

中航文化股份有限公司

AVIC Culture Co., Ltd.

住所：北京市朝阳区南郎家园 18 号楼 102 室



首次公开发行股票招股说明书

(申报稿)

保荐人（主承销商）



招商证券股份有限公司

China Merchants Securities CO., LTD.

住所：深圳市福田区益田路江苏大厦 A 座 38—45 层



声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为做出投资决定的依据。

本次发行概况

发行股票类型：人民币普通股（A股）

每股面值：人民币 1.00 元

发行股数：不超过 3,333.88 万股

预计发行日期：

发行后总股本：不超过 13,333.88 万股

拟申请上市证券交易所：深圳证券交易所

保荐人（主承销商）：招商证券股份有限公司

本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺：

公司股东中航工业及其下属昌飞集团、东安集团、天津天利、成发集团、西飞集团、成飞集团、贵航集团、金城集团、中航技深圳公司等公司分别承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

公司其他股东周世忠、冯志民、孙扬、吴平波承诺：自股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

周世忠、冯志民、孙扬等 3 名高级管理人员分别承诺：在超过上市后一年锁定期后的任职期间内，每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让其所持有的公司股份。

招股说明书签署日期：2012 年 3 月 28 日



重要声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、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。

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招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或保证。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，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

一、公司股东中航工业及其下属昌飞集团、东安集团、天津天利、成发集团、西飞集团、成飞集团、贵航集团、金城集团、中航技深圳公司等公司分别承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

公司其他股东周世忠、冯志民、孙扬、吴平波承诺：自股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

周世忠、冯志民、孙扬等 3 名高级管理人员分别承诺：在超过上市后一年锁定期后的任职期间内，每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让其所持有的公司股份。

二、滚存利润的分配安排

本公司于 2011 年 4 月 19 日召开 2010 年度股东大会，审议通过了滚存利润分配方案：若公司本次公开发行股票并上市成功，则发行前的滚存利润由公司发行后的新老股东共享。



重大事项提示（续）

三、发行后股利分配政策

1、利润分配原则：公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的稳定合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

2、公司的利润分配形式：公司可以采取现金、股票或者现金和股票相结合的方式分配股利。公司可以进行中期现金分红。

3、现金分红比例：公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，单一会计年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现可分配利润的10%。

4、公司主要采取现金分红的股利分配政策：公司当年度实现盈利，在依法提取法定公积金、盈余公积金后进行现金分红；公司也可根据企业发展需要、公司盈利状况、二级市场股票价格和公司股本规模等情况，提出股票股利分配预案。

5、公司股东大会按照既定利润分配政策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二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

6、公司在上一个会计年度实现盈利，但公司董事会在上一会计年度结束后未提出现金利润分配预案的，应当在定期报告中详细说明未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事还应当对此发表独立意见。

7、公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等需要确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证券监督管理委员会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策的议案，该议案需要事先征求独立董事及监事会意见并经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，股东大会将为股东提供网络投票方式参与表决。



重大事项提示（续）

8、公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所获分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

同时，发行人制定了《中航文化股份有限公司未来三年（2012—2014）分红回报规划》，对未来三年的股利分配做出了进一步安排。关于发行人股利分配政策及滚存利润分配方案的具体内容，请参见招股说明书“第十四节股利分配政策。”

本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险

（一）与央视合作风险

1、无法持续获得既有或者新的央视优质媒体广告资源

目前，央视媒体代理业务是公司主营业务的重要组成部分。2009 年度、2010 年度及 2011 年度，公司代理央视电视媒体广告资源而获得的收入分别占公司主营业务收入总额的 62.49%、85.11%和 87.32%。因此，在目前的业务结构下，能够长期、持续地获得优质的央视媒体资源对公司的经营非常重要。

近年来，央视向广告代理公司销售、分配媒体资源的方式基本为“招标或协商确定，并正常情况续约”的方式。2009 年底，央视对 2010—2012 年度的非自营类媒体资源举行了一次大规模集中招标活动。该次招标规定“一次招标，两年续约”，即中标的广告代理公司一次中标，每年一续约，直至 2012 年底。2013 年度起，央视将重新组织销售、分配媒体资源。

尽管公司与央视已形成了互利共赢的关系，但是一旦公司以后年份由于不能中标或其他原因无法持续获得既有或者新的央视优质媒体广告资源，将会对公司业务收入产生较大不利影响。

2、获取央视媒体资源成本上升的风险

2009 年度、2010 年度及 2011 年度，公司代理央视电视媒体广告资源而支付的营业成本占公司总营业成本的比例分别为 58.27%、83.84%、84.38%，比例较高，如果今后央视提高媒体资源采购价格，则公司的经营业绩会受到直接影响。因此公司存在获取媒体广告资源成本上升并影响公司效益的风险。



重大事项提示（续）

（二）媒体资源销售风险

公司采购的电视媒体广告资源、户外媒体广告资源具有时效性，如果在有效时限内未能售出，该资源即过期作废。2009年、2010年及2011年，公司电视媒体资源销售率分别为113.01%、46.56%及76.29%，存在有效期内未能售出的情形；户外媒体资源方面，北京北五环路2#户外广告项目及北京地铁一号线所属地铁隧道媒体项目也存在有效期内未能全部售出情况。上述未在有效期内售出的情况直接影响公司效益，公司存在媒体资源未能在有效期内售出的情况。

一般情况下，出于维护市场的考虑，公司的电视媒体代理业务和户外媒体代理业务不会低于成本销售，但对于部分新获得的、资源量较大的电视媒体资源（如CCTV12频道），出于推广的考虑，存在赠播或低于成本价格出售的情况，因此公司面临在某种情况下媒体资源低于成本销售的情况。

（三）对电视媒体资源依赖的风险

报告期内，公司电视媒体代理业务的营业收入占公司主营业务收入的比例分别为62.49%、85.11%及87.32%，比例较高，公司业务对电视媒体资源存在一定的依赖。目前，公司电视媒体资源的主要采购对象为央视，并且公司已获得中国新华新闻电视网（CNC）58%可播广告资源经营权，倘若未来由于政策原因或其他媒体对电视媒体形成冲击等原因影响电视媒体的广告传播效力，或者由于其他等原因使公司与电视台的合作受到影响，则直接影响公司效益。

（四）实际控制人控制风险

本次发行前，中航工业直接及通过其下属9家公司合计控制公司89.56%股份；本次发行后，中航工业仍将控制本公司64.94%股份。因此，存在其利用对本公司的实际控制人地位，在股东大会、董事会行使表决权，间接影响本公司经营决策，甚至损害公司及其他股东利益的风险。



目 录

第一节 释义	10
第二节 概览	14
一、发行人简介	14
二、行业基本情况	14
三、公司主要业务基本情况	16
四、发行人控股股东及实际控制人简介	17
五、发行人主要财务数据	18
六、本次发行情况	19
七、募集资金投资项目	19
第三节 本次发行概况	21
一、本次发行的基本情况	21
二、本次发行的有关当事人	21
三、发行人与本次发行有关当事人的关系	23
四、与本次发行上市有关的重要日期	24
第四节 风险因素	25
一、宏观经济波动风险	25
二、与央视合作风险	25
三、广告媒体代理经营模式风险	26
四、媒体资源销售风险	26
五、对电视媒体资源依赖的风险	26
六、关联交易风险	27
七、电视媒体栏目调整的风险	27
八、电视栏目收视率变动的风险	27
九、公司经营业绩季节性波动的风险	28
十、政策风险	28
十一、人员流失风险	28
十二、募集资金投向风险	28
十三、市场风险	29
十四、净资产收益率可能下降的风险	29
十五、实际控制人控制风险	29
第五节 发行人基本情况	30
一、发行人基本情况	30
二、公司改制重组及设立情况	30
三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况	35
四、发行人历次股本变化的验资情况、发起人投入资产的计量属性	44
五、发行人股权结构及发行人组织机构	45
六、发行人控股子公司、参股公司基本情况及注销子公司情况	49
七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人和发起人基本情况	58
八、公司发起人股东中其它股东基本情况	67
九、发行人控股股东、实际控制人控制的其它企业情况	67
十、发行人的股本情况	74
十一、发行人内部职工股情况	77
十二、发行人工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人等情况	77
十三、员工及其社会保障情况	77
十四、持有发行人 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员	



作出的重要承诺及其履行情况	81
第六节 业务与技术	82
一、发行人主营业务情况	82
二、行业情况	83
三、发行人在行业中的竞争地位	109
四、发行人主要业务的具体情况	121
五、发行人的主要固定资产及无形资产	150
六、核心服务的获奖及资质情况	151
七、主要服务的质量控制	151
第七节 同业竞争与关联交易	154
一、同业竞争情况	154
二、关联方、关联关系	155
三、关联交易	156
第八节 董事、监事和高级管理人员	175
一、董事、监事、高级管理人员简介	175
二、公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属近三年持有本公司股份情况	179
三、公司董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况	180
四、董事、监事、高级管理人员最近一年薪酬情况	180
五、董事、监事、高级管理人员的兼职情况	181
六、董事、监事及高级管理人员之间的亲属关系	183
七、公司与董事、监事、高级管理人员签订的协议或承诺及履行情况	183
八、董事、监事及高级管理人员的任职资格	183
九、报告期董事、监事、高级管理人员变动情况	183
第九节 公司治理	186
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况	186
二、发行人最近三年违法违规行为情况	190
三、发行人最近三年资金占用及对外担保情况	190
四、内部控制制度完整性、合理性和有效性的自我评估意见	190
五、注册会计师关于发行人内部控制制度完整性、合理性及有效性的鉴证意见	191
六、报告期内发行人的内部管理的改进情况	191
第十节 财务会计信息	193
一、注册会计师意见	193
二、财务报表的编制基础	193
三、合并会计报表的编制方法、合并范围及变化情况	193
四、会计报表	195
五、主要会计政策、会计估计	206
六、最近一年的收购兼并情况	223
七、经注册会计师审核的非经常性损益明细表	223
八、最近一年末主要固定资产、无形资产及对外投资情况	223
九、主要债项及其变动情况	224
十、所有者权益	226
十一、报告期内现金流量情况	226
十二、或有事项、承诺事项、资产负债表日后事项及其他重要事项	227
十三、财务指标	227
十四、资产评估情况	228
十五、验资情况	229
第十一节 管理层讨论与分析	230
一、财务状况分析	230
二、经营成果、盈利能力分析	244



三、现金流量分析	273
四、重大资本性支出分析	274
五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析	275
六、未来分红回报规划分析	277
第十二节 业务发展目标	280
一、公司发行当年及今后几年的发展计划	280
二、公司拟定上述计划所依据的假设条件	283
三、公司实施上述计划可能面临的主要困难	284
四、公司确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径	284
五、公司制订发展计划和目标与现有业务的关系	285
第十三节 募集资金运用	286
一、本次募集资金投资项目计划	286
二、本次募集资金不足或富余的安排	286
三、募集资金投资项目分析	286
四、募集资金运用对发行人财务状况及经营成果的影响	299
第十四节 股利分配政策	301
一、最近三年股利分配政策	301
二、发行后股利分配政策	302
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序	303
第十五节 其他重要事项	304
一、信息披露与投资者服务	304
二、重大商务合同	304
三、对外担保事项	307
四、诉讼与仲裁事项	307
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	309
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	309
二、保荐人（主承销商）声明	310
三、发行人律师声明	311
四、承担审计业务的会计师事务所声明	312
五、承担评估业务的资产评估机构声明	313
六、承担验资业务的会计师事务所声明	314
第十七节 附录和备查文件	315
一、备查文件	315
二、查阅地点及时间	315



第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下含义：

发行人、公司、本公司、中航文化	指	中航文化股份有限公司
本次发行	指	发行人本次发行不超过 3,333.88 万股 A 股的行为
保荐人、保荐机构、主承销商、招商证券	指	招商证券股份有限公司
发行人律师	指	北京市大成律师事务所
审计机构	指	京都天华会计师事务所有限公司
凯迪克广告	指	凯迪克航空广告公司
中航广告	指	中航公关广告公司
中航有限	指	中航公关广告有限责任公司
航空总公司	指	中国航空工业总公司
中航工业	指	中国航空工业集团公司
中航二集团	指	中国航空工业第二集团公司
中航一集团	指	中国航空工业第一集团公司
昌飞集团	指	昌河飞机工业(集团)有限责任公司，前身为昌河飞机工业公司
西飞集团	指	西安飞机工业(集团)有限责任公司，前身为西安飞机工业公司
上航集团	指	上海航空工业(集团)有限公司，前身为上海航空工业(集团)公司
成飞集团	指	成都飞机工业(集团)有限责任公司，前身为成都飞机工业公司
贵航集团	指	中国贵州航空工业(集团)有限责任公司，前身为中国贵州航空工业总公司
金城集团	指	金城集团有限公司，前身为南京金城机械厂
中航技总公司	指	中国航空技术进出口总公司
中航国际	指	中国航空技术国际控股有限公司
中航技深圳公司	指	中国航空技术深圳有限公司，前身中国航空技术进出口深圳公司
东安集团	指	哈尔滨东安发动机(集团)有限公司，前身为哈尔滨东安发动机制造公司



天津机电	指	天津航空机电有限公司
天津天利	指	天津天利航空机电有限公司
成发集团	指	成都发动机(集团)有限公司,前身为成都发动机公司
南方公司	指	中国南方航空动力机械(集团)公司,前身为中国南方航空动力机械公司
中航双赢	指	北京中航双赢广告有限公司
中航同赢	指	中航同赢广告(北京)有限公司
北京雅博	指	北京雅博广告有限公司,由中航同赢广告(北京)有限公司更名而来
精准传媒	指	中航精准传媒广告(北京)有限公司
中航汇盈	指	中航汇盈(北京)展览有限公司,由中航精准传媒广告(北京)有限公司更名
中航新视界	指	中航新视界影视文化(北京)有限责任公司
东阳传媒	指	浙江东阳中航文化传媒有限公司
中航广韵	指	北京中航广韵广告有限公司
贵州中航	指	贵州中航文化旅游有限责任公司
富华宇祺	指	北京富华宇祺信息技术有限公司
君之天	指	君之天影视文化传媒(北京)有限公司
中航交流	指	中航国际交流中心有限公司
中航国旅	指	中航国际旅行社有限公司
中航国展	指	中航国际展览有限公司
昆明蓝彩云	指	昆明蓝彩云温泉渡假村有限公司
中航咨询	指	中航咨询(北京)有限公司
中航财务	指	中航工业集团财务有限责任公司
中航建设	指	中国航空建设发展有限公司
珠海航展	指	中国国际航空航天博览会
华奥信客	指	北京华奥信客国际文化传播有限公司
证监会/中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
北京证监局	指	中国证券监督管理委员会北京监管局



国资委	指	国务院国有资产监督管理委员会
国家工商总局	指	国家工商行政管理总局
广告司	指	国家工商行政管理总局广告监督管理司
中广协	指	中国广告协会
央视/CCTV	指	中国中央电视台
CNC	指	中国新华新闻电视网
BTV	指	北京电视台
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《广告法》	指	《中华人民共和国广告法》
报告期、最近三年	指	2009 年度、2010 年度、2011 年度
最近一年	指	2011 年度
元	指	人民币元
4A 公司	指	4A 是美国广告代理协会（American Association of advertising Agencies）的缩写，该协会对成员公司有很严格的标准，所有 4A 公司均为规模较大的综合性跨国广告代理公司
中国 4A 协会	指	中国商务广告协会综合代理专业委员会，是一个具有中国特色的广告企业高端组织，成员单位几乎包括了所有在国内运作的大型国际广告代理商
昌荣集团	指	Charm Communications Inc. 包含昌荣集团及其旗下各子公司
中视金桥	指	中视金桥国际传媒控股有限公司
未来广告	指	北京未来广告有限公司
媒体资源	指	媒体广告代理权
直客销售	指	直接向最终的广告主进行广告销售的行为
渠道销售	指	向广告代理商进行广告销售的行为
广告刊例价格/刊例价格/刊例价	指	媒体单位公布的一定期限内媒体特定广告段位上发布广告的公开指导价，也是媒体广告销售价格的最高限价，广告公司通常按照媒体刊例价的一定折扣进行销售



额定承包广告时长	指	根据公司与央视的承包协议，公司需要完成的栏目广告最短时长，如栏目广告实际播出时长低于额定承包广告时长，则公司需按照额定承包广告时长向中央电视台支付广告发布费；栏目广告实际播出时长可超过额定承包广告时长，超过后则公司按照实际播出广告时长向中央电视台支付广告发布费
千人成本	指	千人成本=广告总支出费用/（收视总人口数/1000）
收视率	指	收看某电视节目的人数（家庭户数）占拥有电视机的总人口（总家庭户数）的比率
到达率	指	特定的时段内，接触过（收看过）某一媒体广告的不重复的观众人数占受众总人数的百分比
广告主	指	广告投放者，即商业产品和服务广告的发布者
四大传统媒体	指	电视台、广播电台、报纸、杂志
上刊、换刊	指	户外广告业务中，广告画面刊登和更换行为
广告花费总额	指	按照广告主所投放的媒体刊例价格所测算的广告总支出额
CTR	指	央视市场研究股份有限公司的英文简称，是国内领先的媒体和广告市场研究机构
黄金资源	指	具有较高收视率和极佳播出时间的央视广告资源，特指 CCTV-1《新闻联播》提示收看、《新闻联播》报时组合、《新闻联播》后标版、《天气预报》特约收看、《天气预报》1+1、A 特段（《天气预报》与《焦点访谈》之间）、《焦点访谈》提要后、《焦点访谈》后、电视剧特约剧场、CCTV-1 晚间电视剧场合作企业、CCTV-1 黄金剧场中插广告、CCTV-新闻《整点新闻》报时组合等央视广告资源。
黄金资源招标	指	央视每年一度针对黄金资源所举办的招标活动
栏目广告	指	具体栏目中间播出的广告
时段广告	指	同一个频道播出的两个栏目之间的广告



第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人简介

发行人名称：中航文化股份有限公司

英文名称：AVIC Culture Co., Ltd.

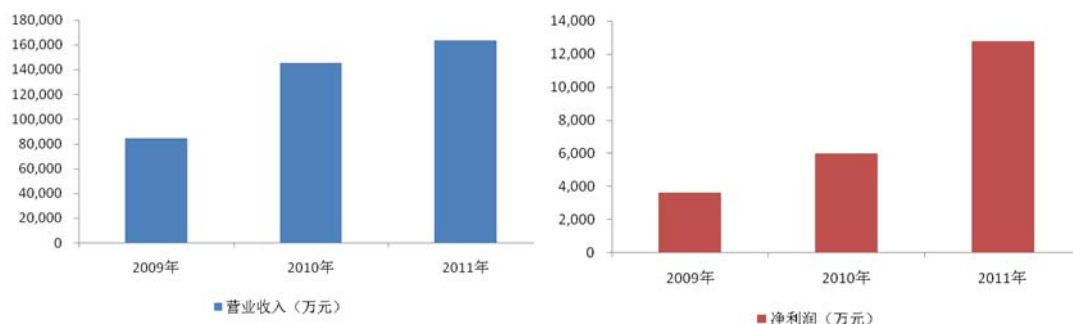
注册资本：10,000.00 万元

法定代表人：周世忠

成立日期：2007 年 9 月 11 日

住所：北京市朝阳区南郎家园 18 号楼 102 室

公司是广告文化类企业，主营业务涵盖电视媒体代理、户外媒体代理、客户代理、会展和广告及影视制作等业务。公司是中国广告协会理事单位、中国 4A 协会会员单位、中国一级广告企业。根据中国广告协会统计，2010 年，公司营业额位列中国广告公司（包括在中国运营的国际 4A 公司）第 14 名，位列本土广告公司第 6 名。2009 年度至 2011 年度，公司经营业绩持续增长，如下图所示：



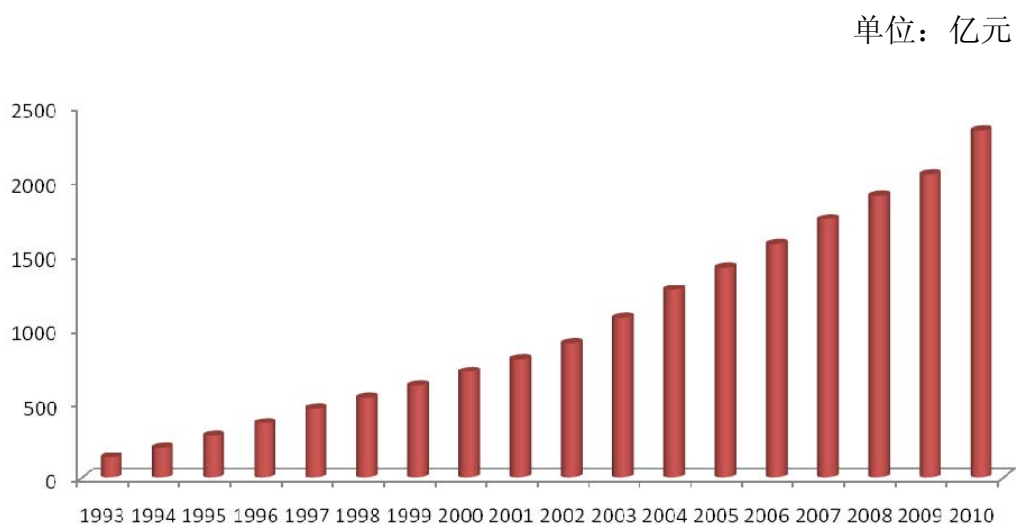
二、行业基本情况

公司设立以来始终专注于广告、会展等文化产业。长期以来，公司所属文化产业得到了国家政策的大力支持，国家相关政策为公司持续发展奠定了重要基础。2011 年 10 月召开的十七届六中全会作出的《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》等多项政策文件明确提

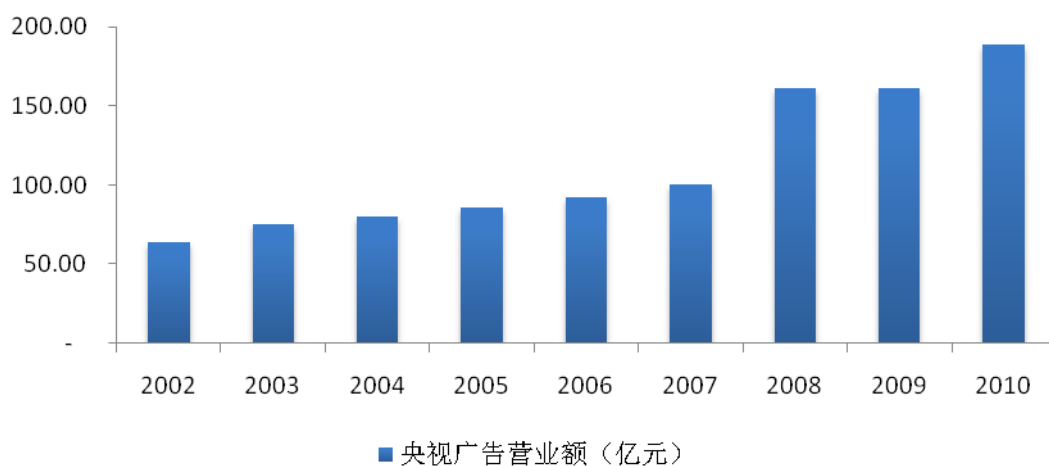


出：加快发展文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱性产业；发展壮大广告、会展、影视制作等传统文化产业；支持和壮大国有或国有控股文化企业。上述政策的推出为行业及公司发展奠定了广阔的空间。

在一系列政策的支持下，公司所属行业保持着持续快速的发展态势，1993-2010 年中国广告业营业额具体情况如下图所示：



公司重点合作的央视媒体作为国内高端媒介，也处于快速发展期，其历年广告营业额变动情况如下图所示：

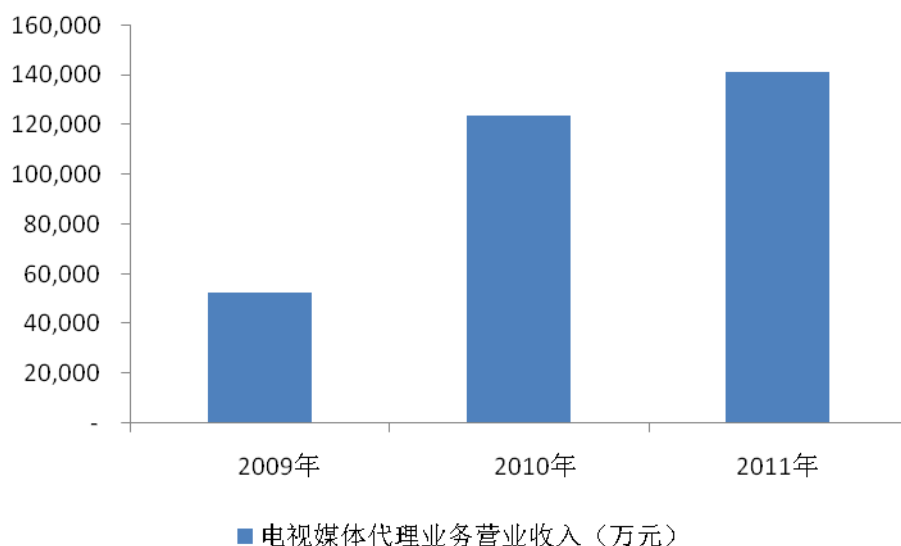


广告收入是公司营业收入的主要构成，公司与在美国 NASDAQ 上市的昌荣集团、香港联交所上市的中视金桥、央视控股的未来广告等公司一起，构成了央视的主要合作广告代理公司群体，并与央视形成了长期、稳定的合作关系。

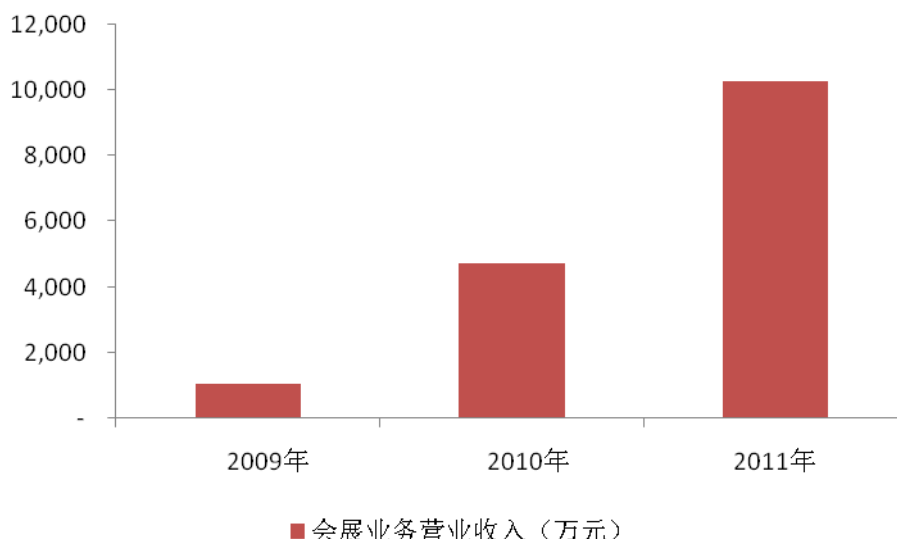


三、公司主要业务基本情况

公司的电视媒体代理业务为主营业务的核心，目前主要与央视合作。自 1996 年公司首次代理央视《生活》栏目广告至今，公司与央视的合作已有 15 年。15 年来，公司与央视的合作是持续、稳定和增长的：从单一栏目到数个栏目，从栏目代理到完整频道代理，在财经类、新闻类和法制类媒体资源方面成为央视重要的战略合作伙伴。公司目前正在代理的央视广告资源为：财经频道（CCTV-2）的《经济信息联播》、《经济半小时》和《一槌定音》三个栏目的广告时间，以及社会与法频道（CCTV-12）整频道的广告时间。报告期内，公司电视媒体代理业务营业收入如下图所示：



公司会展业务是近两年发展较快的另一主营业务，报告期内复合增长率超过 100%。公司成功地参与举办了全部八届珠海国际航展，并先后举办了天津国际直升机展、莱芜国际航空运动汽车装备展、北京国际无人机展以及厦门国际航空维修展等航空类展览。此外，还为其他客户承办了车展等大型活动以及为索尼公司位于中国大陆境内专卖店的选址、装修、布展及公关活动等提供服务。报告期内，公司会展业务营业收入如下图所示：



通过开展电视媒体代理、户外媒体代理、客户代理、会展及制作业务，公司成为国内为数不多的具有多媒体平台优势、业务种类齐全的广告公司之一。通过该等业务品种，公司一方面可逐步建立起“广告媒体超市”和“一站式服务”平台，并可融合各项业务的特点，推出专业化多媒体整合营销模式，变单一媒体经营为多种媒体联营的广告服务新模式。另一方面，公司可获得更大的协同效应，有效地提高了公司综合竞争力。

公司在业界具有突出的策划与创意能力，这在以策划和创意为核心的广告文化产业至关重要。公司将策划与创意为核心的媒体经营思想融入公司的经营策略和理念中。在公司核心业务电视媒体代理业务方面，公司打破了过去媒体代理即是简单的采购与销售的传统经营思路，使策划与创意成为电视媒体代理业务的核心内容与重要环节，收到了很好的效果，2010年及2011年，公司成功地代理经营了新获取的央视社会与法（CCTV-12）整频道的广告资源时间，并于2011年扭亏为盈，即证明了这一点。另外，公司还利用该频道广告资源，采用产品收入分成的方式与处于起步阶段的一些国内品牌相结合，进行了从传统的广告代理走向品牌营销与资源整合的新尝试，在广告业是一个创新。凭借公司跨媒体的业务平台，公司的策划与创意能力还表现为在跨媒体经营、广告与节目的融合、广告与市场融合、广告与受众的融合等诸多方面具有较强的能力与丰富的经验。

四、发行人控股股东及实际控制人简介

公司控股股东及实际控制人为中航工业，其直接持有公司 41.75%的股份，



并通过其直接或间接控制的昌飞集团等 9 家公司持有公司 47.81%的股份，合计持有公司 89.56%的股份。中航工业是由中央管理的国有特大型企业，是国家授权投资的机构，由原中航一集团、中航二集团重组整合而成立。

五、发行人主要财务数据

以下报告期内主要财务数据摘自京都天华会计师事务所有限公司出具的标准无保留意见的《审计报告》（京都天华审字（2012）第 0125 号）。

（一）合并资产负债表主要数据

项目	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
资产总计（元）	1,134,761,953.63	676,016,672.73	720,165,431.79
负债总计（元）	766,116,156.78	380,449,625.84	473,837,841.74
所有者权益（元）	368,645,796.85	295,567,046.89	246,327,590.05
归属于母公司的所有者权益（元）	366,538,248.65	292,422,995.20	242,810,449.59

（二）合并利润表主要数据

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营业收入（元）	1,634,105,901.75	1,452,619,616.15	846,788,013.41
营业利润（元）	181,928,032.34	80,913,094.75	50,167,148.18
利润总额（元）	172,634,946.38	81,423,296.56	50,658,278.98
净利润（元）	127,633,286.13	59,922,665.67	36,203,861.86
归属于母公司的净利润（元）	128,669,789.62	60,295,754.44	35,878,186.60

（三）合并现金流量表主要数据

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经营活动产生的现金流量净额（元）	488,501,014.02	373,796,789.90	-273,708,514.85
投资活动产生的现金流量净额（元）	29,069,427.97	1,933,149.06	-3,652,874.76
筹资活动产生的现金流量净额（元）	-20,623,994.67	-227,861,455.00	189,183,610.00
现金及现金等价物净增加额（元）	496,946,447.32	147,868,483.96	-88,177,779.61



（四）主要财务指标

项 目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
流动比率（倍）	1.23	1.45	1.23
速动比率（倍）	1.22	1.43	1.22
资产负债率（母公司）	67.46%	56.59%	71.20%
应收账款周转率（次）	23.63	19.06	20.06
息税折旧摊销前利润（万元）	17,706.34	9,340.80	5,535.83
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	4.89	3.74	-2.74
每股净现金流量（元/股）	4.97	1.48	-0.88
基本每股收益（元/股）	1.29	0.60	0.36
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的基本每股收益（元/股）	0.99	0.55	0.36
归属于公司普通股股东的加权平均净资产收益率	40.68%	20.62%	14.78%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的加权平均净资产收益率	31.39%	20.40%	16.57%

六、本次发行情况

发行股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元
发行股数	不超过3,333.88万股
每股发行价格	通过询价的方式或中国证监会认可的其它方式确定股票发行价格
发行方式	采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购定价发行相结合或中国证监会批准的其他方式
发行对象	符合中国证监会规定条件的询价对象以及在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司开设A股证券账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和公司须遵守的其他监管要求所禁止购买者除外）
拟上市地点	深圳证券交易所

七、募集资金投资项目



本次发行募集资金拟投资于以下项目：

序号	项目名称	所需资金（万元）
1	央视媒体资源广告经营权采购项目	22,650.00
2	中国新华新闻电视网中英文环球电视频道商业广告经营权采购项目	9,000.00
3	数字化业务管理系统升级改造项目	2,713.00
合计		34,363.00

各募集资金投资项目的详细情况请参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”部分。



第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票类型	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元人民币
拟发行股数	不超过 3,333.88 万股，占发行后总股本比例不超过 25.00%
每股发行价格	[] 元（通过询价的方式或中国证监会认可的其它方式确定股票发行价格）
发行市盈率	[] 倍（按每股发行价格除以本次发行前每股收益） [] 倍（按每股发行价格除以本次发行后每股收益）
发行前每股净资产	3.69 元（按截止 2011 年 12 月 31 日经审计的净资产值除以本次发行前股本计算）
发行后每股净资产	[] 元（按发行后净资产值除以本次发行后股本计算）
发行市净率	[] 倍（按每股发行价格除以发行前每股净资产计算） [] 倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购定价发行相结合或中国证监会批准的其他方式
发行对象	符合中国证监会规定条件的询价对象以及在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司开设 A 股证券账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和公司须遵守的其他监管要求所禁止购买者除外）
承销方式	以余额包销方式承销
预计募集资金总额	[] 万元
预计募集资金净额	扣除发行费用后，本次预计募集资金金额为 [] 万元
拟上市地点	深圳证券交易所
发行费用	保荐费用： 承销费用： 审计费用： 律师费用： 发行手续费用：

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人

发行人	中航文化股份有限公司
法定代表人	周世忠
住所	北京市朝阳区南郎家园 18 号楼 102 室
电话	010-65665711



传真	010-65684311
联系人	张文彬、陈治

(二) 保荐人（主承销商）

保荐人（主承销商）	招商证券股份有限公司
法定代表人	宫少林
住所	深圳市福田区益田路江苏大厦 A 座 38—45 楼
电话	0755—82943666
传真	0755—82943121
保荐代表人	程红搏、李丽芳
项目协办人	包晓磊
项目组成员	程红搏、包晓磊、丁玛莉、陈全

(三) 发行人律师

发行人律师	北京市大成律师事务所
法定代表人	彭雪峰
住所	北京市东城区东直门南大街 3 号国华投资大厦 12 层
电话	010-58137799
传真	010-58137711
经办律师	张刚、陈玲玲、道日纳

(四) 会计师

发行人会计师	京都天华会计师事务所有限公司
法定代表人	徐华
住所	北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场 5 层
电话	010-85665588
传真	010-85665120
经办注册会计师	童登书、梁卫丽



（五）资产评估机构

资产评估机构	中商资产评估有限责任公司
法定代表人	罗东皓
住所	北京海淀区中关村南大街甲 56 号方圆大厦 B 座 1304 室
电话	13901325158
传真	010-88026272
经办注册资产评估师	宋玉华、李春迎

（六）股票登记机构

股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
负责人	戴文华
住所	深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
电话	0755-25938000
传真	0755-25988122

（七）申请上市交易所

申请上市交易所	深圳证券交易所
负责人	宋丽萍
办公地址	深圳市深南东路 5045 号
电话	0755-82083333
传真	0755-82083164

（八）收款银行

收款银行	招商银行深圳分行深纺大厦支行
地址	深圳市华强北路 3 号深纺大厦 B 座 1 楼
开户名	招商证券股份有限公司
账号	819589015710001

三、发行人与本次发行有关当事人的关系

截至本招股说明书签署之日，本公司与本次发行有关的中介机构及其负责



人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

刊登发行公告日期	
开始询价推介日期	
刊登定价公告日期	
申购日期和缴款日期	
股票上市日期	



第四节 风险因素

投资者在评价本公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，但并不表示风险因素依次发生。

一、宏观经济波动风险

广告行业与商品生产、消费领域密切相关，并通过生产和消费领域的广告投放实现效益，广告行业规模取决于广告投放需求的大小。近年来，随着宏观经济和商品消费需求的大幅增长，广告需求也出现了大幅增长，广告行业与国民经济的增长有一定的正相关关系。在经济低迷时期，由于大多数广告客户将广告支出作为一项软性支出，因此可能会削弱其广告投放，从而导致整体广告投放需求的减少。同时广告行业的客户来自国民经济的各个行业，客户所在行业整体发展状况、产业政策和监管措施的变化，往往会影响该行业的整体广告投放，进而传导给广告行业。

因此，如果宏观经济整体下滑，经济增长减速，将会影响整个广告行业的发展，进而影响公司的业务和经营。

二、与央视合作风险

1、无法持续获得既有或者新的央视优质媒体广告资源

目前，央视媒体代理业务是公司主营业务的重要组成部分。2009 年度、2010 年度及 2011 年度，公司代理央视电视媒体广告资源而获得的收入分别占公司主营业务收入总额的 62.49%、85.11%和 87.32%。因此，在目前的业务结构下，能够长期、持续地获得优质的央视媒体资源对公司的经营非常重要。

近年来，央视向广告代理公司销售、分配媒体资源的方式基本为“招标或协商确定，并正常情况续约”的方式。2009 年底，央视对 2010—2012 年度的非自营类媒体资源举行了一次大规模集中招标活动。该次招标规定“一次招标，两年续约”，即中标的广告代理公司一次中标，每年一续约，直至 2012 年底。2013 年度起，央视将重新组织销售、分配媒体资源。

尽管公司与央视已形成了互利共赢的关系，但是一旦公司以后年份由于不能



中标或其他原因无法持续获得既有或者新的央视优质媒体广告资源，将会对公司业务收入产生较大不利影响。

2、获取央视媒体资源成本上升的风险

2009 年度、2010 年度及 2011 年度，公司代理央视电视媒体广告资源而支付的营业成本占公司总营业成本的比例分别为 58.27%、83.84%、84.38%，比例较高，如果今后央视提高媒体资源采购价格，则公司的经营业绩会受到直接影响。因此公司存在获取媒体广告资源成本上升并影响公司效益的风险。

三、广告媒体代理经营模式风险

公司主要采用独立承包代理的模式从事媒体代理业务，需要预先集中、大量和一次性购买一定期限的媒体广告资源。通常情况下，不论是否售出广告资源，公司均应依约向媒体支付采购成本。一旦公司无法在特定期限内以预期的价格和销售率向客户售出资源，公司将在支付采购成本的同时无法获得预期的业务收入和现金流，从而对公司的财务状况和经营业绩产生较大不利影响。

四、媒体资源销售风险

公司采购的电视媒体广告资源、户外媒体广告资源具有时效性，如果在有效时限内未能售出，该资源即过期作废。2009 年、2010 年及 2011 年，公司电视媒体资源销售率分别为 113.01%、46.56%及 76.29%，存在有效期内未能售出的情形；户外媒体资源方面，北京北五环路 2#户外广告项目及北京地铁一号线所属地铁隧道媒体项目也存在有效期内未能全部售出情况。上述未在有效期内售出的情况直接影响公司效益，公司存在媒体资源未能在有效期内售出的情况。

一般情况下，出于维护市场的考虑，公司的电视媒体代理业务和户外媒体代理业务不会低于成本销售，但对于部分新获得的、资源量较大的电视媒体资源（如 CCTV12 频道），出于推广的考虑，存在赠播或低于成本价格出售的情况，因此公司面临在某种情况下媒体资源低于成本销售的情况。

五、对电视媒体资源依赖的风险

报告期内，公司电视媒体代理业务的营业收入占公司主营业务收入的比例分别为 62.49%、85.11%及 87.32%，比例较高，公司业务对电视媒体资源存在一定



的依赖。目前，公司电视媒体资源的主要采购对象为央视，并且公司已获得中国新华新闻电视网（CNC）58%可播广告资源经营权，倘若未来由于政策原因或其他媒体对电视媒体形成冲击等原因影响电视媒体的广告传播效力，或者由于其他等原因使公司与电视台的合作受到影响，则直接影响公司效益。

六、关联交易风险

报告期内，公司的关联交易主要与中航工业及其下属企业发生，笔数较多。2009年至2011年，公司主营业务中的关联交易发生金额分别为6,872.01万元、9,360.67万元及4,875.78万元，占营业收入的比重分别为8.12%、6.44%及2.98%，占比逐年下降。2009年至2011年，公司会展业务中关联交易占比分别为100%、73.09%及26.50%，户外代理业务中关联交易占比分别为0%、5.13%及37.25%，部分年份比例仍较高。虽然目前公司关联交易定价遵循市场定价原则，但未来存在利用关联交易损害公司或中小股东的利益的风险。

七、电视媒体栏目调整的风险

公司与电视台签订的广告代理协议中通常约定如遇某些特别事件或情况，电视台可以对栏目进行调整，一旦电视栏目或广告时间出现调整，将直接影响公司广告时间的销售，因此公司代理的电视媒体广告存在电视栏目调整的风险。

在实际经营过程中，电视栏目调整情况较少，但往往事先难以预料和控制的，因此会对公司经营产生突发性的影响。尽管公司建立了突发时间应急措施充分应对电视栏目调整带来的不利影响，但是如果出现长时间的电视栏目或栏目调整，将会对公司的经营产生不利影响。

八、电视栏目收视率变动的风险

公司广告销售价格和销售状况在一定程度上取决于公司所购电视栏目收视率。影响栏目收视率的因素较多，包括但不限于栏目的内容、形式、性质、品牌效应、受众偏好以及栏目本身的宣传推广等。尽管公司所购栏目多为央视开播时间较长、受众稳定、影响广泛的财经、新闻类栏目，但是一旦出现栏目收视率下降的情况，公司可能会无法按预期销售价格和比例售出广告时间，进而可能会对公司经营业绩产生重大不利影响。



九、公司经营业绩季节性波动的风险

中国境内的电视广告开支呈明显的季节波动性，客户在每年上半年的投放需求会相对谨慎，广告开支较小，下半年客户通常会逐步加大广告开支。与此对应，公司下半年的广告销售价格和销售率通常会明显高于上半年，因此，公司下半年的业务收入会高于上半年。但是，公司采购成本通常在一年期限内按月定期支付。由于不均衡的业务收入和相对均衡的业务支出，公司下半年业绩通常好于上半年，业绩在年度内的季节性波动较为明显。

十、政策风险

广告业是文化传播的重要分支，具有文化和创意属性。2006 年以来，国家相继颁布了一系列促进中国广告业发展的政策。

在促进广告业发展的同时，国家也在不断完善监管政策，例如广电总局颁布的《广播电视广告播出管理办法》对广告播出时间作出了严格限定；奥运会举办期间，北京对机场、车站、主要道路及奥运场馆周边等主要地区实行广告控制，公司的户外广告业务也因此受到了一定的影响。

公司作为一家国有控股的广告公司，依法经营、规范运作、严格管理，经过多年的积累，已经树立起了诚信经营的品牌形象。但如果相关政策的出台与公司现状和发展趋势不一致，则会对公司的经营产生一定的影响。

十一、人员流失风险

优秀的业务人员是广告代理公司的重要资源。随着行业竞争的加剧，对优秀人才的争夺会更加激烈，从业人员的流动难以避免，业务人员的流失往往会带走部分客户资源，因此人才流失使公司的业务稳定性面临一定风险。

十二、募集资金投向风险

公司本次发行募集的资金全部用于主营业务发展和管理水平提升，包括央视媒体资源广告经营权采购项目、中国新华新闻电视网中英文环球电视频道商业广告经营权采购项目以及数字化业务管理系统升级改造项目。

本次发行募集资金投资项目尽管经过了深入的可行性分析，但可行性分析是



基于目前的国家政策和市场条件作出的。在实施过程中，可能会遇到诸如国家宏观政策、市场、财务变化等原因导致各项目所依赖的外部条件发生变化，同时也可能会受企业自身管理水平等内在因素的影响，导致项目不能如期完成或不能实现预期收益，从而影响公司的经营业绩。

十三、市场风险

我国的广告代理行业参与竞争的各类主体众多，市场整体集中度不高，行业竞争激烈。随着广告代理行业规范化程度的提高，国内广告公司之间的竞争将日趋激烈，资源规模较小、实力不强的公司将被市场逐步淘汰，具有核心竞争能力的企业将逐步成长为占有相对垄断地位的市场领导者。在广告行业，公司具有较强的竞争力，但是如果公司不能持续保持与竞争对手的竞争优势，公司的经营业绩可能会受到不利影响。

十四、净资产收益率可能下降的风险

公司加权平均净资产收益率（按扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润计算）较为稳定，2009 年度、2010 年度及 2011 年度分别为 16.57%、20.40%及 31.39%。本次发行后公司的净资产将大幅度增加，而募集资金投资项目需要一段时间的投入期和市场培育期，难以在短时期内取得效益。公司存在净资产收益率出现下降的风险。

十五、实际控制人控制风险

本次发行前，中航工业直接及通过其下属 9 家公司合计控制公司 89.56%股份；本次发行后，中航工业仍将控制本公司 64.94%股份。因此，存在其利用对本公司的实际控制人地位，在股东大会、董事会行使表决权，间接影响本公司经营决策，甚至损害公司及其他股东利益的风险。



第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称	中航文化股份有限公司
英文名称	AVIC Culture Co., Ltd.
注册资本	10,000.00 万元
法定代表人	周世忠
有限公司成立日期	2004 年 4 月 9 日
整体变更为股份公司日期	2007 年 9 月 11 日
住所	北京市朝阳区南郎家园 18 号楼 102 室
邮政编码	100022
电话	010-65665711
传真	010-65684311
互联网网址	http://www.acul.com.cn/
电子信箱	aculsecurity@acul.com.cn
经营范围	设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告；承办展览展示活动；公关策划；信息咨询（中介除外）

二、公司改制重组及设立情况

（一）发行人设立方式

本公司系由中航公关广告有限责任公司以截至 2007 年 4 月 30 日经审计的账面净资产 100,255,052.07 元按 1.002551:1 的比例折股 10,000.00 万股（每股面值为 1.00 元，255,052.07 元计入资本公积），依法整体变更设立的股份有限公司。2007 年 9 月 11 日，公司在北京市工商行政管理局注册登记，并领取了注册号为 110000006849378 的《企业法人营业执照》，公司注册资本为 10,000.00 万元。岳华会计师事务所有限责任公司出具的岳总验字[2007]第 A041 号验资报告，审验确认公司注册资本已全部缴足。



（二）发行人设立时股权情况

公司设立时股权结构如下：

发起人名称或姓名	持股数量（万股）	持股比例
中国航空工业第二集团公司（SS）	2,129.00	21.29%
中国航空工业第一集团公司（SS）	2,046.00	20.46%
周世忠	614.00	6.14%
昌河飞机工业(集团)有限责任公司（SS）	605.00	6.05%
西安飞机工业(集团)有限责任公司（SS）	522.00	5.22%
成都飞机工业(集团)有限责任公司（SS）	522.00	5.22%
中国贵州航空工业(集团)有限责任公司（SS）	522.00	5.22%
金城集团有限公司（SS）	522.00	5.22%
中国航空技术进出口深圳公司（SS）	522.00	5.22%
哈尔滨东安发动机(集团)有限公司（SS）	522.00	5.22%
天津天利航空机电有限公司（SS）	522.00	5.22%
成都发动机(集团)有限公司（SS）	522.00	5.22%
孙 扬	170.00	1.70%
冯志民	130.00	1.30%
吴平波	130.00	1.30%
合计	10,000.00	100.00%

（三）发行人改制设立前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司变更设立股份公司时的主要发起人为中航二集团和中航一集团（2008年底合并为中航工业）。

本公司变更设立股份公司前，中航二集团主要资产为所持下属企业股权，从事主要业务为：国有资产投资及经营管理；具体涉及直升机、运输机、教练机、强击机、通用飞机、无人驾驶飞行器等军民用航空器和相关发动机、机载设备等航空产品的设计、研制、开发、生产、销售、安装、调试、监理维修及其他售后服务；汽车、摩托车及其发动机、零配件的设计、研制、开发、生产、销售、安



装、调试；燃气轮机、风力发电业务；飞机租赁、通用航空服务、工程勘察设计、工程承包建设、房地产开发、中介服务；航空产品、其他产品和技术进出口业务；航空产品和项目的国际合作、联合研制生产等业务。

中航一集团主要资产为所持下属企业股权，从事主要业务为：国有资产投资及经营管理；具体涉及航空器及相关发动机、机载设备、轻型燃气轮机、摩托车、制冷设备、环保设备、机械电子设备、纺织机械的设计、研制、开发、生产、销售、安装、调试、监理维修及其他售后服务；汽车的设计、研制、开发、生产、销售、安装、调试；飞机租赁；医疗设备投资及工程的投资与管理；进出口业务；承包境内外航空工程及境内国际招标工程。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的业务

本公司变更设立股份公司时，拥有的资产为原有限责任公司的整体资产，主要包括流动资产、生产经营场所（房屋）和办公设备等固定资产，以及持有的控股、参股公司股权。

本公司变更设立股份公司时，以电视媒体广告代理、户外媒体广告代理及客户代理为主营业务，并辅助以会展及广告影视制作业务等。自公司设立至今主营业务未发生重大变化。

（五）发行人改制设立后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司整体变更设立股份公司后，主要发起人中航二集团与中航一集团所拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生变化。

2008年11月，发行人主要发起人中航二集团与中航一集团合并为中航工业。原中航一集团和中航二集团持有的本公司股权由中航工业承继。中航工业成立后，主要拥有的资产为持有昌飞集团、成飞集团、东安集团、贵航集团、金城集团等下属企业股权，实际从事的主要业务为：军用航空器及发动机、制导武器、军用燃气轮机、武器装备配套系统与产品的研究、设计、生产、销售、维修、保障及服务等业务、金融、租赁、通用航空服务、交通运输、医疗、工程承包与施工、房地产开发等产业的投资与管理，详见本节“七、发起人、持有发行人5%



以上股份的主要股东、实际控制人和发起人基本情况”和“九、发行人控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

（六）发行人改制前后的业务流程

本公司系有限责任公司整体变更设立的股份有限公司，公司设立前后业务流程未发生变化。公司业务流程参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主要业务的具体情况”。

（七）发行人成立以来，在经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

本公司自成立以来与发起人中航二集团和中航一集团及其下属企业在广告发布、承办航展、资金存贷等方面存在关联交易事项，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联交易”。

（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司由中航有限依法整体变更设立，有限公司的全部资产由本公司承继，并依法办理了资产产权的变更手续，主要资产不存在重大权属纠纷。

（九）公司在资产、人员、财务、机构、业务方面的独立运营情况

本公司在资产、人员、财务、机构、业务方面与控股股东和实际控制人严格分开，具有完整的业务系统，具有面向市场的自主经营能力。

1、资产完整情况

本公司拥有独立完整的业务体系和相关资产，包括房产及电子信息设备等，与股东的资产完全分开，不存在本公司股东违规占用本公司资金、资产及其它资源的情况。

2、人员独立情况

本公司设置了独立于控股股东的人力资源管理部门，制定了独立的劳动、人事、工资制度。公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员没有在控股股东（实际控制人）及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外



的其他职务，也未在控股股东和实际控制人及其控制的其他企业处领薪。本公司的财务人员未在控股股东和实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司的董事、监事、高级管理人员严格按照《公司法》和《公司章程》等有关规定产生。

3、财务独立情况

本公司设置了独立的财务部门，根据现行会计准则及相关法规、条例并结合公司实际情况制定了财务管理制度等内部控制制度，建立了独立、完整的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度，未与控股股东及其所控制的其他企业共用银行账户。公司及下属各核算单位均独立建账，并按公司制定的财务管理制度，对其发生的各类经济业务进行独立核算。公司在银行独立开设账户，对所发生的经济业务进行结算。公司独立办理了税务登记并依法独立进行纳税申报和缴纳。公司没有为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保，或将公司资金转借给控股股东、实际控制人及其控制的其他企业使用。

4、机构独立情况

本公司依据法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定设立了股东大会、董事会、监事会等机构，同时建立了独立完整的内部组织机构，各部门之间职责分明、相互协调，独立行使经营管理职权。本公司与控股股东和实际控制人及其控制的企业之间机构完全分开；不存在与控股股东和实际控制人及其所控制的其他企业合署办公、混合经营的情形；不存在控股股东、实际控制人和其它关联方干预本公司机构设置的情况。

5、业务独立情况

本公司目前的经营范围为设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告；承办会展活动；公关策划；信息咨询（不含中介服务）。实际主要从事电视媒体广告代理、户外媒体广告代理及客户代理业务，辅以会展和广告制作业务。本公司与股东单位和其它关联方之间不存在同业竞争或显失公平的关联交易。公司具有完整的业务系统，能够独立面向市场自主经营，不存在受制于控股股东和实际控制人的情形。



三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况

（一）发行人历史沿革及股本形成情况

发行人的前身为 1993 年 4 月 7 日成立的凯迪克航空广告公司，1995 年 9 月 7 日更名为中航公关广告公司，2004 年 4 月 9 日公司改制设立为中航公关广告有限责任公司，2007 年 9 月 11 日中航公关广告有限责任公司整体变更为股份有限公司，公司股本形成及变化的简要情况如下图：

1993 年 4 月 7 日	凯迪克航空广告公司成立，注册资本为 100 万元。
1995 年 9 月 7 日	更名为中航公关广告公司。
1997 年 7 月 18 日	中航公关广告公司增资至 958 万元。
1999 年 7 月 1 日	航空总公司分立为中航一集团和中航二集团。其中，中航一集团持有公关广告 20.46%股权，中航二集团持有公关广告 21.29%股权。
2001 年 5 月 15 日	上海航空工业（集团）有限公司将 5.22%股权分别转给周世忠、吴平波、冯志民、孙扬、艾中华。
2002 年 7 月 1 日	中国南方航空动力机械（集团）公司将 5.22%股权分别转给周世忠、吴平波、冯志民、孙扬。周世忠将其所持有 0.05%股权转让给孙扬。
2004 年 4 月 9 日	中航公关广告公司改制为中航公关广告有限责任公司，注册资本变更为 1,521.89 万元。
2007 年 9 月 11 日	中航公关广告有限责任公司整体变更为中航文化股份有限公司，注册资本变更为 1 亿元。
2008 年 11 月 6 日	中国航空工业集团公司在中国航空第一集团公司和中国航空第二集团全部所属企事业单位基础上组建并完成工商注册登记，合并后中航集团持有中航文化 41.75%股权。

1、1993 年 4 月凯迪克广告设立

1993 年 4 月 7 日，凯迪克广告在北京市工商行政管理局登记成立，注册资金为 100.00 万元，中航技总公司为其股东，注册号为 11501252，企业性质为全民所有制。中航技总公司为其出具了《资金信用证明》，该资金信用证明获得了原国家国有资产管理局的确认。



2、1995 年 9 月更名为中航公关广告公司

1995 年 5 月 5 日，中航技总公司上级单位航空总公司作出《关于更改凯迪克航空广告公司隶属关系的通知》（航空办〔1995〕427 号），并将凯迪克广告隶属关系改归航空总公司直接管理。

1995 年 9 月 7 日，凯迪克广告办理了工商变更登记手续，变更股东并更名为中航公关广告公司。

3、1997 年 7 月增资

1997 年 6 月 6 日，航空总公司出具“资管函〔1997〕51 号”，同意中航广告注册资金由 100.00 万元增至 958.00 万元。岳华联合会计师事务所对此次增资进行了审验，并出具岳总（1997）验字第 284 号《验资报告》。截止 1997 年 5 月 31 日，中航广告增加投入 858.00 万元，变更后投入资本总额为 958.00 万元。

1997 年 7 月 18 日，中航广告完成了工商变更登记，此次增资完成后中航广告股权结构如下表所示：

名称或姓名	出资额（万元）	增资后出资比例
中国航空工业总公司	400.00	41.75%
昌河飞机工业公司	58.00	6.05%
西安飞机工业公司	50.00	5.22%
上海航空工业（集团）公司	50.00	5.22%
成都飞机工业公司	50.00	5.22%
中国贵州航空工业总公司	50.00	5.22%
南京金城机械厂	50.00	5.22%
中国航空技术进出口深圳公司	50.00	5.22%
哈尔滨东安发动机制造公司	50.00	5.22%
天津天利航空机电有限公司	50.00	5.22%
成都发动机公司	50.00	5.22%
中国南方航空动力机械公司	50.00	5.22%
合计	958.00	100.00%



4、1999 年 7 月第一大股东分立为中航一集团和中航二集团

根据《中国航空工业总公司党组关于对总公司直属公司事业单位、社团组织进行改革的决定》（航空党组〔1999〕10 号），航空总公司所持中航广告的出资按照 51:49 的股权比例分配给中航二集团和中航一集团。

1999 年 6 月，国务院作出《国务院关于组建中国航空工业第二集团公司有关问题的批复》（国函[1999]57 号），航空总公司据此分立为中航一集团和中航二集团。

航空总公司分立后，中航广告的股权结构情况如下表所示：

名称或姓名	出资额（万元）	出资比例
中国航空工业第二集团公司	204.00	21.29%
中国航空工业第一集团公司	196.00	20.46%
昌河飞机工业公司	58.00	6.05%
西安飞机工业公司	50.00	5.22%
上海航空工业(集团)公司	50.00	5.22%
成都飞机工业公司	50.00	5.22%
中国贵州航空工业总公司	50.00	5.22%
金城集团有限公司	50.00	5.22%
中国航空技术进出口深圳公司	50.00	5.22%
哈尔滨东安发动机制造公司	50.00	5.22%
天津天利航空机电有限公司	50.00	5.22%
成都发动机公司	50.00	5.22%
中国南方航空动力机械公司	50.00	5.22%
合计	958.00	100.00%

5、2001 年 5 月股权转让

2001 年 3 月 16 日，公司股东上航集团向中航广告发出《关于持有中航公关广告公司股权转让的函》，提出拟退出（或转让）其所持有公关广告的全部股份。

2001 年 5 月 15 日，上航集团分别与公司高管周世忠、吴平波、冯志民、孙扬、艾中华签订股权转让协议，转让给周世忠 2.62% 公司股权，转让价格为 40.10



万元；转让给吴平波、冯志民、孙扬、艾中华每人 0.65% 公司股权，转让价格为 9.98 万元，股权转让总价款为 80.00 万元。此次股权转让价格参照中航广告截止 2000 年 12 月 31 日经评估的净资产值确定。根据华源资产评估有限责任公司于 2001 年 2 月 10 日出具的华源总评字（2001）8030 号《资产评估报告》，截止 2000 年 12 月 31 日中航广告经评估的净资产值为 1,532.04 万元。周世忠等 5 人于 2001 年 6 月将转让价款支付给了上航集团。

2001 年 5 月 19 日，中航广告召开第二届第三次董事会暨监事会会议，同意中航广告经营班子以自然人身份受让上航集团所持股权。

2008 年 4 月 25 日，中航一集团出具《关于上海航空工业（集团）有限公司转让所持中航公关广告公司股权有关问题的函》，确认前述股权转让行为可由上航集团自行决定，并认可其转让价格。

此次股权转让完成后，中航广告的股权结构如下表所示：

名称或姓名	出资额（万元）	持股比例
中国航空工业第二集团公司	204.00	21.29%
中国航空工业第一集团公司	196.00	20.46%
昌河飞机工业公司	58.00	6.05%
西安飞机工业（集团）有限责任公司	50.00	5.22%
成都飞机工业（集团）有限责任公司	50.00	5.22%
中国贵州航空工业总公司	50.00	5.22%
金城集团有限公司	50.00	5.22%
中国航空技术进出口深圳公司	50.00	5.22%
哈尔滨东安发动机制造公司	50.00	5.22%
天津天利航空机电有限公司	50.00	5.22%
成都发动机（集团）有限公司	50.00	5.22%
中国南方航空动力机械公司	50.00	5.22%
周世忠	25.10	2.62%
孙 扬	6.23	0.65%
冯志民	6.23	0.65%



吴平波	6.23	0.65%
艾中华	6.23	0.65%
合计	958.00	100.00%

6、2002 年 7 月股权转让

(1) 南方公司转让股权

2002 年 3 月 20 日, 根据南方公司经营战略结构调整的需要, 经南方公司经理办公会讨论决定: 将持有的中航广告 5.22%股权转让。2002 年 3 月 26 日, 中航广告召开第二届第四次董事会暨监事会会议, 同意公司经营班子以自然人身份购买南方公司转让的股权。

2002 年 7 月 1 日, 南方公司与股权受让方周世忠、吴平波、冯志民、孙扬分别签署了股权转让协议。

2002 年 8 月 13 日, 南方公司以南经报〔2002〕149 号《关于转让中航公关广告公司股权的请示》向中航二集团提出转让股权申请, 拟将其持有中航广告的 5.22%股权转让给中航广告经营班子。2002 年 9 月 5 日, 中航二集团出具航空资〔2002〕490 号《关于南方公司转让所持有的中航公关广告公司股权的批复》, 同意南方公司转让股权行为, 转让价格以中航公关广告公司的资产评估结果为依据。

转让双方以经岳华会计师事务所有限责任公司评估的中航广告截止 2002 年 9 月 30 日的净资产值 1,521.89 万元作为参考, 并协商确定南方公司持有的 5.22%的股权相应价格为 82.43 万元。其中周世忠以 51.63 万元受让 3.27%的出资, 吴平波、冯志民、孙扬均以 10.27 万元受让 0.65%的出资。2002 年 11 月, 上述人员将转让价款支付给南方公司。

2008 年 7 月 25 日, 中航二集团出具了《关于中国南方公司转让所持中航公关广告公司股权的有关问题的函》(航空函[2008]44 号), 对南方公司转让股权的定价依据予以认可。

(2) 自然人股东之间转让股权

①自然人股东艾中华转让股权



因工作变动原因，2002 年 7 月 1 日，艾中华与周世忠、孙扬签署《股权转让协议》，其中周世忠以 4.60 万元受让艾中华持有的 0.30%股权；孙扬以 5.37 万元受让艾中华持有的 0.35%股权。

②自然人股东周世忠转让股权

2002 年 7 月，基于股东孙扬进一步增持股权的意愿，周世忠将其所持有中航广告 0.05%股权转让给孙扬，股权转让款双方已结算。2011 年 6 月 16 日两位股东分别出具书面说明，证实此次股权转让双方不存在任何纠纷。

上述股权转让后，股权结构如下表所示：

名称或姓名	出资额（万元）	持股比例
中国航空工业第二集团公司	204.00	21.29%
中国航空工业第一集团公司	196.00	20.46%
周世忠	58.82	6.14%
昌河飞机工业公司	58.00	6.05%
西安飞机工业（集团）有限责任公司	50.00	5.22%
成都飞机工业（集团）有限责任公司	50.00	5.22%
中国贵州航空工业总公司	50.00	5.22%
金城集团有限公司	50.00	5.22%
中国航空技术进出口深圳公司	50.00	5.22%
哈尔滨东安发动机制造公司	50.00	5.22%
天津天利航空机电有限公司	50.00	5.22%
成都发动机（集团）有限公司	50.00	5.22%
孙 扬	16.28	1.70%
冯志民	12.45	1.30%
吴平波	12.45	1.30%
合计	958.00	100.00%

7、2004 年 4 月，中航广告改制为中航公关广告有限责任公司

2002 年 6 月 5 日，中航广告向中航二集团以航广字[2002]09 号《关于中航公关广告公司进行改制立项的申请》提出申请，申请将公司改制为有限责任公司。



2002 年 10 月 29 日，中航二集团出具航空资〔2002〕597 号《关于中航公关广告公司改制立项的批复》，同意改制方案，批准中航广告改制为有限责任公司。

岳华会计师事务所有限责任公司接受委托，以 2002 年 9 月 30 日为基准日进行了整体资产评估，出具了岳评报字（2002）第 027 号《资产评估报告》，评估后中航广告净资产为 1,521.89 万元。评估结果于 2002 年 12 月 20 日在财政部办理了备案手续，备案编号为 20020337。

2003 年 3 月 28 日，中航广告召开股东会，通过了改制为中航公关广告有限责任公司的决议。2003 年 12 月 10 日，国资委下发《企业国有资产变动产权登记表》对中航广告企业出资人及出资比例进行了确认。北京文信会计师事务所有限责任公司对改制进行了验资并出具了文信内验字（2003）第 032 号《验资报告》，确认原股东以 2002 年 9 月 30 日为基准日经评估的净资产 1,521.89 万元按照原持股比例作为改制后有限责任公司的出资，改制后注册资本为 1,521.89 万元。

2003 年 12 月 31 日，国防科学技术工业委员会出具《关于请协助办理中航第二集团公司中航公关广告公司有关工商变更登记手续的函》（〔2003〕223 号）并对中航广告的产权情况进行了确认。

2004 年 4 月 9 日，中航广告取得新的企业法人营业执照，公司名称变更为中航公关广告有限责任公司，注册号为 1100001684937。改制为有限公司后，中航有限股权结构情况如下表所示：

名称或姓名	出资额（万元）	持股比例
中国航空工业第二集团公司	324.01	21.29%
中国航空工业第一集团公司	311.38	20.46%
周世忠	93.44	6.14%
昌河飞机工业公司	92.07	6.05%
西安飞机工业（集团）有限责任公司	79.44	5.22%
成都飞机工业（集团）有限责任公司	79.44	5.22%
中国贵州航空工业总公司	79.44	5.22%
金城集团有限公司	79.44	5.22%
中国航空技术进出口深圳公司	79.44	5.22%



哈尔滨东安发动机制造公司	79.44	5.22%
天津天利航空机电有限公司	79.44	5.22%
成都发动机(集团)有限公司	79.44	5.22%
孙 扬	25.87	1.70%
冯志民	19.78	1.30%
吴平波	19.78	1.30%
合计	1,521.89	100.00%

8、2007 年 9 月，整体变更为股份公司

2007 年 6 月 16 日，中航有限召开 2007 年度第一次临时股东会，股东会决议通过中航有限拟整体变更设立为中航文化股份有限公司。

2007 年 9 月 1 日召开创立大会，通过了中航有限整体变更为中航文化股份有限公司议案。根据创立大会的决议和发起人协议，中航有限以原有限公司全体股东为发起人，以 2007 年 4 月 30 日为基准日经岳华会计师事务所有限责任公司审计（岳总审字（2007）第 A1264 号《审计报告》）的公司净资产 10,025.51 万元，按 1.002551:1 的比例折合 10,000.00 万股，将中航有限整体变更为股份公司。

岳华会计师事务所有限责任公司出具了岳总验字（2007）第 A041 号《验资报告》，对上述出资进行了验证。2007 年 9 月 11 日，公司取得了北京市工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》，注册号为 110000006849378，公司名称变更为中航文化股份有限公司，注册资本为 10,000.00 万元。

股份公司成立股本结构情况如下表所示：

名称或姓名	持股数量（万股）	持股比例
中国航空工业第二集团公司（SS）	2,129.00	21.29%
中国航空工业第一集团公司（SS）	2,046.00	20.46%
周世忠	614.00	6.14%
昌河飞机工业（集团）有限责任公司（SS）	605.00	6.05%
西安飞机工业（集团）有限责任公司（SS）	522.00	5.22%
成都飞机工业（集团）有限责任公司（SS）	522.00	5.22%



中国贵州航空工业（集团）有限责任公司（SS）	522.00	5.22%
金城集团有限公司（SS）	522.00	5.22%
中国航空技术进出口深圳公司（SS）	522.00	5.22%
哈尔滨东安发动机（集团）有限公司（SS）	522.00	5.22%
天津天利航空机电有限公司（SS）	522.00	5.22%
成都发动机（集团）有限公司（SS）	522.00	5.22%
孙 扬	170.00	1.70%
冯志民	130.00	1.30%
吴平波	130.00	1.30%
合 计	10,000.00	100.00%

注：“SS”为（State-owned Shareholder）的缩写。

2007年12月29日，国资委出具国资产权[2007]1606号《关于中航文化股份有限公司国有股权管理有关问题的批复》，确认上述发起人中法人股东所持有的股份性质为国有股，如股份公司在境内发行股票并在证券交易所上市，上述国有股东在证券登记结算公司登记的证券账户应加注“SS”。

9、2008年11月，股东合并

根据国务院的国函[2008]95号《国务院关于组建中国航空工业集团公司有关问题的批复》文件，中国航空工业集团公司在中航一集团和中航二集团全部所属企事业单位基础上组建，由国家出资设立，国资委代表国务院对中航工业履行出资人职责。2008年11月6日，中航工业完成工商注册登记。根据《关于抓紧做好出资人变更的通知》（航空计[2009]11号），原中航一集团和中航二集团持有的本公司股权由中航工业承继。公司的第一大股东由中航二集团变更为中航工业。

上述股权变更后，公司股本结构情况如下：

名称或姓名	持股数量（万股）	持股比例
中国航空工业集团公司（SS）	4,175.00	41.75%
周世忠	614.00	6.14%
昌河飞机工业（集团）有限责任公司（SS）	605.00	6.05%



西安飞机工业（集团）有限责任公司（SS）	522.00	5.22%
成都飞机工业（集团）有限责任公司（SS）	522.00	5.22%
中国贵州航空工业（集团）有限责任公司（SS）	522.00	5.22%
金城集团有限公司（SS）	522.00	5.22%
中国航空技术进出口深圳公司（SS）	522.00	5.22%
哈尔滨东安发动机（集团）有限公司（SS）	522.00	5.22%
天津天利航空机电有限公司（SS）	522.00	5.22%
成都发动机（集团）有限公司（SS）	522.00	5.22%
孙 扬	170.00	1.70%
冯志民	130.00	1.30%
吴平波	130.00	1.30%
合 计	10,000.00	100.00%

注：（1）“SS”为（State-owned Shareholder）的缩写。（2）中国航空技术进出口深圳公司于 2009 年 1 月更名为中国航空技术深圳有限公司。

（三）发行人设立以来的重大资产重组行为

发行人设立以来未发生重大资产重组行为。

四、发行人历次股本变化的验资情况、发起人投入资产的计量属性

（一）历次验资情况

发行人自设立以来进行过 3 次验资，具体情况如下：

1、1997 年增资

1997 年 6 月 6 日，岳华联合会计师事务所出具了“岳总（1997）验字第 284 号”《验资报告》，验证确认由中国航空工业总公司及其下属 11 家企业以现金 858.00 万元增资，增资后公司注册资本由 100.00 万元增加至 958.00 万元。

2、2003 年改制为有限公司验资

2003 年 12 月 30 日，北京文信会计师事务所有限责任公司对中航公关广告有限责任公司截止 2002 年 9 月 30 日的实收资本进行验证，出具了“文信内验字



（2003）第 032 号” 《验资报告》，验证确认中航公关广告有限责任公司实收资本为 1,521.89 万元。

3、2007 年整体变更设立股份公司验资

2007 年 8 月 3 日，岳华会计师事务所有限责任公司对股份公司设立时发起人缴纳的注册资本进行了审验，并出具了“岳总验字（2007）第 A041 号” 《验资报告》，根据该审验，截至 2007 年 4 月 30 日股份公司（筹）已收到发起人缴纳的股本人民币 10,000.00 万元。

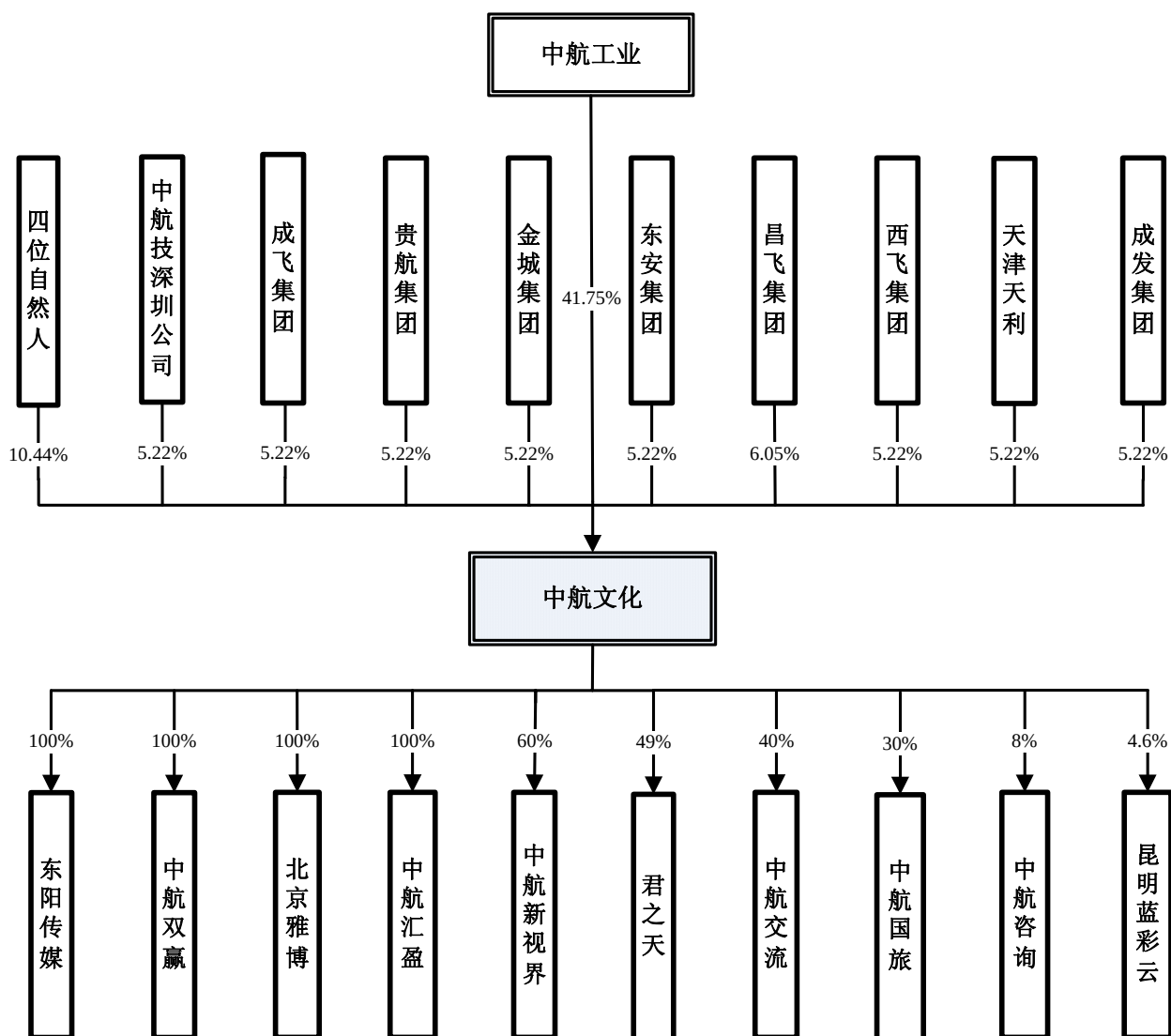
（二）发起人投入资产的计量属性

发行人是由有限公司整体变更设立的。公司设立时，发起人以中航广告截至 2007 年 4 月 30 日经岳华会计师事务所有限责任公司审计（《审计报告》岳总审字（2007）第 A1264 号）的净资产 10,025.51 万元，按 1.002551:1 的比例折股投入。折股后，公司股本 10,000.00 万股（每股面值为 1.00 元），股本与净资产差额 25.51 万元计入资本公积。

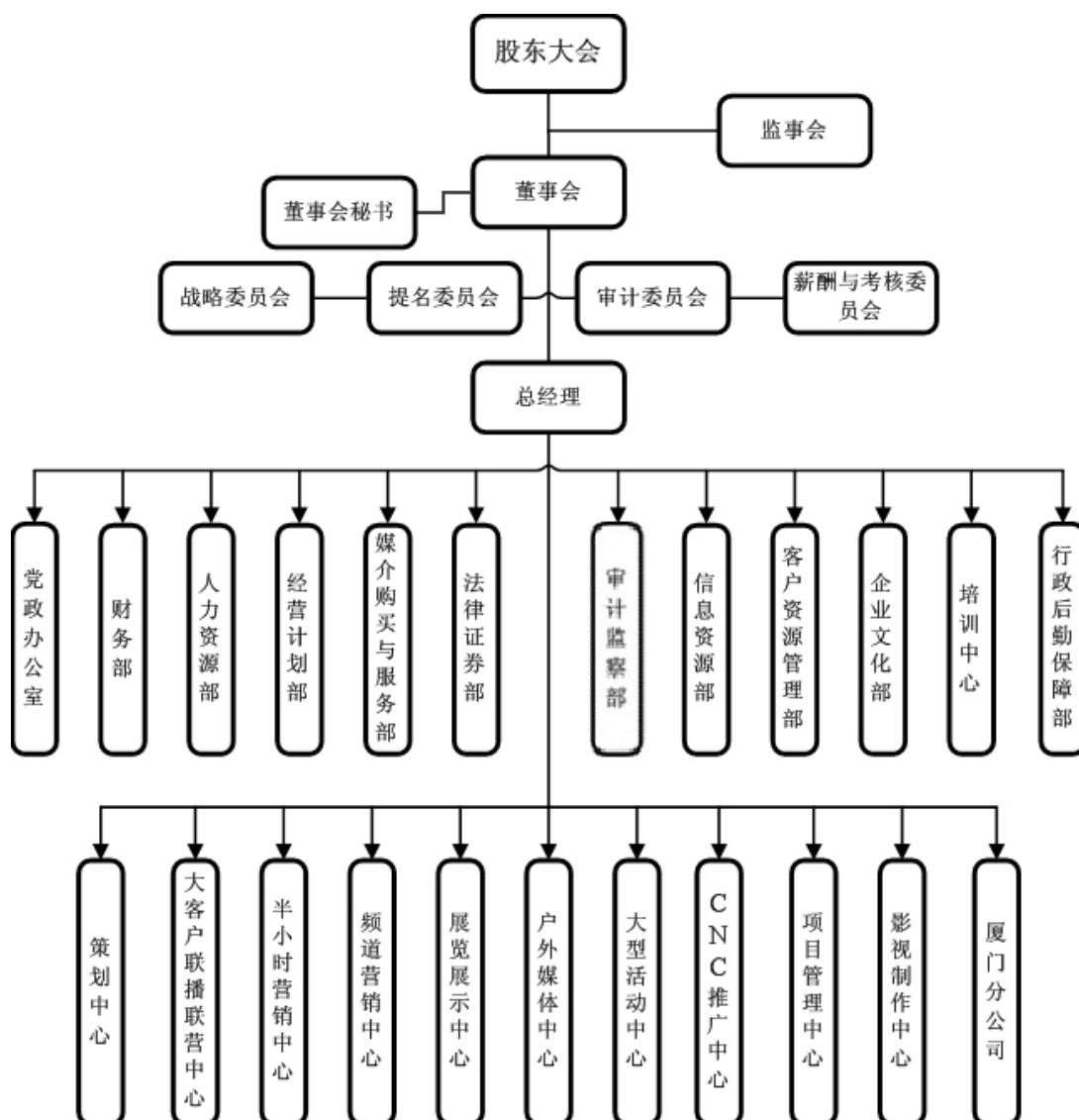
五、发行人股权结构及发行人组织机构

（一）发行人股权结构图

截至本招股说明书签署日，本公司股权结构如下：



（二）发行人内部组织结构图



（三）发行人职能部门及业务中心情况

1、发行人的职能部门情况

部门名称	部门职责
党政办公室	负责传达落实党的方针政策及上级指示精神；党、团、工会组织的发展建设；负责党委会、经理办公会会议的组织准备工作。
财务部	负责公司财务会计核算与财务管理，制定与组织落实公司财务政策、规划与预算，编制公司年度财务计划和分月财务收支计划；管理公司资金资源，负责各项收支的预算、审核，合同款项的收支审核和比价采购审核，成本管理，编制公司会计报表；负责财务税收政策的研究和实施。
人力资源部	编制公司人力资源规划、年度劳动工资及职工培训并组织实施；负责人力资源配置，招聘公司所需各类人员；制定人力资源考核管理办法并组织实施；员工养老保险、公积金等交纳管理；公司员工关系管理，劳动合同的签订、续签、变更、终止、解除等事项的管理。



经营计划部	根据公司战略发展目标，编制公司中长期战略发展规划和经营计划大纲，并监督经营计划执行情况；对公司经营状况进行分析预测，提出市场开发和营销战略指导意见；编制和完善各业务中心经济责任考核制度，并负责每月对各中心进行考核。
媒介购买与服务部	负责维护开拓与中央电视台广告部相关人员的公关工作，负责与中央台的款项结算工作；负责报播、审带相关工作；负责精准核对监播并处理相关事宜；负责合理规划、整合媒体资源、随时关注媒体资讯、把握行业动态；尽量多的与媒体公司及代理渠道建立良好的沟通及合作关系；对销售团队提出的综合投放需求给出具体、合理的投放方案。
法律证券部	负责提供法律咨询、处理公司各类法律事务和法律纠纷；合同审核、管理及流程的控制；负责法律风险评估和防范体系的建立、健全；负责公司上市相关法律证券事务。
审计监察部	负责公司及下属子公司的财务审计、内控审计、专项审计；对公司各基层单位主要行政负责人进行任期（离任）目标经济责任审计；负责与外部审计机构沟通、协调。
信息资源部	负责保障办公自动化系统正常运行；OA 维护与工作流开发，CRT 数据更新；程控电话交换机系统的维护工作；网络信息监测及安全控制；办公、网络信息化建设。
客户资源管理部	以客户为核心，从栏目营销和资源管理两方面为企业运营提供服务。
企业文化部	企业文化建设，提炼企业文化理念；不断充实、扩大公司企业文化的内涵；《远航》杂志的编辑、出版；公司外网网站的更新和维护；推行公司的相关品牌建设与整体包装宣传。
培训中心	负责为新进员工、专业技术人员及中高层管理人员进行培训、为全体人员进行法律法规、职业素养等进行培训。
行政后勤保障部	6S 基本管理制度的制定和监督执行，资产物资管理、集中采购管理、车辆管理及服务工作、工商行政管理事务。

2、发行人各业务中心职能情况

业务中心名称	中心职能
策划中心	为客户全方位整合优势媒体资源，提供品牌、行业透析，量身方案设计，精准媒体投放，透彻效果评估。
大客户联播联营中心	主要服务国内一线品牌的大客户、国际 4A 公司以及经济信息联播栏目客户，为企业提供差异化的个性服务，量身定做出符合其自身的服务解决方案。
半小时营销中心	为经济半小时栏目的客户服务，为其设计投放方案。
频道营销中心	独家代理 CCTV-12 社会与法整频道广告。
展览展示中心	组织和运营国际专业展会；为演出策划、公关策划、巡回展示等提供专业服务；为企业展馆、博物馆等提供策划、设计等服务。
户外媒体中心	负责奥运鸟巢和地铁一号线隧道媒体的独家开发和经营，运作京城的主干道、高速路及各主要商业区及全国其它经济发达城市及二、三级城市的户外媒体。
大型活动中心	主要从事企业咨询、品牌整合、营销策划、媒体广告代理、平面、影视广告创意设计、公关策划执行、礼品等，可为客户提供一条龙全案代理服务。
CNC推广中心	运营中国新华新闻电视网广告资源。



项目管理中心	负责公司战略合作客户项目管理、全案客户服务、媒介综合代理等。
影视制作中心	影视制作、动画设计制作、企业品牌推广和活动策划执行。
厦门分公司	拓展珠江三角洲地区会展、影视业务和广告业务，维系本地区重要客户。

六、发行人控股子公司、参股公司基本情况及注销子公司情况

（一）控股子公司基本情况

1、中航双赢

（1）历史沿革

①2007 年成立

中航双赢成立于 2007 年 3 月 9 日，注册资本为 200.00 万元，北京中航广韵广告中心（后更名为北京中航广韵广告有限责任公司）为其股东，公司类型为有限责任公司（法人独资）。中企惠（北京）会计师事务所有限公司对此次出资进行了审验，并出具中企惠验字[2007]第 1007 号《设立验资报告》，截至 2007 年 3 月 6 日，中航双赢已收到股东中航广韵缴纳的注册资本合计 200.00 万元，出资方式为货币出资。

北京市工商行政管理局密云分局向中航双赢核发了 110228010037102 号《企业法人营业执照》。中航双赢成立时的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	北京中航广韵广告中心	200.00	100.00
	合 计	200.00	100.00

②2010 年股权转让

因股东中航广韵注销的原因，2010 年 6 月 10 日，中航广韵与中航文化签订《股权转让协议》，中航广韵将其持有中航双赢 100.00% 股权按出资额 200.00 万元的价格转让给中航文化。

2010 年 6 月 20 日，中航双赢在北京市工商行政管理局密云分局办理了工商变更登记手续。此次股权转让完成后，中航双赢的股权结构如下表所示：



序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	中航文化	200.00	100.00
	合 计	200.00	100.00

因此，中航双赢为公司全资子公司，其股东不存在战略投资者、内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股。

（2）主营业务

中航双赢自成立以来，主要从事央视电视媒体代理业务，截至招股书签署之日，中航双赢拥有中央电视台《经济半小时》内贴片广告业务经营权。

（3）主要财务数据

项目	2011年12月31日 /2011年度	2010年12月31日 /2010年度	2009年12月31日 /2009年度
总资产（元）	381,708,640.71	155,107,918.96	161,272,014.22
净资产（元）	133,205,070.51	71,791,018.50	47,599,534.39
净利润（元）	61,414,052.01	24,191,484.11	28,831,734.97

（4）董事、监事及高级管理人员情况

截至本招股说明书签署之日，中航双赢的执行董事为张娟，监事为冯志民，经理为张娟。

2、北京雅博

北京雅博广告有限公司（更名前为中航同赢广告（北京）有限公司）成立于2005年5月23日，注册资本为200万元，实收资本为200万元，法定代表人为唱洪艳，住所为北京市平谷区熊儿寨乡熊儿寨村41号，经营范围为：设计、制作、代理、发布广告；承办展览展示活动；公关策划；信息咨询（中介除外）；销售工艺美术品。截止本招股说明书签署之日，中航文化持有其100%股权。

报告期内，北京雅博经审计的主要财务数据如下：

项目	2011年12月31日 /2011年度	2010年12月31日 /2010年度	2009年12月31日 /2009年度
总资产（元）	28,009,430.20	15,704,958.54	13,371,031.18



净资产（元）	11,353,922.13	9,490,593.86	9,985,393.51
净利润（元）	1,863,328.27	-494,799.65	1,634,905.54

2009 年，发行人主要通过母公司来代理电视媒体栏目广告资源，从而造成子公司北京雅博营业收入由 2008 年度的 24,831.77 万元下降至 2009 年的 4,376.94 万元，净利润下降至 163.49 万元。2010 年至 2011 年 3 月，北京雅博主要经营《购物街》栏目广告资源。由于《购物街》栏目正处于培育期，市场认可度较低，因此出现了亏损。2011 年 3 月末，《购物街》栏目停播。2011 年 4 月至今，北京雅博主要经营的 CNC 媒体广告资源暂未实现销售，但其销售部分公司代理的经济信息联播、经济半小时等电视媒体资源，实现毛利 651.32 万元，因此截至 2011 年 12 月 31 日，北京雅博实现净利润 186.33 万元。

3、中航新视界

中航新视界影视文化（北京）有限责任公司（更名前为中航冠宝影视文化（北京）有限责任公司）成立于 2005 年 3 月 31 日，注册资本 1,000.00 万元，实收资本 1,000.00 万元，法定代表人为周世忠，住所为北京市朝阳区郎家园 18 号楼 501 室；营业范围为：许可经营项目：制作、发行动画片、电视综艺、专题片；一般经营项目：组织文化交流活动、影视策划、电脑图文设计、承办展览展示、企业形象策划、营销策划、会议服务、销售电子产品。目前实际经营业务为：影视剧拍摄。截止招股说明书签署之日，中航文化持有其 60%股权、中航国旅持有 40%股权。

报告期内，中航新视界经审计的主要财务数据如下：

项目	2011 年 12 月 31 日 /2011 年度	2010 年 12 月 31 日 /2010 年度	2009 年 12 月 31 日 /2009 年度
总资产（元）	25,622,237.93	9,258,851.49	13,538,080.72
净资产（元）	5,268,870.51	7,860,129.24	8,792,851.17
净利润（元）	-2,591,258.73	-932,721.93	469,587.85

中航新视界目前从事的业务为广告片制作及影视剧拍摄。中航新视界先后拍摄制作了广告片、宣传片 30 余部，完成了长虹空调、卡巴斯基杀毒软件、保定向阳风景区、大仁饮品等品牌或产品广告片、宣传片的拍摄制作。报告期内，中航新视界拍摄了影视剧《鹰隼大队》和《我为出嫁狂》。由于中航新视界广告片



业务规模较小，影视剧拍摄业务收益期较长，投入较大，2010 年、2011 年该公司出现亏损，2009 年有较小盈利。

4、中航汇盈

中航汇盈（北京）展览有限公司（由中航精准传媒广告（北京）有限公司于 2011 年 5 月 9 日更名）于 2008 年 4 月 10 日成立，注册资本为 1,000.00 万元，实收资本为 1,000.00 万元，法定代表人为宋晓冬，住所为北京市朝阳区南郎家园 18 号楼 101；经营范围：会议及展览服务；施工总承包；工艺美术设计；室内装饰工程设计；销售机械设备、电子产品、建筑材料、工艺品；企业策划；翻译服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、制作、代理、发布广告；技术推广服务。截止招股说明书签署之日，中航文化持有中航汇盈 100%股权。

报告期内，中航汇盈经审计的主要财务数据如下：

项目	2011 年 12 月 31 日 /2011 年度	2010 年 12 月 31 日 /2010 年度	2009 年 12 月 31 日 /2009 年度
总资产（元）	6,985,396.79	7,201,522.51	8,012,425.50
净资产（元）	6,901,610.54	7,180,126.86	7,224,455.86
净利润（元）	-278,516.32	-44,329.00	629,325.28

中航汇盈成立时的定位为从事精准传媒广告，即对广告媒体资源进行分类，并与广告主产品的特征进行关联匹配，从而实现有效的广告投放。2009 年，精准传媒业务的前期市场拓展业务取得了初步成效，中航汇盈实现了 1,970.50 万元的营业收入。2010 年起，因精准传媒业务拓展不利，中航汇盈进行了业务调整，精准传媒业务未开展正常，因此出现亏损。2011 年 4 月起，中航汇盈开展会展业务，于 2011 年四季度期间投入 47.20 万元进行保密资质认证，因此截至 2011 年末出现亏损。

5、东阳传媒

浙江东阳中航文化传媒有限公司成立于 2010 年 10 月 11 日，注册资本为 500.00 万元，实收资本为 500.00 万元，法定代表人为陈晰，住所为东阳市横店影视产业实验区 C2-049-B。经营范围：制作、代理、发布、户内外各类广告及影视广告，影视文化信息咨询；企业形象策划；会展会务服务；摄影摄像服务（上述经营范围不含国家法律法规规定禁止、限制和许可经营的项目）。截至本招股



说明书签署之日，中航文化持有其 100%股权。东阳传媒成立自成立以来尚未开展业务。

东阳传媒 2010 年及 2011 年经审计的主要财务数据如下：

项目	2011 年 12 月 31 日/2011 年度	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产（元）	31,942,717.44	4,967,665.10
净资产（元）	4,942,717.44	4,960,247.10
净利润（元）	-17,529.66	-39,752.90

目前东阳传媒正在拍摄电视剧《南少林》，尚未实现营业收入，因此出现亏损。

（二）参股公司基本情况

1、君之天

君之天影视文化传媒（北京）有限公司成立于 2006 年 1 月 17 日，注册资本 2,000.00 万元，实收资本 2,000.00 万元，法定代表人为张欣，住所为北京市海淀区羊坊店路 9 号 3 号楼 10 层 1011 室；经营范围：许可经营项目：制作、发行动画片、电视综艺、专题片；一般经营项目：组织文化交流活动；影视策划；图文设计；承办展览展示；销售工艺美术品、办公用品；广告设计、制作、代理、发布；图文制作；信息咨询（不含中介服务）。截止招股说明书签署之日，中航文化持有其 49%股权，央视风云传播有限公司持有其 51%股权，发行人董事、监事、高级管理人员及其亲属未持有君之天的股权，发行人董事、监事、高级管理人员与君之天的其他股东无关联关系。中航文化参股君之天是为了与央视风云传播有限公司合作开发运营数字电视媒体，主要是《国防军事频道》。

君之天 2010 年、2011 年的主要财务数据如下：

项目	2011 年 12 月 31 日/2011 年度	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产（元）	16,704,042.22	16,236,878.68
净资产（元）	11,856,396.98	11,246,083.91
净利润（元）	610,313.07	32,661.18

2、中航交流



中航国际交流中心有限公司成立于 1999 年 4 月 2 日，注册资本为 50.00 万元，实收资本为 50.00 万元，法定代表人为陈晰，住所北京市朝阳区东环南路 2 号，经营范围：组织文化、体育、科技交流；组织国际研讨会；技术培训；组织商务推广活动；承办国内展览展销会；经济信息咨询。截止招股说明书签署之日，中航文化持有其 40% 股权，中航国旅持有其 60% 股权。发行人董事、监事、高级管理人员及其亲属未持有中航国际交流的股权，除关联任职外，发行人董事、监事、高级管理人员与中航交流的其他股东不存在关联关系。关联任职情况请参见董事、监事和高级管理人员章节。

中航交流 2010 年、2011 年主要财务数据如下：

项目	2011 年 12 月 31 日/2011 年度	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产（元）	704,568.58	2,282,800.90
净资产（元）	479,477.30	1,666,590.75
净利润（元）	-207.316.34	177,393.49

3、中航国旅

中航国际旅行社有限公司成立于 2000 年 7 月 25 日，注册资本 500.00 万元，实收资本 500.00 万元，法定代表人为王诺，住所北京市朝阳区东三环南路 2 号，经营范围中许可经营项目：出境旅游业务；入境旅游业务；国内旅游业务；国内航线除香港、澳门、台湾航线外的航空客运销售代理业务；保险兼业代理。一般经营项目：机票代理；旅游商品、工艺美术品的开发、销售；经济文化信息咨询；商务活动策划；企业形象设计策划；翻译服务；组织技术交流会；学术研讨会；承办展览展销；美术设计；装饰设计；组织国内文化、体育、医疗、科技交流活动；酒店管理。截至招股说明书签署之日，发行人持有中航国旅 30% 股权，石惠贤持有 40.00% 股权，黄梓智持有 12.00% 股权，张博持有 6.00% 股权，唐慧蓉持有 5.00% 股权，朱姗姗持有 3.00% 股权，中航交流持有 2.8% 股权，吴平波持有 1.20% 股权。发行人董事、监事、高级管理人员及其亲属未持有中航国旅的股权，发行人董事、监事、高级管理人员与中航国旅的自然人股东无关联关系。除关联任职外，发行人董事、监事、高级管理人员与中航国旅其他股东不存在关联关系。关联任职情况请参见董事、监事和高级管理人员章节。



中航国旅 2010 年、2011 年主要财务数据如下：

项目	2011 年 12 月 31 日/2011 年度	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产（元）	21,828,698.90	20,819,739.09
净资产（元）	17,827,435.89	14,413,077.55
净利润（元）	3,167,564.70	3,333,759.62

4、中航咨询

中航咨询（北京）有限公司成立于 2008 年 4 月 16 日，注册资本 3,000.00 万元，实收资本 3,000.00 万元，法定代表人为徐光，住所为北京市朝阳区姚家园路 77 号北京市朝阳区体育健身休闲公园 VIP 独栋；经营范围：许可经营项目：无；一般经营项目：企业管理咨询；投资管理；科技咨询。截至招股说明书签署之日，中航文化持有其 8%股权，中国航空工业集团公司持有 25.00%股权，中国航空工业第一集团公司科学技术委员会持有 15.00%，中国航空系统工程研究所持有 12.00%股权，中国航空技术国际控股有限公司持有 8.00%股权，中国贵州航空工业（集团）有限责任公司持有 8.00%股权，成都飞机工业（集团）有限责任公司持有 8.00%股权，中国空空导弹研究院持有 8.00%股权，北京瑞赛科技有限公司持有 8.00%股权。截至招股说明书签署之日，发行人董事、监事、高级管理人员及其亲属未持有中航咨询的股权。除关联任职外，发行人董事、监事、高级管理人员与中航咨询的其他股东不存在关联关系。关联任职情况请参见董事、监事和高级管理人员章节。

中航咨询 2010 年、2011 年主要的财务数据如下：

项目	2011 年 12 月 31 日/2011 年度	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产（元）	33,238,091.20	31,710,994.47
净资产（元）	32,487,576.97	31,045,258.08
净利润（元）	817,318.89	663,309.58

5、昆明蓝彩云

昆明蓝彩云温泉渡假村有限公司成立于 2001 年 9 月 6 日，注册资本 819.28 万美元，实收资本 819.28 万美元，法定代表人为蓝铨纓，住所为昆明西山区龙



门村 149 号；经营范围：住宿、餐饮及配套服务（涉及行业审批的项目须批准后方可经营）。截至招股说明书签署之日，公司持有昆明蓝彩云 4.60%。

昆明蓝彩云的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	股权比例
1	澳门天彦发展有限公司	466.99	57.00%
2	中航技国际经贸发展有限公司	110.44	13.48%
3	中航工业	97.33	11.88%
4	中航文化	37.69	4.60%
5	成飞集团	18.84	2.30%
6	航空信托投资有限责任公司	18.84	2.30%
7	东安集团	18.84	2.30%
8	西飞集团	9.42	1.15%
9	中国飞行试验研究院	9.42	1.15%
10	兰州飞行控制有限责任公司	9.42	1.15%
11	贵航集团	8.68	1.06%
12	荆门宏图特种飞行器制造有限公司	8.60	1.05%
13	西安航空发动机（集团）有限公司	4.75	0.58%
合 计		819.28	100.00%

昆明蓝彩云工商登记资料显示，澳门天彦发展有限公司出资 466.99 万美元占注册资本的 57.00%，中航技国际经贸发展有限公司出资 110.44 万美元占注册资本的 13.48%，中航工业出资 97.33 万美元占注册资本的 11.88%，中航文化出资 144.52 万美元占注册资本的 17.64%。因此，上述股权结构与工商登记资料不一致，主要原因为：

根据 2007 年 12 月 9 日公司与中航二集团、成飞集团、航空信托投资有限责任公司、东安集团、西飞集团、中国飞行试验研究所、兰州飞行控制有限责任公司、贵航集团、荆门宏图特种飞行器制造有限公司、西安航空发动机（集团）有限公司和中航技国际经贸发展有限公司签署的《昆明蓝彩云温泉渡假村有限公司中方股东协调会会议纪要》及《昆明蓝彩云渡假村有限公司股权有关问题确认书》，公司持有的昆明蓝彩云 17.64% 股权含有其他 9 家股东 13.04% 的股权，其股



权由公司代持。此外，澳门天彦发展有限公司、中航技国际经贸发展有限公司、中航工业 3 家股东不存在代持情形，与工商登记一致。

发行人董事、监事、高级管理人员及其亲属未持有昆明蓝彩云的股权。除关联任职外，发行人董事、监事、高级管理人员与昆明蓝彩云的其他股东不存在关联关系。关联任职情况请参见董事、监事和高级管理人员章节。

（三）注销公司基本情况

发行人在报告期内注销了中航广韵、贵州中航及中航国展 3 家控股或参股公司。各注销公司情况如下：

1、中航广韵

北京中航广韵广告有限公司于 2001 年 11 月 8 日成立，于 2010 年 7 月 19 日经北京市工商行政管理局密云分局核准注销。注销原因是：注销之前中航广韵主要代理《为您服务》栏目广告，2009 年《为您服务》停播。注销前，注册资本及实收资本均为 1,343.26 万元，法定代表人为周世忠，住所为北京市密云县新中街 42 号，经营范围：设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告；销售工艺品，发行人持有中航广韵 100.00% 股权。中航广韵注销前的主要财务数据如下：

项目	2009 年度/ 2009 年 12 月 31 日	2008 年度/ 2008 年 12 月 31 日
总资产（万元）	1,697.69	1,704.61
净资产（万元）	1,697.69	1,681.09
营业收入（万元）	50.89	1,504.19
净利润（万元）	16.59	3,323.90

2、贵州中航

贵州中航文化旅游有限责任公司于 2008 年 2 月 29 日成立，于 2009 年 5 月 31 日经贵阳市工商行政管理局核准注销。注销原因是：该公司处异地，从事的业务与发行人的主业不相关，经营业绩不佳。注销前，注册资本及实收资本均为 150.00 万元，法定代表人为高庆华，住所为贵阳小河区锦江路 110 号，经营范围：旅游商品、工艺美术品、农副产品的开发、销售；经济文化信息咨询；商务活动策划；企业形象设计策划；翻译服务；组织技术交流会；学术研讨会；承办



展览展销；美术设计；装饰设计；组织国内文化、体育、医疗、科技交流活动；日用百货、针纺织品、广告设计、制作、代理及发布，发行人持有贵州中航 51.00% 股权；贵航集团持有 49.00% 股权。贵州中航注销前的主要财务数据如下：

项目	2008 年度/ 2008 年 12 月 31 日
总资产（万元）	146.55
净资产（万元）	133.98
营业收入（万元）	73.05
净利润（万元）	-16.02

3、中航国展

中航国际展览有限公司成立于 1997 年 10 月 23 日，于 2011 年 3 月 30 日经北京市工商行政管理局朝阳分局核准注销。注销原因是：公司的会展业务发展较快，为避免同业竞争，由公司提议注销。注销前，注册资本及实收资本均为 100 万元，法定代表人为宋晓冬，住所为北京市朝阳区东环南路 2 号，经营范围为组织举办国内外展览展销、学术报告会、技术交流会并提供相关咨询；从事国内、国际展览的招商代理；展览会的设计；承建展览工程；室内外装修；展览设备、建筑材料、公关礼品的制作、销售。公司持有中航国展 5.5% 股权。中航国展注销前的主要财务数据如下：

项目	2010 年度/ 2010 年 12 月 31 日	2009 年度/ 2009 年 12 月 31 日
总资产（万元）	1,248.47	2,065.22
净资产（万元）	1,191.39	1,161.81
营业收入（万元）	2,208.65	3,872.97
净利润（万元）	69.57	271.82

七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人和发起人基本情况

（一）发起人

本公司的发起人为中国航空工业第二集团公司、中国航空工业第一集团公司、昌河飞机工业(集团)有限责任公司、西安飞机工业(集团)有限责任公司、成



都飞机工业(集团)有限责任公司、中国贵州航空工业(集团)有限责任公司、金城集团有限公司、中国航空技术进出口深圳公司、哈尔滨东安发动机(集团)有限公司、天津天利航空机电有限公司、成都发动机(集团)有限公司 11 家法人单位和周世忠、孙扬、冯志民、吴平波 4 名自然人。

(二) 公司实际控制人基本情况

中航工业直接持有公司 41.75%的股份，并通过其直接或间接控制的昌飞集团等 9 家公司持有公司 47.81%的股份，合计持有公司 89.56%的股份，为公司控股股东和实际控制人。中航工业是由中央管理的国有特大型企业，成立于 2008 年 11 月 6 日，是国家授权投资的机构，由原中航一集团、中航二集团重组整合而成立。中航工业设有防务、运输机、发动机、直升机、机载设备与系统、通用飞机、航空研究、飞行试验、贸易物流、资产管理、工程规划建设、汽车等产业板块。

中航工业基本情况如下：

公司名称	中国航空工业集团公司	
成立日期	2008 年 11 月 6 日	
注册资本	640.00 亿元	
法定代表人	林左鸣	
注册地	北京市朝阳区建国路 128 号	
股东构成及控制情况	国资委持有 100.00%股权	
持有公司股本情况	直接持有公司 41.75%股份	
营业范围	许可经营项目：军用航空器及发动机、制导武器、军用燃气轮机、武器装备配套系统与产品的研究、设计、研制、试验、生产、销售、维修、保障及服务等业务。一般经营项目：金融、租赁、通用航空服务、交通运输、医疗、工程勘察设计、工程承包与施工、房地产开发等产业的投资与管理；民用航空器及发动机、机载设备与系统、燃气轮机、汽车和摩托车及发动机（含零部件）、制冷设备、电子产品、环保设备、新能源设备的设计、研制、开发、试验、生产、销售、维修服务；设备租赁；工程勘察设计；工程承包与施工；房地产开发与经营；与以上业务相关的技术转让、技术服务；进出口业务。	
	2011 年 12 月 31 日/2011 年度	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产(万元)	尚未提供	46,928,195.75
净资产(万元)	尚未提供	16,028,229.32



净利润(万元)	尚未提供	887,644.04
审计情况	-	经审计

(三) 持有发起人 5%以上股份的股东基本情况

截至本招股说明书签署日,持有公司 5%以上股份的股东共有 10 名法人及 1 名自然人,包括法人股东中航工业、昌飞集团、西飞集团、成飞集团、贵航集团、金城集团、中航技深圳、天津天利、成发集团、东安集团和自然人股东周世忠。

截止本招股书签署之日,上述股东所持本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

1、中航工业

中航工业基本情况见本节之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人和发起人基本情况”之“(二)公司实际控制人基本情况”。

2、昌飞集团

公司名称	昌河飞机工业(集团)有限责任公司
成立日期	1990 年 2 月 20 日
注册资本	48,032.00 万元
实收资本	48,032.00 万元
法定代表人	余枫
注册地	景德镇市朝阳路 539 号
主要生产经营地	景德镇
股东构成及控制情况	中航工业间接持有 100.00%股权
持有公司股本情况	持有公司 6.05%股份
营业范围	研制、生产、销售以直升机为主的航空产品;研制、生产、销售汽车整车及零部件;生产、销售其他机电产品、配件及有关物资;进出口贸易,承包境外机电行业工程及境内国际招标工程及境外工程所需的设备、材料出口和对外派遣境外工程所需的劳务人员,汽车检测以及运输;经济技术、信息咨询服务,仓储;生产、销售:普通机械,五交化,电子产品及通信设备,建筑材料;水电安装,计量测试,金属制品,化工原料,标牌图片激光照排,金属表面处理、热处理,房屋维修,居民生活服务,饮食住宿,娱乐医疗等第三产业;医用氧、工业氧气、工业氮气制造、销售;利用本公司内各媒体,设计、制作、发布各类广告;以直升机(民用)为主的产品售前、售后服务;进行客户飞行、机务等方面的培训;直升机租赁、直升机修理。



	2011 年 12 月 31 日/2011 年度	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产（万元）	859,028.46	642,859.51
净资产（万元）	128,264.20	67,861.30
净利润（万元）	4,059.31	5,021.80
审计情况	未经审计	未经审计

3、西飞集团

公司名称	西安飞机工业（集团）有限责任公司	
成立日期	1996 年 8 月 22 日	
注册资本	201,682.87 万元	
实收资本	201,682.87 万元	
法定代表人	唐军	
注册地	西安阎良西飞大道一号	
主要生产经营地	陕西省西安市	
股东构成及控制情况	中航工业间接持有 100.00%股权	
持有公司股本情况	持有公司 5.22%股份	
营业范围	飞机、航空零部件设计、试验、生产；本企业产品及相关技术的出口、生产所需原材料、设备及技术的进口、承办中外合资经营、合作生产业务，“三来一补”，民用产品、机械产品、电子设备、仪器仪表、电子产品、家用电器、航空器材、建筑材料、工具量具的批发零售；交通运输（限分支机构经营）、煤气安装工程、铝型材及制品、房地产、劳务、仓储服务、实物租赁；第三产业、文化娱乐（限分支机构经营）、国产民用改装车的生产、销售；物业管理；城市供热（上述经营范围中涉及行政审批的凭许可证在有效期内经营）。	
	2011 年 12 月 31 日/2011 年度	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产（万元）	1,364,541.29	1,551,449.72
净资产（万元）	433,709.51	400,144.85
净利润（万元）	36,891.95	58,172.62
审计情况	未经审计	未经审计

4、成飞集团

公司名称	成都飞机工业（集团）有限责任公司	
成立日期	1998 年 9 月 25 日	
注册资本	729,154,001.33 元	



实收资本	729,154,001.33 元	
法定代表人	王广亚	
注册地	成都市西郊黄田坝	
主要生产经营地	成都市	
股东构成及控制情况	中航工业直接持有 100.00%股权	
持有公司股本情况	持有公司 5.22%股份	
营业范围	机械、电气、电子、航空产品及其零部件、轻型载重汽车、摩托车、机电设备、非标设备、工夹量具、金属制品（不含稀贵金属）、非金属制品、光缆及其通讯设备（不含无线电发射设备）、新型材料及其制品、家具、五金件、工艺美术品（不含金银制品）的设计、制造、加工、销售，航空产品维护及修理、通用航空机场服务、进出口业务、商品销售（除国家禁止流通物品外）、室内外装饰、装修、物资储运、居民服务、经济科技信息技术咨询、服务，建筑设计、维修；二类机动车维修（大中型货车维修，小型车辆维修）（凭许可证经营，有效期至二〇一二年九月十三日）；物业管理（限分支机构经营）。	
	2011 年 3 月 31 日/2011 年 1-3 月	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产（万元）	1,457,230.00	1,467,251.17
净资产（万元）	397,422.00	401,909.92
净利润（万元）	-6,339.00	23,271.26
审计情况（万元）	未经审计	未经审计

5、贵航集团

公司名称	中国贵州航空工业（集团）有限责任公司
成立日期	1991 年 3 月 19 日
注册资本	167,087 万元
实收资本	167,087 万元
法定代表人	楚海涛
注册地	贵阳市小河区锦江路 110 号
主要生产经营地	贵阳市
股东构成及控制情况	中航工业间接持有 70.00%股权
持有公司股本情况	持有公司 5.22%股权
营业范围	航空飞行器、航空发动机、航空机载设备及其零备件、机场设备、汽车和发动机及零部件、烟草包装机械及备件、机电产品、金属材料、建材、五金交电、工业自动化系统及设备、化工产品、橡胶制



	品、塑料制品、工程液压件、医疗交通运输设备及部件的研制、生产、销售；高技术项目的承包；物资供销与仓储；经济、科技与信息技术咨询服务；百货、针纺织品（以上不含国家专项审批和许可证的行业和商品）、酒店物品、日用百货销售。餐饮、美容美发、洗浴、房屋出租、物业管理、汽车租赁、代售车、机票、酒店经营、住宿、预包装食品（限分支机构使用）；货物进出口与技术进出口业务（国家限定经营和国家禁止进出口的商品及技术除外）。	
	2011年9月30日/2011年1-9月	2010年12月31日/2010年度
总资产（万元）	3,612,935.00	3,365,066.67
净资产（万元）	985,037.00	963,754.70
净利润（万元）	17,579.00	46,934.72
审计情况（万元）	未经审计	未经审计

6、金城集团

公司名称	金城集团有限公司	
成立日期	1996年6月3日	
注册资本	55,246.60万元	
实收资本	55,246.60万元	
法定代表人	焦裕松	
注册地	南京市白下区中山东路518号	
主要生产经营地	南京市	
股东构成及控制情况	中航工业间接持有100.00%股权	
持有公司股本情况	持有公司5.22%股份	
营业范围	许可经营项目：普货运输；房地产开发；（餐饮、娱乐项目仅限分支机构经营）。一般经营项目：交通运输设备及零部件研发、制造、销售；经营本公司自产机电产品、成套设备、相关技术出口业务；工、模具生产、销售；非标准及成套设备开发、制造与销售；机载通讯系统的开发、制造、销售；锻造、热处理加工；开展本公司中外合资经营、合作生产、“三来一补”业务；汽车零配件、炊事用具制造、销售；经营本公司生产、科研所需材料、机械设备、仪器仪表；备品、备件；零备件；技术进口业务（不含国家专项管理产品）；物业管理；助力车的生产、销售；项目投资；自有房产租赁；摩托车及液压技术咨询、服务；自有设备、车辆租赁停车场服务。	
	2011年9月30日/2011年1-9月	2010年12月31日/2010年度
总资产（万元）	1,208,292.37	922,405.55
净资产（万元）	451,288.83	349,691.43
净利润（万元）	4,877.90	4,451.47



审计情况	未经审计	未经审计

7、中航技深圳

公司名称	中国航空技术深圳有限公司	
成立日期	1982 年 12 月 1 日	
注册资本	100,000 万元	
实收资本	100,000 万元	
法定代表人	由镭	
注册地	深圳市福田区深南中路中航苑航都大厦 24 层	
主要生产经营地	深圳市	
股东构成及控制情况	中航工业间接持有 62.52% 股权	
持有公司股本情况	持有公司 5.22% 股权	
营业范围	经营或代理除国家统一联合经营的出口商品和国家实行核定公司经营的进口商品以外的其他商品及技术进出口业务，补偿贸易；投资兴办实业（具体项目另行申报）；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；国产汽车（不含小轿车）的销售；房地产开发（开发福田区宗地号为 B210-0016 地块）；润滑油、燃料油、化工产品 & 化工材料（不含危险化学品）的进出口和内销业务。增加：焦炭的购销（不含专营、专控、专卖商品）。	
	2011 年 12 月 31 日/2011 年度	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产（万元）	6,200,194.71	5,022,274.65
净资产（万元）	1,609,818.51	1,310,338.65
净利润（万元）	106,421.12	93,963.41
审计情况	未经审计	经审计

8、东安集团

公司名称	哈尔滨东安发动机（集团）有限公司
成立日期	1993 年 6 月 1 日
注册资本	100,000 万元
实收资本	100,000 万元
法定代表人	姚玉海
注册地	平房区保国街 51 号
主要生产经营地	哈尔滨市



股东构成及控制情况	中航工业间接持有 81.82%股权	
持有公司股本情况	持有公司 5.22%有股权	
营业范围	许可经营项目：道路普通货物运输（有效期至 2014 年 9 月 18 日）；一般经营项目：从事航空产品、机电产品的技术开发、咨询、服务、转让；制造、销售航空发动机、飞机直升机传动系统、燃气轮机发电机组和内燃机发电机组动力产品及零部件、金属制品；金属锻造、铸造；国内贸易业（国家有专项规定的除外）；物业管理；房地产开发与租赁；进出口贸易；代理、发布、设计、制作国内外广告业务；餐饮（分支机构）。	
	2011 年 9 月 30 日/2011 年 1-9 月	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产（万元）	616,494.42	569,963.80
净资产（万元）	135,263.91	132,791.42
净利润（万元）	525.98	3,128.78
审计情况	未经审计	未经审计

9、天津天利

公司名称	天津天利航空机电有限公司	
成立日期	1993 年 11 月 11 日	
注册资本	3,180 万美元	
实收资本	3,180 万美元	
法定代表人	王树刚	
注册地	天津空港物流加工区西十道 5 号	
主要生产经营地	天津市	
股东构成及控制情况	中航工业间接持有 75.00%股权	
持有公司股本情况	持有公司 5.22%股份	
营业范围	生产、销售输配电控制设备、安全消防及控制设备、食品机械和食品包装机械、医疗器械、电器元件、矿山选煤设备及技术咨询、服务；安全消防控制设备的安装、调试、工程设计。	
主要财务数据	2011 年 12 月 31 日/2011 年度	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产（万元）	58,593.66	55,239.81
净资产（万元）	44,147.53	39,751.02
净利润（万元）	13,995.58	8,249.36
审计情况	未经审计	经审计



10、成发集团

公司名称	成都发动机（集团）有限公司	
成立日期	1986 年 11 月 22 日	
注册资本	75,496 万元	
实收资本	75,496 万元	
法定代表人	陈锦	
注册地	成都市新都区蜀龙大道成发工业园区	
主要生产经营地	成都市	
股东构成及控制情况	中航工业直接持有 52.85%股权	
持有公司股本情况	持有公司 5.22%股份	
营业范围	制造、加工、销售航空发动机、压力容器（限分公司经营）、石油化工机械、燃气热水器，结构性金属制品，夹具，模具，量具，磨具，通用工具，非标设备，公共安全设备、器材及技术开发、技术服务、技术咨询；金属锻、铸加工；机电产品及技术、设备、原辅料、零配件的进出口；承办本公司“三来一补”业务；动力生产及节能技术改造；电气及动力工程的设计、施工、安装、维修；设备装置检验；高电压试验；防盗安全门的生产、销售；房地产开发经营（凭资质证经营）；化学品销售（不含危险化学品和易制毒化学品）。（以上范围国家法律、行政法规、国务院决定禁止或限制的除外，涉及资质证的凭资质证经营）。	
	2011 年 9 月 30 日/2011 年 1-9 月	2010 年 12 月 31 日/2010 年度
总资产（万元）	656,568.41	518,542.34
净资产（万元）	341,227.50	201,334.70
净利润（万元）	428.48	14,317.82
审计情况	未经审计	经审计

11、自然人股东周世忠

周世忠先生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码：11010119540119××××，住所位于北京市朝阳区，现任本公司副董事长、总经理。

本次发行前，周世忠持有本公司 614 万股股份，占本次发行前总股本的 6.14%。截止本招股书签署之日，其所持本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。



八、公司发起人股东中其它股东基本情况

1、孙扬

孙扬女士，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码：11010219580310××××，住所位于北京市朝阳区，现任公司副总经理。

本次发行前，孙扬持有本公司 170.00 万股，占本次发行前总股本的 1.70%。截止本招股书签署之日，其所持本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

2、冯志民

冯志民先生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码：11010819620116××××，住所位于北京市海淀区，现任本公司副总经理。

本次发行前，冯志民持有本公司 130.00 万股，占本次发行前总股本的 1.30%。截止本招股书签署之日，其所持本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

3、吴平波

吴平波先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：11010119560327××××，住所为北京市朝阳区。

本次发行前，吴平波持有本公司 130.00 万股，占本次发行前总股本的 1.30%，截止本招股书签署之日，其所持本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

九、发行人控股股东、实际控制人控制的其它企业情况

（一）中航工业主要一级子公司基本情况

序号	名称	注册资本 (万元)	股权比例	主营业务
1	中国航空科技工业股份有限公司	464,360.85	61.06%	直升机、支线飞机、教练机、通用飞机、飞机零部件、汽车、汽车发动机及零部件的制造和销售及相关产品的研发活动
2	中航光电科技股份有限公司	26,775.00	43.34%	光电元器件及电子信息产品的生产、销售
3	中国飞机起落架有限责任公司	74,036.00	100.00%	飞机起落架的研制生产
4	江西洪都航空工业集团有限责任公司	70,472.00	100.00%	航空产品的制造与销售、机械制造、生产销售塑料制品



5	汉中航空工业(集团)有限公司	40,000.00	100.00%	开发、研制、生产大中型运输机、航空配套及机载产品、汽车及其零部件纺机、电子电测等民品
6	新乡航空工业(集团)有限公司	34,100.00	100.00%	航空机载产品、汽车零部件产品、机电产品、建筑装饰材料的开发、生产、销售
7	郑州飞机装备有限公司	26,341.00	100.00%	机载设备生产、销售、航空产品和非航空产品的出口业务
8	中国航空技术国际控股有限公司	742,200.00	67.38%	经批准的三类计划商品、其他三类商品及橡胶制品的出口,二类商品、三类商品的进口
9	中国航空工业供销总公司	20,958.60	100.00%	钢材、有色金属、木材、建筑材料、化工材料及产品、石油制品、航空零备件、电子火控配套件、锻铸件及航空工业所需原材料的供应
10	陕西宝成航空电子有限责任公司	20,000.00	100.00%	导航、制导仪器、仪表等
11	上海欣盛航空工业投资发展有限公司	19,760.00	100.00%	航空工业设备及产品、零部件的生产、机电仪表设备及产品、金属及建材、五金家电、交通设备及其配、软件开发、信息技术项目
12	兰州飞行控制有限责任公司	14,677.00	100.00%	航空自动控制仪器仪表、航空专用设备的制造、修理及销售
13	西安航空动力控制有限责任公司	33,200.00	100.00%	航空动力装置自动控制系统产品的研制、生产、服务;以及专用设备、非标准试验设备的制造等
14	中国航空建设发展总公司	10,153.10	100.00%	航空、民用及工业建设工程总承包;房地产开发与经营;物业管理;工程造价咨询、工程建设顾问等
15	航宇救生装备有限公司	10,000.00	100.00%	航空生命保障系统装备等
16	中航投资有限公司	150,000.00	100.00%	实业投资、资产管理
17	中航天水飞机工业有限责任公司	9,000.00	100.00%	电器、机械加工、制造;医疗器械;食品机械制造;油料添加剂;汽车检测与修理;蜂乳系列产品;磨具;外协加工
18	长春航空液压控制有限公司	8,822.50	100.00%	开发、研制及生产军民用航空产品、燃油、液压、机电产品等产品的设计、制造及维修
19	吉林航空维修有限责任公司	8,000.00	100.00%	航空器及发动机等
20	陕西航空电子有限责任公司	7,863.00	100.00%	航空电源系统和发动机点火系统等
21	常州兰翔机械总厂	6,983.90	100.00%	内燃机、汽轮机及配件、齿轮、摩托车及配件、衡器、玻璃钢船、玻璃钢制品、高分子聚合物制造加工、修理;经营本企业资产机电产品、成套设备及相关技术的出口业务
22	中国航空工业规划设计研究院	6,800.00	100.00%	设计本系统及各类工业与民用建筑工程的规划、设计;各种航空试验设备、非标准设备及一、二、三类压力容器的



				设计、研制；建设工程和设备的总承包
23	北京青云航空仪表有限公司	6,344.00	100.00%	飞行器仪表传感器和自动驾驶仪等
24	苏州长风有限责任公司	5,963.00	100.00%	航空电子及机载设备等
25	惠阳航空螺旋桨有限责任公司	63,287.80	100.00%	航空螺旋桨、调速器、顺桨泵、直升机旋翼毂、尾桨制造；电站真空冷风机、冷却塔风机、空冷器风机、风力发电设备制造、安装等
26	国营北京曙光电机厂	4,864.40	100.00%	制造电机及电机设备、汽车配件、摩托车配件、助力器、自行车、电子产品、工具模具
27	石家庄飞机工业有限责任公司	4,668.30	100.00%	飞行器生产、销售轻型飞机、设计精英资产机电产品或成套设备及相关技术的出口业务
28	北京长空机械有限责任公司	4,654.00	100.00%	制造、加工、销售、安装喷砂机、加油设备、加气设备、塑料片材、包装机械、铝门窗、铝型材制品；制造、加工、按双压铆机、分离油泵、雨衣机、塑封机、扭瓣分析仪、玻璃钢制品
29	天津航空机电有限公司	4,316.30	100.00%	经营经批准的自营进出口业务；输配电及控制设备制造
30	太原航空仪表有限责任公司	4,186.00	100.00%	航空仪器仪表、电子衡器等
31	武汉航空仪表有限责任公司	3,960.70	100.00%	仪器仪表、计量器具、金属切削工具磨具、泵、磁性材料、非标设备、环保设备的设计、制造及工程技术设计服务
32	中国民用飞机开发公司	3,614.40	100.00%	民用飞机及零备件、定检设备及售后服务、开发产品的销售（国家有专项规定的除外），自营和代理商品和技术的进出口等
33	中国航空汽车工业总公司	3,500.00	100.00%	汽车、摩托车及相关产品、相关设备的研制、生产、改装和销售
34	四川航空液压机械厂	3,359.40	100.00%	机械设备、液压件、密封件、汽车零部件制造
35	南京宏光空降装备厂	3,107.00	100.00%	生产空投空降装备军品及相关技术的民用产品
36	四川泛华航空仪表电器厂	1,770.00	100.00%	汽车电器、摩托车电器、电话、机械零配件加工、仪器仪表、变电、工业控制计算机、配套设备、出口本企业资产的各种产品等
37	中航直升机公司有限责任公司	800,000.00	68.75%	直升机及其零部件的开发、研制、组织生产、销售、售后服务和维修维护
38	中国航空机载设备总公司	1,466.00	100.00%	航空机械设备高技术民用产品、机床设备、交通工具、机电产品、家用电器、计算机软硬件、开发、销售
39	沈阳飞机工业（集团）有限公司	350,325.00	91.61%	生产飞机及零部件制造等



40	成都凯天电子股份有限公司	32,168.00	86.74%	航空电子、航空仪表等
41	沈阳黎明航空发动机（集团）有限责任公司	163,087.00	86.17%	工业产品、压力容器加工制造等
42	西安航空发动机（集团）有限公司	121,298.00	83.35%	各类发动机等
43	哈尔滨飞机工业集团有限责任公司	108,402.90	81.00%	航空产品的制造与销售、机械制造、生产销售塑料制品
44	深圳三叶精密机械股份有限公司	2,500.00	80.00%	工业机械、模型、卫星航空发动机、橡胶制品、五金制品的销售、生产；摩托车、自行车的销售
45	陕西飞机工业（集团）有限公司	74,036.00	67.00%	航空产品
46	中国南方航空工业（集团）有限公司	89,029.00	65.89%	航空发动机、工业燃气轮机及成套设备；摩托车及发动机、航模系列产品、仪器仪表、机床、电机、电器、内燃机零配件；电脑加油机系列产品转包加工等
47	宜宾三江机械的有限责任公司	16,594.00	65.87%	生产和销售塑料编织机械、汽车附件、飞机压力加油装置、民航进口客机零件及备件
48	北京瑞赛科技有限公司	30,176.00	60.00%	测控系统和测控设备等
49	庆安集团有限公司	91,049.00	58.41%	航空机载设备、空调制冷等
50	四川航空工业川西机械有限责任公司	13,682.00	56.22%	液压机系列产品、模具、铸件制造、锅炉、机电产品安装、制造
51	西安航空制动科技有限公司	33,851.00	56.00%	飞机制动系统等
52	保定向阳航空精密机械有限公司	5,600.00	55.00%	组合工艺装备、模具、带锯机床、玻璃钢制品、保健球制造、精密零部件加工、精密机械设备维修
53	金航数码科技有限责任公司	5,420.00	53.50%	视频网络系统、计算机软件等

（二）中航工业主要关联企事业单位基本情况

序号	单位名称	与本公司关系
1	昌河飞机工业（集团）有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位、本公司股东
2	西安飞机工业（集团）有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位、本公司股东
3	成都飞机工业（集团）有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位、本公司股东
4	中国贵州航空工业（集团）有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位、本公司股东
5	金城集团有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位、本公司股东
6	哈尔滨东安发动机（集团）有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位、本公司股东



7	成都发动机（集团）有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位、本公司股东
8	中国航空科技工业股份有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
9	中航光电科技股份有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
10	中国飞机起落架有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
11	江西洪都航空工业集团有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
12	汉中航空工业（集团）有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
13	新乡航空工业（集团）有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
14	郑州飞机装备有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
15	中国航空技术国际控股有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
16	中国航空工业供销总公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
17	陕西宝成航空电子有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
18	上海欣盛航空工业投资发展有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
19	兰州飞行控制有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
20	西安航空动力控制有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
21	中国航空建设发展总公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
22	航宇救生装备有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
23	中航投资有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
24	中航天水飞机工业有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
25	长春航空液压控制有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
26	吉林航空维修有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
27	陕西航空电气有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
28	常州兰翔机械总厂	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
29	中国航空工业规划设计研究院	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
30	北京青云航空仪表有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
31	苏州长风有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
32	惠阳航空螺旋桨有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
33	国营北京曙光电机厂	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
34	石家庄飞机工业有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
35	北京长空机械有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位



36	天津航空机电有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
37	太原航空仪表有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
38	武汉航空仪表有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
39	中国民用飞机开发公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
40	中国航空汽车工业总公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
41	四川航空液压机械厂	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
42	南京宏光空降装备厂	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
43	四川泛华航空仪表电器厂	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
44	中航直升机有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
45	中国航空机载设备总公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
46	沈阳飞机工业（集团）有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
47	成都凯天电子股份有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
48	沈阳黎明航空发动机（集团）有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
49	西安航空发动机（集团）有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
50	哈尔滨飞机工业集团有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
51	深圳三叶精密机械股份有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
52	陕西飞机工业（集团）有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
53	中国南方航空工业（集团）有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
54	宜宾三江机械有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
55	北京瑞赛科技有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
56	庆安集团有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
57	四川航空工业川西机械有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
58	西安航空制动科技有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
59	保定向阳航空精密机械有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
60	金航数码科技有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
61	中航工业陕西资产经营管理公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
62	江西洪都航空工业股份有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
63	上海晟翔实业有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
64	中国航空技术珠海有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位



65	贵阳西南工具螺纹工具有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
66	江西昌河航空工业有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
67	沈阳兴华航空电器有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
68	中航环境工程股份有限公司武汉分公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
69	保定惠德风电工程有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
70	上海航空电器有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
71	贵阳华阳航空电器有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
72	贵州华烽电器有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
73	中国航空工业供销汉中公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
74	安徽江淮航空供氧制冷设备有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
75	长沙 5712 厂	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
76	沈阳飞机设计研究院	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
77	中国飞机强度研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
78	中国飞行试验研究院	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
79	中国直升机设计研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
80	成都飞机设计研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
81	沈阳发动机设计研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
82	中国航空救生研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
83	中航（保定）惠腾风电设备有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
84	哈飞航空工业股份有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
85	凯迈（洛阳）测控有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
86	凯迈（洛阳）机电有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
87	太原太航电子科技有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
88	西安飞机设计研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
89	中国燃气涡轮研究院	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
90	贵州航空发动机研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
91	中国飞行自动控制研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
92	中国航空动力机械研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
93	成都发动机公司航机公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位



94	西安飞机设计研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
95	西安航空动力控制有限责任公司设计研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
96	中国特种飞行器研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
97	中国航空导弹研究院	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
98	沈阳航空工业六二六科技有限责任公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
99	凯迈（洛阳）电子有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
100	中国航空技术海湖公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
101	中国航空工业川西机械厂	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
102	陕西燎原航空机械制造公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
103	西安庆安制冷设备股份有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
104	中国航空工业济南特种结构研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
105	北京长空喷砂设备有限公司	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位
106	贵航集团飞机设计研究所	本公司控股股东、实际控制人控制的下属单位

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东、实际控制人中航工业未从事与本公司之业务相竞争的经营性业务，亦未控制其它与公司业务相竞争的企业。

十、发行人的股本情况

（一）发行前后的股本情况

2011年4月19日，本公司2010年年度股东大会审议通过本次公开发行A股的议案。本次拟公开发行人民币普通股（A股）不超过3,333.88万股，占发行后总股本的25.00%。若公司发行3,333.88万股，发行前后公司的股本结构如下：

股东名称	发行前		发行后	
	持股数量 (万股)	持股比例	持股数量 (万股)	持股股比例
中国航空工业集团公司（SS）	4,175.00	41.75%	3,997.1671	29.98%
周世忠	614.00	6.14%	614.0000	4.60%
昌河飞机工业（集团）有限责任公司（SS）	605.00	6.05%	582.4788	4.37%
西安飞机工业（集团）有限责任公司（SS）	522.00	5.22%	502.5685	3.77%



成都飞机工业（集团）有限责任公司（SS）	522.00	5.22%	502.5685	3.77%
中国贵州航空工业(集团)有限责任公司(SS)	522.00	5.22%	502.5685	3.77%
金城集团有限公司（SS）	522.00	5.22%	502.5685	3.77%
中国航空技术深圳有限公司（SS）	522.00	5.22%	522.0000	3.92%
哈尔滨东安发动机（集团）有限公司（SS）	522.00	5.22%	502.5685	3.77%
天津天利航空机电有限公司（SS）	522.00	5.22%	522.0000	3.92%
成都发动机（集团）有限公司（SS）	522.00	5.22%	522.0000	3.92%
孙扬	170.00	1.70%	170.0000	1.27%
冯志民	130.00	1.30%	130.0000	0.97%
吴平波	130.00	1.30%	130.0000	0.97%
社会公众股	—	—	3,333.8800	25.00%
全国社保基金	—	—	297.5116	2.23%
合计	10,000.00	100.00%	13,333.8800	100.00%

注：根据《境内证券市场转持部分国有股充实全国社会保障基金实施办法》（财企[2009]94号）及国资委于2011年6月27日下发的《关于中航文化股份有限公司国有股转持有关问题的批复》（国资产权[2011]587号），中航工业等10家国有股东单位须转持312.0852万股，其中14.5736万股以首次发行价乘以股数的等额现金上缴社保基金会。

（二）前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前公司共有四名自然人股东，其在公司担任职务情况如下：

序号	姓名	持股数量（万股）	持股比例	发行人处职务
1	周世忠	614.00	6.14%	副董事长、总经理
2	孙 扬	170.00	1.70%	副总经理
3	冯志民	130.00	1.30%	副总经理
4	吴平波	130.00	1.30%	无

（三）发行人股份的性质

根据国资委于2007年12月29日出具的国资产权〔2007〕1606号《关于中航文化股份有限公司国有股权管理有关问题的批复》文件，发行人11家法人股东单位持有公司共计8,956.00万股股份，占公司股份比例为89.56%，股份性质为国有股。中航工业成立后，依法承继了中航一集团和中航二集团所持有的本公司股份，发行人11家法人股东单位变更为10家法人股东单位，股份性质未发生



变动。

发行人 4 位自然人股东持有的股份为自然人股。

（四）股东中的战略投资者持股情况

本次发行前发行人股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东间的持股比例

截止本招股说明书签署之日，中航工业为其他 9 家法人股东的控股股东或实际控制人，其具体持股情况如下：

序号	名称	持股比例
1	昌飞集团	中航工业间接持有 100.00%
2	西飞集团	中航工业间接持有 100.00%
3	成飞集团	中航工业直接持有 100.00%
4	贵航集团	中航工业间接持有 70.00%
5	金城集团	中航工业间接持有 100.00%
6	中航技深圳公司	中航工业间接持有 62.52%
7	东安集团	中航工业间接持有 81.82%
8	天津天利	中航工业间接持有 75.00%
9	成发集团	中航工业直接持有 52.85%

（六）发行前股东自愿锁定股份的承诺

公司发行前所有股东所持股份的流通限制如下：

公司股东中航工业及其所属公司昌飞集团、东安集团、天津天利、成发集团、西飞集团、成飞集团、贵航集团、金城集团、中航技深圳公司分别承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

公司其他股东周世忠、冯志民、孙扬、吴平波承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。



周世忠、冯志民、孙扬等 3 名高级管理人员分别承诺：在超过上市后一年锁定期后的任职期间内，每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的 25.00%；离职后半年内，不转让其所持有的公司股份。

十一、发行人内部职工股情况

发行人没有发行过内部职工股。

十二、发行人工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人等情况

发行人不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人等情况。

十三、员工及其社会保障情况

（一）报告期员工人数变化及结构

截至 2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2011 年 12 月 31 日，本公司员工人数分别为 309 人、404 人和 441 人。

截至 2011 年 12 月 31 日，公司员工构成如下：

1、按员工专业构成分类

专 业	人数（人）	占总人数的比例（%）
经济管理	127	28.80
新闻传媒	85	19.27
语言文学	26	6.00
理工类	91	20.63
法律	15	3.40
其它	97	21.90
合 计	441	100.00



2、按员工受教育程度分类

学 历	人数（人）	占总人数的比例（%）
博士研究生	1	0.22
硕士研究生	25	5.67
本 科	228	51.72
大 专	180	40.81
大 专 以 下	7	1.58
合 计	441	100.00

3、按员工年龄分类

年 龄	人数（人）	占总人数的比例（%）
25 岁以下	133	30.16
26-35 岁	248	56.24
36-45 岁	41	9.30
46 岁以上	19	4.30
合 计	441	100.00

（二）社会保障与福利情况

1、社会保险缴纳情况

发行人及子公司为员工缴纳的社会保险包括基本养老金保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险。截至 2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日及 2011 年 12 月 31 日，发行人及子公司的员工人数、缴纳社保人数如下表所示：

社会 保 险			
时 间	2009 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2011 年 12 月 31 日
员工人数（人）	309	404	441
缴纳人数（人）	268	317	410
未缴纳人数（人）	41	87	31



发行人及其子公司部分员工未缴纳社会保险的主要原因如下：

(1) 2011 年 7 月前，发行人未给处于试用期的员工缴纳社会保险，2011 年 7 月《中华人民共和国社会保险法》施行后，公司开始为处于试用期的员工缴纳社会保险；(2) 部分员工正与原单位办理社保转移手续，导致发行人暂时未能为其办理社保缴费手续；(3) 部分员工因新入职或因自身原因未及时提供个人证件或其它必要材料，未能及时办理保险；(4) 部分员工系发行人聘用其他单位离退休人员，不需缴纳社会保险；(5) 部分员工已在其他单位缴纳社会保险，由于每人只能有一个社保账户，因此发行人无法再为其缴纳社会保险。

2、住房公积金缴纳情况

报告期内，发行人已按照《住房公积金管理条例》、《北京市实施〈住房公积金管理条例〉若干规定》等法律法规的要求建立了住房公积金制度。截至 2011 年 12 月 31 日，发行人及子公司在职人数 441 人，已缴纳住房公积金的员工人数共 386 人。

上述未缴纳的 55 人中：2 人为退休返聘员工，已无需缴纳住房公积金；3 人已在其他单位缴纳住房公积金；其余人员主要是新入职员工，系因新入职不满 15 天未能在当月缴纳、因自身原因未及时提供个人身份资料或正在与原公司办理住房公积金转移手续等原因未能及时缴纳。

3、相关承诺

针对上述发行人及子公司未为部分员工缴纳社保及住房公积金的情况，发行人的自然人股东周世忠、孙扬、冯志民已出具书面承诺：如果发行人及其子公司因未为少数员工缴纳社会保险及住房公积金等原因而被有权机关要求补缴社会保险及住房公积金费用、支付滞纳金或因此受到行政处罚的，周世忠、孙扬、冯志民将无条件按主管部门核定的金额无偿代缴，连带承担全部费用；或在发行人及其子公司先行支付相关费用的情况下，及时补偿发行人及其子公司的全部损失。

4、行政机构出具的守法证明

北京市东城区社会保险基金管理中心分别于 2011 年 4 月 20 日、2011 年 11 月 7 日及 2012 年 2 月 24 日出具书面证明：发行人已依法为其员工办理了基本养



老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险，自 2009 年 1 月至 2011 年 12 月未发现违反社会保险有关政策法规的行为，不存在因社会保险问题而受到处罚的情形。

北京住房公积金管理中心中关村管理部分别于 2011 年 5 月 30 日、2011 年 11 月 8 日及 2012 年 2 月 28 日出具书面证明，发行人已依法缴存住房公积金，未发现违反住房公积金法律、法规和规章的行为。

5、中介机构核查意见

（1）发行人律师意见

综上所述，发行人及其子公司已按照国家有关法律、法规的要求办理社会保险登记及建立住房公积金制度，报告期内按时缴纳各项社保和住房公积金；社保及住房公积金管理部门已出具书面证明，确认发行人及子公司不存在因社保及公积金缴纳问题而受到行政处罚的情形；就发行人及其子公司存在未为少数员工缴纳社保及公积金的情形，发行人股东周世忠、孙扬、冯志民已出具书面承诺，保证连带承担或补偿发行人因此可能产生的全部费用或损失。因此，发行人律师认为，发行人报告期内未为少数员工缴纳社保及住房公积金的情形不会构成本次发行上市的实质性障碍。

（2）保荐机构意见

经核查，报告期内发行人及其子公司已按照法律、法规的要求缴纳各项社会保险费用。对于报告期内部分员工未缴纳社会保险费的情形，发行人股东周世忠、孙扬、冯志民出具书面承诺，承诺承担全部费用或补偿全部损失。本保荐机构认为，上述情形不对发行人本次发行上市构成实质性法律障碍。

此外，发行人已按照国家有关法律、法规的要求依法缴纳住房公积金款项，报告期内不存在因住房公积金事宜产生的员工投诉案件及处罚情况。针对部分员工未缴纳住房公积金的情形，发行人股东周世忠、孙扬、冯志民出具书面承诺，承诺保证承担全部费用或补偿全部损失，不会对发行人本次发行上市构成实质性法律障碍。



十四、持有发行人 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

公司控股股东、实际控制人中航工业及其下属昌飞集团、东安集团、天津天利、成发集团、西飞集团、成飞集团、贵航集团、金城集团、中航技深圳公司向本公司出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺不从事与本公司目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动。

持有发行人 5.00%以上股份的主要股东以及作为股东的高级管理人员已就其所持股份的流通限制作出自愿锁定股份的承诺。有关情况详见本节“十、发行人的股本情况”之“（六）发行前股东自愿锁定股份的承诺”。



第六节 业务与技术

一、发行人主营业务情况

（一）业务范围

本公司主要经营范围包括设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告；承办展览展示活动；公关策划；信息咨询（中介除外）。

（二）目前实际从事的主营业务

公司是中国综合服务类一级广告企业，中国 4A 协会成员单位。公司目前的主营业务为广告代理业务，并形成以电视媒体代理为核心，积极发展户外媒体代理业务、客户代理业务、会展业务、影视制作业务的业务格局。

（三）公司主要业务简介

1、电视媒体代理

电视媒体代理业务是指集中采购一定栏目、时段的电视媒体资源，经过公司的策划，设计出广告产品，并向广告主或其代理广告公司销售，以赚取中间差价及增值服务收益的业务。报告期内，公司先后代理过央视《生活》、《经济信息联播》、《经济半小时》等 10 个栏目，以及社会与法频道（CCTV-12）的广告时间。截至本招股说明书出具之日，公司正在代理的电视媒体资源有：央视财经频道（CCTV-2）的《经济信息联播》、《经济半小时》和《一槌定音》的广告时间，以及社会与法频道（CCTV-12）的整频道广告时间。此外，公司积极开拓其他媒体资源，2011 年公司获得中国新华新闻电视网 5 年广告资源的独家代理权。

2、户外媒体代理

户外媒体代理是指购买一定区位和一定时间的户外媒体资源（如广告幕墙、广告牌）经过公司的策划与创意并对外销售，赚取差价及增值服务收益的业务。报告期内，由于举办奥运会、世博会而导致的市政政策变化等原因，公司的户外媒体代理业务出现下滑。为了应对风险，顺应户外媒体技术的发展，公司决定逐步淡出以代理形式经营的传统大牌等户外广告市场，发展以奥林匹克中心区综合信息发布平台为代表的新兴户外广告业务。



3、客户代理

客户代理是指为客户提供媒介策划、媒体购买、公关策划、品牌整合、广告创意和会展等服务的业务。报告期内，本公司服务了多家大型知名客户，主要为哈飞汽车、四川长虹、四川宜宾红楼梦酒业集团有限公司等多家大中型知名客户提供了客户代理服务，并形成了长期稳定的合作关系。

4、会展

会展是指为客户提供各类会展招商、演出策划、公关策划和巡回展示等服务的业务，是公司的传统业务，也是公司最近几年发展较快并逐年增长的业务。公司已参与承办了全部 8 届珠海航展并承办了一系列航空类、非航空类展览、展会。公司为索尼位于中国大陆境内专卖店的选址、布展及公关活动提供服务是公司会展业务模式的一个创新。

5、影视制作业务

影视制作业务主要包括制作广告片、专题片和影视剧。

（四）业务变化情况

报告期内本公司的主营业务未发生重大变化。

二、行业情况

本公司所处的行业为广告行业及会议及展览服务业。

（一）行业简况

1、所属行业

根据国家统计局 2011 年发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），发行人广告代理业务所处行业为广告业，分类编码为 7240。发行人的会展业务所处行业为会议及展览服务业，分类编码为 7292。

公司会展业务目前占比较小，以下只介绍广告行业相关情况。

2、行业管理

（1）行业主管部门



工商行政管理部门是广告行业的主要监管部门。负责广告活动监管的工商行政管理部门包括国家工商行政管理总局和县级以上工商局,其具有维护广告经营秩序、规范广告宣传内容、促进广告业健康发展、保护消费者合法权益等职能。主要职能可概括为监督、检查、控制、协调和服务五个方面。

此外,国家广播电影电视总局、国家新闻出版总署以及各级交通、城建和环保部门也对电视媒体广告、报纸及期刊广告以及户外广告等履行部分监管职能。特殊行业和产品广告,如食品行业、药品行业等,亦应经过相关行政主管部门审核。

(2) 行业自律性组织

我国广告行业主要自律性组织为中国广告协会和中国商务广告协会。

①中国广告协会

中国广告协会创立于 1983 年 12 月 27 日,是经民政部批准登记的具有社团法人资格的全国性广告行业组织,是国家工商总局的直属事业单位,下设八个办事机构和十五个分支机构。其职能是在国家工商总局的指导下,按照国家有关方针、政策和法规,对行业进行指导、协调、服务和监督。

②中国商务广告协会

中国商务广告协会成立于 1981 年,原为中国对外经济贸易广告协会,隶属于商务部。核心工作是“团结内外贸易领域的广告企业,促进广告业的交流和发展”,下设“中国 4A 协会”。协会组织了一批实力相对较强,信誉好,服务水平高的本土广告公司,并吸收一批在国内较为成功的合资广告公司,共同组成了一个具有中国特色的广告高端组织。

(3) 广告行业监管体制

①登记管理和行政许可制度

工商行政管理部门,对广告公司采取登记管理和行政许可的监管体制。对于公司制广告代理经营单位的经营条件进行审核,对符合广告公司设立条件的,颁发《企业法人营业执照》,明确经营范围;对于兼营广告业务的非广告公司,实行行政许可制度,对于符合申请条件的,由工商行政管理部门向其颁发《广告经



营许可证》。

②广告发布过程监管机制

广告播放前，广告经营者应依据相关法律法规对广告内容和形式进行审核；广告播放后，工商行政管理部门会进行必要的随时监测，对造成不良社会影响及违法违规的广告按照相关规定进行处理。

③特殊行业和产品广告的监管制度

对于关乎国计民生的特殊产品广告内容，工商行政管理机关依据《广告法》并会同有关部门制定了一系列专项监管制度，包括《食品广告发布暂行规定》、《药品广告审查办法》、《医疗器械广告审查办法》、《化妆品广告管理办法》、《烟草广告管理暂行办法》、《酒类广告管理办法》等。通过这些专项规定，明确了这些产品广告在发布过程中的内容和程序审查、广告措辞和处罚措施等内容，规范了广告行业的发展。

④户外广告登记管理制度

为他人发布户外广告的单位，以及发布户外广告进行自我宣传的单位和个人应当依照《户外广告登记管理规定》向工商行政管理部门申请登记，接受工商行政管理机关的监督管理。法律、法规和规章规定在登记前需经有关部门审批的，应当首先履行相关审批手续。户外广告由发布地县级以上工商行政管理部门登记管理，并领取《户外广告登记证》。

(4) 主要行业法律法规及规章

①法律法规

为了规范广告活动和加强广告行业监管，促进广告行业健康发展，全国人大和国务院分别颁布了《中华人民共和国广告法》和《广告管理条例》。

②部门规章

我国广告行业相关监管部门出台的部门规章数量较多、类别较广，按照性质可总结为以下类别：

A、经营管理类：《广告管理条例实施细则》、《广告经营许可证管理办法》和《外商投资广告企业管理规定》等；



B、媒体监管类：《广播电视广告播出管理办法》、《印刷品广告管理办法》、《户外广告登记管理规定》等；

C、行业、产品监管类：《食品广告发布暂行规定》、《药品广告审查办法》、《农药广告审查办法》、《兽药广告审查办法》、《医疗器械广告审查办法》、《化妆品广告管理办法》、《烟草广告管理暂行办法》、《酒类广告管理办法》、《房地产广告发布暂行规定》和《医疗广告管理办法》等。

3、产业政策

(1)《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》

十七届六中全会作出的《决定》明确指出“要坚持中国特色社会主义文化发展道路，努力建设社会主义文化强国…推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业…要培育一批核心竞争力强的国有或国有控股大型文化企业或企业集团，…支持国有文化企业面向资本市场融资”。

(2)《国家十二五规划纲要》

继“十一五”期间国家将包括广告业在内的文化产业上升为国家战略性产业，出台各项扶持政策之后，《国家十二五规划纲要》继续明确提出，要促进广告、会展业健康发展。

(3)《关于促进广告业发展的指导意见》

2008年4月，国家工商总局、国家发改委联合颁布《关于促进广告业发展的指导意见》，提出“把促进广告业又好又快发展，作为一项紧迫而长期的战略任务”的重要指导思想，将广告行业的主要目标和任务设定为“加快行业结构调整，促进广告产业的专业化、规模化发展，提升广告策划、创意、制作的整体水平；积极推动新兴广告媒体的发展与规范；以中华民族优秀品牌战略为基础、以广告企业为主干、以优势媒体集团为先导，形成布局合理、结构优化的广告产业体系”。“到2015年，广告业营业额相对GDP比重力争达到1.50%，使广告业总体发展水平与全面建设小康社会和市场经济的发展水平相适应”。



该指导意见还提出了一系列政策措施，对广告业法律法规建设、企业竞争力提升、广告业投融资渠道拓宽、广告监管体系效能提高等十四个具体方面做出了明确的政策规划和指导意见。

（4）《文化产业振兴规划》

《规划》中明确指出，发展包括广告业在内的重点文化产业，加大扶持力度，完善产业政策体系，实现跨越式发展。《规划》提出要“着力培育一批有实力、有竞争力的骨干文化企业，增强我国文化产业的整体实力和国际竞争力。”“鼓励和引导有条件的文化企业面向资本市场融资，培育一批文化领域战略投资者，实现低成本扩张，进一步做大做强。”

（5）《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》

《指导意见》明确指出“推动符合条件的文化企业上市融资。支持处于成熟期、经营较为稳定的文化企业在主板市场上市。探索建立宣传文化部门与证券监管部门的项目信息合作机制，加强适合于创业板市场的中小文化企业项目的筛选和储备，支持其中符合条件的企业上市。”

4、行业准入

对于设立内资广告公司，我国要求必须符合《公司法》规定的相关设立条件；对于外资公司则有较高的准入门槛，且具体经营范围须接受工商部门核定。

（二）行业现状及发展趋势

1、广告及广告业概况

（1）广告的定义

广告是指广告主进行一定的投入，有计划地运用现代传播手段，传递企业及其产品、服务、观念等信息，塑造企业品牌及形象的服务性商业行为，是现代市场营销传播活动的有机组成部分。

（2）广告产业链

广告产业链由广告主、广告公司、广告媒体三个主体构成。广告公司是连接广告媒体与广告主之间的桥梁，广告媒体是广告资源的提供者，广告主是广告资



源的需求者。广告公司通过从事媒体代理业务、客户代理业务，为双方提供广告相关的服务。

目前广告公司向媒体产业，包括电视、报纸、杂志、广播、互联网、移动终端、户外媒体等上游行业购买广告时间或空间，形成代理关系并对外销售；同时，向广告主提供广告、营销服务，代理广告主采购媒体资源并投放广告。

（3）行业经营模式

国际上通用的广告行业经营模式是广告代理制度，即在广告活动中，广告主、广告公司、广告媒体之间明确分工，广告主委托广告公司制定和实施广告传播计划，广告媒体通过广告公司寻求广告客户的一种运行机制。广告公司作为代理的主体，其基本职责是对广告主和媒体进行双向代理服务。广告代理制度的出现，极大地降低了广告主及广告媒体之间的交易成本，广告媒体无需耗费成本与广告主一一沟通，而广告公司也可以通过批量采购媒体资源为广告主带来更有竞争力的价格。广告公司具有提供专业化、全面化的广告服务能力，具有市场化的生存空间。

（4）广告公司的分类

根据实际经营内容的差别，行业内的广告公司主要可分为综合性广告公司、媒介购买公司和设计制作类广告公司，其中媒体经营类公司是媒介购买公司中的特殊类型公司。

综合性广告公司需要为客户提供包括市场调查、品牌规划、传播策略、创意策略、设计制作、活动策划、媒体策划、媒体广告资源购买、广告效果研究等在内的整合营销传播服务。

媒介购买公司是从事媒介信息研究、媒介购买、媒介企划与实施等的独立运作的经营实体。媒介购买公司所提供的服务范围跨越广告公司媒介业务和媒介的广告经营业务，是联系二者的中介实体，成为专业从事有关媒介营销活动的资源的整合者。媒体经营类广告公司是偏重于媒介广告经营的购买公司，是较为特殊的媒介购买公司，而且这类公司主要以国内企业为主，这些公司为媒体提供代理、销售、品牌运营。在我国，高端媒体资源相对稀缺，因此掌握有高端媒体资源的媒体经营类广告公司具有一定竞争优势。媒体经营类公司的主要收入来源为媒体



集中采购后分拆销售得到的差价及相关增值服务等。

设计制作类广告公司是指以 CI 设计、平面设计、广告片拍摄、灯箱制作、喷绘等为主营业务的广告公司。

2、国际广告行业现状

（1）行业发展趋势

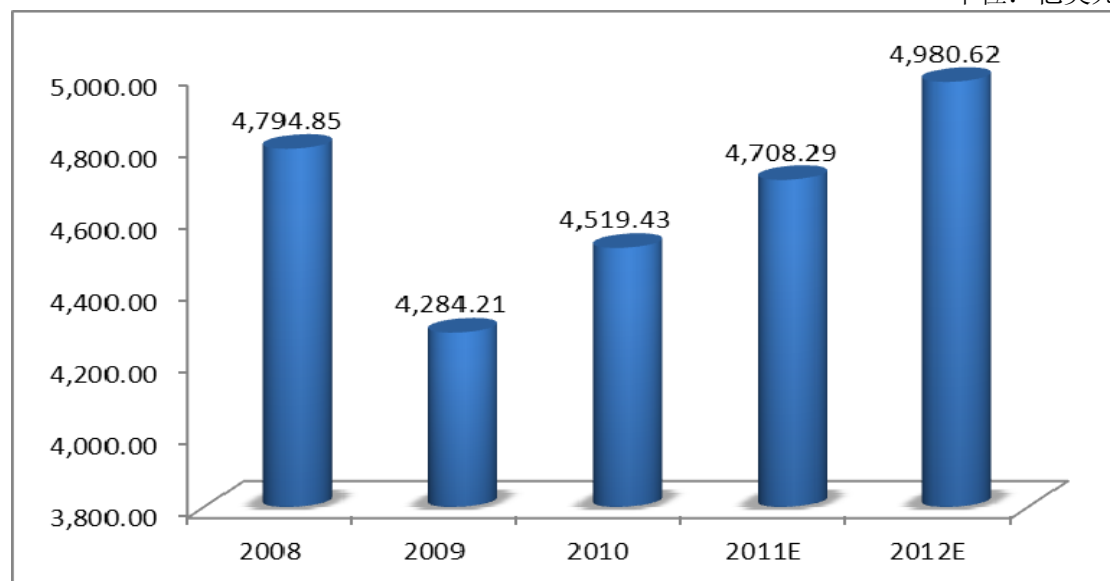
经过多年的发展，全球广告业已处于行业生命周期的成熟期，行业增长与 GDP 增幅基本持平，行业集中度上升。广告业经过一系列的收购、重组，四家较大的控股型广告公司 WPP、Omnicom、IPG 和 Publicis 逐渐控制了业内的大部分资源，行业呈四足鼎立的格局。

（2）全球市场规模

全球广告市场规模巨大，据全球权威传播机构 Zenith Optimedia¹统计与预测，2008 年市场规模达到 4,794.85 亿美元；在 2009 年金融危机影响下出现小幅波动后，2010 年全球广告支出恢复至 4,519.43 亿美元；2010 年至 2012 年全球广告市场开支将分别较上年增长 5.49%、4.18%和 5.78%；2012 年全球广告市场规模预期将达到 4,980.62 亿美元。

2008 年-2012 年世界广告市场开支

单位：亿美元



资料来源：Zenith Optimedia

¹ Zenith Optimedia（实力传播）隶属于法国阳狮集团，是全球领先的媒体传播公司，其定期发布的广告行业预测及报告在业界具有权威性。



(3) 新兴市场产业规模

从地区广告支出来看，北美和欧洲等发达地区的广告市场规模较大，发展较成熟。2010 年北美和西欧的广告市场规模分别为 1,605.56 亿美元和 1,053.92 亿美元，位居世界第一和第二。世界各地区广告市场的增长率并不统一，中国和巴西等新兴市场发展迅速，未来的增长空间巨大。

据实力传播预测，包括中国、印度和印度尼西亚在内的亚太地区新兴国家的广告市场仍将保持强劲增长，2010 年该地区市场规模有望超越西欧，成为全球第二大区域广告市场。

2008-2012 年各地区广告经营额

单位：亿美元

地区	2008 年	2009 年	2010E 年	2011E 年	2012E 年
北美	1,791.39	1,565.56	1,605.56	1,647.68	1,704.75
西欧	1,127.80	1,003.27	1,053.92	1,090.94	1,131.16
亚太地区	1,066.64	1001.29	1,078.63	1,128.77	1,305.11
中东欧	335.94	268.01	284.88	313.32	404.23
拉丁美洲	272.10	253.31	291.40	314.45	338.64
非洲/中东/其他	200.98	192.76	205.04	213.13	228.72
世界	4,794.85	4,284.21	4,519.43	4,708.29	4,980.62

资料来源：Zenith Optimedia

3、中国广告行业状况

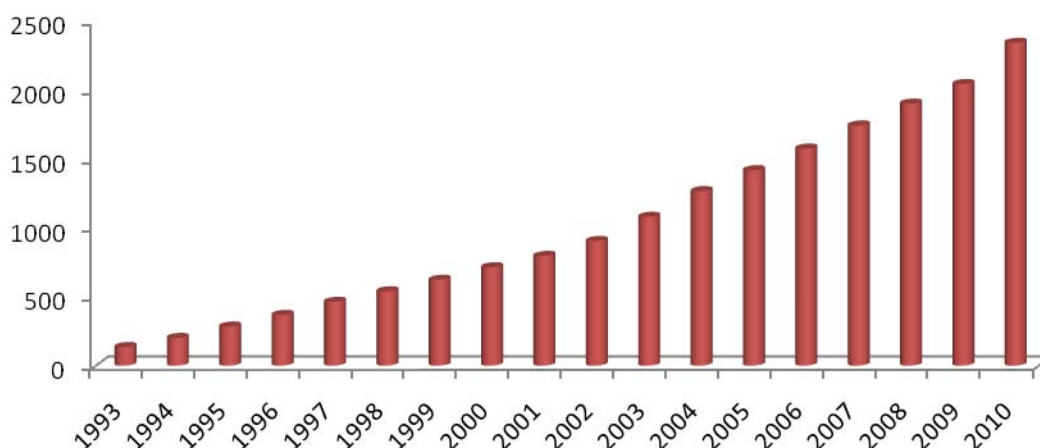
(1) 中国广告业概况

广告业作为服务性产业，伴随着中国经济的成长而不断发展壮大。1978 年十一届三中全会之后，中国广告业取得了飞速的发展，1993 年全行业营业额首次突破 100 亿元至 134.09 亿元，2003 年突破 1,000 亿元至 1,078.68 亿元，2009 年中国广告营业额突破 2,000 亿元，增至 2,041.03 亿元，2010 年营业额达到 2,340.51 亿元。1993 年-2010 年广告业营业额年均复合增长率达到 18.32%，高于同期 GDP 年均复合增长率的 15.36%。同时，中国广告市场规模在世界市场上的排名也不断提高，2008 年超过英国成为全球第四大广告市场。

1993-2010 年中国广告业营业额



单位：亿元



资料来源：中国广告协会，《中国广告年鉴 2009》，《现代广告》

(2) 中国广告公司发展情况

根据中广协统计数据显示，2010 年，中国广告公司户数为 143,727 户，较 2009 年的 124,886 户增长 15.09%，增速较 2008 年、2009 年有较大提高。广告公司营业额为 940.35 亿元，较 2008 年的 849.43 亿元增长 10.70%，增长速度低于广告公司增长速度。

2005-2010 年中国广告公司及营业额

年份	广告公司（户）	广告公司增长率	总营业额（亿元）	营业额增长率
2005 年	84,272	10.58%	615.4	8.88%
2006 年	99,794	18.42%	631.32	2.59%
2007 年	113,222	13.46%	688.48	9.05%
2008 年	117,274	3.58%	778.33	13.05%
2009 年	124,886	6.49%	849.43	9.13%
2010 年	143,727	15.09%	940.35	10.70%

资料来源：中国广告协会，《中国广告年鉴 2009》，《现代广告》

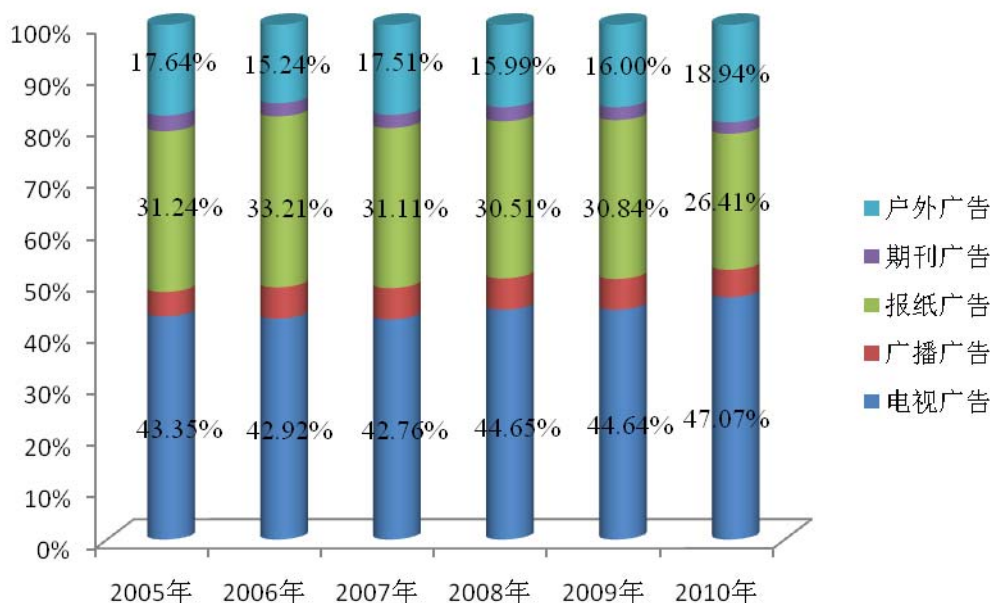
(3) 中国广告业主要媒体情况

广告媒体是用于发布广告的传播载体，电视媒体、报纸、户外媒体、广播电台和期刊杂志等仍然是目前国内主要的广告媒体形式，其各自所占的市场份额在近年来也基本保持稳定。随着信息技术的日新月异，互联网、手机媒体、数字电视、博客等新兴媒体形式不断涌现，充实、丰富了广告发布的媒体形式。但是，



电视广告、报纸广告和户外广告所占的市场份额依然较大，位列主要媒体市场份额前三。2005-2010 年国内主要媒体广告市场份额如下图所示：

2005-2010 年国内主要媒体广告市场份额



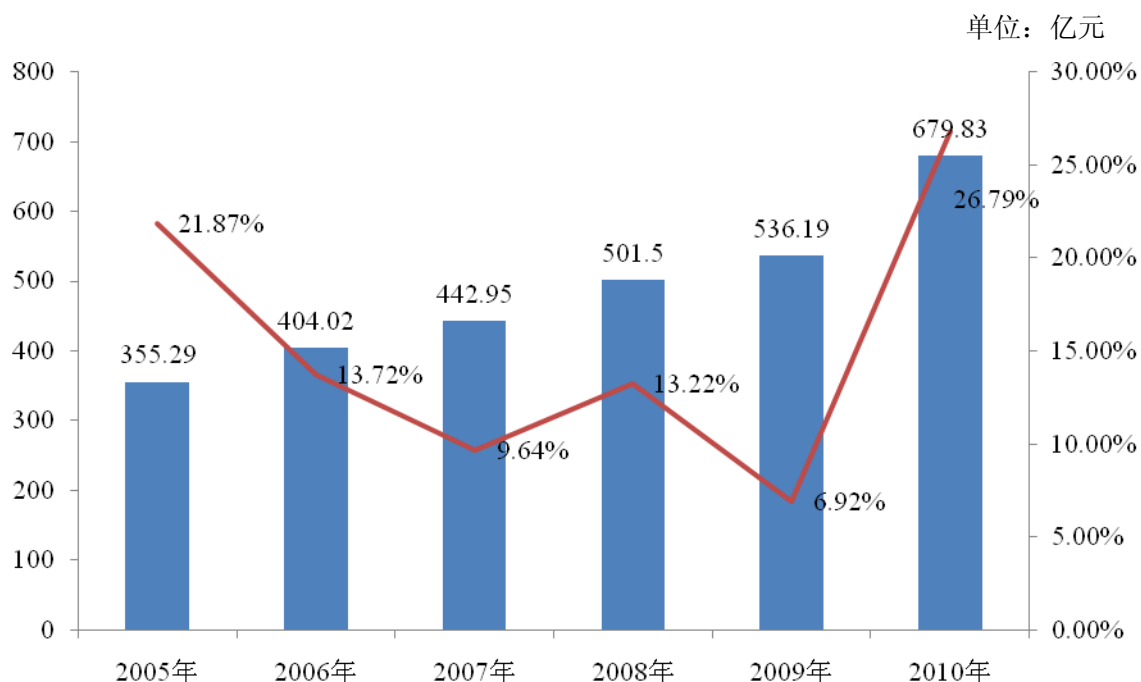
资料来源：中国广告协会，《中国广告年鉴 2009》，《现代广告》

①电视媒体资源代理子行业

电视媒体广告市场是目前我国规模最大的媒体广告市场，2010 年广告营业额达到 679.83 亿元，较 2009 年增长 26.79%，占五大主要媒体广告市场份额的 47.07%。尽管电视媒体广告市场规模巨大，但是近年来仍保持较高增长速度，市场规模逐年扩大。



2005-2010 年电视媒体广告营业额及其增长率



资料来源：中国广告协会，《中国广告年鉴 2009》，《现代广告》

其中，央视作为优质、高端的媒体资源市场，历来是大型广告公司业务扩张和资源争夺的重点。

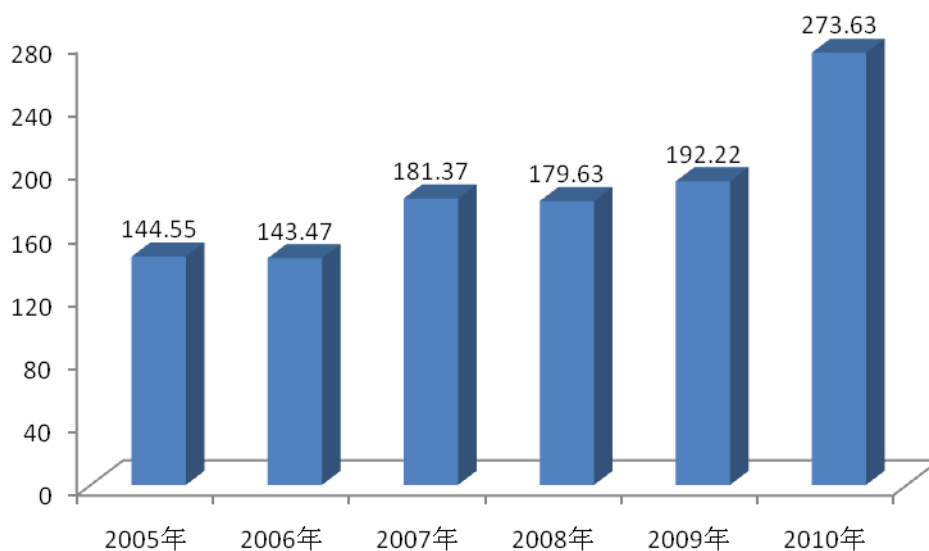
②户外媒体资源代理子行业

户外媒体广告代理行业经过多年的综合治理，目前已经呈现出规范运作、稳定增长的发展态势。2008 年受大规模户外广告整顿和资本退潮的影响，户外媒体代理行业营业额较上年小幅下降 0.96%。2009 年营业额较 2008 年增长 7%至 192.22 亿元，2010 年营业额较 2009 年增长 42.35%至 273.63 亿元，创 2005 年以来新高。随着户外媒体不断引入新技术和新的表现形式，其投放的精准性和视觉效应将使越来越多广告主将其列为广告投放的重要方向。



2005 年-2010 年户外广告经营额

单位：亿元



资料来源：中国广告协会，《中国广告年鉴 2009》，《现代广告》

2010 年全国户外广告经营基本情况

序号	项目	数量		
		2010 年	2009 年	2010 年较 2009 年增长率
1	广告经营单位（户）	75,922	69,300	9.56%
2	广告营业额（亿元）	273.63	192.22	42.35%
3	户外媒体数量（个）	2,206,547	2,163,796	1.98%
3.1	展示牌广告（个）	432,993	421,073	2.83%
3.2	电子显示装置广告（个）	373,041	236,108	58.00%
3.3	灯箱广告（个）	410,124	379,151	8.17%
3.4	霓虹灯广告（个）	77,332	97,503	-20.69%
3.5	交通工具广告（个）	401,649	392,753	2.27%
3.6	水上漂浮物广告（个）	591	979	-39.63%
3.7	升空器具广告（个）	5,753	6,002	-4.15%
3.8	充气物广告（个）	18,759	24,206	-22.50%
3.9	模型广告（个）	9,951	12,564	-20.80%
3.10	其他户外广告（个）	476,354	593,457	-19.73%

资料来源：中国广告协会，《中国广告年鉴 2009》，《现代广告》



4、我国广告行业未来发展趋势

（1）未来几年广告市场发展空间巨大

广告业作为服务性产业，其发展与国民经济发展水平正相关。随着我国国民经济的持续稳定发展，消费品种的日益丰富以及市场竞争的加剧，广告主将不断增加广告投放量，从而促进广告市场规模的不断扩大。

同时，《关于促进广告业发展的指导意见》提出：“到 2015 年，广告业营业额相对 GDP 比重力争达到 1.5%”的发展目标。而 2010 年，我国广告业营业额占 GDP 的比例尚不到 1%，与美国等广告业发达国家 2% 的占比存在较大差距。因此，政府需要在未来数年内继续扶持广告产业。在政策外部的支持和市场内在的需求相结合下，未来几年我国广告市场的发展前景利好，市场规模有大幅增长的潜力。

（2）行业面临重新洗牌，整合与集中是必然选择

资源整合与业务集中并行将是广告市场的未来发展趋势。广告市场资源整合速度将进一步加快，谁能拥有强大的资金实力，掌握更多的媒体资源，并且具备不断扩充的能力，谁就在未来的竞争中掌握主动权。

扩张与集中是广告产业未来发展的主旋律，并逐渐衍生出两支重要的力量：一是外资集团通过资本运作不断兼并收购中国本土的优质广告企业，最终逐渐形成大型广告集团；二是中国本土企业通过几年来和国外广告巨头博弈积累经验，不断地发展壮大，进而整合其他广告公司，形成具有本土特色的广告集团。

（3）资本化经营成为广告公司发展的助推力

面对稀缺的媒体资源以及激烈的市场竞争，雄厚的资金实力无疑是保障、支撑广告公司发展的重要条件之一。而单纯依靠内生增长提供发展资金已经无法满足广告公司快速成长的需要。通过发行上市筹集发展资金已成为行业内共识，并纷纷付诸实践。2001 年以来，白马户外（0100.HK）、大贺传媒（8243.HK）、分众传媒（FMCN）、航美传媒（AMCN）、华视传媒（VISN）、中视金桥（0623.HK）、广而告之（CMM）、昌荣集团（CHRM）和省广股份（002400.SZ）等行业内优秀公司先后登陆资本市场，筹集发展资金。通过上市筹资，并运用收购兼并等资本化经营手段，这些公司实力不断增强。因此，资本化经营是国内广告公司发展壮大



的一个有效途径。

（4）电视媒体在未来几年仍将维持其主导地位

电视媒体在中国广告市场中居于主导地位，2005 年至 2010 年其占主要广告媒体市场规模的比例为 43.45%、42.92%、42.76%、44.65%、44.64%和 47.07%，期间虽有波动，但始终保持份额第一的市场地位。尽管面临如户外广告以及以互联网为代表的新媒体的冲击，但由于电视媒体具有普及率高、受众群体庞大、成本低等诸多优势，在未来几年仍将是广告主广告投放的首选媒体之一，其主导地位仍将得以延续。同时，央视作为优质、高端、稀缺的电视媒体资源，随着其专业化运作水平的提高以及媒体资源的优化，其第一电视媒体的地位在未来几年也将得以维持。

（5）新兴技术催生新兴媒体，并加速各类媒体全面融合

网络技术、通讯技术、多媒体技术等新兴技术将不断催生出以互联网、移动终端和户外电子媒体等为代表的新兴媒体形式。这些媒体具有无法比拟的高速、精准、高效特征，能极大地提高广告信息的传输能力和表现形式。

新兴技术可以实现文字、语音、图像等多类型信息的同时传输，并将各种媒体形式在单一渠道中集中展现出来，有效地增加传统媒体所不具备的互动性和精准性。新兴技术将有利于电视媒体、平面媒体、互联网媒体之间的融合，使广告产业更加集约化，促进广告多种表现形式间全面融合。

（三）行业的竞争格局及市场化程度

1、竞争格局

（1）整体集中度较高，电视媒体广告代理行业高度集中

截至 2010 年底，整个广告行业共拥有广告公司 14.37 万户，总营业额 940.35 亿元。其中，少数大型综合广告公司占据着较大的市场份额，据中广协统计数据显示，2008 年-2010 年营业额前 20 家广告公司营业额合计占全部广告公司营业总额的比例分别为 59.41%、50.15%和 56.37%。

与此同时，电视媒体广告代理子行业市场却呈高度集中的态势。行业内众多优秀的电视媒体广告代理公司激烈竞争，造就了少数几家大型综合性广告公司。



以央视 2010 年度部分广告经营权招标为例，前 5 家广告公司的合计中标金额占总中标金额的比例达 62.93%。

（2）区域集中程度有所降低

广告业的发展依托于经济的繁荣，因此经济发达区域通常广告业也较为发达。目前，我国广告业主要集中于环渤海、长江三角洲和珠江三角洲等东部经济发达地区，但随着中西部地区经济的发展和一线城市广告投放成本的增加等原因，广告业已逐渐向中西部地区及三四线城市扩散，区域集中度有所降低。经济发达地区营业额占全国总营业额的比例呈逐年下降态势。

（3）本土和外资广告公司竞争激烈

根据中国广告协会主编的《现代广告》杂志披露的我国广告公司 2008 年、2009 年、2010 年排名情况，我国按营业额排名前 20 的广告公司如下表所示：

序号	公司名称	类别	2010 年排名	2009 年排名	2008 年排名	基本情况
1	李奥贝纳广告有限公司	国际 4A	1	2	3	法国阳狮集团下属公司，为客户提供从策略规划、创意设计、品牌管理、促销、直接数据营销及数据管理等方面的客户代理业务。
2	盛世长城国际广告有限公司	国际 4A	2	3	5	由 SAATCHI & SAATCHI（法国阳狮集团下属公司）与中国长城工业总公司合资组建，以为客户提供创意设计、品牌管理等客户代理业务为主。
3	北京电通广告有限公司	国际 4A	3	5	6	由日本株式会社电通与中国国际广告公司以及大诚广告有限公司合资组建，以客户代理业务为主，为客户提供整合解决方案、传播设计、品牌构筑、活动营销等服务。
4	昌荣集团	民营	4	—	—	美国 NASDAQ 上市的综合型民营广告公司。代理了央视部分娱乐类节目电视媒体资源，并为客户提供品牌定位、广告创意、设计制作、媒介计划、效果评估等客户代理服务。
5	北京恒美广告有限公司上海分公司	国际 4A	5	7	8	北京新世纪广告有限公司与美国恒信传媒集团



						(Omnicom 集团的子公司) 合资组建, 以为客户提供广告创意、设计制作、品牌管理等客户代理业务为主。
6	智威汤逊——中乔广告有限公司上海分公司	国际 4A	6	1	4	WPP 集团下属公司, 以客户代理业务为主, 为客户提供策略规划、创意设计、品牌管理等服务。
7	广东省广告股份有限公司	国有	7	8	—	广东省国资委控制的 A 股上市本土综合型广告公司, 主要为客户提供品牌管理、广告投放等客户代理服务, 同时经营位于广州地区的自有户外媒体广告资源。
8	上海分众德峰广告有限公司 (分众传媒)	民营	8	6	1	美国 NASDAQ 上市的公司, 以自建、代理、经营户外媒体广告资源为主, 拥有商业楼宇视频媒体、卖场终端视频媒体、公寓电梯平面媒体等户外媒体资源。
9	凯帝珂广告 (上海) 有限公司	国际 4A	9	9	10	WPP 下属公司, 前身为宝林中国, 以户外媒体广告代理业务为主, 提供策划、采购、评估、制作、监播等服务。
10	阳狮广告有限公司上海分公司	国际 4A	10	—	—	法国阳狮集团在华子公司, 以客户代理业务为主, 提供广告创意、公共关系、客户关系营销等服务。
11	号百信息服务有限公司	国有	11	—	—	中国电信集团下属子公司, 基于中国电信平台, 经营号码百事通业务、电信传媒业务及声讯业务。
12	广东凯络广告有限公司上海分公司	国际 4A	12	10	9	英国 Aegis Media 子公司凯络媒体在华设立, 以客户代理业务为主, 提供创意设计、媒介计划及购买、品牌管理、市场营销咨询等服务。
13	中视金桥国际传媒控股有限公司	民营	13	14	14	于香港上市的民营广告公司, 主要代理央视新闻类、国际类、农业类栏目电视媒体资源。
14	中航文化股份有限公司	国有	14	13	13	—
15	上海广告有限公司	国有	15	11	19	成立于 1962 年, 以客户代理为主要业务, 提供品牌策划、创意执行、设计制作、活动推广等服务。



16	北京市引力光华国际广告有限公司	民营	16	-	-	成立于 2005 年，以客户代理业务为主，为客户提供市场与数据咨询、品牌管理、媒介投资管理、数字营销等品牌建设与服务。
17	北京东方博杰广告有限公司	民营	17	-	-	成立于 1995 年，主要从事电视广告经营、自有媒体开发和运营、电影投资等业务，主要代理央视电影频道、新闻频道栏目媒体资源。
18	北京华扬联众广告有限公司	民营	18	-	-	成立于 1996 年，主要提供互联网及数字媒体领域的全方位广告服务，并提供跨媒体领域的整合营销服务，提供品牌营销策划、创意设计、内容营销、搜索引擎营销等服务。
19	凯伦广告传媒（北京）有限公司	国际 4A	19	-	-	英国 Aegis Media 旗下的户外传播专业网络博视达下属公司，以户外媒体广告代理业务为主，提供策划、购买等服务。
20	上海好耶广告有限公司	外资	20	-	-	成立于 1998 年 10 月，IDG 资本、OAK、银湖资本对该公司进行了投资。以基于互联网的广告、营销为主要业务，为客户提供品牌推广、创意制作、媒介计划、媒介投放等营销服务。
21	麦肯·光明广告有限公司	国际 4A	-	4	2	由麦肯世界集团（IPG 集团下属公司）与光明日报社合资组建，以客户代理业务为主，为客户提供品牌管理、创意设计、媒介策划及购买等服务。
22	江苏大贺国际广告集团有限公司	民营	-	12	13	香港上市公司，以设计、制作、发布户外广告为主要业务，拥有的户外媒体资源包括分布在全国多个城市的高速公路大牌、市区楼顶大牌等。
23	福建奥华集团（福建奥华广告公司）	民营	-	15	-	福建省第一家综合代理广告公司，主要为福建当地品牌提供媒介整合营销服务、央视黄金资源代标服务，并代理福建当地媒体资源。
24	海南白马广告媒体投资有限公司	民营	-	16	11	香港上市公司，主要从事户外媒体资源策划、发布等业务，覆盖全国 28 个城市约



						33,000 个候车亭。
25	思美传媒股份有限公司	民营	-	17	-	本土客户代理广告公司, 提供品牌管理、消费者调研、广告创意设计、公关推广活动等服务。
26	南京银都广告商务有限责任公司	民营	-	18	18	江苏最大广告创意传播集团, 主要服务于江苏区域领导品牌和全国品牌, 提供广告创意、媒介策划发布、品牌策划、顾客关系管理等服务。
27	上海构寻广告有限公司	外资	-	-	15	Google 在大陆企业。2008 年代理 Google 在华广告代理业务, 2010 年 5 月该公司不再代理谷歌相关业务。
28	北京互通联合国际广告有限公司	民营	-	19	-	成立于 1999 年, 致力于品牌建设与推广的顾问型综合性全案广告公司, 为客户提供品牌建设、广告传播、市场行销、产品推广等服务。
29	上海灵狮广告有限公司	国际 4A	-	-	20	由 IPG 集团与光明日报社合资成立, 以客户代理业务为主。主要为客户提供媒介计划及购买、提供市场营销策划、公司形象策划等服务。
30	福建鼎力营销顾问公司	民营	-	20	-	成立于 1999 年, 主要针对房地产开发商的综合客户代理公司, 为地产投资运营、营销的顾问机构。
31	北京未来广告公司	国有	-	-	7	中央电视台所属唯一全资广告公司。主要代理央视体育类栏目及电视剧节目媒体资源。目前代理 CCTV-5 整频道、CCTV-8 整频道的电视媒体资源。
32	上海新结构广告有限公司	-	-	-	16	注③
33	上海太动文化传播有限公司	民营	-	-	17	主要从事体育频道电视媒体资源代理、营销及相应的策划、推广业务的体育传媒公司。已将北京、广东、深圳、福建、江苏五个体育频道资源整合统一。

注: ①历年排名情况摘自《现代广告》杂志。②各广告公司类别、基本情况来源于网络等公开信息; ③上海新结构广告有限公司暂无法通过公开信息渠道获取相关信息。

2010 年, 我国按营业额排名前 10 的本土广告公司及基本情况如下表所示:



排名	公司名称	注册地	类别	基本情况
1	昌荣集团	北京	民营	美国 NASDAQ 上市的综合型民营广告公司。代理了央视部分娱乐类节目电视媒体资源，并为客户提供品牌定位、广告创意、设计制作、媒介计划、效果评估等客户代理服务。
2	广东省广告股份有限公司	广州	国有	广东省国资委控制的 A 股上市本土综合型广告公司，主要为客户提供品牌管理、广告投放等客户代理服务，同时经营位于广州地区的自有户外媒体广告资源。
3	上海分众德峰广告有限公司	开曼群岛	民营	美国 NASDAQ 上市的公司，以自建、代理、经营户外媒体广告资源为主，拥有商业楼宇视频媒体、卖场终端视频媒体、公寓电梯平面媒体等户外媒体资源。
4	号百信息服务有限公司	上海	国有	中国电信集团下属子公司，基于中国电信平台，经营号码百事通业务、电信传媒业务及声讯业务。
5	中视金桥国际传媒控股有限公司	香港	民营	于香港上市的民营广告公司，主要代理央视新闻类、国际类、农业类栏目电视媒体资源。
6	中航文化股份有限公司	北京	国有	-
7	上海广告有限公司	上海	国有	成立于 1962 年，以客户代理为主要业务，提供品牌策划、创意执行、设计制作、活动推广等服务。
8	北京市引力光华国际广告有限公司	北京	民营	成立于 2005 年，以客户代理业务为主，为客户提供市场与数据咨询、品牌管理、媒介投资管理、数字营销等品牌建设与传播服务。
9	北京东方博杰广告有限公司	北京	民营	成立于 1995 年，主要从事电视广告经营、自有媒体开发和运营、电影投资等业务，该公司目前主要代理了央视电影频道、新闻频道栏目媒体资源。
10	北京华扬联众广告有限公司	北京	民营	成立于 1996 年，主要提供互联网及数字媒体领域的全方位广告服务，并提供跨媒体领域的整合营销服务，提供品牌营销策划、创意设计、内容营销、搜索引擎营销等服务。

注：①排名情况摘自《现代广告》杂志。②各广告公司类别、基本情况来源于网络等公开信息。

自 2005 年 12 月 10 日我国允许外资在境内设立外商独资广告公司起，国际大型广告公司凭借其成熟的经营模式，借助其跨国客户资源和强大的客户服务能力优势，纷纷通过合资、独资和并购等方式迅速进入国内市场，挤占本土广告公司的市场份额。截至 2010 年 12 月，共有 882 家在我国境内注册的外商投资广告企业，较 2005 年底的 461 家增长 91.32%，2009 年实现营业收入 120.39 亿元，较 2008 年增长 47.14%，2010 年实现营业收入 119.99 亿元，与 2009 年基本持平，占 2010 年广告公司营业额的 12.76%。



本土广告公司往往具备本土媒体资源优势及对本土文化的深刻理解力。同时，本土广告公司也将在与外资广告公司激烈的市场竞争中，学习、借鉴外资广告公司的成熟经验，并充分利用本土优势，不断成长壮大，发展出能与国际大型广告公司竞争的本土大型综合广告公司。

2、市场化程度

广告行业的市场结构分为上游的媒体产业、中游的广告公司和下游的广告主。由于体制和政策等原因，当前媒体产业高度垄断，优质的媒体资源极为稀缺。下游的广告主又相对分散，来自于国民经济的各个行业。广告公司所处的中游进入门槛相对较低，参与者众多，规模普遍较小，竞争较为激烈，市场化程度较高。

（四）行业主要壁垒

作为社会服务行业，开设广告公司并不需要大量的固定资产投入，进入的成本较低；同时，广告经营单位的退出成本较少，因此广告行业经营失败的代价较小，进入风险较低。但是，广告行业市场化程度高，竞争激烈，广告公司要在市场中生存，需要具备一些重要的条件，因此也就形成了一定的无形壁垒，主要包括如下方面：

1、媒体资源壁垒

媒体资源是广告公司生存和发展的重要基础。广告公司是连接媒体单位和广告主之间的桥梁，核心价值在于为客户提供有效的媒体广告播放渠道及广告投放解决方案。相对于庞大的广告需求，媒体资源尤其是优质的媒体资源是稀缺的，而掌握媒体资源的前提条件是拥有雄厚的资金实力和媒体整合能力，以及长期积累的媒体合作经验。

拥有媒体资源是长期经营和积累的结果，而非一蹴而就，因此为新进入者树立起了一个无形的壁垒。

2、资金壁垒

以媒体代理业务为主的广告公司经营的产品是媒体资源，其特点为：①是一种权利而非实物；②具有稀缺性；③单位价值较高。获取这些媒体资源，尤其是市场需求较高的优质媒体资源，要求广告公司事先垫付大量的资金，因此广告公



司必须保持充足的运营资金。充足的运营资金是广告公司开展媒体代理业务必备的生产经营条件。资金实力是评判一家广告公司生存能力和发展空间的重要指标。

3、客户资源壁垒

广告公司的客户包括广告主和其他广告公司，是广告媒体资源的需求者和购买者。

客户资源是广告公司维持生产经营的重要前提，只有积累到一定数量才能保证其生存，取得客户资源往往依赖于广告公司的信誉度、市场营销能力、综合服务能力等多方面因素，而这些条件的具备也需要经过长时间的积累。

4、专业人员壁垒

广告行业属于服务行业，服务水平和服务质量取决于人员的专业素质和服务能力。广告行业需要从业人员具备广泛的公关能力和专业的广告策划及营销能力。

（五）我国广告市场供求状况及变动原因

1、市场供求状况

在广告主、广告公司及媒体三方中，媒体提供广告发布平台，居于主导地位，具有较强的议价能力，因此，推动了媒体刊例价格的逐年上升，据《2007 年度中国广告产业生态调查报告》显示的结果，2003 到 2007 年我国媒体广告报价年平均增长 15%以上。广告需求增长和媒体资源相对稀缺所导致供求不平衡是媒体资源价格不断上升的主要原因。

（1）供给规模持续快速增长

广告行业供给的产品和服务内容主要是媒体经营单位和媒体代理公司所提供的媒体资源。我国的媒体供给主要是电视台、广播电台、报社、期刊社、户外媒体以及互联网等形式。

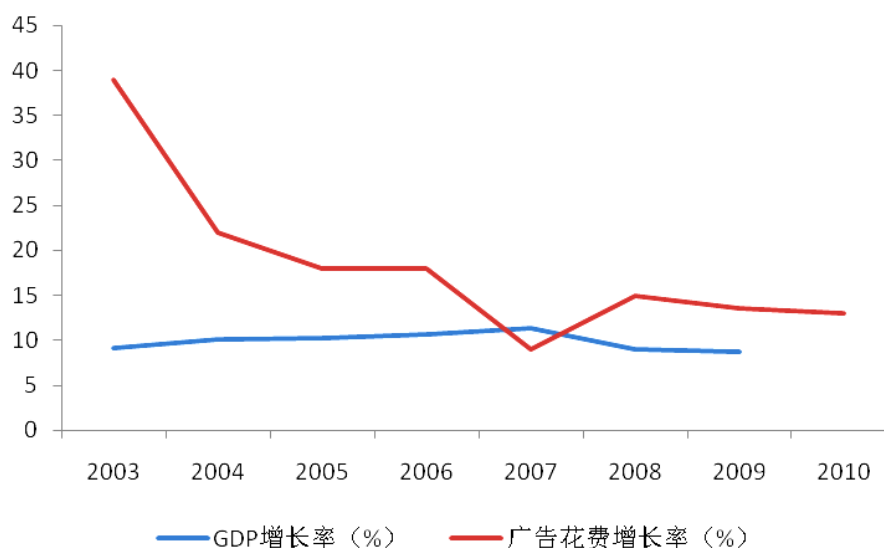
目前我国的各种媒体已经进入了高速增长阶段，推陈出新的速度不断提高。截至 2010 年末全国有电视台 2,816 家，广播电台 686 家，报社 1,823 家，期刊社 3,916 家，户外经营单位 75,922 家。这些媒体经营单位构成了广告行业的重要



供给方，使媒体广告代理保持可持续的稳定发展。

（2）需求因素：广告主投放需求增速较高

广告主的广告支出总额可以反映出广告行业的总需求。2010 年中国广告市场花费总额为 5,890.69 亿元人民币，较 2009 年增长 13%，增幅略小于 2009 年 13.5% 的增长率，但仍高于同期 GDP 增长率。2003-2010 年 GDP 增长率及广告花费增长率如下图所示：



资料来源：CTR

2、市场供求平稳增长的原因

广告行业市场供求的平衡，一方面取决于下游消费领域的平稳增长，另一方面也取决于上游媒体行业的平稳发展。国民经济的持续稳定增长及分配制度的优化，一方面提高了居民的可支配收入，从而提高了居民整体消费水平；另一方面促进了工商企业的积累和扩大再生产能力，使得消费品种不断丰富，从而推动了广告投放需求的提高。我国经济在未来一段时间内将继续保持快速稳定的增长态势，将促进各种消费品的需求增长，广告的投放量也将随着产品销售量的增长不断增加；同时经济增长也会带动文化产业的投资和需求，使各种广告媒体步入良性发展之路。

（六）行业利润水平的变动趋势及变动原因

广告行业上下游产业竞争激烈程度具有较大差异，其利润率水平也各不相同。



广告行业上游的媒体产业垄断特征明显，优质媒体资源极为稀缺，因此优质媒体单位有较强的议价权，普遍拥有较高的利润率。

中游广告公司间的利润水平差异较大，其利润率的高低取决于媒体资源的采购能力、营销能力以及提供服务种类的多寡。通常媒体单位对于采购量大、提前付款或付款及时的广告公司能够给予更高的折扣；而能够签署长期合作协议，锁定媒体资源成本的广告公司能够更多地享受标的价格上涨所带来的利润。另外，获得媒体资源后，营销能力又决定了广告公司的盈利水平：营销能力强、拥有更多客户资源的广告公司能够获得高于平均的利润。同时，广告公司所能提供服务种类的多寡也会影响利润水平：为客户提供一揽子服务可以有效使公司更好的整合内部资源，降低单位成本，提高利润率水平。

随着广告行业竞争的加剧以及市场化程度的提高，广告行业将进一步整合和洗牌，一般企业间利润率差会逐步缩小，具有集团化、规模化的公司将在竞争中更易取得优势地位。

（七）影响行业发展的因素

1、有利因素

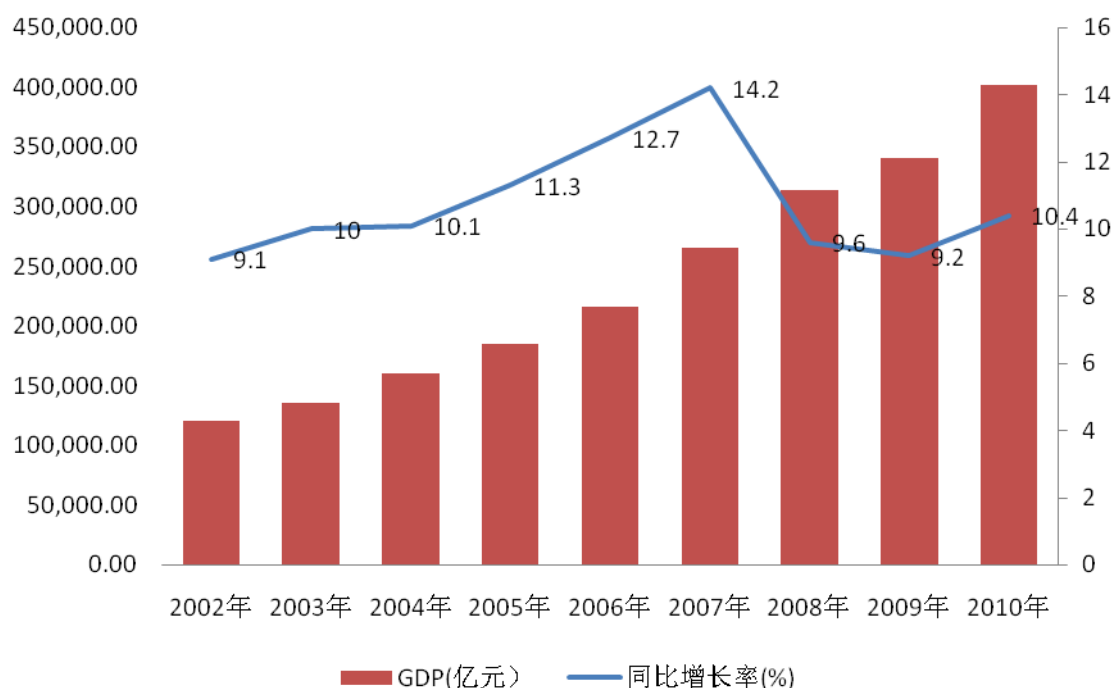
（1）国民经济的稳定增长将推动广告产业持续发展

自 2002 年以来连续九年保持年均 9% 以上的增长率，2010 年国内生产总值较 2009 年增长 10.4% 至 401,202.03 亿元，国民经济持续稳定发展。伴随着 GDP 的增长，居民人均可支配收入也不断提高。2010 年，我国城镇居民人均可支配收入 19,109 元，较 2009 年增长 11.27%；农村居民人均纯收入 5,919.01 元，较 2009 年增长 14.86%。

广告主的广告支出最终都由消费者承担，人均收入的增长代表了潜在消费能力的提高，代表了对广告需求有了较高的支付能力。

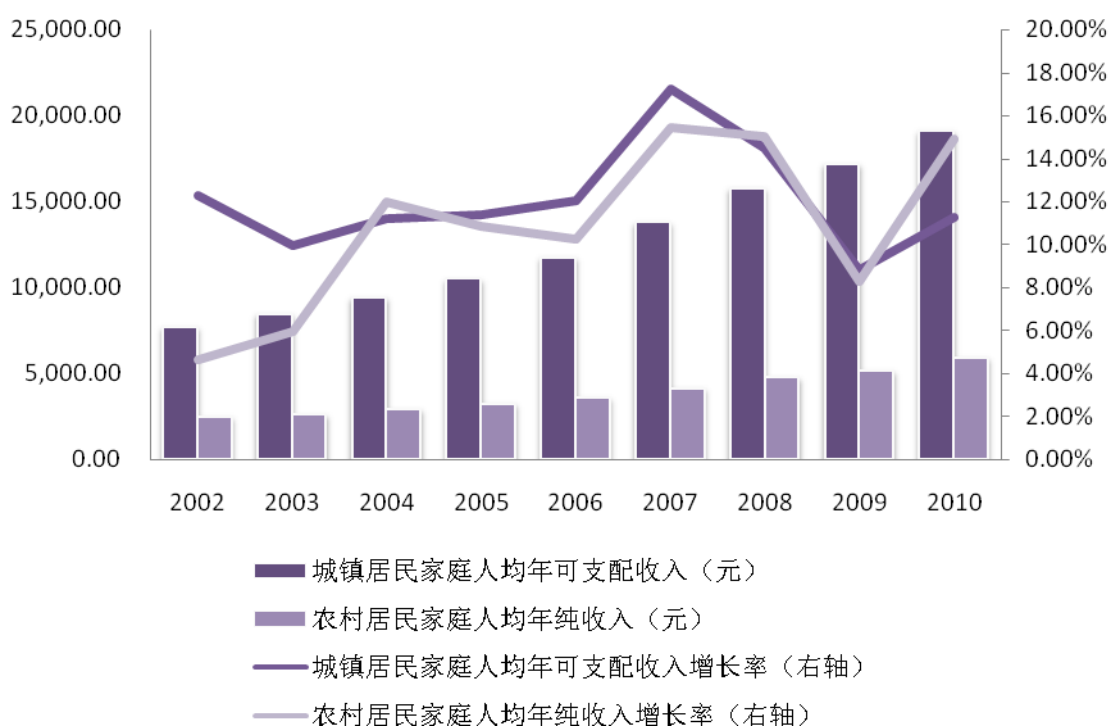


2002-2010 年国内生产总值及其增长率



资料来源：国家统计局数据

城镇居民人均可支配收入、农村居民人均纯收入及各自增长率



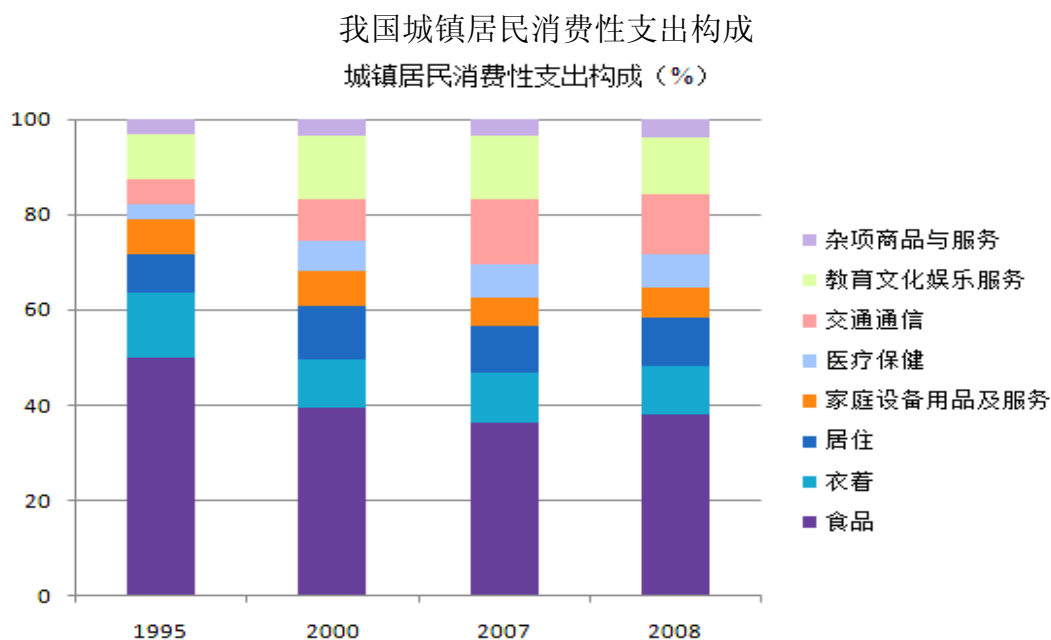
资料来源：国家统计局数据

(2) 居民消费升级和消费品结构调整有利于广告产业发展

伴随着消费观念的转变，我国居民的消费结构呈现明显的多元化、升级化趋



势。食品消费在消费支出中所占的比例正处于逐步下降的趋势,而教育文化娱乐、交通通信、医疗保健等的支出比重正在逐步增加。这些高附加值和高档耐用消费品在推广和营销过程中对广告的需求更高,而这些消费品消费总量的不断提高有利于广告产业实现快速增长。



资料来源:国家统计局数据

(3) 国家宏观政策的支持有利于广告产业稳定发展

自 2006 年以来,国家有关部门相继出台了包括《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》、《关于促进广告业发展的指导意见》、《文化产业振兴规划》以及《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》在内的指导意见,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,从产业准入到金融支持等方面都明确了各项支持措施。国家宏观政策的支持将有利于广告产业的稳定发展。

2011 年 10 月召开的十七届六中全会作出了《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》,该决定明确指出“要坚持中国特色社会主义文化发展道路,努力建设社会主义文化强国…推进文化产业结构调整,发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业,加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业…要培育一批核心竞争力强的国有或国有控股大型文化企业或企业集团,…支持国有文化企业面向资本市场融资”。



（4）城市化进程发展，将推动户外广告市场规模不断扩大

户外广告是伴随着城市化的进程和城市居民消费需求不断增长而发展的。在户外媒体形式中，楼宇和交通液晶屏广告、灯箱广告和高速路牌广告等媒体广告形式是依托于现代化城市体系而形成的。目前我国的城市化进程正在不断发展，城市化率以年均 1%左右的速度增长，目前为止已经超过 45%。

（5）新兴媒体形式将打开广告行业的发展空间

随着数字媒体技术和多媒体技术，互联网、无线通讯技术，以及新型材料技术等的高速发展，广告行业呈现细分领域和精准投放的发展趋势。以液晶屏电视为代表的户外媒体形式使广告行业出现崭新的细分市场，移动媒体技术使广告嫁接到移动终端实现精准投放，网络广告连续多年保持增长速度最快的记录。这些现象说明，未来新兴媒体将借助科技力量为广告行业带来更大的发展空间。

2、不利因素

（1）缺乏规范的竞争机制，市场成熟度不高

相对于发达国家，我国广告行业还处在起步阶段，市场竞争机制不完善，市场成熟度不高。由于行业竞争主体数量较多、行业的自律性较弱，竞争秩序还需进一步规范和完善。

这种状况不利于广告行业的长期稳定发展，不利于培育规范的市场环境。在这种局面下，势必需要行业监管部门通过制定相关产业政策、出台行业监管措施，同时加强行业自律指导，以提高行业的规范程度，提高市场成熟度。

（2）新媒体技术缺乏行业标准，阻碍广告行业规范发展

新兴媒体是广告行业发展过程中出现的新的增长点，是赶超国际水平的有力平台。我国新兴媒体的出现与国外的步伐基本一致，但是相关的行业规范及标准并未得到相应的建立。行业标准的制定代表着行业的透明度和成熟度，广告主在选择广告投放方式和媒体类型时需要获得相关参数，如覆盖度、到达率、价格和收视率等。然而行业的这些标准尚未有效建立，影响了行业的健康有序发展。



（八）行业技术水平及技术特点、周期性及季节性

1、行业的技术水平及技术特点

广告公司是连接媒体单位与广告主之间的桥梁，为媒体单位销售媒体资源、为广告主采购媒体资源提供代理服务。以传统的媒体代理和销售业务为支撑、积极拓展全面代理服务的广告公司才能获得更大的竞争优势。

2、行业的周期性及季节性

广告行业作为服务行业，具有周期性。其行业波动集中体现在客户需求的周期性和受众关注度的周期性变化。

广告行业的客户主要分布在商品制造业和流通业。各广告主每月的广告投放量不固定，因此广告公司的业绩在年度内会产生景气波动。广告行业存在一定的季节性，尤其是电视媒体广告代理业务。

广告客户的产品存在季节性消费淡旺季的情况，四季度及春节前后是大部分广告客户产品的销售高峰期，也是电视广告投放的高峰期；由于广告主的广告投放受重大事件的影响，投放计划会跟随热点事件的发生周期做动态调整，使行业经营产生一定的波动性，如果举办重大体育赛事、大型博览会、国内外热点活动等，在此期间也会出现电视广告集中投放的情况。

（九）发行人所处行业上、下游产业之间的关联性

发行人上游产业是媒体产业，我国优质媒体机构相对强势。下游产业是广告主，由于广告主涵盖了各个行业的广告投放需求者，并无统一的行业归属，因此广告行业具有下游需求广泛的特点。

发行人与上、下游产业之间的关联性可参见本节“一、主营业务情况”之“（二）行业现状及发展趋势”

三、发行人在行业中的竞争地位

公司自成立以来，始终专注于广告代理业务，营业额逐年增长，行业地位不断提高。



（一）市场占有率及变化情况

报告期内，发行人营业额稳步增长，市场占有率不断提高，具体如下表所示：

年度	发行人营业额（亿元）	广告公司总营业额（亿元）	发行人市场占有率
2007	4.84	688.48	0.70%
2008	6.64	778.33	0.85%
2009	8.47	849.43	1.00%
2010	14.53	940.35	1.55%

注：发行人市场占有率=发行人营业额/广告公司总营业额

根据中国广告协会历年发布的统计数据显示，按营业额排名，2010年，公司位列中国广告公司（包括在中国运营的国际4A公司）第14名。2008年-2010年，公司分别位列本土广告公司营业额第5名、第5名和第6名。

公司为央视主要广告代理商之一，已与央视合作长达15年，公司2010年招标采购额占央视非自营类招标成交总额的19.88%。

公司的会展业务稳步发展，承办了全部8届航空业国际性大型展览珠海航展、中国国际航空航天博览会、天津国际直升机博览会、中国（厦门）国际航空维修工程及服务技术展览会、中国（莱芜）国际航空运动器材装备展览会、2011北京国际无人机及航模展和2011环海南岛飞行拉力赛，此外，公司为索尼位于中国大陆境内专卖店的选址、装修、布展及公关活动等提供服务，公司积累了丰富的展览展示业务经验，在会展市场具备一定的行业地位。

（二）主要竞争对手

公司以电视媒体广告代理为核心业务，户外媒体代理也是公司重要的业务领域，两个业务领域竞争对手情况如下：



1、电视媒体代理业务中的竞争对手

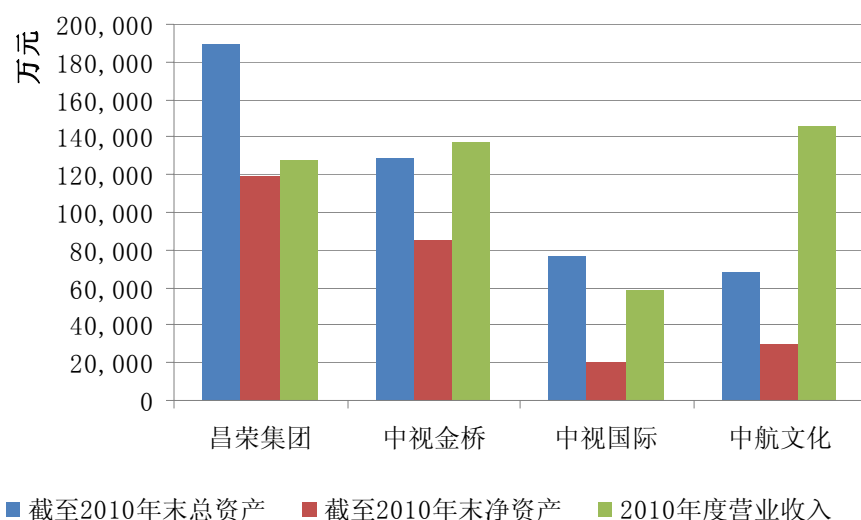
在电视媒体代理业务中，本公司的主要竞争对手见下表：

序号	名称	成立时间	公司类别	截至 2010 年 末总资产	截至 2010 年 末净资产	2010 年 营业收入	截至 2010 年末员工 人数	主要代理媒体及类别
1	北京未来广告有限公司	1992 年	央视直属公司	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	主要代理体育类栏目及电视剧节目电视媒体资源。 目前代理 CCTV-5 整频道、CCTV-8 整频道的电视媒体资源。
2	中视广经文化发展有限公司	2006 年	央视子公司	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	主要代理经济类栏目电视媒体资源。 目前代理 CCTV-2《中国财经报道》、《环球财经连线午间版》、《交换空间》等栏目的电视媒体资源。
3	中视金桥国际传媒控股有限公司	1999 年	民营，香港主板上市公司	128,424.80 万元	85,604.40 万元	137,317.30 万元	无法取得公开数据	主要代理新闻类、国际类、农业类栏目电视媒体资源。 目前代理 CCTV-1/新闻频道《新闻 30 分》，CCTV-1《晚间新闻》，CCTV-4、CCTV-7 部分栏目，CCTV-NEWS 整频道的电视媒体资源
4	上海中视国际广告有限公司	2002 年	央视控股的中视传媒股份有限公司之下属公司	76,902.99 万元	20,105.56 万元	58,002.71 万元	无法取得公开数据	主要代理科教类栏目电视媒体资源。 目前代理 CCTV-1：《黄金剧场》片尾无声标版；CCTV-8：《黄金强档》片尾无声标版；CCTV-10 整频道的电视媒体资源。
5	中外名人广告公司	1992 年	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	主要代理娱乐类栏目电视媒体资源。 目前代理 CCTV-3：《欢乐中国行》、《艺术人生》、《精品综艺》、《星光大道》、《挑战主持人》等栏目的电视媒体资源。
6	北京中视电传广告有限公司	2003 年	民营	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	主要代理娱乐类栏目电视媒体资源。 目前代理 CCTV-3 全天 13 个时段等的电视媒体资源。
7	昌荣集团	1995 年	民营，美国 NASDAQ 上市公司	28,663.20 万美元	18,027.50 万美元	19,240.10 万美元	525 人	主要代理经济类栏目电视媒体资源。 目前代理 CCTV-2《今日观察》、《第一时间》、《消费主张》等的电视媒体资源。

注：①上述广告公司基本情况主要来自网络公开信息、上市公司披露之公开披露信息及发行人提供的信息；② 财务数据摘自上市公司年报，非上市公司财务数据无法获取。



公司与昌荣集团、中视金桥、中视国际 2010 年末总资产及净资产，2010 年度营业收入对比关系见下图：



报告期内，公司电视媒体资源主要采购自央视，因此公司电视媒体代理业务中的主要竞争对手为以代理央视媒体资源为主的广告公司。

公司与竞争对手代理的栏目领域各有侧重，由于央视各频道所播出的节目类型不同，针对的观众群体存在差异，适合的广告主类型不同，因此各广告公司根据自身常年代理、运作的媒体资源的特点，形成了比较稳定的风格。公司以代理新闻类、经济类、法制类栏目媒体资源为主，积累了丰富的经验及广泛的客户群体，有能力持续获取相关媒体资源。

2、户外媒体代理业务中的竞争对手

在户外媒体广告代理业务中，本公司主要竞争对手见下表：

序号	名称	成立时间	公司类别	截至 2010 年末总资产	截至 2010 年末净资产	2010 年营业收入	截至 2010 年末员工人数	主要代理媒体及类别
1	分众传媒（中国）控股有限公司	2003 年	民营，美国 NASDAQ 上市公司	138,415.95 万美元	120,144.29 万美元	51,607.53 万美元	5151 人	拥有商业楼宇视频媒体、卖场终端视频媒体、公寓电梯平面媒体、户外大型 LED 彩屏媒体、手机无线广告媒体、互联网广告平台、分众直效商务 DM 媒体及数据库营销渠道
2	白马户外媒体有限公司	1995 年	民营，香港主板上市公司	325,327.20 万港元	280,622.30 万港元	126,160.00 万港元	518 人	截至 2010 年，白马广告在全国建立了覆盖 28 个城市的 33,000 个候车亭



3	大贺传媒股份有限公司	2000年	民营，香港创业板上市公司	61,643.50万元	34,454.10万元	41,322.50万元	无法取得公开数据	拥有户外媒体资源包括高速公路大牌、市区楼顶大牌及路边景观牌等约20万平方米，业务分布在全国多个城市。
4	航美传媒集团	2005年	民营，美国NASDAQ上市公司	34,718.60万美元	27,671.60万美元	23,646.00万美元	737人	机场媒体
5	雅士维集团	1993年	民营	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	机场媒体、户外广告牌、地铁媒体、轮渡媒体、购物商场、大型电子屏幕
6	德高中国	2005年	国际4A	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	地铁媒体、巴士媒体、机场媒体及校园媒体
7	北京欢颜广告有限公司	2001年	民营	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	北京出租车停靠站灯箱媒体、北京地铁一号线部分站厅墙贴媒体、北京东四环及其他环线部分单立柱媒体等。
8	北京财富传媒文化发展有限公司	2000年	民营	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	无法取得公开数据	高尔夫球场及练习场媒体，汽车城、汽车驾校、赛车场媒体等。
9	北青传媒股份有限公司	2001年	国有，香港主板上市公司	176,744.60万元	138,205.10万元	75,947.30万元	582人	北京机场T3航站楼LED业务，部分北京环线大牌。

注：①上述广告公司基本情况主要来自网络公开信息、上市公司披露之公开披露信息及发行人提供的信息；②财务数据摘自上市公司年报，非上市公司财务数据无法获取。

目前，公司户外媒体代理业务正处于战略调整期，处于历史最低点，因此影响了公司在户外媒体代理业务中的竞争地位。公司将逐渐淡出以居间代理形式经营的户外大牌、电子屏等传统户外广告媒体资源市场，坚持发展自有媒体。未来，公司将主要运作公司奥林匹克中心区户外媒体广告项目。

奥林匹克中心区户外媒体广告项目正式商业运作后，结合公司较强的营销能力、客户基础优势、品牌优势以及常年运作户外媒体资源的经验，将重新提升公司在户外媒体代理业务市场中的竞争力。

（三）发行人的核心竞争力

1、突出的策划与创意能力

广告活动是以市场调查为基础、策划创意为核心、媒介实施为重点的传播活动。公司的主营业务包括广告代理（包括电视媒体代理、户外媒体代理和客户代理）、会展、广告及影视制作等业务，策划与创意是各门类业务共同的业务核心



与主题。自我国广告市场发展以来，活跃在国内市场的国际 4A 公司一直代表着广告策划与创意的最高水平，国际的大客户、大品牌以及国内的一些优秀企业无不是国际 4A 公司的专属客户。但近年来，本土广告企业在策划与创意方面有了较大的提高，国内的知名企业、走向国际的国内企业逐步启用本土广告公司做为品牌管理和营销整合的代理人，在这些本土广告企业中，公司具有一定代表性。

公司将策划与创意为核心的媒体经营思想融入公司的经营策略和理念中。在公司目前的核心业务电视媒体代理业务方面，打破了过去媒体代理即是简单的采购与销售的传统经营思路，使策划与创意成为电视媒体代理业务的核心内容与重要环节。目前，电视媒体代理业务的策划内容主要包括两个方面：一方面针对电视媒体，其主要内容包括竞争性媒体资源分析、媒体资源策划、设计广告产品及制定广告产品销售策略等；另一方面针对广告主，其主要内容包括为客户提供竞争性品牌媒体投放策略分析、目标受众媒体接触习惯及生活形态分析、媒体投放策略、广告投放效果评估等服务。综合上述两方面，公司通过对购买的栏目与频道播出内容、形式、制片人团队和栏目主持人的定性研究，结合收视率、到达率和覆盖度、栏目播出时段、栏目受众群的构成等方面的定量分析，并根据对客户所处行业长期深入的研究，精确定位目标媒体资源的价值，选购项目资源并销售给适合的广告主。

相应地，公司建立了强大的策划创意团队，共有策划创意人员 85 人，部分人员拥有 20 多年的广告从业经验，特别是在电视媒体全频道、跨媒体及广告与节目的融合、广告与市场的融合、广告与受众的融合等方面具有丰富的经验。上述人员以工作小组的形式分布于策划中心及各个事业部，其组成及主要职责如下表所示：

策划工作组		主要职责
策划中心	CCTV-2 一组	媒体资源价值判断、竞争性媒体资源分析、媒体资源策划、大客户黄金资源代标策划、广告媒体营销策划、客户行业分析、客户产品消费群体媒体接触习惯分析、投放效果评估等
	CCTV-2 二组	
	频道组	
	CNC 组	
	全案组	综合电视媒体、户外媒体、会展、电视剧及大型活动等的全媒体创新推广策划、品牌诊断及媒介市场推广策略、投放效果评估、新媒体形式的挖掘、创



		业型媒体价值的评估等
	数据组	数据支持、数据研究及分析、媒体市场动态资讯收集等
各事业部策划人员		配合策划中心工作，就具体项目提供策划支持等

在公司传统和成熟的媒体资源经营，公司策划与创意为核心的媒体经营思想在公司新获资源的代理经营上收到了很好的效果。以 CCTV-12 频道整频道广告资源为例，公司 2009 年 12 月中标获取前，该频道由未来广告公司代理，年收入约 8000 万元。2010 年中标获取后，根据该频道的实际情况，公司确定了“以套装产品抓客户、以渠道客户促推广”的营销策略，辅助以其他各种策略、措施，2010 年 3—12 月该频道实现收入 10,197.43 万元，2011 年全年实现收入 20,996.69 万元，实现盈利。另外，针对 CCTV-12 频道媒体资源多，销售不饱和的情况，公司进行了媒体代理业务模式的创新探索，即利用部分广告资源，采用广告产品收入分成的方式与处于起步阶段的品牌相结合，进行了从传统的广告代理走向品牌营销与资源整合的新尝试。

2、业务品种齐全，多种传播资源平台优势

公司是国内少数几家拥有电视媒体代理、户外媒体代理、客户代理、会展及制作业务的业务品种齐全的广告文化类企业之一，在国内同行业企业中处于领先地位，具体情况如下图所示：



通过该等业务，一方面，公司能够为客户提供电视广告、户外广告、客户代理、会展活动、广告片制作、电视剧拍摄及植入式广告等多种形式的服务，为客户提供“一站式服务”平台和“媒体超市”。在提供单项服务的基础上，公司融合各项业务的特点，提出专业化多媒体整合营销模式，变单一媒体经营为多种媒体联营的广告服务新模式，客户的粘性有了提高；另一方面，公司跨媒体、品种齐全的服务平台与特点为公司带来了更大的协同效应：公司整体的策划与创意水平突破了单一业务门类的限制，具有更广阔的平台和更高的视角，在业界赢得了一定的地位，增强了竞争力。

公司跨媒体、多渠道的媒体资源使公司在集合国内、国外两个市场，开发国内、国际两种客户方面较更多的本土公司有较大优势。公司能够有效整合相关媒体资源，通过境内电视媒体资源、户外媒体资源、客户代理、会展等服务为境外客户在境内营销传播提供专业服务。同时，在服务国内客户走向国际化方面，公司购买了新华新闻电视网（CNC）中英文环球电视频道 58%可播广告资源 5



年独家广告经营权，该媒体资源具有全球的广度与高度，通过该媒体经营，公司承担了将中国企业、品牌推向国际的重任，该机遇与优势是更多本土广告公司所不具备的。

3、专业的信息采集及分析能力

在媒体广告经营过程中，广告公司处于产业链的中游，其运营环节涉及到所购买的媒体价值评估、广告产品研发、广告产品定价、客户媒体策略制定等，在这一系列过程中，专业的信息分析及运用能力是决定成败的重要因素。公司在多年的经营中，研发了具有公司特色的研究工具，如“媒体价值评估模型”、“广告产品定价模型”、“媒体筛选模型”等，借助这些研究工具，不仅可以实现媒体购买的科学性，而且可以实现客户服务的专业性，进而提升客户服务满意度并实现公司价值最大化。

公司提出了“数据说话”的理念，用数据说明现象，用现象支撑策略，并设置了专业的数据组，专门负责市场调查、购买及分析 ADP、InfoSys TV、CNRS 分析软件及相应的数据信息，从而积累了大量关于广告主、广告媒体、消费者的信息，相关数据信息情况如下表所示：

名称	信息系列
广告主	不同行业在不同媒体的广告投放份额
	竞争性品牌的广告投放情况，包括投放资金总量、投放地区、投放季节、投放媒体形式
	区域性企业与全国性企业的投放习惯
	不同成长阶段的企业的投放习惯
广告媒体	主要用于竞争栏目的收视率、评价广告投放效果、作为频道或栏目评估的基础
	收视率：各个栏目、频道的收视人次，例如不同周期、时段、不同人群的收视率
	到达率：人群覆盖比例
	有效接触频次：广告接触多少次记住
	频道、栏目的受欢迎程度、公信力指数、影响力指数、入户率指数、收视高峰、收视份额
消费者	消费者的生活形态
	消费者的媒体接触习惯
	各年龄阶层在各媒体的收视集中度



	各社会阶层对各媒体的收视倾向性
	不同性别、年龄、职业、学历等方面研究和定位目标受众

公司的信息与数据服务于采购、策划、销售、售后服务等业务的各个环节，并使公司受益。以媒体代理业务的采购环节为例，数据信息在媒体价值判断中的应用使公司能够成功获取有价值的媒体资源。2009 年央视公开招标中，依靠 8 年代理《经济信息联播》栏目的经验，并结合大量数据分析，公司以 5.60 亿元，高于底价 50.50% 中标取得《经济信息联播》的独家代理权，在央视所有栏目中排名第一。公司中标后，《经济信息联播》栏目 2010 年实现收入 7.05 亿元，2011 年实现收入 7.39 亿元，分别高出中标价 25.89%、31.96%。因此，数据信息的大量应用提高了公司的媒体价值判断能力。此外，在策划、销售和售后服务环节，信息的采集，数据的应用已成为常规的工作内容。

4、广泛的客户资源与高端媒体资源优势

凭借 16 年的专业经营，公司已发展成为一家拥有广泛客户群体、高端优质媒体资源的国有控股文化企业。具体如下：

（1）广泛的客户群体资源

凭借专业的广告策划创意、信息采集及分析能力，公司建立了广泛的客户资源基础，该等客户基础为公司获得更高端、更广泛的媒体资源提供了保证，从而形成了媒体资源与客户基础的良性循环。公司客户基础广泛，在汽车、酒类、金融、家电、服装和建材等广告投放重点领域，大量的知名品牌公司和行业龙头与公司保持着紧密的合作关系。公司建立长期联系的客户共有 3,151 家，包括 2,575 个直接客户和 576 个渠道客户。报告期内，与公司发生业务关系的客户共有 755 家，遍布全国 31 个省、自治区、直辖市，涵盖国民经济的主要行业。

（2）高端的媒体资源、丰富的广告产品

目前，公司已在财经类及法制类广告媒体资源中享有优势地位，拥有的广告媒体资源包括 CCTV-2 财经频道的龙头栏目——《经济信息联播》栏目广告资源；央视唯一的财经时事评论栏目——《经济半小时》栏目广告资源；我国惟一国家级法治专业频道——社会与法频道（CCTV-12）的独家广告资源；公司独家拥有作为中国对外报道第一窗口的中国新华新闻电视网（CNC）中英文台 58% 的广告资源；



北京奥林匹克中心区的户外媒体广告 5 年的独家经营权。

在拥有上述广告媒体资源的基础上，公司运用较强的策划与创意能力，通过研究媒体资源特性、广告受众及客户群体投放习惯制定不同的广告产品。该等广告产品形成了六大系列产品，从而满足不同客户的需求，降低了客户的成本。公司产品系列如下表所示：

广告资源系列	广告产品
财经频道	《经济信息联播》、《经济半小时》常规广告；
	《经济信息联播》、《经济半小时》5 秒+15 秒组合广告
	《经济信息联播》、《经济半小时》两会特项广告
	《经济信息联播》、《经济半小时》正倒一位置广告
	《一槌定音》常规广告
	《一槌定音》特约播映
	《一槌定音》礼品赞助
CCTV-12 频道	频道合作伙伴：彰显合作品牌特殊地位及企业实力
	导视冠名：整合频道内最优质时间点，实现全覆盖
	公益心时刻：凸显公益主题，提升公益广告品质
	栏目特约播映：融合品牌信息与栏目特色，实现品牌差异化传播
	栏目提示收看：强化消费者的品牌记忆
CNC	频道合作伙伴：彰显合作品牌特殊地位及企业实力
	畅游天下/企业风采：独特的专题片广告播出方式
	财经汇：整合高端财经平台
	黄金盛宴：聚焦全球黄金时间
户外	北京奥林匹克中心区 LCD 屏
会展	展览或赛事总冠名：权威行业综合实力的体现
	战略合作伙伴：拉动企业美誉度全线提升
	指定专业用品：独特营销提升国内影响
	活动赞助：灵活掌控，瞄准目标人群
电视剧	剧情植入：围绕剧情，将赞助企业品牌或产品融入剧中
	形象授权：授权使用本剧海报、剧照，将品牌、产品与电视剧巧妙融合



公关活动：在电视宣传推广活动中提供品牌搭载宣传
标版广告：将品牌 LOGO、产品、广告与等元素融入标版中

5、细分市场领域内的特色运营优势

央视的媒体资源大致可分为财经类、新闻类、体育类、娱乐类、少儿类等等，不同的代理公司在不同的细分领域与市场形成了各自的运用优势与特色。目前，与央视保持长期合作关系的公司主要包括：主营运营财经类、法制类栏目的本公司、主要运营新闻类栏目及中文国际频道广告的中视金桥、主要运营体育频道及栏目广告的北京未来广告公司、运作央视黄金资源招标代理业务及生活服务类栏目广告的昌荣集团。由于不同频道或栏目具有不同特色，适合不同的观众，因此各个频道及栏目广告拥有不同的客户群体。通过长时间运作相同或类似特色频道及栏目广告，公司与其他主要央视合作伙伴都拥有适合各自频道或栏目特色的客户群体，并与他们保持着紧密联系。

公司目前运营的《经济信息联播》、《经济半小时》两大热点栏目属于国内高端广告媒体资源，其价格水平在电视媒体广告中处于一流水平，客户来源也以高端客户为主。公司在财经类栏目积累了丰富经验与客户资源，与央视也建立了稳定的合作关系。

公司借助在财经类栏目的专业、特色优势，与其他与央视合作的代理公司也有良好的合作。例如，与在香港主板上市中视金桥和在美国 NASDAQ 上市昌荣集团均有大量合作，当该等公司的客户需要购买财经类频道或栏目资源时，上述公司会通过本公司来满足客户需求。

6、企业文化优势

目前国内的媒体具有一定的垄断性，而广告市场是充分竞争的市场，经过几十年的淘汰，具有一定实力的国有广告企业数量很少，公司是其中之一，在以民营和外资企业占据绝对优势地位的广告行业中显得十分突出。根据《现代广告》杂志排名，2010 年度公司营业额位列广东省广告股份有限公司和号百信息服务有限公司之后，排国有控股广告公司第三名。公司成功地把握了“国有体制，市场机制”的特点，在市场中凸显诚信、长远及社会责任，充分运用了市场的激励竞争机制，激情创新，在“轻资产、重智慧”的行业形成了“以人为本”的企业



文化，自公司成立以来一直保持着持续、快速和稳步增长。

四、发行人主要业务的具体情况

公司已经形成以电视媒体代理业务为核心业务，积极发展户外媒体代理业务、客户代理业务、会展业务及影视制作业务，向提供全面服务的广告集团发展的业务格局。

（一）电视媒体代理业务介绍

1、央视广告经营情况概述

央视是我国最大的媒体广告经营单位，其广告营业额排名连续多年蝉联电视媒体单位首位，2010年占我国电视广告营业额的27.71%。央视广告经营的市场化水平较高，较重视对广告公司的渠道建设，是较早实行广告代理制的电视媒体之一。经过多年合作、发展，央视已与广告代理公司之间已经形成了相互依存的关系和稳定的市场化合作方式。

（1）央视媒体资源分类

按销售渠道方式划分，央视媒体资源分为自营类媒体资源与非自营类媒体资源。自营类媒体资源是央视通过招标、签约认购等方式直接向客户进行销售的电视媒体资源。非自营类媒体资源是央视除自营类媒体资源以外的，针对广告代理公司进行招标、销售的媒体资源。

按资源形式上划分，央视媒体资源分为栏目广告及时段广告。栏目广告是在栏目标版出现后播出的广告，分栏目前、中、后三种插播方式。时段广告是同一个频道播出的两个栏目之间的广告。

（2）央视媒体资源的销售方式

①央视自营类媒体资源销售

自营媒体资源按销售方式分为招标竞购与签约认购。

招标竞购的媒体时间又俗称为“黄金资源时间”，主要是央视栏目《新闻联播》、《焦点访谈》、《每日天气预报》及大型晚会、整点新闻报时、电视剧冠名权等央视黄金节目的媒体资源。该类媒体资源每年直接面向广告主竞标一次，须由



广告代理公司代表广告主投标，央视针对不同的黄金时段媒体资源，设定了不同的投标方式。

由于黄金时段媒体资源的特殊性，其往往吸引了大量优质企业参与竞标，历来被称为“中国经济的晴雨表”，反映了各大广告投放企业每年的经济实力。2010年央视黄金资源广告招标，招标总额达到109.66亿元。

签约认购的媒体时间主要是满足特定客户特定需求的资源，为企业个性化的投放需求提供匹配契合的广告时间。

②非自营类媒体资源销售

近年来，央视非自营类媒体资源基本是以“招标或协商确定，正常情况续约”的销售模式运行。

2010年前，央视以招标和协商确定的方式销售非自营类媒体资源，并在正常经营合作的前提下，每年与合作广告代理公司续签合作协议。

2009年年底，央视对2010—2012年的非自营类媒体资源举行了一次大规模集中招标活动。该次招标采用“一次招标，两年续约”的销售模式，即2010年中标，2011年、2012年优先续约的方式进行销售。

2010年央视成交价前十位的非自营媒体资源招标情况如下：

频道	栏目名称	成交价(元)	占比	代理公司
CCTV-2	《经济信息联播》+《购物街》	560,020,000	9.88%	中航文化
CCTV-2	《经济半小时》+《创业课堂》	467,810,000	8.25%	中航文化
CCTV-4	中国新闻套	336,990,000	5.94%	中视金桥
CCTV-2	《今日观察》	289,080,000	5.10%	中视广经
CCTV-1	全天时段套	272,000,000	4.80%	文传世纪
CCTV-1	《晚间新闻》(贴片)	252,190,000	4.45%	中视金桥
CCTV-3	《星光大道》贴片+《挑战主持人》贴片	245,530,000	4.33%	中外名人
CCTV-3	晚间时段套	231,000,000	4.07%	中视无限(电传)
CCTV-2	《第一时间》贴片	210,900,000	3.72%	万象
CCTV-1	《新闻30分》	186,190,000	3.28%	中视金桥



	其他	2,618,960,000	46.18%	其他
	合计	5,670,670,000	100.00%	

2010年，央视招标的频道媒体资源情况如下：

频道	栏目名称	成交价(元)	占比	代理公司
CCTV-少儿	整频道广告承包	718,890,000	64.79%	中视广经
CCTV-12	整频道广告承包	320,000,000	28.84%	中航文化
CCTV-音乐	整频道广告承包	70,700,000	6.37%	邦德
	合计	1,109,590,000	100.00%	

(3) 参与竞标的广告代理公司资质要求

①资格要求

根据中央电视台广告部2009年10月18日发布的《2010年中央电视台承包资源广告经营代理权招标细则》（以下简称“《2010 央视招标细则》”）的规定，参与竞标的广告代理公司资格要求如下：具有国家工商行政管理机关颁发的营业执照；获得2009年中央电视台广告代理授权资格；在中央电视台代理投放广告时无欠款、无其他任何违规行为的广告公司，报名公司的关联公司如在中央电视台存在历史欠款或其他违规行为，则该公司不得参加报名；按照报名程序办理了报名手续。

②保证金要求

央视要求在参与竞标前，广告代理公司需要根据参与竞标的媒体资源的不同，缴纳数额不等的保证金。央视通过设定较高的保证金金额要求，确保参与竞标的广告公司具有一定的实力。

(4) 央视广告资源招标的具体方式与评标标准

2009年末，央视招标的具体方式与评标标准如下：

①报名与信用保证金

广告代理公司需在指定时间内，提交公司营业执照副本等文件，进行报名。报名的广告公司在通过资格审查并支付信用保证金后，方可参与竞标。



在参与竞标前，广告公司须以支票或汇款方式支付信用保证金。根据参与竞标项目的媒体资源价值，央视设定了不同的保证金金额。以 2009 年末竞标为例，招标持续 3 天，对央视非自营类媒体资源进行统一公开招标，由于竞标项目媒体资源价值的不同，设定的保证金金额有所不同，根据《2010 央视招标细则》，具体如下：

第一日的竞标项目包含《经济信息联播》栏目、《经济半小时》栏目及少儿频道整频道等的电视媒体资源，媒体资源价值较高，因此参与的投标单位就每个项目需交纳保证金 3000 万元；第二日的竞标项目包含《第一时间》栏目、《走遍中国》栏目及《经济与法》栏目等的电视媒体资源，媒体资源价值略低于前日，每个项目需交纳保证金 1000 万元；第三日竞标项目包含《中国财经报道》栏目、《交换空间》栏目等电视媒体资源，资源价值略低于前两日，需交纳保证金 300 万元。

保证金数额满足一个竞标项目，则可以参与一个竞标项目的竞标；保证金数额满足多个竞标项目，则可以参与多个项目的竞标，因此，如欲中标多个项目，需缴纳多份与项目数量相匹配的保证金。在某一轮次中未中标的投标单位，仍可以在其后的竞标轮次中参与投标。投标单位未中标的，信用保证金在招标活动结束后退还。

② 招标方式与评标标准

招标采取暗标方式进行，根据投标书中投标金额的高低确定中标单位，价高者得。如最高的投标金额出现两家或两家以上投标单位并列的情况，则通过电脑随机选号方式确定中标单位。无有效竞投的标的物，广告部将收回。

投标金额的要求有：1) 投标单位的投标价均不得低于广告部规定的标底价，否则视为无效投标；2) 投标单位的投标价不设立封顶界限，但各投标单位可以根据自身的经营能力在标底价基础上进行理性上浮。

③ 定金及签约

投标单位中标后，须在五个工作日内交纳招标项目中标价格的 30% 作为定金。交付的信用保证金自动转为定金，不足金额须由广告公司补足。

中标后五个工作日内，中标单位与央视广告部签订相关项目的广告承包任务



书或承包意向书，中标单位需按月提前向央视广告部支付承包款。

定金可分四次冲抵应付的广告款，每次在每季度的最后一个月付款时使用，每次冲抵额度为定金总额的四分之一。

④承包代理权的收回

根据中央电视台 2009 年 10 月 26 日颁布的《中央电视台广告部频道、栏目广告承包管理规定》，正式承包 3 个月以上，代理公司的经营未能达到承包额度标准，广告部有权再销售未满足部分的广告时长或终止该承包代理公司的承包代理权。承包权终止前，承包代理公司应按已签定承包任务书或承包意向书的金额支付广告款。

2、公司电视媒体代理业务介绍

公司电视媒体代理业务主要指集中采购电视媒体资源，经过公司策划，设计出广告产品并向广告主或其代理广告公司销售，以赚取中间差价及增值服务收益的业务。

公司自设立以来，即专注于电视媒体代理业务，至今已形成了一整套完整的电视媒体代理业务体系。自 1996 年公司代理了央视二套《生活》栏目起，从此开始与央视合作，并逐渐建立了与央视稳定的合作代理关系，至今已共代理了央视十个栏目一个频道。报告期内，公司代理的央视媒体资源如下：

时间	频道	栏目代理	额定总时长 (秒)	频道代理	额定总时长 (秒)
2009 年	CCTV-2	经济信息联播	85,920	—	—
		生活	29,220		
	CCTV-新闻	国际时讯	24,300		
		整点新闻	4,530		
2010 年	CCTV-2	经济信息联播	109,500	社会与法频道 (CCTV-12)	821,240
		经济半小时	76,650		
		购物街	9,360		
2011 年	CCTV-2	经济信息联播	118,140	社会与法频道 (CCTV-12)	1,335.525
		经济半小时	95,850		



		购物街	1,260		
		一槌定音	2,340		
	CCTV-新闻	法治在线	21,720		

报告期内，公司电视媒体代理业务收入情况如下表：

单位：万元

业务名称	2011 年		2010 年		2009 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电视媒体代理	140,953.44	87.32%	123,431.19	85.11%	52,347.46	62.49%

注：占比指占主营业务收入比。

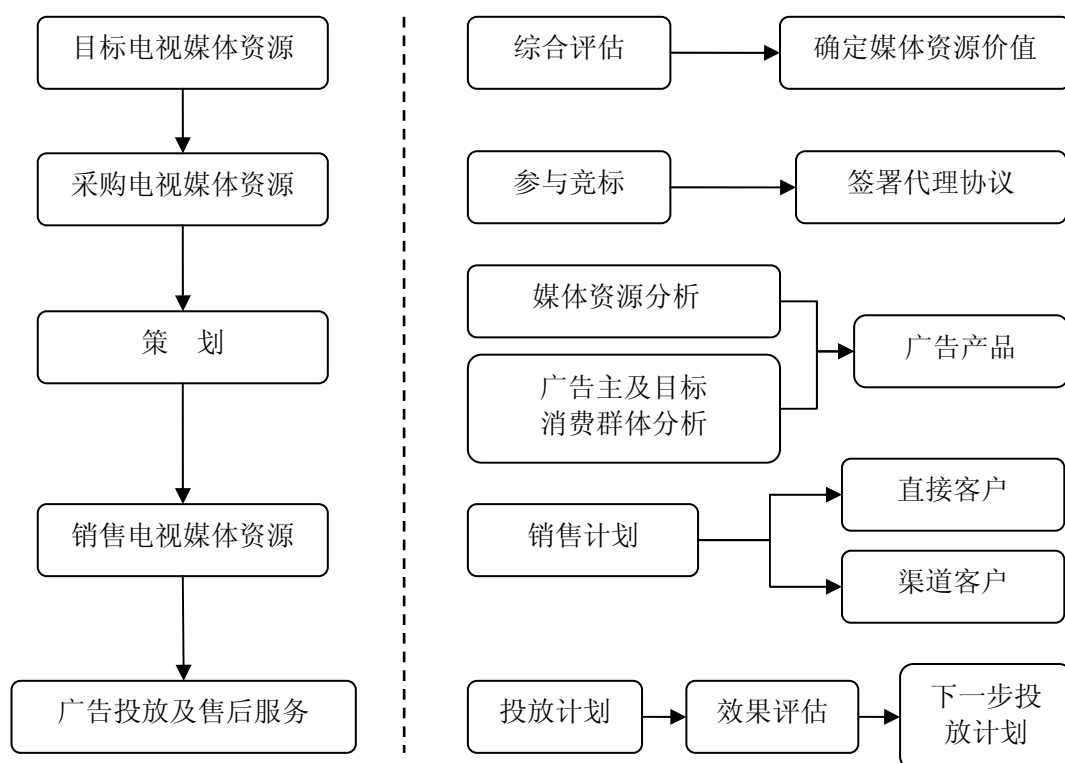
报告期内，公司部分电视媒体代理业务收入来自关联交易，具体情况如下：

单位：万元

业务名称	2011 年		2010 年		2009 年	
	金额	占同类业务收入比	金额	占同类业务收入比	金额	占同类业务收入比
电视媒体代理	140,953.44	100.00%	123,431.19	100.00%	52,347.46	100.00%
其中：关联交易	616.46	0.44%	3,959.00	3.21%	89.94	0.17%

3、电视媒体代理业务模式与流程

公司电视媒体代理业务目前全部代理央视栏目及时段媒体资源，适应央视媒体资源销售模式。公司电视媒体代理业务可分为确定目标媒体资源并评估其价值、媒体资源采购、广告产品策划、媒体资源销售、广告投放及提供售后服务五大步骤。



（1）确定目标媒体资源并评估其价值

公司建立有专业分析团队，针对各目标媒体资源播出内容、形式、节目定位等进行定性研究，并对收视率、到达率、覆盖率以及未来预期销售量等方面做定量研究，以综合评估目标媒体广告资源的价值，确定合理的采购价格，并锁定未来的销售风险。

（2）媒体资源采购

公司以央视规定、认可的方式进行媒体资源采购。

公司与央视所签订的采购协议一般约定由公司独家承包代理的方式买断相应媒体资源的广告代理权，并在央视同意前提下，约定公司拥有下一年度继续代理的优先选择权。

①采购定价方式

电视媒体广告代理业务中，公司通过参加竞标采购电视媒体资源，其采购价格为招标方式；续约情况下，公司需与央视协商定价。



②付款时点

报告期内，公司在央视栏目广告代理业务中，公司通常提前 10 天支付下一个月的承包款。对于超播部分，公司与央视会在年末与央视结算，并协商付款时间。

（3）策划

策划内容主要包括两个方面：一方面针对电视媒体，其主要内容包括竞争性媒体资源分析、媒体资源策划、设计广告产品及制定广告产品销售策略等；另一方面针对广告主，其主要内容包括为客户提供竞争性品牌媒体投放策略分析、目标受众媒体接触习惯及生活形态分析、媒体投放策略、广告投放效果评估等服务。

（4）媒体资源销售

公司通过营销手段将采购的媒体资源销售给下游直接客户（广告主）或渠道客户（广告代理公司），从而实现盈利。

公司针对销售环节制定了严格的销售制度，建立了团队管理体制，由团队协作完成销售和对客户的服务。同时，为了拓宽公司的销售渠道，实现公司媒体资源的最终销售，公司采取了直接销售和渠道销售相结合的复合型销售模式。其中，直接销售是指公司直接对广告主进行营销，并最终与其签订合同的销售方式；渠道销售是指公司对其他广告公司或通过其他广告公司对广告主进行营销，并最终与其他广告公司或广告主签订合同的销售方式。

（5）广告投放及售后服务

公司根据客户的要求，为其制定广告投放计划并安排进行广告投放，如客户需要，还可为其制作广告影片。为客户投放广告后，公司将对投放的广告进行跟踪，并监测电视媒体的播放情况。公司还会为客户进行投放效果分析并监控主要竞争对手投放情况，为客户提供全面周到的售后服务工作。

（二）户外媒体代理业务

1、公司户外媒体代理业务介绍

户外媒体代理是指购买一定区位和一定时间的户外媒体资源（如广告幕墙、广告牌）经过策划与创意并对外销售，赚取差价及增值服务收益的业务。



报告期内，公司户外媒体代理业务收入情况如下表：

单位：万元

业务名称	2011 年		2010 年		2009 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
户外媒体代理	3,304.76	2.05%	4,444.41	3.06%	16,050.48	19.16%

注：占比指占主营业务收入比。

报告期内，公司部分户外媒体代理业务收入来自关联交易，具体情况如下：

单位：万元

业务名称	2011 年		2010 年		2009 年	
	金额	占同类业务收入比	金额	占同类业务收入比	金额	占同类业务收入比
户外媒体代理	3,304.76	100.00%	4,444.41	100.00%	16,050.48	100.00%
其中：关联交易	1,231.35	37.25%	228.00	5.13%	-	-

（1）户外媒体代理业务发展历程

自 2003 年以来，公司的户外媒体代理业务经历了快速成长和逐年下滑两个时期。2003 年至 2008 年，公司营业收入由 659 万元上升至 1.88 亿元。受举办奥运会、世博会及金融危机的影响，户外媒体资源逐步减少，公司的户外媒体代理业务呈下降趋势。2010 年度，公司户外媒体代理业务的营业收入下降至 4,444.41 万元。

鉴于户外媒体代理业务毛利率较低，业务受市政政策影响较大且存在垫资购买广告资源而不能在有效期内卖出的情形，2011 年公司调整了户外媒体代理业务的发展战略，因此，2011 年度发行人户外媒体代理业务正处于策略调整期。2011 年，发行人户外媒体代理业务收入为 3,304.76 万元。

（2）户外媒体代理业务发展战略调整及发展趋势

为应对市政政策变动带来的不利风险，提高户外媒体代理业务的盈利水平，顺应户外媒体技术的发展，公司决定逐步淡出以代理形式经营的传统大牌等户外广告市场，发展以奥林匹克中心区综合信息发布平台为代表的具有政府公共信息发布、美化亮化城市、与公众互动等功能的新兴户外广告业务。

为贯彻上述发展战略，公司已与华奥信客签订了《北京奥林匹克中心区 5A



景区综合信息服务平台经营合作开发协议》（以下简称“合作开发协议”），共同对奥林匹克公园中心区公共区域及设施进行商业性广告经营活动的整体开发。奥林匹克中心区项目的具体情况如下：

①根据北京“十一五”规划，奥林匹克中心区是重点发展的六大高端产业功能区之一。奥林匹克中心区位于首都中轴线的最北端，规划占地面积 315 公顷，规划地上建筑面积 360 万平方米，将被打造成以文化体育为特色，集娱乐、休闲、购物、餐饮为一体的大型多功能国际化中高档商务服务中心，具有较高的商业价值；

②《合作开发协议》约定由华奥信客负责奥林匹克中心区合作区域信息平台广告媒体资源的开发建设，同时负责为合作区域户外广告经营办理或取得各项行政审批、立项、核准或备案文件，并不可撤销地、排他地授予公司独家享有合作区域户外广告经营权，即由公司具体经营广告业务，与客户签订广告发布合同，负责广告策划与投放等。该广告经营权自 2011 年 1 月 24 日起 5 年内有效。华奥信客与发行人在合作期限内按 4:6 比例分配广告营运收益；

③户外媒体主要为 130 块 LCD 屏幕，该屏幕能够全天候滚动播放广告。该等屏幕的设立已获得市政规划许可，被提前拆除的可能性较小，发行人运行该项目的不确定性较小。

目前，发行人对户外媒体代理业务进行了战略调整，逐步发展具有政府公共信息发布、美化亮化城市、与公众互动等功能的新兴户外广告业务，在一般情况下该等业务未来的毛利率高于现有户外媒体代理业务的毛利率。此外，发行人正在运作的奥林匹克公园中心区户外媒体广告资源属于优质资源，具有市场稀缺性，商业前景较为广阔。该项目的顺利运作将提高发行人户外媒体代理业务营业收入及盈利水平。

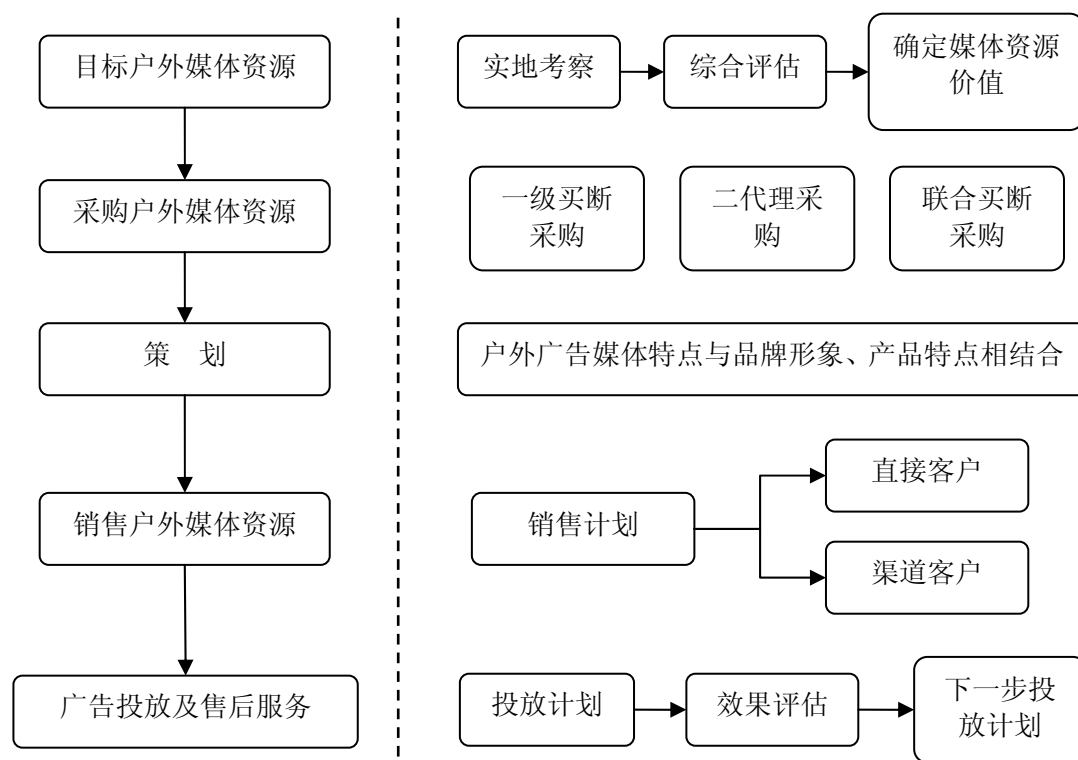
经核查，保荐人认为，公司户外媒体代理业务进一步下滑的风险较小。

申报会计师认为，公司经营的传统户外媒体代理业务收入规模较小，毛利较低，通过 2011 年的战略调整，目前运营的奥林匹克中心区户外媒体广告项目等新兴业务有着较好商业前景，未来户外媒体代理业务营业收入及毛利率水平有望提升，不存在业绩进一步下降的风险。



2、户外媒体代理的业务模式与流程

公司户外媒体代理业务主要包括两种模式：模式一，首先确定客户媒体资源投放、采购意向，再根据客户需求采购户外媒体广告资源；模式二，根据自身判断，购买户外媒体广告资源，再寻找客户，对外销售该资源。公司户外媒体代理业务流程与电视媒体代理业务流程相近。公司户外媒体代理业务可分为确定目标媒体资源并评估其价值、媒体资源采购、策划、媒体资源销售、广告投放及提供售后服务五大步骤。



(1) 确定目标媒体资源并评估其价值

公司主要选取机场、高速路沿线、环路沿线及商业中心区等人流量大、聚集度高、消费水平高的区域的单立柱、墙面大牌、楼顶大牌等传统户外媒体作为目标媒体资源。公司安排专业人员对上述重点区域的户外媒体资源进行不间断的实地信息收集及整理工作，综合评估其价值。

(2) 户外媒体采购

公司依据评估结果与媒体主进行谈判或参加投标。经过双方协商认可，或者招标选定，对购买协议的主要条款进行商定，并签署户外广告购买协议，在签约



后公司将依据合同付款。

①采购定价方法

户外媒体广告代理业务中，发行人与媒体供应方采取协商定价和投标定价两种方式。协商定价是在媒体供应方提供的刊例价基础上，根据媒体的预期销售状况与媒体供应方协商一定的折扣确定采购价格；投标定价是媒体方通过招标的方式，征集投标方，发行人根据媒体的市场估价水平和自身销售能力，进行投标，经招标方优选确定中标方采购价格。报告期内，发行人主要采取协商定价方式进行采购。

②付款时点

对于协商定价采购的媒体资源，发行人通常采取提前一月或一季度支付采购价款。对于招投标采购的媒体资源，发行人通常采取提前一年支付采购价款。

③成本结转方法和时点

发行人针对每笔交易，根据合同约定的广告发布期和相应的金额分期确认采购成本。

（3）策划

公司根据曝光频次、可视范围、每天受众量确定户外广告媒体的价值，根据广告主品牌形象、产品特点为其推荐或选择合适的户外广告媒体。

（4）户外媒体销售

公司根据与客户签署的购买协议，将采购的媒体资源销售给客户，从而实现盈利。

（5）售后服务

公司户外媒体售后服务主要包括为客户提供媒体监控报告、监控效果分析及下阶段媒体投放方案等。

（三）客户代理业务

1、公司客户代理业务介绍

客户代理是指为客户提供媒介策划、媒体购买、公关策划、品牌整合、广告



创意和会展等服务的业务。

报告期内，公司客户代理收入情况如下表：

单位：万元

业务名称	2011 年		2010 年		2009 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
客户代理	6,360.19	3.94%	11,386.13	7.85%	13,540.24	16.16%

注：占比指占主营业务收入比。

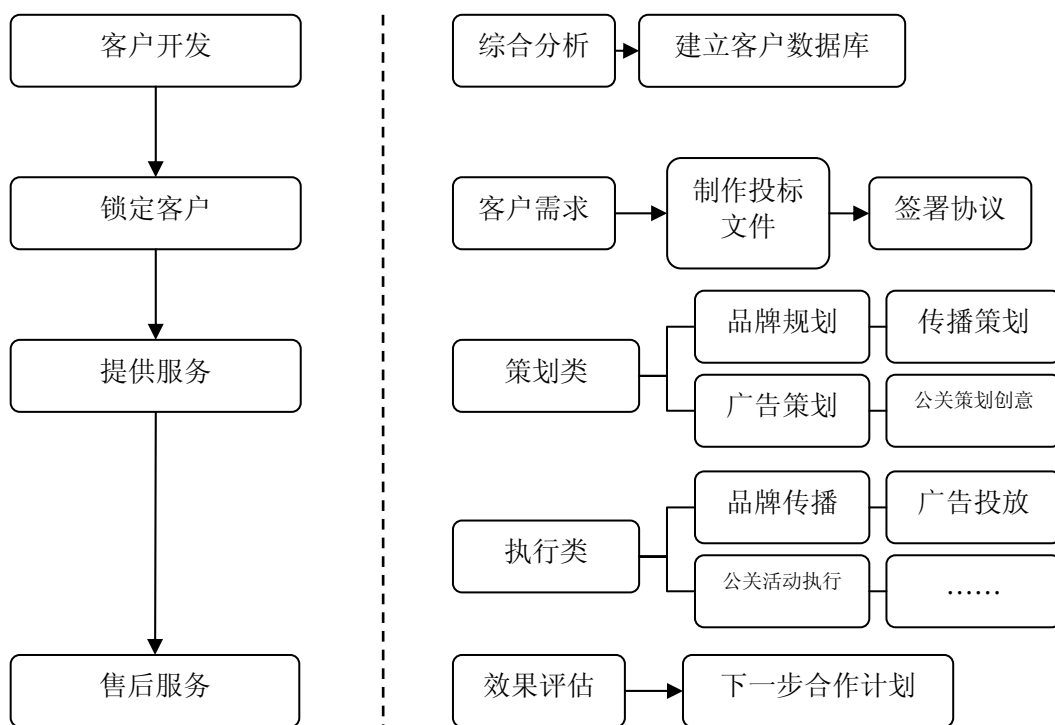
报告期内，公司部分客户代理收入来自关联交易，具体情况如下：

单位：万元

业务名称	2011 年		2010 年		2009 年	
	金额	占同类业务收入比	金额	占同类业务收入比	金额	占同类业务收入比
客户代理	6,360.19	100.00%	11,386.13	100.00%	13,540.24	100.00%
其中：关联交易	—	—	1,273.46	11.18%	5,100.53	37.67%

2、客户代理业务模式

客户代理业务从广告主入手，以广告主为服务对象开展业务。业务流程可以分为客户开发、锁定客户、提供服务及售后服务四大步骤。



（1）客户开发

客户代理业务是以客户需求为核心的业务类型，因此在客户开发阶段的主要业务内容就是寻找合适的客户，并挖掘其需求。公司专业团队会根据以往的业务经验和相关数据积累，判断客户所在行业的广告代理需求和需要的服务模式，创建出有针对性的客户数据库并制定相应的服务方案。

（2）锁定客户

客户在确定需求后，会向本公司提出动议，作出初步的推广预算。确定初步合作意向后，公司将制定详细的合作方案和投标文件。投标文件通常包括媒介策划、媒体购买、公关策划、品牌整合、广告创意、核算报价等内容。经过客户的选定后，明确最终的合作意向并签署相关服务协议。

（3）提供服务

公司将组织相关的业务人员组成客户服务团队，为客户提供协议约定的服务内容。公司提供的服务包括策划类服务及传播类服务。



（4）售后服务

在服务过程中，公司与客户随时保持双向的沟通，对上一阶段的服务效果进行检测并提供评测报告。根据新的情况，不断更新方案，并规划下一阶段的合作内容。

（四）会展业务

1、会展业务介绍

会展是公司的传统业务，指为客户提供各类会展招商、演出策划、公关策划和巡回展示等服务，通过收取展览展示承办费，并出售相关媒体资源获取收益的业务。

报告期内，公司会展业务收入情况如下表：

业务名称	2011 年		2010 年		2009 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
会展	10,273.47	6.36%	4,748.06	3.27%	1,073.19	1.28%

注：占比指占主营业务收入比。

会展业务主要包括展览组织、展览工程和大型活动。展览组织指对展会的策划营销，展会承办组织，展会服务管理等全程服务。展览工程是指与展览、展示、展台搭建相关的大型项目。大型活动指对活动策划及方案制定，市场开拓，营销方案、项目管理、广告策划及整个活动过程中的组织管理等。

报告期内，公司的会展业务稳步发展，形成了以策划、组织专业性展会，和展览、展示、商业空间、大型活动的设计、工程以及大型临促活动为主的展览全产业链业务发展方向。公司拥有为军工行业长期的服务与经验，与美国、意大利、法国等国家的专业展览公司有长期合作，并与天津、厦门、青岛、珠海等城市、地区政府建立了良好的合作关系，并在国内 9 个重点城市建立了活动执行机构和供应商网络。

公司至今已成功承办了全部 8 届珠海航展。通过该航展，公司积累了丰富的会展举办经验。报告期内，公司举办了以下航展：中国国际航空航天博览会、天津国际直升机博览会、中国（厦门）国际航空维修工程及服务技术展览会、中国



（莱芜）国际航空运动器材装备展览会、2011 北京国际无人机及航模展和 2011 环海南岛飞行拉力赛、福特车展、航空百年展等会展活动。其中，展览组织包括资料整理、参展会议组织、嘉宾接待等，展览工程包括展台设计、展台搭建等。

同时，公司积极进行商业模式创新，培育优质客户，2010 年与索尼中国建立了战略合作关系，为索尼位于中国大陆境内专卖店的选址、装修、布展及公关活动等提供服务。此外，公司已为 20 余家军工企业设计、实施了展厅、博物馆工程；为日本电装、日本京瓷公司等世界五百强企业长期提供会展服务。

报告期内，公司部分会展业务收入来自关联交易，具体情况如下：

单位：万元

业务名称	2011 年		2010 年		2009 年	
	金额	占同类业务收入比	金额	占同类业务收入比	金额	占同类业务收入比
会展	10,273.47	100.00%	4,748.06	100.00%	1,073.19	100.00%
其中：关联交易	2,722.33	26.50%	3,470.39	73.09%	1,073.19	100.00%

2、会展业务流程

会展组织业务主要分为四个阶段：策划阶段、招商、招展阶段、展会开幕及展期服务阶段、展后总结阶段。其中，策划阶段主要是规划会展主题，设置会展活动形式、设计会场展厅布局及制作平面宣传片等活动。此外，策划还包括整个会展活动的宣传策划，例如会展宣传广告片创意的确定、广告片的制作、投放媒体的选择等内容。

会展工程及大型公关活动主要分为三个阶段工作：设计策划阶段、实施阶段和结算阶段。

（五）影视制作业务

影视制作业务主要包括制作广告片、专题片和影视剧。

报告期内，公司与空军政治部合作拍摄了大型电视连续剧《鹰隼大队》，已在央视一套播出；截至本招股说明书出具之日，公司已完成电视连续剧《我为出嫁狂》的拍摄工作。

影视制作业务是文化产业的高端业务，可与公司其它业务实现有效联动，如



影视节目中可为公司带来植入式广告媒体资源，影视节目的热播带来的关注热度有利于公司为客户进行其他形式的推广活动。

报告期内，公司广告制作业务收入情况如下表：

单位：万元

业务名称	2011 年		2010 年		2009 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
制作	532.79	0.33%	1,013.35	0.70%	759.21	0.91%

注：占比指占主营业务收入比。

报告期内，公司部分制作业务收入来自关联交易，具体情况如下：

单位：万元

业务名称	2011 年		2010 年		2009 年	
	金额	占同类业务收入比	金额	占同类业务收入比	金额	占同类业务收入比
制作	532.79	100.00%	1,013.35	100.00%	759.21	100.00%
其中：关联交易	305.64	57.36%	429.82	42.42%	563.35	74.19%

（六）报告期公司的采购和销售情况

1、采购情况

（1）公司各业务具体采购情况

①电视媒体代理业务

公司的电视媒体代理业务采购内容为电视栏目的广告代理权，广告代理权的计量单位为广告时长。

电视媒体单位制定并对外公布广告刊例价，一般按照 5 秒、10 秒、15 秒、20 秒、25 秒及 30 秒分别报价，公司在采购广告时段时，由于属于承包经营采购，媒体单位通常以 30 秒刊例价作为定价基础，并在此基础上给予一定折扣。

报告期内，公司的电视媒体资源主要是从中央电视台采购，按年承包。一般情况下，公司通常按月与央视签订的播放协议书，提前 10 天支付下一个月的承包款。若央视未提交播放协议书，则公司暂不支付承包款。对于超播时长，公司与央视会在广告发布后进行结算并协商付款时间。



公司按照与央视签订的《栏目广告承包协议》的约定，根据当月实际的播出量和承包协议约定的价格分期确认成本，且归属于承包年度的承包款和超播款无论是否支付，均计入当年营业成本。

②户外媒体代理业务

公司的户外媒体广告代理业务采购内容为单立柱、大牌、灯箱、霓虹灯、墙体、楼顶、车体和液晶屏等户外媒体资源在一定期限内的广告发布权。

户外媒体代理中业务一般采取协商定价方式，即在媒体供应方提供的刊例价基础上，根据媒体的预期销售状况与媒体供应方协商一定的折扣确定采购价格。

公司通常采取提前一月或一季度支付户外媒体采购价款。

针对每笔户外媒体广告代理业务，公司根据合同约定的广告发布期和相应的金额分期确认营业成本。

③客户代理业务

公司的客户代理业务按照客户的投放需求和意向，为客户采购其所需要的媒体形式，并协助采购其他辅助服务内容，采购的内容具体包括电视媒体资源、报纸媒体资源和户外媒体资源等，并提供相关服务。

客户代理业务的采购定价与电视媒体代理业务及户外媒体代理业务类似，区别在于公司通常需按照客户的预算制定各类可行的广告投放方案和报价方案，在客户选择恰当的投放方案后，确定相应的采购成本金额。

客户代理业务的付款时点与电视媒体代理业务及户外媒体代理业务相同，不同协议执行不同的付款时点，通常按月或季度提前支付。

针对每笔客户代理业务，公司执行客户选定的报价方案后，根据合同约定，在广告投放期内按照广告投放量分期确认营业成本。

④会展业务

公司的会展业务采购内容主要是会展设施的购买与租赁，相关成本支出包括展台的搭建、参展人员食宿交通、展厅物业租金、外聘人员劳务和展品运输等。

会展业务采购中一般采取参照市场报价协商定价方式。



会展业务的采购付款通常为现款现货方式，对于展台的搭建，存在劳务完成后再付款的情形。

针对每笔会展业务，公司在会展业务完成后，在结转会展收入的同时，将实际已发生的成本确认为营业成本。

⑤制作业务

公司的制作业务包括广告片制作和宣传制作，广告片制作的采购内容包括道具租赁、动画制作剪辑、配音等，宣传制作的采购内容包括展板、条幅、印刷等。

制作业务采购中一般采取参照市场报价协商定价方式。

制作业务的采购付款通常为现款现货方式。

针对每笔制作业务，公司在制作业务完成后，在结转制作收入的同时，将实际已发生的成本确认为营业成本；对于为广告代理服务、不单独收费的制作项目，公司于广告收入确认时，将实际已发生的成本确认为营业成本。

经核查，保荐人认为，公司各类业务的采购内容、采购定价方法和付款时点符合公平竞争的市场化交易原则，成本结转时点和方法符合企业会计准则有关规定及谨慎性原则。

申报会计师认为，公司各类业务的收入确认原则符合《企业会计准则—收入》及其应用指南的有关规定，销售定价方法和收款时点符合公平竞争的市场化交易原则。

(2) 报告期内公司前五大供应商的采购情况

报告期内，发行人的供应商主要是央视和其他广告公司，其中前五位供应商的采购情况如下：

序号	供应商名称	采购金额（万元）	占营业成本比例（%）
2011 年度			
1	中央电视台	115,138.00	83.61
2	中视金桥国际传媒有限公司	1,846.00	1.34
3	北京中外名人广告有限公司	1,325.00	0.96
4	三星影视交流中心	1,002.00	0.73



5	北京浩博时艺广告有限公司	620.00	0.45
合计		119,931.00	87.09
2010 年度			
1	中央电视台	108,001.02	83.84
2	易通方达文化传媒（北京）有限公司	1,328.37	1.03
3	北京兆森广告有限公司	1,008.11	0.78
4	北京中兴信诚广告有限公司	899.78	0.70
5	北京未来广告有限公司	826.39	0.64
合计		112,063.67	87.00
2009 年度			
1	中央电视台	44,330.14	60.89
2	北京华夏星航广告公司	7,016.23	9.64
3	北京兆森广告有限公司	2,671.84	3.67
4	北京未来广告有限公司	2,456.35	3.37
5	北京炎黄鼎盛广告公司	1,739.50	2.39
合计		58,214.06	79.96

报告期内，公司电视媒体广告时间全部采购自央视，2009 年—2011 年采购金额分别为 44,330.14 万元、108,001.01 万元和 115,138.00 万元，占报告期内历年营业成本的比例为 60.89%、83.84%和 83.61%，采购金额呈上升趋势。上升原因一方面在于自央视采购的广告时间单位成本逐年提高；另一方面是报告期内公司自央视采购的广告时间逐年增加所致。2009—2011 年公司自央视采购的广告时间分别为 143,970 秒、1,016,750 秒和 1,574,835 秒。

报告期内，公司前五大供应商采购比重逐年提高的原因在于央视采购的电视媒体广告资源占比较大，并逐年提高。

报告期内，公司前五名供应商中无本公司关联方，除此以外公司董事、监事、高级管理人员，主要关联方及持有公司 5%以上股份的股东在上述供应商中亦均无权益。

2、销售情况

（1）电视媒体广告销售情况



公司提供的电视媒体广告服务所面对的消费群体主要是国民经济中各行业企业广告主，以及从事客户代理的广告公司。报告期内，本公司所面对的客户较为稳定，主要大客户与公司保持了长期稳定的合作关系。

①销售定价方法

公司销售的广告时段，采取市场化的定价机制，通常按照竞标成本价、期间发生的费用以及必要利润测算出一个刊例价，报央视备案，再根据媒体公布的刊例价的一定折扣销售。对不同栏目，公司采取不同的销售策略，根据栏目情况和市场情况调整销售价格。

②收入确认方法及时点

对于电视媒体代理业务的收入确认，公司严格按照《企业会计准则》和相关会计政策、按照权责发生制原则，并依据协议约定在广告发布期内分期确认收入。

电视媒体广告代理业务的款项通常根据合同约定采取分期收款的方式在每一发布期（月/季度）前预收。

③销售广告时长

公司实际代理销售的央视广告时长通常与额定时长存在差异。当广告销售状况良好时，公司会申请要求央视临时延长广告代理时长，因此会出现超播的现象；当广告销售不利或者遇到央视栏目变动时，实际销售的广告时长会低于额定时长。当两者出现差异时，处理方式如下：

当实际总时长大于额定承包时长时，超出部分时长，按对外公布中标价格向央视支付超播费用；

如果实际总时长小于额定承包时长，不做任何处理。

（2）户外媒体销售情况

本公司户外媒体的销售对象主要是国内外知名品牌客户和有实力的著名广告公司，销售价格根据媒体资源的供求状况采用成本加成的办法来确定。

①户外媒体销售定价方法

对于户外媒体广告的销售，公司通常采取参考定价和加成定价两种方式。在



参考定价模式下，公司以类似媒体的市场报价为基础，同时考虑自身采购成本、资源稀缺性以及客户接受度等因素，制定对外刊例价，并采取一定的折扣进行销售；在加成定价模式下，公司以媒体的采购成本和媒体的利润空间为基础，向客户进行报价，双方在协商的基础上确定交易价格。

②收入确认方法及及时点

户外媒体广告代理业务收入确认时点与电视媒体广告代理业务相同，按照协议约定在广告发布期内分期确认收入。

户外媒体广告代理业务的款项通常根据协议的约定，按照广告上刊投放进度分期收取，并根据不同媒体资源质量和客户信誉度情况选择发布期前预收、发布期间收取或发布后收取等三种方式。

（3）客户代理业务的销售情况

①销售定价方法

在客户综合代理业务中，公司按照客户的预算制定各类广告投放方案和相应的媒体报价水平，供客户选择。经客户选择并明确投放方案后，公司的媒体销售价格即获得确认。

②收入确认方法和时点

客户综合代理业务收入确认时点与电视媒体广告代理业务类似，按照劳务完成情况分期进行确认。

客户综合代理业务的收款时点与户外媒体广告代理业务类似，通常按照协议约定依据广告投放进度分次收取，同时会考虑客户的信誉度等情况采取预收或先上刊后收款的方式。

（4）会展业务

①销售定价方法

公司对会展业务通常采取成本加成的方法确定销售价格，加成比率因项目规模、难易度、客户意愿及议价能力而各项目存在差异，有些客户还会要求对实际发生成本进行审计后才予认可。



②收入确认方法及时点

对于会展业务的收入确认，公司按照《企业会计准则—收入》及其应用指南中关于提供劳务收入确认的规定，对会展业务已完成，相关的收入已经取得或取得了收款的凭据，且与该会展有关的成本能够可靠地计量时，确认会展收入的实现。

会展业务的款项通常根据协议的约定，同时考虑客户信誉度等情况，分别采取预收、按照进度收取或会展完成后收取等三种方式。

（5）制作业务

①销售定价方法

公司对制作业务通常采取参考类似业务的市场报价，同时考虑自身成本、难易度及客户接受度等因素确定销售价格。

②收入确认方法及时点

对于制作业务的收入确认，公司按照《企业会计准则—收入》及其应用指南中关于提供劳务收入确认的规定，对制作业务已完成，相关的收入已经取得或取得了收款的凭据，且与该制作有关的成本能够可靠地计量时，确认制作收入的实现。

制作业务的款项通常根据协议的约定，同时考虑客户信誉度等情况，分别采取预收或按照进度收取两种方式。

经核查，保荐人认为，公司各类业务的收入确认原则和时点符合《企业会计准则-收入》及其应用指南的有关规定、销售定价方法和收款时点符合公平竞争的市场化交易原则。

申报会计师认为，公司各类业务的收入确认原则符合《企业会计准则—收入》及其应用指南的有关规定，销售定价方法和收款时点符合公平竞争的市场化交易原则。

（6）公司向国内广告代理公司和国际 4A 公司销售情况

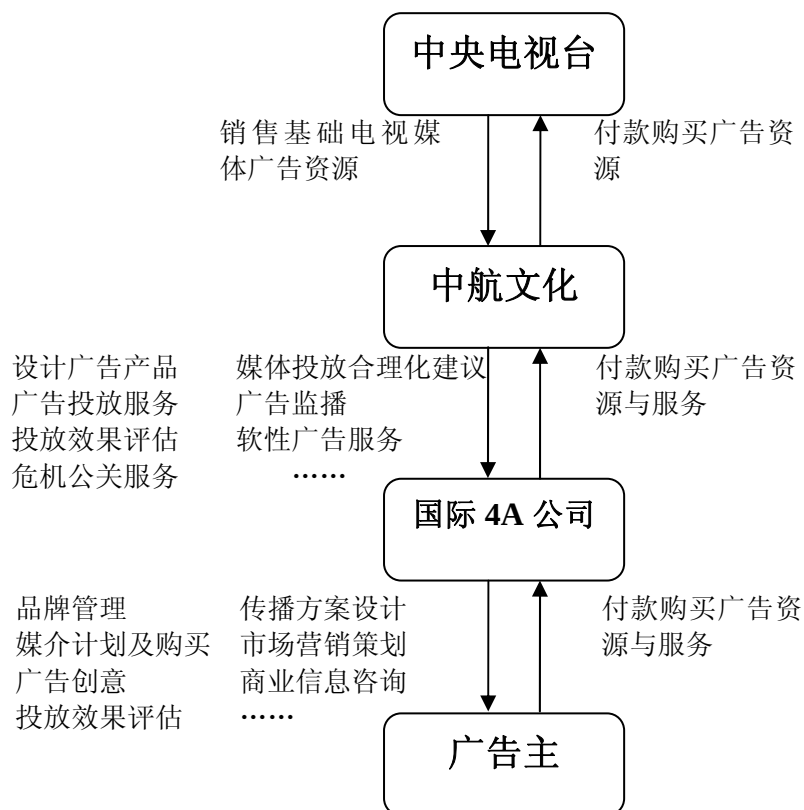
公司的渠道客户为国内广告代理公司或国际 4A 公司，具有资信等级高、客户资源丰富等特点，有利于实现公司媒体资源的最终销售。



发行人为中国 4A 公司之一，不仅拥有广告创意、策划、数据分析等能力，而且拥有优质高端的媒体资源。国际 4A 公司代理的客户一般为国际知名品牌，对合作方要求较高，其合作方不仅应拥有优质高端的媒体资源，还应具备良好的信誉及全方位的服务能力，包括策划、数据分析等，发行人与国际 4A 公司保持着紧密合作关系。

报告期内，与发行人保持业务联系的国际 4A 公司有 17 家，包括上海李奥贝纳广告有限公司、盛世长城国际广告有限公司、北京电通广告有限公司、北京恒美广告有限公司、智威汤逊中乔广告有限公司、阳狮广告有限公司、麦肯光明广告有限公司、上海博报堂广告有限公司等。

报告期内，发行人与国际 4A 公司的业务合作主要在电视媒体、户外媒体领域，具体合作模式如下：公司代理电视媒体、户外媒体资源，并通过分析媒体资源的特征，拆分、包装、整合相关媒体资源，根据不同广告投放需求的制作广告产品，向国际 4A 公司提供媒体投放合理化建议，并在广告发布后提供广告投放效果评估等增值服务。由于国际 4A 公司也是具有实力和专业性的广告公司，公司提供的部分专业服务，如设计、策划以及播出效果评估等，是与国际 4A 公司共同合作完成的。公司与国际 4A 公司合作关系图如下：



(7) 前五大销售客户情况

①前五大客户情况

报告期内，本公司对前五大客户的销售情况如下：

序号	客户名称	销售额（万元）	占营业收入的比例（%）
2011 年度			
1	江苏今世缘酒业有限公司	6,989.58	4.28
2	索尼（中国）有限公司上海分公司	5,731.33	3.51
3	信和（上海）广告传媒有限公司	5,730.20	3.51
4	北京新势整合广告有限公司	5,280.94	3.23
5	北京世纪北广广告有限公司	4,519.59	2.77
合计		28,251.63	17.30
2010 年度			
1	广东省广告股份有限公司	5,475.80	3.77
2	中航工业	5,369.89	3.70
3	青海昌荣优视文化传播有限公司	5,302.51	3.65



4	北京同路天地广告有限公司	4,608.25	3.17
5	北京新势整合广告有限公司	4,483.69	3.09
合计		25,240.15	17.38
2009 年度			
1	北京沃美星润国际广告有限公司	5,929.31	7.17
2	易通方达文化传媒（北京）有限公司	4,857.66	5.87
3	哈飞汽车股份有限公司	4,659.44	5.63
4	北京华夏星航广告有限公司	3,166.60	3.83
5	北京同路天地广告有限公司	2,882.40	3.48
合计		21,495.40	25.99

报告期内，公司前五大客户合计销售额占营业收入的比例分别为 25.99%、17.38%和 17.30%，大体呈下降趋势，不存在依赖单一客户或若干客户的情形。2010 年度公司控股股东中航工业成为第二大客户的主要原因在于：公司承办由中航工业主办的 2010 年度珠海航展所取得的展览业务收入 2,755.00 万元以及中航工业为提升品牌形象和宣传上海世博会航空馆而在 CCTV-12 社会与法频道投放广告所取得的栏目广告收入 2,409.00 万元。

报告期内，本公司的前五大客户中中航工业、哈飞汽车为公司的关联方。除此以外，公司董事、监事、高级管理人员，主要关联方及持有公司 5%以上股份的股东在上述供应商中均无权益。

②报告期内前五名直接客户和渠道客户情况

报告期内，公司的客户主要包括直接客户和渠道客户等两大类。公司的直接客户来源于各个行业有广告投放需求的广告主，具备来源广泛的特点。

2011 年前五名直接客户情况如下：

单位：万元

客户	金额	占直接客户 收入总额比 重	是否关 联方	注册地	企业性质	行业
江苏今世缘酒业有限公司	6,989.58	8.34%	否	淮安市	民营	酒类
索尼（中国）有限公司上海分公司	5,731.33	6.84%	否	上海市	外资	电器



大连万达商业地产股份有限公司	3,961.90	4.73%	否	大连市	民营	房地产
贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司	3,126.61	3.73%	否	遵义市	国有	酒类
浙江报喜鸟服饰股份有限公司	2,999.86	3.58%	否	浙江省永嘉县	民营	服装
合计	22,809.29	27.22%				

2010 年前五名直接客户情况如下：

单位：万元

客户	金额	占直接客户 收入总额比 重	是否关 联方	注册地	企业性质	行业
中国航空工业集团公司	5,369.89	8.86%	是	北京市	国有	航空
安徽迎驾酒业销售有限公司	3,116.96	5.14%	否	合肥市	国有	酒类
佛山市美的清湖净水设备有限公司	2,848.44	4.70%	否	佛山市	民营	工业
河北省旅游局	2,581.87	4.26%	否	石家庄市	国家行政 机关	政府机 关
宁波方太厨具有限公司	1,626.65	2.68%	否	宁波市	民营	厨具
合计	15,543.81	25.65%				

2009 年前五名直接客户情况如下：

单位：万元

客户	金额	占直接客户 收入总额比 重	是否关 联方	注册地	企业性质	行业
哈尔滨哈飞汽车工业集团有限公司	4,659.44	11.85%	是	哈尔滨市	国有	汽车
新华人寿保险股份有限公司	2,361.55	6.01%	否	北京市	国有	保险
枝江酒类销售有限责任公司	2,241.57	5.70%	否	枝江市	民营	酒类
山东中烟工业有限责任公司	1,792.44	4.56%	否	济南市	国有	烟草
安徽迎驾酒业销售有限公司	1,599.07	4.07%	否	合肥市	国有	酒类
合计	12,654.06	32.19%				



2011 年前五名渠道客户情况如下：

单位：万元

客户	金额	占渠道客户 收入总额比 重	是否关 联方	注册地	企业性质	行业
信和（上海）广告传媒有限公司	5,730.20	7.20%	否	上海市	民营	广告
北京新势整合广告有限公司	5,280.94	6.63%	否	北京市	民营	广告
北京世纪北广广告有限公司	4,519.59	5.68%	否	北京市	民营	广告
广东凯络广告有限公司	3,058.24	3.84%	否	北京市	外资	广告
北京电通广告有限公司	2,954.35	3.71%	否	北京市	外资	广告
合计	21,543.31	27.06%				

2010 年前五名渠道客户情况如下：

单位：万元

客户	金额	占渠道客户 收入总额比 重	是否关 联方	注册地	企业性质	行业
广东省广告股份有限公司	5,475.80	6.47%	否	广州市	国有	广告
青海昌荣优视文化传播有限公司	5,302.51	6.26%	否	北京市	民营	广告
北京同路天地广告有限公司	4,608.25	5.44%	否	北京市	民营	广告
北京新势整合广告有限公司	4,483.69	5.30%	否	北京市	民营	广告
北京融美良辰广告有限公司	3,732.10	4.41%	否	北京市	民营	广告
合计	23,602.36	27.88%				

2009 年前五名渠道客户情况如下：

单位：万元

客户	金额	占渠道客户 收入总额比 重	是否关 联方	注册地	企业性质	行业
北京沃美星润国际广告有限公司	5,929.31	13.34%	否	北京市	民营	广告
易通方达文化传媒公司	4,857.66	10.93%	否	北京市	民营	广告
华夏星航广告公司	3,166.60	7.12%	否	北京市	民营	广告



北京同路天地广告有限公司	2,882.40	6.48%	否	北京市	民营	广告
北京海天文广广告公司	1,700.44	3.83%	否	北京市	民营	广告
合计	18,536.41	41.70%				

（七）公司与 A 股上市公司省广股份业务模式比较

1、省广股份业务模式简介

根据省广股份公开披露的招股说明书，该公司是一家提供整合营销传播服务的综合性广告公司，其业务包括品牌管理、媒介代理和自有媒体。省广股份从事的品牌管理业务主要是“以提升客户品牌价值和产品销售为目标，为客户提供品牌策略、品牌规划、广告策划、创意、设计、制作等服务”；媒介代理业务主要是“为客户的广告投放进行媒介数据分析，制定媒介策略、媒介创新、媒介投放计划，并按照客户确认的广告投放计划代理客户实施媒介购买、媒介投放及媒介监测工作”；自有媒体业务主要是“利用自身合法取得的成都、南充等地公交候车亭广告大牌和公交车车身广告位及广州的户外广告大牌的经营权为客户代理发布广告的业务”。

省广股份的主要业务是媒介代理业务，该业务产生的收入占其营业收入的比例保持在 85%以上，省广股份公开披露的 2009 年、2010 年收入构成情况如下：

项目	2010 年度		2009 年度	
	营业收入（万元）	销售占比	营业收入（万元）	销售占比
品牌管理	15,966.50	5.18%	13,305.66	6.49%
媒介代理	275,843.70	89.60%	178,132.52	86.88%
自有媒体	16,047.43	5.22%	13,580.46	6.62%
合计	307,857.63	100.00%	205,018.63	100.00%

2、公司与省广股份业务模式对比

（1）主要广告业务性质不同

公司是以媒体代理业务为主的广告公司，主要通过集中采购电视等媒体资源，经过公司策划、创意设计后，向广告主或其代理广告公司销售，以赚取中间差价及增值服务收益。省广股份是以客户代理业务为主的广告公司，该业务与省



广股份披露的“媒介代理”性质相近，是以客户为出发点，为客户提供策划并实施媒介代理购买、投放、监测等服务的业务。省广股份的品牌管理业务也属客户代理业务范畴。

（2）涉及的媒体资源类型不同

公司媒体代理业务以电视媒体资源为主，主要代理央视媒体资源。此外，公司亦根据客户需求，为客户购买除公司代理的媒体资源外的其它媒体资源，如其它电视媒体、户外、报纸等媒体资源。省广股份自有媒体资源以户外媒体资源为主，主要为地方公交候车亭广告大牌、公交车车身广告位及广州的户外广告大牌。省广股份的“媒介代理”业务主要涉及的媒体资源包括报纸、电视媒体、互联网等媒体资源。

（3）业务范围不同

公司是以广告业务为主的广告文化类企业，主营业务除广告业务外，还包括会展业务及影视制作等业务。省广股份是一家综合性广告公司，其业务类型均属广告业务范畴。

五、发行人的主要固定资产及无形资产

（一）房屋所有权

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司自有房产情况如下：

序号	权利人名称	房产证号	座落	账面净值 (万元)	剩余使用 年限(年)	面积 (m ²)
1	中航文化	X 京房权证朝股字第 575433 号、X 京房权证朝股字第 556844 号	朝阳区南郎家园 18 号楼 101、102	2,005.56	36	688.20
2	中航文化	X 京房权证朝股字第 575545 号	朝阳区南郎家园 18 号楼 201	2,037.25	35	1,180.13
3	中航文化	X 京房权证朝股字第 575432 号	朝阳区南郎家园 18 号楼 501	1,253.75	32	1,180.13
4	中航文化	X 京房权证朝股字第 575430 号	朝阳区南郎家园 18 号楼 601	1,291.80	32	1,180.04
5	中航文化	X 京房权证朝股字第 584323 号	朝阳区南郎家园 18 号楼 B1	848.06	37	1,058.42



（二）无形资产

类别	取得方式	初始金额（元）	摊销年限	累计摊销（元）	摊余价值（元）	剩余摊销月数
软件使用权	购入	296,900.00	10	114,587.35	182,312.65	70
合 计		296,900.00	-	114,587.35	182,312.65	-

六、核心服务的获奖及资质情况

多年来公司的媒体代理业务取得了较好的成绩，并得到了相关主管部门和业界的好评，近三年公司所获重要奖项如下：

荣誉或资质	主办单位
中国 4A 协会成员	中国商务广告协会
综合服务类“中国一级广告企业”资质	中国广告协会企业资质认定委员会
中央电视台 2010 年度广告承包公司特别贡献奖	中央电视台

七、主要服务的质量控制

（一）质量控制标准

公司严格按照《广告法》、《广告管理条例》、《广告管理条例实施细则》和《广告经营许可证管理办法》、《户外广告登记管理规定》、《临时性广告经营管理办法》和《国家建设部关于加强户外广告、霓虹灯设置管理的规定》等规定的质量标准进行媒体广告代理等业务。

（二）质量控制措施

公司依据不同业务种类，分别制定了完备的质量控制措施。

1、电视媒体广告代理业务的质量控制措施

通过多年的业务经验积累，公司建立了一套完备的服务标准化流程和客户服务效果监控体系，从前期调研阶段到售后服务阶段，都采取团队负责制度，层层把关，对出现服务质量问题及时进行纠正总结。

公司根据相关行业规定制定了较为详尽的质量控制制度和控制措施，并实施于整个业务流程。电视媒体广告的主要控制过程包括广告带审核，排期及广告版本确认以及监播，具体的控制措施如下：



(1) 广告带审核：与客户签订合同后，公司需将客户提供的广告带送至央视广告部进行审核，审核通过后才能播出。

(2) 排期及广告版本确认：广告带审核通过后，公司将进行报播流程，而在报播之前客服人员需与客户相关负责人确认广告播出的具体日期及版本。

(3) 监播：为监控并保证客户广告的播出正常，公司通过以下三种方式进行监控：①客服人员每晚收看栏目，记录广告播出情况；②通过公司的录播系统，由电脑自动录下每晚栏目的播出情况；③购买央视索福瑞等第三方权威监播报告。

2、户外媒体广告代理业务的质量控制措施

公司在每份销售合同签署后，会对该合同媒体进行全程的监控、跟踪服务，做到服务质量满足客户需求，具体的措施如下：

(1) 专人负责制

广告画面的制作和安装工作，均选择具有专业资质的喷绘及施工单位进行作业，整个过程中会派专人前往作业地点，全程监督、协调制作和施工作业，以保证客户广告画面制作无误，广告画面安装完好无损。

(2) 客户验收制

广告发布后，将在第一时间通知相关客户现场验收，同时拍摄媒体白天、夜间多角度的媒体照片提供给相关客户，并制作广告发布的验收报告，请客户确认发布。

(3) 定期监测制

广告发布期间会派专人对每个广告位进行定期监测，如遇雨、雪、大风等恶劣天气情况，将进行每日监测，尽力保证广告设施的安全，尽可能及时发现安全隐患，预防意外事故的发生。每月定期向相关客户递交媒体监测报告，图文并茂地向客户阐述相关媒体的发布情况。

3、客户代理业务的质量控制措施

本公司在开展客户代理业务时，采取分阶段的业务质量控制，明确业务责任制，采用业务信息资源系统登记制，完成业务质量的整体控制。具体的控制环节



包括提案阶段质量控制、方案制作执行阶段的质量控制、业务整体流程的质量控制。在为客户提供服务的各个阶段，本公司通过与客户进行及时的沟通，保证随时获得客户的需求信息和满意程度，确认服务质量满足客户的要求。

（1）提案阶段

提案阶段是客户代理的起点，是业务质量控制的重要环节，本公司通过编订工作单号码、开立工作袋、登录时间表、联系协力厂商等方式使提案满足业务质量保证。

（2）执行阶段

根据服务协议为客户提供代理服务时，公司制定了严格的客户代理服务标准，通过节点控制措施使方案执行符合客户要求和服务标准。通过编订工作单号码明确工作负责人；通过时间表管理使客户方案按期执行；通过服务外包，联系协力厂商为客户提供质量最高的服务；通过开立及确认估价单，保证业务款项收付及时、无误。

（3）整体流程的质量控制

业务在开展过程中，公司建立了整体流程控制，保证服务质量符合行业标准、公司服务承诺及客户的需求。整体流程是一个综合控制平台，由部门负责人牵头业务经理和相关主管人员协同把关，使客户服务在各个节点上都达到服务质量标准。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争情况

（一）本公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东、实际控制人中航工业不从事与本公司之业务相竞争的经营性业务，亦未控制其它与公司业务相竞争的企业。本公司与控股股东、实际控制人及其控制的其它企业不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免未来可能发生的同业竞争，控股股东、实际控制人及持有 5.00%以上股份的股东做出以下承诺：

1、本公司声明，本公司及本公司拥有控制权的公司、企业和其他经济组织（中航文化及其下属全资或控股子公司除外，下同）目前均未在中国境内或境外从事与中航文化主营业务形成或可能形成竞争的业务。

2、本公司承诺，在中航文化依法存续期间，本公司均不直接或间接在中国境内或境外从事与中航文化主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务；且本公司将采取合法及有效的措施避免本公司拥有控制权的公司、企业和其他经济组织在中国境内或境外从事与中航文化主营业务形成或可能形成竞争的业务。

3、本公司承诺，将不进行或不增加与中航文化主营业务构成竞争或可能构成竞争业务的投资，以避免对中航文化的主营业务形成新的或更进一步的直接或间接的同业竞争；如本公司从任何第三方获得的任何商业机会与中航文化主营业务形成或可能形成竞争，则本公司将立即通知中航文化，并尽力将该商业机会给予中航文化。

4、上述承诺在本公司作为或成为中航文化股东或拥有其他资本或非资本因素控制权的期间内持续有效且不可变更或撤销。如本公司违反上述承诺、保证、声明的，本公司愿意承担由此给中航文化造成的直接或间接经济损失、索赔责任及额外的费用支出。



（三）董事、监事及高级管理人员同业竞争情况

截至本招股说明书出具之日，本公司董事、监事及高级管理人员未在境内外投资或从事与本公司主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务；本公司董事、监事及高级管理人员也未在与本公司主营业务构成竞争或可能构成竞争的企业或单位担任管理职位。

二、关联方、关联关系

（一）存在控制关系的关联方

按照《公司法》、《企业会计准则》等相关规定，公司关联方及关联关系如下：

1、控股股东及实际控制人

关联方	持股比例	关联关系
中航工业	直接持有 41.75% 间接持有 47.81%	公司控股股东、实际控制人

2、控股子公司

序号	关联方	注册资本（万元）	持股比例
1	中航双赢	200.00	100.00%
2	北京雅博	200.00	100.00%
3	中航新视界	1,000.00	60.00%
4	中航汇盈	1,000.00	100.00%
5	东阳传媒	500.00	100.00%

（二）不存在控制关系的关联方

1、参股公司

序号	关联方	实收资本（万元）	持股比例
1	君之天	2,000.00	49.00%
2	中航交流	50.00	40.00%
3	中航国旅	500.00	30.00%
4	中航咨询	3,000.00	8.00%
5	昆明蓝彩云	819.28(美元)	4.60%



2、董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员

公司董事、监事、高级管理人员情况请参见本招股说明书“第七节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、公司董事、监事、高级管理人员的基本情况”。

控股股东中航工业现任关键管理人员：林左鸣、谭瑞松、顾惠忠、徐占斌、吴献东、耿汝光、汤建国、李玉海、张新国、高建设、李方勇。

报告期内曾任本公司董事、监事、高级管理人员沈颖、李申田、刘宏、王军、顾惠忠、张军、黄高健、谭卫东、田斌、王春延、孟祥泰、刘文勇、孙志毅、张萍。

与其关系密切的家庭成员指在处理与公司的交易时有可能影响董事、监事、高级管理人员或受董事、监事、高级管理人员影响的家庭成员。

3、实际控制人控制的其他企业

中航工业主要一级子公司及主要关联企事业单位请参见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人控股股东、实际控制人控制的其他企业”情况。

4、其他关联方

富华宇祺成立于 2008 年 3 月 6 日，公司当时的部分高级管理人员周世忠、冯志民、田斌、张萍、李谦为其股东。为规范员工对外投资情况，周世忠、冯志民、李谦于 2008 年 8 月 18 日将其各自持有的富华宇祺股权转让给与发行人无关联关系的自然人；张萍于 2009 年 12 月 21 日将其持有的富华宇祺股权转让给与发行人无关联关系的自然人；田斌于 2009 年 4 月 13 日辞去副总经理职务；张萍于 2010 年 9 月 25 日辞去了公司副总经理职务。截止本招股说明书签署之日，发行人及发行人董事、监事、高级管理人员与富华宇祺无关联关系。

三、关联交易

（一）经常性关联交易

报告期内，公司主要与控股股东、实际控制人中航工业及其控制的下属企业



发生关联交易。中航工业及其下属企业与公司电视媒体代理、户外媒体代理、客户代理、会展及制作业务发生的关联交易总体情况如下表所示：

关联交易内容	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额 (万元)	占营业收入的比重	金额 (万元)	占营业收入的比重	金额 (万元)	占营业收入的比重
电视媒体代理	616.46	0.38%	3,959.00	2.73%	89.94	0.11%
户外媒体代理	1,231.35	0.75%	228.00	0.16%	—	—
客户代理	—	—	1,273.46	0.88%	5,100.53	6.02%
会展	2,722.33	1.67%	3,470.39	2.39%	1,073.19	1.27%
制作	305.64	0.19%	429.82	0.30%	563.35	0.67%
合计	4,875.78	2.98%	9,360.67	6.44%	6,872.01	8.12%

1、电视媒体代理业务

报告期内，公司向关联方提供电视媒体代理业务的具体情况如下：

关联方	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额 (万元)	占同类交易的比重	金额 (万元)	占同类交易的比重	金额 (万元)	占同类交易的比重
中航工业	616.46	0.44%	2,409.00	1.95%	—	—
中航建设	—	—	1,550.00	1.26%	—	—
贵航集团	—	—	—	—	89.94	0.17%
合计	616.46	0.44%	3,959.00	3.21%	89.94	0.17%

报告期内，公司向关联方提供的电视媒体代理业务主要是为中航工业和中航建设在 CCTV12 频道投放的广告，交易遵从市场定价原则。2010 年和 2011 年，公司向关联方销售的 CCTV-12 频道广告资源的实际销售折扣与独立第三方的对比情况如下表所示：

客户名称	2011 年		2010 年	
	销售金额 (万元)	实际销售折扣 (即最终价格/刊例价)	销售金额 (万元)	实际销售折扣 (即最终价格/刊例价)
中航工业	616.46	1.50	2,409.00	3.75
中航建设	—	—	1,550.00	4.97
独立第三方	20,380.23	0.29-7.50	6,238.43	0.71-7.50
合计	20,996.69	—	10,197.43	—



公司于 2010 年 3 月购买了 CCTV-12 频道整体的广告资源，由于购买前 CCTV-12 频道的受众面相对较窄，为更好的运作该频道广告资源，2010 年对于不同类型的客户，发行人采取了不同定价策略。其中对于该频道原有的延续客户，为保留住这部分客户，发行人按其原有的较低的销售折扣继续执行；对于在套装栏目中投放广告的客户，在综合考虑品牌知名度、广告投放的时长、合作期限等因素基础上，按套装栏目刊例价 7.50 折后价格的 5.00 折左右进行销售；对于在单一栏目投放广告的客户，按该栏目刊例价的 5.00 至 7.50 折进行销售。

CCTV-12 频道为公司运作的第一个频道广告资源，目前正处于市场拓展初期，由于对市场预期、客户接受程度的估计偏于乐观，发行人 2010 年制定的销售折扣相对较高，导致 2010 年的销售率较低，仅为 36.62%。此外，由于 CCTV-12 频道的改版，使得 2011 年广告播出总时长较 2010 年全年增加 51.43 万秒。为提高 CCTV-12 频道的销售率以改善其盈利情况，2011 年公司调整销售策略，下调了对客户的实际销售折扣。其中，对于套装栏目客户，按套装栏目刊例价 7.50 折后价格的 3.00 折左右进行销售；对于单一栏目客户，根据品牌知名度、客户类型以及是否采购发行人其他栏目广告资源等情况，按不超过该栏目刊例价的 7.50 折进行销售。

2010 年和 2011 年，公司对不同类型客户给予的实际销售折扣情况如下：

客户类型	2011 年		2010 年	
	客户家数	实际销售折扣 (即最终价格/刊例价)	客户家数	实际销售折扣 (即最终价格/刊例价)
延续客户	10	0.29-3.92	10	0.71-1.63
套装栏目客户	45	1.31-6.00	12	2.14-7.00
单一栏目客户	5	6.80-7.50	5	5.00-7.50

注：上表未包含中航工业和中航建设

中航工业和中航建设为套装栏目客户，2010 年和 2011 年公司对其的实际销售折扣与其他套装栏目客户实际销售折扣相比处于合理区间。2011 年，公司对中航工业的实际销售折扣较 2010 年低，主要是由于公司为提高 CCTV12 频道的销售率，统一下调了销售折扣所致。综上所述，报告期内，发行人对中航工业和中航建设的关联销售价格公允。



2、户外媒体代理业务

报告期内，公司向关联方提供户外媒体代理业务的具体情况如下：

关联方	2011 年度		2010 年度	
	金额（万元）	占同类交易的比重	金额（万元）	占同类交易的比重
中航通飞	60.60	1.83%	—	—
哈航工业	50.60	1.53%	—	—
直升机公司	127.00	3.84%	—	—
特飞研究所	114.30	3.46%	—	—
成飞集团	90.00	2.72%	—	—
合飞公司	21.50	0.65%	—	—
沈飞公司	127.80	3.87%	—	—
成飞所	120.30	3.64%	—	—
无线电所	292.00	8.84%	—	—
兰州机电	25.60	0.77%	—	—
双阳飞机	47.30	1.43%	—	—
成都发动机	90.00	2.72%	—	—
长春液压	64.35	1.95%	—	—
西远航技	—	—	228.00	5.13%
合计	1,231.35	37.25%	228.00	5.13%

（1）2009 年，公司未向关联方提供户外媒体代理业务。

（2）2010 年度，公司为西远航技投放了户外广告。户外广告受投放的时间长短以及户外媒体资源所在区位不同等因素的影响，各类户外媒体资源之间的销售价格差异比较大，更适合采用毛利率进行比较。2010 年，公司对西远航技关联销售的毛利率与独立第三方的对比情况如下表所示：

客户名称	销售金额（万元）	毛利率
西远航技	228.00	5.26%
独立第三方	4,216.41	5.70%
合计	4,444.41	—



由上表可见，公司对西远航技关联销售的毛利率与独立第三方的基本一致，关联交易公允。

(3) 2011 年度，公司为关联方提供的户外媒体业务均为中航工业成立 60 周年服务，因此可以归结为一个项目，该项目的毛利率为 9.24%，该毛利率处于当年所有户外媒体业务毛利率 1.32%-15.00% 区间之内。该价格定价公允合理。

3、客户代理业务

报告期内，公司向关联方提供客户代理业务的具体情况如下：

单位：万元

关联方	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占同类交易的比重	金额	占同类交易的比重	金额	占同类交易的比重
中航工业	-	-	11.46	0.10%	189.98	1.40%
金城摩托	-	-	230.00	2.02%	256.00	1.89%
哈飞汽车	-	-	1,032.00	9.06%	4,654.55	34.38%
合计	-	-	1,273.46	11.18%	5,100.53	37.67%

报告期内，公司提供的客户代理业务可划分为客户综合代理业务和栏目综合代理业务，其中客户综合代理业务是根据客户的需求为其提供媒介策划、媒体购买、公关策划、品牌整合、广告创意和会展等综合服务，栏目综合代理业务是根据客户的要求为其购买指定的非自有媒体资源。报告期内客户代理业务的具体情况如下表所示：

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	销售金额 (万元)	比例	销售金额 (万元)	比例	销售金额 (万元)	比例
客户综合代理	-	-	2,720.88	23.90%	5,803.86	42.86%
栏目综合代理	6,360.19	100.00%	8,665.26	76.10%	7,736.39	57.14%
合计	6,360.19	100.00%	11,386.14	100.00%	13,540.25	100.00%

栏目综合代理业务由于是按客户要求购买媒体资源，需要提供的附加服务较少，因此毛利率相对较低。客户综合代理业务是为客户提供综合性服务，受提供的服务内容、购买的媒介资源不同等影响，导致不同客户或项目之间的毛利率差



异较大。报告期内发行人向关联方所提供的代理服务全部为客户综合代理业务，公司对关联方销售的毛利率与全部客户综合代理独立第三方的对比情况如下表所示：

客户名称	2010 年度		2009 年度	
	销售金额(万元)	毛利率	销售金额(万元)	毛利率
中航工业	11.46	3.71%	189.98	2.91%
金城摩托	230.00	8.98%	256.00	7.70%
哈飞汽车	1,032.00	1.86%	4,654.55	11.45%
小计	1,273.46	3.17%	5,100.53	11.42%
长虹电视	1,106.10	0.15%	388.27	0.34%
长虹佳华	—	—	—	—
港华电视	—	—	167.75	5.04%
科密项目	—	—	150.31	23.42%
无锡轻纺	39.30	10.39%	—	—
月兔电器	144.00	8.94%	—	—
华泰证券	158.00	1.18%	—	—
小计	1,447.40	1.42%	706.33	6.37%
合计	2,720.88	—	5,803.86	—

由上表可见，2009 年和 2010 年存在一定差异，主要原因是：

(1) 公司向哈飞汽车提供的代理业务包括了报纸、电台广播及电视等媒介策划和媒介购买以及会展等服务。哈飞汽车以生产微型汽车为主，2008 年以来，受益于国家出台的一系列优惠政策对汽车行业特别是小排量汽车的扶持，哈飞汽车的销售情况良好。为抓住市场良好机遇，拓展市场影响力，哈飞汽车自 2009 年开始加大产品宣传力度，公司根据其需求，专门策划并购买了 CCTV-5《体坛快讯》栏目和市、县级电视台的广告投放。由于这两个项目为广告专案，毛利率较高，此外，这两个项目占公司 2009 年对哈飞汽车的收入比重较高，为 62.82%，从而导致公司对哈飞汽车的 2009 年销售毛利率较高。2010 年，哈飞汽车只保留了《天气预报》栏目和电台广播的广告投放，由于这两个项目已运作多年，公司在提供相关服务时投入的人力、资源等较其他项目少，项目毛利率较低，使得公



司对哈飞汽车 2010 年销售毛利率下降。

(2) 公司向长虹电视提供的代理业务主要为电视媒体的策划和购买。受经费限制等原因影响, 2009 年起长虹电视将广告的投放限定在央视的几个固定栏目, 其业务更倾向于栏目综合代理业务, 由此导致公司对长虹电视的销售毛利率出现大幅下降, 较关联方及其他独立第三方低。

(3) 2009 年度和 2010 年度, 公司向中航工业和金城摩托提供客户代理业务的定价原则和方法与独立第三方相同, 各期的毛利率基本一致。

2009 年和 2010 年, 公司向关联方提供客户代理业务的毛利率与独立第三方存在一定差异, 主要是由于提供的业务内容差异较大所导致的, 公司与关联方和独立第三方的交易均遵从了市场定价原则, 定价方法和交易原则与独立第三方基本相同, 关联交易定价公允。

4、会展业务

报告期内, 公司向关联方提供的会展业务的具体情况如下:

关联方	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额 (万元)	占同类交易的 比重	金额 (万元)	占同类交易的 比重	金额 (万元)	占同类交易的 比重
中航工业	1,787.93	17.40%	2,755.00	58.02%	1,033.19	96.27%
空导研究院	69.47	0.68%	-	-	-	-
中航通飞	13.30	0.13%	67.94	1.43%	-	-
607 研究所	177.60	1.73%	-	-	-	-
直升机公司	152.13	1.48%	90.07	1.90%	-	-
一飞研究所	271.04	2.64%	89.02	1.87%	-	-
北青仪表	13.00	0.13%	-	-	-	-
西飞研究所	81.00	0.79%	460.00	9.69%	-	-
洪都航空	-	-	8.36	0.18%	-	-
沈飞公司	45.00	0.44%	-	-	-	-
中航国展	-	-	-	-	40.00	3.73%
南航工业	11.68	0.11%	-	-	-	-
直升机所	96.77	0.94%	-	-	-	-



中航经贸	3.41	0.03%	-	-	-	-
合计	2,722.33	26.50%	3,470.39	73.09%	1,073.19	100.00%

公司向关联方提供的会展业务主要为关联方参加珠海航展及其他航空展会提供的展览组织、展览工程等服务，按照市场上筹办同类会展的定价方法确定交易价格。报告期内，公司对关联方销售的毛利率与独立第三方的对比情况与下表所示：

客户名称	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	销售金额 (万元)	毛利率	销售金额 (万元)	毛利率	销售金额 (万元)	毛利率
关联方	2,722.34	9.57%	3,470.39	10.67%	1,073.19	9.41%
独立第三方	7,551.13	14.64%	1,277.67	11.39%	-	-
合计	10,273.47	-	4,748.06	-	1,073.19	-

2011 年，公司会展业务中的关联方业务毛利率低于独立第三方毛利率主要系公司为索尼在中国大陆境内专卖店提供的布展、公关活动等业务由于具有一定的创新和技术含量，项目毛利率较高。2011 年，索尼项目的毛利率为 17.08%。

5、制作业务

报告期内，公司向关联方提供的影视制作业务的具体情况如下：

单位：万元

关联方	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占同类交易的比重	金额	占同类交易的比重	金额	占同类交易的比重
中航工业	60.45	11.35%	157.20	15.51%	326.08	42.95%
中航通飞	112.05	21.03%	91.39	9.02%	-	-
洪都航空	45.62	8.56%	15.49	1.53%	-	-
中航建设	-	-	55.80	5.51%	-	-
中航投资	5.87	1.10%	19.14	1.89%	3.10	0.41%
航空博物馆	-	-	-	-	-	-
成飞集团	3.56	0.67%	-	-	-	-



长城研究所	3.30	0.62%	-	-	-	-
中航财务	16.95	3.18%	-	-	-	-
直升机公司	5.64	1.06%	-	-	-	-
中飞管理	-	-	21.52	2.12%	-	-
直升机所	-	-	22.75	2.25%	-	-
特飞研究所	3.11	0.58%	40.04	3.95%	-	-
北青仪表	-	-	6.49	0.64%	-	-
哈飞汽车	-	-	-	-	4.89	0.64%
中航飞机	-	-	-	-	11.50	1.51%
中飞试验	-	-	-	-	19.70	2.59%
幸福航空	-	-	-	-	21.90	2.88%
西飞自控	-	-	-	-	17.00	2.24%
西飞集团	-	-	-	-	49.67	6.54%
中航国旅	-	-	-	-	30.97	4.08%
昌飞集团	-	-	-	-	23.50	3.10%
中航国展	-	-	-	-	55.04	7.25%
空导研究院	49.09	9.21%	-	-	-	-
哈尔滨东安	-	-	-	-	-	-
贵航集团	-	-	-	-	-	-
合计	305.64	57.36%	429.82	42.42%	563.35	74.19%

公司的影视制作业务主要包括制作广告片、专题片和影视剧，随着公司业务的调整，广告制作业务已从独立的经营业务调整为承担其他广告媒体业务服务的功能。目前，电视媒体代理业务是公司的业务重点，为了进一步增强该业务的竞争力，公司通常在提供电视媒体代理业务的同时，为广告主提供相应的免费广告制作。报告期内，公司制作业务收入占营业收入的比重较小，2009年、2010年和2011年，制作业务收入分别为759.21万元、1,013.35万元和532.79万元，占营业收入的比重分别为0.90%、0.70%和0.33%。

报告期内，公司向关联方提供的制作业务主要为关联方为宣传企业所制作的宣传片和专题片，而向独立第三方提供的主要为广告的制作。由于二者的业务内



容存在较大的差异，毛利率存在着一定程度的差异，不具有可比性。但公司与关联方的交易遵循了市场定价原则，定价方法与独立第三方一致，公司与关联方的交易定价公允。

6、销售商品

报告期内，公司还向关联方出售模型和纪念币等商品，具体情况如下：

单位：万元

关联方	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占其他业务收入 的比重	金额	占其他业务收入 的比重	金额	占其他业务收入 的比重
中航工业	690.81	34.79%	48.69	29.44%	6.43	2.00%
中航通飞	24.45	1.23%	45.00	27.20%	—	—
中航经研院	29.12	1.47%	—	—	20.26	6.29%
成飞研究所	236.17	11.89%	—	—	—	—
中航财务	32.88	1.66%	—	—	—	—
中航投资	0.91	0.05%	—	—	—	—
直升机公司	10.28	0.52%	—	—	—	—
沈飞研究所	12.06	0.61%	—	—	—	—
西飞研究所	28.67	1.44%	—	—	—	—
航空科技	40.56	2.04%	—	—	—	—
中航规划	15.42	0.78%	—	—	—	—
中航租赁	4.54	0.23%	—	—	—	—
中航飞机	24.33	1.23%	—	—	—	—
四川凌峰	93.82	4.72%	—	—	—	—
洪都航空	45.44	2.29%	—	—	—	—
航技研究所	16.81	0.85%	—	—	—	—
西飞集团	—	—	44.50	26.90%	—	—
贵航集团	—	—	—	—	7.28	2.26%
合计	1,306.26	65.78%	138.19	83.54%	33.97	10.55%



2011 年度，公司销售中航工业发行的成立 60 周年纪念币，考虑到中航工业为发行主体，因此公司给中航工业的售价按成本定价。除此之外，关联方主要销售价格与独立第三方不存在明显偏差和异常。

7、接受关联方劳务

报告期内，公司接受关联方劳务的具体情况如下：

单位：万元

关联方	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占同类交易的比重	金额	占同类交易的比重	金额	占同类交易的比重
中航国展	-	-	532.52	12.17%	943.19	97.02%
中航国旅	122.72	1.38%	123.46	2.82%	-	-
合计	122.72	1.38%	655.98	14.99%	943.19	97.02%

注：上述同类交易是指全部会展业务的采购成本。

报告期内，公司接受关联方的劳务为承办珠海航展等航空会展向其采购的展台、机票及酒店住宿等。经核查，中航国展为公司搭建展台的毛利率与其为其他参加珠海航展的第三方搭建展台的毛利率基本一致，在 10%左右；中航国旅所销售的机票及酒店住宿等，与其销售给其他第三方的报价一致。公司与关联方的交易遵循了市场定价原则，关联交易定价公允。

8、支付关键管理人员薪酬

报告期内，在本公司领取薪酬的关键管理人员报酬情况如下：

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
人数	6 人	7 人	7 人
报酬金额（万元）	819.70	686.18	864.21

关键管理人员薪酬标准经 2009 年 3 月 7 日第一届董事会第八次会议、2010 年 5 月 13 日第一届第十五次董事会议审议通过。



（二）偶发性关联交易

1、共同投资情况

（1）贵州中航

中航文化于 2008 年 2 月与贵航集团共同投资设立贵州中航，其中中航文化以货币出资 76.50 万元，持有 51.00%股权；贵航集团以货币出资 73.50 万元，持有 49.00%股权。鉴于公司业绩不佳，贵州中航于 2009 年 5 月注销。

（2）中航咨询

中航文化于 2008 年 4 月与中航工业等 8 家公司共同投资设立中航咨询，该公司基本情况请参见“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司、参股公司基本情况及注销子公司情况”之“（三）参股公司基本情况”。

（3）精准传媒

中航文化于 2008 年 4 月与富华宇祺共同投资设立精准传媒，其中中航文化出资 510.00 万元，持有 51.00%股权，富华宇祺出资 490.00 万元，持有 49.00%股权。2009 年 11 月 11 日，富华宇祺将其持有的精准传媒 49.00%股权转让给中航文化，转让价格以 2009 年 8 月 31 日为基准日，确定精准传媒的净资产为 8,073,667.23 元，扣除精准传媒劳动仲裁已支付的调解费用 101,860.00 元，扣除资产评估费及审计费 16,000.00 元后，计算出转让价格为 3,898,345.54 元。转让完成后，中航文化持有精准传媒 100%股权。上述资产评估报告已经中航工业以 2009060 号《国有资产评估项目备案表》备案。

2、关联贷款情况

单位：万元

贷款机构	贷款金额	年利率(%)	贷款起始日	贷款终止日	贷款方式	是否偿还
中航财务	3,000.00	4.536	2008.12.16	2009.6.16	信用	是
中航财务	10,000.00	4.779	2009.11.23	2010.11.23	信用	是
中航财务	12,000.00	4.779	2009.12.4	2010.12.4	抵押	是

注：上述贷款按中国人民银行贷款基准利率下浮 10.00%计付利息。

3、关联担保情况

保荐人核查了发行人最近三年审计报告、中国人民银行企业基本信用信息报



告、各银行账户的银行询证函和借款合同等文件以及发行人出具的声明，并与发行人管理层及会计师进行了访谈。经核查，保荐人认为，报告期内发行人不存在向关联方提供担保的情形。

申报会计师认为，公司报告期内不存在向关联方提供担保的情形。

（三）关联交易分析

1、关联交易定价分析

本公司与关联方之间发生的关联交易均遵循市场定价原则，关联交易价格公允。

经核查，保荐人认为，报告期内发行人的关联交易遵循了市场定价原则，向关联方提供的经常性交易，在有独立第三方交易可以对比情况下，交易价格或毛利率基本一致；无独立第三方交易可以对比情况下，发行人的定价方法和原则与独立第三方一致，发行人向关联方提供的关联交易价格公允。

申报会计师认为，公司与关联方交易价格是按照市场交易原则进行的，关联交易定价是公允的。

2、关联交易对本公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司向关联方销售商品及提供劳务的收入占公司营业收入的比例均未过 9.00%，该等比例较小，对公司财务状况及经营成果的影响较小。

3、关联方应收应付款项余额

（1）应收关联方款项

单位：万元

科目名称	关联方	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
存款	中航财务	—	4,896.93	3.63
应收账款	中航工业	616.46	3,174.00	925.19
	中航建设	—	1,550.00	—
	西飞研究所	—	460.00	—
	哈飞汽车	—	48.62	—
	西飞集团	—	35.60	40.37



科目名称	关联方	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
	直升机所	5.29	5.29	5.29
	洪都航空	-	0.72	-
	中航国展	-	-	40.00
	贵航集团	-	-	8.00
	西飞自控	-	-	8.50
	一飞研究院	76.45	-	-
其他应收款	中航工业	19.44	19.44	19.44
	中航密斯	4.16	4.16	0.81
	昆明蓝彩云	-	0.33	0.33

(2) 应付关联方款项

单位：万元

科目名称	关联方	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
短期借款	中航财务	-	-	22,000.00
应付账款	中航国展	-	-	943.19
	中振咨询	-	-	6.00
	中航国旅	-	120.40	-
预收账款	中航工业	-	-	5.30
	金城摩托	-	-	230.00
	一飞研究院	-	100.00	-
	中航直升机	25.80	-	-
	特飞研究所	38.50	-	-
	中航通飞	12.20	-	-
	哈航工业	10.20	-	-
	中航规划	0.50	-	-
	成飞集团	30.30	-	-
	沈飞公司	43.00	-	-
	双阳飞机	10.37	-	-
	合飞公司	4.30	-	-



	长春液压	21.45	-	-
	成都发动机	30.30	-	-
	无线电所	58.80	-	-
	太航仪表	40.60	-	-
	607 研究所	8.10	-	-
其他应付款	中航工业	126.61	126.61	5.36
	上航发动机	8.92	8.92	8.92
	周世忠	-	-	618.92
	中航经贸	-	-	10.00
	中航国展	-	-	7.47

(3) 关联方应收应付款项分析

①基本情况分析

报告期内，公司与关联方的应收账款、预收账款和应付账款为经常性的关联销售和采购而产生的尚未结算的余额，上述余额均在正常的账期内，并按合同规定正常结算。公司与关联方的其他应收款主要为投标保证金、房改款项等费用等，其他应付款主要为应支付的影视剧投资款、分红款、奖金及火车、机票款等。

此外，报告期内公司与中航财务之间还存在存款、贷款等资金往来。中航财务是经中国银行业监督管理委员会（以下简称“中国银监会”）批准设立的企业集团财务公司，是为企业集团成员提供存款、贷款等财务服务的非银行金融机构。公司与中航财务之间的资金往来符合国家相关法律法规的规定。公司与中航财务之间的存款、贷款利率参照市场化利率水平确定，其中存款利率与中国人民银行存款基准利率相同，贷款利率较中国人民银行贷款基准利率下浮 10%。上述贷款利率下浮的区间符合中国人民银行有关规定，并且根据中航财务出具的说明，其向集团内其他成员单位提供的贷款利率均按照中国人民银行贷款基准利率下浮 10% 执行。

公司于 2011 年 11 月 28 日向中航财务递交了撤销账户申请书，中航财务于当日同意了撤销申请。截止本回复出具之日，公司已将该账户的资金转入公司在招商银行北京建国路支行开设的账户。



②审批程序

根据公司《公司章程（草案）》、《关联交易管理制度》等制度规定，报告期内，公司与关联方之间的资金往来均履行了相应的审批程序，其中与中航财务之间的存款及贷款履行了如下审批程序：

公司分别于 2009 年 3 月 7 日、2009 年 3 月 28 日召开第一届董事会第八次会议、2008 年度股东大会，同意公司将一定比例的资金存放于中航财务，存放利率按市场标准执行，关联董事、关联股东回避了表决。

公司于 2009 年 11 月 17 日、2009 年 12 月 2 日召开第一届董事会第十二次会议、2009 年第二次临时股东大会，同意公司向中航财务借款，关联董事、关联股东回避了表决。

公司独立董事发表意见认为：“公司报告期内与关联方之间的各项关联交易均履行了合法有效的审议程序。”

③保荐人核查意见

保荐人核查了发行人最近三年的审计报告、与关联交易相关的合同、凭证及董事会和股东大会文件等，并与发行人管理层、会计师进行了访谈。

经核查，保荐人认为，报告期内发行人与关联方的资金往来，为日常生产经营产生的，不存在资金拆借的情形。发行人与中航财务之间的资金往来，则因中航财务为非银行金融机构，可以从事集团成员间的存款、贷款业务，与其他商业银行相同，发行人在中航财务的存款资金的使用并未受到限制，截止本招股书签署之日，发行人已注销了在中航财务开立的账户。报告期内发行人与关联方的资金往来符合国家相关法律法规的规定，并根据《公司章程（草案）》、《关联交易管理制度》等制度履行了相应的审批程序，关联交易程序完备。

申报会计师认为，公司与关联方中航财务的资金往来是合规的，已经履行了相应的审批程序；报告期内，除因员工调动而支付小额社保款的情形外，公司不存在其他被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金的情形。



（4）中航财务基本情况

经中国银监会批准，中航财务由中航工业及其所属成员单位共同出资组建，于 2007 年 4 月 3 日经中国银行业监督管理委员会批准，2007 年 5 月 14 日在国家工商行政管理总局注册登记。中航投资控股有限公司持有 44.50% 的股权，是中航财务的控股股东。

中航财务《金融许可证》编号为 00386161，《企业法人营业执照》注册号为 100000000040897，法定代表人为刘宏，注册资本为 20 亿元，实收资本为 20 亿元，许可经营项目：对成员单位办理财务和融资顾问、信用鉴证及相关的咨询、代理业务；协助成员单位实现交易款项的收付；对成员单位提供担保；办理成员单位之间的委托贷款及委托投资；对成员单位办理票据承兑与贴现；办理成员单位之间的内部转账结算及相应的结算、清算方案设计；吸收成员单位之间的存款；对成员单位办理贷款及融资租赁；从事同业拆借；经批准发行财务公司债券；承销成员单位的企业债券；对金融机构进行股权投资；除股票二级市场投资以外的有价证券投资；成员单位产品的消费信贷、买方信贷。

截至 2011 年 9 月 30 日，中航财务经审计的资产总额 677.04 亿元、负债总额 658.33 亿元、所有者权益 18.71 亿元，2010 年度营业收入 4.85 亿元、营业利润 3.85 亿元、净利润 2.96 亿元。

经核查，保荐人认为，中航财务现持有的《金融许可证》合法有效，具有中国银监会批准的相关业务资质。

申报会计师认为，中航财务取得了中国银监会颁发的《金融许可证》，具有经中国银监会批准的吸收成员单位存款、对成员单位办理贷款的业务资质。

（四）规范关联交易的制度安排

1、《公司章程（草案）》关于规范关联交易的安排

《公司章程（草案）》第八十一条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数，股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况；关联交易事项由出席会议的非关联股东投票表决，过半数的有效表决权同意该交易事项即为通过；如该交易属于特别决议范围，应由 2/3 有效表决权通过。该关联股东未说明



关联关系情况并主动提出回避申请的,其他非关联股东可以要求其说明情况并回避表决。

《公司章程(草案)》第一百二十七条:一名董事不得在一次董事会会议上接受超过两名以上董事的委托代为出席会议。在审议关联交易事项时,非关联董事不得委托关联董事代为出席会议,独立董事不得委托非独立董事代为出席会议。

《公司章程(草案)》第一百四十六条:公司重大关联交易(指公司拟与关联人达成的总额高于300万元或高于公司最近经审计净资产的5%的关联交易),应由二分之一以上独立董事同意后,方可提交董事会讨论。独立董事向董事会提请召开临时股东大会、提议召开董事会会议和在股东大会召开前公开向股东征集投票权,应由二分之一以上独立董事同意。经全体独立董事同意,独立董事可独立聘请外部审计机构和咨询机构,对公司的具体事项进行审计和咨询,相关费用由公司承担。

2、《对外担保管理制度》对规范关联交易的制度安排

公司《对外担保管理制度》第十四条规定,公司为关联人提供的担保在提交董事会审议前,应获得独立董事事前认可的书面文件。独立董事应对该交易发表独立董事意见。

3、《独立董事工作制度》对规范关联交易的制度安排

公司《独立董事工作制度》第十八条规定,重大关联交易应由独立董事认可后,提交董事会讨论。独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事1/2以上同意。

4、《关联交易管理制度》对规范关联交易的制度安排

《关联交易管理制度》第十条:公司董事会审议关联交易事项时,关联董事应当回避表决,也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行,董事会会议所做决议须经全体非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的,公司应当将该交易提交股东大会审议。

《关联交易管理制度》第十三条规定:上市公司为关联人提供担保的,不论



数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

《关联交易管理制度》第十五条规定：公司关联交易定价的基本原则：若有国家物价管理部门规定的国家定价，则按国家定价执行；若国家物价管理部门没有规定国家定价，相应的行业管理部门有行业定价的，则按行业定价执行；若无国家定价，亦无行业定价，则按当地市场价格执行；若以上三种价格确定方式均不适用，则按实际成本另加合理利润执行。

（五）关于公司章程对关联交易决策权力和程序规定的声明

公司声明：公司已在公司章程中对关联交易决策权力和程序作出规定，并规定了关联股东或利益冲突的董事在关联交易表决中的回避制度。

（六）关于报告期内关联交易是否履行《公司章程》规定程序的说明

公司报告期内所发生的重大关联交易履行了公司章程规定的程序。

（七）独立董事关于重大关联交易的意见

公司独立董事认为：“公司报告期内与关联方之间的各项关联交易均履行了合法有效的审议程序，报告期内关联交易价格或定价方法合理、公允，不存在侵害公司或其他股东利益的情形，并已经采取规范和减少关联交易的有效措施。”

（八）规范和减少关联交易的措施

本公司将采取以下措施，保障关联交易的合理、公平和透明：

1、严格执行相关法律、行政法规、部门规章、规范性文件和公司上市地上市规则的要求以及公司章程等关于关联交易的相关规定；

2、在实际工作中充分发挥独立董事和中介机构的作用，确保关联交易价格的公允性、批准程序的合规性，从而保护其他股东利益。



第八节 董事、监事和高级管理人员

一、董事、监事、高级管理人员简介

（一）董事会成员

张焱群女士，公司董事长，中国国籍，无永久境外居留权，生于1960年，研究生学历，高级经济师。1989年至1996年，历任航空总公司经济研究发展中心副处长、处长，副总经济师、高级经济师；1996年至1999年，担任航空总公司财务处处长；1999年至2001年，担任中航一集团资产管理和集团工作部副部长；2002年至2007年，历任中航一集团财务部副部长、部长；2007年至2008年，担任中航一集团风险管理委员会秘书长；2008年至今，担任中航工业经济技术研究院副院长；2010年3月起担任本公司董事长，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

周世忠先生，公司副董事长及总经理，中国国籍，无永久境外居留权，生于1954年，博士研究生学历。1985年至1995年，历任原航空工业部、航空航天工业部、航空工业总公司人劳局领导干部处干事、副处长、处长；1995年至2004年，担任中航广告公司总经理；2004年至2007年，历任中航有限副董事长、总经理。2007年至今，担任本公司副董事长、总经理，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

杜明华女士，公司董事，中国国籍，无永久境外居留权，生于1950年，本科学历，高级政工师。1993年至2004年，历任昌飞集团纪委书记，工会主席，党委副书记兼纪委书记；2004年至2011年7月，担任昌飞集团党委书记、监事会主席；2011年7月至今，担任昌飞集团高级专务。杜明华女士自2007年起担任本公司董事，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

王坚先生，公司董事，中国国籍，无永久境外居留权，生于1961年，研究生学历，研究员级高级工程师。1992年至1998年，历任511厂工艺处处长，厂技改处处长，摩托生产部副部长，规划投资部副部长，规划部副部长、部长；1998年至2009年，历任南京金城机械有限公司副总经理、总经理，金城摩托车销售有限公司总经理，一航金城南京机电液压工程研究中心主任、党委副书记、金城集团有限公司总经理、董事长、党委副书记；2010年至今，任中航工业机电系统有



限公司总经理，中航精机科技股份有限公司董事长。王坚先生自2007年起，担任本公司董事，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

刘殿春先生，公司董事，中国国籍，无永久境外居留权，生于1963年，研究生学历，研究员级高级工程师。1992年至1997年，历任东安集团办公室干事，秘书组副组长、秘书科科长；1997年至2004年，历任东安集团党政办副主任，宣传部副部长、部长，统战部部长，综合管理部部长；2004年至2010年，历任哈航集团党政办主任，党委副书记、工会主席，纪委书记；2010年至今，任东安集团党委书记、副总经理。刘殿春先生自2010年6月起，担任本公司董事会董事，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

吕林先生，公司董事，中国国籍，无永久境外居留权，生于1964年，研究生学历，高级经济师。1992年至1997年，历任成都飞机工业公司秘书科副科长、办公室（党办）秘书科副科长、科长、副主任；1998年至2003年，历任成飞集团档案处副处长、处长，办公室（党办）主任；2004年至2006年，历任成飞集团经理部/党委工作部部长；2006年至2008年，担任成飞集团副总经理；2008年至今，担任成飞集团党委副书记兼工会主席。吕林先生自2010年3月起，担任本公司董事会董事，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

王斌先生，公司独立董事，中国国籍，无永久境外居留权，生于1965年，研究生学历。1992年至2000年，历任北京商学院会计系财务教研室主任、会计系副主任；2000年至2005年，历任北京工商大学会计学院教授、副院长；2005年至2008年，担任对外经济贸易大学国际商学院特聘教授；2008年至今，担任北京工商大学商学院财务系教授、中国会计学会管理会计与应用委员会副主任等职。王斌先生自2010年12月起，任本公司第二届董事会独立董事，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

屈建民先生，公司独立董事，中国国籍，无永久境外居留权，生于1948年，研究生学历。1988年至1995年，历任国家工商行政管理总局个体司副处长、处长、副司长；1996年至1997年，任湖南省怀化地区行署副专员；1997年至1998年，担任国家工商行政管理总局办公厅副主任（正司级）；1998年至2007年，担任国家工商行政管理总局广告监管司司长。屈建民先生自2008年2月起，担任本公司董事会独立董事，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。



唐海滨先生，公司独立董事，中国国籍，无永久境外居留权，生于1956年，研究生学历。1992年至1993年，担任国务院发展研究中心副研究员；1993年至1997年，担任国家经贸委处长；1997年至2000年，担任国家烟草局法规司司长；2000年至2005年，历任全国工商联研究室主任、中国民（私）营经济研究会副会长；2005年8月至今，历任中国改革发展研究院研究员、民营经济研究中心主任，北京国正兴源投资公司董事长、北京淘古网络科技有限公司董事长、北京国正晟源商贸有限公司董事长、北京国正兴业农林水科技发展有限公司董事长、海南广生源实业有限公司董事长、北京国正金企管理咨询有限公司董事长。唐海滨先生自2008年2月起，担任本公司独立董事，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

（二）监事会成员

罗霖斯先生，监事会主席，中国国籍，无永久境外居留权，生于1963年，研究生学历，高级工程师。现任中航工业经济技术研究院副院长、分党组成员。罗霖斯先生自2009年起，担任本公司监事会主席，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

叶茂初先生，监事会监事，中国国籍，无永久境外居留权，生于1951年，研究生学历。现任中国航空技术深圳有限公司总经理助理，中国航空技术国际控股有限公司公司专务。叶茂初先生自2010年6月起，担任本公司监事会监事，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

楚海涛先生，监事会监事，中国国籍，无永久境外居留权，生于1967年，研究生学历，高级工程师。现任贵航集团董事长、总经理，贵州盖克投资管理有限公司董事长、中航证券有限公司监事。楚海涛先生自2010年6月起，担任本公司监事会监事，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

唐凌女士，监事会监事，中国国籍，无永久境外居留权，生于1977年，本科学历，中级经济师、律师资格。2002年至2005年，担任广东佛山顺德工商局陈村分局办公室副主任；2005年至2009年，担任北京中银金融商务有限公司法务主管。唐凌女士于2010年加入本公司，担任法律证券部部长；2010年11月起，担任本公司第二届监事会监事，任期至2013年12月14日止。



杨鑫女士，监事会监事，中国国籍，无永久境外居留权，生于1979年，研究生学历。杨鑫女士于2002年7月参加工作，历任北京瑞赛科技有限公司成本会计、总账会计、预算会计、综合管理会计，党委二支部纪检委员、宣传委员。杨鑫女士于2009年加入本公司，担任本公司财务部部长；2010年11月起，担任本公司第二届监事会监事，任期至2013年12月14日止。

（三）高级管理人员

周世忠先生，其简历请参见本节之“一、董事、监事、高级管理人员”之“（一）董事会成员”。

冯志民先生，副总经理，中国国籍，无永久境外居留权，生于1962年，硕士研究生学历，高级会计师。1986年至1993年，就职于原航空工业部财务司、航空航天工业部审计局；1993年至1997年，历任中国航空工业民品公司财务处副处长、处长、副总会计师；1997年加入中航广告，历任财务经理、总经理助理、副总经理；2001年至今，担任本公司副总经理，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

孙扬女士，副总经理兼客户代理中心主任，中国国籍，无永久境外居留权，生于1958年，高中学历。1996年加入中航广告，历任总经理助理、副总经理兼客户代理中心主任；2002年至今，担任本公司副总经理，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

李谦先生，副总经理兼户外媒体中心主任，中国国籍，无永久境外居留权，生于1970年，本科学历。1994年至1999年，担任北京北广艺广告艺术公司（北京长安屏幕广告有限公司）执行总经理；1999年至2002年，担任大连金榜广告有限公司总经理；2002年加入中航广告，历任总经理助理、副总经理兼户外媒体中心主任；2005年起，担任本公司副总经理，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。

陈晰女士，副总经理，中国国籍，无永久境外居留权，生于1953年，研究生学历，研究员。1999年加入中航广告，历任总经理助理、副总经理兼管理服务中心主任；2007年起，担任本公司副总经理，其本届任期自2010年12月15日至2013年12月14日止。



张文彬先生，副总经理、董事会秘书、财务负责人，中国国籍，无境外永久居留权，生于1966年，本科学历，高级会计师。1998年至2008年，历任宁夏恒力集团有限责任公司财务处副处长、宁夏恒力钢丝绳股份有限公司监事、财务部部长、证券部部长、财务总监、董事会秘书、董事；2008年加入本公司，担任本公司董事会秘书；2009年4月起，担任公司副总经理、财务负责人。2010年12月起担任公司副总经理、财务负责人、董事会秘书，任期至2013年12月14日止。

（四）董事、监事的提名及选聘情况

公司的董事、股东代表监事均由股东单位提名，经过股东大会投票选举产生；职工代表监事由公司职工代表大会选举产生。

现任董事、监事的提名情况如下：

提名方	提名董事		提名监事	
	人员名单	比例	人员名单	比例
中航工业	张焱群、周世忠	2/9	罗霖斯	1/5
昌飞集团	杜明华	1/9	-	-
金城集团	王坚	1/9	-	-
东安集团	刘殿春	1/9	-	-
成飞集团	吕林	1/9	-	-
中航技深圳	-	-	叶茂初	1/5
贵航集团	-	-	楚海涛	1/5
董事会	王斌、屈建民、唐海滨	3/9	-	-
-	-	-	唐凌、杨鑫	2/5

注：王斌、屈建民、唐海滨系公司独立董事；唐凌、杨鑫系公司职工代表监事。

二、公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属近三年持有本公司股份情况

截至本招股说明书签署之日，除周世忠持有本公司 614.00 万股股份、冯志民持有本公司 130.00 万股股份和孙扬持有本公司 170.00 万股股份外，本公司其他董事、监事、高级管理人员及其近亲属均未持有本公司的股份，亦不存在通过其他方式直接或间接持有本公司股份的情况。周世忠、冯志民、孙扬所持公司股



份报告期内未发生变动，也无质押或冻结情况。

三、公司董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况如下：

姓名	职务	持股公司全称	注册资本	持股比例
唐海滨	独立董事	北京国正兴源投资有限公司	2,000.00 万元	60.00%
		北京九思民生经济咨询有限公司	10.00 万元	98.00%
李谦	副总经理	中航博文礼品（北京）有限公司	130.00 万元	5.00%

除上述对外投资情况外，目前本公司董事、监事、高级管理人员无其他对外投资。上述对外投资与本公司不存在利益冲突。

四、董事、监事、高级管理人员最近一年薪酬情况

发行人董事、监事和高级管理人员最近一年从发行人领取收入的情况如下：

序号	姓名	职务	2011 年度薪酬（万元）
1	张焱群	董事长	—
2	周世忠	副董事长兼总经理	276.21
3	杜明华	董事	—
4	王坚	董事	—
5	刘殿春	董事	—
6	吕林	董事	—
7	王斌	独立董事	9.00
8	屈建民	独立董事	12.00
9	唐海滨	独立董事	12.00
10	罗霖斯	监事会主席	—
11	叶茂初	监事	—
12	楚海涛	监事	—
13	唐凌	职工监事	24.16
14	杨鑫	职工监事	20.70



15	冯志民	副总经理	75.25
16	孙扬	副总经理	84.14
17	李谦	副总经理	74.80
18	陈晰	副总经理	93.26
19	张文彬	副总经理、董事会秘书 财务负责人	93.26

除上述薪酬外，本公司高级管理人员未在本公司及关联方享受其他待遇和退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员的兼职情况如下：

（一）董事的兼职情况

姓名	兼职公司名称	兼职职务	与本公司关系
张焱群	中航工业经济技术研究院	副院长	公司上级主管部门
周世忠	中航新视界	董事	公司之子公司
	中航咨询	董事	公司之参股公司
	君之天	副董事长	公司之参股公司
	昆明蓝彩云	董事	公司之参股公司
杜明华	昌飞集团	高级专务	公司股东
王坚	中航工业机电系统公司	总经理	控股股东的下属企业
	中航精机科技股份有限公司	董事长	控股股东的下属企业
吕林	成都中航瑞赛置业有限公司	董事	控股股东的下属企业
	成飞集团	党委副书记 职工董事 兼工会主席	公司股东
刘殿春	东安集团	党委书记 副总经理	公司股东
唐海滨	四川士达炭素集团有限责任公司	独立董事	无关联关系
	北京淘古网络科技有限公司	董事长	无关联关系
	海南广生源实业有限公司	董事长	无关联关系
	北京国正兴源投资有限公司	董事长	无关联关系



	北京国正金企管理咨询有限公司	董事长	无关联关系
	北京国正晟源商贸有限公司	董事长	无关联关系
	北京国正兴业农林水科技发展有限公司	董事长	无关联关系
屈建民	广而告之国际有限公司	独立董事	无关联关系
王斌	深圳市铁汉生态环境股份有限公司	独立董事	无关联关系
	北京翠微大厦股份有限公司	独立董事	无关联关系
	武汉天捷重型装备股份有限公司	独立董事	无关联关系
	北京北辰实业集团公司	外部董事	无关联关系
	北京城建集团公司	外部董事	无关联关系

(二) 监事的兼职情况

姓名	兼职公司名称	兼职职务	与本公司关系
罗霖斯	中航工业经济技术研究院	副院长	公司上级主管部门
叶茂初	中航技深圳公司	总经理助理	公司股东
	中国航空技术国际控股有限公司	公司专务	控股股东的下属企业
楚海涛	贵航集团	董事长、总经理	公司股东
	中航证券有限公司	监事	控股股东的下属企业
	贵州盖克投资管理有限公司	董事长	控股股东的下属企业
	中航财务	董事	控股股东的下属企业

(三) 高级管理人员的兼职情况

姓名	兼职公司名称	兼职职务	与本公司关系
冯志民	中航双赢	监事	公司之子公司
	北京雅博	监事	公司之子公司
	东阳传媒	监事	公司之子公司
	中航新视界	监事	公司之子公司
陈晰	中航国旅	董事长	公司之参股公司
	中航新视界	董事	公司之子公司
	东阳传媒	执行董事、经理	公司之子公司
	中航交流	董事长	公司之参股公司



孙扬	中航新视界	董事、副总经理	公司之子公司
张文彬	中航汇盈	监事	公司之子公司

周世忠兼职情况见本节董事兼职情况，除上述兼职情况外，本公司的其他董事、监事、高级管理人员均不在本公司及下属公司以外的其他单位担任任何董事、监事或高级管理人员职务。

六、董事、监事及高级管理人员之间的亲属关系

截至本招股说明书签署之日，本公司的董事、监事和高级管理人员之间不存在任何亲属关系。

七、公司与董事、监事、高级管理人员签订的协议或承诺及履行情况

本公司根据国家规定分别与董事、监事、高级管理人员签订《劳动合同》及《保密协议》。

截至本招股说明书签署之日，上述合同均履行正常，不存在违约情形。

作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的承诺情况详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“十、发行人的股本情况”之“（六）发行前股东自愿锁定股份的承诺”。

八、董事、监事及高级管理人员的任职资格

本公司现任董事、监事及高级管理人员的任职资格均符合《公司法》、《证券法》、公司章程及其他相关法律、法规的规定，不存在中国证监会规定的其他不允许担任上市公司董事、监事及高级管理人员的情况。

九、报告期董事、监事、高级管理人员变动情况

（一）董事人员变动

2010年3月23日，由于董事李申田退休、董事刘宏调离股东单位，经2010年第一次临时股东大会同意李申田、刘宏辞去董事职务，选举张焱群、吕林为新任董事。



2010年6月7日，2009年度股东大会同意王军辞去董事职务，选举刘殿春为新任董事。

2010年12月15日，2010年第二次临时股东大会选举王斌为公司独立董事，孟祥泰不再担任独立董事。

报告期内董事变动情况			
2009年1月	2010年3月	2010年6月	2010年12月至今
董事长：李申田 副董事长：周世忠 董事：杜明华 董事：刘宏 董事：王坚 董事：王军 独立董事：屈建民 独立董事：唐海滨 独立董事：孟祥泰	董事长：张焱群 副董事长：周世忠 董事：杜明华 董事：吕林 董事：王坚 董事：王军 独立董事：屈建民 独立董事：唐海滨 独立董事：孟祥泰	董事长：张焱群 副董事长：周世忠 董事：杜明华 董事：吕林 董事：王坚 董事：刘殿春 独立董事：屈建民 独立董事：唐海滨 独立董事：孟祥泰	董事长：张焱群 副董事长：周世忠 董事：杜明华 董事：吕林 董事：王坚 董事：刘殿春 独立董事：屈建民 独立董事：唐海滨 独立董事：王斌

（二）监事人员变动

2010年3月23日，2010年第一次临时股东大会同意顾惠忠辞去监事职务，选举罗霖斯为新任监事。

2010年6月7日，2009年度股东大会同意黄高健、谭卫东辞去监事职务，选举叶茂初、楚海涛为新任监事。

2010年11月26日，公司职工代表大会选举唐凌、杨鑫为职工监事。

报告期内监事变动情况			
2009年1月	2010年3月	2010年6月	2010年11月至今
监事会主席：顾惠忠 监事：谭卫东 监事：黄高健 监事：刘文勇 监事：孙志毅	监事会主席：罗霖斯 监事：谭卫东 监事：黄高健 监事：刘文勇 监事：孙志毅	监事会主席：罗霖斯 监事：叶茂初 监事：楚海涛 监事：刘文勇 监事：孙志毅	监事会主席：罗霖斯 监事：叶茂初 监事：楚海涛 监事：唐凌 监事：杨鑫

（三）高级管理人员变动

2009年4月13日，公司第一届第九次董事会同意田斌辞去副总经理职务，聘请张文彬为副总经理兼财务负责人。

2010年9月，张萍辞去副总经理职务。



报告期内高级管理人员变动情况

2009 年 1 月	2009 年 4 月	2010 年 9 月至今
总经理：周世忠 副总经理：冯志民 副总经理：孙 扬 副总经理：李 谦 副总经理：张 萍 副总经理：田 斌 副总经理：陈 晰 董事会秘书：张文彬	总经理：周世忠 副总经理：冯志民 副总经理：孙 扬 副总经理：李 谦 副总经理：陈 晰 副总经理：张 萍 副总经理、董事会秘书及财务负责人：张文彬	总经理：周世忠 副总经理：冯志民 副总经理：孙 扬 副总经理：李 谦 副总经理：陈 晰 副总经理、董事会秘书及财务负责人：张文彬



第九节 公司治理

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书制度建立健全情况

本公司于 2007 年 9 月 1 日召开创立大会，通过了《中航文化股份有限公司章程》；2011 年 4 月 19 日召开公司 2010 年年度股东大会，通过了发行上市后适用的《中航文化股份有限公司章程（草案）》；2012 年 2 月 18 日召开了 2011 年年度股东大会，对《中航文化股份有限公司章程（草案）》进行了修订。

本公司制定并审议通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《总经理工作制度》、《董事会秘书工作细则》、《关联交易管理制度》、《募集资金管理办法》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》、《内部审计制度》、《信息披露管理制度》等内部管理制度，并已建立了较为完善的公司治理结构，股东大会、董事会、监事会和经理层按照公司章程及有关规定赋予的职权依法独立规范运作。

（二）股东大会规范运作情况

1、股东大会运作情况

公司历次股东大会的召开和表决程序规范，符合《公司法》、《公司章程》的相关规定；股东大会对《公司章程》的制定和修改、公司财务决算、利润分配、重大投资计划、公开发行股票、募集资金投向、董事会和监事会成员的选举等事项作出了有效决议。报告期内公司召开了 7 次股东大会。

2、股东大会职权：

《公司章程》规定：股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：（1）决定公司经营方针和投资计划；（2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（3）审议批准董事会的报告；（4）审议批准监事会的报告；（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（6）审议批准



公司的利润分配方案和弥补亏损方案；(7) 对公司增加或者减少注册资本做出决议；(8) 对发行公司债券做出决议；(9) 对公司合并、分立、解散和清算等事项做出决议；(10) 修改公司章程；(11) 对公司聘用、解聘会计师事务所做出决议；(12) 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；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；为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；(13) 审议公司在 1 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；(14) 审议法律、法规和公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

(三) 董事会规范运作情况

2008 月 2 日 28 日, 公司第一届第四次董事会审议通过了《董事会议事规则》, 并经 2007 年年度股东大会审议通过, 对公司董事会构成、职权、议事规则等进行了完善。2010 年公司第一届第十八次董事会对公司《董事会议事规则》进行了进一步的修订及完善, 并经 2010 年第二次临时股东大会审议通过。报告期内, 公司召开了 17 次董事会。

公司董事的选聘符合《公司章程》及相关规定; 董事会依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务。

1、董事会成员构成

公司设董事会, 对股东大会负责。董事会由 9 名董事组成 (其中独立董事 3 名), 由公司股东大会选举或更换。董事会设董事长一名、副董事长一名, 由董事会以全体董事的过半数选举产生或罢免。

2、董事会职权

《公司章程》规定董事会行使下列职权: (1) 负责召集股东大会, 并向大会报告工作; (2) 执行股东大会的决议; (3) 决定公司的经营计划和投资方案; (4) 制订公司的年度财务预算方案、决算方案; (5) 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案; (6) 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; (7) 拟订公司重大收购、回购本公司股票或者合并、分立和解散及变更公司



形式的方案；（8）在授权范围内，决定公司的对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；（9）决定公司内部管理机构的设置；（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书、根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（11）制订公司的基本管理制度；（12）制订公司章程的修改方案；（13）管理公司信息披露事项；（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（15）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（16）法律、法规或公司章程规定，以及股东大会授予的其他职权。

（四）监事会规范运作情况

本公司监事均按照《公司章程》等相关规定选举产生，监事会依法履行了《公司法》和《公司章程》赋予的责任。报告期内，公司召开了6次监事会。

《公司章程》规定监事会行使下列职权：（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查公司的财务；（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（4）当董事、总经理和其他高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求其予以纠正，必要时向股东大会或有权主管机关报告；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出提案；（7）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（8）列席董事会会议；（9）法律、行政法规、规章、公司章程规定或股东大会授予的其他职权。

（五）独立董事工作情况

公司独立董事数量、人员构成、任职条件、选举程序等符合《公司章程》、《独立董事工作制度》和中国证监会的有关规定。独立董事制度的建立进一步完善了公司的法人治理结构，使公司在保护中小股东利益、科学决策等方面有了制度保障。独立董事对本次募集资金投资项目、公司经营管理、发展方向及发展战略的选择上均起到了相应的作用。



（六）专门委员会的设置情况

为进一步建立健全公司董事及高级管理人员的考核和薪酬管理制度，完善公司治理结构，根据《中华人民共和国公司法》、《上市公司治理准则》、《上市公司章程指引》及其他有关规定，经 2010 年 12 月 15 日第二届董事会第一次会议审议通过了修订 4 个专门委员会议事规则的议案，包括《董事会审计委员会议事规则》、《董事会提名委员会议事规则》、《董事会战略委员会议事规则》和《董事会薪酬与考核委员会议事规则》。

董事会审计委员会是董事会按照董事会决议设立的专门工作机构，审计委员会成员由三名董事组成，独立董事应当占二分之一以上的比例，委员中至少有一名独立董事为专业会计人士，主任（召集人）由独立董事担任。审计委员会的职责是：提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；公司董事会授权的其他事宜。审计委员会对董事会负责，委员会的提案提交董事会审议决定。审计委员会应配合监事会的监事审计活动。

董事会提名委员会是董事会按照董事会决议设立的专门工作机构，由 5 名董事组成，其中独立董事占多数，主任（召集人）由独立董事委员担任。提名委员会的主要职责权限：研究董事、高级管理人员的选择标准和程序并提出建议；广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；对董事候选人和高级管理人员人选进行审查并提出建议。

董事会战略委员会是按照董事会决议设立的专门工作机构，主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。由 5 名董事组成，其中至少包括一名独立董事，主任（召集人）由公司董事长担任。战略委员会的主要职责权限：对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资融资议案进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；董事会授权的其他事宜。战略委员会对董事会负责，委员会的提案提交董事会审议决定。



董事会薪酬与考核委员会是按照董事会决议设立的专门工作机构，主要负责制定公司董事及经理人员的考核标准并进行考核；负责制定、审查公司董事及经理人员的薪酬政策与方案，对董事会负责。薪酬与考核委员会成员由 3 名董事组成，独立董事占二分之一以上的比例，主任（召集人）由独立董事担任。薪酬与考核委员会的主要职责权限：根据公司董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及企业其他相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其他事宜。

（七）董事会秘书规范运作情况

公司董事会秘书按照《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的有关规定开展工作，履行相应的权利和义务，出席了其任职期内公司历次董事会；按照有关规定为股东和董事提供会议通知和会议材料等文件，较好地履行了《董事会秘书工作细则》中规定的有关职责。

二、发行人最近三年违法违规行为情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度。自成立至今，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照公司章程及相关法律法规的规定开展经营，不存在重大违法违规行为，也不存在因重大违法行为被相关主管机关处罚的情况。

三、发行人最近三年资金占用及对外担保情况

公司具有严格的资金管理制度，近三年内不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。公司章程已明确对外担保的审批权限和审议程序，近三年不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

四、内部控制制度完整性、合理性和有效性的自我评估意见

公司认为：本公司建立了较为完善的内部控制体系，在内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等各个方面已建立了基本健全的、合理的内部



控制制度，符合国家有关法律、行政法规和部门规章的要求。本公司的法人治理、生产经营、信息披露和重大事项等活动较严格的按照公司各项内控制度的规定进行，并且活动各环节可能存在的内外部风险得到了合理控制，公司各项活动的预定目标基本实现。因此本公司的内部控制是有效的，内部控制体系具有合法性、合理性和有效性，未发现对公司治理、经营管理及发展有重大影响之缺陷及异常事项。但由于内部控制的固有局限性，内外部环境的持续变化，可能导致原有控制活动不适用或者出现偏差，本公司将及时进行内部控制体系的补充和完善，使之适应国家法律、法规的要求和公司自身管理的需要。为财务报告的真实性、完整性，以及公司战略、经营目标的实现提供合理保障。

五、注册会计师关于发行人内部控制制度完整性、合理性及有效性的鉴证意见

京都天华会计师事务所有限公司于 2012 年 1 月 29 日出具京都天华专字（2012）第 0047 号《内部控制鉴证报告》认为：中航文化公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规范于 2011 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

六、报告期内发行人的内部管理的改进情况

2009 年，国家审计署对中航二集团党组书记、总经理张洪飏进行了离任审计，并在 2009 年 3 月-5 月对中航文化进行了延伸审计。在审计检查和自查中，发现公司在 2002 年-2008 年期间主要存在以发票报销方式发放业务提成、违反财务管理规定列支费用、改制过程中自然人股东未缴纳个人所得税及高管薪酬管理不规范四个方面的问题。

针对上述问题，公司积极进行整改，补缴了税款，并从建立健全内控制度并有效执行方面完善了内部管理，中航工业对整改情况进行验收，并对相关责任人进行了行政处罚。

整改过程中，公司针对存在的问题和环节加强内部管理，完善内控制度建设：在发票管理方面，发行人在财务部门设置专门的发票审核岗位，其工作职责主要包括对发票真伪及交易对象的存续进行核查、对报销业务背景和真实性进行核查



等。通过设置发票审核岗位，杜绝虚假发票和交易对象套取发票、偷逃税款现象的发生。为明确发票报销流程及财务人员的核查责任，完善发票管理制度，发行人于 2009 年 11 月制定了《关于加强发票管理的补充规定》。

在薪酬管理方面，发行人通过新增制度使薪酬管理更加规范。发行人于 2009 年 12 月制定了《员工工资收入提成管理办法》和《媒体营销高管薪酬管理办法》，发行人将根据员工业绩完成情况，提取工资性收入，并全部纳入工资总额结算，代扣代缴个人所得税。发行人董事会也审议通过了《关于加强对公司高管薪酬监督管理的议案》，以规范公司高管的薪酬管理。

在成本费用列支方面，发行人加强对财务人员业务培训，修订了《业务费用管理办法》，从根本上规范成本费用列支渠道，严格按照国家相关规定核算成本费用和工资性支出，准确计算缴纳税收，履行个人所得税代扣代缴义务。

2011 年 12 月 12 日，中航工业出具了航空函[2012]8 号《关于中航文化股份有限公司 2009 年审计署审计问题说明的函》，对上述事宜进行了说明。

针对上述事宜，发行人律师认为，鉴于发行人对审计问题已经整改完毕，内部控制制度已得到完善，审计问题发生在报告期外，报告期内发行人无重大违法行为，会计师对发行人的内控管理发表了无保留意见，因此，发行人的内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证财务报告的可靠性、生产经营的合法性、营运的效率与效果，发行人符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第二十四条的规定。

保荐机构认为，鉴于审计署审计问题均发生在报告期外，发行人对审计问题已经整改完毕，发行人报告期内无重大违法行为，因此，经过完善，发行人已建立了健全、合理的内部控制制度，内部控制制度的运行是有效的。

会计师对公司内控管理发表了无保留的审计意见，根据京都天华会计师事务所有限公司出具的京都天华专字（2012）第 0047 号《内部控制鉴证报告》，中航文化公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规范于 2011 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。



第十节 财务会计信息

本节的财务会计数据及有关分析引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的会计报表及其附注。

一、注册会计师意见

本公司已聘请京都天华会计师事务所有限公司对本公司 2011 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日的公司及合并资产负债表，2011 年度、2010 年度、2009 年度的公司及合并利润表、公司及合并现金流量表、公司及合并股东权益变动表及财务报表附注进行了审计，并出具了京都天华审字[2012]第 0125 号标准无保留意见的《审计报告》（以下简称“审计报告”）。

二、财务报表的编制基础

本公司财务报表以持续经营为基础列报，财务报表按照财政部 2006 年 2 月颁布的《企业会计准则—基本准则》和 38 项具体会计准则及其应用指南、解释以及其他相关规定（统称“企业会计准则”）编制。

三、合并会计报表的编制方法、合并范围及变化情况

（一）合并会计报表编制方法

本公司合并财务报表以本公司和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，按照权益法调整对子公司的长期股权投资后，由本公司编制。在编制合并财务报表时，本公司和子公司的会计政策和会计期间要求保持一致，公司间的重大交易和往来余额予以抵销。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。

在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司，本公司将该子公司合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，将其现金流量纳入合并现金流量表；因非同一控制下企业合并增加的子公司，本公司将该子公司购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，将其现金流量纳入合并现金流量表。



（二）合并会计报表原则范围

公司将能够控制的全部子公司纳入合并财务报表的合并范围。

（三）合并会计报表合并范围及变化情况

1、2011 年度合并范围

名称	持股比例%			表决权比例%	合并报表范围
	直接	间接	合计		
中航双赢	100	—	100	100	2011 年度全部财务报表
北京雅博	100	—	100	100	2011 年度全部财务报表
中航汇盈	100	—	100	100	2011 年度全部财务报表
东阳传媒	100	—	100	100	2011 年度全部财务报表
中航新视界	60	—	60	60	2011 年度全部财务报表

注：2011 年 5 月精准传媒更名为中航汇盈。

2、2010 年合并范围

子公司名称	持股比例%			表决权比例%	合并报表范围
	直接	间接	合计		
中航双赢	100	—	100	100	2010 年全部财务报表
北京雅博	100	—	100	100	2010 年全部财务报表
精准传媒	100	—	100	100	2010 年全部财务报表
东阳传媒	100	—	100	100	2010 年 10-12 月全部财务报表
中航新视界	60	—	60	60	2010 年全部财务报表

2010 年 10 月，浙江东阳中航文化传媒有限公司办理完毕工商登记手续，故将其 2010 年 10-12 月全部财务报表纳入合并范围。



3、2009 年合并范围

子公司名称	持股比例%			表决权比例%	合并报表范围
	直接	间接	合计		
中航双赢	100	-	100	100	2009 年全部财务报表
北京雅博	100	-	100	100	2009 年全部财务报表
精准传媒	100	-	100	100	2009 年全部财务报表
中航新视界	60	-	60	60	2009 年全部财务报表

四、会计报表

(一) 资产负债表

1、合并资产负债表

合并资产负债表（资产）

单位：元

资产	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	684,288,846.45	187,342,399.13	39,473,915.17
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	49,203,810.00	30,150,835.00	-
应收账款	61,036,021.22	75,169,436.50	76,681,076.96
预付款项	127,203,047.51	230,508,742.95	398,751,830.33
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	11,286,966.70	9,642,712.18	48,763,536.02
存货	7,484,918.74	5,637,478.72	6,183,101.67
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	-
流动资产合计	940,503,610.62	538,451,604.48	569,853,460.15
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	35,760,840.00	50,527,200.00



资产	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	16,613,817.06	15,502,420.79	14,478,522.06
投资性房地产	-	-	-
固定资产	81,147,610.08	83,949,854.33	83,634,354.15
在建工程	-	-	173,785.00
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
无形资产	182,312.65	199,154.26	230,214.24
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	801,167.00	927,660.00	1,054,160.00
递延所得税资产	2,041,214.00	1,225,138.87	213,736.19
其他非流动资产	93,472,222.22	-	-
非流动资产合计	194,258,343.01	137,565,068.25	150,311,971.64
资产总计	1,134,761,953.63	676,016,672.73	720,165,431.79

合并资产负债表（负债及所有者权益）

单位：元

负债和所有者权益	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
流动负债：			
短期借款	9,000,000.00	-	220,000,000.00
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	612,166,357.90	201,432,043.00	134,879,123.56
预收款项	96,339,972.41	128,828,675.17	72,716,055.41
应付职工薪酬	8,106,364.76	5,254,084.55	4,493,594.48
应交税费	35,203,746.74	31,661,902.43	11,513,932.29



负债和所有者权益	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
应付利息	-	-	-
应付股利	390,000.00	-	-
其他应付款	4,909,714.97	5,088,075.30	18,489,221.00
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	766,116,156.78	372,264,780.45	462,091,926.74
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延所得税负债	-	8,184,845.39	11,745,915.00
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	8,184,845.39	11,745,915.00
负债合计	766,116,156.78	380,449,625.84	473,837,841.74
股东权益：			
股本	100,000,000.00	100,000,000.00	100,000,000.00
资本公积	-131,153.81	24,423,382.36	35,106,591.19
减：库存股		-	-
专项储备		-	-
盈余公积	16,590,480.84	9,866,159.78	5,757,011.09
未分配利润	250,078,921.62	158,133,453.06	101,946,847.31
外币报表折算差额	-	-	-
归属于母公司股东权益合计	366,538,248.65	292,422,995.20	242,810,449.59
少数股东权益	2,107,548.20	3,144,051.69	3,517,140.46
股东权益合计	368,645,796.85	295,567,046.89	246,327,590.05
负债和股东权益总计	1,134,761,953.63	676,016,672.73	720,165,431.79

**2、母公司资产负债表**

母公司资产负债表（资产）

单位：元

资产	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	281,503,613.77	64,630,921.54	24,464,290.33
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	42,990,504.00	27,150,835.00	-
应收账款	54,867,795.02	69,189,667.70	169,883,599.00
预付款项	81,649,565.47	174,865,742.98	239,491,889.36
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	37,954,395.06	8,960,270.96	47,352,098.76
存货	4,718,890.74	4,553,023.90	5,147,383.10
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	-
流动资产合计	503,684,764.06	349,350,462.08	486,339,260.55
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	35,760,840.00	50,527,200.00
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	45,800,071.71	44,688,675.44	49,792,926.48
投资性房地产	-	-	-
固定资产	80,027,708.71	82,850,938.81	82,365,441.93
在建工程	-	-	173,785.00
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-



资产	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
无形资产	19,500.00	7,524.98	8,385.00
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	801,167.00	927,660.00	1,054,160.00
递延所得税资产	1,987,290.57	1,207,278.47	183,149.99
其他非流动资产	93,472,222.22	-	-
非流动资产合计	222,107,960.21	165,442,917.70	184,105,048.40
资产总计	725,792,724.27	514,793,379.78	670,444,308.95

母公司资产负债表（负债及所有者权益）

单位：元

负债和股东权益	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
流动负债：			
短期借款	-	-	220,000,000.00
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	390,753,618.90	154,016,379.00	134,879,123.56
预收款项	65,213,565.35	99,312,822.13	80,895,926.40
应付职工薪酬	7,319,403.84	4,830,224.12	4,247,250.43
应交税费	22,350,348.13	21,188,342.02	5,055,478.48
应付利息	-	-	-
应付股利	390,000.00	-	-
其他应付款	3,605,927.68	3,789,581.14	20,557,707.18
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	489,632,863.90	283,137,348.41	465,635,486.05
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-



负债和股东权益	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延所得税负债	-	8,184,845.39	11,745,915.00
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	8,184,845.39	11,745,915.00
负债合计	489,632,863.90	291,322,193.80	477,381,401.05
股东权益：			
股本	100,000,000.00	100,000,000.00	100,000,000.00
资本公积	255,052.07	24,809,588.24	35,492,797.07
减：库存股		-	-
专项储备		-	-
盈余公积	16,590,480.84	9,866,159.78	5,757,011.09
未分配利润	119,314,327.46	88,795,437.96	51,813,099.74
外币报表折算差额	-	-	-
归属于母公司股东权益合计	236,159,860.37	223,471,185.98	193,062,907.90
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	236,159,860.37	223,471,185.98	193,062,907.90
负债和股东权益总计	725,792,724.27	514,793,379.78	670,444,308.95

（二）利润表

1、合并利润表

单位：元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、营业收入	1,634,105,901.75	1,452,619,616.15	846,788,013.41
减：营业成本	1,377,040,157.38	1,288,132,779.13	728,048,937.34
营业税金及附加	24,663,482.98	14,787,279.84	10,284,939.75
销售费用	59,658,104.64	49,484,723.77	38,938,069.29
管理费用	41,591,763.07	20,984,817.27	17,994,211.53



项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
财务费用	-3,423,850.90	6,493,078.47	191,759.16
资产减值损失	2,288,280.50	-12,289.31	464,796.95
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)	49,640,068.26	8,163,867.77	-698,151.21
其中：对联营企业和合营 企业的投资收益	1,166,396.27	1,023,898.73	-699,562.83
二、营业利润 (亏损以“-”号填列)	181,928,032.34	80,913,094.75	50,167,148.18
加：营业外收入	1,666,370.51	799,295.83	500,844.16
减：营业外支出	10,959,456.47	289,094.02	9,713.36
其中：非流动资产处置损 失	82,283.35	39,094.02	9,713.36
三、利润总额 (亏损总额以“-”号填列)	172,634,946.38	81,423,296.56	50,658,278.98
减：所得税费用	45,001,660.25	21,500,630.89	14,454,417.12
四、净利润 (净亏损以“-”号填列)	127,633,286.13	59,922,665.67	36,203,861.86
其中：同一控制下企业合 并的被合并方在合并前 实现的净利润	-	-	-
归属于母公司所有者的 净利润	128,669,789.62	60,295,754.44	35,878,186.60
少数股东损益	-1,036,503.49	-373,088.77	325,675.26
五、每股收益：			
(一) 基本每股收益	1.29	0.60	0.36
(二) 稀释每股收益	1.29	0.60	0.36
六、其他综合收益	-24,554,536.17	-10,683,208.83	21,344,399.80
七、综合收益总额	103,078,749.96	49,239,456.84	57,548,261.66
归属于母公司所有者的 综合收益总额	104,115,253.45	49,612,545.61	57,222,586.40
归属于少数股东的综合 收益总额	-1,036,503.49	-373,088.77	325,675.26



2、母公司利润表

单位：元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、营业收入	1,350,058,352.90	1,098,014,742.65	704,168,731.96
减：营业成本	1,204,281,992.04	991,183,809.58	662,946,583.50
营业税金及附加	14,663,243.35	9,491,452.15	3,540,242.12
销售费用	38,618,989.75	27,188,489.12	9,928,405.70
管理费用	40,193,766.12	20,375,418.69	17,452,944.60
财务费用	-1,496,859.33	7,403,747.49	580,523.57
资产减值损失	2,144,028.38	28,613.93	382,836.64
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)	49,640,068.26	12,006,475.15	20,967,205.25
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	1,166,396.27	1,023,898.73	-699,562.83
二、营业利润 (亏损以“-”号填列)	101,293,260.85	54,349,686.84	30,304,401.08
加：营业外收入	150.51	750.16	100.00
减：营业外支出	10,801,433.28	289,094.02	9,713.36
其中：非流动资产处置损失	-	-	9,713.36
三、利润总额 (亏损总额以“-”号填列)	90,491,978.08	54,061,342.98	30,294,787.72
减：所得税费用	23,248,767.52	12,969,856.07	3,865,837.25
四、净利润 (净亏损以“-”号填列)	67,243,210.56	41,091,486.91	26,428,950.47
五、其他综合收益	-24,554,536.17	-10,683,208.83	21,344,399.80
六、综合收益总额	42,688,674.39	30,408,278.08	47,773,350.27

**(三) 现金流量表****1、合并现金流量表**

单位：元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 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	1,580,393,050.47	1,459,427,254.82	772,877,546.94
收到的税费返还	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	17,874,257.17	34,525,932.45	20,822,779.34
经营活动现金流入小计	1,598,267,307.64	1,493,953,187.27	793,700,326.28
购买商品、接受劳务支付的现金	945,657,029.39	1,001,884,739.76	988,355,309.28
支付给职工以及为职工支付的现金	56,987,815.33	47,520,117.60	28,168,135.09
支付的各项税费	67,769,791.69	18,365,559.98	21,071,607.60
支付的其他与经营活动有关的现金	39,351,657.21	52,385,980.03	29,813,789.16
经营活动现金流出小计	1,109,766,293.62	1,120,156,397.37	1,067,408,841.13
经营活动产生的现金流量净额	488,501,014.02	373,796,789.90	-273,708,514.85
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资所收到的现金	51,550,130.43	7,611,550.60	-
取得投资收益收到的现金	-	50,500.00	33,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,961.16	4,800.00	46,613.17
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	51,552,091.59	7,666,850.60	79,613.17
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	22,482,663.62	4,000,632.55	1,335,029.46
投资支付的现金	-	1,733,068.99	2,156,374.66
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	241,083.81
投资活动现金流出小计	22,482,663.62	5,733,701.54	3,732,487.93



项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
投资活动产生的现金流量净额	29,069,427.97	1,933,149.06	-3,652,874.76
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	9,000,000.00	-	220,000,000.00
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	9,000,000.00	-	220,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	220,000,000.00	30,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	29,623,994.67	7,861,455.00	816,390.00
其中：子公司支付给少数股东的现金股利	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
其中：子公司减资支付给少数股东的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	29,623,994.67	227,861,455.00	30,816,390.00
筹资活动产生的现金流量净额	-20,623,994.67	-227,861,455.00	189,183,610.00
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	496,946,447.32	147,868,483.96	-88,177,779.61
加：期初现金及现金等价物余额	187,342,399.13	39,473,915.17	127,651,694.78
六、期末现金及现金等价物余额	684,288,846.45	187,342,399.13	39,473,915.17

2、母公司现金流量表

单位：元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 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	1,088,316,517.69	1,082,623,781.05	596,710,817.60
收到的税费返还	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	15,986,385.61	26,053,431.40	50,256,616.64
经营活动现金流入小计	1,104,302,903.30	1,108,677,212.45	646,967,434.24



项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	746,986,499.05	769,561,418.63	796,254,989.22
支付给职工以及为职工支付的现金	44,679,952.09	34,618,891.58	12,749,998.14
支付的各项税费	38,324,667.91	8,270,427.51	2,922,792.58
支付的其他与经营活动有关的现金	57,331,915.37	39,153,525.35	33,840,694.71
经营活动现金流出小计	887,323,034.42	851,604,263.07	845,768,474.65
经营活动产生的现金流量净额	216,979,868.88	257,072,949.38	-198,801,040.41
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资所收到的现金	51,550,130.43	7,611,550.60	-
取得投资收益收到的现金	-	50,500.00	21,928,568.08
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	4,800.00	38,000.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	14,005,649.77	503,200.00
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	51,550,130.43	21,672,500.37	22,469,768.08
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	22,047,307.08	3,984,294.55	1,136,237.46
投资支付的现金	-	6,733,068.99	2,156,374.66
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	22,047,307.08	10,717,363.54	3,292,612.12
投资活动产生的现金流量净额	29,502,823.35	10,955,136.83	19,177,155.96
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	220,000,000.00
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	-	-	220,000,000.00



项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
偿还债务支付的现金	-	220,000,000.00	30,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	29,610,000.00	7,861,455.00	816,390.00
其中：子公司支付给少数股东的现金股利	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
其中：子公司减资支付给少数股东的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	29,610,000.00	227,861,455.00	30,816,390.00
筹资活动产生的现金流量净额	-29,610,000.00	-227,861,455.00	189,183,610.00
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	216,872,692.23	40,166,631.21	9,559,725.55
加：期初现金及现金等价物余额	64,630,921.54	24,464,290.33	14,904,564.78
六、期末现金及现金等价物余额	281,503,613.77	64,630,921.54	24,464,290.33

五、主要会计政策、会计估计

（一）收入

1、广告代理

对已按照客户的广告代理发布期完成广告发布，相关的收入已经取得或取得了收款的凭据，且与该广告代理有关的成本能够可靠地计量时，本公司确认广告代理收入的实现。

（1）电视媒体广告代理业务

①收入确认原则

对于电视媒体代理业务的收入确认，公司按照《企业会计准则—收入》及其应用指南有关提供劳务收入的规定，对已按照客户的广告代理发布期完成广告发布，相关的收入已经取得或取得了收款的凭据，且与该广告代理有关的成本能够可靠地计量时，确认广告代理收入的实现。

②收入确认具体标准

电视媒体代理业务销售收入的具体标准是以下条件同时具备：已与客户签订



《广告代理合同》；广告实际播出已完成；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。

③核算流程

公司首先与客户签订《广告代理合同》，并附广告投放计划表，计划表内容包括：客户的名称、发布的品牌或产品、广告日期、广告发布的媒体、频道、时长、次数、刊例价、折扣、金额等。公司根据广告投放计划编制排期表发给央视，央视确认后按排期情况播出。每月广告发布完成后，媒介部收集“CTR 监测报告”等媒体投放证明，编制播出表，经业务部、财务部核实后确认收入。

具体核算流程：与客户签订《广告代理合同》，发布期前预收货款，借记“银行存款”、贷记“预收账款”；每月根据业务部门提供的当月广告实际播出表并核对央视 CTR 监测数据无误后，按照实际播出时长与合同约定价款确认收入，借记“预收账款”或“应收账款”，贷记“主营业务收入”。

（2）户外媒体广告代理业务

①收入确认原则

户外媒体广告代理业务收入确认原则与电视媒体代理业务相同，对已按照客户的广告代理发布期完成广告发布，相关的收入已经取得或取得了收款的凭据，且与该广告代理有关的成本能够可靠地计量时，确认广告代理收入的实现。

②收入确认具体标准

户外媒体代理业务销售收入的具体标准是以下条件同时具备：已与客户签订《广告代理合同》；广告已完成上刊投放（渠道客户自行负责广告上刊的，在合同约定广告发布期内按月确认收入）；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。

③核算流程

公司首先与客户签订《广告代理合同》，合同内容包括：客户的名称、发布的品牌或产品（非必须项目）、发布期限、发布的户外资源所处位置、金额等。公司根据代理合同采购相应资源提供给客户，财务部核实合同与回执确认广告发布完成后，或在合同约定投放期限内确认收入。



具体核算流程：与客户签订《广告代理合同》，投放期前预收货款，借记“银行存款”、贷记“预收账款”；每月根据业务部门提供的当月广告实际上刊投放情况或广告代理合同，于投放期内分期确认收入，借记“预收账款”或“应收账款”，贷记“主营业务收入”。

经核查，保荐人认为，公司的收入确认原则、具体标准及核算流程符合企业会计准则的规定。

申报会计师认为，公司的收入确认原则、具体标准及核算流程符合企业会计准则的规定。

2、销售商品

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

3、提供劳务

对在提供劳务（广告制作、拍摄、服务等）的交易的结果能够可靠估计的情况下，本公司在期末按完工百分比法确认收入。

劳务交易的完工进度按已经发生的劳务成本占估计总成本的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：（1）收入的金额能够可靠地计量；（2）相关的经济利益很可能流入企业；（3）交易的完工程度能够可靠地确定；（4）交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

4、让渡资产使用权

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时，本公司确认收入。

（二）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下的企业合并

对于同一控制下的企业合并，本公司采用权益结合法进行会计处理。合并取得的被合并方的资产、负债，除因会计政策不同而进行的调整以外，按合并日被



合并方的原账面价值计量。合并对价的账面价值与合并中取得的净资产账面价值份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。

为进行企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益。

2、非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，本公司采用购买法进行会计处理。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付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。在购买日，本公司取得的被购买方的资产、负债及或有负债按公允价值确认。

本公司对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，按成本扣除累计减值准备后的金额计量；对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差额，经复核后计入当期损益。

为进行企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益。

如果企业合并是通过多次交易分步实现，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益应当转为购买日所属当期投资收益。

子公司中的少数股东权益应与本公司的权益分开确定。少数股东权益按少数股东享有被购买方可辨认净资产公允价值的份额进行初始计量。购买后，少数股东权益的账面金额等于初始确认金额加上其享有后续权益变动的份额。综合收益总额会分摊到少数股东权益，可能导致少数股东权益的金额为负数。

本公司将子公司中不导致丧失控制权的权益变动作为权益性交易核算。本公司持有的权益和少数股东权益的账面金额应予调整以反映子公司中相关权益的变动。调整的少数股东权益的金额与收取或支付的对价的公允价值之间差额直接计入资本公积。

当本公司丧失对子公司的控制权时，处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资



产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。此前计入其他综合收益的与子公司相关的金额，应在丧失控制权时转入当期投资收益。剩余股权按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量，确认为长期股权投资或其他相关金融资产。

（三）现金及现金等价物的确定标准

现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（四）外币业务

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

期末，对外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期损益；对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；对以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，计入当期损益。

（五）应收款项

本公司应收款项包括应收账款、其他应收款。

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：期末单项金额大于应收款项余额 10% 以上的应收款项。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，有客观证据表明发生了减值，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。

单项金额重大经单独测试未发生减值的应收款项，再按组合计提坏账准备。



2、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	涉诉款项、客户信用状况恶化的应收款项
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

3、关联方应收款项

对关联方之间形成的应收款项，单独进行减值测试。本公司对与本公司股东、中航工业公司本部及中航工业下属公司形成的应收款项，原则上不计提坏账准备，如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

4、按组合计提坏账准备的应收款项

经单独测试后未减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项）以及未单独测试的单项金额不重大的应收款项，按以下风险组合计提坏账准备：

组合类型	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄状态	账龄分析法

对账龄组合，采用账龄分析法计提坏账准备的比例如下：

账龄	应收款计提比例%
6个月以内（含6个月，下同）	0
7至12个月	5
1至2年	10
2至3年	20
3至4年	30
4至5年	50
5年以上	100

（六）存货

1、存货的分类

本公司存货分为库存商品和广告拍摄成本、影视剧制作成本等。



2、存货的计价

本公司存货取得时按实际成本计价，发出时采用加权平均法计价。

3、存货跌价准备计提及可变现净值的确认方法

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

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

4、存货的盘存制度

本公司存货盘存制度采用永续盘存制。

（七）金融工具

金融工具是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

1、金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，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，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。

2、金融资产分类和计量

本公司的金融资产于初始确认时分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期



损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

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。交易性金融资产包括为了在短期内出售而取得的金融资产，以及衍生金融工具。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有已实现和未实现的损益均计入当期损益。

持有至到期投资

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，其终止确认、发生减值或摊销产生的利得或损失，均计入当期损益。

应收款项

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，包括应收账款和其他应收款、预付账款等。

可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除上述金融资产类别以外的金融资产。可供出售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的汇兑差额确认为当期损益外，可供出售金融资产的公允价值变动作为资本公积的单独部分予以确认，直到该金融资产终止确认或发生减值时，在此之前在资本公积中确认的累计利得或损失转入当期损益。与可供出售金融资产相关的股利或利息收入，计入当期损益。

3、金融负债分类和计量

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、其他金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，相关交易费用计入其初始确认金额。



以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

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。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，所有已实现和未实现的损益均计入当期损益。

其他金融负债

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

4、衍生金融工具

本公司衍生金融工具初始以衍生交易合同签订当日的公允价值进行计量，并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产，公允价值为负数的确认为一项负债。

因公允价值变动而产生的任何不符合套期会计规定的利得或损失，直接计入当期损益。

5、金融工具的公允价值

本公司初始确认金融资产和金融负债时，应当按照公允价值计量。金融工具初始确认时的公允价值通常指交易价格（即所收到或支付对价的公允价值），但是，如果收到或支付的对价的一部分并非针对该金融工具，该金融工具的公允价值应根据估值技术进行估计。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

6、金融资产减值

本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。

以摊余成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记



至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当期损益。预计未来现金流量现值，按照该金融资产原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失，计入当期损益。对单项金额不重大的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

本公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

可供出售金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，原直接计入资本公积的因公允价值下降形成的累计损失，予以转出，计入当期损益。该转出的累计损失，为可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

以成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，将该金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。发生的减值损失一经确认，不再转回。

7、金融资产转移

金融资产转移，是指将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一



方（转入方）。

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

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的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，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。

（八）长期股权投资

1、投资成本确定

本公司长期股权投资在取得时按投资成本计量。投资成本一般为取得该项投资而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值，并包括直接相关费用。但同一控制下的企业合并形成的长期股权投资，其投资成本为合并日取得的被合并方所有者权益的账面价值份额。

2、后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资，以及对被投资单位不具有共同控制或重大影响，且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资采用成本法核算；对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。

采用成本法核算的长期股权投资，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为投资收益计入当期损益。

本公司长期股权投资采用权益法核算时，对长期股权投资的投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的投资成本；对长期股权投资的投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，对长期股权投资的账面价值进行调整，差额计入投资当期的损益。



本公司在按权益法对长期股权投资进行核算时，先对被投资单位的净利润进行取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值、会计政策和会计期间方面的调整，再按应享有或应分担的被投资单位的净损益份额确认当期投资损益。

本公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照持股比例计算归属于本公司的部分，在抵销基础上确认投资损益。

对于 2007 年 1 月 1 日之前已经持有的对联营企业及合营企业的长期股权投资，如存在与该投资相关的股权投资借方差额，在扣除按原剩余期限直线法摊销的股权投资借方差额后，确认投资损益。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制是指任何一个合营方均不能单独控制合营企业的生产经营活动，涉及合营企业基本经营活动的决策需要各合营方一致同意等。其中，控制是指有权决定一个企业的财务和经营政策，并能据以从该企业的经营活动中获取利益。

重大影响是指重大影响是指对一个企业的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。当本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50%的表决权股份时，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响外，均确定对被投资单位具有重大影响；本公司拥有被投资单位 20%（不含）以下的表决权股份，一般不认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下能够参与被投资单位的生产经营决策，形成重大影响。

4、减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，本公司计提资产减值的方法见《审计报告》附注二、25。

持有的对被投资单位不具有共同控制或重大影响、在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，本公司计提资产减值的方法见《审计报告》附注二、9（6）。



（九）固定资产

1、固定资产确认条件

本公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

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

本公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

2、各类固定资产的折旧方法

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

固定资产类别	使用年限	残值率%	年折旧率%
房屋建筑物	40 年	5	2.375
运输工具	10 年	5	9.50
办公设备	5 年	5	19.00

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

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法请参见《审计报告》附注二、25。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

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



5、每年年度终了，本公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。

使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

6、大修理费用

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

（十）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。借款费用同时满足下列条件的，开始资本化：

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

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

本公司购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，暂停借款费用的资本化；正常中断期间的借款费用继续资本化。



（十一）无形资产

1、无形资产指企业拥有或控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，包括专有技术、土地使用权等。

2、无形资产在取得时按照实际成本计价。

3、对使用寿命确定的无形资产，自无形资产可供使用时起，在使用寿命内采用直线法摊销，计入当期损益；对使用寿命不确定的无形资产不摊销；公司于年度终了对无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，使用寿命及摊销方法与以前估计不同的，则改变摊销期限和摊销方法。

4、无形资产减值准备

期末检查各项无形资产预计给本公司带来未来经济利益的能力，当存在以下情形之一时按预计可收回金额低于账面价值的差额计提无形资产减值准备：

（1）某项无形资产已被其他新技术等所替代，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；

（2）某项无形资产的市价在当期大幅下跌，在剩余摊销年限内预期不会恢复；

（3）某项无形资产已超过法律保护期限，但仍然具有部分使用价值等减值迹象的，则估计其可收回金额。可收回金额的计量结果表明，无形资产的可收回金额低于其账面价值的，将无形资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备；

（4）其他足以证明某项无形资产实质上已发生了减值准备情形的情况；

无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十二）长期待摊费用

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



（十三）预计负债

如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件，本公司将其确认为预计负债：

- 1、该义务是本公司承担的现时义务；
- 2、该义务的履行很可能导致经济利益流出本公司；
- 3、该义务的金额能够可靠地计量。

如果清偿已确认预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿，则补偿金额只能在基本确定能收到时，作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过所确认负债的账面价值。

（十四）政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

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

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用期限内平均分配，计入当期损益；与收益相关的政府补助，如果用于补偿已发生的相关费用或损失，则计入当期损益，如果用于补偿以后期间的相关费用或损失，则计入递延收益，于费用确认期间计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

（十五）递延所得税资产/递延所得税负债

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

（十六）利润分配方法

根据公司章程规定，计提所得税后的利润，按如下顺序进行分配：

1、弥补以前年度的亏损；



2、提取 10%的法定盈余公积金；

3、提取任意盈余公积金；

4、付普通股股利。

六、最近一年的收购兼并情况

本公司最近一年不存在收购兼并情况。

七、经注册会计师审核的非经常性损益明细表

单位：元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
非流动性资产处置损益	503,874.92	-39,094.02	-40,557.58
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	--	--
政府补助	1,666,220.00	788,000.00	500,000.00
处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	47,887,513.72	7,089,469.04	--
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-10,877,022.61	-238,704.17	100.00
非经常性损益总额	39,180,586.03	7,599,670.85	459,542.42
减：非经常性损益的所得税影响数	9,814,206.29	1,899,917.71	114,885.61
非经常性损益净额	29,366,379.74	5,699,753.14	344,656.81
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	-21,703.56	--	--
归属于公司普通股股东的非经常性损益	29,388,083.30	5,699,753.14	344,656.81
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	99,281,706.32	54,596,001.30	35,533,529.79

八、最近一年末主要固定资产、无形资产及对外投资情况

（一）固定资产

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司固定资产原值为 104,422,026.68 元，累计折旧 23,274,416.60 元，固定产净额 81,147,610.08 元，具体情况如下：

类别	预计使用年限	2011 年度账面原值	累计折旧	账面净值	减值	2011 年度账面价值
房屋建筑物	40 年	88,073,220.81	13,421,732.47	74,651,488.34	-	74,651,488.34



运输工具	10 年	6,374,276.62	3,277,122.72	3,097,153.90	-	3,097,153.90
办公设备	5 年	9,974,529.25	6,575,561.41	3,398,967.84	-	3,398,967.84
合计	-	104,422,026.68	23,274,416.60	81,147,610.08	-	81,147,610.08

(二) 最近一年末无形资产情况

类别	取得方式	初始金额(元)	摊销年限	累计摊销(元)	摊余价值(元)	剩余摊销月数
软件使用权	购入	277,400.00	10	114,587.35	182,312.65	70
合 计		277,400.00	-	114,587.35	182,312.65	-

(三) 最近一年末主要长期股权投资情况

截至 2011 年 12 月 31 日, 本公司长期股权投资情况如下表:

单位: 元

被投资公司名	初始投资额	2011 年 12 月 31 日投资	持股比例(%)	核算方法
中航国旅	1,500,000.00	5,176,284.27	30.00	权益法
君之天	9,800,000.00	5,555,133.87	49.00	权益法
中航交流	200,000.00	191,790.92	40.00	权益法
中航国展	55,000.00	-	-	成本法
昆明蓝彩云	4,000,000.00	3,290,608.00	4.60	成本法
深圳中航	300,000.00	300,000.00	15.00	成本法
中航咨询	2,400,000.00	2,400,000.00	8.00	成本法
合 计	18,255,000.00	16,913,817.06	-	-

注: 1. 深圳中航企业法人营业执照于 2008 年 1 月被吊销, 2008 年 12 月 31 日已无可收回金额, 全额计提减值准备。

2. 中航国展于本期注销, 本公司取得清算资产 641,158.27 元。

九、主要债项及其变动情况

(一) 应付账款

账 龄	2011 年 12 月 31 日	
	金 额(元)	比例(%)
1 年以内	612,045,715.90	99.98
1 至 2 年	-	
2 至 3 年		0.00
3 年以上	120,642.00	0.02
合 计	612,166,357.90	100

**(二) 预收款项**

账 龄	2011 年 12 月 31 日	
	金 额 (元)	比例 (%)
1 年以内	93,602,868.27	97.16%
1 至 2 年	2,737,104.14	2.84%
合 计	96,339,972.41	100.00%

(三) 应交税费

税 项	2011 年 12 月 31 日
增值税 (元)	-142,193.16
营业税 (元)	6,469,650.75
文化事业建设费 (元)	3,240,955.24
城市维护建设税 (元)	414,169.45
企业所得税 (元)	24,741,680.23
教育费附加 (元)	194,089.51
其他 (元)	285,394.72
合 计	35,203,746.74

(四) 应付职工薪酬

项 目	2011 年 12 月 31 日
工资、奖金、津贴和补贴 (元)	5,033,920.00
职工福利费 (元)	--
社会保险费 (元)	648,653.96
住房公积金 (元)	--
工会经费和职工教育经费 (元)	2,423,790.80
非货币性福利 (元)	--
因解除劳动关系而给予的补偿 (元)	--
其他 (元)	--
其中：以现金结算的股份支付 (元)	--
合 计	8,106,364.76



（五）对关联方负债

对关联方负债见第七节“同业竞争与关联交易”。

（六）或有负债及逾期债务

公司截至 2011 年 12 月 31 日不存在或有负债及逾期债务。

十、所有者权益

项目	2011 年末	2010 年末	2009 年末
股本	100,000,000.00	100,000,000.00	100,000,000.00
资本公积	-131,153.81	24,423,382.36	35,106,591.19
减：库存股			
专项储备			
盈余公积	16,590,480.84	9,866,159.78	5,757,011.09
未分配利润	250,078,921.62	158,133,453.06	101,946,847.31
外币报表折算差额			
归属于母公司股东权益合计	366,538,248.65	292,422,995.20	242,810,449.59
少数股东权益	2,107,548.20	3,144,051.69	3,517,140.46
股东权益合计	368,645,796.85	295,567,046.89	246,327,590.05
负债和股东权益总计	1,134,761,953.63	676,016,672.73	720,165,431.79

十一、报告期内现金流量情况

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经营活动产生的现金流量净额	488,501,014.02	373,796,789.90	-273,708,514.85
投资活动产生的现金流量净额	29,069,427.97	1,933,149.06	-3,652,874.76
筹资活动产生的现金流量净额	-20,623,994.67	-227,861,455.00	189,183,610.00
现金及现金等价物净增加额	496,946,447.32	147,868,483.96	-88,177,779.61



十二、或有事项、承诺事项、资产负债表日后事项及其他重要事项

（一）或有事项

1、本公司与 NBA 体育文化发展（北京）有限责任公司（以下简称 NBA 公司）因合同纠纷，于 2010 年 5 月向中国国际经济贸易仲裁委员会申请仲裁，请求解除合同，NBA 公司返还本公司已支付款项 1,373.70 万元，赔偿已发生的损失 236.40 万元和可得利益 812.78 万元。NBA 公司于 2010 年 7 月向公司提出反请求，请求公司向其支付赔偿金 50 万美元。截至 2011 年 12 月 31 日，尚未开庭。

2、本公司为新视界公司向北京银行海运支行 2,000 万元借款提供保证担保，同时以新视界公司拍摄的《我为出嫁狂》电视剧的 1,920 万元应收发行收入提供质押担保。截至 2011 年 12 月 31 日，新视界公司在该合同项下借款余额为 900 万元。

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司不存在其他应披露的未决诉讼、对外担保等或有事项。

（二）承诺事项

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司不存在应披露的承诺事项。

（三）资产负债表日后事项

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司不存在应披露的资产负债表日后事项。

十三、财务指标

（一）基本财务指标

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
流动比率	1.23	1.45	1.23
速动比率	1.22	1.43	1.22
应收账款周转率	23.63	19.06	20.06
存货周转率	209.88	217.95	132.98



资产负债率（母）	67.46%	56.59%	71.20%
息税折旧摊销前利润（万元）	17,706.34	9,340.80	5,535.83
利息保障倍数	12,336.76	11.36	63.05
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	4.89	3.74	-2.74
每股净现金流量（元/股）	4.97	1.48	-0.88
扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权后无形资产占净资产的比例（%）	0.06%	0.07%	0.09%

注：1、流动比率=流动资产÷流动负债；2、速动比率=(流动资产-存货)÷流动负债；3、资产负债率=(负债总额÷资产总额)×100%；4、应收账款周转率=主营业务收入÷平均应收账款；5、存货周转率=主营业务成本÷平均存货；6、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出额+折旧+摊销；7、利息保障倍数=(利润总额+利息支出额)÷利息支出额；8、每股经营活动的现金流量=经营活动的现金流量净额÷期末普通股份总数；9、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末普通股份总数。

（二）每股收益及净资产收益率

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第九号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》的要求，本公司2011年度、2010年度、2009年度每股收益及加权平均净资产收益率如下：

项目		每股收益		加权平均净资产收益率
		基本每股收益	稀释每股收益	
2011 年度	归属于公司普通股股东的净利润	1.29	1.29	40.68%
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.99	0.99	31.39%
2010 年度	归属于公司普通股股东的净利润	0.60	0.60	20.62%
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.55	0.55	20.40%
2009 年度	归属于公司普通股股东的净利润	0.36	0.36	14.78%
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.36	0.36	16.57%

十四、资产评估情况

中商资产评估有限责任公司已对中航有限委评的资产及负债进行了评估，并于2007年6月15日出具了中商评报字[2007]第1094号《资产评估报告书》。

本次评估基准日为2007年4月30日，评估方法采用重置成本法和和法。



评估结果如下：在评估基准日 2007 年 4 月 30 日，中航有限总资产账面净值为 16,101.58 万元，负债账面价值为 6,076.07 万元，净资产账面价值为 10,025.51 万元。调整后总资产账面净值为 16,101.98 万元，总负债账面价值为 6,076.47 万元，净资产账面价值为 10,025.51 万元。评估后总资产价值为 17,939.10 万元，总负债价值为 6,258.70 元，净资产价值为 11,680.40 元。评估增值 1,654.89 万元，增值率为 16.51%。

十五、验资情况

本公司设立时及以后历次验资情况，请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人历次股本变化的验资情况、发起人投入资产的计量属性”之“（一）历次验资情况”。



第十一节 管理层讨论与分析

结合公司经营情况及财务信息，管理层对公司财务状况、经营成果、现金流量情况进行了讨论与分析，对公司盈利能力、市场竞争能力、可持续发展能力以及抵御风险的能力进行了全面评估。

管理层认为：公司资产质量优良、结构合理；资金周转顺畅，偿债能力较强；公司主业突出，营业收入和利润增长具有可持续性。公司一直奉行诚信为本、客户第一的经营理念，在稳步发展的同时，公司盈利能力、市场竞争能力以及风险抵御能力得到不断提高。

一、财务状况分析

（一）资产分析

1、资产构成

公司最近三年的主要资产结构如下：

单位：万元

项目	2011年12月31日		2010年12月31日		2009年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产合计	94,050.36	82.88%	53,845.16	79.65%	56,985.35	79.13%
货币资金	68,428.88	60.30%	18,734.24	27.71%	3,947.39	5.48%
应收票据	4,920.38	4.34%	3,015.08	4.46%	-	-
应收账款	6,103.60	5.38%	7,516.94	11.12%	7,668.11	10.65%
预付款项	12,720.30	11.21%	23,050.87	34.10%	39,875.18	55.37%
其他应收款	1,128.70	0.99%	964.27	1.43%	4,876.35	6.77%
存货	748.49	0.66%	563.75	0.83%	618.31	0.86%
非流动资产合计	19,425.83	17.12%	13,756.51	20.35%	15,031.20	20.87%
可供出售金融资产	-	-	3,576.08	5.29%	5,052.72	7.02%
长期股权投资净值	1,661.38	1.46%	1,550.24	2.29%	1,447.85	2.01%
固定资产	8,114.76	7.15%	8,394.99	12.42%	8,363.44	11.61%
在建工程	-	-	-	-	17.38	0.02%



无形资产	18.23	0.02%	19.92	0.03%	23.02	0.03%
长期待摊费用	80.12	0.07%	92.77	0.14%	105.42	0.15%
递延所得税资产	204.12	0.18%	122.51	0.18%	21.37	0.03%
其他非流动资产	9,347.22	8.24%	—	—	—	—
资产总计	113,476.20	100.00%	67,601.67	100.00%	72,016.54	100.00%

报告期内，公司主营业务未发生变化，公司资产结构保持稳定，流动资产占公司总资产的比例保持在 60%以上，符合广告行业的特点。2010 年末公司总资产比 2009 年末减少 4,414.87 万元，主要原因是公司向央视预付的资金减少，公司偿还了短期借款，导致总资产减少。2011 年 12 月 31 日，公司总资产较上年末增长了 45,874.53 万元，主要由于货币资金加应收票据较上年末增长了 51,599.95 万元。

2、货币资金

2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日、2011 年 12 月 31 日，公司货币资金余额分别为 3,947.39 万元，18,734.24 万元，68,428.88 万元。各期末货币资金变动原因如下：

2010 年 12 月 31 日，货币资金比 2009 年末增加 14,786.85 万元，主要原因是根据 2011 年度栏目广告承包协议书，公司预付 2011 年度广告承包经营信用保证金比 2009 年度减少 27,094.79 万元。

2011 年 12 月 31 日，公司的货币资金较上年末增加 49,694.64 万元，主要原因是公司经营活动 2011 年度产生的现金流量净额为 48,850.10 万元。

3、应收账款

(1) 应收账款账期及信用政策情况

报告期内，除对四川宜宾红楼梦酒业集团有限公司应收账款的账期为 6-12 个月以外，公司主要客户的应收账款的账期在 6 个月以内，未发生重大调整。

公司根据《中华人民共和国会计法》、《企业会计制度》、财政部《内部会计控制规范——采购与付款》以及《内部会计控制规范——销售与收款》制定了《往来款项管理办法》，该办法对公司应收款项的管理及信用政策进行了明确规定，



公司给予客户的信用期为 1 年，每月末财务部门与业务部门核对应收款项，如有不符立即查明原因并处理，并由业务部门及时催收。年末，由公司财务部统计应收账款，并对账龄超过一年的应收账款往来单位寄发公司催款（对账）函。报告期内，公司均执行上述信用政策，未发生调整。

（2）应收账款变动原因

报告期内应收账款金额变动情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率
应收账款	6,103.60	-18.80%	7,516.94	-1.97%	7,668.11	1,047.94%

如上表所示，报告期内，除 2009 年度应收账款增长幅度较大以外，发行人应收账款金额较稳定。

报告期内，公司应收账款前五名情况如下：

单位：万元

客户名称	金额	占比	帐期	款项性质	回款情况
2009 年					
易通方达传媒公司	3,857.66	50.20%	6 个月以内	户外广告款	已回款
北京华夏星航广告公司	1,590.60	20.70%	6 个月以内	户外广告款	已回款
北京炎黄鼎盛广告公司	1,000.00	13.01%	6 个月以内	户外广告款	已回款
中国航空工业集团公司	925.19	12.04%	6 个月以内	电视广告款	已回款
西安飞机工业（集团）有限责任公司	40.37	0.53%	6 个月以内	影视制作费	已回款
合计	7,413.82	96.48%			
2010 年					
中国航空工业集团公司	3,174.00	42.11%	6 个月以内	电视广告款	已回款
中国航空建设发展总公司	1,550.00	20.57%	6 个月以内	电视广告款	已回款
北青网动广告有限公司	569.09	7.55%	6 个月以内	电视广告款	已回款
西安飞机设计研究所	460.00	6.10%	6 个月以内	会展	已回款



四川宜宾红楼梦酒业集团有限公司	355.33	4.71%	6-12 个月	电视广告款	已回款 180.00 万元
合计	6,108.42	81.05%			
2011 年					
江苏今世缘酒业有限公司	1,120.64	18.30%	6 个月以内	电视广告款	已回款 66.00 万元
易通方达文化传媒(北京)有限公司	1,066.00	17.40%	6 个月以内	户外广告款	已回款 400.00 万元
索尼(中国)有限公司上海分公司	981.31	16.02%	6 个月以内	展览服务款	已回款
北京世纪北广广告有限公司	881.74	14.40%	6 个月以内	电视广告款	未回款
中航工业	616.46	10.06%	6 个月以内	电视广告款	未回款
合计	4,666.16	76.18%			

①2010 年应收账款余额较大的原因

2010 年应收账款余额较大, 主要由于对中国航空工业集团公司和中国航空建设发展总公司的应收账款金额较大。

2010 年与中国航空工业集团和中国航空建设发展总公司合同情况如下:

单位: 万元

签订时间	客户名称	合同价款	合同时效	结算条款
2010 年	中国航空工业集团	2,409.00	2010.4-2010.12	广告播放结束后, 经确认, 一次性支付全部合同款
2010 年	中国航空工业集团	2,853.57	2010 年 11 月底展会结束	合同签署后支付 35%, 开展后支付 35%, 展会结束审计确认后支付尾款
2010 年	中国航空建设发展总公司	1,550.00	2010.4-2010.12	广告播放结束后, 经确认, 一次性支付全部合同款

如上表所示, 由于公司与中国航空工业集团和中国航空建设发展总公司在 2010 年签订的广告代理合同金额较大, 合同履行期基本在年末结束, 大部分款项在合同履行完毕后由公司提出结算申请并附第三方的监播报告, 在客户审核确认后才能支付, 主要受上述三笔业务的影响, 2010 年 12 月 31 日公司应收账款余额较大, 上述三笔业务涉及的应收款项在 2011 年上半年全部收回。

②2011 年应收账款余额下降的原因

截至 2011 年 12 月 31 日, 应收账款余额为 6,125.33 万元, 较 2010 年末略有下降, 主要由于 2010 年末中航工业的应收款项在本期已收回。另外, 公司新



承接的今世缘酒业的电视媒体代理业务以及易通方达代理的户外媒体代理业务新增应收账款 2,186.64 万元,且公司为索尼(中国)有限公司上海分公司进行相关展览服务,于 2011 年 12 月末增加了 981.31 万元应收账款。

(3) 报告期内应收账款前五名变动原因

报告期各期末,应收账款前五名客户的金额波动较大,分别为 7,413.82 万元、6,108.42 万元及 4,666.16 万元,与应收账款总额变动趋势基本一致,占应收账款总额的比例呈逐年下降趋势,各期末所占比例分别为 96.48%、81.05%、76.45%,主要由于公司客户数量逐年增长,客户集中度有所下降所致。

报告期内,应收账款前五名客户的构成变动较大,主要由于公司业务结构有所调整。2009 年度,公司的户外媒体业务收入为 16,050.48 万元,占营业收入的比重为 18.95%,由于 2009 年全球性经济危机及政府部门对户外媒体的发布平台进行整顿清理对户外广告媒体业务影响较大,延缓了客户的业务回款,导致 2009 年应收账款前五名主要是户外媒体客户;2010 年开始,公司调整了户外媒体代理业务战略,户外媒体代理业务收入显著下降,电视媒体业务收入逐年上升,同时,由于公司与中国航空工业集团和中国航空建设发展总公司在 2010 年签订的广告代理合同金额较大,合同履行期基本在年末结束,大部分款项在合同履行完毕后由公司提出结算申请并附第三方的监播报告,在客户审核确认后才能支付,受业务特点及合同条款的影响,中国航空工业集团和中国航空建设发展总公司成为了应收账款前两名客户;2011 年,随着公司加大对 CCTV-12 整个频道和《经济半小时》等栏目资源的营销力度,江苏今世缘酒业有限公司由于对上述电视媒体资源的采购金额增大,导致其应收账款余额较大;索尼(中国)有限公司上海分公司是由于年度付款手续尚未办理完毕而导致 2011 年末应收账款余额较大。

(4) 报告期应收账款账龄及坏账准备计提情况

①报告期内,各期末公司应收账款的账龄及计提的坏账准备如下:



单位：万元

项目	2011 年 12 月 31 日		2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日	
	金 额	坏账准备	金 额	坏账准备	金 额	坏账准备
6 个月以 内	5,923.62	-	7,343.41	0.00	7,381.72	0.00
7-12 个月	-	-	0.00	0.00	289.92	14.50
1 至 2 年	197.42	19.74	189.29	18.40	11.29	0.33
2 至 3 年	-	-	3.29	0.66	0.00	0.00
3 年以上	4.29	1.99	1.00	1.00	1.00	1.00
合计	6,125.33	21.73	7,537.00	20.06	7,683.93	15.83

报告期内，账龄在 6 个月以内的应收账款的比例保持在 96%以上，该等账款存在坏账准备的风险较小。

②公司与同行业上市应收账款坏账准备计提比例对比情况如下：

公司名称	6 个月以内的计提比例	7-12 月的计提比例
本公司	0	5.00%
中视传媒	0	0
省广股份	0.50%	0.50%

由上表可知，与同行业上市公司相比，针对 1 年以内的应收账款，公司采取了更为谨慎的坏账准备计提政策。

报告期内，公司计提的坏账准备占应收账款的比重较低，主要由于期末单项金额大于应收款项余额 10%以上的应收款项单独进行减值测试，且经单独测试未发生减值；对关联方之间形成的应收款项，单独进行减值测试，且对与公司股东、中航工业公司本部及中航工业下属公司形成的应收款项，原则上不计提坏账准备；按账龄组合计提坏账准备时，6 个月以内的账款计提坏账的比例是 0%。

报告期内各期末，公司的大额应收账款期后回款情况良好，大部分款项均能在期后一个会计年度内全额收回，同时，报告期内，公司无实际核销的应收账款，3 年以上应收账款很小，公司坏账准备的计提符合其既定的会计政策。

经核查，保荐人认为，公司的坏账准备计提符合公司会计政策的规定，报告期内未发生坏账损失，符合谨慎性原则。



申报会计师认为，公司的坏账准备计提符合公司会计政策的规定，报告期内未发生坏账损失，符合谨慎性原则。

4、预付款项

(1) 变动原因

2009年12月31日、2010年12月31日、2011年12月31日，公司预付款项分别为39,875.18万元、23,050.87万元和12,720.30万元。其占总资产的比例分别为55.37%、34.10%和11.21%。这是由于公司所处行业特点造成的，即公司需向媒体支付广告采购款。

报告期各期末，公司预付账款余额及变动幅度较大，主要原因是公司于各年向央视支付信用保证金金额的不同。2009年末、2010年末及2011年末公司对央视栏目广告代理预付款为33,163.70万元、16,845.98万元及2,370.51万元。此外，2011年度，公司预付电视剧拍摄款4,114.00万元。

(2) 账龄

报告期各期末，公司预付款项的账龄如下表：

单位：万元

项目	2011年12月31日		2010年12月31日		2009年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	8,734.57	68.67%	19,536.90	84.76%	39,755.08	99.70%
1至2年	2,109.90	16.59%	2,393.87	10.39%	83.01	0.21%
2至3年	795.84	6.26%	1,083.01	4.70%	37.09	0.09%
3年以上	1,080.00	8.49%	37.09	0.16%	-	-
合计	12,720.30	100.00%	23,050.87	100.00%	39,875.18	100.00%

报告期内，1年以内的预付款项均在68%以上，期末账龄超过1年以上的大额预付款项主要是因未到受益期或供应商尚未提供广告资源而未结转的户外广告采购款。

5、其他应收款

2009年12月31日、2010年12月31日、2011年12月31日，公司其他应



收款分别为 4,876.35 万元、964.27 万元及 1,128.70 万元。公司其他应收款主要为向媒体或其他广告公司支付的项目保证金。2009 年 12 月 31 日，公司其他应收款较 2008 年末增加 4,679.98 万元，主要原因是公司向央视支付了 CCTV-12 频道 3,000.00 万元投标保证金，该保证金于公司确定承包 CCTV-12 频道后转为预付账款；支付户外媒体代理项目保证金 1,490.00 万元，该等保证金于期后全部收回；2011 年 12 月 31 日，其他应收款较上年末增加 164.43 万元，主要原因系公司出于谨慎性原则，将 2010 年度的 NBA 项目由项目待结转成本 980.84 万元转入其他应收款，并相应补提了坏账准备所致，及将奥林匹克中心区项目 1,100.00 万元其他应收款转入其他非流动资产。

报告期内，公司支付的保证金包括支付给央视的保证金以及支付给户外媒体资源所有者的保证金。

（1）公司支付给央视的代理资格注册金及电视媒体资源承包代理保证金

根据《中央电视台广告授权代理管理办法》的规定，广告代理公司申办“中央电视台广告代理授权书”需缴纳全年信用保证金 30 万元，并可在每年期末转为下一年信用保证金。

报告期内，中航文化已经缴纳了 30 万元代理资格注册金，并在报告期内每年年末转为下一年信用保证金；中航文化全资子公司中航双赢于 2009 年缴纳了 30 万元代理资格注册金，其后转为 2010 年及 2011 年信用保证金。

报告期内，央视的电视媒体资源承包信用保证金标准由央视自行确定，每年均不相同，存在按固定金额及协议总价款一定比例确定两种情况。根据公司与央视签署的栏目、频道电视媒体资源承包协议书的约定，公司缴纳保证金的确定标准、比例、金额及具体情况如下：

时间	栏目	代理时间	保证金标准 (万元)	保证金占该 电视媒体资源 当年总采购额的比例	缴纳时间	备注
2009 年	经济信息 联播	2009 年 1 月 1 日至 2009 年 12 月 31 日	300 (固定金 额保证金)	0.82%	2008 年 11 月	协议终止前 可冲抵最后 一笔广告费
	国际时讯	2009 年 1	200 (固定金	14.56%	2008 年 11	协议终止前



		月 1 日至 2009 年 12 月 31 日	额保证金)		月	可冲抵最后 一笔广告费
	整点新闻	2009 年 1 月 1 日至 2009 年 12 月 31 日	300 (固定金 额保证金)	108.13%	2008 年 11 月	协议终止前 可冲抵最后 一笔广告费
	生活	2009 年 1 月 1 日至 2009 年 12 月 31 日	200 (固定金 额保证金)	4.85%	2008 年 11 月	协议终止前 可冲抵最后 一笔广告费
2010 年	经济信息 联播	2010 年 1 月 1 日至 2010 年 12 月 31 日	16,347.30 (按协议总 价款的 30% 支付)	31.66%	2010 年 1 月	可分四次冲 抵广告款, 冲 抵时间为当 年 2 月 28 日、 5 月 31 日、8 月 31 日及 11 月 31 日
	经济半小 时	2010 年 1 月 1 日至 2010 年 12 月 31 日	14,034.30 (按协议总 价款的 30% 支付)	35.25%	2010 年 1 月	可分四次冲 抵广告款, 冲 抵时间为当 年 2 月 28 日、 5 月 31 日、8 月 31 日及 11 月 31 日
	购物街	2010 年 1 月 1 日至 2010 年 12 月 31 日	453.33 (按协 议总价款的 30% 支付)	219.51%	2010 年 1 月	可分四次冲 抵广告款, 冲 抵时间为当 年 2 月 28 日、 5 月 31 日、8 月 31 日及 11 月 31 日
	社会与法 频道	2010 年 3 月 1 日至 2010 年 12 月 31 日	3,000 (固定 金额保证金)	20.00%	2010 年 3 月	可分三次冲 抵广告款, 冲 抵时间为当 年 4 月 30 日、 8 月 31 日及 11 月 30 日
2011 年	经济信息 联播	2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日	2,000 (固定 金额保证金)	5.08%	2010 年 12 月	可分四次冲 抵广告款, 冲 抵时间为当 年 2 月 18 日、 5 月 21 日、8 月 21 日及 11 月 20 日
	经济半小 时	2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日	2,000 (固定 金额保证金)	7.76%	2011 年 1 月	可分四次冲 抵广告款, 在 每季度最后 一个月付款 时使用



购物街	2011年1月1日至2011年3月	-	-	-	购物街栏目于2011年3月停播,未约定保证金
法治在线	2011年1月1日至2011年12月31日	1,568.51(按协议总价款的30%支付)	51.88%	2010年12月	2011年8月停播,公司于9月退包
社会与法频道	2011年1月1日至2011年12月31日	1,920(按协议总价款的10%支付)	13.37%	2011年3月	协议期满前可冲抵最后一笔广告款
一槌定音	2011年9月18日至12月31日	49.50万元(固定金额保证金)	10.00%	2011年9月18日	协议期满前可冲抵最后一笔广告款

(2) 公司支付户外媒体资源所有者的保证金

报告期内,公司支付户外媒体资源所有者的保证金不存在统一的确定标准,由公司与户外媒体资源所有者协商或户外媒体资源合作开发协议确定。根据公司与户外媒体资源所有者签署的采购合同,公司缴纳保证金比例、金额及具体情况如下:

媒体资源供应方名称	户外媒体位置或项目协议名称	代理时间	保证金金额(元)	保证金占该户外媒体资源报告期内总采购额的比例	缴纳时间	备注
北京市政市容管委	北五环2号单立柱	2009年10月25日至2012年10月24日	121,200 (合同约定金额的2%)	4.60%	2009年10月	保证金于合同执行完毕后一个月内退还
朝阳区管委	广渠路43块灯箱\通惠河北路7个小单柱	2010年2月9日至2014年2月9日	280,120 (合同约定金额的20%)	74.30%	2010年2月	保证金于2014年6月退还
北京市政市容管委	京哈高速路进京方向K7.4白鹿收费站西侧14号柱	2010年12月20日至2013年12月19日	49,200 (合同约定金额的2%)	35.65%	2010年12月	保证金于2013年12月退还
华奥信客	联合开发奥林匹克	自该媒体资源建成	2,800,000 (固定金额)	-	2011年2月	正处于媒体资源建



	公园中心 区公共区 域及设施 成为商业 性广告经 营活动平 台	并验收通 过后的五 年内				设期，待建 成后方可 投入运营， 因此并不 存在采购 金额。

6、可供出售金融资产

报告期内，公司可供出售金融资产为在深圳证券交易所上市的河南同力水泥股份有限公司股票（股票代码 000885），具体如下表所示：

项目	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
股数（万股）	0	306.96	360.00
金额（万元）	0	3,576.08	5,052.72

关于上述可供出售金融资产说明如下：

由于洛阳春都集团有限责任公司拖欠本公司 1998 年度广告代理费 423.60 万元未能按期偿还，公司为追偿欠款将其起诉至河南省洛阳市中级人民法院。2000 年 11 月 30 日，洛阳市中级人民法院以（2000）洛民初字第 166 号民事判决书判决公司胜诉。2003 年 7 月公司通过法院强制执行取得洛阳春都集团有限责任公司持有的 660.00 万股洛阳春都食品股份有限公司股票。

2007 年 8 月 3 日，根据洛阳春都食品股份有限公司股权分置改革方案，支付流通股股东股改对价 300.00 万股，变为持有有限售条件的流通股 360.00 万股，限售期为 2007 年 8 月 7 日至 2008 年 8 月 6 日。

2007 年 8 月 22 日，“ST 春都”变更为“ST 同力”，2008 年 6 月 17 日，ST 同力发布股票交易撤销其他特别处理的公告，公司证券简称变更为“同力水泥”，证券代码“000885”不变。

对于此项金融资产，公司管理层无意长期持有，因此初始确认时将其分类为可供出售金融资产，采用公允价值进行后续计量。公司分别于 2010 年 2 月 26 日、2011 年 2 月 23 日、2011 年 3 月 10 日、2011 年 3 月 23 日将持有的 360.00 万股同力水泥出售。截止 2011 年 3 月 31 日，公司未持有可供出售金融资产。

7、长期股权投资



2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日、2011 年 12 月 31 日，公司长期股权投资分别为 1,447.85 万元、1,550.24 万元、1,661.38 万元。报告期内公司长期股权投资的金额波动幅度较小且占总资产的比重较小，其变化主要是权益法核算公司投资收益的增减。

8、固定资产

截至 2011 年 12 月 31 日，公司固定资产原值 10,442.20 万元，累计折旧 2,327.44 万元，固定资产净值 8,114.76 万元。报告期内，公司固定资产占总资产比例较低，且主要是办公用房屋，这是由公司所处行业特点决定的。

公司管理层认为：公司资产质量良好，结构合理，权属清晰，不存在不实、不良及高风险资产。公司采用的会计核算政策较为稳健，资产减值准备计提适当，不存在利用减值准备调节利润的情形。

（二）负债分析

1、负债构成

单位：万元

项目	2011 年 12 月 31 日		2010 年 12 月 31 日		2009 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债合计	76,611.62	100.00%	37,226.48	97.85%	46,209.19	97.52%
其中：						
短期借款	900.00	1.17%	—	—	22,000.00	46.43%
应付账款	61,216.64	79.91%	20,143.20	52.95%	13,487.91	28.47%
预收款项	9,634.00	12.58%	12,882.87	33.86%	7,271.61	15.35%
应缴税费	3,520.37	4.60%	3,166.19	8.32%	1,151.39	2.43%
其他	490.97	0.64%	1,034.22	2.72%	2,298.28	4.84%
非流动负债合计	—	—	818.48	2.15%	1,174.59	2.48%
负债合计	76,611.62	100.00%	38,044.96	100.00%	47,383.78	100.00%

公司负债中流动负债占全部负债的比重各年较为均衡，约为 97%左右，截至 2011 年 12 月 31 日，公司的对外负债均为流动负债；报告期内，短期借款、应付账款和预收款项占公司负债比例较高。而非流动负债为可供出售金融资产公允



价值变动产生的递延所得税负债。

2、短期借款

2009年12月31日、2010年12月31日、2011年12月31日，公司短期借款金额分别为22,000.00万元、0万元和900.00万元。

2009年，公司增加短期借款是由公司媒体资源规模扩大，向央视支付的信用保证金大幅增加，而公司自有资金不足导致的。

2010年，公司经营性活动产生的现金流量增加，此外公司向央视支付信用保证金减少27,094.79万元，公司货币资金充裕，归还了短期借款。

2011年，由公司担保，公司控股子公司中航新视界向银行借款900.00万元。

3、应付账款

2009年12月31日、2010年12月31日、2011年12月31日，公司应付账款金额分别为13,487.91万元、20,143.20万元、61,216.64万元。其主要原因是央视未与公司结算上期超播款或部分承包经营费。2009年12月31日，公司应向央视支付10,930.66万元，为2009年7-12月经济信息联播超播款；2010年12月31日，公司应向央视支付19,236.62万元，为2010年9-12月经济信息联播、经济半小时承包经营费及2009年10-12月经济信息联播超播款；2011年12月31日，公司应向央视支付52,633万元，为栏目经济半小时、经济信息联播2011年5-8月，10-12月承包款。

4、预收款项

2009年12月31日、2010年12月31日、2011年12月31日，公司预收款项金额分别为7,271.61万元、12,882.87万元、9,634.00万元。

公司广告代理业务是一个持续的服务过程，为了保证广告投放的连续性，公司广告代理合同收费大多采取预收款的模式。报告期内，预收款项呈递增趋势，主要原因是①公司在充分测算的基础上，增加预售资源、加大销售力度；②随着央视媒体采购成本的提高，销售价格随之上涨。

5、应交税费

本公司应交税费主要由企业所得税和营业税构成，报告期内公司应交税费情



况如下表所示：

单位：万元

项目	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
企业所得税	2,474.17	2,132.68	815.23
营业税	646.97	624.58	205.82
其他税费	399.23	408.93	130.34
合计	3,520.37	3,166.19	1,151.39

报告期内，公司应交税费变化主要由于随着公司营业收入规模的扩大，并受税务部门企业所得税汇算清缴期限的影响所致。

6、偿债能力

公司主要偿债能力指标如下：

项目	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
速动比率	1.22	1.43	1.22
流动比率	1.23	1.45	1.23
资产负债率（母公司）	67.46%	56.59%	71.20%
息税折旧摊销前利润（万元）	17,706.34	9,340.80	5,535.83
利息保障倍数	12,336.76	11.36	63.05

（1）流动比率和速动比率

报告期内，公司的流动比率、速动比率均高于 1，与公司生产经营状况相符。

（2）资产负债率

2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日、2011 年 12 月 31 日公司资产负债率（母公司）分别为 71.20%、56.59%、67.46%，处于较高水平。2009 年末母公司资产负债率为 71.20%，主要原因是 2009 年末公司通过对外借款获取资金并支付央视广告承包信用保证金。2011 年末资产负债率较 2010 年末上升主要是对央视应付账款大幅上升所致。

（3）息税折旧摊销前利润和利息保障倍数

报告期内，公司息税折旧摊销前利润持续增长，说明公司有较强的偿债能力。



2011 年，公司利息支出很小，利息保障倍数处于较高水平。

7、公司管理层对负债结构的分析

本公司资产流动性良好，虽然公司资产负债率处于较高水平，但公司息税折旧摊销前利润逐年增长，利息保障倍数保持在较高水平，因此，公司拥有较强的偿债能力。

（三）资产周转能力

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
总资产周转率	1.78	2.08	1.60
流动资产周转率	2.18	2.62	2.17
应收账款周转率	23.63	19.06	20.06

2011 年，公司总资产周转率和流动资产周转率均略有下降，主要系公司货币资金、应收票据等流动资产增长较快，公司总资产增长幅度同比高于营业收入增长率。

2009 年、2010 年、2011 年，公司应收账款周转速度较为稳定，2011 年比 2010 年度略有增长的原因系：2011 年末应收账款余额减少，较 2010 年末减少了 1,413.34 万元。

公司管理层认为：目前公司资产周转效率较高，资产得到了有效使用，不存在资产被闲置的情况。随着公司业务的增长，公司资产使用效率将进一步提高。

二、经营成果、盈利能力分析

（一）营业收入

1、营业收入构成

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、主营业务收入	161,424.65	98.78%	145,023.16	99.84%	83,770.57	98.93%
其 电视媒体代理	140,953.44	86.26%	123,431.19	84.97%	52,347.46	61.82%



中：媒体代理	户外媒体代理	3,304.76	2.02%	4,444.41	3.06%	16,050.48	18.95%
	客户代理	6,360.19	3.89%	11,386.14	7.84%	13,540.25	15.99%
	会展	10,273.47	6.29%	4,748.06	3.27%	1,073.19	1.27%
	制作	532.79	0.33%	1,013.35	0.70%	759.21	0.90%
	二、其他业务收入	1,985.94	1.22%	238.82	0.16%	908.24	1.07%
	总计	163,410.59	100.00%	145,261.97	100.00%	84,678.80	100.00%

报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比例保持在 98.00%以上，公司主营业务突出。2009 年、2010 年及 2011 年，公司实现的营业收入总额分别为 84,678.80 万元、145,261.97 万元以及 163,410.59 万元。其中 2010 年公司营业收入比 2009 年增长了 71.54%，2011 年公司营业收入比 2010 年增长了 12.49%。2009 年至 2011 年，公司营业收入复合增长率达到 38.92%。公司营业收入的增长主要来源于主营业务收入的增长，其中电视媒体代理业务收入的增长是主要原因。

报告期内占公司销售收入 50%以上的客户情况如下：

单位：万元

2011 年		
客户	金额	占营业收入比例
江苏今世缘酒业股份有限公司	6,989.58	4.28%
索尼（中国）有限公司上海分公司	5,731.33	3.51%
信和（上海）广告传媒有限公司	5,730.20	3.51%
北京新势整合广告有限公司	5,280.94	3.23%
北京世纪北广广告有限公司	4,519.59	2.77%
大连万达商业地产股份有限公司	3,961.90	2.42%
中国航空工业集团公司	3,395.66	2.08%
贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司	3,126.61	1.91%
广东凯络广告有限公司	3,058.24	1.87%
浙江报喜鸟服饰股份有限公司	2,999.86	1.84%
北京电通广告有限公司	2,954.35	1.81%



北京龙彦博伦广告有限公司	2,898.66	1.77%
盛世长城国际广告有限公司	2,505.76	1.53%
北京光耀天润广告有限公司	2,488.58	1.52%
太平人寿保险有限公司	2,341.74	1.43%
北京融美良辰广告有限公司	2,321.82	1.42%
北京东成广告有限公司	2,265.61	1.39%
江西昌河汽车有限责任有限公司	2,258.82	1.38%
昌荣传媒有限公司	2,188.48	1.34%
北京北青网动广告有限公司	2,165.60	1.33%
绵阳市酒鑫鑫商贸有限公司	2,116.83	1.30%
北京沃美广告有限公司	2,093.80	1.28%
大庆天泰生化开发有限公司	2,043.30	1.25%
三亚鹿回头旅游区开发有限公司	2,040.04	1.25%
广而告之合众国际广告有限公司	1,919.02	1.17%
睿智阳光（北京）国际文化传媒有限公司	1,904.45	1.17%
中国南航集团文化传媒有限公司	1,876.03	1.15%
合计	83,176.80	50.90%

单位：万元

2010 年		
客户	金额	占营业收入比例
广东省广告股份有限公司	5,475.80	3.77%
中国航空工业集团公司	5,369.89	3.70%
青海昌荣优视文化传播有限公司	5,302.51	3.65%
北京同路天地广告有限公司	4,945.03	3.40%
北京新势整合广告有限公司	4,483.69	3.09%
北京融美良辰广告有限公司	3,732.10	2.57%
北京中视华闻广告有限公司	3,617.57	2.49%
北京国安广告总公司	3,411.20	2.35%
三星影视交流中心	3,207.23	2.21%



安徽迎驾酒业销售有限公司	3,116.96	2.15%
佛山市美的清湖净水设备有限公司	2,848.44	1.96%
凯帝珂广告（上海）有限公司	2,809.05	1.93%
河北省旅游局	2,581.87	1.78%
智威汤逊中乔广告有限公司	2,338.17	1.61%
上海印纪广告有限公司	2,176.20	1.50%
上海博报堂广告有限公司北京分公司	1,829.47	1.26%
北京世纪北广广告有限公司	1,810.65	1.25%
中视金桥国际传媒有限公司	1,760.95	1.21%
宁波方太厨具有限公司	1,626.65	1.12%
北京轻广联传媒广告有限公司	1,562.81	1.08%
中航建设	1,550.00	1.07%
枝江吉星商贸有限公司	1,514.00	1.04%
北京平大境界酒业有限公司	1,425.21	0.98%
文昌市春光食品有限公司	1,404.00	0.97%
重庆力帆威力电器有限公司/重庆力帆汽车销售有限公司	1,388.88	0.96%
北京恒美广告有限公司	1,373.88	0.95%
合计	72,662.21	50.02%

单位：万元

2009 年		
客户	金额	占营业收入比例
北京沃美星润国际广告有限公司	5,929.31	7.00%
易通方达传媒公司	4,857.66	5.74%
哈飞项目	4,659.44	5.50%
华夏星航广告公司	3,166.60	3.74%
北京同路天地广告有限公司	2,882.40	3.40%
新华人寿保险股份有限公司	2,361.55	2.79%
枝江酒类销售有限责任公司	2,241.57	2.65%
山东中烟	1,792.44	2.12%



北京海天文广广告公司	1,700.44	2.01%
北京优络传媒广告公司	1,676.16	1.98%
青海昌荣优视文化传播有限公司	1,656.41	1.96%
安徽迎驾酒业销售有限公司	1,599.07	1.89%
中国航空工业集团公司	1,549.25	1.83%
北京炎黄鼎盛广告公司	1,509.00	1.78%
北京中视华闻广告有限公司	1,489.90	1.76%
北京盛世大典酒业有限公司	1,273.33	1.50%
安徽口子酒营销有限公司	1,267.70	1.50%
北京电通广告有限公司	1,238.28	1.46%
合计	42,850.50	50.60%

2011 年公司向国内广告代理公司销售前五名情况:

单位: 万元

客户	金额	占向国内广告公司 销售金额的比例	是否关 联方	注册地	企业性质
信和(上海)广告传媒有限公司	5,730.20	8.34%	否	上海市	民营
北京新势整合广告有限公司	5,280.94	7.69%	否	北京市	民营
北京世纪北广广告有限公司	4,519.59	6.58%	否	北京市	民营
北京龙彦博伦广告有限公司	2,898.66	4.22%	否	北京市	民营
北京光耀天润广告有限公司	2,488.58	3.62%	否	北京市	民营
合计	20,917.96	30.44%			

2010 年公司向国内广告代理公司销售前五名情况:

单位: 万元

客户	金额	占向国内广告公司 销售金额的比例	是否关 联方	注册地	企业性质
广东省广告股份有限公司	5,475.80	7.64%	否	广州市	国有
青海昌荣优视文化传播有限公司	5,302.51	7.40%	否	北京市	民营
北京同路天地广告有限公司	4,608.25	6.43%	否	北京市	民营



北京新势整合广告有限公司	4,483.69	6.26%	否	北京市	民营
北京融美良辰广告有限公司	3,732.10	5.21%	否	北京市	民营
合计	23,602.36	32.94%			

2009 年公司向国内广告代理公司销售前五名情况：

单位：万元

客户	金额	占向国内广告公司 销售金额的比例	是否关 联方	注册地	企业性质
北京沃美星润国际广告有限公司	5,929.31	14.49%	否	北京市	民营
易通方达文化传媒公司	4,857.66	11.87%	否	北京市	民营
华夏星航广告公司	3,166.60	7.74%	否	北京市	民营
北京同路天地广告有限公司	2,882.40	7.04%	否	北京市	民营
北京海天文广广告公司	1,700.44	4.15%	否	北京市	民营
合计	18,536.41	45.29%			

2011 年公司向国际 4A 公司销售前五名情况：

单位：万元

客户	金额	占向国际 4A 公司销 售金额的比例	是否关 联方	注册地	企业性质
广东凯络广告有限公司	3,058.24	27.97%	否	北京市	国际 4A
北京电通广告有限公司	2,954.35	27.02%	否	北京市	国际 4A
盛世长城国际广告有限公司	2,505.76	22.92%	否	北京市	国际 4A
上海李奥贝纳广告有限公司	1,685.21	15.41%	否	上海市	国际 4A
北京恒美广告有限公司	448.70	4.10%	否	北京市	国际 4A
合计	10,652.26	97.44%			

2010 年公司向国际 4A 公司销售前五名情况：

单位：万元

客户	金额	占向国际 4A 公司销 售金额的比例	是否关 联方	注册地	企业性质
凯帝珂广告（上海）有限公司	2,809.05	21.60%	否	上海市	国际 4A



智威汤逊中乔广告有限公司	2,338.17	17.98%	否	北京市	国际 4A
上海博报堂广告有限公司 北京分公司	1,829.47	14.07%	否	上海市	国际 4A
北京恒美广告有限公司	1,373.88	10.56%	否	上海市	国际 4A
北京电通广告有限公司	1,350.87	10.39%	否	北京市	国际 4A
合计	9,701.44	74.60%			

2009 年公司向国际 4A 公司销售前五名情况：

单位：万元

客户	金额	占向国际 4A 公司销售金额的比例	是否关联方	注册地	企业性质
北京电通广告有限公司	1,238.28	35.16%	否	北京市	国际 4A
广东凯络广告有限公司	593.89	16.86%	否	北京市	国际 4A
智威汤逊中乔广告有限公司	520.17	14.77%	否	北京市	国际 4A
凯帝珂广告（上海）有限公司	483.58	13.73%	否	上海市	国际 4A
北京恒美广告有限公司	464.50	13.19%	否	上海市	国际 4A
合计	3,300.41	93.72%			

2、电视媒体代理收入变动原因

2009 年度、2010 年度、2011 年度，公司电视媒体代理收入分别为 52,347.46 万元、123,431.19 万元、140,953.44 万元，保持持续增长态势。

2010 年度电视媒体代理收入比 2009 年度增加 71,083.73 万元，增长 135.79%，主要原因是公司继续成功运作《经济信息联播》栏目广告代理之外，又通过竞标承包经营了央视《经济半小时》和 CCTV12 整个频道的广告代理权，使公司代理广告总时长从 143,970.00 秒增加到 1,016,750.00 秒。

2011 年度电视媒体代理收入保持增长趋势，较 2010 年度增加 17,522.25 万元，增长主要来源于 CCTV-12 频道、《经济信息联播》和《经济半小时》，公司代理广告总时长也增长至约 1,574,835 秒。



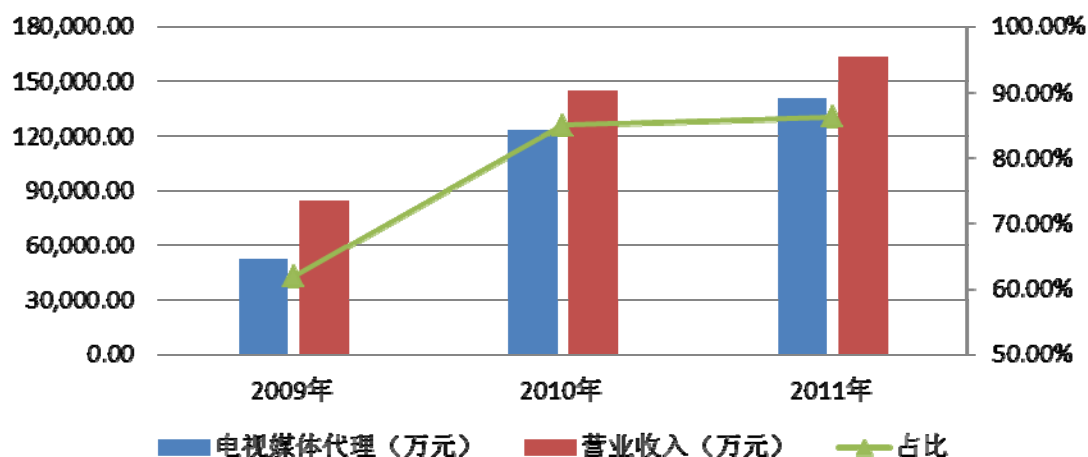
报告期内，公司的电视媒体代理业务及公司整体经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2011 年	2010 年	2009 年
电视媒体代理业务收入	140,953.44	123,431.19	52,347.46
营业收入	163,410.59	145,261.97	84,678.80
占比	86.26%	84.97%	61.82%

如上表所示，报告期内，公司的电视媒体代理业务与营业收入呈逐年增长趋势，且电视媒体代理业务收入比重逐年上升，对公司整体经营业绩影响较大。

报告期内公司电视媒体代理业务及公司整体经营业绩图示：



报告期内，按行业划分公司的电视媒体代理业务销售情况如下：

单位：万元

行业	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
汽车	40,417.31	28.67%	43,560.64	35.29%	12,111.30	23.14%
酒类	22,928.89	16.27%	18,550.81	15.03%	8,534.89	16.30%
家用电器	11,169.27	7.92%	16,951.05	13.73%	8,016.91	15.31%
金融、保险业	9,218.14	6.54%	6,389.79	5.18%	4,544.69	8.68%
纺织、服装、皮毛	10,197.43	7.23%	5,415.71	4.39%	3,872.33	7.40%
食品，饮料	7,312.92	5.19%	6,175.51	5.00%	933.51	1.78%



房地产	5,789.90	4.11%	1,479.76	1.20%	390.47	0.75%
电子	5,429.22	3.85%	3,935.05	3.19%	1,363.04	2.60%
医药、生物制品	6,613.57	4.69%	1,196.04	0.97%	878.53	1.68%
其他	21,876.80	15.52%	19,776.84	16.02%	11,701.78	22.35%
合计	140,953.44	100.00%	123,431.20	100.00%	52,347.46	100.00%

注：其他包括木材、家具，医药、生物制品，信息技术，社会服务，交通运输、仓储，造纸、印刷等行业类别，由于所占比例相对较小，归类为其他

如上表所示，按行业划分，公司的各行业电视媒体代理业务收入整体呈增长趋势，其中汽车、酒类及家用电器三个行业对公司电视媒体代理业务收入影响较大，2009年、2010年及2011年占电视媒体代理业务总收入比例分别为54.74%、64.05%及52.86%。

2011年电视媒体代理业务前五名客户情况如下：

单位：万元

客户	金额	占电视媒体 业务收入比 重	是否关 联方	注册地	企业性质	行业
江苏今世缘酒业有限公司	6,989.58	4.96%	否	淮安市	民营	酒类
信和（上海）广告传媒有限公司	5,730.20	4.07%	否	上海市	民营	广告
北京新势整合广告有限公司	5,280.94	3.75%	否	北京市	民营	广告
北京世纪北广广告有限公司	4,519.59	3.21%	否	北京市	民营	广告
大连万达商业地产股份有限公司	3,304.53	2.34%	否	大连市	民营	房地产
合计	25,824.84	18.32%				

2010年电视媒体代理业务前五名客户情况如下：

单位：万元

客户	金额	占电视媒体 业务收入比 重	是否关 联方	注册地	企业性质	行业
青海昌荣优视文化传播有限公司	5,302.51	4.30%	否	北京市	民营	广告
北京同路天地广告有限公司	4,608.25	3.73%	否	北京市	民营	广告



北京新势整合广告有限公司	4,483.69	3.63%	否	北京市	民营	广告
广东省广告股份有限公司	4,448.70	3.60%	否	广州市	国有	广告
北京融美良辰广告有限公司	3,732.10	3.02%	否	北京市	民营	广告
合计	22,575.25	18.28%				

2009 年电视媒体代理业务前五名客户情况如下：

单位：万元

客户	金额	占电视媒体 业务收入比 重	是否关 联方	注册地	企业性质	行业
北京沃美星润国际广告有限公 司	5,929.31	11.33%	否	北京市	民营	广告
北京同路天地广告有限公司	2,882.40	5.51%	否	北京市	民营	广告
新华人寿保险股份有限公司	2,361.55	4.51%	否	北京市	国有	保险
青海昌荣优视文化传播有限公 司	1,656.41	3.16%	否	北京市	民营	广告
北京中视华闻广告有限公司	1,347.59	2.57%	否	北京市	民营	广告
合计	14,177.25	27.08%				

3、户外媒体代理收入变动原因

报告期内，公司户外媒体代理业务收入规模逐年下降，其中 2010 年较 2009 年下降 11,606.07 万元，降幅较大，主要原因系：（1）2010 年，受金融危机的影响，广告主大幅削减广告投入费用，整个户外媒体广告行业开始出现萎缩；（2）为举办 2010 年世博会，上海市人民政府开始对户外广告进行清理，公司在上海的户外媒体广告业务也一度停滞，收入由 6,041.75 万元减至 10.95 万元；（3）北京市政府对户外广告又进行再度清理，公司在拆除范围内的户外媒体资源达到 26.74%；（4）为规避资金风险，公司减少垫资的户外媒体项目。

2011 年，公司调整了户外业务发展战略，逐渐淡出以代理形式经营的传统大牌等户外广告市场，发展以奥林匹克中心区综合信息发布平台为代表的新兴户外广告业务，由于处在调整期，当年户外媒体代理业务收入降为 3,304.76 万元。



2011 年户外媒体代理前五名客户情况如下：

单位：万元

客户	金额	占户外媒体 业务收入比 重	是否关 联方	注册地	企业性质	行业
易通方达文化传媒（北京）有限公司	1,491.28	45.13%	否	北京市	民营	广告
中国航空无线电电子研究所	292.00	8.84%	是	上海市	国有	航空
北京云航佳智广告有限公司	280.00	8.47%	否	北京市	民营	广告
广东省广代思博报堂广告公司	174.40	5.28%	否	广州市	国际 4A	广告
沈阳飞机工业（集团）有限公司	127.80	3.87%	是	沈阳市	国有	航空
合计	2,365.48	71.58%				

2010 年户外媒体代理前五名客户情况如下：

单位：万元

客户	金额	占户外媒体 业务收入比 重	是否关 联方	注册地	企业性质	行业
广东省广告股份有限公司	1,027.10	23.11%	否	广州市	国有	广告
北京海天文广广告公司	820.61	18.46%	否	北京市	民营	广告
广东省广代思博报堂广告公司	647.60	14.57%	否	广州市	国际 4A	广告
北京电力公司	379.20	8.53%	否	北京市	国有	电力
西安远方航空技术发展公司	228.00	5.13%	否	西安市	国有	航空
合计	3,102.51	69.81%				

2009 年户外媒体代理前五名客户情况如下：

单位：万元

客户	金额	占户外媒体 业务收入比 重	是否关 联方	注册地	企业性质	行业
易通方达文化传媒公司	4,857.66	30.26%	否	北京市	民营	广告
华夏星航广告公司	3,166.60	19.73%	否	北京市	民营	广告
北京海天文广广告公司	1,700.44	10.59%	否	北京市	民营	广告
北京优络传媒广告公司	1,676.16	10.44%	否	北京市	民营	广告



北京炎黄鼎盛广告公司	1,509.00	9.40%	否	北京市	民营	广告
合计	12,909.86	80.43%				

4、客户代理业务收入变动原因

2009 年度、2010 年度、2011 年度，公司客户代理业务收入分别为 13,540.24 万元、11,386.13 万元、6,360.19 万元。该业务收入变动的主要原因系报告期内，电视媒体代理业务是公司的重点业务，公司资源向该业务倾斜，一般情况下，公司也优先向客户销售自有媒体资源，从而影响了客户代理业务的发展。

5、会展业务收入变动原因

报告期内，会展业务收入规模从 2009 年度的 1,073.19 万元增加到 2011 年度的 10,273.47 万元。收入的增长主要由于会展业务的迅猛发展。公司近年来承办了一系列的航空类及非航空类展览、展会，公司还为索尼公司专卖店提供布展、公关活动服务，2011 年，该客户为公司带来 5,731.33 万元收入，占 2011 年度会展业务收入的 55.79%。

（二）营业成本

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、主营业务成本	136,011.14	98.77%	128,652.03	99.87%	72,069.64	98.99%
媒体代理						
电视媒体代理	116,199.01	84.38%	108,001.01	83.84%	42,425.23	58.27%
户外媒体代理	3,638.47	2.64%	4,192.11	3.25%	15,452.79	21.22%
客户代理	6,275.81	4.56%	11,328.37	8.79%	12,761.16	17.53%
展览	8,907.22	6.47%	4,233.11	3.29%	972.18	1.34%
制作	990.62	0.72%	897.42	0.70%	458.29	0.63%
二、其他业务成本	1,692.88	1.23%	161.25	0.13%	735.25	1.01%
总计	137,704.02	100.00%	128,813.28	100.00%	72,804.89	100.00%

报告期内，伴随着公司媒体资源规模的扩大，公司营业成本也随之持续增长。其中，公司电视媒体代理业务的成本由 2009 年度的 42,425.23 万元增加到 2011 年度的 116,199.01 万元，在营业成本中的比重由 2009 年度的 58.27% 提高至 2011



年度的 84.38%，主要原因是公司承包的央视广告时长由 2009 年度的 143,970 秒增加到 2011 年度的 1,574,835 秒。

（三）营业毛利

1、营业毛利构成

报告期内，公司毛利构成如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务	25,413.51	98.86%	16,371.13	99.53%	11,700.92	98.54%
其他业务	293.06	1.14%	77.57	0.47%	172.99	1.46%
合计	25,706.57	100.00%	16,448.70	100.00%	11,873.91	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利按业务分类情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
电视媒体代理	24,754.43	97.41%	15,430.18	94.25%	9,922.23	84.80%
户外媒体代理	-333.71	-1.31%	252.30	1.54%	597.69	5.11%
客户代理	84.38	0.33%	57.77	0.35%	779.09	6.66%
会展	1,366.25	5.38%	514.95	3.15%	101.01	0.86%
制作	-457.83	-1.80%	115.93	0.71%	300.91	2.57%
合计	25,413.51	100.00%	16,371.13	100.00%	11,700.92	100.00%

2、营业毛利变动原因

报告期内，公司营业毛利的变动主要受电视媒体代理、户外媒体代理、会展业务毛利额变动的影响，具体如下：

（1）电视媒体代理业务毛利占公司主营业务毛利总额比例逐年上升，由 2009 年度的 84.80% 上升到 2011 年度的 97.41%，其主要原因是电视媒体代理业务收入逐年上升，其占营业收入比例也逐年上升。

（2）户外媒体代理业务收入下降导致其毛利额下降。收入下降原因请参见



本节“二、经营成果、盈利能力分析”之“（一）营业收入”之“3、户外媒体代理收入变动原因”。2011年，户外媒体代理业务出现负毛利，主要原因是公司的地铁屏项目在2011年未实现销售预期，2011年度公司地铁屏项目终止，最终亏损217.68万元；北五环路2号单立柱项目2011年度未完全销售，2011年度亏损92.98万元。公司已购买的户外媒体广告资源成本不能有效消化，导致公司在2011年毛利降为负值。

（3）报告期内，会展业务的收入与毛利均逐年上升。会展业务是公司近年重点培育业务之一，2009年、2010年及2011年，公司会展业务毛利分别为101.01万元、514.95万元和1366.25万元，增长趋势明显。主要是报告期内，公司陆续承办了一系列的航空类展览及其他展会，以及开展了以索尼专卖店项目为代表的布展及公关活动等业务。

（四）毛利率

1、毛利率情况及变动原因

报告期内，公司各类业务毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	占主营业务 收入比例	毛利率	占主营业务 收入比例	毛利率	占主营业务 收入比例	毛利率
电视媒体代理	87.32%	17.56%	85.11%	12.50%	62.49%	18.95%
户外媒体代理	2.05%	-10.10%	3.06%	5.68%	19.16%	3.72%
客户代理	3.94%	1.33%	7.85%	0.51%	16.16%	5.75%
会展	6.36%	13.30%	3.27%	10.85%	1.28%	9.41%
制作	0.33%	-85.93%	0.70%	11.44%	0.91%	39.64%
合计	100.00%	15.74%	100.00%	11.29%	100.00%	13.97%

（1）电视媒体代理业务毛利率波动分析

报告期内，公司的电视媒体代理业务毛利率分别为18.95%、12.50%、17.56%，除2010年度电视媒体代理业务毛利率较低以外，其他年度毛利率相对稳定。

报告期内，公司代理的主要电视栏目毛利率情况如下：



项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	销售额	毛利率	销售额	毛利率	销售额	毛利率
经济信息联播	73,910.13	31.35%	70,499.64	26.75%	45,611.21	19.64%
经济半小时	45,563.52	7.96%	39,265.85	-1.41%	--	--
CCTV12	20,996.69	8.56%	10,197.43	-47.11%	--	--
购物街	254,26.00	18.78%	3,468.28	55.58%	--	--
生活	--	--	--	--	4,696.44	12.28%
一槌定音	182.27	-171.57%	--	--	--	--
整点新闻	--	--	--	--	290.00	4.33%

①2010 年毛利率下降的原因

2010 年电视媒体代理业务毛利率出现下滑，主要受到经济半小时和 CCTV 12 频道两项新业务销售率较低的影响。

2010 年经济半小时和 CCTV 12 频道的收入及占比情况如下：

单位：万元

栏目	收入		成本		毛利率
	金额	占电视媒体业务收入比例	金额	占电视媒体业务成本比例	
经济半小时	39,265.85	31.81%	39,818.48	36.87%	-1.41%
CCTV 12	10,197.43	8.26%	15,001.06	13.89%	-47.11%
合计/综合	49,463.28	40.07%	54,819.54	50.76%	-10.83%

2010 年，发行人购入经济半小时和 CCTV 12 频道的广告经营权，由于初次对这两个栏目进行经营，且客户对栏目的认可度不高，需要一定的时间进行市场开拓，故其销售率较低，分别为 74.81%及 36.62%，导致购入广告经营权的成本无法有效消化，两个栏目在 2010 年度未能实现盈利。由于经济半小时和 CCTV 12 频道收入占电视媒体资源收入的比重较高，导致 2010 年电视媒体代理业务的整体毛利率下降。

②2011 年度毛利率上升的原因

2011 年度，电视媒体代理业务毛利率为 17.56%，较 2010 年度有一定上升，主要是由于：一方面，传统优势栏目经济信息联播毛利率稳定并有上升；另一方



面，CCTV-12 频道以及经济半小时的媒体资源经过公司的整合营销，销售情况好转，CCTV-12 频道销售率由 2010 年的 36.62% 上升为 2011 年的 74.41%，两个栏目在 2011 年度均实现盈利。从而使得 2011 年度电视媒体代理业务毛利率较 2010 年有所上升。

（2）户外代理媒体业务毛利率波动分析

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	占主营业务收入比例	毛利率	占主营业务收入比例	毛利率	占主营业务收入比例	毛利率
户外媒体代理业务	2.05%	-10.10%	3.06%	5.68%	19.16%	3.72%

报告期内，户外媒体代理业务毛利率分别为 3.72%、5.68% 及 -10.10%，波动幅度较大，户外媒体占主营业务收入的比重分别为 19.16%、3.06% 及 2.05%。

①2010 年毛利率上升的原因

随着金融危机影响的逐步消除，广告主逐渐加大对户外广告的投放力度，采购价格有所提高，因此，2010 年度户外媒体代理业务的毛利率较 2009 年有所上升。

②2011 年度毛利率下降的原因

2011 年，公司调整了户外媒体代理业务的发展战略，将放弃以户外大牌为代表的传统户外代理项目，开展以奥林匹克中心区信息化发布平台为代表的新兴户外媒体项目。

由于处在调整期，户外业务受到影响，并出现亏损。2010 年已经发生的项目中，地铁屏项目 2011 年未实现销售预期，已购买的广告资源成本不能有效消化，形成亏损 217.68 万元；同时，北五环路 2 号单立柱项目 2011 年度未实现完全销售，导致公司在 2011 年度该类业务销售毛利率降为负值。



(3) 客户代理业务毛利率波动分析

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	占主营业务收入比例	毛利率	占主营业务收入比例	毛利率	占主营业务收入比例	毛利率
客户综合代理	--	--	1.88%	3.59%	6.93%	10.81%
栏目综合代理	3.94%	1.33%	5.98%	-0.46%	9.24%	1.96%
合计	3.94%	1.33%	7.86%	0.51%	16.16%	5.75%

报告期内，公司的客户代理业务毛利率分别为 5.75%、0.51%及 1.33%，波动幅度较大。客户代理业务可以划分为客户综合代理和栏目综合代理：客户综合代理指公司在掌握客户资源的前提下，为客户策划整体方案，寻求发布平台并发布广告信息；栏目综合代理指公司根据客户需求为客户采购非自有媒体资源作为广告发布平台。

①栏目综合代理

根据业务特点，栏目综合代理的毛利率相对较低，各期波动幅度较客户综合代理业务较小，报告期内栏目综合代理的毛利率 2010 为负值，主要是受到 NBA 项目的影响，2010 年 NBA 项目亏损 236.40 万元，直接导致栏目代理业务毛利率的下降。2011 年，栏目综合代理毛利率提升主要系代理的 NBA 栏目的终止，亏损减少。

②客户综合代理

2010 年客户综合代理业务毛利大幅下滑，主要受哈飞项目及长虹项目毛利率较低的影响。2010 年，哈飞汽车只保留了《天气预报》栏目和电台广播的广告投放，由于这两个项目已运作多年，项目毛利率较低，2010 年发行人对哈飞汽车销售毛利率下降为 1.86%；同时，2010 年开展的长虹项目毛利率较低，仅为 0.15%，哈飞项目及长虹项目销售占客户综合代理业务收入比例接近 80%，由此导致客户综合代理业务毛利大幅下滑。



(4) 会展业务毛利率波动分析

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	占主营业务收入比例	毛利率	占主营业务收入比例	毛利率	占主营业务收入比例	毛利率
会展业务	6.36%	13.30%	3.27%	10.85%	1.28%	9.41%

报告期内，会展业务销售金额和毛利率保持持续增长，会展业务的服务对象也逐步由航空航展扩大到民用产品会展。2009 年、2010 年及 2011 年，会展业务毛利率为 9.41%、10.85%和 13.30%，主要原因是公司承接了索尼（中国）有限公司上海分公司旗舰店展台摊位的设计布置项目，该项目收入占会展业务收入 55.79%，该项目展示了公司的策划创意能力，毛利率较高，2011 年该项目毛利率为 17.08%，从而提高了会展业务的毛利率。

(5) 制作业务毛利率波动分析

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	占主营业务收入比例	毛利率	占主营业务收入比例	毛利率	占主营业务收入比例	毛利率
制作业务	0.33%	-85.93%	0.70%	11.44%	0.91%	39.64%

制作业务是指公司为客户提供广告片、专题片和影视剧制作的相关业务。报告期内，制作业务毛利率分别为 39.64%、11.44%及-85.93%，呈下降趋势，主要由于从 2010 年起，公司经营思路转变，将广告制作业务从独立的经营业务转变为其他广告媒体代理业务的辅助业务。电视媒体代理业务作为公司核心业务，为了进一步增强其竞争力，通常在提供电视媒体代理业务的同时，为广告主提供相应的免费广告制作，2010 年及 2011 年制作业务毛利率下降主要由于制作部门为 CCTV-12 频道的广告主制作相关广告。作为辅助业务部门，制作部门也会为户外广告媒体代理业务、客户代理业务、会展业务的相关部门提供相应的软性服务，包括全案服务、推广会、广告制作等。由于一系列免费广告的制作，导致制作业务毛利呈下降趋势。

经核查，保荐人认为，公司整体毛利率变动趋势与业务发展变化一致，符合



所处行业特点及公司的经营情况。

申报会计师认为，公司的整体毛利率变动趋势与业务发展变化一致。

2、同行业可比公司比较

2009 年、2010 年公司与可比公司毛利率情况如下：

项目	2010 年	2009 年
省广股份	10.14%	11.84%
龙韵传媒	19.42%	16.96%
中视金桥	24.70%	29.22%
本公司	11.29%	13.97%

数据来源：中视金桥、省广股份年报；省广股份、龙韵传媒招股说明书。由于上述公司 2011 年度财务数据尚未公告，因此选取已公告的 2009 年及 2010 年做为参考。

（1）公司与龙韵传媒毛利率差异分析

龙韵传媒的主营业务具体包括广告媒介代理和广告全案服务业务，2009 年、2010 年电视广告媒介代理业务收入占其营业收入的比重均在 90%以上，该业务与本公司的电视媒体代理业务类似，广告全案服务业务与公司其他业务的差别较大。

2009 年、2010 年公司的电视媒体代理业务与龙韵传媒同类业务毛利率情况如下：

项目	2010 年	2009 年
龙韵传媒	19.11%	15.98%
本公司电视媒体业务	12.50%	18.95%

如上表所示，2009 年公司的电视媒体代理业务毛利率高于龙韵传媒同类业务，主要由于两家公司代理的电视媒体资源存在差异，中央电视台是公司的电视媒体平台，2009 年公司代理的主要栏目为《经济信息联播》，该栏目经过公司的长期运作，业务模式成熟，属于优质成熟栏目，而龙韵传媒主要代理安徽电视台、深圳电视台、云南电视台等地方电视台的媒体资源。与地方台相比，央视媒



体资源更具稀缺性，因此公司的毛利率较高。

2010 年公司的电视媒体代理业务毛利率低于龙韵传媒同类业务，主要由于公司自 2010 年开始代理《经济半小时》及 CCTV-12 频道的电视资源，根据广告行业的特点，广告主接受新的广告栏目需要一定时间，因此两个电视栏目在 2010 年均未实现盈利，其毛利率分别为-1.41%及-47.11%，导致公司的电视媒体代理业务毛利率低于龙韵传媒。

（2）公司与省广股份毛利率差异分析

省广股份是一家提供整合营销传播服务的综合性广告公司，其业务包括品牌管理、媒介代理和自有媒体，具体情况如下：

项目	2010 年度		2009 年度	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
品牌管理	5.18%	80.69%	6.49%	82.50%
媒介代理	89.60%	4.76%	86.88%	4.75%
自有媒体	5.22%	32.38%	6.62%	35.53%
合计	100%	10.14%	100%	11.84%

省广股份的业务模式及结构与公司存在较大差异，省广股份的主要业务是媒介代理业务，2009 年、2010 年该业务销售占比均在 85%以上，公司的核心业务为电视媒体代理，两家公司的主要业务在模式和性质上存在较大差异。

公司每年与中央电视台签订一个长期的广告代理协议，取得一些优质栏目的广告代理权，再将广告资源销售给客户，由于公司为中央电视台的长期合作伙伴，客户类型相对稳定，签约时间长，因此其毛利率较高；而省广股份一般只是在取得广告主的委托后，临时向广告代理商购买广告播放权，采购成本较高，相应毛利率偏低。

省广股份代理的主要是地方媒体和平面媒体资源，公司代理央视资源，央视资源具有稀缺性特点，获利能力强于地方媒体和平面媒体资源；同时，省广股份对关联方广博广告公司、广代博广告公司、福建旭通公司的销售额较大，2009 年及 2010 年对三家关联公司销售额分别为 66,205.65 万元和 70,467.94 万元，占当年代理收入的比例分别为 37.17%和 25.55%，且省广股份对关联方收取的佣



金比例较低,仅为广告刊例价的 2%,导致其毛利率较低。

(3) 公司与中视金桥毛利率差异分析

①公司与中视金桥的业务结构存在差异

中视金桥国际传媒控股有限公司是一家为包括广告主及广告代理商在内的客户提供全国性电视广告服务的广告运营商。中视金桥的媒体发布平台主要是中央电视台,目前的业务类型包括广告服务和代理服务,广告服务为其主要业务,2009 年、2010 年广告服务业务占总收入比例分别为 97.76%、98.23%,中视金桥广告服务业务与公司电视媒体代理业务类型一致。

由于无法通过公开资料获取中视金桥按照广告服务和代理服务的毛利率数据,同时广告服务业务占总收入的比重较大,可将中视金桥整体毛利率认定为广告服务业务毛利率,中视金桥的毛利率情况如下:

期间	2010 年	2009 年
毛利率	24.70%	29.22%

相比之下,公司的业务结构多元化,除电视媒体代理业务外,会展业务、户外媒体、影视制作、客户代理业务的毛利率相对较低,从而进一步降低公司的综合毛利率;中视金桥的业务模式相对单一,广告投放业务占到整体业务的 97%以上,由于电视媒体业务毛利较高,使得中视金桥的主营业务毛利率高于公司的毛利率。

②公司与中视金桥代理的电视媒体资源存在差异

中视金桥从事的广告代理业务与公司目前的电视媒体代理业务属于相同业务,但两家公司所代理的电视媒体资源存在差异。目前,公司代理的栏目有《经济信息联播》,《经济半小时》,CCTV-12 整频道等,既包括像《经济信息联播》这样长期合作、业务模式成熟、毛利率较高的优质成熟栏目,也包括像《经济半小时》,CCTV-12 频道这样收视率高、发展潜力大的优质新开发栏目,根据广告行业的特点,新的广告栏目需要一定时间让广告主接受,因此目前阶段新开发栏目的毛利率相对较低。中视金桥目前代理栏目包括新闻频道的《新闻 30 分》,CCTV-1 的《晚间新闻》,CCTV-2 的《生财有道》,CCTV-2 和 CCTV-4 的《晚间财富套》,CCTV-4 的《海峡两岸》,CCTV-4 的《中国新闻》,CCTV-7 的部分栏目,



CCTV-NEWS 整频道，其中《新闻 30 分》和《晚间新闻》作为中央电视台黄金栏目，具有栏目成熟、收视率高、观众群体稳定、受众面广的特点。

根据广告产业的特点，广告媒体栏目的毛利率受到刊例价、销售折扣率、采购价、销售率的综合影响。以下从销售折扣率和销售率来说明两公司代理央视资源的差异，继而也是毛利率差异的主要原因。

I、电视媒体资源的采购成本对比情况

公司和中视金桥均是以央视为主要广告媒体播放平台的广告代理公司，2009 年末，央视通过招投标的形式对其广告发布平台资源进行出让。对公司和中视金桥取得的广告资源成本和节目时间情况如下：

代理公司	频道	栏目名称	年成交价（万元）	时长	每秒价格（元）
中航文化	CCTV-2	经济信息联播+购物街	56,002.00	300" + 180"	0.46
	CCTV-2	经济半小时	46,781.00	210" + 210"	0.47
中视金桥	CCTV-1	晚间新闻（贴片）	25,219.00	120 秒/天	0.58
	CCTV-1	新闻 30 分	18,619.00	120 秒/天	0.43
	CCTV-4	中国新闻套	33,699.00	180 秒/天	0.51

数据来源：根据央视招标价整理

如上表所示，中视金桥通过招投标方式取得栏目成交价与公司的栏目较为接近。

II、电视媒体资源的刊例价对比情况

电视广告媒体的销售价格根据中央电视台公布的刊例价和广告代理公司给予广告主的销售折扣率计算得出。刊例价情况如下：

单位：万元

栏目	播出时间	广告价格（万元/天）				代理公司
		5 秒	10 秒	15 秒	30 秒	
经济信息联播	CCTV-2 周一至周日	6.60	10.10	12.68	22.8	中航文化
经济半小时	CCTV-2 周一至周日	6.60	10.10	12.68	22.8	中航文化
晚间新闻	CCTV-1 周一至周日	11.80	15.90	19.80	--	中视金桥



新闻 30 分	CCTV-1 周一至周日	9.40	12.50	15.60	--	中视金桥
中国新闻	CCTV-4 周一至周日	6.15	8.68	10.85	19.60	中视金桥

数据来源：中视金桥广告产品说明书

如上表所示，中视金桥代理的电视栏目广告价格总体高于公司的栏目广告价格。

III、电视媒体资源的销售折扣率对比情况

报告期内公司的销售折扣率情况如下：

期间 频道	2011 年	2010 年	2009 年
经济信息联播	64%-85%	70%-85%	74%-85%
经济半小时	64%-86%	75%-83%	-
购物街	73%-90%	67%-77%	-
CCTV-12 频道	2.9%-75%	3.75%-10%	-
国际时讯	-	-	70%-77%
生活	-	-	70%-78%
一槌定音	76-80%	-	-
整点新闻	-	-	71%-75%

中视金桥代理的《晚间新闻》和《新闻 30 分》的销售折扣率相对较高，根据销售价格=刊例价*销售折扣率的计算方式，中视金桥在电视媒体代理业务方面享有更高的销售价格。

IV、电视媒体资源的销售率对比情况

电视媒体代理业务的收入同时取决于媒体平台的销售率情况，运作成熟、收视率高、受众面广的栏目，销售率通常较高，中视金桥的代理栏目如《晚间新闻》，《新闻 30 分》等，作为央视的优质栏目，相应的广告时段销售率会高于其他栏目。而公司的 CCTV-12 整频道资源目前处于开发、培育阶段，销售率无法与成熟栏目相比。

综上所述，由于中视金桥的电视媒体资源存在优势，使得其所代理的栏目刊例价和销售率高于中央电视台同平台其他栏目，且销售折扣率较低，使得栏目销



售价格高于同行业其他广告代理公司；同时，由于两家公司的栏目采购成本接近，导致中视金桥的电视媒体代理业务毛利率较高。公司的业务结构多元化，其他业务毛利率较低，而中视金桥业务模式相对单一，以电视广告媒体投放业务为主，导致公司的综合毛利率低于中视金桥。

经核查，保荐人认为，与同行业可比公司相比，公司的毛利率属于正常范围；公司与同行业可比公司毛利率的差异主要由于与各家公司的业务模式及结构、代理电视媒体资源等方面存在差异，毛利率差异符合行业和业务经营特点。

申报会计师认为，公司整体毛利率变动趋势与业务发展变化一致。与同行业公司相比，公司毛利率属于正常范围；公司毛利率高于省广股份但低于中视金桥的原因是合理的，符合公司业务和经营特点。

3、国内广告代理公司及国际 4A 公司不同销售渠道客户的毛利率分析

报告期内，与公司合作的国内广告代理公司和国际 4A 公司涉及的业务类型有电视媒体代理、户外广告代理和栏目综合代理，对不同销售渠道客户的毛利率情况如下：

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	国内代理	国际 4A	国内代理	国际 4A	国内代理	国际 4A
电视媒体代理	19.06%	12.29%	10.71%	7.43%	17.69%	17.13%
户外广告代理	2.75%	--	7.89%	5.00%	4.27%	4.51%
栏目综合代理	-2.21%	--	10.94%	--	-4.81%	--
合计	18.30%	12.29%	10.57%	7.43%	12.55%	16.90%

公司对国内广告代理公司和国际 4A 公司采取相同的销售政策，在产品定价和广告资源平台的提供上不存在双重标准，对不同的客户执行同等对待的原则。

报告期内，电视媒体代理业务受到广告时长、双方议价能力、播出季节等因素的影响，均是在公司与客户协商的基础上确定价格，毛利率的差异并未受渠道客户是否为国际 4A 公司或者国内代理公司的影响。2010 年公司电视媒体代理业务对国内代理公司的销售毛利率较高，主要由于 2010 年主要国内代理公司在主要电视栏目中购买的短秒数（低于 15 秒）的广告时段较多，而国际 4A 公司购买的长秒数（高于 15 秒）的广告时段较多，相对而言短时段广告的每秒价格较



高；2011 年电视媒体代理业务对国内代理公司的销售毛利率较高，主要由于 CCTV-12 频道的广告时段对国际 4A 公司赠播较多，公司整体购买 CCTV-12 频道的成本按广告时长划分为单位成本，赠播的广告时段越多，则结转的成本越多。

报告期内，户外媒体代理业务受到广告牌位置、发布期限、双方议价能力等因素影响，均是在公司与客户协商的基础上确定价格，毛利率的差异主要是由各项目情况的差异造成的，并未受渠道客户是否为国际 4A 公司或者国内代理公司的影响。

经核查，保荐人认为，公司对国内广告代理公司和国际 4A 公司采取相同的销售政策，在产品定价和广告资源平台的提供上不存在双重标准，对不同的客户执行同等对待的原则，两类客户毛利率波动情况与整体波动情况相近，符合市场规律和业务发展情况。

申报会计师认为，公司客户中的国内代理公司和国际 4A 公司毛利率波动情况与整体波动情况相近，符合市场规律和业务发展情况。

（五）期间费用

报告期公司期间费用构成如下：

单位：万元

类别	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占营业收入比例 (%)	金额	占营业收入比例 (%)	金额	占营业收入比例 (%)
销售费用	5,965.81	3.65%	4,948.47	3.41%	3,893.81	4.60%
管理费用	4,159.18	2.55%	2,098.48	1.44%	1,799.42	2.13%
财务费用	-342.39	-0.21%	649.31	0.45%	19.18	0.02%
合计	9,782.60	5.99%	7,696.26	5.30%	5,712.40	6.75%

报告期内，公司期间费用占营业收入比重稳定且金额占比相对较低。

1、销售费用

报告期内，伴随着营业收入的增长，公司销售费用也随之增加，由 2009 年度的 3,893.81 万元增加到 2011 年度的 5,965.81 万元。公司销售费用主要为职工薪酬以及差旅费、业务招待费等。在销售费用中职工薪酬占比较大，2009 年



度、2010 年度以及 2011 年度分别为 55.78%、61.18%、63.57%，比重呈逐年上升趋势；差旅及业务招待费用每年稳定在 18%-20%之间。

2、管理费用

报告期内，公司的管理费用逐年上升，主要是近几年公司快速发展，经营规模不断扩大，故公司管理成本相应的有所增加。公司管理费用主要为职工薪酬、折旧费、业务招待费等，其中，职工薪酬占比较大，2009 年度、2010 年度以及 2011 年度分别为 48.76%、53.14%、52.91%；其次为折旧费，各年度占比为 15.77%、14.35%、8.89%，占比呈逐年下降趋势。

3、销售费用、管理费用中职工薪酬变化分析

在销售费用与管理费用中，职工薪酬占有比重很大，其变化情况是影响费用变动的主要因素。公司 2009 年度、2010 年度以及 2011 年度的平均人数如下表所示：

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
平均人数	449	400	330
较上期增减	49	70	-

报告期内，销售费用和管理费用中职工薪酬支出各年度分别为 3,049.47 万元、4,142.58 万元以及 5,993.03 万元，逐年上升的主要原因是随着公司业务的不扩大，员工人数增加导致的职工薪酬上升。其次，在职员工基本工资的上调也是报告期内职工薪酬增加的因素之一。

根据上述平均人数及公司全年工资总额计算的人均年工资总额分别为 8.51 万元、9.06 万元、10.55 万元，随着整体薪酬水平的上升，人均年工资总额呈小幅上升趋势。

4、财务费用

2009 年、2010 年和 2011 年，公司财务费用分别为 19.18 万元、649.31 万元和-342.39 万元。2010 年较其他年度财务费用较大的原因为：2009 年底，公司参与央视电视媒体资源招标，向央视支付的信用保证金大幅增加，公司通过短期借款获取所需资金，2009 年末短期借款期末余额 22,000 万元，其利息支付主



要发生在 2010 年度。上述 22,000 万元的短期借款于 2010 年 8 月全部归还,2011 年未有大额银行借款,财务费用主要为银行存款产生的利息收入,从而导致 2011 年财务费用为负值。

(六) 投资收益

报告期,公司投资收益结构如下:

单位:万元

类别	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占当期净利润比例 (%)	金额	占当期净利润比例 (%)	金额	占当期净利润比例 (%)
成本法核算的长期股权投资收益	—	—	5.05	0.08%	3.30	0.09%
权益法核算的长期股权投资收益	116.64	0.91%	102.39	1.71%	-69.96	-1.93%
处置长期股权投资产生的投资收益	58.62	0.46%	—	—	-3.16	-0.09%
处置交易性金融资产取得的投资收益	—	—	—	—	—	—
可供出售金融资产出售取得的投资收益	4,788.75	37.52%	708.95	11.83%	—	—
其他	—	—	—	—	—	—
合计	4,964.01	38.89%	816.39	13.62%	-69.82	-1.93%

报告期内,投资收益占当期净利润比例较大的年份为 2010 年度及 2011 年度,其中,2010 年度及 2011 年度的投资收益均主要来自公司减持同力水泥(000885)股票,详情参见本节之“一,财务状况分析”之“(一)资产分析”之“6、可供出售金融资产”。

(七) 营业外收支分析

2009 年度、2010 年度及 2011 年度公司营业外收入分别为 50.08 万元、79.93 万元、166.64 万元,主要是中航双赢依据 2007 年 6 月与北京市密云县北庄镇人民政府签订的财政返还协议书以及北京雅博依据熊儿寨乡纳税企业返税政策规定收到的当地政府的财政扶持资金,2009 年度、2010 年度以及 2011 年度分别是:50.00 万元、78.80 万元以及 166.62 万元。

报告期内,营业外支出分别为 0.97 万元、28.91 万元、1,095.95 万元,主



要为固定资产处置损失及捐赠支出。2011 年度，捐赠支出 1,080.00 万元，主要系免收中国儿童青年基金会广告款。

（八）最近三年非经常性损益

最近三年非经常性损益如下表所示：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
非流动性资产处置损益	50.39	-3.91	-4.06
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-
政府补助	166.62	78.80	50.00
处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	4,788.75	708.95	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1,087.70	-23.87	0.01
非经常性损益总额	3,918.06	759.97	45.95
减：非经常性损益的所得税影响数	981.42	189.99	11.49
非经常性损益净额	2,936.64	569.98	34.47
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	-2.17	-	-
归属于公司普通股股东的非经常性损益	2,938.81	569.98	34.47

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
扣除所得税、少数股东损益后的非经常性损益净额	2,938.81	569.98	34.47
归属于母公司股东的净利润	12,866.98	6,029.58	3,587.82
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	9,928.17	5,459.60	3,553.35
非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比重	22.84%	9.45%	0.96%

报告期内非经常性损益金额较大的年度为 2010 年度及 2011 年度，主要为处置公司持有的同力水泥（000885）股票获得的投资收益。2011 年度，公司还有非经常性损益一捐赠支出 1,080.00 万元，为免收中国儿童青年基金会广告款。截止 2011 年 12 月 31 日，公司未持有交易性金融资产及可供出售金融资产。



（九）净利润

报告期各年度净利润情况列表如下：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
归属于母公司股东的净利润	12,866.98	6,029.58	3,587.82
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	9,928.17	5,459.60	3,553.35

2010 年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润比 2009 年增长 53.65%，2011 年比 2010 年增长 81.85%。公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润呈稳步增长趋势。

报告期内公司结合自身的客户和人才优势，逐步实施以经济、法制等栏目为主导的经营战略，加大了对央视优质栏目的采购力度，实现了以经营法制频道和财经类栏目（如：经济信息联播和经济半小时）广告代理为主的经营模式，促进了公司营业收入的增长。同时新代理的电视媒体资源经过 2010 年的培育，2011 年度销售情况好转，销售率提升，使得这些电视媒体资源在 2011 年度能实现盈利。报告期内，公司会展业务也得到了很好的发展，年复合增长率超过 100%，为公司贡献了收入，同时也是今后重要的利润增长点。以上公司营业收入的增长以及盈利能力的提升促进了净利润的增加。

（十）净资产收益率

2009 年度、2010 年度、2011 年度，公司扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的加权平均净资产收益率分别为 16.57%、20.40%、31.39%，公司净资产收益率逐年提升，上述收益率的增长主要得益于各项业务的发展和营业收入的增长。2009 年度，除去业务发展方面的原因，净资产收益率较低的另一原因为公司可供出售金融资产采用期末公允价值计价，2009 年 12 与 31 日金融资产期末价值较前期变动较大，形成的公允价值变动损益（扣除所得税影响）为 2,134.44 万元，直接计入资本公积—其他资本公积，导致当期净资产增加较为明显，而 2009 年度归属于母公司股东的净利润为 3,587.82 万元，因此净资产收益率较低。

公司管理层认为，公司业务经营具有稳定的盈利能力和较高的资产周转速度。募集资金到位后，公司净资产将大幅增加，由于公司募集资金投资项目发挥



效益需要一段时间，因此，在募集资金投资项目产生效益之前，公司的净资产收益率将出现短暂下降的情况，但随着募集资金投资项目效益的逐步显现，公司净资产收益率将会逐渐回升。

三、现金流量分析

（一）报告期现金流量情况

公司报告期内现金流量情况如下所示：

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经营活动现金净流入额（万元）	48,850.10	37,379.68	-27,370.85
投资活动现金净流入额（万元）	2,906.94	193.31	-365.29
筹资活动现金净流入额（万元）	-2,062.40	-22,786.15	18,918.36
现金及现金等价物净增加额（万元）	49,694.64	14,786.85	-8,817.78

（二）报告期现金流量变动原因

1、经营活动现金流量

（1）各年度经营活动现金流量分析

2009 年度经营活动现金净流入额增加为-27,370.85 万元，主要原因是公司当期竞标获得 2010 年度央视《经济信息联播》、《经济半小时》、《购物街》、CCTV12 频道的广告资源，按照栏目广告承包协议的约定公司需支付广告承包经营费的 30.00%合计 33,834.90 万元作为信用保证金，从而导致当期购买商品、接受劳务支付的现金支付大幅增加。

2010 年度经营活动净现金流入 37,379.68 万元，主要原因是①公司主营业务收入较前两期增幅较大，达到 145,023.16 万元，较 2009 年度增加 60,583.16 万元，由此当期经营活动现金流入大幅增加；②公司继续获得 2011 年度央视《经济信息联播》、《经济半小时》、CCTV12 频道的广告资源，同时鉴于公司在执行 2010 年度广告播出情况较好，央视降低了信用保证金的比例，公司预付的三个栏目的信用保证金为 6,740.11 万元，比 2009 年少支付 27,094.79 万元。因此当期经营活动现金流出额较少。

2011 年度公司经营活动现金流入 159,826.73 万元，主要原因是公司业务持



续发展，销售回款情况较好。此外，公司经营性应付项目增加较多，导致经营活动现金流出减少。

(2) 与同行业上市公司比较

项目	2011 年 1-9 月 经营活动现金净流入（万元）	最近三年经营活动现金净流入 占最近三年净利润的比例
省广股份	13,357.46	20.76%
中视金桥	未获得数据	83.34%
本公司	18,149.70	76.00%

注：省广股份及中视金桥 2011 年数据尚未公布，故无法获得。表中最近三年经营性活动现金净流入占最近三年净利润的比例指 2008 年、2009 年及 2010 年。

2009 年、2010 年及 2011 年公司的经营活动现金流量净额分别为-27,370.85 万元、37,379.68 万元及 48,850.10 万元，经营活动现金流量逐年改善，占净利润的比例较高。

2、投资活动现金流量

2011 年，公司投资活动现金净流入额为 2,906.94 万元，主要原因是公司抛售同力水泥（002400）股票导致现金流入 4,788.75 万元。

3、筹资活动现金流量

2009 年，公司筹资活动现金净流入额为 18,918.36 万元，主要原因是央视推行栏目承包招标制度，约定首个中标年份的信用保证金的支付比例为采购金额的 30.00%。为缴纳大额信用保证金，公司增加借款 22,000.00 万元；2010 年，公司筹资活动现金净流入额为-22,786.15 万元，公司经营活动现金净流入增加，货币资金较为充裕，公司归还了 22,000.00 万元借款。2011 年，公司筹资活动现金流出为 2,962.40 万元，原因是公司分配了 2010 年度股利。

四、重大资本性支出分析

(一) 报告期内资本性支出

报告期内公司用于固定资产投资的具体情况如下：



单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
固定资产	152.37	400.06	131.81
无形资产	1.95	-	1.69
合计	154.32	400.06	133.50

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股意向书签署之日，除本次发行募集资金投资项目以外，公司无可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金投资计划参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”的有关内容。

五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

结合目前公司所处行业的发展趋势以及公司的发展规划，公司管理层认为，未来几年内，影响公司财务状况和盈利能力的因素主要有以下几个方面：

（一）广告行业将保持快速增长的势头

近几年我国国民经济增长率都保持在较高水平，根据第十一届全国人民代表大会第四次会议中温家宝总理在政府工作报告提出的“十二五”规划，十二五期间，我国经济增长预期目标是在明显提高质量和效益的基础上年均增长 7%，仍将保持高速增长态势。

2008 年 6 月国家工商总局和国家发改委联合发布了《关于促进广告业发展的指导意见》，提出了“到 2015 年，广告业营业额相对 GDP 比重力争达到 1.50%，使广告业总体发展水平与全面建设小康社会和市场经济的发展水平相适应”的发展目标。该意见提出广告行业的主要目标和任务是“加快行业结构调整，促进广告产业的专业化、规模化发展，提升广告策划、创意、制作的整体水平；积极推动新兴广告媒体的发展与规范；以中华民族优秀品牌战略为基础、以广告企业为主干、以优势媒体集团为先导，形成布局合理、结构优化的广告产业体系”。

随着我国经济的持续发展，国家对文化传媒产业的大力支持，广告行业必将获得迅猛发展。公司作为国内广告代理行业的领先企业，将抓住这一历史性的发展机遇，结合公司战略稳步发展媒体代理业务，具体业务内容包括为客户提供媒



体代理、媒介策划、媒体购买、公关策划、品牌整合、广告创意、会展等服务。

（二）公司现有业务仍将保持快速增长

公司目前主营电视媒体代理广告、户外媒体代理、客户代理业务及会展业务，2010 年和 2011 年主营业务收入的增长率分别为 73.12%及 11.31%，保持了快速增长的势头。未来三年，公司将形成以全国性电视媒体资源为主、地方电视媒体优质栏目和频道资源为辅，传统媒体资源种类较为齐全，新兴媒体资源布局合理的多层次、多类型广告资源结构，同时形成以媒体代理业务为核心，客户代理业务稳步发展，其他业务有所突破的主业突出、特色鲜明、多元相关、服务全面的业务结构，完成广告业态由销售向服务升级、广告资源由点到面升级、人员素质由通才向专才升级，为下一步将中航文化打造成为全媒体全价值链的高端媒体超市和全价值链国际化的文化产业集群企业奠定结构性和全局性基础。

（三）公司面临的主要困难和竞争压力

面对广告行业的日趋激烈的竞争态势，公司也认识到目前所面临的困难因素和竞争压力主要包括以下方面：

1、媒体资源缺乏将限制公司的发展

公司是以媒体代理为主的广告代理公司，随着公司业务规模的不断扩大，媒体资源的缺乏将成为公司发展的瓶颈。公司已经意识到此项问题，着手开发各方面的媒体资源，未来通过募集资金投资项目，获得央视及其他高端媒体资源，为公司快速发展打下扎实的媒体资源基础。

2、公司营运资金的不足将影响公司发展

公司是以媒体代理为主的广告代理公司，业务模式为公司向电视媒体购买广告时间，然后再向广告发布者提供广告时间。因此，公司需要向电视媒体支付大量资金购买广告资源。此外，公司还需支付一定比例的保证金。由此可见，资金充足是公司发展的必要条件。目前，公司资金能够满足现有业务的需要，但并不能满足公司长期发展的需要。



六、未来分红回报规划分析

（一）公司未来分红回报规划

为了明确本次发行后对新老股东权益分红的回报，进一步细化《中航文化股份有限公司首次公开发行股票（A 股）并上市后章程（草案）》中关于利润分配政策的条款，增加股利分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，发行人董事会制定了《中航文化股份有限公司未来三年（2012—2014）分红回报规划》。具体要点如下：

1、制定分红回报规划和计划的考虑因素

着眼于公司的长远和可持续发展，在综合考虑公司经营实际情况、发展目标、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保证公司股利分配政策的连续性和稳定性。

2、制定分红回报规划和计划履行的决策程序

公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是公众投资者）、监事会和独立董事的意见，制定年度或中期利润分配方案，并经公司股东大会表决通过后实施。

3、股东回报规划制定周期

公司每三年重新审视一次分红回报规划和计划，如果外部经营环境或者公司自身经营状况发生较大变化，可以对分红规划和计划进行调整；调整后的分红规划和计划应征求独立董事及监事会意见，并经董事会审议通过后提交股东大会批准，股东大会将为股东提供网络投票方式参与表决。调整分红规划和计划应以股东权益保护为出发点，且不得与公司章程和中国证券监督管理委员会和证券交易所的相关规定相抵触。

4、2012—2014 年股东分红回报计划

2012 年至 2014 年是公司实现跨越式发展目标的重要时期，该时期的发展与公司股东的鼎力相助密不可分。为此，公司计划在保证公司稳定、持续发展的前提下，努力为股东提供足额投资回报。如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或新增经营性支出，累计支



出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%，且超过 3,000 万元），2012 年至 2014 年公司在足额预留 10%法定公积金以后，每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可供分配利润的 20%。

（二）股东回报规划的合理性分析

1、公司未来现金分红比例的确定依据及合理性

报告期内，2009-2011 年度主营业务收入分别为 161,424.65 万元、145,023.16 万元、83,770.57 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 2,642.90 万元、4,109.15 万元、6,724.32 万元，2011、2010 年度增长率为 63.64%、55.48%；公司基本每股收益 2009-2011 年度分别为：0.36 元、0.60 元、1.29 元。报告期内，公司保持了较高的盈利增长水平。公司报告期内现金分红 3,000 万元，占报告期内归属于母公司股东的净利润比例为 22.26%，预计公司未来仍能保持持续盈利能力，公司的行业地位以及行业的发展前景使得公司具备通过现金分红为投资者带来合理回报的条件。

2、公司现金变现能力可以保证现金分红

报告期内，公司资产管理能力加强，销售回款状况良好，2009-2012 年度公司经营性现金流量净额分别为-27,370.85 万元、37,379.68 万元及 48,850.10 万元，就总体情况来看，与净利润总额比例为 2.63:1，经营活动收现能力较强，为公司未来三年实施现金分红金额占当年可供分配利润 20%奠定了基础。

3、未来资金需要分析

《中航文化股份有限公司未来三年（2012—2014）分红回报规划》符合发行人的经营现状和发展规划。发行人属于文化产业，在国家政策的鼓励下，行业盈利能力较强，资金流转速度较快。同时，发行人自身资产负债率合理，具有较强的盈利能力和资金管理能力，通过日常积累以及本次募集资金可获得足量发展资金。考虑公司经营情况良好，盈利能力较强，公司本着回报股东的原则，每年对股东以现金方式分配利润；同时考虑公司仍处于发展阶段，需保留部分盈利用于扩大规模，因此确定公司每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可分配利润的 20%。在每年现金分红比例保持稳定的基础上，如出现公司业务发展快速、盈利增长较快等情形，可供分配利润增加时，董事会可以提出更高的现金分红比例



或提议实施股票股利分配预案。

本公司留存的未分配利润将主要用于进一步扩大经营规模、加强品牌建设、同时优化公司财务结构、促进公司的快速发展，有计划有步骤地实现公司未来的发展目标，最终实现股东利益最大化。

发行人上市后，将通过募集资金获得央视及其他高端媒体资源，为公司快速发展打下扎实的媒体资源基础，提升发行人综合业务服务能力和整体竞争力，进一步增强公司盈利水平，发行人实施持续、稳定的利润分配政策，使得股东共享发行人成长收益。

（三）保荐机构的核查意见

保荐机构对公司股东未来回报规划进行了审慎核查，认为：发行人对于未来回报的规定和招股说明书中相关信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定；发行人未来的股东回报政策在着眼于公司长期持续发展的基础上，注重给予投资者稳定回报，有利于保护投资者，尤其是中小投资者的合法权益。



第十二节 业务发展目标

一、公司发行当年及今后几年的发展计划

（一）公司发展战略和目标

1、未来三年发展战略

（1）着力打造、构建优质高端的广告媒体资源超市。以公司拥有的高端电视媒体资源为基础，以中长期优势电视媒体资源为核心，多途径抢抓、购并广告媒体资源，并注重媒体的高端、多元和资源的优质性，形成独特的广告媒体资源超市；

（2）关注、跟踪新媒体发展，适时进入广告新兴媒体市场。认真研究国内外广告监管政策变化和相关环境保护、低碳技术发展动态，捕捉新媒体技术广告运用商机，开发新媒体广告资源、开拓新媒体资源广告市场；

（3）转型升级，做国内品牌管理、整合营销传播服务提供商。以优质媒体广告资源和广告媒体资源超市为平台，借助公司会展、影视、公关、等配套资源和体系，大力提高公司整合营销、媒介策划、广告创意、品牌管理、客户管理等综合服务能力，全方位提升服务意识和水平，成为国内品牌管理、整合营销传播服务“一站式”提供商；

（4）坚定不移地推进上市，打造产业资本平台，借助证券市场力量，快速做大做强，巩固和提升行业地位。

2、未来三年发展目标

通过未来三年的经营，公司要达到如下目标：

（1）初步形成以中央级电视媒体资源为主、地方电视媒体资源为辅，传统媒体资源种类齐全，新兴媒体资源布局合理的跨区域、跨媒体的广告资源超市。

（2）以广告资源超市为依托，借助多元相关的业务体系，力争成为国内品牌管理、整合营销传播服务提供商，为进一步成为国内文化产业服务的主渠道、广告行业的主力军，成为具有全价值链国际化的文化产业集群企业集团奠定基础。



（二）具体发展计划

1、业务发展计划

（1）媒体代理业务

①电视媒体代理业务

A、继续扩大央视财经类、新闻类、法制类栏目和频道资源数量，使公司代理的央视电视媒体资源范围覆盖 CCTV-1（综合）、CCTV-2（财经）、CCTV-4（中文国际）、CCTV-13（新闻）及 CCTV-12（社会与法），核心优质栏目数量有较大幅度的增加。

B、集中力量做好与 CNC 的战略合作，筹建高素质的策划和营销团队，深入挖掘资源价值，以现有客户资源为基础，制定合理的价格体系，推行灵活的营销策略，实施富有实效的品牌宣传和业务推广计划，缩短资源培养期，不断提高资源销售率。同时，要充分利用公司在电视媒体资源开发方面积累的丰富经验，积极为 CNC 提供深度服务，协助 CNC 不断改善栏目品质，丰富栏目种类，提升国内外收视水平和影响力。

C、以财经新闻、社会法制为主线，与公司所代理的央视财经栏目和法制频道结合，发挥央视权威信息和舆论主导作用，有针对性的选购和开发优质地方电视媒体资源，使中央和地方资源做到信息、客户共享。未来三年，地方优质电视栏目数量有一定幅度的增加。

②户外媒体代理

未来三年，公司户外媒体代理业务要坚持走自有媒体路线，通过竞标买断、合作开发等多种方式获取中长期的广告独家代理权，实现资源占有下的持续运营，提高户外媒体广告销售毛利率水平。优先采购代表户外媒体发展趋势的户外视频、LED、LCD 等高端资源，重点开发北京大型文化、商业、旅游区域以及西南、华中、东北大型商业中心广告资源，采用先进技术设备提高可播资源量，探索和创新广告运营商业模式，增加户外媒体广告经营收入。

③新媒体代理

未来三年，新媒体资源拓展主要定位于互联网和电影院线广告资源。公司将积极寻求与受众广泛的知名视频网站合作，结合公司媒体代理优势和现有客户基



础，选择购买或者定制视频网站的财经新闻频道和社会法制频道，与公司代理栏目和客户对接，满足客户新媒体广告投放需求。此外，公司将在充分论证可行性的基础上，积极与知名院线开实质性的合作，开发院线广告资源。公司积极推进博客、微博、手机终端、有线宽带电视网（IPTV）等其他新媒体广告价值及其成熟商业广告运作模式的研究，为后期资源采购和开发运营做好论证工作。

（2）客户代理业务

未来三年，公司以媒介代理业务快速发展为前提，将适时调整内部组织结构和业务架构，组建品牌营销事业部，设立大客户服务团队，以组合媒体、全面服务为内容，积极发展品牌服务和整合营销传播代理服务市场和客户，使之逐步成为公司未来业务的发展重点。同时，择机并购具有良好客户关系和高层次专业服务能力的广告代理公司。

（3）会展业务

公司目前承办的展会项目有：珠海国际航展（双年）、天津国际直升机展（单年）、厦门国际航空维修展（单年）、莱芜国际航空运动器材展（每年）、北京国际无人飞行器创新大赛（单年）。今后几年主要是在继续做好珠海航展承办工作的同时，认真总结并充分利用珠海航展所积累的成功经验，把其它“三展一赛”做出规模、做出品牌和影响力。要通过引进优秀的人才和团队，增强策划能力，延伸服务环节，提高服务层次和质量，与主办方建立长期稳定的业务合作关系，把展会做大做强。同时，借助公司平台优势积极推广营销公关业务成功经验，为公司客户整合营销服务探索商业经验和运营模式。

（4）广告片及影视制作业务

未来三年，结合公司现有管理能力、资金实力，每年争取完成 1 至 2 部电视剧。在实际运作中将遵循市场先导和分散风险原则，严格控制成本，提高剧目品质，精益求精，推出一些有良好口碑和影响力的作品，进一步提高中航文化文化产品的品牌知名度。

2、人力资源发展计划

完善人力资源管理体制，健全薪酬分配和绩效考核体系，充分发挥吸引和激励人才的作用。积极引进各业务领域的领军人物、专业人才充实业务一线。公司



培训中心，要逐步配备师资，加强员工内训，树立持续学习的氛围，为公司培养和储备人才。推行公司各业务中心负责人和骨干人员交流制度，培养业务全面的复合型管理人才。充分利用外部人力资源，进一步发挥专家顾问团的作用，为公司发展和规划提供智力支持和咨询服务。

3、市场开发计划

整合资源和渠道，充分利用公司资源及其多层次、多种类组合优势，吸引和开拓新的长期客户。建立和不断充实大客户服务专业团队，推进和深化大客户服务工作，充分挖掘和吸引现有客户投放需求。丰富代理服务类型，延伸服务链条，增强服务个性化和实效性，以差异化服务维系和拓展客户。进行商业广告营销模式的开拓创新，体现与客户共同成长的经营理念，吸引具有快速成长潜力的中小企业成为公司长期客户。实施积极的“中航文化”品牌宣传策略，在公司各业务领域的客户中提升品牌影响力和知名度。

4、收购兼并计划

积极与有合作意向并有优质客户资源储备的客户代理公司洽商，实施资产并购、业务重组和资源整合，加快客户代理业务发展进程。

5、筹资计划

公司成功上市后，将根据业务发展需要，适时采用增发、配股、发行可转换公司债券、企业债券或向国内商业银行贷款等多种形式融入资金，以满足公司业务拓展、市场开发及补充流动资金的需要，推动公司长远发展，使公司做大做强。

二、公司拟定上述计划所依据的假设条件

- （一）国家继续鼓励发展广告行业，并对该行业的发展继续给予支持；
- （二）公司遵循的国家及地方法律、法规以及其它经济环境无重大变化；
- （三）公司本次发行股票所募资金及时到位，并按计划完成；
- （四）公司关键管理人员和核心营销人员不发生重大变化；
- （五）无其它人力不可抗拒因素及不可预见因素造成的重大不利影响。



三、公司实施上述计划可能面临的主要困难

（一）国家对广告行业的鼓励政策及公司遵循的有关法律法规可能会发生不利变化，公司实施发展计划会受到外部环境的较大影响。

（二）发展计划的实施需要大量资金支持，营运资金不足可能会影响计划目标的实现。

（三）公司发展计划的实施需要相应增加和维持优秀专业人才、团队，提升业务管理效率，人力资源不足或者管理效率不高可能会制约计划目标的如期实现。

四、公司确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径

（一）充分发挥公司竞争优势

公司具有良好的服务品牌和企业信誉，拥有优质的媒体资源、专业的广告代理运作能力和庞大的客户基础，行业地位领先，同时，公司还拥有丰富的市场化竞争经验，市场开拓和业务创新能力较强，这些构成了公司实现发展规划的基础。

（二）借助资本市场筹集发展资金

公司通过本次公开发行获得了扩大业务规模所需的资金，可以阶段性地解决公司实现业务发展规划的资金需求，增强公司的核心竞争力。公司发行上市后，将通过多种资本渠道和运作手段，为实施后续发展规划筹措所需资金。

（三）实施竞争性的人力资源策略

贯彻“数据说话、团队成功”的企业文化理念，完善薪酬体系，提高薪酬待遇，以多种方式吸引优秀业务人才和团队进入公司，同时，强化绩效考核，严格推行激励与约束机制，实行公司管理者和员工能上能下、能进能出的竞争性人力资源管理策略，充分挖掘和调动全体员工的潜力及积极性。

（四）有针对性地调整内部机构设置

根据公司未来发展计划，设置相应的业务中心、业务部门，新建大客户服务部、策划中心、新媒体中心，整合原有业务部门设置，实行分业务板块的集中化



管理，明确各部门工作职责，制定各部门年度经营指标，建立健全部门考核和预算管理制度，统一调配公司内部资源，使公司各种经营要素围绕公司发展计划有机联动。

五、公司制订发展计划和目标与现有业务的关系

公司制定上述业务发展规划，充分考虑了国内外广告行业的现状和未来发展趋势，以及公司的实际情况。业务发展规划符合公司的长远发展目标，是对现有业务的巩固、创新与提高。发展规划如能顺利实现，将大大提升公司现有业务水平、做大产业规模，提升核心竞争力、增强综合实力。



第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金投资项目计划

经公司 2010 年年度股东大会审议，公司本次拟发行不超过 3,333.88 万股股票，拟募集资金 34,363.00 万元。本次募集资金在扣除发行费用后将投资于以下三个项目：（1）央视媒体资源广告经营权采购项目，投资金额为 22,650.00 万元；（2）中国新华新闻电视网中英文环球电视频道商业广告经营权采购项目，投资金额为 9,000.00；（3）数字化业务管理系统升级改造项目，投资金额为 2,713.00 万元，该项目已在北京市朝阳区发展和改革委员会备案（京朝阳发改（备）[2011]39 号）。

二、本次募集资金不足或富余的安排

如本次发行的实际募集资金量超过项目的资金需求量，超过部分将用于补充公司营运资金。如本次发行的实际募集资金量少于项目的资金需求量，不足部分资金将由公司自筹解决。

募集资金到位前，募集资金投资项目所需资金由公司自筹资金垫付，待募集资金到位后以募集资金置换预先垫付的资金。

三、募集资金投资项目分析

（一）央视媒体资源广告经营权采购项目

1、项目概况与背景

（1）概况

本项目募集资金用于补充公司2013-2015年度采购央视电视媒体资源所需营运资金缺口。根据公司2013年—2015年央视电视媒体资源采购计划，公司2013年—2015年采购央视媒体资源需投资总额约为15亿元，预计需要营运资金4.53亿元。公司拟通过本次发行募集资金2.265亿元补充央视电视媒体采购所需营运资金，按采购计划、采购时间及采购项目重要性程度使用。

（2）背景

①2006 年以来，国家相继颁布了一系列促进中国广告业发展的政策，广告



业也迎来了爆发式的增长，目前我国已成为世界第四大广告市场。在此背景下，国有控股背景的广告公司将发挥主渠道作用。这为公司未来业务发展提供了宽松的政策环境、有利的政策支持和极佳的发展契机。

②2010年，我国的广告经营额增幅达14.67%，高于国内生产总值的增幅，是5年来增幅最高的一年。与此同时，国家提出了“到2015年，中国广告业营业额相对GDP比重力争达到1.5%”的发展目标，中国广告业营业额也将进一步增加。同时，作为中国经济发展的长期战略方针，“扩大内需”这一战略方针也为广告主投放需求提供了消费支付保证。中国经济发展的良好预期为未来中国广告业的发展奠定了经济基础，造就了巨大空间。

③目前，包括本公司在内的与央视合作的广告代理公司购买的央视媒体资源主要是通过参加2010-2012年度央视媒体资源招标会竞标取得的。该次招标采用“一次招标，两年续约”的销售模式，到2012年底，各广告代理公司与央视的2010-2012年度合作将到期。届时，央视将重新组织销售、分配媒体资源。

2、项目实施必要性

（1）实现公司资源经营战略的需要

中国广告业的资源整合与业务集中将成为未来发展趋势。为此，公司确立了由代理服务型转向资源经营型、由传统型转向传统与创新结合型的业务发展目标，确定了资源经营、价值增值、客户代理的发展路径。与此同时，公司需要利用自身竞争优势，筹集资金获取优质媒体资源，实施资源经营战略，打造媒体资源超市，提高媒体议价能力，提升价值增值幅度，为拓展具有更高附加值的客户代理业务提供协同效应。

（2）完善电视媒体资源种类和结构的需要

经过多年探索与发展，公司已储备了多个央视新闻类、经济类和法制类媒体资源。但公司目前受资金所限，对央视其他优质电视媒体资源采购不足，需要通过筹集资金有策略地增购媒体资源，进一步完善公司电视媒体资源保有结构和种类，继续扩大在央视媒体广告代理市场中的份额占比，不断增强市场竞争能力。

（3）满足客户潜在需求，增强持续发展能力的需要

公司现有的客户群既是公司业务发展的基石，也是尚待开发的价值宝地。通过分析现有客户数量、结构、投放偏好和需求，将公司既有优质媒体资源相结合，



有针对性地筹措增量资金扩大央视电视媒体资源分布范围，进而为客户提供一体化的整合营销广告代理服务，锁定客户群体，开发潜在投放需求，逐步形成媒体资源与客户资源相互促进的良性循环，进一步增强公司持续发展能力。

3、项目实施的基础

公司在业务经营与发展中的长期积累，为本项目的实施奠定如下基础：

（1）专业的广告代理运作能力和良好的企业信誉

公司是中国 4A 协会的成员，具备较高的广告运作能力。在媒体代理业务中，公司也形成了专业的、综合的媒体代理运作能力，在资源价值评估、媒体服务以及广告策划等方面均建立了自身的运作体系。

在建立自身运作体系的同时，公司借助于特大型国有企业背景，长期坚持独立自主、市场引导、诚信为本的经营宗旨，在客户和媒体供应商中均树立了良好的市场形象，确立了“中航文化”的品牌。

（2）广泛的客户基础和强大的营销能力

央视媒体资源仍然是公司未来三年采购的重点，除续购既有资源外，需要增购央视纪实类和时讯服务类资源，通过客户资源共享提升公司新闻时讯类栏目广告代理市场地位。公司在购买媒体资源种类、数量以及时机的选择上，密切结合了公司现有广泛的客户基础和投放需求。同时，由优秀的营销团队、创新的营销模式、灵活的营销策略等构成的公司营销能力则是结合资源与需求、实现转化收益的营销保证。

4、业务流程

公司在运作该项目时，将继续沿用电视媒体代理的业务模式和流程。

5、项目所需资金规模分析

（1）项目所需资金估算

根据公司制定的发展规划，并参考目前央视栏目设置状况，公司纳入央视 2013—2015 年度栏目、频道广告采购范围的广告资源主要涉及财经类、法制类和新闻类，包括 31 个栏目、频道广告资源。相关情况详见下表：



序号	媒介类型	媒体名称		预计购买资源量
		媒体	名称	
1	财经类	CCTV-2 财经频道	《环球财经连线》（午间版）	53,680 秒/52 周
2			《环球财经连线》（傍晚版）	53,680 秒/52 周
3			《交易时间》（上午版）	109,200 秒/52 周
4			《交易时间》（下午版）	109,200 秒/52 周
5			《市场分析室》	54,600 秒/52 周
6			《今日观察》	46,980 秒/年
7			《理财在线》	31,320 秒/年
8			《商道》	31,320 秒/年
9			《中国财经报道》	15,600 秒/52 周
10			《经济信息联播》	120,120 秒/52 周
11			《经济半小时》	98,280 秒/52 周
12	法制类	CCTV-1 综合频道	《今日说法》	32,760 秒/52 周
13		CCTV-2 财经频道	《经济与法》	39,150 秒/年
14		CCTV-新闻	《法治在线》	43,680 秒/52 周
15		CCTV-12 社会与法频道	整频道栏目及时段	2,715,440 秒/52 周
16	新闻类	CCTV-4 中文国际频道	《海峡两岸》	43,680 秒/52 周
17			《中国新闻》套 《中国新闻》（60 分）《中国新闻》（30 分）《今日关注》	196,560 秒/52 周
18			全天时段套	155,220 秒/52 周
19		CCTV-1（综合 频道）	《新闻 30 分》	32,760 秒/52 周
20			《晚间新闻》	32,760 秒/52 周
21		CCTV-新闻	《24 小时》	43,680 秒/52 周
22			《东方时空》	43,680 秒/52 周
23			《共同关注》	65,520 秒/52 周
24			《国际时讯》	31,200 秒/52 周
25			《新闻周刊》	6,240 秒/52 周
26			《世界周刊》	6,240 秒/52 周



27			《环球视线》	31,200 秒/52 周
28			《新闻 1+1》	31,200 秒/52 周
29			《新闻调查》	31,200 秒/52 周
30			《面对面》	6,240 秒/52 周
31			新闻直播间套	152,880 秒/52 周

预计此次采购价格会较 2009 年中标价格有一定幅度的上涨，上涨幅度估算为 10%/年；未进行过公开招标的新栏目、频道按目前央视可比栏目、频道价格估算中标价格。由此得出采购范围内项目预计价格总额为 50.34 亿元。

鉴于公司在电视媒体广告代理行业所具有的领先地位以及目前央视广告代理业已形成的本公司、中视广经和中视金桥三家大型广告公司的竞争格局，估计公司采购央视上述范围电视媒体广告资源的成功概率为 30%。公司根据央视目前执行的招标制度，公司需按栏目类别、招标批次不同缴纳不同的投标信用保证金，中标后按中标价格的 30% 支付定金，信用保证金在中标后冲抵定金，为避免重复计算，公司在测算时只考虑定金支付额。据此估算，公司为实施采购计划，需补充的营运资金总额为 45,306.00 万元，具体测算过程如下：

序号	资源类型	资源名称	可售资源总价（万元）	中标概率	中标资源总价（万元）	预付定金总额（万元）
1	财经类	《经济信息联播》	206,200.00	30.00%	61,860.00	18,558.00
2		《经济半小时》				
3		《环球财经连线》午间版				
4		《环球财经连线》傍晚版				
5		《交易时间》上午版				
6		《交易时间》下午版				
7		《市场分析室》				
8		《今日观察》				
9		《理财在线》				
10		《商道》				
11		《中国财经报道》				
12	法制类	CCTV-12（社会与法）整频道栏目及时段	69,500.00	30.00%	20,850.00	6,255.00



13		《法治在线》				
14		《经济与法》				
15		《今日说法》				
16	新闻 类	新闻直播间套	227,700.00	30.00%	68,310.00	20,493.00
17		《24 小时》				
18		《东方时空》				
19		《共同关注》				
20		《国际时讯》				
21		《新闻周刊》				
22		《世界周刊》				
23		《环球视线》				
24		《新闻 1+1》				
25		《新闻调查》				
26		《面对面》				
27		《新闻 30 分》				
28		《晚间新闻》				
29		《海峡两岸》				
30		《中国新闻》套				
31	全天时段套					
合计			503,400.00	30.00%	151,020.00	45,306.00

(2) 项目使用本次发行募集资金量

为实现公司发展战略，巩固和提高在央视媒体广告代理中的市场份额，本项目 2013—2015 年度需要补充营运资金总额为 45,306.00 万元，其中 22,650.00 万元由公司通过本次发行股票募集筹措，约占本项目新增营运资金需求总额的 50.00%，其余部分由公司通过内外部多种途径自筹解决。

6、项目经济效益估算

本项目预计 2013 年~2015 年可实现年均销售收入 177,680.00 万元，项目静态投资回收期为 1.56 年，动态投资回收期 2.05 年，内部收益率 39.70%，净现值（ $i=12.00\%$ ）为 21,106.30 万元。项目的实施具有良好的经济效益和较高的社



会效益。

（二）中国新华新闻电视网中英文环球电视频道商业广告经营权采购项目

1、项目概况与背景

（1）项目概况

本项目募集资金用于购买中国新华新闻电视网（CNC）中、英文环球电视频道 58%可播广告资源 5 年独家广告经营权。

项目的投资额为 9,000.00 万元，公司拟通过本次发行募集所需资金。根据约定，公司的经营收入先行回收上述 9,000.00 万元投资，超出 9,000.00 万元的经营收入，公司与 CNC 按 6：4 比例分成。

（2）项目背景

随着综合国力的提升，我国顺应国际传播格局的要求，加快实施广播电视“走出去”工程，通过增强网络覆盖、搭建交流平台等方式，深入推进中国电视媒体的国际化。2010 年，新华社进入国际电视媒体主战场，新华社直属的 CNC 中、英文台相继开播，标志着中国电视媒体对外传播迈上崭新的台阶。CNC 的定位为“国际视野、中国观察、即时传播、客观表达”，目标是成为中国对外报道第一窗口，并最终成为把握国际话语权、最具国际影响力的世界新闻电视频道之一，CNC 电视媒体资源在国内外具有独特和巨大的潜在广告商业价值。

2、项目实施必要性

（1）实现公司发展战略的需要

公司以媒体代理为主营业务，经过 16 年发展，明确了公司未来的发展方向，资源经营和国际化已成为公司发展战略的重要组成部分。与 CNC 的广告经营合作，不仅符合公司拓展媒体资源、形成“媒体超市”的资源经营战略，而且也使公司有了向国际广告市场突破的窗口。公司可以借助 CNC 在国际电视新闻媒体中日益增加的影响力，拓展国内外客户市场，逐步形成国际电视媒体广告资源代理的独特竞争优势，符合公司的长远发展战略。



（2）顺应中国企业走向世界的需要

随着 30 年的持续高速增长，我国经济已经开始从“引进来”进入“走出去”的新阶段。尤其是金融危机以来，中国企业在海外的并购案例层出不穷。中国企业开始走向海外，不断开拓国外市场，为公司境外媒体广告经营提供了大量潜在的客户。公司现有客户，包括已实现跨国经营的企业和旅游城市品牌推广客户，也存在着对外宣传推广的潜在需求。

（3）进一步扩充公司媒体资源的需要

公司经过多年的发展，逐步形成了一系列的高端媒体资源储备：在电视媒体代理上，公司拥有国内最高端的央视新闻类、财经类和法制类等核心栏目的代理资源；在户外媒体代理上，拥有国家奥林匹克公园中心区户外广告媒体资源；在会展等领域亦有一定发展。通过采购 CNC 的独家广告经营权，公司将进一步扩大、丰富自身的媒体资源库，并将拥有 CNC 这一在国内具有唯一性、领先性、国际性的媒体广告资源，将极大提升公司的品牌和影响力。

3、项目实施的基础

（1）公司已与 CNC 签订协议

CNC 是中国唯一国家级对外传播电视新闻机构，受到国家战略层面高度重视；CNC 既关注中国，又具有全球视野，目前 CNC 新闻采播量中约 30% 是中国新闻，70% 是国际新闻，具有国际影响力；依托新华社遍布全球的 140 多个记者站形成的新闻采集网络，CNC 的栏目质量和数量、新闻时效性等都有可靠的保证，CNC 目前每日中、英文电视新闻节目自采量为国际电视新闻机构第一位。目前，公司已与 CNC 签订合作协议，利用 CNC 所具有的这些优势，开发其商业广告价值。

（2）公司具有较强的营销能力和广泛的客户基础

公司通过 16 年的稳健经营，在电视媒体广告代理运作方面形成了专业的广告代理能力，积累了丰富的营销经验，形成了跨媒体的资源组合，储备了广泛的客户群体。专业的代理能力能够使公司准确定位媒体资源价值，制定相应的媒体资源宣传推广计划；丰富的营销经验能够使公司深入了解客户的投放需求和偏好，有针对性的制定性价比最佳的投放方案；跨媒体的资源，可以使公司制定灵活多样的营销策略；广泛的客户储备，则为公司提供潜在的市场需求。公司较强



的营销能力和广泛的客户基础是本项目如期实现收益的保证。

4、项目内容

(1) 实施方式

公司已与中国新华新闻电视网有限公司签署了《广告经营合作协议》及其补充协议，协议自签署之日起生效。

①经营权获取方式

本项目采取由公司买断 CNC 中文、英文环球电视频道 58% 的广告资源之独家广告代理经营权并独立开发经营的方式实施。CNC 同时承诺剩余广告资源不得以授权媒体广告资源代理形式经营，与 CNC 相关各类音视频衍生产品商业开发与广告，在同等条件下优先由公司经营。

②价款支付方式

公司以支付固定价款和收益分成相结合的方式获得 CNC 的广告经营权。固定价款部分总额为 9,000 万元。其中 1,000 万元于签订合同后 10 天内支付，剩余 8,000 万元在 2012 年 12 月 31 日前支付。收入分成部分，公司先行回收 9,000 万元固定价款投资后，超出部分公司与 CNC 按 6:4 的比例分成经营收入。截至报告期末，公司已支付 1,000 万元。

③广告经营权期限

公司购买的广告代理独家经营权期限自 2011 年 6 月 25 日至 2016 年 9 月 25 日。其中，2011 年 6 月 25 日至 2011 年 9 月 25 日为推广期。协议到期后，同等条件下公司有优先续约权。

④项目投资额

本项目投资额为购买 CNC 中文、英文环球电视频道 58% 的广告资源代理权支付对价的固定价款部分。根据公司与 CNC 签订的购买协议，公司需向 CNC 支付固定价款 9,000.00 万元，由公司通过本次发行募集筹措。

(2) 业务流程

公司在运作该项目时，将继续沿用电视媒体代理的业务模式和流程。



5、项目效益分析

本项目经营期预计实现年均销售收入 10,406.00 万元，项目静态投资回收期为 3.62 年，项目动态投资回收期为 3.89 年，内部收益率 47.12%，净现值（ $i=12.00\%$ ）为 3,351.22 万元。项目具有良好的经济效益和较高的社会效益。

（三）数字化业务管理系统升级改造项目

1、项目概况与背景

（1）概况

本项目募集资金拟用于公司数字化业务管理系统升级改造，主要投入方向为软件系统定制研发和硬件系统升级改造。其中软件系统定制研发拟投入资金 1,933 万元，主要用于广告管理系统、呼叫中心等的定制研发以及媒介数据的采购；硬件系统升级改造拟投入 780 万元，主要用于网络主机、网络安全及无线网络等设备的采购。

（2）背景

经过多年的信息化建设，公司先后研制开发了包括 CRM 系统，OA 系统，用友财务管理系统，人力资源管理系统，门禁管理系统，监控系统，节目录播系统等在内较为健全的数字化业务管理系统，在公司的发展中发挥了积极的作用。但是，目前的系统已无法满足公司发展的需要，开始制约公司业务规模的扩展。

与此同时，公司业务的发展也对媒体资源的扩张提出了新的要求，营销过程中的媒体资源管理应用软件的建设及媒介数据的采购已越来越重要：通过 ADP、CNRS、InfoSys 等专业分析软件，对目标资源进行全方位的评析，确定媒体资源性质和广告价值；在媒体营销过程中，需要对自有资源的精确定位、包装以及和外部媒体的打包销售策略进行有效分析；在与客户签约后，要为客户提供监测报告、广告效果评估、竞争品牌分析以及关联资源采购建议等一系列增值服务。

因此，对原有的数字化业务管理系统进行升级改造已成为公司的当务之急。



2、项目实施必要性

(1) 提高公司工作效率

广告行业竞争激烈，市场环境的变化要求公司具备较高的工作效率和管理水平。虽然公司已经成为本土领先的广告代理公司，但现有数字化业务管理系统已经无法满足公司业务管理的需要，急需进行升级改造。通过本项目的实施，公司将整合现有 CRM、OA、用友财务管理以及节目录播等子系统，并有针对性地定制研发及外购其他数字化管理工具，扩大公司管理半径，不断提高公司的工作效率。

(2) 提升公司客户服务水平

通过本项目的实施，公司将进一步完善客户信息分析、客户合同执行信息及客户合同到款信息，定制开发其他客户关系管理模块，完善公司客户关系管理系统，发挥对全程营销业务支持的作用，为客户培养和建立其自身稳定、忠实的消费者群体。

(3) 提高公司管理决策水平

通过利用公司的数据仓库和数据分析应用，对采购、销售、财务等模块进行分析，为管理层的决策提供信息支持，提升决策的科学性，提高了公司整体管理决策水平。

3、项目实施内容

本项目实施内容包括软件系统定制研发和硬件系统升级改造两部分。

系统名称	建设内容	功能说明
广告营销业务系统	媒体资源采购管理	对公司媒体资源进行登记，融合品牌管理的概念，通过数据处理与软件操作，实现媒体资源的管理
	媒体资源管理（媒介数据采购及媒介策划、分析）	采购 ADP、CNRS、InfoSys 等媒体资源管理应用软件及其三年数据的使用权，通过对媒体资源和个性客户需求的结合，通过上述软件实现对媒体资源的栏目策划、资源包装、营销分析等功能。
	客户资源管理	针对基于授权的客户展开营销操作，贯穿整个营销行为、分级、多阶段掌控及相应的数据分析
	合同管理	实现多级审核后归档、入库、自动建立索引



	媒介排期管理	资源管控、预排期、正式排期及相应分析
	到款核对及报播管理	财务部核对到款后、媒介部完成报播表
	客户后期服务及回访	深度开发、回访等工作
	数据库平台	采购满足用户数并发访问的数据库
呼叫中心	统一电话呼叫系统，完善客户服务	通过数字化界面完成对呼入和呼出的统一，同时绑定客户电话，实现对通话数据的精确管理
企业门户	外网网站	公司外网宣传界面
	公司邮箱	统一公司整体形象，实现外发邮件审核
	短信息平台	内部信息交流平台，与 CRM、工作流等联动
	移动终端接入	提供移动设备外部访问接口，通过策略审核后可与公司信息系统对接，根据角色不同获得相应的权限。
	考勤系统	通过指纹、面部识别、IC 感应卡等方式，绑定员工个人信息，实现一卡一信息，确保考勤信息资料的精确性。
	工作流平台	内部资料交流
	辅助决策支持	对公司营销数据进行分析，根据需求动态生成图表，对营销的各个阶段提供数据支撑和决策辅助
硬件系统	服务器主机、数据库存储、网络结构（有线、无线）、网络安全、VOIP	CRM 系统的核心就是受众数据库，包括目标受众的背景资料、消费者研究的方法、模型和参数以及过往的案例

4、项目所需资金规模分析

本项目总投资 2,713 万元，其中软件升级投资 1,933 万元，硬件设备改造投入 780 万元。具体投资构成见下表：

单位：万元

类型	序号	项目名称	开发内容/设备采购	预算
软件系统	1	广告营销业务系统	采购管理，客户关系管理，合同管理，账户管理，签约意向管理，媒体管理，服务管理，系统管理等	290.00
	2	数据库平台	采购满足用户数并发访问的数据库	50.00
	3	媒介数据采购	采购 ADP、CNRS、InfoSys 等媒体资源管理应用软件及其三年数据的使用权	1,050.00
	4	呼叫中心	采购成熟的软件产品，并能定制开发	30.00
	5	考勤系统	采购成熟的软件产品	10.00
	6	企业邮箱	采购成熟的软件产品	15.00



	7	外网网站	定制开发		15.00
	8	短信息平台	采购设备，自带软件开发包		3.00
	9	移动终端接入	定制开发（ipad，手机）		20.00
	10	企业门户	采购软件平台，定制开发		120.00
	11	辅助决策支持	采购软件平台，定制开发		300.00
	12	workflow 平台	采购软件平台，定制开发		30.00
	软件升级投资合计				1,933.00
硬件系统	13	主机部分	刀片服务器机箱	1 台	145.00
			刀片服务器	6 台	
			虚拟化应用软件(100 点位)	4 套	
	14	存储部分	磁盘存储	2 台	120.00
			光纤交换机	2 台	
	15	网络部分	核心路由交换机	2 台	290.00
			接入交换机	13 台	
	16	网络安全部分	防火墙	2 台	120.00
			IPS 入侵防护	2 台	
			安全接入网关（SSL VPN）	1 台	
			安全审计系统	1 台	
	17	无线网络部分	无线控制器	1 台	25.00
			无线 AP	30 台	
	18	VOIP 部分	IP PBX	1 台	80.00
			IP 电话终端	400 台	
硬件设备投资合计				780.00	
项目总投资				2,713.00	

5、项目实施计划

本项目计划实施时间为 2012 年-2014 年, 按照“总体规划, 分步实施”的思路执行, 具体实施进度安排如下:

第一阶段: 2012 年, 预计项目投资额为 1,216.17 万元。项目实施内容为: 研究、论证、实施方案, 完成企业邮箱、短信平台、外网网站、全年媒介数据采



购工作、磁盘存储、光纤交换机、核心路由交换机、接入交换机、无线控制器、无线 AP 的建设工作，完成其他软件系统和硬件系统的前期方案论证工作。

第二阶段：2013 年，预计项目投资额为 898.83 万元。项目实施内容为：完成数据库平台的数据库部署及应用测试；媒介数据采购的全年数据采购及媒体管理软件集成方案论证、开发；呼叫中心、考勤系统的系统部署及应用测试；外网网站完善信息工作；企业门户的系统部署及应用测试；刀片服务器机箱、刀片服务器、虚拟化应用软件的服务器部署及软件应用测试；防火墙、IPS 入侵防护、安全接入网关、安全审计系统、系统部署及应用测试，系统各功能模块完成开发步骤、按模块进行调试。

第三阶段：2014 年，预计项目投资额为 598.00 万元。项目实施内容为：广告营销业务系统完成软件部署、应用培训；媒介数据采购完成全年数据采购及媒体管理软件系统测试、部署、培训；辅助决策支持完成系统测试、部署、培训； workflow 平台完成模块部署、应用培训。

6、项目效益分析

本项目的实施并不直接产生利润，但该项目实施后，将提高公司的工作效率和管理水平，提升公司客户服务的能力和水平，提高公司管理决策支持信息的准确性，支持从而提高公司的整体盈利能力。

四、募集资金运用对发行人财务状况及经营成果的影响

1、对净资产、每股净资产和资产负债率的影响

募集资金到位后，公司净资产及每股净资产将大幅增长、资产负债率将显著降低，有利于优化财务结构、提高公司偿债能力、降低财务风险。

2、对净资产收益率及盈利能力的影响

募集资金到位后，公司净资产将大幅增长，而项目完成需要一定的周期，在本次募集资金投资项目产生效益前，公司的净资产收益率在短期内将有所降低。但从中长期来看，募集资金投资项目符合公司发展规划，具有良好的盈利前景。随着项目的完成，公司的营业收入将大幅增长，盈利能力将大大加强，公司的净资产收益率也将进一步提高。



3、对生产经营的影响

本次募集资金投资项目的实施，将解决公司营运资金的瓶颈，本公司的品牌和行业地位优势将得到充分发挥，有利于公司开发更多优质客户，进一步拓展国内外业务。与此同时，公司的管理决策能力将有较大幅度的提升，有助于提高公司的综合竞争实力，促进公司早日实现战略目标。



第十四节 股利分配政策

一、最近三年股利分配政策

（一）股利分配政策

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10.00% 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 50.00% 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，但章程另有规定的除外。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。但法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于注册资本的 25.00%。

公司股东大会对利润分配方案做出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股息（或股份）的派发事项。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司可以采取现金或者股票方式分配股利，公司应保持利润分配政策的连续性和稳定性。

（二）股利分配情况

1、2009 年度，公司未分配利润。

2、经 2010 年度股东大会批准，2010 年度公司向股东分配红利 3,000.00 万元（含税）。占报告期内归属于母公司股东的净利润比例为 22.26%。

3、2011 年度，公司未分配利润。



二、发行后股利分配政策

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10.00% 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 50.00% 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，但章程另有规定的除外。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。但法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于注册资本的 25.00%。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。公司股东大会对利润分配方案做出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股息（或股份）的派发事项。

公司重视对投资者的合理投资回报，保持利润分配政策的连续性和稳定性。公司可以采取现金或者股票方式分配股利，并可以进行中期现金分红。

公司实施积极的利润分配办法，并严格遵守以下规定：

（一）公司的利润分配形式及比例：公司可以采取现金、股票或者现金和股票相结合的方式分配股利。公司可以进行中期现金分红。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，单一会计年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现可分配利润的 10%。

（二）公司主要采取现金分红的股利分配政策，即：公司当年度实现盈利，在依法提取法定公积金、盈余公积金后进行现金分红；公司也可根据企业发展需要、公司盈利状况、二级市场股票价格和公司股本规模等情况，提出股票股利分配预案。

公司股东大会按照既定利润分配政策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二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（三）公司在上一个会计年度实现盈利，但公司董事会在上一会计年度结束后未提出现金利润分配预案的，应当在定期报告中详细说明未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事还应当对此发表独立意见。

（四）公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等需要确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证券监督管理委员会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策的议案，该议案需要事先征求独立董事及监事会意见并经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，股东大会将为股东提供网络投票方式参与表决。

（五）公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所获分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

上述公司章程修正案已经第二届董事会第五次会议及 2011 年度股东大会审议通过。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

2011 年 4 月 19 日，根据 2010 年度股东大会通过的决议，若公司本次公开发行股票并上市成功，则发行前的滚存利润由公司发行后的新老股东共享。



第十五节 其他重要事项

一、信息披露与投资者服务

根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》和《上市公司信息披露管理办法》等法律、法规及部门规章的有关规定，公司已制订了《信息披露管理制度》和《投资者关系管理制度》。公司董事会秘书负责信息披露事务及投资者关系管理工作。

联系人：张文彬、陈治

联系电话：010-65665711

二、重大商务合同

本公司的重要合同是指交易金额在 500 万元以上或者虽未达到前述标准但对本公司经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。

截至本招股说明书签署之日，本公司正在履行或将要履行的重大商务合同如下：

（一）媒体购买合同

序号	合同名称	合同对方	主要条款	合同金额 (万元)	合同期限
1	广告经营合作协议	中国新华新闻电视网有限公司	公司独家经营中国新华新闻电视网中文、英文环球电视频道可播广告资源的 58%	9,000.00	2011 年 6 月 25 日至 2016 年 9 月 25 日
2	中央电视台广告资源承包经营协议	中央电视台广告经营管理中心	公司独家承包经营《经济信息联播》栏目内贴片广告资源	57,169.20	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
3	中央电视台广告资源承包经营协议	中央电视台广告经营管理中心	中航双赢独家承包经营《经济半小时》栏目内贴片广告资源	46,774.80	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
4	中央电视台广告资源承包经营协议	中央电视台广告经营管理中心	公司承包经营《一槌定音》栏目内贴片广告资源	1,908.00	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日



(二) 媒体代理合同

因公司签订的媒体代理合同较多，现披露 1,000 万元以上的合同，其具体情况如下表所示：

序号	客户名称	主要条款	合同金额 (万元)	合同期限
1	青海春天药用资源科技利用有限公司	公司为客户在《经济信息联播》和《经济半小时》栏目中发布“极草”广告	3,527.14	2011 年 10 月 29 日至 2012 年 3 月 11 日
2	上海千胜广告事务所	公司为客户在《社会与法频道》频道发布“洋河”广告	3,095.00	2012 年 1 月 2 日至 2012 年 12 月 30 日
3	大庆天泰生化开发有限公司	公司为客户在 CCTV1《精品套 A/B》、CCTV3《精品套越级版 A/B》、CCTV8《精锐传播 9 次套》、CCTV12 社会与法频道星客“法治套”专案	2,420.08	2011 年 8 月 15 日至 2012 年 2 月 26 日
4	TCL 集团股份有限公司	公司为客户在《经济信息联播》和《经济半小时》栏目中播放广告	1,982.78	2012 年 3 月 1 日至 2012 年 10 月 31 日
5	北京中视华闻广告有限公司	公司为客户在《经济信息联播》栏目发布“张裕葡萄酒”广告	1,603.99	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
6	中国儿童少年基金会	公司捐赠客户《社会与法》频道广告发布公益广告	1,080.00	2011 年 12 月 5 日至 2011 年 12 月 30 日
7	贵州国台酒业销售有限公司	公司为客户在《经济半小时》栏目发布“国台形象”广告	不低于 1,000.00	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
8	北京融美良辰广告有限公司	中航双赢为客户在《经济信息联播》栏目发布“七彩云南”广告	1,432.23	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
9	杭州老板电器股份有限公司	公司为客户在《经济信息联播》栏目发布“老板电器”广告	1,098.42	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
10	浙江德意厨具有限公司	公司为客户在《经济信息联播》栏目发布“德意电器”广告	2,291.98	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
11	北京秀业广告有限公司	公司为客户在《经济信息联播》栏目发布“泰隆银行”广告	1,040.83	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
12	意尔康鞋业集团有限公司	公司为客户在 CCTV-2《经济信息联播》栏目中发布“意尔康”广告	1,414.14	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
13	比亚迪汽车销售有限公司	公司为客户在《经济信息联播》《经济半小时》栏目发布“比亚迪汽车”广告	客户承诺在《经济信息联播》、《经济半小时》栏目中播放总数不少于 160 期的广告，代理费据实结算	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
14	印纪影视娱乐传媒有限公司 东阳天蒂传媒有限公司	公司为客户在《经济信息联播》《经济半小时》栏目发布“一汽集团及其旗下品牌”广告	不低于 6,715.37	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
15	宜宾五粮液酒类销售有限责任公司	公司为客户在《经济信息联播》栏目发布“五粮醇、六和液”广告	6,238.22	2012 年 1 月 2 日至 2012 年 12 月 31 日
16	浙江东阳银松影视文化发展有限公司	北京雅博为客户在《经济信息联播》栏目发布“招商银行”广告	1,111.20	2011 年 11 月 3 日至 2012 年 3 月 16 日
17	江苏今世缘酒业股份有限公司	公司为客户在《社会与法》频道、《经济半小时》栏目发布“国缘、	9,868.00	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日



		今世缘”广告		
18	睿智阳光（北京）国际文化传媒有限公司	公司为客户在 CCTV-12 频道、《经济信息联播》中播放“力帆汽车”广告	2,212.60	2012 年 1 月 2 日至 2012 年 6 月 18 日 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 7 月 2 日
19	吉林省北方医药有限责任公司	公司为客户在《社会与法》频道发布“吴太集团所属产品”广告	1,343.25	2012 年 1 月 2 日至 2012 年 4 月 1 日 2012 年 10 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
20	爱登堡（中国）有限公司	公司为客户在《社会与法》频道发布“爱登堡”广告	1,230.00	2012 年 1 月 2 日至 2012 年 12 月 30 日

（三）客户代理合同

1、客户代理销售合同

序号	客户名称	代理品牌	主要条款	金额（万元）	代理期限
1	佛山中至信家具有限公司	中至信家具	公司为客户在 CCTV1/新闻频道《朝闻天下》栏目发布广告	656.34	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
2	北京龙彦博伦广告有限公司	长安汽车	中航双赢为客户在 CCTV1《黄金档剧场下集预告一》发布“长安汽车”广告	2,329.85	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
3	大连万达商业地产股份有限公司	万达广场	公司为客户在 CCTV3《星光大道》《欢乐中国行》栏目发布广告	1,389.02	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日

2、客户代理购买合同

序号	广告资源提供方	代理品牌	主要条款	合同金额（万元）	代理期限
1	中视金桥国际传媒集团有限公司	中至信家具	公司向中视金桥国际传媒集团有限公司购买 CCTV-1/新闻频道《朝闻天下—B 套装》，为佛山中至信家具有限公司发布广告	651.36	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日
2	中央电视台广告经营管理中心	长安汽车	中航双赢向中央电视台广告经营管理中心购买《黄金档剧场下集预告一》广告资源，发布长安 CX20 汽车广告	2,329.85	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 30 日
3	北京中外名人广告有限公司	万达广场	公司向北京中外名人广告有限公司购买 CCTV3《星光大道》《欢乐中国行》栏目广告资源，为大连万达商业地产股份有限公司发布广告	1,326.61	2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 30 日



（四）借款合同

贷款人	合同编号	借款用途	借款期限	金额（万元）	利率（%）	担保方式	担保合同编号
北京银行股份有限公司海运（分）支行	0104535	补充流动资金	自首次提款日起12个月,2012年2月22日前提款	2,000.00	基准利率上浮20%	保证	0104535

三、对外担保事项

截至本招股说明书签署之日，本公司无对外担保事项。

四、诉讼与仲裁事项

（一）公司的重大诉讼或仲裁事项

1、因与 NBA 体育文化发展（北京）有限责任公司（以下简称“NBA 北京公司”）发生广告资源合同纠纷，公司于 2010 年 5 月向中国国际经济贸易仲裁委员会申请仲裁，请求如下：解除公司与 NBA 北京公司签订的《广告存储代理销售协议书》及全部补充协议；NBA 北京公司返还公司已支付款项 1,373.70 万元；赔偿公司已发生的损失 236.40 万元和可得利益 812.78 万元。NBA 公司于 2010 年 7 月向公司提出反请求，请求公司向其支付赔偿金 50 万美元。中国国际经济贸易仲裁委员会已于 2012 年 2 月 7 日至 9 日开庭审理该案，截至本招股说明书签署之日，该仲裁案件尚未审结。

2、王小鯤、郑洪萍、张萍、董卫滨、阮小军、王佳因与公司发生劳动纠纷分别向北京市朝阳区劳动争议仲裁委员会申请劳动仲裁，要求公司向其支付年度奖金及经济补偿金720.70万元。北京市朝阳区劳动争议仲裁委员会于2011年4月22日对上述六人的仲裁申请分别作出裁决：裁决公司向王小鯤支付奖金5.00万元；驳回郑洪萍的仲裁请求；裁决公司向张萍支付2009年1-11月的奖金80.00万元，驳回其他仲裁请求；驳回董卫滨的仲裁请求；驳回阮小军的仲裁请求；驳回王佳的仲裁请求。

上述六人不服北京市朝阳区劳动争议仲裁委员会的仲裁裁决，分别于 2011 年 4 月 29 日向北京市朝阳区人民法院提起诉讼。北京市朝阳区人民法院分别于 2011 年 8 月 28 日、2011 年 9 月 21 日作出一审判决，判决公司向王小鯤支付奖金 5.00 万元，驳回其他诉讼请求；驳回郑洪萍、董卫滨、阮小军、王佳全部诉讼



请求；判决公司向张萍支付奖金 80.00 万元，驳回其他诉讼请求。郑洪萍等 6 人不服一审判决，向北京市第二中级人民法院提出二审。北京市第二中级人民法院分别于 2011 年 11 月 18 日、2011 年 12 月 9 日作出二审判决，维持原判。

3、公司于 2011 年 8 月 29 日向北京市朝阳区劳动争议仲裁委员会申请劳动仲裁，要求阮小军归还以预支工资名义支出的借款 36,194.83 元；要求王小鯤归还以预支工资名义支出的借款 72,016.83 元；要求董卫滨归还以预支工资名义支出的借款 32,439.45 元，返还其向公司借用的备用金 54,025.00 元；要求郑洪萍归还以预支工资名义支出的借款 29,495.30 元，返还其向公司借用的备用金 2,000.00 元。北京市朝阳区劳动争议仲裁委员会于 2011 年 12 月 6 日驳回了发行人的仲裁请求。发行人不服仲裁裁决，并于 2011 年 12 月 19 日向北京市朝阳区人民法院提起诉讼。2012 年 3 月 14 日，北京市朝阳区人民法院已开庭审理此案，截至本招股说明书签署之日，该案件尚未审结。

4、发行人与北京市竞天公诚律师事务所因法律服务合同纠纷，北京市竞天公诚律师事务所于 2012 年 2 月 8 日向北京市朝阳区人民法院提起诉讼，请求发行人支付原告律师费 50 万元并承担全部诉讼费用。2012 年 3 月 19 日，北京市朝阳区人民法院已开庭审理此案，截至本招股说明书签署之日，该案件尚未审结。

根据发行人律师发表的意见，上述仲裁及诉讼案件不会对公司的持续经营造成实质性不利影响。

除上述诉讼事项外，截至招股说明书签署之日，公司不存在对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生重大影响的诉讼和仲裁事项。

（二）公司控股股东、实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员不涉及重大诉讼或仲裁事项，也不涉及刑事诉讼事项。



第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

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招股说明书及其摘要不存在虚假记载、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法律责任。

全体董事签名：

张焱群

周世忠

杜明华

王 坚

刘殿春

吕 林

王 斌

屈建民

唐海滨

全体监事签名：

罗霖斯

叶茂初

楚海涛

唐 凌

杨 鑫

全体高级管理人员签名：

周世忠

冯志民

孙 扬

李 谦

陈 晰

张文彬

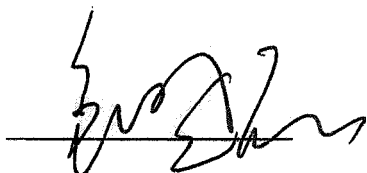




保荐人（主承销商）声明

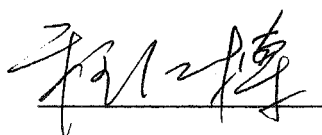
本公司已经对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人签名：

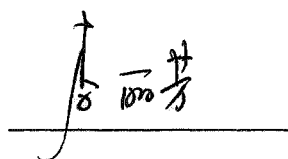


包晓磊

保荐代表人签名：

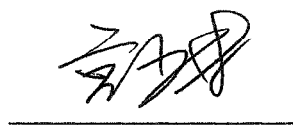


程红搏



李丽芳

法定代表人签名：



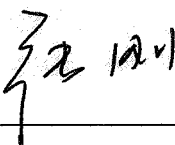
官少林

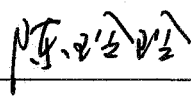


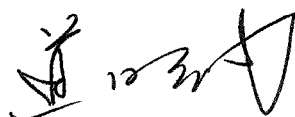
发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股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、完整性承担相应的法律责任。

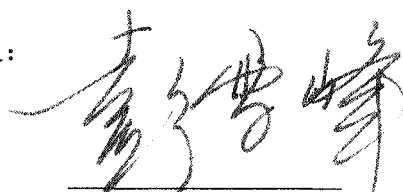
经办律师：


张刚


陈玲玲

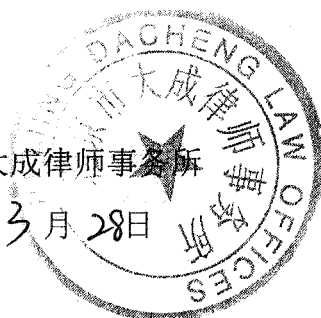

道日纳

律师事务所负责人：


彭雪峰

北京市大成律师事务所

2012年3月28日





审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无异议，确认招股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。

经办注册会计师：

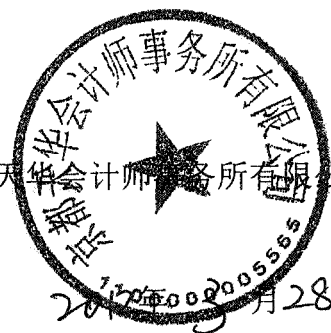
童登书

梁卫丽

会计师事务所负责人：

徐华

京都天华会计师事务所有限公司



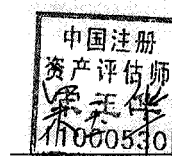
资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用资产评估报告的内容无异议，确认招股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、完整性承担相应的法律责任。

经办注册资产评估师：



李春迎



宋玉华

资产评估机构负责人：

A handwritten signature in black ink, appearing to read "罗东皓" (Luo Donghao).

罗东皓

中商资产评估有限责任公司





验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用验资报告的内容无异议，确认招股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。

经办注册会计师：

会计师事务所负责人：

中瑞岳华会计师事务所有限公司





第十七节 附录和备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文书, 该等文书也在指定网站上披露, 具体如下:

一、备查文件

投资者可查阅与本次发行有关的所有正式法律文件, 具体如下:

- (一) 发行保荐书;
- (二) 财务报表及审计报告;
- (三) 内部控制鉴证报告;
- (四) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表;
- (五) 法律意见书及律师工作报告;
- (六) 公司章程(草案);
- (七) 中国证监会核准本次发行的文件;
- (八) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅地点及时间

1、发行人: 中航文化股份有限公司

地址: 北京市朝阳区南郎家园 18 号楼 102 室

电话: 010-65665711

传真: 010-65684311

联系人: 张文彬、陈治

2、保荐机构: 招商证券股份有限公司

地址: 深圳市福田区益田路江苏大厦 A 座 38-45 楼

电话: 0755-82943666

传真: 0755-82943121



联系人：程红搏、李丽芳、包晓磊、丁玛莉、陈全

3、查阅时间

本次股票发行期内工作日：上午 8:30-11:30，下午 13:30-17:00。

4、招股说明书查阅网站

深圳证券交易所网站：www.cninfo.com.cn