，在数据积累、数据优化、算法优化、系统研发等方面都处于行业领先地位。近年来，品友互动荣获各项重要奖项，其中包括广告行业大奖、第三方杂志或调研机构大奖以及政府颁发的各项奖项。

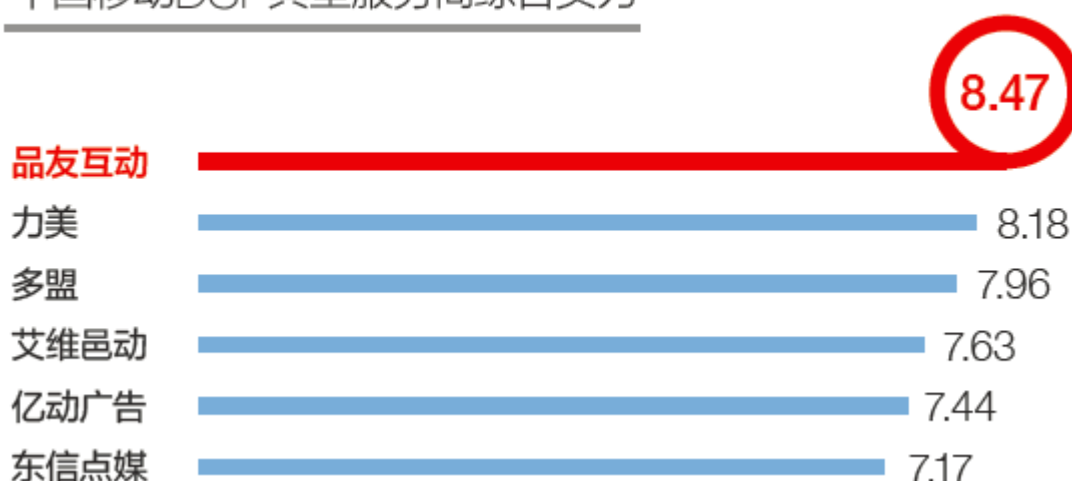
公司主要服务的客户包括中国上千个横跨快销品，汽车，金融，电信，电商等多个行业的领导品牌企业，同时也服务几千个区域品牌和本地公司。易观国际《2015 中国程序化购买广告市场专题研究报告》中，根据 2014 年针对全球 4A 代理公司下设数字营销机构 Trading Desk 的抽样调研，品友在 2014 年中国品牌程序化购买市场中公司的收入份额为 59.8%，位列行业第一。



数据来源：易观国际《2015 中国程序化购买广告市场专题研究报告》

品友互动在移动端发力最早，在 2012 年就率先对接谷歌的移动交易平台，并广泛对接了包括广点通、今日头条、各大视频网站的移动端资源，在 2015 年开始又利用自己常年积累的大数据技术和人群建模技术，在移动端建立独特的数据资源，并和运营商进行深入合作。如 2015 年以来，移动端收入已经接近公司 DSP 业务收入的一半。在移动端，品友互动凭借行业经验丰富，在市场中也长期处于领先地位，在资源、技术及行业经验维度下优势显著。品友在易观国际出具的《2015 中国移动广告 DSP 市场专题研究报告》中的综合评分高于其他典型厂商，在 2015 年移动 DSP 综合实力排行榜中位列第一名。

中国移动DSP典型服务商综合实力



2、公司竞争优势

(1) 技术优势

公司自设立以来，一直专注于程序化购买领域的技术研究，始终秉承积极创新的经营理念，密切关注行业生态的发展动态与市场的需求变动，在程序化购买领域，尤其是 DSP 平台服务领域积累了雄厚的技术基础，公司拥有国际顶级的数据科学算法团队，建立了较为完整的互联网广告架构，可以高效率地为客户提供一站式服务内容，包括互联网数据挖掘及策略制定、广告投放、媒介购买、效果监测及投放优化服务，逐渐奠定了公司在行业的领先地位。

(2) 流量优势

公司的互联网媒介资源具有渠道优势和资源整合优势。公司非常注重与优质互联网媒介保持稳定和持续的战略合作，在媒介购买过程中具有渠道优势。同时，公司积极加强资源的整合，开发出与部分互联网媒介进行对接的技术平台，形成庞大的媒介资源监控及采集数据库。公司的媒体渠道涵盖了国内主流的互联网平台，包括谷歌、腾讯、淘宝、百度、优酷、土豆、爱奇艺等诸多媒体资源，对接的国内广告曝光数超过220亿/天。同时公司还拥有8.9亿日均活跃Cookies。

（3）数据处理优势

公司拥有自主研发的大数据算法技术，数据处理能力居于行业第一梯队。公司利用六大维度、6,000+行为标签立体洞察用户属性，升级算法去预测用户的行动力（算法分析未来行动力指标+算法实时动态推荐），同时公司自主研发的人群分析模型与广告优化算法，获得国家专利保护。

（4）经验优势

作为行业内的先驱，公司于2012年推出第一个真正意义上也是最大的DSP平台，完成了流量特征学习、运营优化经验、行业数据、人群数据等方面的原始积累。公司主要服务的客户包括中国上千个横跨快销品，汽车，金融，电信，电商等多个行业的领导品牌企业，同时也服务几千个区域品牌和本地公司。根据2014年针对全球4A代理公司下设数字营销机构Trading Desk的抽样调研，在2014年中国品牌程序化购买市场中公司的收入份额为59.8%，位列行业第一。公司的经验优势使得公司在行业内一直保持领先地位。

3、公司竞争劣势

（1）公司运营管理仍需精细化

公司自成立以来，一直将工作重点放在产品研发与市场开拓上，内部运营管理制度上还需不断完善，从而能够更有效的利用现有的资源，增强竞争力，迎接挑战。公司未来将进行组织结构优化调整，提升组织效能，为建立高效组织结构奠定基础。

（四）行业进入壁垒

1、技术壁垒

大数据数字营销需要运用大量的高新技术，例如海量用户识别与行为监测、数据仓储与挖掘分析、RTB 等技术，这些技术都具有很高的门槛。大数据管理平台的技术需要覆盖数据采集、分析、处理和应用等各方面，需要重金投入建设 DMP、DSP 投放平台以及突破多项关键技术，这需要长时间的数据积累和经验积累。在大数据营销领域，对技术的了解、掌握、应用是重要的竞争因素，因此互联网领域的新技术研发及相关技术运用能力成为大数据营销行业突出的壁垒。

2、行业资源壁垒

互联网广告行业的主要资源包括流量资源、广告主资源和数据资源。在互联网时代，流量为王，雄厚的广告主资源可以让企业蓬勃发展，而丰富的数据资源决定了大数据营销的高效性。许多先进入该领域的企业，掌握了大量的广告主、流量、数据资源，形成了综合的竞争优势，相应的就会有强势的产业地位。

3、人才壁垒

互联网营销要求从业人员既要熟悉传统的营销理论、经验、方法，又要对互联网技术、互联网媒体具有深刻理解，同时还要对互联网用户的行为模式、生活习惯、心理特征等有深入了解。而由于互联网营销的发展历程整体较短，加之上述各种因素影响，整体上互联网营销专业人才一直处于较为紧缺的状态。在这一点上，介入互联网营销领域较早，具有长期行业经验积累的优秀公司具有一定的比较优势。

4、资金壁垒

互联网营销产业的产品研发及服务运营需要大量的资金投入，企业在营销平台、软硬件、研发团队建设、服务器及带宽租赁以及市场营销推广等方面均需要千万级以上的资金投入水平以实现产业的规模化，因此对市场新进入者形成了较高的资金壁垒。

（五）行业的基本风险特征

1、技术升级风险

DSP 行业公司属于技术密集型行业，与投放相关的大数据分析、投放平台系统、优化系统、人群定位等技术很大程度地决定了一家公司的竞争力。若 DSP 行业的公司不能及时实现技术的升级则将在竞争中处于劣势。

2、产业政策变化风险

基于大数据技术的数字营销服务行业属于新兴行业。国家出台了包括《产业结构调整指导目录（2011 年本）》、《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》、《关于加快发展服务业的若干政策措施的实施意见》等在内的一系列产业政策，对行业给予支持和鼓励。若未来产业政策发生变化，则可能对行业的发展有一定的风险。

3、人员流失的风险

互联网行业属于知识密集型行业，产品研发和技术创新依赖于核心技术人员和关键管理人员，随着公司业务的迅速发展，对具有丰富经验的高端人才需求增大，人才竞争日益激烈。能否维持技术人员队伍的稳定并不断吸引优秀人才的加盟是公司能否在行业内保持现有市场地位和是否具有持续发展能力的关键。虽然公司十分重视核心技术人员成长和激励，对于核心技术人员进行报酬、股权等激励，并提供良好的培训机会及积极进取的文化和工作氛围。但如

果未来公司核心的技术、管理、营销服务人才流失，将会对公司产生不利影响。

4、行业标准风险

由于程序化购买市场发展迅速，整体市场的规范性尚未得到完全统一，包括广告位的尺寸标准，广告接口的技术标准等，导致市场发展初期存在野蛮生长、良莠不齐的现象。对此，业内也在不断推动相关广告标准的建立。2015年，MMA中国无线营销联盟发布了《移动程序化实时竞价协议标准》、《移动程序化直购标准 V1.0》、《移动程序化数据互通标准》等行业标准，对移动程序化实时竞价、移动程序化直购、移动程序化数据互通所涉及的行业术语、实施模式、商务流程、技术接口、数据标准、数据分类等方面进行了全方位的规范，尤其是对移动程序化的技术接口进行了统一的标准的规定，提升了各方对接的效率，推动了行业的整体发展。但是，随着程序化购买行业的迅猛发展，如果行业标准不能进一步随之完善，则会使程序化购买行业难以健康持续的发展。

第三节 公司治理

一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

股份公司成立后，公司建立了股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的治理机构，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等制度，对三会的权力范围、成员资格、召开、表决程序等事项进行了进一步的规定。目前公司已形成比较科学和规范的法人治理制度。

截至本说明书签署日，董事会设5名董事、监事会设3名监事，其中1名职工代表监事。

（一）股东大会

股东大会作为公司的权利机构，依法履行了《公司法》、《公司章程》所赋予的权利和义务，并制订了《股东大会议事规则》、《对外担保制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易管理办法》。公司股东大会决定公司经营方针和投资计划，审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案，审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案、公司增加或者减少注册资本等。涉及关联交易的，关联股东实行回避制度。

公司自整体变更设立股份有限公司以来，股东大会对公司的章程制订与修改、董事和监事的选举、公司重大规章制度制订和修改、申请公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌转让等重大事项的决策均作出了有效决议。

（二）董事会

公司董事会是股东大会的执行机构，严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权力。公司董事会制订了《总经理工作细则》、《内部审计制度》、《控股子公司管理制度》、《投资者关系管理制度》、《董事会秘书工作细则》、《信息披露制度》。公司董事负责决定公司的经营计划和投资方案；制订公司的年度财务预算和决算方案；制订公司的利润分配方案和弥补亏损方

案；制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；聘任总经理、董事会秘书；制订公司的基本管理制度等。

公司自整体变更设立股份有限公司以来，除审议日常事项外，对任命公司高级管理人员任命、设置内部机构的、制订基本管理制度、修改公司章程等事项进行审议并作出了有效决议；同时，对需要股东大会审议的事项提交股东大会审议决定，切实发挥了董事会的作用。

（三）监事会

公司监事会是公司内部的专职监督机构，对股东大会负责。监事会规范运作，严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权力。监事会由三名监事组成，其中除职工代表一人由公司职工代表大会选举产生外，其余两名由公司股东大会选举产生。公司监事会设监事会主席一名。

公司自整体变更设立股份有限公司以来，选举了监事会主席，在促进公司治理完善等方面发挥了重要作用。

公司股东大会、董事会、监事会的成员符合《公司法》的任职要求，独立、勤勉、诚信地履行职责及义务，按时按期参加会议并参与决策事项讨论与决策，促进公司的良好发展。公司整体变更设立股份有限公司以来的历次股东大会、董事会、监事会的召开、决议内容及签署符合有关法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，合法、合规、真实、有效。公司股东大会、董事会、监事会制度的规范运行情况良好。

二、公司投资者权益保护情况

公司根据《公司法》、《证券法》、《非上市公众公司监督管理办法》、《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则（试行）》等有关法律法规的规定，制订了“三会”议事规则、《北京品友互动信息技术股份公司投资者关系管理制度》、《北京品友互动信息技术股份公司信息披露管理制度》等重大保护公司投资者权益的规章制度，明确了股东大会、董事会、监事会及管理层的权责范

围和工作程序，确保及时、准确履行信息披露义务，保护公司、股东、债权人及其他利益相关人的合法权益，进一步完善公司法人治理结构，加强和规范公司与投资者之间的信息沟通，促进投资者对公司的了解与认同，实现公司价值与股东利益最大化。

同时，公司还制订了《北京品友互动信息技术股份公司对外担保管理制度》、《北京品友互动信息技术股份公司对外投资管理制度》、《北京品友互动信息技术股份公司关联交易管理制度》、《北京品友互动信息技术股份公司投资者关系管理制度》、《北京品友互动信息技术股份公司信息披露管理制度》、《北京品友互动信息技术股份公司资金管理制度》、《北京品友互动信息技术股份公司总经理工作细则》等规章制度，涵盖了投资者关系管理、财务管理、风险控制等内部控制管理，形成了规范的管理体系。

公司董事会认为，公司制订内部控制制度以来，各项制度均得到有效的执行，对于公司加强管理、规范运行、提高经济效益及保护投资者的权益等方面起到了积极有效的作用。

三、公司及控股股东、实际控制人报告期内违法违规情况

截至本说明书签署日，公司最近 24 个月内经营活动合法合规，不存在因经营行为违反法律、行政法规以及其他规范性文件受到刑事处罚的情形；未因违法经营而被工商、税务、社保、环保、质检等部门处罚。公司、控股股东及实际控制人最近 24 个月内不存在重大违法违规行为。

四、公司及控股股东、实际控制人报告期内诉讼仲裁情况

截至本说明书签署日，公司不存在尚未了结的或可预见的、对公司生产经营造成实质性影响的重大诉讼、仲裁案件。

截至本说明书签署日，持有公司 5% 以上股份的股东不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件。

根据品友互动的说明以及品友互动、天津优驰取得的工商、税务、社会保险、住房公积金等主管政府部门出具的合规证明并经主办券商项目组登陆全国企业信用信息公示系统、中国裁判文书网（www.court.gov.cn/zgcpwsw）、全国法院被执行人信息查询网站（<http://zhixing.court.gov.cn/search/>）等公开网站进行适当核查，截至本说明书出具之日，品友互动、天津优驰不存在正在进行、可能影响其持续经营的其他重大诉讼、仲裁案件或因违反法律法规而受到重大行政处罚的情形。

根据品友互动控股股东及实际控制人出具的说明并经主办券商项目组登陆中国裁判文书网（www.court.gov.cn/zgcpwsw）、全国法院被执行人信息查询网站（<http://zhixing.court.gov.cn/search/>）等公开网站进行适当核查，品友互动控股股东及实际控制人不存在正在进行的重大诉讼、仲裁或行政处罚。

五、公司分开情况

公司在业务、资产、人员、财务、机构等方面均独立于控股股东及其控制的其他企业，具有独立完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

（一）业务分开

公司拥有独立完整的采购体系、研发体系、销售体系、运营维护体系，具有独立开展业务和面向市场自主经营的能力，不存在依赖于公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的情形。公司控股股东、实际控制人控制的其他企业中并无正在经营中的与公司存在同业竞争情形的其他企业。

（二）资产分开

公司发起人及股东的历次出资均经过验资，公司资产产权清晰。公司拥有独立、完整且与日常生产经营相关的无形资产、固定资产等资产，公司资产权属清晰，并独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。公司具备与经营有关的办公设备、配套设施，合法拥有与经营有关的机器设备、软件著作权

等。报告期末，公司不存在资产、资金被控股股东占用而损害公司利益的情况。

（三）人员分开

公司的董事、监事和高级管理人员均通过合法程序产生，不存在超越或干预公司董事会和股东大会已作出的人事任免决定的情形。截至本说明书签署日，除在本说明书“第三节 公司治理”之“八、董事、监事、高级管理人员”之“（四）董事、监事、高级管理人员的兼职情况”披露情况外，公司的总经理、副总经理和董事会秘书、财务总监等高级管理人员均未在公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他有效存续的企业中担任除董事、监事以外的其他职务，且未在公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员也未在公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职或领薪。

（四）财务分开

公司设立了独立的财务部门，配备了专职的财务会计人员，并已建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度；公司独立设立银行基本账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况，公司的财务人员也未在公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职或领薪；公司在税务机关进行税务登记并依法独立进行纳税申报和履行纳税义务。

（五）机构分开

公司根据经营发展的需要，建立了符合公司实际情况的独立、完整的组织机构，各机构根据《公司章程》和相关规章独立行使职权。公司设有股东大会、董事会、监事会等机构，各机构均独立于控股股东和其他股东。公司的经营和办公场所与股东单位分开，不存在混合经营、合署办公的情形。

六、同业竞争

(一) 同业竞争情况

由控股股东及实际控制人控制的除公司以外其他企业的情况如下：

公司名称	注册资本	经营范围	持股比例
Intelligence	5 万美元	-	100% ¹
IPINYOU INC.	10 万美元	-	100% ²
驰友旺辉	200 万元人民币	资产管理和咨询(金融性资产管理除外)	50%
品友传奇	200 万元人民币	资产管理和咨询(金融性资产管理除外)	50%
优驰赫韬	200 万元人民币	资产管理和咨询(金融性资产管理除外)	50%
优品互通	200 万元人民币	资产管理和咨询(金融性资产管理除外)	50%

注 1：红筹架构搭建时，黄晓南在英属维尔京群岛设立的 BVI 公司，持股 100%，正在办理注销过程中。

注 2：2016 年 1 月 27 日，黄晓南在美国华盛顿州西雅图成立，持有 7,000,000 股，持股 100%，目前正在与品友互动办理股转转让手续，办理结束后将成为品友互动子公司。

实际控制人控制的其他企业中并无正在经营中的与公司存在同业竞争的情形。

(二) 避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，公司控股股东、实际控制人黄晓南及其一致行动人谢鹏承诺如下：

1、除品友互动及其下属控股公司之外，本人/本公司及本人/本公司直接或间接控制的其他公司或者企业目前没有直接或间接地从事任何与品友互动所从事的业务构成同业竞争的业务活动。

2、本人/本公司承诺，将不会直接或间接地以任何方式（包括但不限于独资、合资、合作、合伙或联营）参与或进行与品友互动所从事的业务有实际性竞争或可能有实际性竞争的业务活动。

3、如果本人/本公司及本人/本公司直接或间接控制的其他公司或者企业从任何第三者获得的任何商业机会与品友互动所从事的业务有实际性竞争或可能有实际性竞争，则本人/本公司将立即通知品友互动，并保证将该商业机会让与品友互动。

4、本人/本公司及本人/本公司直接或间接控制的其他公司或者企业如违反上述声明、承诺与保证，本人/本公司愿向品友互动承担相应的经济赔偿责任。

5、本声明、承诺与保证将持续有效，直至本人/本公司不再构成品友互动的实际控制人、控股股东或其一致行动人为止。

6、本声明、承诺与保证可被视为对品友互动及其他各位股东、董事、监事、高级管理人员共同及/或分别作出的声明、承诺与保证。

据此，公司控股股东、实际控制人已经采取措施防止因同业竞争可能对公司造成的不利影响。

七、公司报告期内资金占用和对外担保情况

（一）资金占用和对外担保情况

1、资金占用情况

报告期内，公司与公司股东黄晓南、谢鹏、王枫、沈学华、香港品友存在资金往来的情况，具体关联方资金往来情况详见本说明书“第四节公司财务”之“七、关联方、关联方关系及关联交易”之“（二）报告期的关联交易”。

截至本说明书签署日，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。

2、对外担保情况

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担保情况。

（二）公司为防止股东及其关联方占用或转移公司资金采取的具体安排

为健全公司治理结构，2015年10月20日，公司召开股东大会制订《公司章程》，审议并批准制定《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《投资者关系管理制度》《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规

则》，进一步明确规定了关联交易、对外担保、对外投资等相关内容，以防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生。

其中，公司《对外担保管理制度》明确指出“为了维护投资者的利益，规范北京品友互动信息技术股份公司（以下简称“公司”或“本公司”）的对外担保行为，控制公司资产运营风险，促进公司健康稳定地发展。”；“公司可以为具有独立法人资格且具有下列条件之一的单位担保：（一）因公司业务需要的互保单位；（二）与公司有现实或潜在重要业务关系的单位；（三）控股子公司。以上单位必须同时具有较强偿债能力。虽不符合前款所列条件，但公司认为需要发展与其业务往来和合作关系的单位，且担保风险较小的，经公司董事会或经股东大会审议通过后，可以为其提供担保。”；“公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：（一）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50% 以后提供的任何担保；（二）连续十二个月内公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30% 以后提供的任何担保；（三）连续十二个月内公司的对外担保总额超过公司最近一期经审计净资产的 50% 且绝对金额超过 3,000 万元；（四）为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；（五）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10% 的担保；（六）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。应由股东大会审批的对外担保，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审批。”

《股东大会议事规则》明确指出“股东大会对下列事项进行审议，并作出决议：（一）决定公司的经营方针和投资计划；（二）选举和更换非由职工代表担任的董事和非由职工代表担任的监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（三）审议批准董事会报告；（四）审议批准监事会报告；（五）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（六）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（七）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（八）对发行公司债券作出决议；（九）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（十）修改《公司章程》；（十一）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；（十二）审议批准《公司章程》第四十条规定的担保事项；（十三）审议批准《公司章程》第四十一条规定的交易事项；（十四）审议公司在一年内购买、出售重大

资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；（十五）审议公司与关联方发生的除日常性关联交易之外的其他关联交易；（十六）审议公司与关联方发生的交易（获赠现金资产和提供担保除外）金额在 1,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的日常性关联交易；（十七）审议股权激励计划；（十八）审议法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定应当由股东大会决定的其他事项。”

公司《关联交易管理制度》明确指出“公司关联交易的决策权限按以下规定执行：（一）公司与关联方发生的金额在 1,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易（公司获赠现金资产和接受担保除外）应提交股东大会审议；（二）公司与关联方发生的下列交易（公司获赠现金资产和接受担保除外）由董事会审议：与关联法人交易金额在 300 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值的 0.5%以上的不属于股东大会权限范围内的关联交易（公司提供的关联担保除外）。与关联自然人交易金额在 30 万元以上但不属于股东大会权限范围内的交易（公司提供的关联担保除外）。（三）董事会授权总经理决定如下关联交易：与关联法人交易金额在 100 万元以下（不含本数）的，或占公司最近一期经审计净资产绝对值的比例不满 0.5%的关联交易；与关联自然人交易金额在 30 万元以下（不含本数）的关联交易。”

2016 年 7 月 13 日，公司实际控制人及其一致行动人做出如下承诺：

“1、截至本承诺函签署日，本人、与本人关系密切的亲属、本人及本人上述亲属控制的企业不存在占用品友互动资金的情况；

2、截至本承诺函签署日，不存在品友互动为本人及本人控制的其他企业提供担保的情况；

3、本人承诺，本人、与本人关系密切的亲属、本人及本人上述亲属控制的企业将不以借款、代偿债务、代垫款项、设定担保或者其他方式占用品友互动及其子公司（如有）资金，且将严格遵守中国证监会及全国中小企业股份转让系统有限责任公司关于非上市公众公司法人治理的有关规定，自本承诺函签署之日起，避免本人、与本人关系密切的亲属、本人及本人上述亲属控制的企业与

品友互动发生除正常业务外的一切资金往来。如若发生，本人愿意承担相应的法律责任；

4、如果品友互动因历史上存在的与本人及本人控制的企业的资金往来行为而受到处罚的，由本人承担赔偿责任。”

八、董事、监事、高级管理人员

（一）董事、监事、高级管理人员及其近亲属持股情况

姓名	职务	直接持股数量（股）	间接持股数量（股）	合计持股数量（股）	合计持股比例（%）
黄晓南	董事长、总经理	5,296,202	973,034	6,269,236	25.38%
谢鹏	董事、副总经理	3,570,486	-	3,570,486	14.46%
沈兴华	董事、副总经理	1,133,312	-	80,044	4.59%
张颖	董事	-	-	-	-
张炜	董事	80,044	2,576,573	2,656,617	10.76%
赖春华	监事	-	-	-	-
孔莉	监事	-	-	-	-
李铭	监事	-	-	-	-
王枫	董事会秘书、财务总监	-	-	-	-

注：上述董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接和间接持股情况均以其控制的股份作为披露依据。

（二）董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

（三）公司与董事、监事、高级管理人员的相关协议、承诺及履行情况

公司已与在公司任职的人员签订了《劳动合同》。并与黄晓南、谢鹏、沈兴华、赖春华、孔莉、李铭、王枫签订了《保密及竞业禁止协议》。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员未与公司签订其他重要协议或向公司做出重要承诺。上述协议均正常履行。

（四）董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员的兼职情况，具体如下：

姓名	公司职务	兼职单位	兼任职务	与公司的关系
黄晓南	董事长、 总经理	北京亚信品联信息技术有限公司	董事长	合营子公司
		天津优驰	董事长、总经理	子公司
		驰友旺辉	执行事务合伙人	股东
		品友传奇	执行事务合伙人	股东
		优驰赫韬	执行事务合伙人	股东
		优品互通	执行事务合伙人	股东
		香港品友	董事长、总经理	关联方
谢鹏	董事长、 副总经理	天津优驰	副总经理	子公司
		香港品友	副总经理	关联方
沈学华	董事长、 副总经理	BorderX Lab Inc.	执行董事	参股公司
		天津优驰	副总经理	子公司
		香港品友	副总经理	关联方
张颖	董事	北京天睿投资顾问有限公司	董事	关联方
张炜	董事	北京富德欣懋投资管理咨询有限公司	董事	关联方
		北京富德科材投资管理有限公司	董事	关联方
		北京富德泰久投资管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人 委派代表	无关联关系
		北京富德柏森投资管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人 委派代表	无关联关系
		北京富德懋发股权投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人 委派代表	无关联关系
		北京润金致胜股权投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人 委派代表	无关联关系
		北京富德欣瑞股权投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人 委派代表	无关联关系
		上海富德懋赏投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	股东
赖春华	监事	无	—	—
孔莉	监事	无	—	—
李铭	监事	无	—	—
王枫	财务总监	烟台金辉影视文化股份有限	监事	无关联关系

	监、董事 会秘书	公司		
--	-------------	----	--	--

（五）董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

截至本说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员除持有公司股份外，其对外投资情况如下：

姓名	任职情况	被投资单位	持股形式	出资比例（%）
黄晓南	董事长、总经理	iPinyou Inc.	直接	100
沈兴华	董事、副总经理	BoderX Lab Inc.	直接	40.79
张颖	董事	无	—	—
张炜	董事	北京富德欣懋投资管理咨询有限公司	直接	30
		富德（天津）股权投资基金管理合伙企业（普通合伙）	直接	30
		深圳前海富德泰懋投资管理咨询有限公司	直接	30
赖春华	监事	无	—	—
孔莉	监事	无	—	—
李铭	监事	无	—	—
王枫	董事会秘书、财务总监	无	—	—

除上述对外投资情况外，公司董事、监事、高级管理人员无其他对外投资，且与公司均不存在任何利益冲突。

（六）董事、监事、高级管理人员的任职情况

1、董事的任职情况

公司现任董事均具有法律、法规和《公司章程》规定的任职资格，不存在《公司法》第一百四十六条及《公司章程》所规定的不得担任董事的情形以及其他违反法律法规规定的任职限制等任职资格方面的瑕疵，不存在违反所兼职单位规定的任职限制等任职资格方面的瑕疵。

2、监事的任职情况

公司现任监事均具有法律、法规和《公司章程》规定的任职资格，不存在《公司法》第一百四十六条及《公司章程》所规定的不得担任监事情形以及其他违反法律法规规定的任职限制等任职资格方面的瑕疵，不存在违反所兼职单位规定的任职限制等任职资格方面的瑕疵，也不存在由公司董事、高级管理人员担任监事的情形，职工代表出任的监事占监事人数的三分之一，符合《公司法》有关监事任职的规定。

3、高级管理人员的任职情况

公司现任高级管理人员均具有法律、法规和《公司章程》规定的任职资格，不存在《公司法》第一百四十六条及《公司章程》所规定的不得担任高级管理人员的情形以及其他违反法律法规规定的任职限制等任职资格方面的瑕疵，不存在违反所兼职单位规定的任职限制等任职资格方面的瑕疵，最近 24 个月内不存在重大违法违规行为。

公司现任董事、监事及高级管理人员的任职符合法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定，不存在《公司法》第一百四十六条规定的情形和公司现行《公司章程》规定不得担任公司董事、监事和高级管理人员的其他情形。

（七）董事、监事、高级管理人员的违法违规情况

公司董事、监事、高级管理人员最近两年未受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、未受到全国股份转让系统公司公开谴责；无因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则等受到刑事、民事、行政处罚或纪律处分的情况；无因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情形；无因对所任职（包括现任职和曾任职）公司因重大违法违规行为被处罚负有责任的情况；无个人负有较大数额债务到期未清偿的情形；无欺诈或其他不诚信行为。公司董事、监事、高级管理人员已对此作出了书面声明并签字承诺。

（八）董事、监事、高级管理人员的竞业禁止及知识产权、商业秘密的纠纷情况

根据公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员说明，前述人员与原任职单位或其他单位没有签署现行有效的竞业禁止协议或承担竞业禁止义务；不存在有关竞业禁止事项的纠纷或潜在纠纷；如因违反此承诺造成公司损失，其应当对公司进行赔偿。

根据公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的说明，前述人员与原任职单位不存在有关知识产权、商业秘密的纠纷；如因违反此承诺造成公司损失，其应当对公司进行赔偿。

（九）董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况

报告期内，公司的董事、监事、高级管理人员变动情况如下：

1、报告期内董事的变动情况

2009年初，品友有限不设董事会，仅设一名执行董事，由黄晓南担任。

2015年10月20日，公司召开创立大会，选举了黄晓南、谢鹏、沈学华、张炜、张颖担任公司董事。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举黄晓南为董事长。

期间	董事	公司性质
2014年1月1日至2015年10月20日	黄晓南	有限公司
2015年10月20日至2016年3月31日	黄晓南、谢鹏、沈学华、张炜、张颖	股份公司

2、报告期内监事的变动情况

2009年初，品友有限不设监事会，仅设一名监事，由谢鹏担任。

2015年10月20日，公司召开创立大会，选举了李铭、孔莉担任股份公司监事。同日，公司召开监事会会议，选举赖春华为监事会主席。

2015年10月20日，公司召开职工代表大会选举赖春华为职工监事。

期间	监事	公司性质
2014年1月1日至2015年10月20日	谢鹏	有限公司
2015年10月20日至2016年3月31日	李铭、孔莉、赖春华	股份公司

3、报告期内高级管理人员的变动情况

2015年10月20日，公司整体变更为股份有限公司后召开董事会会议，聘任黄晓南为公司总经理、谢鹏为公司副总经理、沈学华为公司副总经理、王枫为董事会秘书、财务总监。

期间	高级管理人员	公司性质
2014年1月1日至2015年10月20日	黄晓南	有限公司
2015年10月20日至2016年3月31日	黄晓南、谢鹏、沈学华、王枫	股份公司

4、董事、监事、高级管理人员变动原因及影响

2015年10月，公司整体变更为股份有限公司，为建立健全公司治理机制，公司设董事会并由黄晓南、谢鹏、沈学华、张颖、张炜担任董事，赖春华、孔莉、李铭担任监事，并聘任了总经理、副总经理、董事会秘书和财务总监，完善了公司管理团队。

报告期内，公司的董事、监事和高级管理人员变动有利于提升公司治理水平，完善公司治理结构。股份公司成立后，公司的董事、监事、高级管理人员不存在重大变动。

第四节 公司财务

一、最近两年一期的财务会计报表

(一) 合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2016年3月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
流动资产：	-	-	-
货币资金	116,950,429.80	129,426,464.11	23,024,808.94
应收票据	-	1,300,000.00	-
应收账款	140,467,051.79	139,627,078.49	56,197,233.45
预付款项	6,745,944.64	1,206,264.21	655,581.01
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	16,308,730.68	16,863,858.57	4,124,520.39
存货	10,225,706.86	6,410,941.19	2,725,075.57
划分为持有待售的资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	40,000,000.00	-
流动资产合计	290,697,863.77	334,834,606.57	86,727,219.36
非流动资产：	-	-	-
发放贷款及垫款	-	-	-
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	9,791,160.07	10,439,219.56	9,340,226.43
在建工程	-	-	-
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
无形资产	185,807.58	205,029.06	-
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	-	-	227,856.00

递延所得税资产	-	-	793,465.82
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	9,976,967.65	10,644,248.62	10,361,548.25
资产总计	300,674,831.42	345,478,855.19	97,088,767.61

合并资产负债表（续）

单位：元

项目	2016年3月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
流动负债：	-	-	-
短期借款	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	82,735,238.46	93,154,116.18	45,013,865.90
预收款项	21,899,844.45	20,457,782.77	11,531,683.69
应付职工薪酬	5,013,325.13	9,147,541.04	4,044,743.27
应交税费	7,595,527.88	9,928,049.17	5,887,672.91
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	34,657,472.14	176,885,705.82	5,869,951.19
划分为持有待售的负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	151,901,408.06	309,573,194.98	72,347,916.96
非流动负债：	-	-	-
长期借款	-	-	-
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	151,901,408.06	309,573,194.98	72,347,916.96
所有者权益：	-	-	-
实收资本	24,525,547.00	17,352,061.00	1,000,000.00
资本公积	252,846,362.99	143,325,650.52	109,675,468.85
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-

专项储备	-	-	-
盈余公积	-	-	-
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	-128,598,486.63	-124,772,051.31	-85,934,618.20
归属于母公司所有者 权益合计	148,773,423.36	35,905,660.21	24,740,850.65
少数股东权益			
所有者权益合计	148,773,423.36	35,905,660.21	24,740,850.65
负债和所有者权益总 计	300,674,831.42	345,478,855.19	97,088,767.61

2、合并利润表

单位：元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度
一、营业总收入	105,252,973.24	368,131,654.89	154,672,278.35
其中:营业收入	105,252,973.24	368,131,654.89	154,672,278.35
二、营业总成本	109,079,408.56	406,574,819.37	177,210,489.57
其中:营业成本	71,402,884.52	230,737,135.19	96,886,700.05
营业税金及附加	100,232.94	2,809,032.49	1,341,537.56
销售费用	26,035,110.63	110,677,022.40	50,349,077.51
管理费用	12,010,866.93	63,251,019.13	28,860,531.92
财务费用	-590,894.21	-992,928.68	-266,491.99
资产减值损失	121,207.75	93,538.84	39,134.52
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	-	-	-
汇兑收益(损失以“-”号填 列)	-	-	-
三、营业利润(亏损以“-” 号填列)	-3,826,435.32	-38,443,164.48	-22,538,211.22
加:营业外收入	-	-	1,540.00
其中:非流动资产处置利得	-	-	-
减:营业外支出	-	-	28,582.64
其中:非流动资产处置损失	-	-	-
四、利润总额(亏损总额以 “-”号填列)	-3,826,435.32	-38,443,164.48	-22,565,253.86
减:所得税费用	-	793,465.82	-286,388.04
五、净利润(净亏损以“-” 号填列)	-3,826,435.32	-39,236,630.30	-22,278,865.82

归属于母公司股东的净利润	-3,826,435.32	-39,236,630.30	-22,278,865.82
少数股东损益	-	-	-
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1.重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动	-	-	-
2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-
2.可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-
4.现金流量套期损益的有效部分	-	-	-
5.外币财务报表折算差额	-	-	-
6.其他	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
七、综合收益总额	-3,826,435.32	-39,236,630.30	-22,278,865.82
归属于母公司股东的综合收益总额	-3,826,435.32	-39,236,630.30	-22,278,865.82
归属于少数股东的综合收益总额			
八、每股收益：			
（一）基本每股收益	-0.17	-3.16	-0.76
（二）稀释每股收益	-0.17	-3.16	-0.76

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度
一、经营活动产生的现金流量：	-	-	-
销售商品、提供劳务收到的现金	111,658,396.31	316,781,106.10	162,040,307.18

处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产净增加额	-	-	-
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	2,072,335.76	2,413,846.46	214,834.20
经营活动现金流入小计	113,730,732.07	319,194,952.56	162,255,141.38
购买商品、接受劳务支付的现金	95,642,536.89	196,178,211.48	102,811,160.73
支付给职工以及为职工支付的现金	22,115,968.58	63,839,776.07	33,009,690.17
支付的各项税费	3,333,397.25	5,945,332.54	1,185,054.24
支付其他与经营活动有关的现金	32,499,054.63	77,979,959.81	33,596,904.15
经营活动现金流出小计	153,590,957.35	343,943,279.90	170,602,809.29
经营活动产生的现金流量净额	-39,860,225.28	-24,748,327.34	-8,347,667.91
二、投资活动产生的现金流量：	-	-	-
收回投资收到的现金	280,528,525.83	110,042,240.00	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	280,528,525.83	110,042,240.00	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,288,611.35	7,843,619.33	7,096,173.66
投资支付的现金	240,000,000.00	150,000,000.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	128,549,921.98	122,495,380.43	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	369,838,533.33	280,338,999.76	7,096,173.66
投资活动产生的现金流量净额	-89,310,007.50	-170,296,759.76	-7,096,173.66
三、筹资活动产生的现金流量：	-	-	-

吸收投资收到的现金	116,694,198.47	301,446,742.27	12,239,969.40
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款所收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	116,694,198.47	301,446,742.27	12,239,969.40
偿还债务所支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	-	-	-
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	116,694,198.47	301,446,742.27	12,239,969.40
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	-12,476,034.31	106,401,655.17	-3,203,872.17
加：期初现金及现金等价物余额	129,426,464.11	23,024,808.94	26,228,681.11
六、期末现金及现金等价物余额	116,950,429.80	129,426,464.11	23,024,808.94

4、合并所有者权益变动表

(1) 2016年1-3月所有者权益变动表

单位：元

项目	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	少数股东权益	所有者权益合并
一、上年年末余额	17,352,061.00	143,325,650.52	-	-124,772,051.31	-	35,905,660.21
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	17,352,061.00	143,325,650.52	-	-124,772,051.31	-	35,905,660.21
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	7,173,486.00	109,520,712.47	-	-3,826,435.32	-	112,867,763.15
（一）综合收益总额	-	-	-	-3,826,435.32	-	-3,826,435.32
（二）股东投入和减少资本	7,173,486.00	109,520,712.47	-	-	-	116,694,198.47
1.股东投入资本	7,173,486.00	109,520,712.47	-	-	-	116,694,198.47
2.其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-
1.提取盈余公积	-	-	-	-	-	-
2.提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-
3.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-

(四) 股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
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	-	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-
1.本年提取	-	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	24,525,547.00	252,846,362.99	-	-128,598,486.63	-	148,773,423.36

(2) 2015 年所有者权益变动表

单位：元

项目	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	少数股东权益	所有者权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00	109,675,468.85	-	-85,934,618.20	-	24,740,850.65
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	1,000,000.00	109,675,468.85	-	-85,934,618.20	-	24,740,850.65
三、本年增减变动金额（减少以“—”号填列）	16,352,061.00	33,650,181.67	-	-38,837,433.11	-	11,164,809.56

(一) 综合收益总额	-	-	-	-39,236,630.30	-	-39,236,630.30
(二) 股东投入和减少资本	16,352,061.00	143,724,847.71	-	-	-	160,076,908.71
1. 股东投入资本	16,352,061.00	248,058,373.87	-	-	-	264,410,434.87
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-104,333,526.16	-	-	-	-
(三) 利润分配	-	-	-	-	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-
3. 对所有者(或股东)的分配	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-
(四) 股东权益内部结转	-	-399,197.19	-	399,197.19	-	-
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	-	-399,197.19	-	399,197.19	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-
1. 本年提取	-	-	-	-	-	-
2. 本年使用	-	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-109,675,468.85	-	-	-	-
四、本年年末余额	17,352,061.00	143,325,650.52	-	-124,772,051.31	-	35,905,660.21

(3) 2014 年度所有者权益变动表

单位：元

项目	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	少数股东权益	所有者权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00	97,435,499.45	-	-63,655,752.38	-	34,779,747.07
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	1,000,000.00	97,435,499.45	-	-63,655,752.38	-	34,779,747.07
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	12,239,969.40	-	-22,278,865.82	-	-10,038,896.42
（一）综合收益总额	-	-	-	-22,278,865.82	-	-22,278,865.82
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-
3. 对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-

(四) 股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
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	-	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-
1.本年提取	-	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	12,239,969.40	-	-	-	-
四、本年年末余额	1,000,000.00	109,675,468.85	-	-85,934,618.20	-	24,740,850.65

(二) 母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2016年3月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
流动资产：			
货币资金	106,550,083.48	119,144,814.49	15,071,063.92
应收票据	-	1,300,000.00	-
应收账款	140,467,051.79	139,627,078.49	56,197,233.45
预付款项	6,442,801.56	825,543.35	282,679.42
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	14,241,459.87	14,571,199.81	2,326,401.48
存货	10,225,706.86	6,410,941.19	2,725,075.57
划分为持有待售的资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	40,000,000.00	-
流动资产合计	277,927,103.56	321,879,577.33	76,602,453.84
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	42,122,145.83	42,122,145.83	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	3,868,344.85	3,700,931.50	1,243,387.33
在建工程	-	-	-
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
无形资产	185,807.58	205,029.06	-
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-
递延所得税资产	-	-	793,465.82
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	46,176,298.26	46,028,106.39	2,036,853.15
资产总计	324,103,401.82	367,907,683.72	78,639,306.99

母公司资产负债表（续）

单位：元

项目	2016年3月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
流动负债：	-	-	-
短期借款	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	82,625,895.96	93,044,773.68	44,546,528.81
预收款项	21,699,844.45	20,257,782.77	11,331,683.69
应付职工薪酬	5,013,325.13	7,420,420.36	2,094,554.36
应交税费	7,603,084.92	9,765,281.54	6,340,263.87
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	57,284,319.30	201,513,765.16	15,634,748.96
划分为持有待售的负债	-	-	-
一年内到期的非流动负 债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	174,226,469.76	332,002,023.51	79,947,779.69
非流动负债：	-	-	-
长期借款	-	-	-
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	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	174,226,469.76	332,002,023.51	79,947,779.69
所有者权益：	-	-	-
实收资本	24,525,547.00	17,352,061.00	1,000,000.00
资本公积	148,256,732.57	38,736,020.10	-
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	-	-	-
未分配利润	-22,905,347.51	-20,182,420.89	-2,308,472.70
所有者权益合计	149,876,932.06	35,905,660.21	-1,308,472.70
负债和所有者权益总计	324,103,401.82	367,907,683.72	78,639,306.99

2、母公司利润表

单位：元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度
一、营业收入	105,252,973.24	368,131,654.89	154,546,334.46
减：营业成本	71,402,884.52	225,616,743.34	90,712,644.40
营业税金及附加	100,232.94	2,782,439.45	1,338,775.49
销售费用	25,514,195.85	106,468,618.86	38,230,704.63
管理费用	11,404,382.82	50,844,740.46	25,463,141.95
财务费用	-588,378.23	-166,716.17	-224,071.94
资产减值损失	142,581.96	65,508.51	71,924.71
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	-	-	-
二、营业利润（亏损以“—”号填列）	-2,722,926.62	-17,479,679.56	-1,046,784.78
加：营业外收入	-	-	1,540.00
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
减：营业外支出	-	-	28,382.64
其中：非流动资产处置损失	-	-	-
三、利润总额（亏损总额以“—”号填列）	-2,722,926.62	-17,479,679.56	-1,073,627.42
减：所得税费用	-	793,465.82	-286,388.04
四、净利润（净亏损以“—”号填列）	-2,722,926.62	-18,273,145.38	-787,239.38
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1.重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动	-	-	-
2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-
2.可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-
4.现金流量套期损益的有	-	-	-

效部分			
5.外币财务报表折算差额	-	-	-
6.其他	-	-	-
六、综合收益总额	-2,722,926.62	-18,273,145.38	-787,239.38

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度
一、经营活动产生的现金流量：	-	-	-
销售商品、提供劳务收到的现金	111,658,396.31	316,781,106.10	162,040,307.18
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	2,068,393.18	15,310,923.52	168,899.08
经营活动现金流入小计	113,726,789.49	332,092,029.62	162,209,206.26
购买商品、接受劳务支付的现金	95,642,536.89	189,580,414.67	98,015,312.21
支付给职工以及为职工支付的现金	19,641,701.53	39,666,047.67	15,594,255.30
支付的各项税费	3,333,397.25	5,704,781.49	1,162,476.23
支付其他与经营活动有关的现金	35,088,075.80	91,032,851.13	53,701,025.76
经营活动现金流出小计	153,705,711.47	325,984,094.96	168,473,069.50
经营活动产生的现金流量净额	-39,978,921.98	6,107,934.66	-6,263,863.24
二、投资活动产生的现金流量：	-	-	-
收回投资收到的现金	280,528,525.83	110,042,240.00	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	280,528,525.83	110,042,240.00	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	1,288,611.35	3,991,478.53	-
投资支付的现金	240,000,000.00	150,000,000.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	128,549,921.98	122,495,380.43	-
支付其他与投资活动有关的现	-	-	-

金			
投资活动现金流出小计	369,838,533.33	276,486,858.96	-
投资活动产生的现金流量净额	-89,310,007.50	-166,444,618.96	-
三、筹资活动产生的现金流量：	-	-	-
吸收投资收到的现金	116,694,198.47	264,410,434.87	-
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	116,694,198.47	264,410,434.87	-
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	116,694,198.47	264,410,434.87	-
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	-12,594,731.01	104,073,750.57	-6,263,863.24
加：期初现金及现金等价物余额	119,144,814.49	15,071,063.92	21,334,927.16
六、期末现金及现金等价物余额	106,550,083.48	119,144,814.49	15,071,063.92

4、母公司股东权益变动表

(1) 2016年1-3月母公司股东权益变动表

单位：元

项目	实收资本	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	17,352,061.00	38,736,020.10	-	-20,182,420.89	35,905,660.21
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	17,352,061.00	38,736,020.10	-	-20,182,420.89	35,905,660.21
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	7,173,486.00	109,520,712.47	-	-2,722,926.62	113,971,271.85
（一）综合收益总额	-	-	-	-2,132,048.33	-2,132,048.33
（二）股东投入和减少资本	7,173,486.00	109,520,712.47	-	-	116,694,198.47
1.股东投入资本	7,173,486.00	109,520,712.47	-	-	116,694,198.47
2.其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-
3.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-
1.提取盈余公积	-	-	-	-	-
2.对股东的分配	-	-	-	-	-

3.其他	-	-	-	-	-
(四) 股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1.资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-
1.本年提取	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	24,525,547.00	148,256,732.57	-	-22,905,347.51	149,876,932.06

(2) 2015 年度母公司股东权益变动表

单位：元

项目	实收资本	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	-	-	-2,308,472.70	-1,308,472.70
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	1,000,000.00	-	-	-2,308,472.70	-1,308,472.70
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	16,352,061.00	38,736,020.10	-	-17,873,948.19	37,214,132.91
（一）综合收益总额	-	-	-	-18,273,145.38	-18,273,145.38

(二) 股东投入和减少资本	16,352,061.00	248,058,373.87	-		264,410,434.87
1. 股东投入资本	16,352,061.00	248,058,373.87	-		264,410,434.87
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
(三) 利润分配	-	-	-	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-
2. 对股东的分配	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-
(四) 股东权益内部结转	-	-399,197.19	-	399,197.19	-
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		-399,197.19	-	399,197.19	
(五) 专项储备	-	-	-	-	-
1. 本年提取	-	-	-	-	-
2. 本年使用	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-208,923,156.58	-	-	-
四、本年年末余额	17,352,061.00	38,736,020.10	-	-20,182,420.89	35,905,660.21

(3) 2014 年度母公司股东权益变动表

单位：元

项目	实收资本	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	-	-	-1,521,233.32	-521,233.32
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-
二、本年初余额	1,000,000.00	-	-	-1,521,233.32	-521,233.32
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-787,239.38	-787,239.38
（一）综合收益总额	-	-	-	-787,239.38	-787,239.38
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-
2. 对股东的分配	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-

1.本年提取	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	1,000,000.00	-	-	-2,308,472.70	-1,308,472.70

二、最近两年一期财务会计报告的审计意见

（一）最近两年一期财务会计报告的审计意见

本公司 2014 年、2015 年及 2016 年 1-3 月的财务会计报告已经信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并由其出具 XYZH/2016BJA10649 标准无保留意见审计报告。

（二）合并报表范围

子公司名称	注册地	经营范围	注册资本 (万元)	持股比例(%)		表决权 比例 (%)
				直接	间接	
天津优驰信息技术有限公司	天津空港经济区	互联网技术推广服务；计算机软件的开发、设计和制作；文化艺术交流服务；提供相关的技术咨询和服务；会议及展览服务；经济贸易咨询	14,990.83	100	-	100

三、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况和对公司利润的影响

（一）报告期内采用的主要会计政策、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的财务状况、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 日止为一个会计年度。本报告期间为 2014 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月 31 日。

3、记账本位币

本公司的记账本位币为人民币，编制财务报表采用的货币为人民币。本公司及子公司选定记账本位币的依据是主要业务收支的计价和结算币种。

4、记账基础和计价原则

本公司会计核算以权责发生制为记账基础。

本公司按照规定的会计计量属性进行计量，报告期内会计计量属性未发生变化。除交易性金融资产、可供出售金融资产等以公允价值计量外，各会计要素均以历史成本为计价原则。

5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

本公司作为合并方，在同一控制下企业合并中取得的资产和负债，在合并日按被合并方在最终控制方合并报表中的账面价值计量。取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

在非同一控制下企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债及或有负债在收购日以公允价值计量。合并成本为本公司在购买日为取得对被购买方的控制权而支付的现金或非现金资产、发行或承担的负债、发行的权益性证券等的公允价值以及在企业合并中发生的各项直接相关费用之和（通过多次交易分步实现的企业合并，其合并成本为每一单项交易的成本之和）。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，首先对合并中取得的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值、以及合并对价的非现金资产或发行的权益性证券等的公允价值进行复核，经复核后，合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，将其差额计入合并当期营业外收入。

6、现金及现金等价物

在编制现金流量表时，将库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现

金。现金等价物是指持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金及价值变动风险很小的投资。

7、外币业务核算方法

本公司外币交易按交易发生当月一日的即期汇率将外币金额折算为人民币金额。于资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日的即期汇率折算为人民币，所产生的折算差额除了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差额按资本化的原则处理外，直接计入当期损益。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算为人民币，所产生的折算差额，作为公允价值变动直接计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额。

8、金融资产和金融负债

本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

（1）金融资产

1) 金融资产分类、确认依据和计量方法

本公司按投资目的和经济实质对拥有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、应收款项及可供出售金融资产。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。本公司将满足下列条件之一的金融资产归类为交易性金融资产：取得该金融资产的目的是为了在短期内出售；属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在

活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。本公司将只有符合下列条件之一的金融工具，才可在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：该指定可以消除或明显减少由于该金融工具的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；公司风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，该金融工具组合以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告；包含一项或多项嵌入衍生工具的混合工具，除非嵌入衍生工具对混合工具的现金流量没有重大改变，或所嵌入的衍生工具明显不应当从相关混合工具中分拆；包含需要分拆但无法在取得时或后续的资产负债表日对其进行单独计量的嵌入衍生工具的混合工具。对此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。公允价值变动计入公允价值变动损益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；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损益，同时调整公允价值变动损益。

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

应收款项，是指在活跃市场中没有报价，回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值以及终止确认产生的利得或损失，均计入当期损益。

可供出售金融资产，是指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及未被划分为其他类的金融资产。这类资产中，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按成本进行后续计量；其他存在活跃市场报价或虽没有活跃市场报价但公允价值能够可靠计量的，按公允价值计量，公允价值变动计入其他综合收益。对于此类金融资产采用公允价值进行后续计量，除减值

损失及外币货币性金融资产形成的汇兑损益外,可供出售金融资产公允价值变动直接计入股东权益,待该金融资产终止确认时,原直接计入权益的公允价值变动累计额转入当期损益。可供出售债务工具投资在持有期间按实际利率法计算的利息,以及被投资单位宣告发放的与可供出售权益工具投资相关的现金股利,作为投资收益计入当期损益。对于在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资,按成本计量。

2) 金融资产转移的确认依据和计量方法

金融资产满足下列条件之一的,予以终止确认:①收取该金融资产现金流量的合同权利终止;②该金融资产已转移,且本公司将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方;③该金融资产已转移,虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬,但是放弃了对该金融资产控制。

企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬,且未放弃对该金融资产控制的,则按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产,并相应确认有关负债。

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

金融资产部分转移满足终止确认条件的,将所转移金融资产整体的账面价值,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,并将因转移而收到的对价及应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和,与分摊的前述账面金额的差额计入当期损益。

3) 金融资产减值的测试方法及会计处理方法

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外,本公司于资产负债

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

应根据公司的实际情况,明确披露各类可供出售金融资产减值的各项认定标准,其中,对于权益工具投资,还应明确披露判断其公允价值发生“严重”或“非暂时性”下跌的具体量化标准、成本的计算方法、年末公允价值的确定方法,以及持续下跌期间的确定依据。

(2) 金融负债

1) 金融负债分类、确认依据和计量方法

本公司的金融负债于初始确认时分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债,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以及与该金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

2) 金融负债终止确认条件

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时,终止确认该金融负债或义务已解除的部分。公司与债权人之间签订协议,以承担新金融负债方式替换现存金融负债,且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的,终止确认现存金融负债,并同时确认新金融负债。公司对现存金融负债全部或部分的合同条款作出实质性修改的,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。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额,计入当期损益。

9、应收款项坏账准备

本公司将下列情形作为应收款项坏账损失确认标准：债务单位撤销、破产、资不抵债、现金流量严重不足、发生严重自然灾害等导致停产而在可预见的时间内无法偿付债务等；债务单位逾期未履行偿债义务；其他确凿证据表明确实无法收回或收回的可能性不大。

对可能发生的坏账损失采用备抵法核算，期末单独或按组合进行减值测试，计提坏账准备，计入当期损益。对于有确凿证据表明确实无法收回的应收款项，经本公司按规定程序批准后作为坏账损失，冲销提取的坏账准备。

(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	将单项金额超过 100 万元的应收款项视为重大应收款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备

(2) 按组合计提坏账准备应收款项

确定组合的依据	
账龄组合	以应收款项的账龄为信用风险特征划分组合
与交易对象关系组合	以关联方往来款划分组合
款项性质组合	其他特殊性质款项
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	按账龄分析法计提坏账准备
与交易对象关系	其他方法计提坏账准备
款项性质组合	其他方法计提坏账准备

1) 采用账龄分析法的应收款项坏账准备计提比例如下：

账龄	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
0-6 月	0	0
6-12 月	2	2
1-2 年	10	10
2-3 年	50	50
3 年以上	100	100

2) 采用其他方法的应收款项坏账准备计提：

与交易对象关系	关联方应收款项不计提坏账准备
款项性质组合	其他特殊性质款项不计提坏账准备

(3) 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	单项金额不重大且按照组合计提坏账准备不能反映其风险特征的应收款项
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备

10、存货

本公司存货为未完工项目媒体成本等。

11、长期股权投资

本公司长期股权投资主要是对子公司的投资、对联营企业的投资和对合营企业的投资。

本公司对共同控制的判断依据是所有参与方或参与方组合集体控制该安排，并且该安排相关活动的政策必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。

本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含）以上但低于 50% 的表决权时，通常认为对被投资单位具有重大影响。持有被投资单位 20% 以下表决权的，还需要综合考虑在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表、或参与被投资单位财务和经营政策制定过程、或与被投资单位之间发生重要交易、或向被投资单位派出管理人员、或向被投资单位提供关键技术资料等事实和情况判断对被投资单位具有重大影响。

对被投资单位形成控制的，为本公司的子公司。通过同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方在最终控制方合并报表中净资产的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。被合并方在合并日的净资产账面价值为负数的，长期股权投资成本按零确定。

通过多次交易分步取得同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并的，应在取得控制权的报告期，补充披露在母公司财务报表中的长期股权投资的处理方法。例如：通过多次交易分步取得同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并，属于一揽子交易的，本公司将各项交易作为一项取得控制权的交易

进行会计处理。不属于一览交易的，在合并日，根据合并后享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，冲减留存收益。

通过非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，以合并成本作为初始投资成本。

通过多次交易分步取得非同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并的，应在取得控制权的报告期，补充披露在母公司财务报表中的长期股权投资成本处理方法。例如：通过多次交易分步取得非同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并，属于一揽子交易的，本公司将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于一览交易的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。购买日之前持有的股权采用权益法核算的，原权益法核算的相关其他综合收益暂不做调整，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。购买日之前持有的股权在可供出售金融资产中采用公允价值核算的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在合并日转入当期投资损益。

除上述通过企业合并取得的长期股权投资外，以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本；以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为投资成本；投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值作为投资成本。

本公司对子公司投资采用成本法核算。

后续计量采用成本法核算的长期股权投资，在追加投资时，按照追加投资支付的成本额公允价值及发生的相关交易费用增加长期股权投资成本的账面价值。被投资单位宣告分派的现金股利或利润，按照应享有的金额确认为当期投资收益。

后续计量采用权益法核算的长期股权投资，随着被他投资单位所有者权益的变动相应调整增加或减少长期股权投资的账面价值。其中在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，按照本公司的会计政策及会计期间，并抵销与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期投资收益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比例转入当期投资损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按可供出售金融资产核算，剩余股权在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

因处置部分长期股权投资丧失了对被投资单位控制的，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，处置股权账面价值和处置对价的差额计入投资收益，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按可供出售金融资产的有关规定进行会计处理，处置股权账面价值和处置对价的差额计入投资收益，剩余股权在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期投资损益。

本公司对于分步处置股权至丧失控股权的各项交易不属于一揽子交易的，对每一项交易分别进行会计处理。属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理，但是，在丧失控制权之前每一次交易处置价款与所处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转入丧失控制权的当期损益。

12、固定资产

固定资产确认条件：固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，使用期限超过一年的有形资产；同时与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产分类：电子设备、办公家具及其他。

固定资产计价：固定资产按其取得时的实际成本进行初始计量，其中，外购的固定资产的成本包括买价和进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出；自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成；投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账；融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。

固定资产折旧方法：除已提足折旧仍继续使用的固定资产，本公司对所有固定资产计提折旧。计提折旧时采用年限平均法，以单项折旧率按月计算，并根据用途分别计入相关资产的成本或当期费用。本公司固定资产预计净残值率 5%，分类折旧年限及年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	年折旧率（%）
电子设备	3	31.67
办公家具及其他	5	19.00

固定资产后续支出的处理：与固定资产有关的后续支出，包括修理支出、更新改造支出等，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本，对于被替换的部分，终止确认其账面价值；不符合固定资产确认条件的，于发生时计入当期损益。

本公司于每年年度终了，对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核并作适当调整，如发生改变，则作为会计估计变更处理。

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

13、无形资产

本公司无形资产包括软件使用权等，按取得时的实际成本计量，其中，购入的无形资产，按实际支付的价款和相关的其他支出作为实际成本；投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。

土地使用权从出让起始日起，按其出让年限平均摊销；软件、非专利技术按预计使用年限、合同规定的受益年限和法律规定的有效年限三者中最短者分期平均摊销。摊销金额按其受益对象计入相关资产成本和当期损益。

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的预计使用寿命进行复核，如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，则估计其使用寿命并在预计使用寿命内摊销。

本公司无形资产分类及摊销年限如下：

类别	摊销年限（年）
软件	3

14、研究与开发

本公司内部研究开发项目支出根据其性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性，分为研究阶段支出和开发阶段支出。

自行研究开发的无形资产，其研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；其开发阶段的支出，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）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；
- （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。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。前期已计入损益的开发支出不在以后期间确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产。

15、长期资产减值

本公司于每一资产负债表日对长期股权投资、固定资产、使用寿命有限的无形资产等项目进行检查，当存在下列迹象时，表明资产可能发生了减值，本公司将进行减值测试。对商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年末均进行减值测试。难以对单项资产的可收回金额进行测试的，以该资产所属的资产组或资产组组合为基础测试。

减值测试后，若该资产的账面价值超过其可收回金额，其差额确认为减值损失，上述资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。资产的可收回金额是指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。

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) 公司经营所处的经济、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，从而对公司产生不利影响。

(3) 市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响公司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) 公司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。

16、长期待摊费用

本公司长期待摊费用是指已经支出,但应由当期及以后各期承担的摊销期限在1年以上(不含1年)的各项费用,该等费用在受益期内平均摊销。如果长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益,则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

17、职工薪酬

本公司职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利。

短期薪酬主要包括职工工资、社保保险、福利费等,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,并按照受益对象计入当期损益或相关资产成本。

离职后福利主要包括基本养老保险费、失业保险等,按照公司承担的风险和义务,分类为设定提存计划、设定受益计划。对于设定提存计划在根据在资产负债表日为换取职工在会计期间提供的服务而向单独主体缴存的提存金确认为负债,并按照受益对象计入当期损益或相关资产成本。

18、预计负债

当与对外担保、商业承兑汇票贴现、未决诉讼或仲裁、产品质量保证等或有事项相关的业务同时符合以下条件时,本公司将其确认为负债:该义务是本公司承担的现时义务;该义务的履行很可能导致经济利益流出企业;该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量,并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的,通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。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、收入确认原则和计量方法

本公司的营业收入主要包括与广告业务相关的收入，收入确认原则如下：

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

本公司在劳务总收入和总成本能够可靠地计量、与劳务相关的经济利益很可能流入本公司、劳务的完成进度能够可靠地确定时，确认劳务收入的实现。在资产负债表日，提供劳务交易的结果能够可靠估计的，按完工百分比法确认相关的劳务收入，完工百分比按已完工作的测量（已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例/已经发生的成本占估计总成本的比例）确认；提供劳务交易结果不能够可靠估计、已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按已经发生的能够得到补偿的劳务成本金额确认提供劳务收入，并结转已经发生的劳务成本；提供劳务交易结果不能够可靠估计、已经发生的劳务成本预计全部不能得到补偿的，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。

与交易相关的经济利益很可能流入本公司、收入的金额能够可靠地计量时，确认让渡资产使用权收入的实现。

收入确认的具体方法为：

与广告相关的业务，在业务执行完毕并经客户确认后确认收入。

20、租赁

本公司在租赁开始日将租赁分为融资租赁和经营租赁。

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。本公司作为承租方，在租赁开始日，按租赁开始日租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为融资租入固定资产的入账价值，将最低租赁付

款额作为长期应付款的入账价值，将两者的差额记录为未确认融资费用。

经营租赁是指除融资租赁以外的其他租赁。本公司作为承租方的租金在租赁期内的各个期间按直线法计入相关资产成本或当期损益，本公司作为出租方的租金在租赁期内的各个期间按直线法确认为收入。

21、政府补助

政府补助在本公司能够满足其所附的条件以及能够收到时予以确认。政府补助为货币性资产的，按照实际收到的金额计量，对于按照固定的定额标准拨付的补助，按照应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量，公允价值不能可靠取得的，按照名义金额(1元)计量。

本公司的政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。如果政府文件中未明确规定补助对象，本公司按照上述原则进行判断。

与资产相关的政府补助确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

22、递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损和税款抵减，视同暂时性差异确认相应的递延所得税资产。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。对已确认的递延所得税资产，当预计到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时，

应当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。

23、所得税的会计核算

所得税的会计核算采用资产负债表债务法。所得税费用包括当期所得税和递延所得税。除将与直接计入股东权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入股东权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余的当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损益。

当期所得税是指企业按照税务规定计算确定的针对当期发生的交易和事项，应纳给税务部门的金额，即应交所得税；递延所得税是指按照资产负债表债务法应予确认的递延所得税资产和递延所得税负债在期末应有的金额相对于原已确认金额之间的差额。

24、金融工具公允价值的确定

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的市场报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。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资产的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等，采用估值技术时，尽可能多使用市场参数，不使用本公司特定相关的参数。

25. 合并报表的编制方法

(1) 合并范围的确定原则：

本公司将拥有实际控制权的子公司纳入合并财务报表范围。

(2) 合并财务报表所采用的会计方法

本公司合并财务报表按照《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》及相关规定的要求编制，合并时合并范围内的所有重大内部交易和往来业已抵销。子公司的股东权益中不属于母公司所拥有的部分，作为少数股东权益在合并财务报表中股东权益项下单独列示。

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

对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整；对于同一控制下企业合并取得的子公司，视同该企业于合并当期的年初已经存在，从合并当期的年初起将其资产、负债、经营成果和现金流量，按原账面价值纳入合并财务报表。

（二）变更情况和对公司利润的影响

1、会计政策变更

本公司于 2014 年 7 月 1 日起执行财政部关于印发修订《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》（修订）等七项会计准则的通知的要求，按照相关准则中的衔接规定无需要进行追溯调整的事项。

2、会计估计变更

1、会计估计变更的内容和原因

1) 根据财政部和国家税务总局于 2014 年 10 月 20 日印发了《关于完善固定资产加速折旧企业所得税政策的通知》（财税[2014]75 号），自 2014 年 1 月 1 日起执行。国税总局后续还印发了《关于固定资产加速折旧税收政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2014 年第 64 号）以及《关于〈国家税务总局关于固定资产加速折旧税收政策有关问题的公告〉的解读》。对单位价值不超过 5000 元的固定资产，允许一次性计入当期成本费用在计算应纳税所得额时扣除，不再分年度计算折旧。

2) 2) 考虑到电子设备的实际受益期间，经董事会决议，自 2015 年 7 月 1 日起，将电子设备折旧年限由 5 年变更为 3 年，累计影响数确认为当期损益，累计调增相关成本费用金额 3,531,859.79 元。

3、会计差错更正

公司报告期内无会计差错更正事项发生。

四、报告期利润形成的有关情况

(一) 营业收入、利润及毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析

1、营业收入的主要构成、变动趋势及原因

报告期内，本公司营业收入构成情况如下：

单位：元

项目	2016年1-3月		2015年度		2014年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
主营业务	105,252,973.24	100	368,131,654.89	100	154,672,278.35	100
其他业务	--	--	--	--	--	--
合计	105,252,973.24	100	368,131,654.89	100	154,672,278.35	100

(1) 公司是一家大数据营销技术平台，基于品友自有的大数据积累、算法和广告投放系统，为广告主提供数字化媒体的大数据营销技术平台服务。凡是与主营业务相关的收入及衍生收入均计入公司主营业务收入，与主营业务无关的收入则计入其他业务收入。

对于大型企业客户，公司按照与客户签订的框架协议和订单的约定，定期与客户核对广告投放的数据，并按照约定的价格进行结算，在客户确认后确认营业收入。对于中小企业客户，客户需要预先缴纳广告费，并自行通过技术平台进行投放，品友互动根据客户当月的广告投放情况确认营业收入。

(2) 报告期内，本公司主营业务收入占营业收入比例均为 100%，主要业务突出；报告期内公司的收入结构未发生重大变化。

(3) 报告期内，公司收入大幅提高，2014 年和 2015 年收入总额分别为 154,672,278.35 元和 368,131,654.89 元，2015 年度较 2014 年度增长了 138.01%，2016 年 1-3 月实现收入 105,252,973.24 元，为 2015 年全年收入的 28.59%。主要的原因有三项：一是报告期内公司营业收入保持高速增长，与我国互联网广告事业所处发展阶段相匹配；二是公司作为国内领先的 DSP 服务商，主要通过 RTB 竞价获得流量资源，2015 年度公司加强了与各主流媒体的深度合作，可获得竞价流量增加，目前公司已经和市场上绝大部分交易平台对接，流量的增加使得公

司广告推广的数量增加，因此带来收入的大幅增长；三是经过前期的技术研发和实际推广经验的积累，公司与各交易平台实行差异化合作策略，通过特有算法发掘不同特点流量，为广大需求方提供高效、准确的受众定向服务，帮助广告主、代理商实现直接有效的互动沟通体验，实现广告营销效果的最大化。公司在 DSP 广告领域的技术优势和品牌优势为公司赢得了客户订单和大额广告投放。

2、营业收入总额和利润总额的变动趋势及原因

单位：元

项目	2016年1-3月	2015年度		2014年度
	金额	金额	年增长率(%)	金额
营业收入	105,252,973.24	368,131,654.89	138.01	154,672,278.35
营业成本	71,402,884.52	230,737,135.19	138.15	96,886,700.05
营业利润	-3,826,435.32	-38,443,164.48	--	-22,538,211.22
利润总额	-3,826,435.32	-38,443,164.48	--	-22,565,253.86
净利润	-3,826,435.32	-39,236,630.30	--	-22,278,865.82

报告期内，公司的营业收入和营业成本均大幅增长，2015 年度营业收入较 2014 年度增长 138.01%，报告期内公司尚未实现盈利，主要因为公司不断加大在 DSP 平台服务的研发及推广力度，虽然近两年收入快速增长，但人员薪酬等固定成本较高，导致公司暂未能实现盈利。但报告期内在收入成本大幅增加的情况下，亏损逐渐减缓，亏损金额的增长比收入的增长慢，在 2015 年度营业收入较 2014 年度增长 138.01% 的情况下，净利润的亏损金额比 2014 年增长 60.29%。未来公司在技术服务较为成熟时，对人力、数据等资源储备将不会大力追加投入，则在收入快速增长的带动下，应能实现盈利。2016 年 1-3 月，公司继续延续收益快速增长的态势，2016 年 1-3 月实现的收入就达到了 2015 年全年收入的 28.59%。

3、成本确认原则及成本构成

公司报告期内主营业务的成本构成具体如下：

单位：元

	2016年1-3月	2015年度	2014年度
--	-----------	--------	--------

	营业成本	占比	营业成本	占比	营业成本	占比
媒体成本	68,421,109.94	95.82%	221,175,108.73	95.86%	96,283,325.73	99.38%
运营成本	2,981,774.58	4.18%	9,562,026.46	4.14%	603,374.32	0.62%
合计	71,402,884.52	100.00%	230,737,135.19	100.00%	96,886,700.05	100.00%

主营业务成本分为媒体成本和运营成本两部分，其中：媒体成本是指公司通过 DSP 平台向国内主流 Ad Exchange、SSP 及媒体采购媒体资源。主流的 Ad Exchange 及 SSP 覆盖了 95% 以上的 PC 端互联网流量及主要媒体的移动端流量。海量的媒体流量为公司利用大数据分析技术搜寻最符合客户需求的广告位提供了保证，是公司主营业务成本最主要的部分，其占营业成本的比例各期均在 95% 以上；运营成本包括服务器费用、带宽采购费用和 CDN 服务费用等网络运营开支，在主营业务成本里占比较小。报告期内，主营业务成本随着公司业务规模的扩大而增长。报告期内，运营成本占主营业务成本的比例分别为 0.62%、4.14% 及 4.18%，2015 年和 2016 年 1-3 月运营成本占营业成本的比例比 2014 年提高 3.52 个百分点，主要是由于公司为了提高广告推送后的效果，增加了网络运营开支所致。

4、毛利率分析

单位：元

项目	2016 年 1-3 月			2015 年度		
	收入	成本	毛利率 (%)	收入	成本	毛利率 (%)
主营业务	105,252,973.24	71,402,884.52	32.16	368,131,654.89	230,737,135.19	37.32
合计	105,252,973.24	71,402,884.52	32.16	368,131,654.89	230,737,135.19	37.32

续上表

项目	2014 年度		
	收入	成本	毛利率 (%)
主营业务	154,672,278.35	96,886,700.05	37.36
合计	154,672,278.35	96,886,700.05	37.36

(1) 报告期内，公司的毛利率基本稳定在 35% 左右，2014 年、2015 年和

2016年1-3月，公司的总体毛利率分别为37.36%、37.32%和32.16%。随着公司对程序化广告业务技术研发和市场推广上的投入，公司广告投放转化率提高，故2014年、2015年毛利率较高，稳定在37%以上。2016年1-3月，公司毛利率水平略有下降，主要系公司2015年末开始，为增强在移动端互联网营销领域的布局，接入腾讯广点通平台进行广告投放，在为品友互动DSP带来大量移动端展现的同时，一定程度降低了该业务板块的综合毛利率，再加上节日期间消费者在部分公司客户处的消费投入减少，使得广告的转化效率随之下降，对应业务的毛利率偏低。

(2) 公司毛利率与同行业挂牌公司毛利率对比分析

公司与同行业挂牌公司璧合科技（833451）、亿玛在线（836346）和新数网络（834990）的毛利率对比情况如下：

公司名称	2015年度	2014年度
璧合科技	18.20%	14.90%
亿玛在线	26.41%	29.56%
新数网络	19.75%	16.91%
平均	21.45%	20.46%
品友互动	37.32%	37.36%

璧合科技（833451）的主营业务为向游戏类和电商类的广告主提供互联网广告的投放服务，亿玛在线（836346）主营大数据营销，通过“导购+效果联盟”电商销售平台和程序化广告平台——易博DSP向百万网络媒体、千万在线商家和亿万网络用户提供优质服务，新数网络（834990）的主要业务为提供基于DSP的互联网广告实效推广服务以及相关解决方案的技术服务。

以上三个公司与公司主营业务相似，都属于互联网广告营销范畴。璧合科技主营的DSP业务由于对计算能力和数据储备要求较高，因此营业成本较高，所以毛利率相对较低；亿玛在线作为国内少数覆盖互联网广告全产业链的公司，毛利率水平处于同行业可比公司中的较高水平，盈利能力较强；新数网络作为国内领先的DSP提供商，流量主要通过RTB环境，在交易市场通过竞价获得。璧合科技（833451）和新数网络（834990）主要以游戏类客户为核心，少量覆盖电商、品牌等行业。品友互动的主要客户群体包括了以快消、汽车、金融、电信、3C

等为主的行业品牌客户和电商类客户。近年来，公司不断加大在 DSP 平台服务的研发及推广力度，同时，依托其行业经验丰富、需求理解深刻、技术实力强等优势，逐步向 SSP 平台服务、PMP 业务等领域拓展，致力于构造高效的互联网营销生态圈，建立较为完整的互联网广告架构，以高效率地为客户提供一站式服务内容，包括互联网数据挖掘及策略制定、广告投放、媒介购买、效果监测及投放优化服务。公司的 SSP 平台服务业务与 PMP 业务具有创造媒体、创造广告流量的能力，能为公司 DSP 平台服务提供更充足、更稳健、更多样化的广告流量来源，有效扩大了公司在互联网营销领域的影响力，使公司业务模式更具有可持续发展性。技术领先优势以及丰富的行业经验导致公司的毛利率高于同行业公司。

（二）期间费用分析

本公司报告期内的期间费用情况如下表：

单位：元

项目	2016年1-3月	2015年度		2014年度
	金额	金额	年增长率	金额
营业收入	105,252,973.24	368,131,654.89	138.01%	154,672,278.35
销售费用	26,035,110.63	110,677,022.40	119.82%	50,349,077.51
管理费用	12,010,866.93	63,251,019.13	119.16%	28,860,531.92
财务费用	-590,894.21	-992,928.68	272.59%	-266,491.99
销售费用占营业收入比重	24.74%	30.06%	--	32.55%
管理费用占营业收入比重	11.41%	17.18%	--	18.66%
财务费用占营业收入比重	-0.56%	-0.27%	--	-0.17%
三费占营业收入比重合计	35.59%	46.98%	--	51.04%

从上表可以看出，报告期内三费增加较大，2015年和2014年相比，营业收入增长138.01%的情况下，销售费用和管理费用分别增长了119.82%和119.16%。财务费用在报告期内均为负数，主要为利息收入和汇兑收益。2015年度公司加大了品牌推广和销售市场拓展，利用DSP广告领域的技术优势和品牌优势，公司的客户订单和广告投放大幅增加。三费合计占营业收入的比例较高，2016年1-3月、2015年和2014年分别为35.59%、46.98%和51.04%，呈逐年下降趋势。

销售费用占营业收入的比重 2016 年 1-3 月、2015 年和 2014 年分别为 24.74%、30.06%和 32.55%，占比较高，这主要也是因为企业近两年加大了宣传推广力度，使得销售费用占营业收入的比例较高，随着市场宣传效应的逐渐体现，未来销售费用将逐渐减少。管理费用占营业收入的比重 2016 年 1-3 月、2015 年和 2014 年分别为 11.41%、17.18%和 18.66%，2014 年和 2015 年公司加大了研发投入，研发人员工资和研发设备及带宽成本都相应增加，同时 2015 年公司扩大了办公室区域使得房屋租赁费也大幅增加，使得管理费用增加较大，随着技术的逐渐成熟和经验的逐渐积累，广告转化效应提升和优化，营业收入将大幅增加。2016 年 1-3 月，公司的销售费用和管理费用占营业收入的比例同比大幅下降，这主要是因为公司前期市场的拓展，研发的加大和业务经营的积累，市场销售得到大幅提高，费用的增加逐渐减少，公司的三费开支在合理的范围内。

1、销售费用

报告期内，公司的销售费用增加较大，2016 年 1-3 月、2015 年度和 2014 年度，本公司的销售费用分别为 2,603.51 万元、11,067.70 万元和 5,034.91 万元，占营业收入的比重分别为 24.74%、30.06%及 32.55%。公司各期的销售费用情况如下表所示：

单位：元

项 目	2016年1-3月	2015年度	2014年度
市场费用	4,650,257.62	34,782,429.82	16,219,269.63
工资	10,159,385.32	32,426,365.17	15,402,847.92
代理服务费	5,979,323.71	15,603,417.83	9,121,517.83
招待费	745,669.33	6,078,047.84	1,986,949.45
差旅费	433,302.70	6,587,732.75	2,241,107.65
会议费	72,526.00	4,971,977.55	322,283.32
交通费	2,179,334.28	2,238,601.20	918,436.28
社保费	788,190.25	2,302,371.53	1,273,806.66
公积金	517,550.60	1,318,186.14	640,688.00
办公费	132,340.07	1,080,327.00	89,791.86
福利费	137,251.39	847,466.80	351,874.76
折旧费	498.87	284,175.05	37,019.51

项 目	2016年1-3月	2015年度	2014年度
房租物业费	25,500.00	433,214.32	42,255.42
其他	213,980.49	1,722,709.40	1,701,229.22
合 计	26,035,110.63	110,677,022.40	50,349,077.51

报告期内，公司的销售费用主要包括市场费用、工资、代理服务费以及招待费、差旅费、交通费和社保等。其中明细项中市场费用、工资和代理服务费占比较高，市场费用 2016 年 1-3 月、2015 年和 2014 年分别为 465.03 万元、3,478.24 万元和 1,621.93 万元，占管理费用总额比例分别为 17.86%、31.43%和 32.21%；销售人员工资 2016 年 1-3 月、2015 年和 2014 年分别为 1,015.94 万元、3,242.64 万元和 1,540.28 万元，占管理费用总额比例分别为 39.02%、29.30%和 30.59%；代理服务费 2016 年 1-3 月、2015 年和 2014 年分别为 597.93 万元、1,560.34 万元和 912.15 万元，占管理费用总额比例分别为 22.97%、14.10%和 18.12%；市场费用、工资和代理服务费三者加起来在报告期内占管理费用总额比例分别达到 79.85%、74.82%和 80.92%。

市场费用主要为企业的宣传推广费，2015 年下半年，企业加大了宣传推广力度，与外部市场信息及活动策划服务提供商签署独家业务合作协议，由其提供有关 DSP 的市场服务，进行业务推广，同时也向外部采购基于但不限于 DSP、RTB 等境内外市场的行业分析和情报搜集分析等服务；销售人员职工薪酬逐年增加，主要有两方面原因，一方面公司为加强销售力度，开发新客户，销售人员平均人数逐年增加，另一方面销售人员薪酬水平有所上升，同时为了激励销售人员，部分销售人员的奖金按收入回款的一定比例计提发放；对于中小企业客户，品友互动通过代理商进行服务，代理服务费就是给这些代理商的代理服务费，一般在合同中约定奖励政策，根据代理商在代理期间完成的广告销售任务额度以及该期内广告款实际支付情况，给予代理商相应比例的奖励款项之优惠待遇，采用累进制在全年不同的合作金额范围区间约定累进的奖励资源比例。

2、管理费用

2016 年 1-3 月、2015 年度和 2014 年度，本公司的管理费用分别为 1,201.09 万元、6,325.10 万元和 2,886.05 万元，占营业收入的比重分别为 11.41%、17.18%

及 18.66%。报告期内，本公司的管理费用情况如下表所示：

单位：元

期 间	2016 年 1-3 月	2015 年度	2014 年度
房租物业费	1,679,133.83	8,467,723.31	5,178,017.61
招待费	99,926.00	2,520,248.47	237,776.77
办公费	296,073.89	3,864,711.97	434,309.52
差旅费	174,434.00	2,224,632.50	1,345,081.06
活动费	147,659.99	1,465,737.96	-
工资	224,622.70	4,383,013.95	1,281,931.97
福利费	63,382.76	1,479,178.11	822,135.84
会议费	54,061.00	986,288.46	331,646.60
折旧费	81,238.57	2,640,525.24	114,551.73
社保费	134,460.21	477,142.33	503,294.12
公积金	247,174.34	269,141.64	288,843.00
研发费	8,019,420.57	30,283,401.44	15,814,879.18
其他	789,279.07	4,189,273.75	2,508,064.52
合 计	12,010,866.93	63,251,019.13	28,860,531.92

本公司管理费用，2015 年度较 2014 年度增长了 119.16%，达到了 6,325.10 万元，2016 年 1-3 月为 2014 全年的 18.99%。其中明细项中房租物业费和研发费占比较高，研发费用 2016 年 1-3 月、2015 年和 2014 年分别为 801.94 万元、3,028.34 万元和 1,581.49 万元，占管理费用总额比例分别为 66.77%、47.88%和 54.80%。房租物业费 2016 年 1-3 月、2015 年和 2014 年分别为 167.91 万元、846.77 万元和 517.80 万元，占管理费用总额比例分别为 13.98%、13.39%和 17.94%。从 2015 年和 2014 年来看，房租物业费、招待费、办公费、差旅费、活动费、工资、福利费、折旧费和研发费变动较大，其他费用均变动不大。变动的的原因主要有以下几个方面：

(1) 公司基于大数据管理和应用，为了为广大需求方提供更高效、准确的程序化广告技术服务，帮助广告主、代理商实现更直接有效的互动沟通体验，公司持续加大研发投入，不断对两大技术平台进行研发优化，升级迭代。研发费用中主要为研发人员工资、宽带托管服务费以及研发设备折旧费等。

报告期内公司研发投入占主营业务收入情况如下：

期 间	2016年1-3月	2015年度	2014年度
研发费	8,019,420.57	30,283,401.44	15,814,879.18
主营业务收入	105,252,973.24	368,131,654.89	154,672,278.35
占主营业务收入比例	7.62%	8.23%	10.22%

报告期内公司研发费用明细情况如下：

期 间	2016年1-3月	2015年度	2014年度
工资	5,435,752.54	22,723,004.46	11,791,936.09
折旧费	1,108,836.56	3,517,171.61	1,411,599.44
社保费	460,251.56	1,297,224.93	917,796.85
公积金	367,741.31	1,071,869.88	698,376.00
福利费	83,149.00	347,608.90	268,697.09
其他	320,450.00	-	134,908.00
差旅费	40,465.00	287,104.20	282,550.45
交通费	47,435.00	138,379.60	117,397.25
办公费	36,333.00	560,566.41	110,574.01
培训费	10,000.00	68,800.00	34,000.00
中介服务费	8,707.49	42,317.40	33,580.00
会议费	-	-	10,905.00
招待费	81,005.00	129,968.20	1,598.00
水电费	-	-	380.00
邮寄费	72.63	765.78	581.00
招聘费	-	65,391.43	-
房租物业费	-	7,500.00	-
无形资产摊销	19,221.48	25,628.64	-
通讯费	-	100.00	-
合计	8,019,420.57	30,283,401.44	15,814,879.18

(2) 报告期内，公司为了开拓市场，加大了人力资源的投入，2015年公司扩大了办公面积，导致房屋租赁费大幅增加，2015年房屋租赁费比2014年增加3,289,705.7元；同时增加了电脑、服务器、交换机、机柜等电子设备，也使得折旧费用增加，此外公司自2015年7月1日起，将电子设备折旧年限由5年变更为3年，累计影响数确认为2015年损益，使得2015年折旧费增加2,510,403.01元，也使得管理部门和研发部门发生的折旧费大幅增加，2015年管理部门发生的折旧费比2014年增加2,105,572.17元，研发部门发生的折旧费比2014年增加2,525,973.51元。

3、财务费用

2016年1-3月、2015年度和2014年度，本公司的财务费用分别为-590,894.21元、-992,928.68元和-266,491.99元。报告期内，本公司的财务费用主要为利息收入和汇兑收益，以及少量的手续费支出和汇兑损失等。利息收入主要为品友互动北京母公司短期银行理财产品分红，汇兑损益则因天津子公司有外币-美元，所以有汇兑损益的发生，其中2015年发生汇兑收益815,501.84元。报告期内，本公司的财务费用情况如下表所示：

单位：元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度
利息支出	-	-	-
减：利息收入	611,901.82	195,925.01	236,867.30
减：汇兑收益	-	815,501.84	67,722.02
手续费支出	21,007.61	18,498.17	6,071.01
汇兑损失	-	-	32,026.32
合计	-590,894.21	-992,928.68	-266,491.99

（三）投资收益情况

报告期内，本公司无投资收益。

（四）报告期非经常性损益情况

单位：元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度
（一）非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分；			
（二）计入当期损益的政府补助；			
（三）计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费；			
（四）单独进行减值测试的应收款项减值准备转回；			
（五）涉诉侵权赔偿及损失；			
（六）同一控制下企业合并产生的子公司年初至合并日的当期净损益；		-20,963,484.92	-21,491,626.44
（七）除上述各项之外的其他营业外收入和支出。			-27,042.64
合计		-20,963,484.92	-21,518,669.08

减:所得税影响			385.00
非经常性净损益		-20,963,484.92	-21,519,054.08
其中: 归属于少数股东的非经常性净损益			
归属于母公司股东的非经常性净损益合计		-20,963,484.92	-21,519,054.08

1、报告期内公司的营业外收入情况如下:

项 目	2016 年 1-3 月	2015 年度	2014 年度
营业外收入	-	-	1,540.00
合 计	-	-	1,540.00

2014年度营业外收入1,540.00元, 为国家知识产权局的专利权奖励。

2、报告期内公司的营业外支出情况如下:

项 目	2016 年 1-3 月	2015 年度	2014 年度
违约罚款	-	-	28,582.64
合 计	-	-	28,582.64

2014年度营业外支出28,582.64元, 为公司在广告投放过程中支付的违约罚款, 主要为向淘宝(中国)软件有限公司支付的投放违规罚款等。

综上所述, 除去同一控制下合并所对应的天津优驰合并日前所实现的损益; 本公司2016年1-3月、2015年无非经常性损益, 2014年非经常性损益为-27,042.64元, 与净利润的比例为0.12%, 报告期内本公司没有对非经常性损益构成重大依赖。

(五) 适用的主要税收政策

1、企业所得税

本公司及子公司报告期内的实际所得税率如下:

公司名称	2016 年 1-3 月	2015 年度	2014 年度
北京品友互动	25%	25%	25%
天津优驰公司	25%	25%	25%

2、增值税

本公司本期适用6%的增值税率。

增值税应纳税额为当期销项税抵减当期进项税后的余额。

3、城建税及教育费附加

本公司及子公司天津优驰公司城建税、教育费附加、地方教育费附加、防洪费均以应纳增值税额为计税依据，适用税率分别为7%、3%、2%、1%。

4、文化事业建设费

本公司文化事业建设费以广告业务销售额减除支付的广告发布费后之净额为计税依据，适用3%的费率。

五、财务状况分析

(一) 资产的主要构成及减值准备

1、流动资产分析

单位：元

项目	2016年3月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
货币资金	116,950,429.80	40.23	129,426,464.11	38.65	23,024,808.94	26.55
应收票据	-	-	1,300,000.00	0.39	-	-
应收账款	140,467,051.79	48.32	139,627,078.49	41.70	56,197,233.45	64.80
预付款项	6,745,944.64	2.32	1,206,264.21	0.36	655,581.01	0.76
其他应收款	16,308,730.68	5.61	16,863,858.57	5.40	4,124,520.39	4.76
存货	10,225,706.86	3.52	6,410,941.19	1.91	2,725,075.57	3.14
其他流动资产	-	-	40,000,000.00	11.95	-	-
流动资产合计	290,697,863.77	100.00	334,834,606.57	100.00	86,727,219.36	100.00

(1) 货币资金

本公司货币资金构成如下：

单位：元

项目	2016年3月31日	2015年12月31日
----	------------	-------------

	原币	折算 汇率	折合人民币	原币	折算 汇率	折合人民币
库存现金	-	-	-	-	-	-
其中：人民币	-	-	-	-	-	-
银行存款	108,980,854.30	-	116,950,429.80	121,457,905.07	-	129,426,464.11
其中：人民币	107,530,154.35	-	107,530,154.35	120,007,388.28	-	120,007,388.28
美元	1,450,699.95	6.49	9,420,275.45	1,450,516.79	6.49	9,419,075.83
其他货币资金	-	-	-	-	-	-
其中：人民币	-	-	-	-	-	-
合计	108,980,854.30		116,950,429.80	121,457,905.07		129,426,464.11

项目	2015年12月31日			2014年12月31日		
	原币	折算 汇率	折合人民币	原币	折算 汇率	折合人民币
库存现金	-	-	-	-	-	-
其中：人民币	-	-	-	-	-	-
银行存款	121,457,905.07	-	129,426,464.11	16,895,498.84	-	23,024,808.94
其中：人民币	120,007,388.28	-	120,007,388.28	15,698,134.10	-	15,698,134.10
美元	1,450,516.79	6.49	9,419,075.83	1,197,364.74	6.12	7,326,674.84
其他货币资金	-	-	-	-	-	-
其中：人民币	-	-	-	-	-	-
合计	121,457,905.07		129,426,464.11	16,895,498.84		23,024,808.94

本公司的货币资金包括库存现金、银行存款和其他货币资金，报告期内货币资金全部为银行存款，其中主要为人民币银行存款，外币则是天津子公司的美元存款。报告期内，公司的货币资金大幅增加，2015年末较2014年末大幅增加462.18%，主要是2015年11月和12月，公司股改之后增资，投资人投入的资本金。

本公司不存在质押、冻结，或有潜在收回风险的款项。

(2) 应收票据

最近两年一期的应收票据种类如下：

票据种类	2016年3月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
------	------------	-------------	-------------

	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
银行承兑汇票	-	-	1,300,000.00	100.00	-	-
合计	-	-	1,300,000.00	100.00	-	-

报告期末无已经贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据。

报告期末无已经背书给他方但尚未到期的银行承兑汇票。

(3) 应收账款

1) 应收账款风险分类

单位：元

项目	2016年3月31日			
	金额	比例%	坏账准备	比例%
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-
账龄组合	140,747,007.27	100	279,955.48	0.20
与交易对象关系组合	-	-	-	-
款项性质组合	-	-	-	-
组合小计	140,747,007.27	100	279,955.48	0.20
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-
合计	140,747,007.27	100	279,955.48	0.20
项目	2015年12月31日			
	金额	比例%	坏账准备	比例%
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款				
按组合计提坏账准备的应收账款				
账龄组合	139,762,684.01	100	135,605.52	0.10
与交易对象关系组合				
款项性质组合				
组合小计	139,762,684.01	100	135,605.52	0.10
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款				
合计	139,762,684.01	100	135,605.52	0.10

项目	2014年12月31日			
	金额	比例%	坏账准备	比例%
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	—	—	—	—
按组合计提坏账准备的应收账款	—	—	—	—
账龄组合	56,247,282.16	100	50,048.71	0.09
与交易对象关系组合	—	—	—	—
款项性质组合	—	—	—	—
组合小计	56,247,282.16	100	50,048.71	0.09
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	—	—	—	—
合计	56,247,282.16	100	50,048.71	0.09

截至2016年3月31日无单独计提坏账准备的应收账款。

2) 最近两年一期的应收账款账龄情况表如下：

单位：元

项目	2016年3月31日			
	金额	占比(%)	坏账准备	净额
0-6月	127,877,551.29	90.86	-	-
6-12月	12,587,376.48	8.94	251,747.53	12,335,628.95
1-2年	282,079.50	0.20	28,207.95	253,871.55
2-3年	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-
合计	140,747,007.27	100.00	279,955.48	140,467,051.79
项目	2015年12月31日			
	金额	占比(%)	坏账准备	净额
0-6月	132,982,408.24	95.15	-	132,982,408.24
6-12月	6,780,275.77	4.85	135,605.52	6,644,670.25
1-2年	-	-	-	-
2-3年	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-
合计	139,762,684.01	100.00	135,605.52	139,627,078.49
项目	2014年12月31日			
	金额	占比(%)	坏账准备	净额
0-6月	53,744,846.89	95.55	-	53,744,846.89
6-12月	2,502,435.27	4.45	50,048.71	2,452,386.56
1-2年	-	-	-	-

2-3 年	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-
合计	56,247,282.16	100.00	50,048.71	56,197,233.45

报告期内无实际核销的应收账款。截至 2016 年 3 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日，本公司的应收账款余额分别为 140,467,051.79 元、139,627,078.49 元和 56,197,233.45 元，占同期末流动资产的比重分别为 48.32%、41.70% 和 64.90%。应收账款快速提升主要因公司业务规模扩张而自然增长。

本公司报告期内的应收账款账龄基本在 1 年以内，账龄较短，公司的客户主要为知名的 4A 广告公司和快消、汽车、金融、电信、3C 等为主的行业品牌客户和电商类客户，信用较好，回款快，表现了公司良好的收款能力和资金管理能力和，应收账款风险较小。

3) 各报告期末应收账款总额前五名债务人情况

截至 2016 年 3 月 31 日，公司应收账款总额前五名如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	总额	账龄	占应收账款期末总额合计数的比例(%)
恒美集团 ¹	非关联方	20,473,779.24	1 年以内	14.55
群邑集团 ²	非关联方	17,908,978.07	1 年以内	12.72
阳狮集团 ³	非关联方	20,066,980.96	1 年以内	14.26
群势集团 ⁴	非关联方	7,835,617.83	1 年以内	5.57
北京卓睿思捷广告有限公司	非关联方	5,120,000.00	1 年以内	3.64
合计		71,405,356.10	-	50.74

注 1：恒美集团应收账款金额包括：广州恒美广告有限公司、北京恒美广告有限公司上海分公司、北京恒美广告有限公司；

注 2：群邑集团应收账款金额包括：群邑(上海)广告有限公司广州分公司、凯帝珂广告(上海)有限公司、群邑(上海)广告有限公司、凯帝珂广告(上海)有限公司北京分公司、群邑(上海)广告有限公司北京分公司；

注 3：阳狮集团应收账款金额包括：阳狮广告有限公司上海分公司、盛世长城国际广告有限公司上海第二分公司、上海李奥贝纳广告有限公司北京分公司、盛世长城国际广告有限公司；

注 4：群势集团应收账款金额包括：上海群势广告有限公司、GROUPM MEDIA PRODUCTS PTE LTD、Xaxis Hong kong；

截至 2015 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	余额	账龄	占应收账款期末余额合计数的比例(%)
阳狮集团 ¹	非关联方	15,032,866.06	1 年以内	10.76
上海优力广告有限公司	非关联方	12,800,000.00	1 年以内	9.16
恒美集团 ²	非关联方	12,234,899.40	1 年以内	8.75
上海先河文化传播有限公司	非关联方	10,800,000.00	1 年以内	7.73
群邑集团 ³	非关联方	9,223,907.58	1 年以内	6.60
合计		60,091,673.04	-	43.00

注 1：阳狮集团应收账款金额包括：盛世长城国际广告有限公司上海第二分公司、盛世长城国际广告有限公司、上海李奥贝纳广告有限公司北京分公司、阳狮广告有限公司上海分公司；

注 2：恒美集团应收账款金额包括：北京恒美广告有限公司上海分公司、广州恒美广告有限公司、北京恒美广告有限公司；

注 3：群邑集团应收账款金额包括：群邑（上海）广告有限公司北京分公司、群邑（上海）广告有限公司、群邑（上海）广告有限公司广州分公司、凯帝珂广告（上海）有限公司、凯帝珂广告（上海）有限公司北京分公司；

截至 2014 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	余额	账龄	占应收账款期末余额合计数的比例(%)
恒美集团 ¹	非关联方	7,656,063.49	1 年以内	13.61
安吉斯集团 ²	非关联方	7,196,349.04	1 年以内	12.79
阳狮集团 ³	非关联方	6,149,541.15	1 年以内	10.93
江苏苏宁易购电子商务有限公司	非关联方	6,117,064.19	1 年以内	10.88
上海云联广告有限公司	非关联方	5,575,000.00	1 年以内	9.91
合计		32,694,017.87	-	58.12

注 1：恒美集团应收账款金额包括：北京恒美广告有限公司上海分公司、广州恒美广告有限公司；

注 2：安吉斯集团应收账款金额包括：上海安吉斯媒体技术有限公司、广东凯络广告有限公司上海分公司；

注 3：阳狮集团应收账款金额包括：阳狮锐奇广告有限公司；

3) 公司在报告期内，按坏账计提政策，对于 0—6 月以内的应收账款不计提坏账准备，6—12 月的应收账款按总金额的 2% 计提坏账准备，1—2 年的则按 10%

计提坏账准备。2016年1-3月、2015年和2014年坏账准备金额分别为279,955.48元、135,605.52元和50,048.71元。本公司应收账款风险控制在较低水平。

4) 截至2016年3月31日, 应收账款余额中无应收持有本公司5% (含5%) 以上表决权的股东及其他关联方欠款的情况。

(4) 预付账款

1) 最近两年一期的预付账款账龄情况表:

单位: 元

账龄	2016年3月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	6,745,944.64	100%	1,206,264.21	100%	655,581.01	100%
合计	6,745,944.64	100%	1,206,264.21	100%	655,581.01	100%

公司预付款项为预付的媒体流量采购款以及按照受益期限待摊的费用。

截至到2016年3月31日、2015年12月31日和2014年12月31日, 本公司预付款项分别为674.59万元、120.63万元和65.56万元, 预付账款不断增加。增加的主要原因是, 随着近两年业务的大力发展, 公司的营业收入逐年增加, 公司也加大了媒体流量的采购, 期末预付款的增加也是符合公司业务发展和需要。

2) 各报告期末预付账款余额前五名债务人情况

截至2016年3月31日, 公司预付账款前五名如下:

单位: 元

单位名称	余额	账龄	占预付款项期末余额合计数的比例(%)	未结算原因
云联传媒(上海)有限公司	4,000,000.00	1年以内	59.29	未到结算期
上海蓝云网络科技有限公司	525,000.00	1年以内	7.78	未到结算期
北京达义北方置业有限公司	907,444.29	1年以内	13.45	未到结算期
北京腾讯文化传媒有限公司	1,028,237.49	1年以内	15.25	未到结算期
上海平安欣伦物业发展有限公司	116,111.06	1年以内	1.72	未到结算期

单位名称	余额	账龄	占预付款项期末余额合计数的比例(%)	未结算原因
合计	6,577,192.84	-	97.50	-

公司报告期内所有的预付款账龄均在 1 年以内,体现了公司良好的运营能力和管理能力。2014 年预付款占流动资产的比例较小,仅为 0.76%,截至 2016 年 3 月 31 日,预付款占流动资产的比例为 2.32%,后预付款占比较小。

3) 截至 2016 年 3 月 31 日,预付账款余额中无预付持有本公司 5% (含 5%) 以上表决权的股东及其他关联方欠款的情况。

(5) 其他应收款

1) 最近两年一期其他应收款风险分类:

单位: 元

类别	2016 年 3 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
组合 1: 账龄分析法	3,175,765.94	19.46	6,830.08	0.22	3,168,935.86
组合 2: 与交易对象关系组合	9,487,371.90	58.15	-	-	9,487,371.90
组合 3: 款项性质组合	3,652,422.92	22.39	-	-	3,652,422.92
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	16,315,560.76	100.00	6,830.08	0.04	16,308,730.68
类别	2015 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
组合 1: 账龄分析法	4,829,810.96	28.59	29,972.29	0.62	4,799,838.67

组合 2: 与交易对象关系组合	8,258,596.98	48.89	-	-	8,258,596.98
组合 3: 款项性质组合	3,805,422.92	22.52	-	-	3,805,422.92
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	16,893,830.86	100.00	29,972.29	0.18	16,863,858.57
类别	2014 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
组合 1: 账龄分析法	1,972,219.90	47.56	21,990.26	1.12	1,950,229.64
组合 2: 与交易对象关系组合	581,183.87	14.02	-	-	581,183.87
组合 3: 款项性质组合	1,593,106.88	38.42	-	-	1,593,106.88
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	4,146,510.65	100.00	21,990.26	0.53	4,124,520.39

注：组合 1 根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出最佳估计，参考应收款项的账龄进行信用风险组合分类，组合 2 以关联方往来款划分组合，关联方应收款项不计提坏账准备，组合 3 根据业务性质，认定其他特殊性质款项，包括：押金、备用金、关联方借款、保证金、期后已收回的款项，不计提坏账准备。

2) 组合中，按账龄分析法计提坏账准备的其他应收款：

单位：元

项目	2016 年 3 月 31 日			
	金额	比例 (%)	坏账准备	净额
0-6 月	2,874,262.07	90.51	-	2,874,262.07
6-12 月	291,503.87	9.18	5,830.08	285,673.79
1-2 年	10,000.00	0.31	1,000.00	9,000.00
2-3 年	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-
合计	3,175,765.94	-	6,830.08	3,168,935.86
项目	2015 年 12 月 31 日			
	金额	比例 (%)	坏账准备	净额
0-6 月	4,229,258.13	87.57	-	4,229,258.13

6-12月	376,037.43	7.79	7,520.75	368,516.68
1-2年	224,515.40	4.65	22,451.54	202,063.86
2-3年	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-
合计	4,829,810.96	100.00	29,972.29	6,799,838.67
项目	2014年12月31日			
	金额	比例(%)	坏账准备	净额
0-6月	1,597,606.90	84.96	-	1,597,606.90
6-12月	194,513.00	7.81	3,890.26	190,622.74
1-2年	180,000.00	7.23	18,000.00	162,000.00
2-3年	-	-	-	-
3年以上	100.00	0.00	100.00	0.00
合计	1,972,219.90	100.00	21,990.26	1,950,229.64

本公司其他应收款主要构成为与其他单位及个人的往来款、借款，垫付的投标保证金、履约保证金以及押金等。

截至2016年3月31日、2015年12月31日和2014年12月31日，本公司其他应收款余额分别为1,630.87万元、1,686.39万元和412.45万元。2015年末比2014年末增加1,273.93万元，增长308.87%，这主要是因为随着公司业务发展，公司和其他单位及个人发生的往来款、借款大幅增加，并且公司与关联方发生的往来款也增多，导致期末其他应收款增加较大。

3) 各报告期末其他应收款余额前五名债务人情况

截至2016年3月31日，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占其他应收款总额的比例(%)	性质或内容
香港品友	同一实际控制人	5,053,443.90	1年以内	30.97	代收货款及往来款
北京达义北方置业有限公司	非关联方	2,281,967.45	3年以内	13.99	押金
孔莉	关联方	2,000,000.00	1年以内	12.26	个人借款
黄晓南	股东	1,233,928.00	1年以内	7.56	个人借款
上海怡纬文化传播工作室	非关联方	1,050,000.00	1年以内	6.44	预付款项

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)	性质或内容
合 计		11,619,339.35		71.22	

截至 2015 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)	性质或内容
香港品友	同一实际控制人	3,824,668.98	1 年以内	22.68	往来款及代收货款
北京达义北方置业有限公司	非关联方	2,281,967.45	3 年以内	13.53	押金
孔莉	关联方	2,000,000.00	1 年以内	11.86	个人借款
黄晓南	股东	1,233,928.00	1 年以内	7.32	个人借款
王枫	董秘	900,000.00	1 年以内	5.34	个人借款
合 计		10,240,564.43		60.72	

截至 2014 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)	性质或内容
北京达义北方置业有限公司	非关联方	1,567,223.51	2 年以内	37.80	押金
上海平安欣仑物业发展有限公司	非关联方	395,488.68	1 年以内	9.54	押金
吴嫦月	非关联方	285,000.00	1 年以内	6.87	备用金
上海百欣房地产发展有限公司	非关联方	179,274.75	2 年以内	4.32	押金
孙有新	非关联方	142,560.00	1 年以内	3.44	备用金
合 计		2,569,546.94		61.97	

报告期内，公司其他应收款除预付的租赁房屋押金账龄较长外，其他都基本在 1 年以内，2014 年与关联方之间的往来款很少，2015 年末和 2016 年 3 月末，公司和关联方之间的往来款及借款增多，截至 2016 年 3 月 31 日，公司其他应收款中应收关联方款项总额为 9,487,371.90 元，账龄均在 1 年以内。

4) 报告期内其他应收款余额中应收关联方款项情况

截至 2016 年 3 月 31 日，公司其他应收款余额中应收关联方款项情况如下：

单位名称	与本公司关系	2016 年 3 月 31 日金额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)	性质或内容
黄晓南	股东	1,233,928.00	1 年以内	7.56	个人借款
王枫	董秘	900,000.00	1 年以内	5.52	个人借款
沈学华	股东	300,000.00	1 年以内	1.84	个人借款
孔莉	监事	2,000,000.00	1 年以内	12.26	个人借款
香港品友	同一实际控制人	5,053,443.90	1 年以内	30.97	往来款及代收广告款
合计		9,487,371.90		58.15	

截至 2015 年 12 月 31 日，公司其他应收款余额中应收关联方款项情况如下：

单位名称	与本公司关系	2016 年 3 月 31 日金额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)	性质或内容
黄晓南	股东	1,233,928.00	1 年以内	7.32	个人借款
王枫	董秘	900,000.00	1 年以内	5.34	个人借款
沈学华	股东	300,000.00	1 年以内	1.78	个人借款
孔莉	监事	2,000,000.00	1 年以内	11.86	个人借款
香港品友	同一实际控制人	3,824,668.98	1 年以内	22.68	往来款及代收广告款
合计		8,258,596.98		48.97	

截至 2014 年 12 月 31 日，公司其他应收款余额中应收关联方款项情况如下：

单位名称	与本公司关系	2016 年 3 月 31 日金额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)	性质或内容
谢鹏	股东	31,534.95	1 年以内	0.68	备用金
香港品友	同一实际控制人	549,648.92	1 年以内	11.78	往来款
合计		581,183.87		12.46	

公司与股东、监事、董秘及香港品友的资金往来，具体见本说明书“第四节 公司财务”之“七、关联方、关联方关系及关联交易部分”；截至 2016 年 3 月 31 日，关联方股东黄晓南尚欠公司 1,233,928.00 元未偿还，股东沈学华尚欠公司 300,000.00 元未偿还，监事孔莉尚欠公司 2,000,000.00 元未偿还，董秘王枫尚欠

公司 900,000.00 元未偿还，同一实际控制人下的关联企业香港品友尚欠公司 5,053,443.90 元未偿还。截至本公开转让说明书出具之日，上述关联方已向本公司偿还上述款项，并承诺不再与公司发生大额个人借款及往来款未及时结算的情形。

5) 截至 2016 年 3 月 31 日，其他应收款余额中应收持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项情况如下：

单位名称	与本公司关系	2016 年 3 月 31 日 金额	账龄	占其他应收款 总额的比例 (%)	性质或 内容
黄晓南	股东	1,233,928.00	1 年以内	7.11	个人借款
合计		1,233,928.00		7.11	

(6) 存货

1) 存货构成情况

公司主要通过 DSP 平台对接国内主流广告交易平台（包括公共交易平台和私有交易平台）及主要媒体资源，包括视频、APP 等，通过系统自动完成媒体资源采购。公司在收到客户/代理公司的订单后按照订单约定的项目、预算金额、下载数或展示点击次数等通过技术平台系统为客户进行广告投放，项目完成后根据项目下线通知和客户进行确认并结算。报告期末的存货为未完工项目媒体成本，即广告订单项目还未完成，项目未下线时截至该报告期末已经消耗的媒体资源。

2) 公司报告期内的存货情况如下表所示：

单位：元

项目	2016 年 3 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
未完项目媒体成本	10,225,706.86	—	10,225,706.86
项目	2015 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
未完项目媒体成本	6,410,941.19	—	6,410,941.19
项目	2014 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值

未完项目媒体成本	2,725,075.57	—	2,725,075.57
----------	--------------	---	--------------

截至 2016 年 3 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日，本公司存货余额分别为 1022.57 万元、641.09 万元和 272.51 万元，2015 年末比 2014 年末增长 135.26%，这也与公司报告期内收入大幅增长的趋势相符合。

3) 存货跌价准备计提情况

本公司经营状况良好，各期已投放未完工的广告订单项目周期较短，基本都在 1 年以内，不存在存货计提跌价准备的情形。

(7) 其他流动资产

项目	2016 年 3 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
理财产品	-	40,000,000.00	-
合计	-	40,000,000.00	-

报告期内，公司的其他流动资产为理财产品，主要为招商银行点金公司理财之岁月流金“黄金周”理财计划和招商银行点金公司理财之鼎鼎成金“黄金周”理财计划。

2、非流动资产

报告期内，公司非流动资产的情况如下：

单位：元

项目	2016 年 3 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
固定资产	9,791,160.07	98.14	10,439,219.56	98.07	9,340,226.43	90.14
无形资产	185,807.58	1.86	205,029.06	1.93	-	-
长期待摊费用	-	-	-	-	227,856.00	2.20
递延所得税资产	-	-	-	-	793,465.82	7.66
非流动资产合计	9,976,967.65	100.00	10,644,248.62	100.00	10,361,548.25	100.00

(1) 固定资产

1) 固定资产的类别

本公司的固定资产主要包括电子设备、办公家具两类，这也和公司作为一家基于大数据的营销推广公司相符合。

2) 固定资产的成新率

截至 2016 年 3 月末，本公司固定资产原值为 1,919.83 万元，固定资产净值为 979.12 万元，总体成新率为 51.00%，具体设备成新情况如下表所示：

单位：元

项目	固定资产原值	累计折旧	固定资产净值	成新率（%）
电子设备	18,876,307.22	9,299,842.52	9,576,464.70	50.73
办公家具	322,007.27	107,311.90	214,695.37	66.67
合计	19,198,314.49	9,407,154.42	9,791,160.07	51.00

3) 固定资产的价值变动情况

报告期内，公司固定资产价值变动情况如下表：

单位：元

项目	2015年12月31日	本期增加	本期减少	2016年3月31日
原 价	18,655,799.98	542,514.51	—	19,198,314.49
电子设备	18,333,792.71	542,514.51	—	18,876,307.22
办公家具	322,007.27	—	—	322,007.27
累计折旧	8,216,580.42	1,190,574.00	—	9,407,154.42
电子设备	8,124,314.53	1,175,527.99	—	9,299,842.52
办公家具	92,265.89	15,046.01	—	107,311.90
账面价值	10,439,219.56	—	—	9,791,160.07
电子设备	10,209,478.18	—	—	9,576,464.70
办公家具	229,741.38	—	—	214,695.37

项目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年12月31日
原 价	12,812,975.01	7,544,201.02	1,701,376.05	18,655,799.98
电子设备	12,623,127.11	7,343,643.60	1,632,978.00	18,333,792.71
办公家具	189,847.90	200,557.42	68,398.05	322,007.27
累计折旧	3,472,748.58	6,442,017.89	1,698,186.05	8,216,580.42
电子设备	3,405,197.38	6,395,713.18	1,676,596.03	8,124,314.53

项 目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年12月31日
办公家具	67,551.20	46,304.71	21,590.02	92,265.89
账面价值	9,340,226.43	-	-	10,439,219.56
电子设备	9,217,929.73	-	-	10,209,478.18
办公家具	122,296.70	-	-	229,741.38

报告期内公司的固定资产的账面原值逐渐增加,2016年3月末较2015年末、2015年末较2014年末分别增长2.91%和45.60%,这主要是由于公司在2015年随着业务的增加而购置了大量的电脑、服务器、交换机、机柜等电子设备导致。

公司的固定资产账面价值在报告期内变动不大,这主要是因为2015年公司的固定资产原值增加较大,也使得折旧费用增加,此外公司自2015年7月1日起,将电子设备折旧年限由5年变更为3年,累计影响数确认为2015年损益,累计调增相关成本费用金额3,531,859.79元。这使得公司报告期末固定资产的账面价值变动不大。

报告期内,固定资产占非流动资产的比例逐年下降,虽然固定资产账面价值变动不大,但固定资产占非流动资产的比例却从2014年末的90.14%下降到2016年3月末的69.47%,这主要是因为递延所得税资产的增加导致。

4) 报告期内公司各类设备的折旧和预计残值情况。

序号	类别	折旧年限(年)	预计残值率(%)	年折旧率(%)
1	电子设备	3.00	5.00	31.67
2	办公家具及其他	5.00	5.00	19.00

公司的预计残值率和折旧年限符合行业的会计制度。

5) 截至2016年3月31日,公司各项固定资产使用状态良好,不存在减值迹象,故未计提固定资产减值准备。固定资产不存在闲置、融资租赁租入、经营租赁租出、抵押或担保、未办妥产权证书的情况。

(2) 无形资产

报告期内,公司的无形资产主要为软件使用权,公司无形资产价值变动情况如下表:

项目	2015年12月31日	本期增加	本期减少	2016年3月31日
原价	230,657.70	-	-	230,657.70
软件	230,657.70	-	-	230,657.70
累计摊销	25,628.64	19,221.48	-	44,850.12
软件	25,628.64	19,221.48	-	44,850.12
减值准备	-	-	-	-
软件	-	-	-	-
账面价值	205,029.06	-	-	185,807.58
软件	205,029.06	-	-	185,807.58

项目	2015年12月31日	本期增加	本期减少	2016年3月31日
原价	-	230,657.70	-	230,657.70
软件	-	230,657.70	-	230,657.70
累计摊销	-	25,628.64	-	25,628.64
软件	-	25,628.64	-	25,628.64
减值准备	-	-	-	-
软件	-	-	-	-
账面价值	-	-	-	205,029.06
软件	-	-	-	205,029.06

公司无形资产不存在减值情形，未计提无形资产减值准备。

(3) 递延所得税资产

1) 已确认的递延所得税资产

单位：元

项目	2016年3月31日余额		2015年12月31日余额		2014年12月31日余额	
	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
预提费用	-	-	-	-	-	-
坏账准备	-	-	-	-	71,924.71	17,981.18
可抵扣亏损	-	-	-	-	3,101,938.52	775,484.64
合计	-	-	-	-	3,173,863.23	793,465.82

2) 可抵扣差异项目明细

公司在报告期内，只在 2014 年末确认了递延所得税资产，主要由坏账准备、可抵扣亏损产生的计税基础和会计核算之间的可抵扣暂时性差异所致。由于公司在 2015 年和 2016 年 1-3 月持续亏损，出于谨慎考虑，2016 年 3 月 31 日和 2015 年末不确认并冲回以前年度已确认的递延所得税资产。

(二) 负债的主要构成及其变化

单位：元

项目	2016 年 3 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
流动负债：						
应付账款	82,735,238.46	54.47	93,154,116.18	30.09	45,013,865.90	62.22
预收款项	21,899,844.45	14.42	20,457,782.77	6.61	11,531,683.69	15.94
应付职工薪酬	5,013,325.13	3.30	9,147,541.04	2.95	4,044,743.27	5.59
应交税费	7,595,527.88	5.00	9,928,049.17	3.21	5,887,672.91	8.14
其他应付款	34,657,472.14	22.82	176,885,705.82	57.14	5,869,951.19	8.11
流动负债合计	151,901,408.06	100.00	309,573,194.98	100.00	72,347,916.96	100.00
非流动负债：						
非流动负债合计	--	--	--	--	--	--
负债合计	151,901,408.06	100.00	309,573,194.98	100.00	72,347,916.96	100.00

1、应付账款

1) 截至 2016 年 3 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日，本公司的应付账款余额分别为 8,273.52 万元、9,315.41 万元及 4,501.39 万元，主要为应付供应商的媒体采购款、预提的宽带托管服务费等。

报告期各期末，本公司应付账款的账龄情况如下表所示：

单位：元

账龄	2016 年 3 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
合计	82,735,238.46	100	93,154,116.18	100	45,013,865.90	100

账龄	2016年3月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
其中： 1年以上	1,585,677.30	1.90	1,585,677.30	1.70	1,612,182.97	3.58

各报告期各期末，应付账款账龄基本在1年以内，说明公司的财务管理水平较高。

2) 截至2016年3月31日，公司应付账款前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应付款总额的比例(%)
土豆(中国)广告有限公司	非关联方	17,625,665.17	0-6月	21.30
上海爱奇艺文化传媒有限公司	非关联方	8,480,411.73	0-6月	10.25
天津数集科技有限公司	非关联方	6,464,672.73	0-6月	7.81
北京腾讯文化传媒有限公司-广点通	非关联方	5,018,510.34	0-6月	6.07
上海宽通广告有限公司	非关联方	4,630,478.67	0-6月	5.60
合计		42,219,738.64	-	51.03

截至2015年12月31日，公司应付账款前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应付款总额的比例(%)
土豆(中国)广告有限公司	非关联方	17,551,687.60	0-6月	18.84
天津数集科技有限公司	非关联方	10,023,938.04	0-6月	10.76
云联传媒(上海)有限公司	非关联方	8,515,034.00	0-6月	9.14
上海驭势文化传播有限公司	非关联方	5,000,000.00	0-6月	5.37
上海宽通广告有限公司	非关联方	4,953,366.27	0-6月	5.32
合计		46,044,025.91	-	49.43

截至2014年12月31日，公司应付账款前五名情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应付款总额的比例(%)
淘宝(中国)软件有限公司	非关联方	6,418,232.00	0-6月	14.26
北京学之途网络科技有限公司	非关联方	6,379,223.84	0-6月	14.17
合一信息技术(北京)有限公司	非关联方	4,670,887.91	0-6月	10.38
谷歌广告(上海)有限公司	非关联方	3,206,661.51	0-6月	7.12
百度时代网络技术(北京)有限公司	非关联方	1,291,821.32	0-6月	2.87
合计		21,966,826.58	-	48.80

公司应付账款主要为应支付的媒体流量采购费,账龄主要为6个月以内,公司不存在大额长期未付供应商款项形成的经营性负债。2016年3月末、2015年末和2014年末,公司的应付账款金额占流动负债总额的比例分别为54.47%、30.09%和66.28%。2015年末比2014年末应付账款金额增加4,814.03万元,增长106.95%,主要原因是2015年增加了对直接媒体的采购额和采购比例,如:土豆(中国)广告有限公司的采购额,该供应商给予了公司较大的赊销额度所致。

报告期内,公司主要通过对接国内主流广告交易平台(包括公共交易平台和私有交易平台)及主要媒体资源获取媒体流量及广告位,公司的供应商结构整体稳定。公司的应付账款的形成符合业务要求和财务制度,风险在可控的范围内。

3)截至2016年3月31日应付账款余额中无应付关联方款项,无应付持有本公司5%(含5%)以上股份的股东及其他关联方的款项。

2、预收账款

(1)截至2016年3月31日、2015年12月31日和2014年12月31日,本公司的预收账款余额分别为2,189.98万元、2,045.78万元及1,153.17万元,主要为公司DSP大算盘业务的客户预先充值款。

对于中小企业客户,品友互动通过代理商进行服务。中小企业客户一般会“自助”通过品友系统进行广告投放。对于中小企业客户,客户需要预先缴纳广告费,并自行通过技术平台进行投放,品友互动根据客户当月的广告投放情况确认营业收入。因此,报告期末会有该部分客户的未消费的充值款。

报告期内,公司的预收账款逐年增加,2015 年末比 2014 年末增加 892.61 万元,上升 77.40%;2016 年 3 月末比 2015 年增加了 144.21 万元,上升 7.05%,预收账款呈逐年上升趋势,主要是因为公司 DSP 大算盘业务采取先充值后消费的销售方式,所以预收账款会随着业务销售收入的增长同步增长。

(2) 报告期内,本公司预收账款的账龄情况如下表所示:

单位:元

项目	2016 年 3 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
合计	21,899,844.45	100	20,457,782.77	100	11,531,683.69	100
其中:1 年以上	200,000.00	0.91	200,000.00	0.98	200,000.00	1.73

报告期内,除开云通慧联(上海)网络技术有限公司在 2012 年预付了 20 万的媒体采购款外,公司的预收账款账龄主要在 1 年以内本报告期无账龄超过 1 年的大额预收款项情况。

(3) 公司 2016 年 3 月 31 日预收账款前五名如下:

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预收款总额的比例 (%)
上海挖媒网络技术有限公司	非关联方	2,055,272.37	1 年以内	9.38
中国人民财产保险股份有限公司北京分公司	非关联方	1,800,000.00	1 年以内	8.22
杭州源码网络技术有限公司	非关联方	1,340,387.02	1 年以内	6.12
深圳市聚讯科技有限公司	非关联方	1,291,851.56	1 年以内	5.90
拓普瑞特(北京)科技有限公司	非关联方	923,044.81	1 年以内	4.21
合计		7,410,555.76		33.84

截至 2015 年 12 月 31 日,公司预收账款前五名如下:

单位:元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预收款总额的比例 (%)
悠斯商贸(上海)有限公司	非关联方	2,600,000.00	1 年以内	12.71
中国人民财产保险股份有限公司	非关联方	2,050,000.00	1 年以内	10.02

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预收款总额的比例(%)
公司北京分公司				
深圳市聚讯科技有限公司	非关联方	1,316,128.76	1年以内	6.43
杭州源码网络技术有限公司	非关联方	996,406.27	1年以内	4.87
上海挖媒网络技术有限公司	非关联方	903,695.98	1年以内	4.42
合计		7,866,231.01		38.45

截至2014年12月31日，公司预收账款前五名如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预收款总额的比例(%)
人远(上海)文化传播有限公司	非关联方	284,983.35	1年以内	2.47
中山市智鹏营销策划有限公司	非关联方	265,520.09	1年以内	2.3
寻医问药网	非关联方	240,833.66	1年以内	2.09
杭州好久不见网络科技有限公司	非关联方	231,489.77	1年以内	2.01
南京弈米互动网络科技有限公司	非关联方	215,068.75	1年以内	1.87
合计		1,237,895.62		8.87

从以上各期主要单位的预收账款余额占总额的比例数据可以看出，2015年和2016年3月末公司中小客户的预收账款余额比2014年增加，这也和公司业务的增长相符合。截至2016年3月31日，公司预收账款的前五名合计数为7,410,555.76元，占预收账款总额的33.84%，均为公司客户。

(4) 截至2015年9月30日，本公司预收账款中无持有本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的款项。

3、应付职工薪酬

截至2016年3月末，2015年12月31日和2014年12月31日，本公司的应付职工薪酬余额分别为5,013,325.13元、9,147,541.04元及4,044,743.27元，主要包括短期薪酬和设定提存计划两个部分。报告期内，本公司应付职工薪酬的情况如下：

(1) 短期薪酬各期的情况如下：

单位：元

项 目	2016年3月31 日余额	2015年12月31 日余额	2014年12月31 日余额
工资、奖金、津贴和补贴	4,574,267.83	8,665,623.40	3,826,154.55
职工福利费	-	-	-
社会保险费	45,299.81	69,305.77	23,637.55
其中：医疗保险费	40,088.32	61,114.30	20,746.75
工伤保险费	2,004.42	3,055.72	1,037.34
生育保险费	3,207.07	5,135.75	1,853.46
住房公积金	309,572.00	284,271.83	151,383.00
合 计	4,929,139.64	9,019,201.00	4,001,175.10

(2) 设定提存计划的各期变化情况如下：

单位：元

项目	2016年3月31 日余额	2015年12月31 日余额	2014年12月31 日余额
基本养老保险	80,176.66	122,228.61	41,493.50
失业保险费	4,008.83	6,111.43	2,074.67
合计	84,185.49	128,340.04	43,568.17

短期薪酬主要包括职工工资、社会福利费、社会保险费、住房公积金等内容。

离职后福利主要包括基本养老保险费、失业保险费等，按照公司承担的风险和义务，分类为设定提存计划。

(3) 本公司报告期内的各期余额的形成原因是提取下月社会保险费和提取年末奖金，公司成立以来，没有拖欠职工工资的情况发生。

4、应交税费

单位：元

项目	2016年3月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
增值税	4,232,081.50	5,520,047.76	3,207,792.94
企业所得税	-	-	-
个人所得税	1,031,146.44	1,182,011.10	283,127.78
城市维护建设税	283,576.22	390,118.21	266,400.19
教育费附加	202,029.96	278,655.85	190,312.64

项目	2016年3月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
文化事业建设费	1,868,893.26	2,612,235.13	1,940,039.36
其他税金	11,762.77	-	-
合计	7,629,490.15	9,983,068.05	5,887,672.91

报告期内，本公司正常申报缴纳各项税款，无处罚情况。

5、其他应付款

(1) 截至 2016 年 3 月 31 日，2015 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日，本公司的其他应付款余额分别为 3,465.75 万元、17,688.57 万元及 587.00 万元，主要内容为代理服务费、往来款、保证金和报销款等。

2015 年底，北京品友完成股份制改制后，通过收购天津品友的方式，实现了宽带资本等海外投资者在境外的退出，VIE 架构拆除。在收购天津品友时，北京品友需支付香港品友股权转让款，使得 2015 年年末其他应付款中尚欠香港品友公司 128,549,921.98 元股权转让款。此外，公司在 2015 年大力开拓市场，营业收入大幅增加，广告代理商的代理服务费以及公司同其他单位的往来款和保证金也大幅增加，这两点原因使得 2015 年末公司的其他应付款比 2014 年末增加 171,015,754.63 元。

报告期内，其他应付款具体情况如下表所示：

单位：元

账龄	2016年3月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
合计	34,657,472.14	100.00	176,885,705.82	100.00	5,869,951.19	100.00
其中：1年以上	1,270,689.71	6.20	1,793,883.15	1.14	160,000.00	2.73

(2) 公司在 2016 年 3 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日，其他应付款总额占负债总额的比例分别为 22.82%、57.14% 和 8.11%，账龄基本都在一年以内。

(3) 截至 2016 年 3 月 31 日，公司其他应付款前五名如下：

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占总额的比例 (%)
北京世纪互联宽带数据中心有限公司	非关联方	4,000,877.94	1 年以内	11.54
上海飞书网络技术有限公司	非关联方	3,585,000.00	1 年以内	10.34
群邑(上海)广告有限公司广州分公司	非关联方	2,400,000.00	1 年以内	6.92
上海安吉斯媒体技术有限公司	非关联方	1,935,024.66	1 年以内	5.58
北京互联互通网络科技有限公司	非关联方	1,822,057.00	1 年以内	5.26
合计		11,711,313.85		39.65

截至 2015 年 12 月 31 日，公司其他应付款前五名如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占总额的比例 (%)
香港品友	关联方	128,549,921.98	1 年以内	72.67%
北京世纪互联宽带数据中心有限公司	非关联方	3,226,290.24	1 年以内	1.82%
上海裕林文化传播有限公司	非关联方	3,000,000.00	1 年以内	1.70%
纬咨企业管理顾问（上海）有限公司	非关联方	2,270,000.00	1 年以内	1.28%
北京风之飞扬科技发展有限公司	非关联方	2,000,000.00	1 年以内	1.13%
合计		139,046,212.22		78.61%

截至 2014 年 12 月 31 日，公司其他应付款前五名如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占总额的比例 (%)
北京世纪互联宽带数据中心有限公司	非关联方	979,500.00	1 年以内	16.69%
上海蓝云网络科技有限公司	非关联方	636,000.00	1 年以内	10.83%
上海友拓公关顾问有限公司	非关联方	500,000.00	1 年以内	8.52%
北京互联互通网络科技有限公司	非关联方	304,570.00	1 年以内	5.19%
深圳财讯广告有限公司	非关联方	200,000.00	1 年以内	3.41%
合计		2,620,070.00		44.64%

4) 2016 年 3 月 31 日，不存在应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位或其他关联方的款项。

（三）股东权益

报告期各期末，本公司的所有者权益的构成情况如下表所示：

单位：元

项目	2016年3月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
	金额	金额	金额
股本	24,525,547.00	17,352,061.00	1,000,000.00
资本公积	252,846,362.99	143,325,650.52	109,675,468.85
未分配利润	-128,598,486.63	-124,772,051.31	-85,934,618.20
归属于母公司股东权益	148,773,423.36	35,905,660.21	24,740,850.65
少数股东权益	-	-	-
合计	148,773,423.36	35,905,660.21	24,740,850.65

1、股本

报告期内，公司共进行了五次增资和三次股权转让，有关本公司的股本演变情况具体情况详见本说明书“第一节 基本情况”之“五、历史沿革”部分。

2、资本公积

(1) 报告期内，各期的资本公积变动情况如下：

单位：元

项目	2016年1月1日	本期增加	本期减少	2016年3月31日
资本溢价	143,325,650.52	109,520,712.47		252,846,362.99
合计	143,325,650.52	109,520,712.47		252,846,362.99

(续上表)

项目	2015年1月1日	本期增加	本期减少	2015年12月31日
资本溢价		248,058,373.87	104,732,723.35	143,325,650.52
其他资本公积	109,675,468.85		109,675,468.85	
合计	109,675,468.85	248,058,373.87	214,408,192.20	143,325,650.52

(续上表)

项目	2014年1月1日	本期增加	本期减少	2014年12月31日
其他资本公积	97,435,499.45	12,239,969.40		109,675,468.85
合计	97,435,499.45	12,239,969.40		109,675,468.85

(2) 报告期内，2015 年资本溢价是由于 2015 年股改和增加注册资本导致；2016 年 1-3 月的资本公积变动是因为 2016 年 2 月第三次股权转让，股东出资带来资本溢价的增加；其他资本公积的变化主要是由于同一控制下合并天津优驰，天津优驰权益变动所致。

1)：根据本公司 2015 年 2 月 3 日及 2015 年 6 月 20 日股东会决议和修改后的章程规定，分别申请增加注册资本人民币 4,000,000.00 元、5,000,000.00 元，由股东黄晓南、谢鹏、沈学华合计出资 10,000,000.00 元，认缴新增注册资本 9,000,000.00 元，形成资本溢价 1,000,000.00 元；

根据本公司 2015 年 11 月 11 日第一次临时股东大会会议决议、2015 年 12 月 12 日第二次临时股东大会会议决议及修改后的公司章程规定，申请增加注册资本人民币 14,685,635.00 元，由上海懋耀、富德懋赏、上海振诚、田溯宁、驰友旺辉、品友传奇、优驰赫韬、优品互通、瞿哲、中移创新、北广文歌、珠海达安、深创投、红土成长、张炜、鹿颢萱共计 16 名股东合计出资 381,104,633.34 元，按照投资协议及补充协议相关约定认缴；截至 2015 年 12 月 31 日，共收到股东出资款 254,410,434.87 元，确认股本 7,352,061.00 元，形成资本溢价 247,058,373.87 元；

截至 2016 年 3 月 31 日，共收到股东出资款 116,694,198.47 元，确认股本 7,173,486.00 元，形成资本溢价 109,520,712.47 元。

2)：2015 年 10 月，发起人以本公司截至 2015 年 6 月 30 日净资产 10,600,802.81 元折为股份有限公司 10,000,000 股，每股面值 1 元，股本为 10,000,000.00 元，其余部分计入股份公司资本公积，因弥补前期亏损减少资本溢价 399,197.19 元。2015 年 9 月，本公司以人民币 251,045,302.41 元购买香港品友持有的天津优驰的 100% 股权，形成同一控制下企业合并；2015 年 12 月 31 日（即合并日），被合并方净资产账面价值为 42,122,145.83 元，差额冲减资本公积 208,923,156.58 元；同时在合并报表时还原未分配利润增加资本公积 104,589,630.42 元；上述事项累计冲减资本公积 104,732,723.35 元。

3、盈余公积

本公司盈余公积是按照年末净利润的 10% 的比例计提的法定盈余公积。公司在报告期内亏损，公司盈余公积为 0。

4、未分配利润

报告期各期末，本公司未分配利润的变化情况如下表所示：

单位：元

项目	2016 年 3 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
期初未分配利润	-124,772,051.31	-85,934,618.20	-63,655,752.38
加：本年净利润	-3,826,435.32	-39,236,630.30	-22,278,865.82
减：提取法定盈余公积金	-	-	-
所有者权益内部结转	-	-399,197.19	-
期末未分配利润	-128,598,486.63	-124,772,051.31	-85,934,618.20
其中：拟分配现金股利	-	-	-

六、管理层对公司最近两年一期财务状况、经营成果和现金流量状况的分析

（一）财务状况分析

1、公司总体的财务状况如下：

单位：元

项目	2016 年 3 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产	290,697,863.77	334,834,606.57	86,727,219.36
非流动资产	9,976,967.65	10,644,248.62	10,361,548.25
总资产	300,674,831.42	345,478,855.19	97,088,767.61
流动负债	151,901,408.06	309,573,194.98	72,347,916.96
总负债	151,901,408.06	309,573,194.98	72,347,916.96

公司总资产在报告期内总体呈增加趋势，2016 年 3 月末总资产比 2015 年末略微减少 12.97%，2015 年末总资产比 2014 年末增加 255.84%，这主要是由于

2015 年，公司流动资产的大幅增加所致。2015 年比 2014 年总资产增加了 248,390,087.58 元，其中流动资产就增加了 248,107,387.21 元。非流动资产期末金额变动不大。

公司的总负债 2015 年末比 2014 年末大幅增加，但 2016 年 3 月末又有所下降，2016 年 3 月末总负债比 2015 年末减少 50.93%，2015 年末比 2014 年末增加 327.90%，公司无非流动负债，因此总负债的变化完全是由于流动负债的变动导致。

2、公司的流动资产具体情况如下表所示：

单位：元

项目	2016 年 3 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
货币资金	116,950,429.80	40.23	129,426,464.11	38.65	23,024,808.94	26.55
应收票据	-	-	1,300,000.00	0.39	-	-
应收账款	140,467,051.79	48.32	139,627,078.49	41.70	56,197,233.45	64.80
预付款项	6,745,944.64	2.32	1,206,264.21	0.36	655,581.01	0.76
其他应收款	16,308,730.68	5.61	16,863,858.57	5.40	4,124,520.39	4.76
存货	10,225,706.86	3.52	6,410,941.19	1.91	2,725,075.57	3.14
其他流动资产	-	-	40,000,000.00	11.95	-	-
流动资产合计	290,697,863.77	100.00	334,834,606.57	100.00	86,727,219.36	100.00

报告期内，公司的流动资产中大部分为货币资金和应收账款，两者合计占比在 80% 以上。流动资产在 2015 年末变化较大，2015 年末较 2014 年增长了 286.08%；2016 年 3 月末较 2015 年末略微有所下降，减少了 13.18%，公司的业务正进入快速发展轨道，导致公司的流动资产在 2015 年末大幅增加。

2015 年末和 2014 年末对比，其中货币资金、应收账款、其他应收款、存货和其他流动资产均大幅增加，这也和公司 2015 年业务快速爆发增长相吻合。2016 年 3 月末和 2015 年末对比，流动资产中除了其他流动资产，各个分项的金额变动不大，2015 年末其他流动资产中理财产品在 2016 年 3 月末已经到期，理财产品的减少使得流动资产总额减少。具体分析见“本节第五章 财务状况分析之（一）”

流动资产的主要构成及减值准备之 1、流动资产分析”。

3、公司非流动资产具体情况如下表：

单位：元

项目	2016年3月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
固定资产	9,791,160.07	98.14	10,439,219.56	98.07	9,340,226.43	90.14
无形资产	185,807.58	1.86	205,029.06	1.93	-	-
长期待摊费用	-	-	-	-	227,856.00	2.20
递延所得税资产	-	-	-	-	793,465.82	7.66
非流动资产合计	9,976,967.65	100.00	10,644,248.62	100.00	10,361,548.25	100.00

公司的非流动资产在报告期内变动幅度不大，2016年3月末较2015年末减少了6.27%，2015年末较2014年末增加了2.73%。公司的非流动资产主要为固定资产，金额总额占比达到非流动资产总额的90%以上。固定资产价值在报告期内变动不大。

公司的固定资产账面原值在报告期内增加较大，但由此导致的折旧费用增加和会计估计变更导致的累计影响数使得2015年折旧费增加也较大，这使得公司报告期末固定资产的账面价值变动不大。

4、公司资产构成配比结构如下：

单位：元

项目	2016年3月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
流动资产	290,697,863.77	96.68	334,834,606.57	96.92	86,727,219.36	89.33
非流动资产	9,976,967.65	3.32	10,644,248.62	3.08	10,361,548.25	10.67
总资产	300,674,831.42	100.00	345,478,855.19	100.00	97,088,767.61	100.00

公司2016年1-3月和2015年度、2014年度的流动资产和非流动资产的比率

分别为：29.12:1，31.47:1 和 8.37:1。作为大数据广告营销轻资产公司，流动资产占据总资产绝大部分，因此流动资产数倍于非流动资产是合理的。

5、公司的负债构成情况如下：

单位：元

项目	2016年3月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
流动负债：						
应付账款	82,735,238.46	54.47	93,154,116.18	30.09	45,013,865.90	62.22
预收款项	21,899,844.45	14.42	20,457,782.77	6.61	11,531,683.69	15.94
应付职工薪酬	5,013,325.13	3.30	9,147,541.04	2.95	4,044,743.27	5.59
应交税费	7,595,527.88	5.00	9,928,049.17	3.21	5,887,672.91	8.14
其他应付款	34,657,472.14	22.82	176,885,705.82	57.14	5,869,951.19	8.11
流动负债合计	151,901,408.06	100.00	309,573,194.98	100.00	72,347,916.96	100.00
非流动负债：						
非流动负债合计	--	--	--	--	--	--
负债合计	151,901,408.06	100.00	309,573,194.98	100.00	72,347,916.96	100.00

本公司的负债主要为应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款。公司的负债总额在报告期内波动较大，2016年3月末较2015年末金额减少了157,671,786.92元，降低了50.93%；2015年末较2014年末金额增加了237,225,278.02元，增长了327.90%。负债总额的波动主要是由于其他应付款的大幅波动导致。

本公司的其他应付款要内容为代理服务费、往来款、保证金和报销款等。2015年底，北京品友完成股份制改制后，通过收购天津品友的方式，实现了宽带资本等海外投资者在境外的退出，VIE架构拆除。在收购天津品友时，北京品友需支付香港品友股权转让款，使得2015年年末其他应付款中尚欠香港品友公司128,549,921.98元股权转让款。此外，公司在2015年大力开拓市场，营业收入大幅增加，广告代理商的代理服务费以及公司同其他单位的往来款和保证金也大幅增加，这两点原因使得2015年末公司的其他应付款比2014年末增加171,015,754.63元。

公司的应付账款和预收账款 2015 年比 2014 年增加较大,这主要是由于公司业务规模的扩大导致。具体分析见本节第五章相关内容。

6、综上,本公司财务状况和公司业务实际情况吻合,流动资产与非流动资产占比符合公司所处行业特点,负债规模逐年下降。

(二) 盈利能力分析

单位:元

项目	2016 年 1-3 月	2015 年度	2014 年度
净利润	-3,826,435.32	-39,236,630.30	-22,278,865.82
毛利率	32.16%	37.32%	37.36%
净资产收益率	-3.42%	-208.27%	-94.24%

公司在报告期内持续亏损,2015 年亏损金额最大,2016 年 1-3 月、2015 年和 2014 年公司分别亏损了 382.64 万元、3,923.66 万元和 2,227.89 万元。虽然在 2015 年公司亏损较大,比 2014 年亏损金额增长了 76.12%,但 2016 年第一季度公司由于业务的大力发展,亏损逐渐收窄,2016 年 1-3 月亏损总额为 2015 年全年的 9.75%,说明公司业务的盈利能力正在逐渐得到体现。报告期内公司尚未实现盈利,主要因为公司不断加大在 DSP 平台服务的研发及推广力度,虽然近两年收入快速增长,但人员薪酬等固定成本较高,导致公司暂未能实现盈利。未来公司在技术服务较为成熟时,对人力、数据等资源储备将不会大力追加投入,则在收入快速增长的带动下,应能实现盈利。

报告期内,公司的毛利率基本稳定在 35%左右,2014 年、2015 年和 2016 年 1-3 月,公司的总体毛利率分别为 37.36%、37.32%和 32.16%。随着公司对程序化广告业务技术研发和市场推广上的投入,公司广告投放转化率提高,故 2014 年、2015 年毛利率较高,稳定在 37%以上。2016 年 1-3 月,公司毛利率水平略有下降,主要系公司 2015 年末开始,为增强在移动端互联网营销领域的布局,提高在市场里移动营销的竞争里,一定程度降低了该业务板块的综合毛利率。

报告期内,公司的净资产收益率波动较大,2016 年 3 月末、2015 年度、2014 年度本公司净资产收益率分别为-3.42%、-208.27%和-94.24%。2015 年末公司亏

损金额大幅增加，而加权平均净资产总额比 2014 年末相比有所下降，所以导致加权平均净资产收益率为-208.27%，为 2014 年末-94.24%的 2.21 倍。2016 年 3 月末，随着公司业务发展，盈利能力增强，亏损幅度逐渐减小，2016 年 1-3 月的亏损金额大幅减少，同时公司在 2015 年末多次增资，2016 年 3 月末的加权平均净资产提高导致加权平均净资产收益率也降低为-3.42%。

（三）偿债能力分析

项目	2016 年 3 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产负债率（母公司）	53.76%	90.24%	101.66%
流动比率（倍）	1.91	1.08	1.20
速动比率（倍）	1.85	0.93	1.16

资产负债率（母公司）指标是衡量长期偿债能力的指标，报告期内公司的资产负债率逐年下降，从 2014 年末的 101.66%下降到 2015 年末的 90.24%，截至 2016 年 3 月末，公司的资产负债率已经下降为 53.76%，说明公司的资产负债结构得到改善。报告期内公司资产负债率大幅降低的主要原因是：虽然母公司的负债总额在 2015 年末由于拆红筹大幅增加，但净资产由于公司在 2015 年年末增资使得股东权益由 2014 年年末的负数转为正数，使得 2015 年年末的资产负债率下降到 89.61%；2016 年 3 月末，母公司由于增资导致期末股东权益持续增加，而归还了拆红筹所欠的香港品友股权转让款之后，公司的负债总额比 2015 年年末大幅下降，使得公司在 2016 年 3 月末的资产负债率比 2015 年末和 2014 年末大幅下降，公司的财务安全度提高。

流动比率和速动比率指标均是反映公司短期偿债能力的指标，速动比率指标因为去除了变现能力弱的存货余额，因此更能反映公司的短期偿债能力。报告期内 2015 年年末和 2014 年年末公司的流动比率和速动比率指标变动不大，2016 年 3 月末流动负债的大幅下降使得流动比率已经接近 2，速动比率也接近 2，反映了公司的短期偿债能力已经增强。

综上分析，可以得出公司的长、中、短期偿债能力在报告期内逐年得到改善，公司的各项财务运营指标已经在安全范围内，表现了公司的财务管理水平得到了

较大提高。

（四）营运能力分析

项目	2016年3月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
应收账款周转率（次）	0.75	3.76	2.61
存货周转率（次）	8.58	50.51	48.53

公司在2015年营业收入大幅增加，虽然应收账款金额在2015年年末也有所增长，但年初年末应收账款平均金额相对增加不大，使得在2015年年末应收账款周转率比2014年大幅增加。2016年3月末的应收账款金额和2015年年末变动不大，而2016年1-3月实现的营业收入金额比2015年全年金额少，使得2016年3月末的应收账款周转率大幅下降。随着2016年业务的开展，全年的营业收入将会增加，届时应收账款周转率也将提高。

公司的存货周转率2014年度为48.53，2015年度为50.51，2016年3月31日为8.58，2016年3月末存货周转率指标与2014年末和2015年末差异较大的主要是因为随着业务的开展，公司的收入大幅增加，成本也相应增加，2015年公司的营业成本比2014年增加较大，同时2015年年末未完工项目媒体成本也增加较多，使得2015年度的存货周转率和2014年相比差异不大；但由于2016年1-3月只有三个月的营业成本，营业成本较少，而3月末由于加大了媒体采购，增加了中小广告客户数量，使得计入存货的媒体成本数额较大，综合因素使得2016年3月末的存货周转率大幅下降，未来随着全年营业成本的增加，届时存货周转率将会提高。

综上所述，报告期内公司的营运能力维持在正常的范围内，公司表现了较好的运营能力和管理能力。

（五）现金流量分析

单位：元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度
经营活动现金流入	113,730,732.07	319,194,952.56	162,255,141.38

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度
经营活动现金流出	153,590,957.35	343,943,279.90	170,602,809.29
经营活动产生的现金流量净额	-39,860,225.28	-24,748,327.34	-8,347,667.91
投资活动产生的现金流量净额	-89,310,007.50	-170,296,759.76	-7,096,173.66
筹资活动产生的现金流量净额	116,694,198.47	301,446,742.27	12,239,969.40
现金及现金等价物净增加额	-12,476,034.31	106,401,655.17	-3,203,872.17
期初现金及现金等价物余额	129,426,464.11	23,024,808.94	26,228,681.11
期末现金及现金等价物余额	116,950,429.80	129,426,464.11	23,024,808.94

公司报告期内现金及现金等价物金额呈现增加的趋势，2014年、2015年和2016年3月末分别为2,302.48万元、12,942.65万元和11,695.04万元，其中2015年增长较大，主要为公司在2015年四次增资导致公司的筹资活动产生的现金流量净额增加。虽然报告期内公司业务增长带来的经营活动产生的现金流入大幅增长，但经营活动现金流出也是大幅增长，导致2014年度、2015年度和2016年1-3月公司经营活动产生的现金流量净额为负数且金额逐渐增大；同时公司在2015年由于拆红筹，支付给香港品友大额的天津品友股权转让款，使得公司投资活动产生的现金流量净额比2014年大额增加，但由于公司在2015年末溢价增资，资本金的投入使得现金及现金等价物金额大幅增加，公司目前现金流充沛，现金管理能力较强。

2016年1-3月，公司经营活动产生的现金流量净额为-39,860,225.28元，虽然仍然为持续流出状态，但未来随着业务的大力发展，经营活动产生的现金流入将大幅增加，使得经营活动产生的现金流量净额也将逐渐由流出状态转为流入状态。

2016年1-3月、2015年和2014年公司投资活动产生的现金流量净额为-89,310,007.50元、-170,296,759.76元和-7,096,173.66元，主要原因为公司由于拆红筹收购了天津品友所致。

2016年1-3月和2015年度公司筹资活动产生的现金流量净额分别为116,694,198.47元和301,446,742.27元，主要原因是公司在2015年四次溢价增资，公司资本金得到大幅增加。

随着公司业务的大力宣传和推广，业务量的增加及收入的增长，公司财务稳健性和安全性将会逐渐提高。

七、关联方、关联方关系及关联交易

(一) 关联方和关联关系

1、控股股东和实际控制人

(1) 本公司的控股股东为黄晓南，直接和间接所持股份及其变化情况如下：

控股股东	2016年3月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	持股股数	持股比例	持股股数	持股比例	持股股数	持股比例
黄晓南	6,269,236	25.38%	6,269,236	25.38%	542,700	54.27%

(2) 本公司的实际控制人为黄晓南，谢鹏为其一致行动人，控制股份数及其变化情况如下：

实际控制人及一致行动人	2016年3月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	控制股数	控制比例	控制股数	控制比例	控制股数	控制比例
黄晓南、谢鹏	9,839,722	39.84%	9,839,722	39.84%	889,800	88.98%

2、本公司的子公司及主要参股公司情况

子公司名称	主要经营地	业务性质	持股比例(%)		成立时间	股权取得时间	取得方式
			直接	间接			
天津品友	天津	移动数字营销系统研发和数据挖掘	100%	0	2011年6月27日	2015年9月29日	同一控制下企业合并
亚信品联	北京	技术推广服务；产品设计；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件服务；数据处理	50%	0	2016年2月17日	2016年2月17日	发起设立

注：在子公司的持股比例与表决权比例一致；2015年9月29日，品友互动广告有限公司（PinYou Interactive Advertising Limtted）与品友互动签署公司股权转让协议，品友互动以25,104.53万元购买天津品友全部股权；2016年2月17日，品友互动和北京亚信数据有限公司成立北京亚信品联信息技术有限公司。

3、持有公司 5.00%以上股份的股东

关联方名称（姓名）	股权比例（%）	与本公司关系
黄晓南	21.45%	控股股东、实际控制人
田溯宁	14.69%	持股 5% 以上股东
谢鹏	14.46%	持股 5% 以上股东
上海富德懋赏投资合伙企业（有限合伙）	10.44%	持股 5% 以上股东
中移创新产业基金（深圳）合伙企业（有限合伙）	10.00%	持股 5% 以上股东
上海懋耀投资合伙企业（有限合伙）	9.60%	持股 5% 以上股东

4、公司董事、监事、高级管理人员

公司现任董事会成员包括：黄晓南、谢鹏、沈兴华、张颖、张炜。

公司现任监事会成员包括：赖春华、孔莉、李铭。

公司高级管理人员包括：总经理黄晓南，副总经理谢鹏、沈兴华，财务总监及董事会秘书王枫。

5、其他关联方情况

单位名称	与本公司的关系
Intelligence Holding Ltd.	本公司控股股东、实际控制人黄晓南控制的其他企业 ¹
Yuan An Holding Ltd.	本公司股东、董事、副总经理谢鹏控制的其他企业 ²
Kaweh Venture Limited.	本公司股东、董事、副总经理沈兴华控制的其他企业 ³
PinYou Interactive Advertising Ltd.	本公司控股股东、实际控制人黄晓南控制的其他企业 ⁴
香港品友互动广告有限公司（PinYou Interactive Advertising Limited）	本公司控股股东、实际控制人黄晓南控制的其他企业 ⁵
IPINYOU INC.	本公司控股股东、实际控制人黄晓南持股 100% ⁶
天津驰友旺辉资产管理合伙企业（有限合伙）	本公司控股股东、实际控制人黄晓南担任 GP
天津品友传奇天地资产管理合伙企业（有限合伙）	本公司控股股东、实际控制人黄晓南担任 GP
天津优驰赫韬资产管理合伙企业（有限合伙）	本公司控股股东、实际控制人黄晓南担任 GP

天津优品互通资产管理合伙企业（有限合伙）	本公司控股股东、实际控制人黄晓南担任 GP
BorderX	本公司股东、董事、副总经理沈学华持股 40.79% 开曼品友持股 22.5%
北京天睿投资顾问有限公司	本公司董事张颖担任董事
北京富德欣懋投资管理咨询有限公司	本公司股东、董事张炜持股 30%并担任董事
北京富德科材投资管理有限公司	本公司股东、董事张炜担任董事

注 1：红筹架构搭建时，黄晓南在英属维尔京群岛设立的 BVI 公司，持股 100%，正在办理注销过程中。

注 2：红筹架构搭建时，谢鹏在英属维尔京群岛设立的 BVI 公司，持股 100%，正在办理注销过程中。

注 3：红筹架构搭建时，沈学华在英属维尔京群岛设立的 BVI 公司，持股 100%，正在办理注销过程中。

注 4：红筹架构搭建时，黄晓南在英属维尔京群岛设立的 BVI 公司 Intelligence 持有开曼品友（PinYou Interactive Advertising Ltd.）26.368% 股份，正在办理注销过程中。

注 5：香港品友互动广告有限公司（PinYou Interactive Advertising Limited）为开曼品友（PinYou Interactive Advertising Ltd.）在香港注册成立的全资子公司，正在办理注销过程中。

注 6：2016 年 1 月 27 日，黄晓南在美国华盛顿州西雅图成立，持有 7,000,000 股，持股 100%，目前正在与品友互动办理股转转让手续，办理结束后将成为品友互动子公司。

（二）报告期的关联交易

1、关联交易

报告期内品友互动与子公司天津优驰间的关联交易已在合并报表中抵消，无其他关联交易。

2、关联方往来款

（1）关联方其他应收款

关联方名称	2016 年 3 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
黄晓南	1,233,928.00	1,233,928.00	—
谢鹏	—	—	31,534.95
王枫	900,000.00	900,000.00	—
沈学华	300,000.00	300,000.00	—
孔莉	2,000,000.00	2,000,000.00	—
香港品友	5,053,443.90	3,824,668.98	549,648.92

合计	9,487,371.90	8,258,596.98	581,183.87
----	--------------	--------------	------------

(2) 关联方其他应付款

关联方名称	2016年3月31	2015年12月31	2014年12月31
谢鹏	—	—	52,878.51
黄晓南	—	—	2,600.00
香港品友	—	128,549,921.98	—
合计	—	128,549,921.98	55,478.51

本公司与实际控制人黄晓南、股东谢鹏、股东沈学华、监事孔莉、其他关联方之间的往来款为正常的公司经营借款，截至本公开转让说明书出具之日，上述关联方已向本公司偿还上述款项，并承诺不再与公司发生大额个人借款及往来款未及时结算的情形。

有限公司期间，本公司与关联方之间存在资金占用行为。股份公司设立后，本公司建立了健全的内部控制制度和关联交易管理制度，对于关联交易有了明确规定。同时，公司的实际控制人、董事、监事、高级管理人员、持有公司5%以上股份的股东分别出具了《减少和规范关联交易的承诺函》，承诺在本公司/本人持有股份公司股权期间和之后的十二个月内，本公司/本人和本公司/本人控制的其他企业（包括但不限于公司制企业、非公司制企业如合伙或任何其他类型的营利性组织，以下均简称“其他企业”）将尽力减少与公司之间的关联交易；如与股份公司发生不可避免的关联交易，本公司/本人或本公司/本人控制的其他企业将严格按照《公司法》、《证券法》、《北京品友互动信息技术股份公司公司章程》和《北京品友互动信息技术股份公司关联交易管理办法》的规定规范关联交易行为。同时承诺，本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业不以任何理由和方式占用股份公司的资金以及其他资产。

3、关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

本公司发生的关联交易对本公司的财务状况和经营成果不构成重大影响。

（三）关联交易决策程序执行情况

股份公司整体变更前，在《公司章程》中没有就关联交易决策程序作出规定。股份公司成立后，《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》对关联交易决策作出规定外，公司还专门制定了《公司关联交易管理制度》，严格规范未来关联交易行为。

《公司章程》第七十八、七十九条，《股东大会议事规则》第三十七条，《董事会议事规则》第二十一条规定了公司关联交易的审议批准程序以及关联股东、关联董事在股东大会、董事会审议关联交易时的回避制度。

《关联交易管理制度》对关联人、关联关系、关联交易进行了界定，并规定了关联交易的定价原则和定价方法，以及股东大会、董事会对关联交易的决策权限，关联交易的审核程序、关联交易的回避措施等内容。

（四）减少和规避关联交易措施

为减少和规范与公司的关联交易，公司的是实际控制人、董事、监事、高级管理人员、持有公司 5% 以上股份的股东分别出具了《减少和规范关联交易的承诺函》，承诺在本公司/本人持有股份公司股权期间和之后的十二个月内，本公司/本人和本公司/本人控制的其他企业（包括但不限于公司制企业、非公司制企业如合伙或任何其他类型的营利性组织，以下均简称“其他企业”）将尽力减少与公司之间的关联交易；如与股份公司发生不可避免的关联交易，本公司/本人或本公司/本人控制的其他企业将严格按照《公司法》、《证券法》、《北京品友互动信息技术股份公司公司章程》和《北京品友互动信息技术股份公司关联交易管理办法》的规定规范关联交易行为。同时承诺，本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业不以任何理由和方式占用股份公司的资金以及其他资产。

八、提请投资者关注的期后事项、或有事项及其他重要事项

截至本说明书签署日，公司无需要披露的重大期后事项、或有事项及其他重要事项。

九、报告期内资产评估情况

报告期内，公司共进行了 1 次资产评估，情况如下：

2015 年 10 月 4 日，中和资产评估有限公司采用资产基础法，按照必要的评估程序，对品友有限拟实行股份制改制经济行为所涉及的股东全部权益价值 2015 年 6 月 30 日的市场价值进行了评估，并出具了《北京品友互动信息技术有限公司拟改制为股份公司项目资产评估报告》（以下简称《评估报告》）（中和评报字（2015）第 BJV1085 号）。具体评估结果如下表所示：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增值额	增值率
资产总计	12,696.57	12,704.03	7.46	0.06%
负债总计	11,636.50	11,636.50	-	0.00%
所有者权益合计	1,060.07	1,067.53	7.46	0.70%

本次评估仅作为北京品友互动信息技术股份公司整体变更设立股份公司的工商登记提供参考，本公司未根据该评估结果调账。

十、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况及公开转让后的股利分配政策

（一）报告期内股利分配政策

公司报告期内股利分配政策如下：

1、北京品友互动信息技术有限公司整体变更为股份有限公司之前，《公司章程》中未对股利分配政策进行约定。

2、2015 年 10 月，北京品友互动信息技术有限公司整体变更为股份有限公司后，根据《公司章程》规定，本公司的股利分配政策为：

“第一百五十四条 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公

积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

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

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的公司股份不参与分配利润。

第一百五十五条 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

第一百五十六条 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。

第一百五十七条 公司利润分配政策：公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报和有利于公司长远发展的原则。

第一百五十八条 公司实施现金分红应同时满足下列条件：

（一）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金所余的税后利润）为正值；

（二）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（三）满足公司正常生产经营的资金需求，无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

第一百五十九条 利润分配形式：公司可以采取现金、股票或者现金股票相结合等方式，并优先推行以现金方式分配股利。公司董事会可以综合考虑所处

行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策。”

（二）公司最近两年一期的股利分配情况

公司报告期内未进行股利分配。

十一、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

（一）报告期内并表的子公司情况

子公司名称	主要经营地	注册地	业务性质	持股比例(%)		取得方式
				直接	间接	
天津品友	天津	天津空港经济区西二道82号丽港大厦裙房二层201-F133	移动数字营销系统研发和数据挖掘	100%	0	同一控制下企业合并

（二）同一控制下企业合并会计核算符合《企业会计准则》

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

对于同一控制下的企业合并，合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

合并方为进行企业合并发生的各项直接费用，于发生时计入当期损益。

十二、风险因素

（一）经济周期对互联网广告行业影响的风险

互联网广告伴随着信息时代的进步而不断发展，产品的选择、价格的商定、资金的给付都通过网络完成，简而言之就是通过互联网推广、展示或者销售产品、品牌或渠道的一种方式，伴随着“互联网+”国家战略的出台和手机 4G 网络的普及，网络营销迎来新的发展契机。公司作为基于大数据技术的数字营销技术平台，未来的成长性与互联网广告行业息息相关。

互联网广告市场与实体经济趋势息息相关，同比增长保持稳定。未来几年，随着整体经济进入结构性改革阶段，经济增速将放缓，互联网广告市场也受其影响，增速降低。此外，从互联网整体环境来看，PC 端用户增长进入平台阶段，移动端流量迅速增长但营销模式还有待完善。互联网广告经过十余年发展，进入成熟阶段，增速相对放缓。宏观经济波动将通过影响实体经济导致互联网广告市场出现一定的波动，进而影响公司业绩。

针对上述风险，由于数字营销服务具有高效的特点，提供了一种性价比较高的数字推广，在宏观经济下行时期，呈现出一定的抗衰退特征。

（二）产业政策变化的风险

基于大数据技术的数字营销服务行业属于新兴行业。国家出台了包括《产业结构调整指导目录（2011 年本）》、《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》、《关于加快发展服务业的若干政策措施的实施意见》等在内的一系列产业政策，对该行业给予支持和鼓励。若未来产业政策发生变化，则可能影响行业的竞争格局，并对公司的业务发展造成影响。

针对上述风险，公司将在国家各项产业政策的指导下，汇聚各方信息，合理确定公司发展战略和目标；同时加强内部管理，提高管理水平，降低营运成本，努力提高经营效率，保持公司的独特优势，增强抵御政策风险的能力。

（三）受国际环境影响风险

公司当前正在加大布局国际业务，未来公司的数字营销业务的研发运营都将面向全球开展，并将不可避免的受到国际市场环境的影响，如果公司主要面对的国家或地区出现重大的政治、经济环境恶化情况，或者大规模出现限制性措施，将对公司的海外业务发展产生不利影响。

针对上述风险，公司未来将通过技术研发及经验积累，在国际业务方面，在遵守未来主要面对的国家或地区的相关法律前提下，通过自身的技术优势及经验优势，不断提升自身的核心竞争力。

（四）市场竞争风险

数字营销服务行业市场化程度高、竞争激烈。随着竞争继续加剧，市场竞争格局将逐步走向集中。互联网营销行业市场空间的扩大可减小行业竞争的激化程度，但如果市场空间不能按预期放大或出现更多的市场进入者，市场竞争将更加激烈，或者部分竞争对手采用恶性竞争的方式，将给公司经营带来一定冲击。

近年来随着互联网广告市场的快速发展，程序化广告得到了更多企业关注，纷纷涉足该领域。这些公司在资本、人力和市场资源等方面有所积累后，未来公司将面临更加激烈的市场竞争。若公司未能保持优势的竞争地位，未来可能出现客户流失、市场份额下滑等风险。

针对上述风险，公司将继续坚持自主创新和自主研发设计的原则，丰富现有产品的功能，增强核心产品的性能及技术指标，对现有基础服务设施进行扩容，加大服务容量，促进广告效果，加大数字广告的研发投入，招募更多相关技术研发人员，开辟针对不同行业的数字广告产品线，大力提升企业核心竞争力和可持续发展能力。

（五）技术升级风险

品友互动作为基于大数据技术的数字营销服务平台，主要从事互联网广告投放业务，属于技术密集型行业。人群建模，大数据运算能力，机器学习等技术很大程度上决定了公司盈利能力，进而直接影响到公司竞争力。未来如公司不能及时实现技术的升级，或开发出满足市场需求的新技术，以保持技术平台先进性，公司将面临盈利能力下降、客户流失的风险，从而给公司经营带来不利影响。

针对上述风险，公司将加大研发投入力度、丰富业务结构，同时引进和培养高端研发人才，不断优化研发人员结构，为公司产品的创新和业绩的增长提供技术保障。

（六）系统稳定性、安全性风险

1、互联网系统稳定性、安全性风险

互联网广告业务正常运营需要有优质和稳定的互联网为基础，这与公司服务器的分布、网络系统和带宽的稳定性、电脑硬件和软件效率息息相关。由于互联网作为面向公众的开放性平台，其客观上存在网络设施故障、软硬件漏洞及黑客攻击等导致运营系统损毁、运营服务中断和运营数据丢失的风险。如果公司不能及时发现并阻止上述外部干扰，可能会对公司的经营业绩造成不利影响。虽然公司对信息安全制定并实施了一系列有效措施，但无法完全避免上述风险。同时地震、洪灾或其他难以预料及防范的自然灾害也会对公司的互联网系统稳定安全运转造成无法防范的威胁。

2、技术平台稳定性、安全性风险

公司提供的数字营销技术服务依赖于公司的核心技术平台，由于公司业务量的持续增长以及公司对接的媒体流量不断增加，技术平台处理数据和投放量随之增加，随着数据处理量增大，算法变得更加复杂，使公司技术平台产生缺陷和错误的可能性随之增加。如果公司的系统不能保持稳定性，一旦出现大范围错误、失效等情况，则公司业务可能遭受影响。如果公司不能保持系统的安

全性，则可能导致公司系统被攻击导致瘫痪，从而导致业务暂时无法进行的风险。

针对上述风险，公司未来将及时实现技术的升级，完善网络基础设施，以保持互联网系统及技术平台的稳定性和先进性。

（七）人才流失风险

数字营销服务行业属于知识密集型行业，产品研发和技术创新依赖于核心技术人员和关键管理人员。公司目前的核心技术人员有着良好的技术背景，大都曾供职于谷歌、雅虎、阿里巴巴、腾讯等国内外领先的互联网技术公司；公司的关键管理人员有着丰富的管理经验并在程序化广告行业内具有一定的影响力。但随着公司业务的迅速发展，对具有丰富经验的高端人才需求增大，人才竞争日益激烈。能否维持技术人员队伍的稳定并不断吸引优秀人才的加盟是公司能否在行业内保持现有市场地位和是否具有持续发展能力的关键。虽然公司十分重视核心技术人员成长和激励，对于核心技术人员进行报酬、股权等激励，并提供良好的培训机会及积极进取的文化和工作氛围。但如果未来公司核心的技术、管理、营销服务人才流失，将会对公司产生不利影响。

针对上述风险，公司未来将继续重视核心技术人员的成长和激励，不断提升积极进取的工作氛围，同时将不断引进和培养高端研发人才，保持公司的技术优势。

（八）知识产权风险

基于大数据技术的数字营销行业技术属性较强，公司在业务经营中所涉及的专利技术、非专利技术、软件著作权、商标、域名等知识产权数量较多、范围较广。公司拥有多项自主研发的技术产品，人群定向智能投放系统等核心技术是公司核心竞争力的重要体现。尽管公司一贯遵守知识产权相关的法律法规，注意保护自身的知识产权，但如果公司遭遇与知识产权相关的诉讼、纠纷或索赔，或者公司自身知识产权受到不法侵害，如果解决不力，可能会影响公司的市场声誉，并对公司经营产生不利影响。

针对上述风险，公司将组织各业务部门及研发部门学习相关法律法规，不断加强公司全体人员的权益保护意识，并通过法律维护自身的合法权益。

（九）应收账款回收风险

2016年3月31日、2015年12月31日、2014年12月31日，公司应收账款余额分别为140,467,051.79元、139,627,078.49元、56,197,233.45元，各期末应收账款净额占当期末资产总额的比例分别为46.72%、40.42%和57.88%。

公司与大型广告主客户或代理公司通常在合作框架协议中约定，应在项目投放完成后的一定期限向客户收取款项。由于公司主要客户均为实力较强的大型优质客户，其自身内部审批流程相对较长，因此，客户在项目投放完成后的60-90天内向公司付款。由于公司主要客户均为大型优质客户，资金实力强、信誉好，因此公司历史上的回款记录良好。

虽然报告期内公司未发生客户应收账款无法回收的情况，但若未来经营中公司应收账款余额进一步增加，出现大额应收账款无法按时收回时，将会对公司现金流、利润等方面产生不利影响，从而影响到公司的平稳经营。

针对上述风险，公司将加强应收账款的日常管理，建立合理的信用体系和客户信用档案，根据不同的信用情况，采用灵活的清收策略，在促进销售的同时控制应收账款的风险，制定销售回款责任制及合理的激励制度。

（十）供应商集中度相对较高风险

2014年度、2015年度和2016年1-3月，公司向前五名供应商的采购金额分别为62,581,769.69元、96,289,219.27元和53,122,485.12元，占公司当期采购总额的比重分别为68.99%、42.68%和47.46%，集中度相对较高。公司前五名供应商均系国内市场地位较高、浏览量较大、用户数较多、营销传播效果较好的知名互联网企业。尽管公司多年来与该等企业之间均保持了相对稳定的业务合作关系，但如果未来受商业模式、交易价格、技术创新、业务发展战略或其他因

素的影响，公司与该等企业之间的合作关系发生不利变化，将会对公司经营业绩产生不利影响。

针对上述风险，公司未来在维护目前稳定的业务合作关系的前提下，不断拓展市场，对接更多国内外广告交易平台，不断扩充媒体渠道资源。

（十一）媒体采购成本上升风险

随着互联网的飞速发展，广告主不断加大对互联网广告的投放力度，互联网广告行业对媒体资源的需求也越来越大。公司主要的经营成本是购买互联网媒体渠道的成本，但未来受经济发展、城市生活成本上升、互联网广告位竞争不断加剧等因素的影响，公司的渠道成本存在持续增长的风险。虽然公司通过多种形式不断扩充媒体渠道资源，并凭借大数据分析、多维定向、准确匹配等方式，不断提高现有广告渠道的利用率。但如果未来互联网媒体渠道成本上升速度过快，将会对公司未来盈利能力产生不良的影响。

针对上述风险，公司将通过多种形式不断扩充媒体渠道资源，并凭借大数据分析、多维定向、准确匹配等方式，不断提高现有广告渠道的利用率。

（十二）持续亏损风险

公司2014年度、2015年度及2016年1-3月实现的归属于挂牌公司股东的净利润分别为-2,227.89万元、-3,923.66万元及-382.64万元，报告期内持续亏损。虽然随着公司业务的拓展、知名度的不断提升、技术和数据资源储备的深入，2016年1-3月亏损情况较2015年度已有较大程度的改善，但考虑到公司未来一段时间仍将在研发、市场开发和下游行业拓展方面投入较多资源，因此，公司在短期内可能仍处于不盈利状态，存在持续亏损风险。截至报告期末，公司未分配利润为-12,859.85万元，公司短期内可能无法向股东分派股利。

针对上述风险，随着公司业务的拓展、知名度的不断提升、技术和数据资源储备的深入，公司的营业收入将持续增长，进而产生规模效益，预计短期内将实现扭亏。

（十三）合规性风险

相对于传统媒体，互联网（包括移动互联网）作为新兴的媒体传播渠道，所受到的政策监管相对宽松，行业进入门槛不高，行业竞争较为充分，媒体资源量巨大，为互联网数字营销行业的持续快速发展提供了良好的外部环境。随着各国相关监管部门对互联网营销行业监管力度的持续增强，行业的准入门槛和监管标准可能会有所提高，互联网领域内的创新、竞争或信息传播可能会受到影响。若公司在未来不能达到新政策的要求，则将对其持续经营产生不利影响。

针对上述风险，公司未来将不断加大研发投入，不断实现技术升级，不断提升服务质量，积极完善行业标准，同时关注国家的政策变化以适应未来新政策的要求。

（十四）实际控制人控制不当风险

公司董事长黄晓南直接持有公司股份 5,296,202 股，占公司总股本的 21.45%，通过担任驰友旺辉、品友传奇、优驰赫韬和优品互通执行事务合伙人合计间接持有公司股份 973,034 股，共计控制公司股份 6,269,236 股，共计控制比例为 25.38%，为公司控股股东。谢鹏直接持有公司股份 3,570,486 股，持股比例为 14.46%。根据黄晓南和谢鹏签署的《一致行动协议》，黄晓南和谢鹏构成一致行动关系，两人合计持有公司股份 9,839,722 股，持股比例为 39.84%。黄晓南与谢鹏为公司的创始人，在公司决策、监督、日常经营管理上均能产生重大影响。若其利用其控制权对公司的经营决策、人事、财务等进行不当控制，可能给公司经营管理带来重大不利影响。

针对上述风险，公司已经依据《公司法》等法律法规以及《公司章程》的规定，建立了股东大会、董事会、监事会，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理办法》等内部控制制度，规定了关联股东、关联董事回避表决等制度，公司治理机制及内部控制制度目前较为健全，公司未来将进一步完善有效的公司治理机制。

（十五）公司治理风险

公司于2015年10月整体变更为股份公司，股份公司成立时间较短。股份公司成立后，公司逐步建立规范的治理机制，完善了包括但不限于三会议事规则等相关决策管理办法及适应企业现阶段发展的内部控制制度和管理体系，建立健全了公司治理机制。由于股份公司成立时间较短，在相关制度的健全和执行方面仍需假以时日，公司管理层的规范治理及内部控制意识也需在实际运作中进一步提升。随着业务的发展，未来公司的经营管理将对公司治理及内部控制提出更高要求。因此，公司存在在未来经营中因公司治理、内部控制不适应公司发展的需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

针对上述风险，公司将加强管理层和员工在公司治理和内部控制方面的培训，提高董事、监事和高级管理人员对《公司法》、《非上市公众公司监督管理办法》等相关规定的认识，强化规范运作的意识，严格履行职责，切实执行《公司法》、《公司章程》及各项制度等的规定，使公司规范治理更趋完善。

十三、未来三年内的发展目标

品友互动致力于打造通过在云端处理大数据，结合人工智能技术，实现智能撮合数字广告交易的技术平台，以大数据和技术驱动提高数字广告的投放效果，逐渐实现智慧连接信息与人的使命。公司未来三年的发展规划如下：

（一）拓展国际业务

在全球互联网时代，越来越多的国外公司开始在国内推广其成熟的产品或者技术，其必须依赖国内的数字营销公司进行广告的投放、监测与优化，对应的是广告主的全球多元化；与此同时来自于中国公司的产品技术创新等开始在全球范围内引领风潮，中国公司开始走向世界，其需要依赖国内或者国外的数字营销公司进行国外广告媒介资源的对接，对应的是媒介资源的全球化。

随着全球经济化的不断推进、互联网产业的快速发展，公司立足于技术升级以及媒介资源的不断扩张，将不断在国际业务板块加大投入，抓住当前机遇，力争成为世界领先的 DSP 公司。

（二）继续深入布局移动端业务

随着用户向移动端迁移，PC 端流量增速放缓，移动端流量与 PC 端差距缩小，移动端程序化购买广告市场充满潜力。目前行业内 DSP 公司通过布局移动端市场，为广告主提供跨屏投放服务，移动端程序化购买厂商通过加强数据及技术方面的深耕，开拓移动端程序化购买的广告创新模式，或者布局应用分发、社会化媒体、游戏发行等领域，打造移动营销生态。

国内移动营销市场规模持续升温，广告主对移动程序化投放的接受度与需求度大幅提升。品友 2015 年移动程序化购买广告曝光量是 2014 年的 10 倍，在整体投放中占比 40%。目前公司每天对接的移动端数据流量超过 80 亿，公司未来将继续深入布局移动端，在独特技术优势及充分流量资源的支持下，力争保持行业领先地位。

（三）人员扩充和培训计划

人才是数字营销服务提供商的核心资产和发展源泉。公司将进一步完善人力资源发展规划，建立员工、公司与股东之间的利益共享和约束机制，将员工利益、股东利益和公司利益更紧密地结合在一起，完善公司的治理结构。通过建立良好的人才开发、培养和激励机制和全方位、多维的量化绩效考核体系，优化人才选拔程序，加大人才引进力度，以保证企业的长期稳定健康发展。

（四）连接信息与人


公司的愿景是打造基于大数据技术的人工智能技术平台，智慧连接信息与人，不断实现撮合经济。公司未来三年会不断提升核心技术，不断对算法进行优化迭代，立足于大数据管理平台与程序化购买平台，坚持公司的智能技术平台定位，致力于成为数字营销领域最大的基于云端的智能广告技术平台。

第五节 有关声明

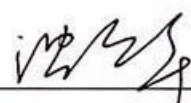
一、挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事签字


黄晓南


谢 鹏


沈学华



张 炜


张 颖

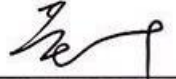
全体监事签字


赖春华

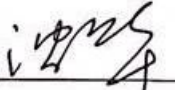

孔 莉



李 铭

全体高级管理人员签字


黄晓南


谢 鹏


沈学华


王 枫

北京品友互动信息技术股份公司
2016年11月11日

二、主办券商声明

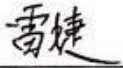
本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目负责人签字

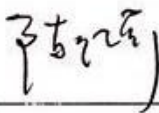


黄平

项目小组成员签字




雷婕

李盛杰

陈佳奇

法定代表人签字



王常青

三、律师事务所声明

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

律师事务所负责人签字

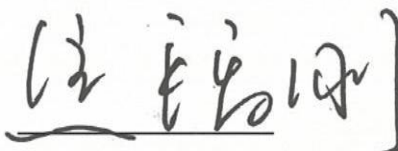


王 玲

经办律师签字



宋彦妍



焦福刚



四、会计师事务所声明

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

会计师事务所负责人签字


叶韶勋



经办注册会计师签字


唐炫




赵学斌



信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)



五、评估机构声明

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

评估机构负责人签字



杨志明

经办注册评估师签字



吕发钦



陈桂庆



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。