

# 关于上海火橙广告股份有限公司 挂牌申请文件第一次反馈意见的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵公司下发的《关于上海火橙广告股份有限公司挂牌申请文件的反馈意见》（以下简称“反馈意见”）已收悉。非常感谢贵公司对申请文件提出的宝贵意见。江海证券有限公司作为上海火橙广告股份有限公司（以下简称“公司”或“拟挂牌企业”）本次挂牌的主办券商，专门组织人员会同拟挂牌企业、挂牌公司律师、申报会计师对反馈意见的有关问题逐项进行讨论研究和落实，对涉及《公开转让说明书》等部分进行了修改及补充说明。

挂牌公司律师辽宁智库律师事务所根据反馈意见，就其再次核查的情况出具补充法律意见书。

申报会计师北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）根据反馈意见对由其出具的相关申请文件进行了反馈回复。

本回复说明中的简称与《公开转让说明书》中的简称具有相同含义。

## 一、公司特殊问题

1、请公司补充分析新广告法对公司业务及持续经营能力产生的影响及应对措施。

公司回复：

新《广告法》于 2015 年 9 月 11 日正式施行。新《广告法》加强

了对广告的监督管理，完善了广告监管法律制度，短期之内可能会对广告业造成一定的冲击，但从长远来看，新《广告法》的施行有利于扼制广告行业存在的不良现象，提高广告行业的整体信誉和形象，促进行业健康、良性发展，对公司业务的长期发展起到了良好的推动作用。公司是集广告创意、广告制作、数字技术、公关活动为一体的全方位广告服务公司，为客户提供广告整合传播服务。作为广告内容提供商，虽不直接发布广告，新广告法对公司影响主要体现如下：

（1）新《广告法》加大了对虚假广告的打击力度，公司作为广告经营者仍应履行广告审查义务，并对虚假广告承担连带责任。

与 1994 年《广告法》相比，新《广告法》加大了打击虚假广告的力度，加重了广告经营者、广告发布者的责任：“广告经营者、广告发布者明知或者应知广告虚假或违反法律规定仍设计、制作、代理、发布的，需要承担相应责任”；“关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任”等。公司作为广告经营者在明知是虚假广告或关系消费者生命健康的商品或者服务虚假广告造成损害两种情况下仍应承担连带赔偿责任。

（2）新《广告法》细化了广告主、广告发布者的审查责任，包括特殊行业广告规制细化、烟草广告控制责任细化、广告代言人资格审查细化、未成年人保护的社会责任细化。公司虽然并非广告主和广告发布者，但应在涉及上述广告设计、制作过程中履行一定的审查责任和提醒注意义务，帮助客户降低违法成本。

综上，针对上述新广告法给公司带来的影响，公司将继续加强制度建设，完善广告审查制度，贯彻落实新《广告法》的相关要求，在源头上避免虚假广告风险的产生。同时公司也将加强对工作人员广告法律法规的培训工作，加强员工虚假广告风险意识教育，尽可能在具体执行层面规避虚假广告风险。因此，我们认为公司作为广告经营者，新广告法对于公司的不利影响有限，公司完全可通过制度建设避免相关风险的产生，对公司的持续经营能力不会产生影响。而且，从长远来看，新《广告法》对公司业务的长期发展具有良好的推动作用。

2、关于业务资质。请主办券商、律师核查以下事项并发表明确意见：（1）公司业务开展涉及的行业监管等法律法规情况；（2）公司日常业务开展是否符合国家产业政策要求；（3）公司业务开展是否需取得主管部门审批；（4）公司业务开展是否取得相应的资质、许可或特许经营权等；（5）公司是否存在超越资质、范围经营的情况；（6）公司所取得的资质、许可或特许经营权等是否存在无法续期的风险。

主办券商回复：

（1）公司业务开展涉及的行业监管等法律法规情况；

公司的主营业务是为客户提供广告整合传播服务，广告行业的主管部门为工商行政管理部门，行业监管主要法律法规在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“六、公司所处行业情况、竞争情况及未来发展规划”之“（一）行业概况”中补充披露如下：

序号	法律法规名称	生效日期	发布形式/文件编号
1	《中华人民共和国广告法》	2015年9月1日	国家主席令第22号
2	《广告管理条例》	1987年12月1日	1987年10月26日国务院发布
3	《房地产广告发布规定》	2016年2月1日	国家工商行政总局令第80号
4	《农药广告审查发布标准》	2016年2月1日	国家工商行政总局令第81号
5	《兽药广告审查发布标准》	2016年2月1日	国家工商行政总局令第82号
6	《医疗器械广告审查发布标准》	2009年5月20日	国家工商行政管理总局、卫生部、国家食品药品监督管理局令第40号
7	《医疗器械广告审查办法》	2009年5月20日	卫生部、国家工商行政管理总局、国家食品药品监督管理局令第65号
8	《药品广告审查办法》	2007年5月1日	国家食品药品监督管理局、国家工商行政管理总局令第27号
9	《药品广告审查发布标准》	2007年5月1日	国家工商行政管理总局、国家食品药品监督管理局令第27号
10	《医疗广告管理办法》	2007年1月1日	国家工商行政管理总局、卫生部令第26号
11	《广告经营许可管理办法》	2005年1月1日	国家工商行政管理总局令第16号
12	《兽药广告审查办法》	1998年12月22日	工商行政管理局、农业部令第88号
13	《农药广告审查办法》	1998年12月22日	工商行政管理局、农业部令第88号
14	《广告语言文字管理暂行规定》	1998年12月3日	国家工商行政管理总局令第86号
15	《食品广告发布暂行规定》	1998年12月3日	国家工商行政管理总局令第86号
16	《中华人民共和国专利局发布专利广告暂行管理办法》	1998年2月27日	1998年2月27日中国专利局发布
17	《酒类广告管理办法》	1996年1月1日	国家工商行政管理局令第39号
18	《化妆品广告管理办法》	1993年7月13日	国家工商行政管理局令第12号

(2) 公司日常业务开展是否符合国家产业政策要求;

根据《产业结构调整指导目录（2011 年本）（2013 修正）》（国家发展和改革委员会令第 21 号），公司所处行业及经营的业务为第一类“鼓励类”第三十二项“商务服务业”第 7 项“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”。因此，公司日常业务开展符合国家产业政策要求。

广告业服务于国家重大经济、社会、文化发展战略的能力大幅提高。自 2008 年以来，国家有关部门相继出台了包括《关于促进广告业发展的指导意见》、《关于推进广告战略实施的意见》、《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》以及《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》在内的指导意见，从产业准入到金融支持等方面都明确了各项支持措施，将促进包括广告业在内的文化产业发展提升到国家战略层面，而国家宏观政策的支持及下游需求的提升将有利于广告行业的稳步发展。

### **（3）公司业务开展是否需取得主管部门审批；**

根据《中华人民共和国广告法》第二十九条，“规定，广播电台、电视台、报刊出版单位从事广告发布业务的，应当设有专门从事广告业务的机构，配备必要的人员，具备有与发布广告相适应的场所、设备，并向县级以上地方工商行政管理部门办理广告发布登记。”和第四十六条，“发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门（以下称广告审查机关）对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。”的规定，仅广告发布者和广告主开展业务需提前取

得主管部门审批。而公司开展的主要业务是为客户提供广告整合传播服务，是根据广告主的委托提供广告设计、制作等服务，是广告经营者，而非广告主、广告发布者，因此不需要履行通过广播电台、电视台、报刊出版单位发布广告的登记程序以及特定商品和服务广告的内容审批程序。

综上，主办券商认为公司业务开展不需要取得主管部门审批。

#### **(4) 公司业务开展是否取得相应的资质、许可或特许经营权等；**

根据国务院颁布的《国务院关于第四批取消和调整行政审批项目的决定》（国发[2007]33号），国务院决定取消包括企业广告经营资格审批项目在内的128项行政审批。此后，除需要在营业执照中记载有开展广告业务的经营项目外，企业开展广告业务不需要办理任何资质或许可。

根据《互联网信息服务管理办法》第四条的规定，国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动。非经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动。公司网络平台的主要作用是整合产业链资源，打造内容领域的垂直生态圈，为客户提供广告创意、广告制作、数字技术、公关策划等广告的在线全方位解决方案，为创意人、制作人、导演、广告公司、企业主等提供业务平台。公司既不提供有偿信息服务，也不提供网页制作服务，因此公司网络平台不需要取得互联网信息服务业务经营许可，履

行非经营性互联网信息服务备案手续即可。

目前公司所取得的业务许可、资质情况如下：

序号	名称	编号	发证机关	终止日期
1	火橙优选网站 ICP 备案	沪 ICP 备 13022380 号 -2	上海市通信管理局	-

综上，公司业务开展除已办理 ICP 备案外，不需要取得相应的资质、许可或特许经营权。

**(5) 公司是否存在超越资质、范围经营的情况；**

公司的经营范围是：设计、制作、代理、发布各类广告，图文设计制作，多媒体制作，网页设计制作，文化艺术交流策划，公关活动策划，企业形象策划，市场营销策划，企业管理咨询，商务信息咨询，投资管理、咨询，影视技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务，会务服务，礼仪服务，展览展示服务，摄像服务。【依法经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】。公司的主营业务为客户提供广告整合传播服务，具体分为广告创意、广告制作、数字技术及公关活动，所从事业务均属于公司经营范围以内。

根据上海市工商局于 2016 年 3 月 22 日出具的《证明》，公司自成立至开具证明之日，没有发现因违反工商行政管理法规的违法行为而受到工商机关行政处罚的记录。

综上，公司经营活动均在资质和经营范围内，不存在超越资质、范围经营的情况。

**(6) 公司所取得的资质、许可或特许经营权等是否存在无法续期的风险。**

目前公司所取得的业务许可、资质情况如下：

序号	名称	编号	发证机关	终止日期
1	火橙优选网站 ICP 备案	沪 ICP 备 13022380 号 -2	上海市通信管理局	-

由于公司网站属于备案制，ICP 备案本身没有期限限制。主办券商认为公司的资质不存在无法续期的风险。

**3、关于合同签订。请主办券商和律师核查与挂牌公司信息披露的一致性。**

经核查《公开转让说明书》与《法律意见书》披露合同内容不一致之处主要是双方选取和披露标准不一致，《公开转让说明书》中对公司重大合同的选取和披露标准是“标的金额在 68 万元以上的销售合同”、“标的金额在 70 万元以上的采购合同”。《法律意见书》中公司重大合同是指报告期内截至 2015 年 12 月 31 日，公司正在履行的合同金额在人民币 40 万元以上，或者合同金额不足上述金额但对公司生产经营有重要影响的合同或协议。因选取合同金额的不同，导致挂牌公司信息披露的差异。

综上，主办券商认为《公开转让说明书》与《法律意见书》信息披露一致。

**4、公司 2014 年亏损，报告期内经营活动获现能力较弱，关于持续经营能力。（1）请公司结合实际经营情况、市场开发能力、市场前景、公司核心竞争优势、期后签订合同、期后收入实现情况等，分析并补充披露报告期收入及净利润波动的原因，公司是否具有较强的市场竞争力。（2）请公司补充披露并对可持续经营能力进行全方位、**

多维度补充分析，包括并不限于公司主营业务盈利的可持续性、研发能力、行业空间、公司的后续市场开发能力、市场前景、公司是否具有核心竞争优势、期后合同签订情况及收入确认情况、盈利能力、偿债能力、营运能力、获取现金流能力等期后财务指标分析、结合期后财务数据的主要财务指标趋势分析、同行业主要竞争对手情况、现金获取能力分析等。（3）请主办券商及会计师对公司的可持续经营能力进行进一步核查并发表明确意见。（4）请主办券商说明推荐理由。

公司回复：

（1）请公司结合实际经营情况、市场开发能力、市场前景、公司核心竞争优势、期后签订合同、期后收入实现情况等，分析并补充披露报告期收入及净利润波动的原因，公司是否具有较强的市场竞争力。

①公司报告期内主营业务收入波动情况：

金额单位：元

产品类别	2015 年度		2014 年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)
广告整合传播服务	35,057,777.18	100.00	17,578,750.27	100.00
合计	35,057,777.18	100.00	17,578,750.27	100.00

公司 2015 年营业收入较 2014 年实现 99.43% 的增长，主要原因是公司成立以来经典案例陆续推出，如奔驰 GLA 影视制作，千叶珠宝平面创意，脉脉影视制作等等，赢得了市场及客户的认可；目前公司的品牌客户超过 50 家，已经在行业内树立了良好的品牌知名度，形成了一定的客户优势，订单量持续增长。另外，随着火橙优选平台推出，吸引了大量创意人、制作人、数字技术人员、公关人员入驻，特别是

优秀创意人的引入，解决了大多数广告公司的创意人才瓶颈问题。同时，平台在广告创意阶段就让广告制作、数字制作和广告公关人员参与进来，实现了去中间化。四部分业务的通力合作，将传统广告周期进行压缩，提高了广告制作的整体效率。平台颠覆了广告业的原有合作模式，形成了公司独特的竞争优势，公司的核心竞争力进一步增强，上述因素为公司业务快速拓展提供了强力支撑。

②公司报告期内净利润波动情况：

金额单位：元

项目	2015 年度		2014 年度
	金额	增长率(%)	金额
主营业务收入	35,057,777.18	99.43	17,578,750.27
主营业务成本	28,173,361.06	92.53	14,633,255.48
毛利率	19.64%	14.66	16.76
期间费用合计	5,872,948.95	65.91	3,539,919.69
期间费用合计占营业收入的比	16.75	--	20.14
净利润	787,737.81	--	-347,356.88

公司报告期内实现扭亏为盈，主要原因分析如下：

首先，2014 年公司处于成立初期，业务规模小，广告制作周期长，成本投入较高，且前期筹备阶段费用支出较大，导致了公司亏损。但 2015 年随着公司获得客户认可，在承接新业务中议价能力逐步增强。同时随着业务量的大增，公司采购量也大幅增长，与供应商的议价能力也有所提高。以上两方面因素致使公司毛利率 2015 年较 2014 年上升了 2.88 个百分点。

其次，虽然公司 2015 年较 2014 年主营业务成本随着业务量的大增呈现 92.53%增长，但随着火橙优选平台的推出，去中间化的商业

模式压缩了传统广告周期，广告制作的整体效率得到提高，使得营业收入的增长幅度高于营业成本的增长幅度。

再次，尽管 2015 年较 2014 年销售费用中跨区域公关业务所产生的差旅费显著增加；另外，由于 2015 年公司取得融资 800 万元，使得管理费用中财务顾问费用增加；同时，房屋租赁费的上涨，使得管理费用中的租赁费有所增加。但公司期间费用合计占营业收入的比重下降了 3.39 个百分点，使得公司营业收入 99.43% 的增长率高于期间费用 65.91% 的增长率。

因此，随着公司业务量的大幅增加，收入呈现了大幅增长态势，而营业成本和期间费用的增长幅度小于其业务量的增长幅度，使得公司在报告期内实现了扭亏为盈。

综上，公司报告期内推出的火橙优选平台去中间化，全产业链短周期制作的领先商业模式，和大量拥有较强的创意能力和丰富的市场运作经验、对广告行业有着深刻的理解的广告创意人的加入，保证了公司突出的竞争优势，和较强的核心竞争力，使得公司报告期内不断推出经典案例，且业务量迅速增加，实现了扭亏为盈的良好发展态势。

③公司实际经营情况、市场开发能力、市场前景、公司竞争优势、期后签订合同、期后收入实现情况等回复详见本问题（2）。

（2）请公司补充披露并对可持续经营能力进行全方位、多维度补充分析，包括并不限于公司主营业务盈利的可持续性、研发能力、行业空间、公司的后续市场开发能力、市场前景、公司是否具有核心竞争优势、期后合同签订情况及收入确认情况、盈利能力、偿债能力、

营运能力、获取现金流能力等期后财务指标分析、结合期后财务数据的主要财务指标趋势分析、同行业主要竞争对手情况、现金获取能力分析等。

①从行业角度分析，公司具备持续经营能力

从公司行业发展前景来看，公司所处行业发展政策环境优良、市场发展空间巨大，且公司市场竞争优势突出。虽然，公司初创阶段与同行业成熟企业相比，在品牌知名度和资金实力上有一定劣势，但随着公司的持续发展，业务规模呈现良好的增长态势，资本实力逐步加强，现金流充足，为企业未来持续发展奠定了基础。同时，公司核心竞争力的持续增强也为公司持续经营提供了保障。因此，我们认为公司具备持续经营的能力。具体分析如下：

a. 行业发展政策环境优良，市场发展空间巨大

2013 年国家发展改革委第 21 号令《产业结构调整指导目录》（2011 年本（2013 修正））将“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类，为广告行业发展提供了强有力的政策支持依据和空间。2014 年国家发展改革委发布《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》指出要推动传统媒体和新兴媒体融合发展，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。为广告与互联网结合的新媒体广告市场的蓬勃发展起到了很好的促进作用。这些政策的颁布和执行，营造了行业发展优良的政策环境，为广告业以及新媒体广告细

分领域的稳定发展提供了支持，该行业已经成为国民经济发展的重要动力，在国家经济中的地位和作用不断提高。

随着世界经济的增长，广告市场规模不断增大。国际货币基金组织预计 2014-2016 年，全球广告业支出额将保持 6.0% 的增长速度，在 2016 年达到 6280.1 亿美金。根据 eMarketer 的数据资料显示，全球广告业的支出从 2010 年的 4750.9 亿美元增长到 2014 年的 5588.7 亿美金，年平均增长率达 4.52%。eMarketer 预测 2014 年亚太地区媒体广告支出将达到 1520 亿美元，年增长 6.3%，占全球广告支出的 27.9%，仅落后于北美（35.6%）排在第二位。根据国家工商总局公布的数据，2014 年中国从事广告经营业务的单位数量和广告从业人员数量继续维持高速发展的态势，达到 54 万家和 272.2 万人，相较于 2013 年分别增长了 21.35% 和 3.8%。广告经营额再创新高达到 5605.6 亿元，比上一年增长 11.67%，增幅达到两位数水平。2010 年北京、上海、广东三地的广告经营额接近全国的 50%。广告业发展的过度集中，一方面是和我国经济发展的集中程度有关，另一方面也反映出我国二三线城市还有巨大的广告市场空间。同时，针对互联网以及移动互联网等新媒体广告市场份额将越来越大。根据艾瑞咨询统计，2012~2014 年互联网广告市场规模分别为 731 亿元、1,000.1 亿元、1,565.3 亿元，2013、2014 年增长率分别为 36.81%、56.51%，互联网广告市场规模的增长率远远大于广告行业市场规模的增长率，在未来几年随着互联网经济的不断渗透，互联网广告的增长速度将保持较快速度的稳定增长，其占比也将不断扩大。

## b. 竞争优势突出

公司作为广告传播整合服务提供商，一直致力于各行业客户的整合服务，是通过互联网进行行业整合的新型广告公司。自成立以来，公司在行业内取得了一系列成绩，在国内外获得了多个奖项，如法国嘎纳广告奖、ONESHOW 金铅笔广告奖、中国 4A 广告奖等。目前公司的平台是国内领先的广告传播整合服务平台。同时，公司依托强大的创意合伙人资源和优质的服务，与国内外品牌公司形成默契合作，为品牌公司的品牌建设提供全程服务，品牌公司会对创意人存在较高的依赖性，目前公司的品牌客户超过 50 家，已经在行业内树立了良好的品牌知名度，形成了一定的客户优势。

## c. 核心竞争力不断增强

首先，公司具备领先的商业模式。公司 2015 年推出 360° 传播内容生产平台——火橙优选，改变了原有的商业模式，将传统广告行业加入互联网元素，平台打破传统广告的横向壁垒，打通广告传播行业的上下游关系，把创意人、制作人、数字技术人员和公关人员快速整合，既可为企业主提供一站式的广告传播整合服务，也可以提供创意、制作、数字技术或公关环节的单一服务，并针对客户的个性化需求四部分人员通力配合，做到从创意入口到制作出口核心部分都在平台之上完成，真正做到去中间化，既能让合作方（企业主、广告公司等）降低成本又能让产业链参与者增加收入，而平台会给予全产业链的资源支持及质量把控。从而建立传播内容的垂直生态链（开放式的生态闭环）。公司现已成为中国最早注册成立的高端创意内容解决平台之

一，也是目前少数拥有全案整合能力的专业内容生产平台。

其次，公司具备人才与团队的优势。公司所处广告行业属于人才密集型产业。其最重要的资产之一便是“人才”，公司的管理层和业务骨干大部分来自于国内外知名的广告公司，拥有较强的创意能力和丰富的市场运作经验，对广告行业有着深刻的理解；另外，公司通过火橙优选平台，吸引大量的优秀创意人入驻平台，形成了较强的人才及团队优势，解决了广告行业普遍创意新颖度低的痛点，保证公司持续推出如奔驰、千叶珠宝、脉脉等经典案例，体现了公司的综合实力，为不断提高公司品牌知名度打下了坚实的基础。

#### d. 资本实力逐步加强，现金流充足

公司创立初期虽然积累了一定的技术实力、人才储备，且在广告行业具备了一定的知名度，但对外整体的宣传力度和公司品牌认知与国际知名的服务商仍有着一定差距；然而公司处于初创阶段，资金规模较小，在行业竞争中处于不利地位，公司亟需通过资本市场直接融资，以进一步优化平台、加大公司品牌营销的投入和力度。2015 年公司受到资本的青睐，取得融资 800 万元；且报告期后，公司于 2016 年 1 月再次取得融资 2500 万元；充足的现金流为公司未来制定完善的品牌战略，进一步提升公司的知名度和良好口碑，从而吸引更多的优质客户，持续提升公司的营收能力提供了保障。

### ②财务角度分析，公司具备持续经营能力

#### a. 公司报告期内扭亏为盈原因分析：

公司 2014 年处于亏损状态，主要与公司所处的发展阶段密切相

关。2014 年公司处于成立初期，收入规模小，广告制作周期长，成本投入较高，且前期筹备阶段费用支出较大，导致了公司亏损。2015 年，随着公司业务量的大幅增加，收入呈现了大幅增长态势，而营业成本和期间费用的增长幅度小于其业务量的增长幅度，使得公司在报告期内实现了扭亏为盈，为公司未来持续经营打下了坚实基础。

#### b. 期后订单分析

2016 年初至今，公司已获得订单总额超过 2,049 万元，其中大额订单包括与北京经纬行动广告有限公司广东分公司签订的“美即面膜”广告约 100 万元、与高更创意（北京）文化传媒有限公司签订的“奔驰 MB dream car”广告约 130 万元、与美克国际家居用品股份有限公司签订的“美克美家”广告约 190 万元、与上海尚雨广告有限公司签订的“动物萌主”广告约 390 万元等。这些期后订单为公司持续经营进一步提供了保障。

#### c. 期后收入确认情况分析

公司 2016 年第一季度确认收入 17,689,928.73 元；实现净利润为 1,815,546.49 元。收入来源主要为为客户提供创意、制作、数字技术、公关活动或上述业务的综合方案等服务。

2016 年第一季度收入 17,689,928.73 元占 2015 年全年收入 35,057,777.18 元的比例约为 50%，公司按此发展态势，未来持续经营并持续实现盈利可能性较大。

#### d. 期后现金流分析

公司成立至今，不存在对外带息负债，且公司作为轻资产形企业，

未来依赖短期借款为长期资产筹资可能性不大。公司报告期后再次取得融资 2500 万元，同时，公司 2016 年第一季度应付账款余额为 1,100,315.22 元；期末现金余额 23,253,422.53 元。因此，公司报告期后现金流充足，能够保证未来公司的正常营运，不存在由于无法偿还到期债务，从而引发现金流断裂的风险。

e. 期后关键财务指标分析：

单位：万元

指标	2016 年第一 季度/2016 年 3 月 31 日	2015 年度/ 2015 年 12 月 31 日	2014 年度/ 2014 年 12 月 31 日
盈利能力	-	-	-
营业收入（万元）	1,768.99	3,505.78	1,757.88
毛利率(%)	23.87	19.64	16.76
净利率(%)	10.26	2.25	-1.98
净资产收益率(%)	5.00	19.61	-19.32
净资产收益率（扣除非经常性损益）(%)	4.50	16.16	-38.01
基本每股收益（元/股）	0.16	0.20	-0.17
基本每股收益（扣除非经常性损益）（元/股）	0.14	0.16	-0.34
偿债能力	-	-	-
资产负债率（母公司）(%)	13.73	4.85	10.60
流动比率（倍）	1,119.91	3.61	2.94
速动比率（倍）	1,119.91	3.61	2.94
营运能力	-	-	-
应收账款周转率（次）	59.60	15.81	12.97
现金获取能力	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-376.47	-456.80	8.13
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.33	-0.46	0.04
投资活动产生的现金流量净额（万元）	-49.03	-94.94	-6.18
筹资活动产生的现金流量净额（万元）	2,500	800.00	-

从公司 2016 年第一季度各项指标来看，公司各方面均呈现出良好的发展态势。盈利能力方面，毛利率和净利率均有大幅提高，主要

由于公司收入进一步增加，且增加幅度大于成本的增长幅度。虽然净资产收益率（含扣非后）和基本每股收益（含扣非后）受 2016 年 1 月增资 2500 万元、股份稀释的影响，呈现出大幅下降趋势，但公司该次增资，也使得公司各项偿债指标大幅提高。现金获利能力方面，2016 年第一季度，经营性活动产生的现金流量净额仍为负值，主要由于应收账款的余额较大，已经确认收入的合同款中，尚有约 50%未回款。并且，期后新增合同中有部分合同尚在执行，未确认收入，但这部分合同相应的成本，如创意设计、拍摄费用等已经支付，使得预付账款余额较大。但公司的客户均为“奔驰”、“美克美家”等信度良好的优质客户，应收账款无法收回的可能性很小，且公司一贯的广告服务均能获得客户认可，同时，公司经营性现金流净额逐渐提高的趋势正逐步体现。因此，公司未来经营性现金流净额以及每股经营活动产生的现金流净额持续提高，最终由负数转为正数的发展趋势可以预期。投资活动产生的现金流量净额由于新增固定资产（如广告拍摄器材等）的购置而为负数，但也呈现出逐步增长的趋势。营运能力方面，应收账款的周转率也显著提升。因此，从公司关键财务指标来看，公司具备持续经营能力。

f. 同行业可比公司关键财务指标分析

盈利能力

单位：万元

	好样传媒(湖南)股份有限公司 2015 年度	江苏三艾国际广告股份有限公司 2015 年度	公司 2015 年度
营业收入	3,131.13	657.54	3,505.78
毛利率%	-77.66	22.11	19.64

归属于挂牌公司股东的净利润	-3,769.08	-260.91	78.77
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-3,789.88	-369.95	64.79
加权平均净资产收益率% (依据归属于挂牌公司股东的净利润计算)	373.96	-41.44	19.61
加权平均净资产收益率% (依据归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算)	376.02	-58.06	16.16
基本每股收益	-5.38	-0.45	0.16

## 偿债能力

单位:万元

	好样传媒(湖南)股份有限公司 2015 年度	江苏三艾国际广告股份有限公司 2015 年度	公司 2015 年度
资产总计(万元)	6,408.96	1,245.60	1,402.05
负债总计(万元)	2,581.39	588.10	360.88
归属于挂牌公司股东的净资产(万元)	3,827.57	656.61	1,041.17
归属于挂牌公司股东的每股净资产(元)	5.47	1.12	1.04
资产负债率(%)	40.28	47.29	4.85
流动比率	0.84	1.3	3.16
利息保障倍数	-	-11.67	-

## 营运情况

单位:万元

	好样传媒(湖南)股份有限公司 2015 年度	江苏三艾国际广告股份有限公司 2015 年度	公司 2015 年度
经营活动产生的现金流量净额(万元)	-2,662.06	-277.52	-456.80
应收账款周转率	7.17	3.20	15.81
存货周转率	17.65	11.07	-

## 成长情况

单位:万元

	好样传媒(湖南)股份有限公司 2015 年度	江苏三艾国际广告股份有限公司 2015 年度	公司 2015 年度
总资产增长率%	556.48	-6.25	478.50
营业收入增长率%	187.74	-17.08	99.43
净利润增长率%	-1,929.46	-237.46	326.78

## 现金流量状况：

单位：万元

项目	好样传媒(湖南)股份有限公司 2015 年度	江苏三艾国际广告股份有限公司 2015 年度	公司 2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	-2,662.06	-277.52	-456.80
投资活动产生的现金流量净额	-4,574.90	-357.64	-94.94
筹资活动产生的现金流量净额	7,218.00	431.30	800.00

注：好样传媒（湖南）股份有限公司主营电视节目制作、广告营销与策划、影像创投与制作、新媒体，股票代码 832784。江苏三艾国际广告股份有限公司主要业务为广告方案一站式服务，股票代码 832048。

由于可比公司 2016 年第一季度财务报告尚未进行公开披露，项目组仅对比了 2015 年公司与同行业可比公司的主要财务指标，尽管各公司所处发展周期不同，但均处于国内宏观经济影响下的相同行业，财务指标在一定程度上具有可比性。经对比发现，2015 年度公司各方面的财务状况已经超过同行业的可比公司，初步呈现出自身的优势，这为公司未来在同行业市场竞争中脱颖而出、持续稳定发展、持续经营和持续盈利提供了强有力的支持。

### 主办券商回复：

#### **(3) 请主办券商及会计师对公司的可持续经营能力进行进一步核查并发表明确意见**

针对公司的持续经营能力，项目组核查了公司报告期内的销售及采购合同、并抽查了收入、成本、往来款项等财务凭证，发现公司 2015 年较 2014 年同期营业收入、毛利率大幅增加，且增幅超过主营业务成本以及期间费用的增长幅度，并在 2015 年实现了扭亏为盈的突破性发展。按照上述发展趋势分析，未发现公司存在重大持续经营

能力问题。

报告期内，公司货币资金呈现增长趋势。公司的资金主要来源于经营款项收款以及收到的 800 万元投资款。截至 2015 年 12 月 31 日公司无外债，无重大经营活动以外的负债，运营资金充足，未发现公司存在资金方面的重大持续经营能力问题。

公司报告期内签订的销售合同，期后按照合同进行了有效执行。公司报告期后至今签订销售合同总金额约为 2049 万元，目前各项合同均在正常执行当中。并且公司于 2016 年 1 月再次取得 2500 万元的投资，运营资金充裕。公司报告期后各项财务数据显示，公司仍持续以往经营期的良好发展态势。

综上，项目组未发现影响公司持续经营的重大事项，且不认为公司存在持续经营能力的重大风险，项目组认为公司具备持续经营的能力。

#### **(4) 请主办券商说明推荐理由**

根据《推荐业务规定》的要求，主办券商对火橙股份按《尽调工作指引》要求进行了尽职调查，按《业务规则》要求进行了内部审核。经我公司内核会议审核通过，我认为火橙股份符合进入全国中小企业股份转让系统的挂牌条件，同意推荐火橙股份进入全国中小企业股份转让系统进行公开转让。

同意推荐挂牌的理由如下：

##### **①行业政策推动行业发展**

广告业服务于国家重大经济、社会、文化发展战略的能力大幅提

高。自 2008 年以来，国家有关部门相继出台了包括《关于促进广告业发展的指导意见》、《关于推进广告战略实施的意见》、《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》以及《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》在内的指导意见，从产业准入到金融支持等方面都明确了各项支持措施，将促进包括广告业在内的文化产业发展提升到国家战略层面，而国家宏观政策的支持及下游需求的提升将有利于广告行业的稳步发展。

### ②公司商业模式有一定竞争力

公司 2015 年推出 360° 传播内容生产平台——火橙优选，改变了原有的商业模式，将传统广告行业加入互联网元素，平台打破传统广告的横向壁垒，打造以创意为入口的垂直生态平台，形成既专业独立又高效协作的开放闭合生态。现已成为中国最早注册成立的高端创意内容解决平台之一，也是目前少数拥有全案整合能力的专业内容生产平台。可以说平台颠覆广告业的原有合作模式，形成公司独特的竞争优势。

### ③公司在行业内获得认可

自成立以来，公司在行业内取得了一系列成绩，在国内外获得了多个奖项，如法国嘎纳广告奖、ONESHOW 金铅笔广告奖、中国 4A 广告奖等。目前公司的平台是国内领先的广告传播整合服务平台。

### ④营业收入快速增长

报告期内，公司营业收入快速增长，2015 年比 2014 年营业收入增长 99.43%，公司业务进入快速增长期，公司未来业务值得预期。

5、报告期内公司收购同一控制下企业。（1）请公司分析并补充披露收购子公司的必要性，对公司业务及经营的影响；（2）请公司补充披露该关联交易的具体情况，包括但不限于关联交易内容、必要性、定价依据及决策程序等；（3）请主办券商补充核查上述同一控制下企业合并的定价依据，定价是否公允，是否存在损害公司利益的情形。（4）请申报会计师就同一控制下企业合并会计核算是否符合《企业会计准则》相关规定发表意见。

公司回复：

（1）请公司分析并补充披露收购子公司的必要性，对公司业务及经营的影响

公司在公开转让说明书“第一节公司基本情况”之“六、重大资产重组情况”补充披露如下：

（一）收购的必要性

首先，公关活动的主要内容是为客户信息传播，关系协调与形象管理事务的咨询、策划、实施和服务。公关活动是广告产业链的重要一环，在所有的传播落地执行中扮演着重要角色。其次，橙睿公关是公司重要客户美克美家供应商之一。再次，从业务的开展情况来看，有一家独立的公关公司有助于公司从公关活动中获取更多的业务。

报告期内，公司通过收购子公司，既解决了与关联方的同业竞争问题，更完善了公司产业链。在获取更多业务的基础上，更降低了经营风险。

（二）对公司业务及经营的影响

公司将橙睿公关纳入合并范围后，2015年9月30日至2015年12月31日，橙睿公关实现营业收入13,476,746.34元、占2015年合并营业收入38.44%，实现净利润376,677.88元，占2015年净利润47.82%，大幅提升了本公司的经营业绩。

公司和橙睿公关关系同一控制下的两个企业，业务范围存在重合也存在互补，公司收购橙睿公关解决了同业竞争的问题，同时能够有效的增强公司竞争实力，突出公司的主营业务，强化业务整合、优化资源管理能力。

(2) 请公司补充披露该关联交易的具体情况，包括但不限于关联交易内容、必要性、定价依据及决策程序等

公司在公开转让说明书“第一节公司基本情况”之“六、重大资产重组情况”修改并补充披露如下：

2015年9月1日，公司分别与徐超、黄瑞华、张校硕签订《股权转让协议》，分别受让徐超持有的橙睿公关40%股权；黄瑞华持有的橙睿公关30%股权；张校硕持有的橙睿公关30%股权。受让后，公司持有橙睿公关100%股权。2015年9月15日，上海市崇明县市场监督管理局核准本次变更，橙睿公关成为公司的全资子公司。

### (三) 定价依据

本次关联公司的股权转让属于同一控制下的转让，经股东会决议，收购价格为持股比例对应橙睿公关的注册资本的份额，同时考虑收购时点橙睿净资产与注册资本相接近，因此按注册资本1:1比例收购，即公司受让橙睿公关100%的股权作价200万元。

### (四) 决策程序

2015年9月1日，橙睿公关召开股东大会并决议，同意股东黄瑞华将其持有本公司30%的股权（原出资额人民币60万元）以60万元的价格转让给新法人股东上海晶橙广告有限公司；同意股东徐超将其持有的公司40%的股权（原出资额人民币80万元）以80万元的价格转让给新法人股东上海晶橙广告有限公司；同意股东张校硕将其持有公司30%的股权原出资额人民币60万元）以60万元的价格转让给新法人股东上海晶橙广告有限公司。

以上事项表决结果：同意200万股，占总股数100%，不同意0万股，占总股数0%，弃权0万股，占总股数0%。

主办券商回复：

(3)请主办券商补充核查上述同一控制下企业合并的定价依据，

## 定价是否公允

《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“一、最近两年一期财务报表和审计意见”之“（四）合并财务报表范围的确定原则、合并范围及变化情况”披露了合并日子公司财务数据，具体如下：

“①上述企业合并的合并成本及取得的净资产于合并日的账面价值如下：

取得的净资产账面价值	2,022,600.52
减：合并成本	2,000,000.00
其中：支付的现金	2,000,000.00
转移非现金资产的账面价值	
发生或承担负债的账面价值	
发行权益性证券的面值	
调整净资产金额	22,600.52
其中：调整资本公积	22,600.52
调整留存收益	

②于合并日的资产、负债及与收购相关的现金流量情况列示

项目	上海橙睿公关有限公司	
	2015年9月30日 (合并日)	2014年12月31日
<b>资产：</b>	--	--
货币资金	2,978,854.56	549.50
应收款项	235,820.50	101,460.00
预付款项	252,550.00	142,700.00
其他应收款	102,535.00	138,863.10
其他应流动资产	--	11,404.31
<b>负债：</b>	--	--
应付账款	1,094,500.00	485,526.50
预收款项	274,000.00	84,000.00
应交税费	11,969.08	--
其他应付款	166,690.46	83,928.00
<b>净资产：</b>	--	--
减：少数股东权益	--	--
取得的净资产	2,022,600.52	-258,477.59

③自 2015 年 1 月 1 日至合并日止期间的收入、净利润和现金流量列示

项 目	合并当年年初至合并日
营业收入	5,960,484.53
净利润	281,078.11
经营活动现金流量	978,305.06
现金流量净额	2,978,305.06

在对上述同一控制下企业合并定价依据的补充核查过程中，主办券商检查了被收购子公司工商登记资料、子公司经会计师审计后的财务报表、股权转让协议、公司股东会决议等文件资料。

主办券商认为：公司在收购子公司股权过程中，定价依据充分，价格公允，不存在损害公司利益的情形。

6、关于报告期内关联交易。请主办券商补充核查关联交易决策权限、过程、公允性、必要性，对公司财务、经营成果、公司业务完整性、独立性的影响，规范关联交易的具体措施和具体安排，公司对关联方与关联交易的披露是否充分，并发表充分意见。

**主办券商回复：**

报告期内公司发生的关联交易情况如下：

金额单位：元

关联方	交易内容	2015 年度	2014 年度
高更创意（北京）文化传媒有限公司	广告拍摄	5,566,037.28	--

高更创意（北京）文化传媒有限公司作为报告期内公司董事张校硕曾控制的企业，2015 年 12 月之前张校硕持股比例为 100%，高更创意主要从事广告设计、制作、代理、发布业务，与公司存在利益冲突。为解决利益冲突问题，2015 年 12 月 8 日，张校硕已将持有的高更创意全部股权转让给无关联关系的第三人常晖，张校硕已不再持有高更

创意股权，且张校硕出具承诺高更创意转让后不存在股权代持情况。

关联交易行为发生在 2015 年 9 月，即股份公司成立之前。交易内容为广告制作，包括高更创意委托公司拍摄奔驰 C 级车病毒视频创意费、网络投放技术费、视频制作费等合计 5566037.28 元。

由于高更创意为奔驰汽车长期供应商，在不影响公司财务、经营成果及业务完整性和独立性的基础上，奔驰项目由高更创意与奔驰公司签订合同后，由高更创意全权委托公司执行制作并签订了合法合规的销售合同。因交易行为发生在有限公司阶段，公司治理机制不健全，并未建立相应的关联交易制度，更没有履行相关决策。经主办券商翻阅销售合同，并与类似广告业务向对比，主办券商认为该关联方交易定价公允，协议的实施没有损害公司和关联股东的合法权益。

股份公司成立后，公司建立了《关联交易管理制度》明确了关联交易的决策权限如下：

“（一）股东大会决策权限：

1、公司与关联法人之间单笔交易金额在人民币 500 万以上，或占最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易；

2、公司与关联法人就同一标的或公司与同一关联法人在连续 12 个月内达成的关联交易累计金额在人民币 500 万以上，或占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的；

3、公司与关联自然人发生的关联交易金额在 100 万元以上的；

4、公司董事会审议关联交易事项，因出席董事会的非关联董事人数不足董事会人数二分之一的。

(二) 董事会决策权限:

1、董事会有权决定与关联法人发生的单笔或连续 12 个月内累计交易金额在人民币 500 万元以下,且占公司最近一期经审计净资产绝对值 1%以上、5%以下的关联交易。

2、公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上、100 万元以下的。

(三) 总经理决策权限

总经理有权决定在董事会决策权限范围之下的关联交易。”

主办券商通过核查公司章程、关联交易管理制度对公司股东、董事、监事、高级管理人员进行沟通访谈、查阅公司明细账等方式对关联交易情况进行了核查。经主办券商核查,股份公司成立后,公司未发生关联交易行为,公司制定了完善的“三会”议事规则和《关联交易管理制度》并按照上述规则和制度规范关联交易。公司已按照《全国中小企业股份转让系统公开转让说明书内容与格式指引(试行)》的要求充分的披露了公司的关联方与关联交易。

7、关于现金流量表,请主办券商及会计师补充核查并发表意见:报告期各期所有大额现金流量变动项目的内容、发生额、是否与实际业务的发生相符,是否与相关科目的会计核算勾稽,特别是“销售商品、提供劳务收到的现金”、“购买商品、接受劳务支付的现金”、“收到的其他与经营活动有关的现金”、“支付的其他与经营活动有关的现金”、“收到的其他与筹资活动有关的现金”、“支付的其他与筹资活动有关的现金”、“构建固定资产、无形资产和其他长期资

产支付的现金”等。

**主办券商回复：**

项目组针对报告期内报表各项目进行了尽职调查，分析了报告期内的各报表项目记录的经济业务事项，并依据经济业务事项分析了引起现金流变动的项目，验证了报表与各项目之间的会计勾稽。

经审定公司报告期内各期现金流量表重要项目内容与会计科目的勾稽如下：

①“销售商品、提供劳务收到的现金”与会计科目的勾稽关系如下表所示：

会计科目	2015 年度	2014 年度
营业收入	35,057,777.18	17,578,750.27
加：销项税额	2,103,466.63	1,054,725.02
应收账款减少	-2,290,002.00	395,930.00
预收账款增加	1,739,230.00	--
本期计提坏账准备	10,096.00	--
加：其他	-83,525.37	84,000.00
销售商品、提供劳务收到的现金	36,537,042.44	19,113,405.29

②报告期内“购买商品、接受劳务支付的现金”与会计科目的勾稽关系如下表所示：

会计科目	2015 年度	2014 年度	备注
营业成本	28,173,361.06	17,578,750.27	
加：进项税额	424,394.64	257,657.39	
预付账款增加	5,844,622.56	773,752.42	
应付账款以及其他应付款的减少	-3,604,474.90	-1,930,187.13	注
购买商品、接受劳务支付的现金	30,837,903.36	16,679,972.95	

注:主要为支付的项目制作费用。

③报告期内“收到的其他与经营活动有关的现金”与会计科目的勾稽关系如下表所示:

会计科目	项目	2015 年度	2014 年度	备注
其他应收款	员工往来收到的现金	--	20,000.00	
其他应收款	单位往来收到的现金	199,000.00	3,347,340.00	注 1
其他应付款	单位往来收到的现金	402,023.94	5,325,726.74	注 2
财务费用	利息收入	5,124.67	1,538.41	
收到的其他与经营活动有关的现金		606,148.61	8,694,605.15	

注 1:收到款项主要为收到业务合作公司的资金往来款;

注 2:收到款项主要为代收业务合作公司的项目款项。

④报告期内“支付的其他与经营活动有关的现金”与会计科目的勾稽关系如下表所示:

会计科目	项目	2015 年度	2014 年度	备注
其他应收款	员工往来支付现金	766,485.60	22,500.00	
其他应收款	单位往来支付现金	199,000.00	1,347,340.00	注 1
其他应付款	员工往来支付现金	881,386.49	318,264.67	
其他应付款	单位往来支付现金	2,220,506.88	5,134,171.72	注 2
销售费用	推广费支付现金	20,000.00	20,000.00	
销售费用	差旅费支付现金	1,149,792.88	4,599.00	
销售费用	业务招待费支付现金	46,539.90	233.00	
销售费用	车辆费支付现金	9,000.00	9,000.00	
销售费用	交通费支付现金	20,017.00	5,551.00	
销售费用	办公费支付现金	1,900.02	--	
销售费用	其他支付现金	34,640.00	--	
管理费用	办公费支付现金	293,475.90	393,709.60	
管理费用	差旅费支付现金	197,216.15	425,742.93	

会计科目	项目	2015 年度	2014 年度	备注
管理费用	业务招待费支付现金	162,824.30	142,096.45	
管理费用	物业水电费支付现金	89,367.51	65,337.02	
管理费用	交通费支付现金	64,916.06	87,065.80	
管理费用	劳务费支付现金	84,800.00	166,854.79	
管理费用	租赁费支付现金	393,640.00	--	
管理费用	财务顾问费支付现金	1,017,984.91	--	
管理费用	其他支付现金	353,757.93	268,327.78	
财务费用	手续费支付现金	3,207.00	5,435.90	
支付的其他与经营活动有关的现金		8,010,458.53	8,416,229.66	

注 1：支付款项主要为支付给业务合作公司的资金往来款；

注 2：支付款项主要为支付给业务合作公司的代收业务项目款项以及支付给业务合作公司的代垫款项。

⑤报告期内“构建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”与会计科目的勾稽关系如下表所示：

会计科目	2015 年度	2014 年度
固定资产原值	949,394.53	61,811.10
构建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	949,394.53	61,811.10

⑥收到其他与筹资活动有关的现金、支付其他与筹资活动有关的现金项目金额为 0，报告期内，公司除吸收股东投资外，未收到其他与筹资活动有关的现金，同时也未支付其他与筹资活动有关的现金项目。

综上所述，主办券商认为报告期内现金流量变动与实际业务的发生相符，与相关科目的会计核算勾稽。

(此页无正文，为上海火橙广告股份有限公司《关于上海火橙广告股份有限公司挂牌申请文件第一次反馈意见的回复》签字页)

法定代表人： 徐子

董事会秘书： 吴维

上海火橙广告股份有限公司

2016年 5 月 23 日

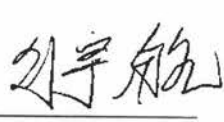


(此页无正文，为江海证券有限公司《关于上海火橙广告股份有限公司挂牌申请文件第一次反馈意见的回复》签字页)

项目内核专员：刘鹏  联系方式：0451-85863687

项目负责人：张鹏  联系方式：13478684343

项目成员：

刘宇航  赵鹏高  李振涛 



江海证券有限公司

2016年5月23日