



上海利隆新媒体股份有限公司



公开转让说明书

主办券商

中信建投证券股份有限公司



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

二零一五年五月

声 明

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

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

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

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

重大事项提示

特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

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

一、客户开发风险

目前，公司已为20多个行业的60余家国内外知名客户提供服务，如百威啤酒、NBA、科勒、海尔、玫琳凯、华为、汉高、中国移动、TCL、青岛啤酒、广汽本田等。

公司提供的移动路演营销整体解决方案对客户促进产品推广、扩大品牌影响力、提高消费者体验等具有极好的营销效果和品牌宣传效果，使得公司业务较易通过现有客户向同一行业的其它优秀客户延伸与渗透。但随着公司在同一行业内客户的逐渐增加，受同一行业客户间的竞争关系、商业秘密保护等因素的影响，公司客户开发难度也越来越大，从而可能会对公司业务的持续快速增长带来不利影响。

二、业务持续创新风险

客户选择移动路演营销模式主要是被路演车造型独特、形式新颖的特性所吸引。随着企业客户和消费者群体对移动路演营销接受程度的提高，需求也在不断提高，对活动形式、活动氛围、活动场地、互动体验等的要求也越来越高。

在路演车的引进以及设计改装方面，公司一直坚持高标准高水平的原则。公司坚持全部采用沃尔沃、奔驰、MAN、佩卡等国际一流厂商生产牵引车，近年来引进 MACK 牵引车及肯沃斯（KENWORTH）牵引车（《变形金刚》中擎天柱的原型车），直接带动了行业服务硬件水平的提高，造型刚毅的牵引车头带给消费者强有力的视觉冲击，促进了移动路演营销模式在国内的传播。同时，公司

自主设计的展开式舞台车型、两侧翻板式半挂车型、两侧抽拉箱型车型均为国内首创，在空间设计、系统分布、外观设计上有机融合，带动国内路演车型向多样化、高科技的方向发展，以不断满足客户的需求。正是公司在路演车的引进与设计等方面的持续创新，才使得公司主营业务持续健康发展，若未来公司不能保持持续的业务创新，将会对公司的经营业绩带来较大不利影响。

三、公司业务季节性波动风险

受业务运营模式等因素的影响，公司营业收入存在季节性分布不均衡的特点，下半年的营业收入和利润水平占全年的比例明显高于上半年。2013-2014年，本公司下半年实现的营业收入占全年的比重分别为73%、64%。

营业收入的季节性波动主要是因为公司执行的路演推广活动大多在二、三季度开始执行，一般持续时间为3-12个月，并随活动的进行分阶段确认收入。在收入呈现季节性波动、而费用在各季度内较为均衡发生的情况下，可能会造成公司一季度或半年度出现季节性亏损或盈利较低的情形。公司经营业绩存在季节性波动风险。

四、核心团队人才流失风险

目前，公司已拥有一支由具有丰富专业经验的技术、管理人员组成的业务开发、运营及管理团队，团队的核心人员对公司的开发、运营及管理起着关键作用。公司一直注重人力资源的科学管理，采取了一系列吸引和稳定核心人员的措施，包括建立有效的绩效管理体系、提高福利待遇、增加培训机会、创造良好的工作和文化氛围等。如未来发生团队核心人员流失的情形，将会对公司的生产经营造成较大不利影响。

五、高素质人才短缺风险

移动路演营销服务业属于知识密集、技术密集、人才密集型产业。移动路演营销的各个环节，包括品牌规划、活动策划、创意与设计、市场研究、车辆设计装潢等整合营销推广的运营需要较高的人才素质和技术水平。特别是在实际操作方面有多年经验，既熟悉移动路演营销服务环节的各项业务，又对路演客户所在

行业有较深理解的人才在移动路演营销行业尤为稀缺。随着公司业务规模的不断扩张，公司将可能面临高素质专业人才短缺的风险。

六、业务规模扩大导致的管理风险

随着资产规模和业务规模的逐渐扩张，公司业务和管理人员也将相应增加，公司的组织结构和管理体系将趋于复杂，对公司的管理模式、人力资源、市场营销、内部控制等各方面均提出了更高要求。倘若公司不能及时提高管理能力并充实和培养相关高素质管理人才队伍以适应公司未来的成长和市场环境的变化，将会给公司带来相应的管理风险。

七、产品和服务质量控制风险

公司多年来秉承“站在客户的角度出发”理念，通过严格执行 ISO9001:2008 标准质量体系及全面质量管理体系确保服务过程规范、有效运行，保证服务质量，获得了客户的一致好评。若未来公司不能持续保持及改进产品和服务质量，则会直接影响客户对公司产品和服务的满意度，对公司的市场声誉、企业形象产生负面影响，从而给公司经营带来不利影响。

八、公司重大资产收购后带来的运营管理风险

公司主营业务为向企业及其他组织提供移动路演营销整体解决方案，利用自有移动路演平台，为客户进行产品宣传，品牌推广。从互联网时代的产业发展趋势来看，公司以上业务皆是为客户品牌进行的线下推广。经过 10 余年积累，公司在移动路演营销整体解决方案方面积累了丰富的经验。2015 年，公司收购了上海亮屏网络科技有限公司 51% 的股权，上海亮屏网络科技有限公司是一家以移动互联网推广营销平台开发为核心业务的软件公司，这有利于公司布局线上业务，打造 O2O 业务体系。虽然公司经营团队具备丰富的线下业务管理经验，但运营管理一家互联网公司将对公司高层提出了更高的要求，也增加了未来公司在新业务运营管理的风险。

九、实际控制人控制不当风险

自股份公司成立以来，公司控股股东和实际控制均没有发生变化，邵晨立、

陈向衡夫妇为公司的实际控制人，能够通过股东大会及董事会行使表决权等方式直接或间接影响公司的发展战略、经营管理、利润分配、关联交易和人事任免等重大事项决策，这些决策可能偏离企业、中小股东、员工、上下游客户的最佳利益目标。

十、市场竞争风险

目前移动路演营销服务行业正处于市场需求快速增长、市场规模迅速扩大的快速成长期，根据行业发展周期理论，这个时期行业进入者将急剧增加，市场竞争日趋激烈，新进入者有可能采用低价竞争的策略来抢夺市场份额，这可能会拉低行业的平均利润水平。除此之外，其他广告媒介平台同移动路演营销平台的竞争的加大，也会在一定程度上影响企业未来的发展。

十一、应收账款净额金额较高的风险

截至 2015 年 3 月 31 日，公司应收账款净额为 4,435.62 万元，占流动资产的比例为 71.89%，占总资产的比例为 13.46%，其中 6 个月以内应收账款净额为 4,267.43 万元，占应收账款净额的比例为 96.21%，应收账款净额占流动资产比例较高。虽然公司应收账款基本在信用期限内，账龄较短，但规模较大的应收账款将给公司的资金周转带来一定压力。

公司客户主要为国内外知名的企业，信誉良好。但随着公司业务规模不断扩大，如果不加强对应收账款的管理，公司将面临流动资金周转的压力，并加大坏账损失风险，从而可能对公司的经营业绩产生不利影响。

十二、公司治理风险

公司自设立以来，逐步建立健全了法人治理结构，制定了适应企业发展的内部控制体系，但公司治理和内部控制体系仍需要在日常经营过程中逐渐完善。随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，业务范围不断扩展，人员不断增加，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部治理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

十三、税收优惠政策的风险

2014年9月4日，上海利隆新媒体股份有限公司取得上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局、上海市地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》。根据《中华人民共和国企业所得税法》和《中华人民共和国企业所得税法实施条例》的相关规定，以及上海市嘉定区国税局的认定，2014年1月1日至2016年12月31日，公司执行的企业所得税税率为15%。如所得税优惠期满后无法继续获得上述优惠政策，可能对公司的税负、盈利造成一定程度影响。

十四、短期借款的风险

截至2015年3月31日、2014年12月31日以及2013年12月31日，公司的短期借款余额分别为7,000万元、5,000万元以及3,800万元，随着公司借款规模的扩大，公司存在一定的还本付息压力。同时，公司以其自有投资性房地产、厂房及建筑物和土地使用权向授信银行设定了最高额抵押担保，若不能按时还本付息，可能对本公司正常经营活动造成较大风险。

十五、资产评估的风险

报告期内，公司子公司上海利隆网络技术有限公司于2015年2月28日与上海亮屏投资管理合伙企业（有限合伙）签订股权转让协议，收购了其持有的上海亮屏网络科技有限公司51.00%的股权。公司委托北京中同华资产评估有限公司上海分公司对上海亮屏网络科技有限公司“赚钱网手机广告业务”未来预期收益于2014年12月31日的收益现值进行了估价，并出具了“中同华沪咨报字(2015)第005号”估价报告书。由于该资产评估报告的数据和假设均由上海亮屏网络科技有限公司基于当前市场状况和业务情况提供，若后续经营状况无法达到资产评估预期，可能引起本公司投资损失的风险。

十六、投资者与控股股东间签署对赌协议的风险

2015年3月31日，上海复星德晟股权投资管理有限公司与公司股东签署了投资补充协议书（二），依据该协议中股权赎回条款约定：1、鉴于公司经营情

况，各方一致同意延长增资文件中约定的投资方回购权，若公司于 2015 年 12 月 31 日前未在全国中小企业股份转让系统挂牌交易的，则投资方有权于 2015 年 12 月 31 日后 20 个工作日内提出行使回购权利。投资方有权在此期限前根据公司经营情况单方面决定是否行使全部或部分股权回购权利。2、控股股东邵晨立女士应于投资方向其提出该书面回购要求之日起六十个工作日内一次性购买投资方持有的公司全部或部分股权。3、在实施上述股权购买行为时，股权购买款以投资方在增资文件中约定的已投资的人民币 6,300.00 万元的资本金加 8% 的年利率（单利，具体应付利息按照投资方实际持有公司股权天数进行计算，直至股权购买款支付当日）以及投资方行使回赎前年度经审计或各方一致确认的应分配给投资方的公司全部利润计算。若公司无法在 2015 年 12 月 31 日前完成在全国中小企业股份转让系统挂牌交易而触发控股股东股权赎回条款，可能使公司股权结构发生重大变化。

除上海复星德晟股权投资管理有限公司外，其他投资机构与公司所签署的股权转让协议中均不存在对赌协议。

目 录

释 义	11
第一节 基本情况	14
一、公司基本情况	14
二、本次挂牌情况	15
三、公司股权结构图.....	16
四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况.....	17
五、历史沿革.....	23
六、公司董事、监事和高级管理人员情况.....	31
七、最近两年及一期主要会计数据和财务指标.....	33
八、与本次挂牌有关的机构	35
第二节 公司业务	38
一、公司主要业务及产品和服务情况	38
二、公司组织结构及主要运营流程.....	41
三、公司主要技术、资产和资质情况.....	43
四、公司员工情况.....	50
五、销售、采购及贷款情况	53
六、商业模式.....	62
七、公司所处行业情况.....	64
第三节 公司治理	98
一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况	98
二、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果.....	98
三、公司及控股股东、实际控制人报告期内违法违规情况.....	100
四、公司独立情况.....	101
五、同业竞争.....	102
六、公司报告期内资金占用和对外担保情况.....	104

七、董事、监事、高级管理人员.....	106
第四节 公司财务	110
一、最近两年的财务会计报表.....	110
二、最近两年财务会计报告的审计意见.....	134
三、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况和对公司利润的影响.....	136
四、 报告期利润形成的有关情况.....	154
五、 财务状况分析.....	158
六、 管理层分析.....	174
七、 关联方、关联方关系及关联交易.....	176
八、提请投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项.....	178
九、 报告期内资产评估情况.....	178
十、 股利分配政策及实际股利分配情况.....	178
十一、 公司控股子公司基本情况.....	180
十二、 风险因素.....	182
十三、 公司经营目标和计划.....	187
第五节 有关声明	195
一、全体董事、监事、高级管理人员声明.....	196
二、主办券商声明.....	197
三、律师事务所声明.....	198
四、会计师事务所声明.....	199
五、评估机构声明.....	200
第六节 附件.....	201

释 义

在本公开转让说明书中，除非另有所指，下列词语具有如下含义：

一、一般释义

公司、本公司、利隆媒体、股份公司	指	上海利隆新媒体股份有限公司，曾用名上海利隆路演股份有限公司
利隆有限、有限公司	指	上海利隆路演展示有限公司，利隆股份前身，曾用名上海利隆汽车销售服务有限公司、上海利隆路演汽车服务有限公司、上海利隆物流有限公司、上海路演汽车租赁有限公司
利隆汽车	指	上海利隆汽车有限公司，利隆媒体子公司，曾用名上海宝国隆投资管理有限公司、上海利隆路演展览展示服务有限公司、上海新利隆广告有限公司、上海迈卡商用车销售有限公司
浙江利隆	指	浙江利隆路演展示服务有限公司，利隆媒体子公司
大蓬车	指	上海大蓬车电子商务有限公司，原利隆媒体子公司，已清算注销，曾用名上海开腾信诺广告传播有限公司、上海利隆开腾信诺广告有限公司、上海新利隆路演汽车展示服务有限公司
利隆网络	指	上海利隆网络技术有限公司，利隆媒体子公司
亮屏网络	指	上海亮屏网络科技有限公司，利隆网络子公司
利隆汽车销售	指	上海利隆汽车销售服务有限公司，利隆媒体前身曾用名
利隆路演汽车服务	指	上海利隆路演汽车服务有限公司，利隆媒体前身曾用名
利隆物流	指	上海利隆物流有限公司，利隆媒体前身曾用名
利隆路演汽车租赁	指	上海路演汽车租赁有限公司，利隆媒体前身曾用名
利隆路演	指	上海利隆路演股份有限公司，利隆媒体改制后曾用名
宝国隆	指	上海宝国隆投资管理有限公司，利隆汽车曾用名
新利隆广告	指	上海新利隆广告有限公司，利隆汽车曾用名
迈卡销售	指	上海迈卡商用车销售有限公司，利隆汽车曾用名
协隆投资	指	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙），利隆媒体股东，公司管理层持股平台
库平投资	指	上海库平投资管理中心（有限合伙），利隆媒体股东
复星德晟	指	上海复星德晟股权投资管理有限公司，利隆媒体股东
百利达投资	指	上海百利达投资中心（有限合伙），利隆媒体股东
云科投资	指	上海云科投资中心（有限合伙），利隆媒体股东
景扬投资	指	上海景扬投资中心（有限合伙），利隆媒体股东

首科三新	指	北京首科三新投资基金管理有限公司，利隆媒体股东
云和投资	指	上海云和投资管理合伙企业（有限合伙），利隆媒体同一实际控制人的控制的公司
民生银行	指	民生银行股份有限公司
招商银行	指	招商银行股份有限公司
平安银行	指	平安银行股份有限公司
重庆迪马	指	重庆迪马工业有限责任公司
常熟华东	指	常熟华东汽车有限公司
中集汽车	指	上海中集汽车销售服务有限公司
特种车辆	指	外廓尺寸、重量等方面超过设计车辆限界的及特殊用途的车辆，经特制或专门改装，配有固定的装置设备，主要功能不是用于载人或运货的机动车辆
集装箱	指	具有一定强度、刚度和规格专供周转使用的大型装货容器
活动营销	指	经济主体在制定有效的营销传播战略基础上，整合自身可以利用的内外资源，为取得良好的经济效益和传播效果，以活动作为信息传播的载体，与利害关系者进行有效沟通，进而实现自身传播目标的传播活动
移动路演营销	指	活动营销的一种，将路演车整合进入活动营销过程并以其为中心来进行策划运营的一种营销传播工具
ISO9001:2008	指	ISO9000 族标准是国际标准化组织（ISO）于 1987 年颁布的在全世界范围内通用的关于质量管理和质量保证方面的系列标准。ISO9001 质量体系认证是指第三方（认证机构）对企业的质量体系进行审核、评定和注册活动，其目的在于通过审核、评定和事后监督来证明企业的质量体系符合 ISO9001 标准，对符合标准要求者授予合格证书并予以注册的全部活动。ISO9001:2008 标准是根据世界上 170 个国家大约 100 万个通过 ISO9001 认证的组织的 8 年实践，更清晰、明确地表达 ISO9001:2000 的要求，并增强与 ISO14001:2004 的兼容性而推出的新标准
B2B	指	Business to Business 的缩写，为企业对企业之间的营销关系，它将企业内部网，通过 B2B 网站与客户紧密结合起来，通过网络的快速反应，为客户提供更好的服务，从而促进企业的业务发展
B2C	指	Business to Customer 的缩写，为电子商务的一种模式，也就是通常说的商业零售，直接面向消费者销售产品和服务。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于互联网开展在线销售活动
O2O	指	Online To Offline（在线离线/线上到线下）的缩写，是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台
《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》
《公司章程》	指	《上海利隆新媒体股份有限公司章程》
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
商务部	指	中华人民共和国商务部
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
财政部	指	中华人民共和国财政部
海关总署	指	中华人民共和国海关总署
质检总局	指	中华人民共和国质量监督检验检疫总局
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
主办券商、中信建投证券	指	中信建投证券股份有限公司
挂牌公司律师、律师	指	锦天城律师事务所
挂牌公司会计师、立信	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
报告期	指	2013 年、2014 年及 2015 年 1-3 月
元、万元	指	人民币元、人民币万元

特别说明：本公开转让说明书任何表格中合计数与表格所列数值总和不符，均系计算中四舍五入造成。

第一节 基本情况

一、公司基本情况

中文名称：上海利隆新媒体股份有限公司

英文名称：Shanghai Lilong New Media Co., Ltd.

组织机构代码：75500271-7

法定代表人：陈向衡

有限公司设立日期：2003 年 9 月 29 日

股份公司设立日期：2012 年 6 月 28 日

注册资本：10,000.00 万元人民币

住所：嘉定区兴庆路 1327 号 2 幢

邮编：201815

电话：（021）61098188

传真：（021）61098177

董事会秘书、信息披露负责人：白悦

互联网网址：www.shlilong.com

电子邮箱：lilong@shlilong.com

所属行业：按照中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司属于“L 租赁和商业服务业”中的“L72 商业服务业”；根据中国《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754-2011），公司属于“L72 商业服务业”。

经营范围：设计、制作、代理、发布各类广告，展览展示服务，汽车租赁（含演出车租赁），商用车及九座以上乘用车、汽车零配件、汽车用品、日用百货、

礼品、工艺品、文体用品、办公用品、电子产品、服装服饰的销售，零售：电子商务（不得从事增值电信金融业务），普通货运、仓储，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

主要业务：公司主营业务系为客户提供移动路演营销整体解决方案，服务内容主要为提供路演车设计、营销活动策划、路演车租赁、运营管理等一系列综合性营销服务方案，为客户增进销售、品牌增值、提升社会影响力。

二、本次挂牌情况

（一）挂牌股票情况：

股票代码：【】

股票简称：【】

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00 元

股票总量：10,000.00 万股

挂牌日期：【】

（二）股票限售安排：

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

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股份分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。

因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

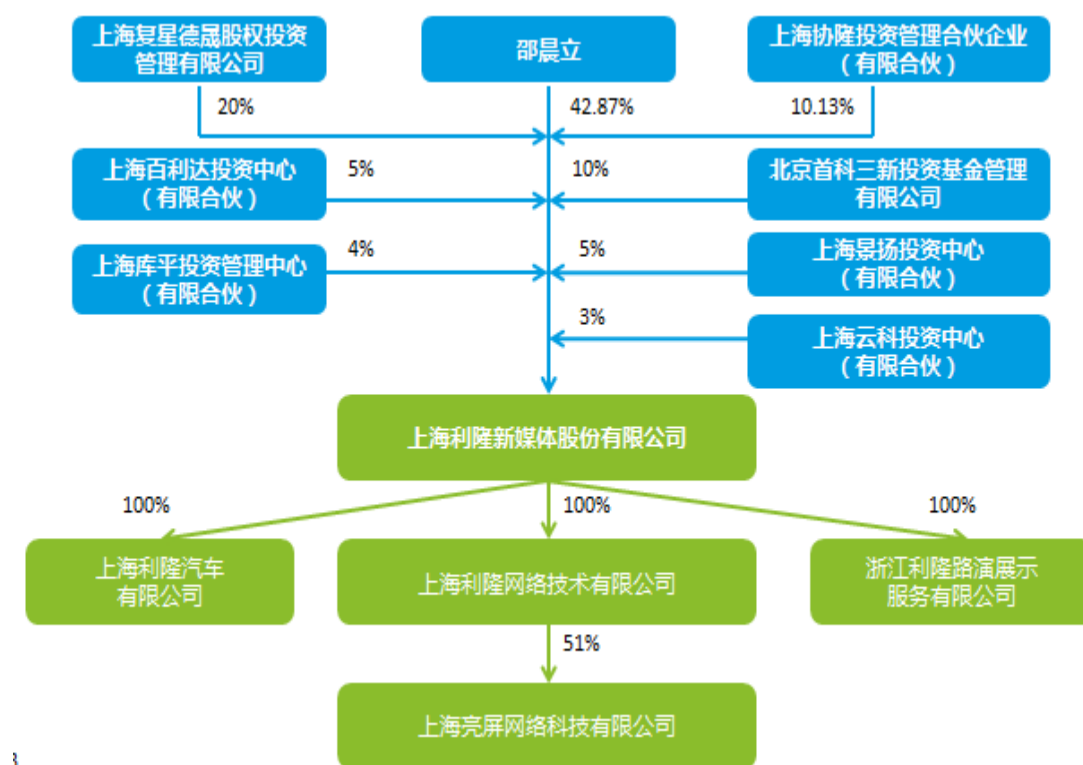
除上述规定外，公司全体股东所持股份无质押或冻结等转让受限情况。

根据上述法律法规及规范性文件规定，公司本次挂牌时，可转让的股份如下：

序号	股东名称	是否为实际控制人	挂牌前持股数量（股）	本次可公开转让股份数量（股）
1	邵晨立	是	42,870,000.00	14,290,000.00
2	上海复星德晟股权投资管理有限公司	否	20,000,000.00	20,000,000.00
3	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	否	10,130,000.00	10,130,000.00
4	北京首科三新投资基金管理有限公司	否	10,000,000.00	10,000,000.00
5	上海百利达投资中心（有限合伙）	否	5,000,000.00	5,000,000.00
6	上海景扬投资中心（有限合伙）	否	5,000,000.00	5,000,000.00
7	上海库平投资管理中心（有限合伙）	否	4,000,000.00	4,000,000.00
8	上海云科投资中心（有限合伙）	否	3,000,000.00	3,000,000.00
合计			100,000,000.00	71,420,000.00

三、公司股权结构图

公司的股权结构图如下：



公司股东具体股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	股东性质
1	邵晨立	42,870,000.00	42.87	自然人
2	上海复星德晟股权投资管理有限公司	20,000,000.00	20.00	法人股东
3	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	10,130,000.00	10.13	法人股东
4	北京首科三新投资基金管理有限公司	10,000,000.00	10.00	法人股东
5	上海百利达投资中心（有限合伙）	5,000,000.00	5.00	法人股东
6	上海景扬投资中心（有限合伙）	5,000,000.00	5.00	法人股东
7	上海库平投资管理中心（有限合伙）	4,000,000.00	4.00	法人股东
8	上海云科投资中心（有限合伙）	3,000,000.00	3.00	法人股东
合计		100,000,000.00	100.00	

报告期内，公司股东所持股份不存在质押或其他争议事项。

四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况

（一）控股股东及实际控制人基本情况

邵晨立于2003年利隆有限第一次股权转让完成后一直系利隆有限的控股股

东。自利隆媒体设立时至公开转让说明书出具日，邵晨立持有的利隆媒体股份数占利隆媒体股本总额的 40%以上，一直系利隆媒体的控股股东。

陈向衡系邵晨立的配偶，其自 2003 年 11 月至 2010 年 8 月期间担任利隆有限总经理；自 2010 年 9 月始，直至公开转让说明书出具日止，陈向衡一直担任利隆有限和利隆媒体的执行董事或董事长，并兼任总经理。自 2003 年 11 月始，邵晨立及其配偶陈向衡系利隆媒体（包括其前身）的实际控制人。

据此，根据利隆媒体的股本演变及实际运营情况，自 2003 年 11 月 13 日利隆媒体前身第一次股权转让完成之日起直至本公开转让说明书出具日，利隆媒体（包括其前身）的实际控制人未发生变化。

1、实际控制人基本情况

邵晨立女士，1969 年 11 月出生，持有香港居民身份证。

陈向衡先生，董事长，总经理，1960 年 8 月出生，为香港永久性居民，美国纽卡斯尔大学 EMBA 专业博士学位。2003 年 9 月至今，任上海利隆新媒体股份有限公司总经理。

（二）主要股东情况

持有本公司 5%以上股份的主要股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	股东性质
1	邵晨立	42,870,000.00	42.87	自然人
2	上海复星德晟股权投资管理有限公司	20,000,000.00	20.00	法人股东
3	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	10,130,000.00	10.13	法人股东
4	北京首科三新投资基金管理有限公司	10,000,000.00	10.00	法人股东
5	上海百利达投资中心（有限合伙）	5,000,000.00	5.00	法人股东
6	上海景扬投资中心（有限合伙）	5,000,000.00	5.00	法人股东
合计		93,000,000.00	93.00%	

（三）公司的机构投资者基本情况

1、上海复星德晟股权投资管理有限公司

成立日期：2011 年 4 月 13 日

营业执照：310000000103995

主要经营场所：上海市虹口区飞虹路 360 弄 9 号 3659 室

法定代表人：丁国其

注册资本：5,000.00 万元

经营范围：股权投资管理，投资管理咨询，企业管理咨询。【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】

经营期限：2011 年 4 月 13 日至 2031 年 4 月 12 日

根据截止 2015 年 3 月 31 日的工商信息，该企业的股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	上海复星产业投资有限公司	5,000.00	100.00	货币
合计	-	5,000.00	100.00	

2、上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）

成立日期：2011 年 3 月 23 日

营业执照：310115001803867

主要经营场所：浦东新区金海路 3288 号 4 幢 201A 室

执行事务合伙人：陈宏

注册资本：2,431.20 万元

经营范围：投资管理，企业形象策划，企业管理咨询（除经纪），企业资产管理，税务咨询、财务咨询（除代理记账）。【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】

经营期限：2011 年 3 月 23 日至 2021 年 3 月 22 日

根据截止 2015 年 4 月 30 日的工商信息，该企业的权益份额情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	备注
1	刘艳冰	720.00	720.00	有限合伙人
2	上海久辉投资管理合伙企业（有限合伙）	720.00	720.00	有限合伙人
3	蔡懿雯	424.80	424.80	有限合伙人
4	陈宏	292.80	292.80	普通合伙人
5	白悦	220.80	220.80	有限合伙人
6	吴俊瑛	52.80	52.80	有限合伙人
合计	-	2,431.20	2,431.20	

3、北京首科三新投资基金管理有限公司

成立日期：2014 年 4 月 28 日

营业执照：110113017137403

主要经营场所：北京市顺义区顺通路 25 号 5 幢 101 室

法定代表人：朱咏民

注册资本：200.00 万元

经营范围：非证券业的投资管理、咨询（不得从事以下业务：1、发放贷款；2、公开交易证券类投资或金融衍生品交易；3、以公开方式募集资金；4、对除被投资企业以外的企业提供担保）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

经营期限：2011 年 7 月 7 日至长期

根据截止 2015 年 3 月 31 日的工商信息，该企业的股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	北京首航三新科技研究院有限公司	102.00	51.00	货币
2	北京首都科技发展集团有限公司	98.00	49.00	货币
合计	-	200.00	100.00	

4、上海百利达投资中心（有限合伙）

成立日期：2011 年 7 月 7 日

营业执照：310115001846856

主要经营场所：浦东新区樱花路 291 号 237 室

执行事务合伙人：杨海水

注册资本：1,500.00 万元

经营范围：实业投资、创业投资，投资管理，企业管理，商务信息咨询（除经纪）。

【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

经营期限：2011 年 7 月 7 日至 2018 年 7 月 6 日

根据截止 2015 年 3 月 31 日的工商信息，该企业的权益份额情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	备注
1	谢玲	975.00	975.00	有限合伙人
2	王晓蕾	450.00	450.00	有限合伙人
3	杨海水	75.00	75.00	普通合伙人
合计	-	1,500.00	1,500.00	

5、上海景扬投资中心（有限合伙）

成立日期：2011 年 12 月 27 日

营业执照：310115001915753

主要经营场所：上海市黄浦区龙华东路 858 号 505 室

执行事务合伙人：谢洪军

注册资本：2,400.00 万元

经营范围：实业投资、创业投资，投资管理，企业管理，商务信息咨询（除经纪）。

【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

经营期限：2011 年 12 月 27 日至 2021 年 12 月 26 日

根据截止 2015 年 3 月 31 日的工商信息，该企业的权益份额情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	备注
1	张加根	1,512.00	1,512.00	有限合伙人
2	邵继峰	720.00	720.00	有限合伙人
3	谢洪军	168.00	168.00	普通合伙人

合计	-	2,400.00	2,400.00	
----	---	----------	----------	--

6、上海库平投资管理中心（有限合伙）

成立日期：2011 年 4 月 1 日

营业执照：310115001808332

主要经营场所：上海市嘉定区菊园新区菊城路 28 号 2 幢 1003 室

执行事务合伙人：上海卓平数据信息技术有限公司（委派代表：颜海兴）

注册资本：1,200.00 万元

经营范围：实业投资、创业投资，投资管理，企业管理，商务信息咨询（除经纪）。

【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

经营期限：2011 年 4 月 1 日至 2021 年 3 月 31 日

根据截止 2015 年 3 月 31 日的工商信息，该企业的权益份额情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	备注
1	上海卓平数据信息技术有限公司	398.80	398.80	普通合伙人
2	上海蓝莓投资有限公司	300.00	300.00	有限合伙人
3	吴良胜	100.00	100.00	有限合伙人
4	段肖薇	100.00	100.00	有限合伙人
5	张嘉芬	100.00	100.00	有限合伙人
6	翟建平	50.00	50.00	有限合伙人
7	范春媚	50.00	50.00	有限合伙人
8	郑秀英	50.00	50.00	有限合伙人
9	郭昊	50.00	50.00	有限合伙人
10	颜海兴	1.20	1.20	有限合伙人
合计	-	1,200.00	1,200.00	

7、上海云科投资中心（有限合伙）

成立日期：2011 年 8 月 17 日

营业执照：310115001864397

主要经营场所：浦东新区浦东南路 2250 号 2 幢一层 B159 室

执行事务合伙人：潘云

注册资本：1,440.00 万元

经营范围：实业投资、创业投资，投资管理，企业管理，商务信息咨询（除经纪）。

【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

经营期限：2011 年 8 月 17 日至 2018 年 8 月 16 日

根据截止 2015 年 3 月 31 日的工商信息，该企业的权益份额情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	备注
1	潘云	979.20	979.20	普通合伙人
2	章晓峰	460.80	460.80	有限合伙人
合计	-	1,440.00	1,440.00	

五、历史沿革

（一）2003 年 9 月，利隆有限设立

公司前身利隆有限最初设立时名称为上海利隆汽车销售服务有限公司，系由李克英和上海宝国隆投资管理有限公司共同出资设立，注册资本为 1,000.00 万元，其中，李克英出资 900.00 万元，占注册资本的 90.00%，宝国隆出资 100.00 万元，占注册资本的 10.00%。

2003 年 9 月 16 日，上海新汇会计师事务所有限公司对利隆汽车销售股东出资情况出具了汇验内字 2003 第 3027 号《验资报告》，验证截至 2003 年 9 月 16 日止，利隆汽车销售已经收到全体股东缴纳的注册资本合计 1,000.00 万元，均以货币出资。

2003 年 9 月 29 日，利隆汽车销售取得上海市工商行政管理局长宁分局核发的《企业法人营业执照》，注册号为 3101052006898。

利隆汽车销售设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
----	------	---------	------

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	李克英	900.00	90.00%
2	上海宝国隆投资管理有限公司	100.00	10.00%
合计		1,000.00	100.00%

（二）2003 年 11 月，第一次股权转让

2003 年 11 月 6 日，李克英与邵晨立签署《股权转让协议》，李克英将其所持利隆汽车销售 90.00% 的股权转让给邵晨立，转让价格为 900.00 万元。本次股权转让已获股东会决议通过。

2003 年 11 月 13 日，利隆汽车销售办理了本次股权转让的工商变更登记。

本次股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	邵晨立	900.00	90.00%
2	上海宝国隆投资管理有限公司	100.00	10.00%
合计		1,000.00	100.00%

（三）2009 年 10 月，第二次股权转让

2009 年 10 月 15 日，上海新利隆广告有限公司（宝国隆于 2007 年 1 月更名为上海新利隆广告有限公司）与陆复华签署《股权转让协议》，新利隆广告将其所持利隆物流 10.00% 的股权转让给陆复华，转让价格为 100.00 万元。本次股权转让已获股东会决议通过。

2009 年 11 月 9 日，利隆物流办理了本次股权转让的工商变更登记。

本次股权转让后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	邵晨立	900.00	90.00%
2	陆复华	100.00	10.00%
合计		1,000.00	100.00%

（四）2011 年 4 月，第三次股权转让

2011 年 4 月 18 日，邵晨立、陆复华、协隆投资签署《股权转让协议》，邵晨立将其所持利隆有限 20.00%的股权转让给协隆投资，转让价格为 3,840.00 万元，陆复华将其所持利隆有限 5.00%的股权转让给协隆投资，转让价格为 960.00 万元。上述股权转让已获股东会决议通过。

2011 年 4 月 27 日，利隆有限办理了上述股权转让的工商变更登记。

本次股权转让后，利隆有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例
1	邵晨立	700.00	70.00%
2	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	250.00	25.00%
3	陆复华	50.00	5.00%
合计		1,000.00	100.00%

（五）2011 年 4 月，第四次股权转让

2011 年 4 月 28 日，陆复华、库平投资签署《股权转让协议》，陆复华将其所持利隆有限 5%的股权转让给库平投资，转让价格为 1,200.00 万元。本次股权转让已获股东会决议通过。

2011 年 5 月 5 日，利隆有限办理了本次股权转让的工商变更登记。

本次股权转让后，利隆有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例
1	邵晨立	700.00	70.00%
2	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	250.00	25.00%
3	上海库平投资管理中心（有限合伙）	50.00	5.00%
合计		1,000.00	100.00%

（六）2011 年 5 月，第五次股权转让

2011 年 5 月 6 日，邵晨立、北京亚洲百达投资有限公司签署《股权转让协议》，邵晨立将其所持利隆有限 6.25%的股权转让给北京亚洲百达投资有限公司，转让价格为 1,500.00 万元。本次股权转让已获股东会决议通过。

2011 年 5 月 13 日，利隆有限办理了本次股权转让的工商变更登记。

本次股权转让后，利隆有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例
1	邵晨立	637.50	63.75%
2	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	250.00	25.00%
3	北京亚洲百达投资有限公司	62.50	6.25%
4	上海库平投资管理中心（有限合伙）	50.00	5.00%
合计		1,000.00	100.00%

（七）2011 年 5 月，第一次增资

2011 年 5 月 10 日，复星德晟与邵晨立、协隆投资、北京亚洲百达投资有限公司、库平投资签署《投资协议书》，复星德晟对利隆有限增资 6,300.00 万元，其中 250.00 万元增加注册资本，其余 6,050.00 万元计入资本公积。

2011 年 5 月 18 日，利隆有限召开股东会并做出决议，同意复星德晟对公司增资，公司注册资本由 1,000.00 万元增加到 1,250.00 万元。

2011 年 5 月 24 日，立信对本次增资情况出具了信会师报字 2011 第 50514 号《验资报告》，验证截至 2011 年 5 月 23 日止，利隆有限已经收到复星德晟以货币出资的新增注册资本 250.00 万元。

2011 年 6 月 1 日，利隆有限办理了本次增资的工商变更登记。

本次增资后，利隆有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例
----	------	---------	------

1	邵晨立	637.50	51.00%
2	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	250.00	20.00%
3	上海复星德晟股权投资管理公司	250.00	20.00%
4	北京亚洲百达投资有限公司	62.50	5.00%
5	上海库平投资管理中心（有限合伙）	50.00	4.00%
合计		1,250.00	100.00%

（八）2011 年 7 月，第六次股权转让

2011 年 7 月 12 日，北京亚洲百达投资有限公司、百利达投资签署《股权转让协议》，北京亚洲百达投资有限公司将其所持利隆有限 5.00% 的股权转让给百利达投资，转让价格为 62.50 万元。本次股权转让已获股东会决议通过。

2011 年 8 月 4 日，利隆有限办理了本次股权转让的工商变更登记。

本次股权转让后，利隆有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例
1	邵晨立	637.50	51.00%
2	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	250.00	20.00%
3	上海复星德晟股权投资管理公司	250.00	20.00%
4	上海百利达投资中心（有限合伙）	62.50	5.00%
5	上海库平投资管理中心（有限合伙）	50.00	4.00%
合计		1,250.00	100.00%

（九）2011 年 8 月，第七次股权转让

2011 年 8 月 18 日，邵晨立、云科投资签署《股权转让协议》，邵晨立将其所持利隆有限 3.00% 的股权转让给云科投资，转让价格为 1,440.00 万元。本次股权转让已获股东会决议通过。

2011 年 9 月 2 日，利隆有限办理了本次股权转让的工商变更登记。

本次股权转让后，利隆有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例
----	------	---------	------

1	邵晨立	600.00	48.00%
2	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	250.00	20.00%
3	上海复星德晟股权投资管理公司	250.00	20.00%
4	上海百利达投资中心（有限合伙）	62.50	5.00%
5	上海库平投资管理中心（有限合伙）	50.00	4.00%
6	上海云科投资中心（有限合伙）	37.50	3.00%
合计		1,250.00	100.00%

（十）2011 年 12 月，第八次股权转让

2011 年 12 月 23 日，协隆投资、景扬投资签署《股权转让协议》，协隆投资将其所持利隆有限 5.00% 的股权转让给景扬投资，转让价格为 2,400.00 万元。本次股权转让已获股东会决议通过。

2011 年 12 月 29 日，利隆有限办理了本次股权转让的工商变更登记。

本次股权转让后，利隆有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例
1	邵晨立	600.00	48.00%
2	上海复星德晟股权投资管理公司	250.00	20.00%
3	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	187.50	15.00%
4	上海百利达投资中心（有限合伙）	62.50	5.00%
5	上海景扬投资中心（有限合伙）	62.50	5.00%
6	上海库平投资管理中心（有限合伙）	50.00	4.00%
7	上海云科投资中心（有限合伙）	37.50	3.00%
合计		1250.00	100.00%

（十一）2012 年 6 月，整体变更为股份有限公司

2012 年 4 月 16 日，利隆有限召开股东会并做出决议，同意利隆有限整体变更设立股份有限公司，以截止 2011 年 12 月 31 日经审计的净资产 116,713,694.69 元按照 1:0.86 比例折成 10,000.00 万股，每股面值 1.00 元，其余 16,713,694.69 元计入资本公积。

根据银信资产评估有限公司于 2012 年 5 月 25 日出具的银信资评报（2012）沪第 105 号《上海利隆路演展示有限公司股份制改制净资产评估报告》，利隆有限截止 2011 年 12 月 31 日的净资产评估值为 134,323,128.61 元。

2012 年 6 月 8 日，立信出具信会师报字 2012 第 113483 号《验资报告》，验证截至 2012 年 6 月 8 日，公司已将利隆有限截止 2011 年 12 月 31 日经审计的所有者权益 116,713,694.69 元，按照 1:0.86 比例折合股份总额，共计 10,000.00 万股，每股面值 1.00 元，共计股本 10,000.00 万元，大于股本部分 16,713,694.69 元计入资本公积（股本溢价）。

2012 年 6 月 11 日，公司召开创立大会，并于 2012 年 6 月 28 日取得了由上海市工商行政管理局颁发的注册号为 310105000240898 的《企业法人营业执照》，公司注册资本和实收资本均为 10,000.00 万元。

公司设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	邵晨立	4,800.00	48.00%
2	上海复星德晟股权投资管理公司	2,000.00	20.00%
3	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	1,500.00	15.00%
4	上海百利达投资中心（有限合伙）	500.00	5.00%
5	上海景扬投资中心（有限合伙）	500.00	5.00%
6	上海库平投资管理中心（有限合伙）	400.00	4.00%
7	上海云科投资中心（有限合伙）	300.00	3.00%
合计		10,000.00	100.00%

（十二）2015 年 3 月，股份有限公司第一次股权转让

2015 年 2 月 15 日，首科三新、协隆投资以及邵晨立签署《股权转让协议》，协隆投资将其所持利隆媒体 4.87% 的股权转让给首科三新，邵晨立将其所持利隆媒体 5.13% 的股权转让给首科三新，转让价格为 12,040.00 万元。

本次股权转让后，利隆媒体股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	邵晨立	4,287.00	42.87%
2	上海复星德晟股权投资管理公司	2,000.00	20.00%
3	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	1,013.00	10.13%
4	北京首科三新投资基金管理有限公司	1,000.00	10.00%
5	上海百利达投资中心（有限合伙）	500.00	5.00%
6	上海景扬投资中心（有限合伙）	500.00	5.00%
7	上海库平投资管理中心（有限合伙）	400.00	4.00%
8	上海云科投资中心（有限合伙）	300.00	3.00%
合计	-	10,000.00	100.00%

（十三）报告期内发生的重大资产收购行为

2014 年 12 月 9 日，利隆媒体召开 2014 年第三次临时股东大会，决议通过《关于收购上海亮屏网络科技有限公司股权的议案》。股东大会同意授权公司董事会负责具体实施。

2015 年 2 月 28 日，上海亮屏投资管理合伙企业（有限合伙）与上海利隆网络科技有限公司签署《关于上海亮屏网络科技有限公司的股权转让协议》，依据股权转让协议，上海亮屏投资管理合伙企业（有限合伙）将其持有的上海亮屏网络科技有限公司 51% 的股权作价 5,100 万元，转让给上海利隆网络科技有限公司。

1、上海亮屏网络科技有限公司

营业执照注册号：310114002837114

住所：上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 7 幢 1277 室

注册资本：1,000 万元

经营范围：网络科技（不得从事科技中介），从事计算机技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让、软件开发，产品设计，企业管理咨询，商务咨询，会务服务，展览展示服务，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）的销

售，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】。

六、公司董事、监事和高级管理人员情况

（一）董事基本情况

陈向衡先生，董事长、总经理，具体情况详见上文“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况，（一）控股股东及实际控制人基本情况，2、实际控制人基本情况”。

陈宏先生，董事，运营总监，副总经理，1972年9月出生，中国国籍，无永久境外居留权，美国纽卡斯尔大学MBA专业硕士学位。1996年5月至1997年8月，英国沃特卢投资咨询（中国）有限公司，客户服务部经理；1997年9月至2001年2月，上海百代贸易发展有限公司，销售部经理；2001年3月至2002年7月，上海极至市场策划有限公司，副总经理；2002年7月2012年10月，锦宫（上海）贸易有限公司，副总经理兼董事；2011年1月至今，任利隆媒体副总经理，运营总监。

白悦先生，董事、财务总监、董事会秘书，1980年7月出生，中国国籍，无永久境外居留权，上海外国语大学工商管理专业学士学位。2002年至2006年，德勤华永会计师事务所，高级审计员；2007年至2008年，通用电气（中国）有限公司，财务经理；2008年至2011年，陶氏化学（中国）有限公司，审计经理。2011年至今，任利隆媒体财务总监、董事会秘书。

刘艳冰女士，董事，1972年2月出生，中国国籍，无永久境外居留权，纽卡斯尔大学经营管理专业硕士学位。2001年至2003年，澳大利亚电讯国际有限公司（北京办事处），项目经理；2004年至2007年，奥美RMG（北京）市场营销有限公司，项目经理；2007年至2008年，Replay（中国）体育营销，高级项目经理；2008年至今，任利隆媒体活动部总监

吴俊瑛女士，董事，1976年7月出生，中国国籍，无永久境外居留权，华中科技大学行政管理专业。2002年至2004年，上海杨浦汽车市场，销售经理；2004年至今，任利隆媒体技术保障部总监。

蔡雪松先生，董事，1972年2月出生，中国籍，无境外永久居留权，上海交通大学MBA专业硕士学位，1995年12月至2001年7月，上海医科大学细胞生物与遗传学系，助教；2001年7月至2004年6月，中企东方资产管理有限公司，上市公司研究二部高级研究员、部门经理；2004年9月至2006年3月，上海博宁财务顾问有限公司，总裁助理；2006年3月至2007年5月，中化国际(控股)股份有限公司，业务发展部投资总监；2008年3月至2010年8月，天怡现代农业发展有限公司，副总裁；2010年8月至2014年6月，中山证券上海长宁路证券营业部，副总经理；2014年6月至今，德邦星盛资本管理有限公司，执行董事，利隆媒体董事。

娄贺统先生，董事，1962年6月出生，中国国籍，无永久境外居留权，复旦大学会计学专业博士学位，中国注册会计师（非执业会员）。1984年至今在复旦大学管理学院会计系任教，历任助教、讲师。现任复旦大学管理学院会计系副教授、复旦会计硕士专业学位项目（MPAcc）执行主任，利隆媒体董事。

（二）监事基本情况

颜建华先生，监事会主席，1955年10月出生，中国国籍，无永久境外居留权，高级技工。1975年8月至1993年12月，上海市日用五金机械厂；1994年1月至1999年12月，上海戴瑞内衣有限公司，生产经理；2001年1月至2003年9月，上海通宏房地产投资发展有限公司，行政经理；2001年至今，任利隆媒体工会主席、监事会主席。

蔡懿雯女士，行政人事总监，监事，1971年9月出生，中国国籍，无永久境外居留权，上海大学MBA专业硕士学位。2004年9月至2005年9月，上海利隆广告有限公司，广告部总监；2005年10月至今，任利隆媒体行政总监，监事。

万倩女士，监事，1981年10月出生，中国籍，无境外永久居留权，华威大学法学专业硕士学位。2005年至2009年，金杜事务所，律师；2009年2011年，软银投资，法务；2011年至2012年，云月投资，法务；2012年至今，复星集团，法务总监，利隆媒体监事。

（三）高级管理人员基本情况

陈向衡先生，董事长、总经理，具体情况详见上文“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况，（一）控股股东及实际控制人基本情况，2、实际控制人基本情况”。

陈宏先生，董事、副总经理，具体情况详见上文“六、公司董事、监事和高级管理人员情况，（一）董事基本情况”。

白悦先生，董事、财务总监、董事会秘书，具体情况详见上文“六、公司董事、监事和高级管理人员情况，（一）董事基本情况”。

毕春辉先生，副总经理，1972年1月出生，加拿大国籍，加拿大不列颠哥伦比亚大学管理学专业硕士学位。1993年至1996年，中国银行保定分行信用卡部，销售代表；1996年至1999年，中银大厦（保定）酒店，总经理助理；2004年至2005年，润迅（加拿大）通讯网络公司，销售经理；2005年至2007年，Replay中国（阳狮集团下属公司），运营总监；2008年至今，任利隆媒体副总经理，运营总监。

七、最近两年及一期主要会计数据和财务指标

单位：元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总值（元）	329,581,965.21	323,429,314.34	287,267,873.81
负债总值（元）	80,648,613.24	75,188,399.87	79,215,819.68
股东权益合计（元）	248,933,351.97	248,240,914.47	208,052,054.13
归属于母公司的股东权益合计（元）	248,982,745.20	248,240,914.47	208,052,054.13
每股净资产（元）	2.49	2.48	2.08
归属于母公司的每股净资产（元）	2.49	2.48	2.08
资产负债率（%）（母公司）	30.88	29.93	34.97
流动比率（倍）	0.77	1.36	1.65
速动比率（倍）	0.73	1.30	1.61

应收账款周转率（次）	0.38	2.39	2.07
存货周转率（次）	3.91	28.15	99.27
项目	2015 年 1-3 月	2014 年度	2013 年度
营业收入（元）	17,203,070.43	131,847,916.50	104,507,013.44
净利润（元）	692,437.50	40,188,860.34	36,108,445.80
归属于申请挂牌公司股东的净利润（元）	741,830.73	40,188,860.34	36,108,445.80
扣除非经常性损益后的净利润（元）	772,824.52	38,692,316.45	35,712,076.16
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	822,217.75	38,692,316.45	35,712,076.16
毛利率（%）	33.38	45.60	58.81
净资产收益率（%）	0.30	17.62	19.00
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	0.33	16.96	18.80
基本每股收益（元/股）	0.01	0.40	0.36
稀释每股收益（元/股）	0.01	0.40	0.36
经营活动产生的现金流量净额	-6,622,973.34	71,070,610.85	23,742,423.67
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.07	0.71	0.24

注：公司 2013 年、2014 年、2015 年总股本为 10,000 万股。

- 1、毛利率按照“（营业收入-营业成本）/营业收入”计算；
- 2、净资产收益率按照“当期净利润/加权平均净资产”计算；
- 3、扣除非经常性损益后的净资产收益率按照“当期扣除非经常性损益的净利润/加权平均净资产”计算。
- 4、应收账款周转率按照“当期营业收入/((期初应收账款+期末应收账款)/2)”计算；
- 5、存货周转率按照“营业成本/((期初存货+期末存货)/2)”计算。
- 6、基本每股收益按照“当期净利润/加权平均股本”计算；报告期内，公司未发行可转换债券、认股权等潜在普通股，稀释每股收益同基本每股收益。

7、每股经营活动产生的现金流量净额按照“当期经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额”计算；

8、每股净资产按照“期末净资产/期末股本总额”计算；

9、归属于母公司的每股净资产按照“归属于母公司的期末净资产/期末股本总额”计算；

10、资产负债率按照“当期负债/当期资产”计算；

11、流动比率按照“流动资产/流动负债”计算；

12、速动比率按照“（流动资产-存货-其他流动资产）/流动负债”计算。

八、与本次挂牌有关的机构

（一）主办券商

名称：中信建投证券股份有限公司

法定代表人：王常青

注册地址：北京市朝阳区安立路66号4号楼

办公地址：北京市东城区朝内大街2号凯恒中心B、E座3层

联系电话：010-65608300

传真：010-65608450

项目负责人：朱明强

项目组成员：韩勇 张静 王振宁 韩博

（二）律师事务所

名称：锦天城律师事务所

法定代表人：吴明德

联系地址：上海市浦东新区花园石桥路33号14楼

联系电话：021-61059000

传 真：021-61059100

经办律师：刘俊哲 王仲婷

（三）会计师事务所

名 称：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：朱建弟

联系地址：上海市黄浦区南京东路61号四楼

联系电话：021-63391166

传 真：021-63392558

经办注册会计师：朱育勤 鲍列仑

（四）资产评估机构

名 称：上海银信资产评估有限公司

法定代表人：梅惠民

联系地址：上海九江路69号

联系电话：021-63391088

传 真：021-63391116

经办注册资产评估师：雷晓枫 张萍

（五）证券交易场所

名 称：全国中小企业股份转让系统有限责任公司

法定代表人：杨晓嘉

联系地址：北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦

联系电话：010-63889512

传 真：010-63889674

（六）证券登记结算机构

名 称：中国证券登记结算有限公司北京分公司

地 址：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层

邮 编：100033

电 话：010-58599890

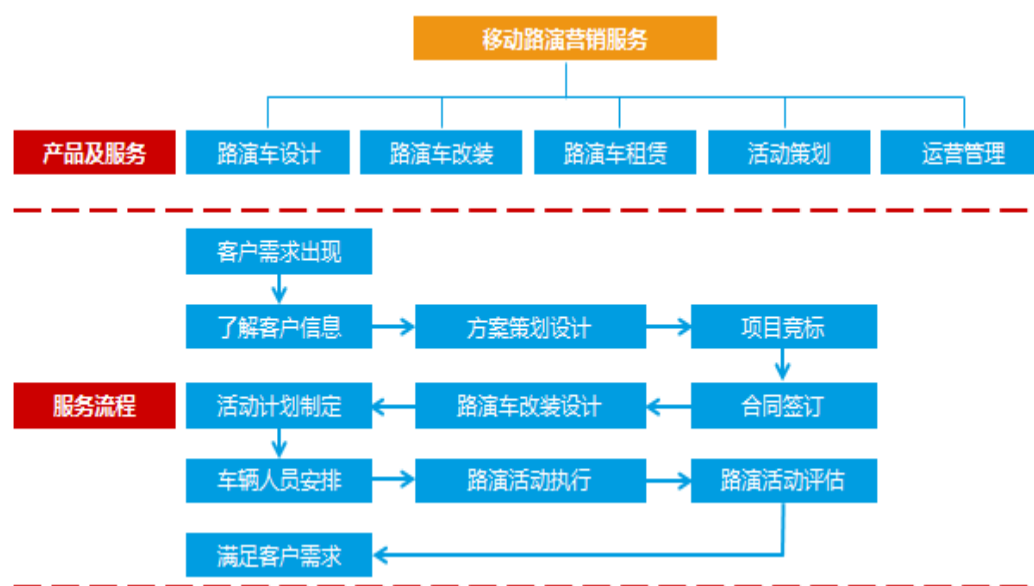
传 真：010-58598977

第二节 公司业务

一、公司主要业务及产品和服务情况

（一）主要业务情况

利隆媒体系国内最早专业提供移动路演营销整体解决方案的现代服务业企业。公司围绕“路演车”这一新型的移动式营销工具，为客户提供专业设计、活动策划、路演车租赁、运营管理等“一体化”服务。公司所提供的整套服务包括路演车设计改装、策划、宣传、推广、展示、互动、体验，直至销售，帮助客户促进产品销售，扩大品牌影响力，提升企业形象。公司自成立以来主营业务未发生重大变化。



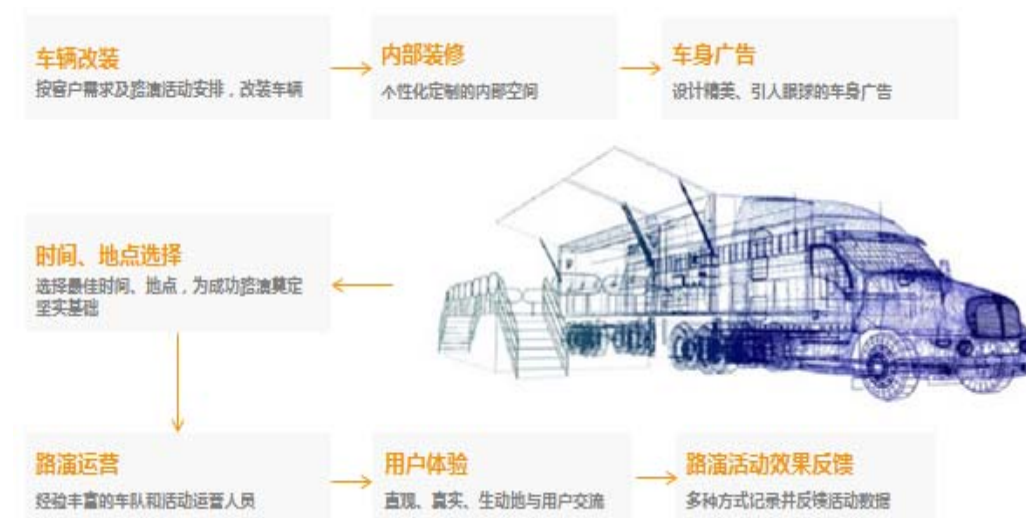
（二）主要产品和服务

1、主要产品及服务概述

公司系提供移动路演营销整体解决方案的现代服务业企业，路演车是移动路演营销中最核心的元素，由公司根据客户的企业形象、品牌内涵或产品特性来进行定制化设计并改装而成，拥有独特的车厢结构和震撼的视觉冲击力。路演车不仅是可移动的广告载体，而且可以变身为多媒体展厅、舞台、教学培训室、缩影

家庭场景、篮球场等多种活动平台。

以路演车为核心的业务体系如下图所示：



经过 10 余年的发展，公司拥有了强大的路演车设计能力，积累了丰富的路演车运营经验。根据公司客户所面对的主要服务对象不同来划分，目前公司已经形成了 B2B 和 B2C 两大业务体系，B2C 客户服务的对象为普通消费者，生产生活消费品，主要分布在家居家电、通讯、食品饮料酒类等行业，其中的代表性客户有可口可乐、百威啤酒等；B2B 客户服务的对象为企业客户，生产工业产品，主要分布在电子及机械制造、矿业、咨询服务业等行业，其中代表性客户有 SKF、华为等。目前，公司已经为 20 多个行业的 60 余家国内外知名客户提供服务，客户多为世界 500 强企业。

公司服务过的客户主要有：

客户类型	客户名称
B2B 客户	

B2C 客户	
--------	---

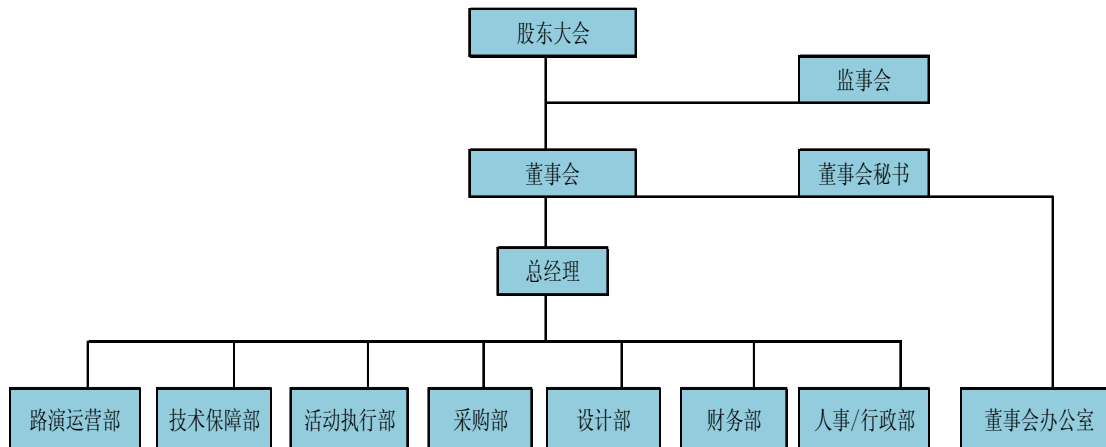
2、B2B、B2C 业务体系

根据客户性质的不同，公司主营业务分为 B2C 业务、B2B 业务和其他业务：

业务类型	服务对象	主要产品及服务描述
B2C 业务	服务对象为普通消费者的企业	路演活动一般在人流汇聚地，直接针对终端消费者进行互动体验式营销，以促进销售、扩大品牌影响力为主要目的。
B2B 业务	服务对象为企业客户的企业	路演活动一般在各企业厂区，针对企业客户进行展示推广，以促进销售、扩大品牌影响力为主要目的。

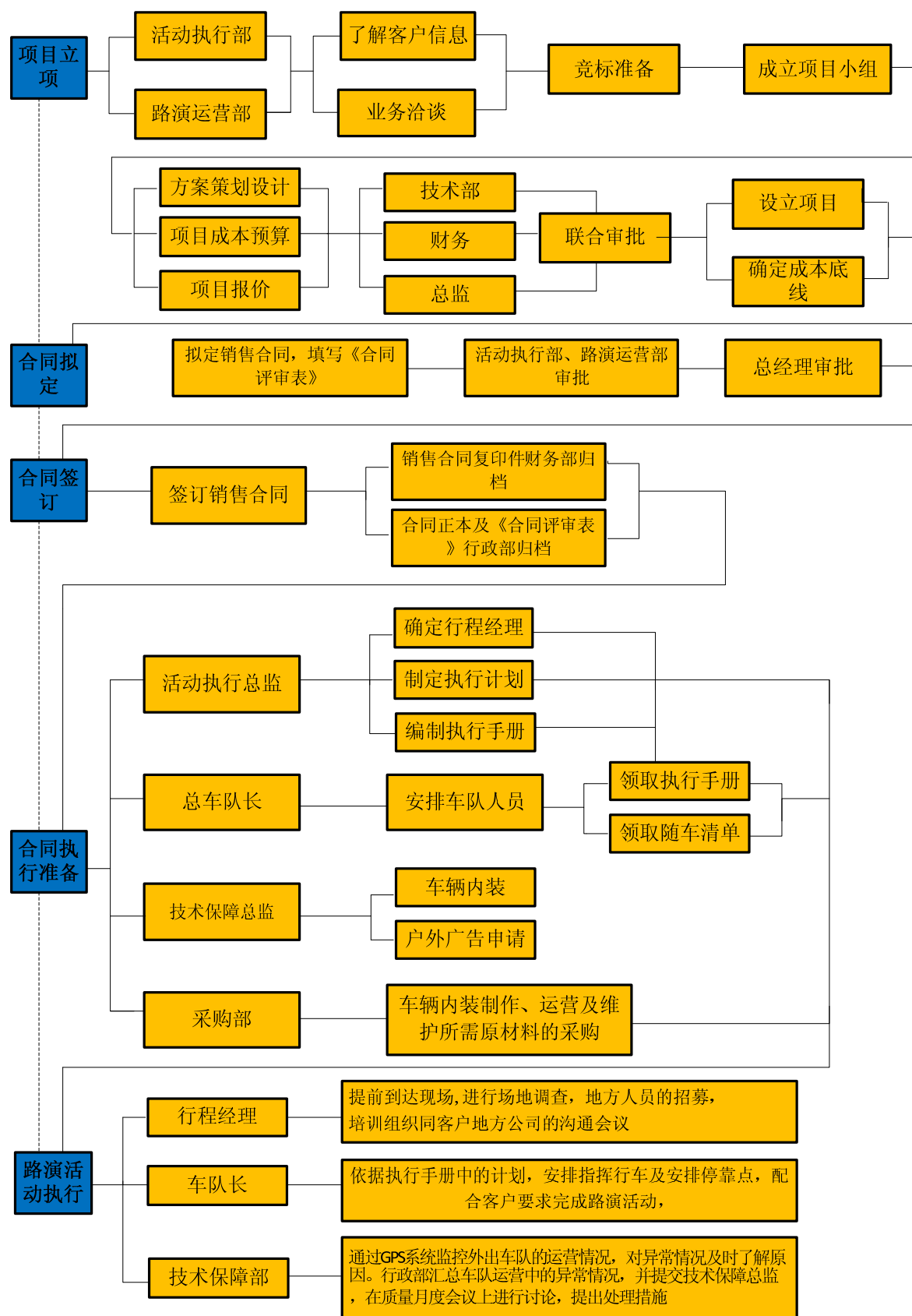
二、公司组织结构及主要运营流程

（一）组织结构



（二）主要运营流程

公司移动路演营销整体解决方案业务流程如下：



第一步：项目立项

依据客户移动路演营销的预算及营销需求，为客户提供个性化的营销方案，通过内部项目成本预算后给出报价。

第二步：合同拟定、签订

活动执行部、路演运营部确定合同服务内容，总经理审批后签订。

第三步：项目执行准备

活动路程，人员安排，同时在维护保养基地完成路演车内部装饰及车身广告装饰。

第四步：路演活动执行

行程经理为路演活动组织者，需提前到达活动现场，进行活动场地调查，当地招募服务人员，与客户地方公司进行沟通，活动现场负责。

车队长需按指定时间保证路演车达到活动现场。

技术保障部负责通过 GPS 系统对路演车的运营状况进行监控。

第五步：活动效果反馈

将活动现场图片、参与人员数量统计、活动现场调查问卷整理结果、客户地方负责人反馈等信息整理形成报告，反馈给客户。

三、公司主要技术、资产和资质情况

（一）公司主要技术

公司一直持续开发新的路演车型，紧跟国际同行步伐与客户需求，大力投入新技术和车型的研发。公司报告期内累计研发经费投入达 1,408.65 万元。截至 2015 年 3 月 31 日，公司拥有 21 项专利，具体如下表所示：

序号	专利名称	专利号/申请号	申请日期	专利类型
1	舞台拉箱半挂箱车	ZL201120156767.5	2011.05.17	实用新型
2	一种具有上下水系统的大巴车	ZL201120156766.0	2011.05.17	实用新型

3	两侧翻版式半挂箱车	ZL201120156768.X	2011.05.17	实用新型
4	一种移动售卖车	ZL201120156743.X	2011.05.17	实用新型
5	一种具有屏幕的车	ZL201120156774.5	2011.05.17	实用新型
6	一种车载投影仪支架	ZL201120156800.4	2011.05.17	实用新型
7	两侧抽拉箱型箱车	ZL201120156769.4	2011.05.17	实用新型
8	一种具有篮球架的车	ZL201120156809.5	2011.05.17	实用新型
9	鹅颈两侧抽拉箱型箱车	ZL201220614875.7	2012.11.20	实用新型
10	鹅颈前抽拉箱型箱车	ZL201220615225.4	2012.11.20	实用新型
11	两侧双抽拉箱型箱车	ZL201220614876.1	2012.11.20	实用新型
12	双层抽拉箱型箱车	ZL201220615037.1	2012.11.20	实用新型
13	两侧抽拉舞台底盘车	ZL201320133236.3	2013.03.22	实用新型
14	两侧箱体整体移动式箱车	ZL201320133107.4	2013.03.22	实用新型
15	一种抽拉箱加舞台的底盘车	ZL201320133090.2	2013.03.22	实用新型
16	单侧抽拉箱式集装箱	ZL201320133306.5	2013.03.22	实用新型
17	一种箱式车用多功能尾门	ZL201320133050.8	2013.03.22	实用新型
18	后拉伸式小型厢车	ZL201320133239.7	2013.03.22	实用新型
19	一种具备翻转舞台板的厢式车	ZL201420022005.X	2014.01.14	实用新型
20	一种无单独动力地板可翻折的厢式车	ZL201420038045.3	2014.01.22	实用新型
21	双外套拉厢展示车	ZL201420321253.4	2014.06.17	实用新型

经过多年的积累，公司目前已经拥有大中小 20 余种路演车型，能满足会场展示、舞台活动、大型互动性主题活动等多种形式的路演营销需求。丰富多样的路演车型为公司赢得竞争优势，使公司提供策划方案时选择性更加多样化，围绕不同的路演车型，根据客户的特定行业、特定目标群体、特定城市来安排最佳的

移动路演营销整体解决方案。

（二）公司主要资产情况

1、无形资产

公司拥有的非专利技术和域名均未作为无形资产入账，截至 2015 年 3 月 31 日，公司拥有的主要无形资产账面净值如下：

单位：元

类别	原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	29,585,497.43	646,998.99	28,938,498.44
软件	329,487.18	248,013.96	81,473.22

截至 2015 年 3 月 31 日，本公司拥有 1 宗土地使用权，具体情况如下：

权属	权证号码	宗地面积 (平方米)	宗地号	使用期限	取得 方式	用途
利隆媒体	沪房地嘉字 (2014) 第 042938 号	29,664	嘉定区 嘉定工 业区 353 街坊 130/1 丘	2014 年 5 月 12 日-2056 年 4 月 23 日	出让	工业

2、商标、软件著作权、域名及获奖情况

（1）商标

截至 2015 年 3 月 31 日，公司拥有的商标如下：

序号	注册商标	注册证号	使用范围	注册有效期	注册人
1		第 11357114 号	第 35 类	2014.01.14 至 2024.01.13	利隆媒体
2		第 8548679 号	第 35 类	2011.09.28 至 2021.09.27	利隆媒体

(2) 域名

截至 2015 年 3 月 31 日，公司拥有的域名如下表所示：

域名	主办单位	主办单位性质	网站备案/许可证号	注册日期
www.shlilong.com	利隆媒体	企业	沪 ICP 备 12004470 号-1	2004.08.10

3、投资性房地产

截至 2015 年 3 月 31 日，公司拥有的投资性房地产净值如下：

单位：元

类别	原值	累计摊销	账面价值
房屋、建筑物	7,370,241.84	1,550,336.76	5,819,905.08
土地使用权	3,729,637.20	329,451.18	3,400,186.02

截至 2015 年 3 月 31 日，公司拥有的作为投资性房地产核算的房屋建筑物和土地使用权如下：

类别	权属	权证号码	土地使用权面积（平方米）	座落地	终止日期	取得方式
土地使用权	浙江利隆	善国用（2011）第 00605112 号	11,522.20	浙江嘉善姚庄镇东方路 426 号	2059 年 2 月 10 日	出让

类别	权属	权证号码	建筑面积（平方米）	座落地	用途	取得方式
房屋建筑物	浙江利隆	善国第 S0037553 号	4,589.95	浙江嘉善姚庄镇东方路 426 号	工业	出让

4、固定资产

(1) 公司主要固定资产情况

本公司的主要固定资产包括主营业务所必需的房屋建筑物、专用运输设备、运输设备、办公及电子设备、专用电子及机器设备和固定资产装修等。截至 2015

年 3 月 31 日，本公司主要固定资产的情况如下表所示：

单位：元

项目	折旧年限	原价	累计折旧	账面价值	成新度
固定资产					
房屋及建筑物	10-30 年	51,169,942.49	1,480,184.10	49,689,758.39	97.11%
专用运输设备	5-10 年	67,726,845.69	18,136,242.07	49,590,603.62	73.22%
运输设备	5-10 年	3,577,352.36	383,130.56	3,194,221.80	89.29%
办公及电子设备	3-5 年	3,125,794.01	1,467,043.39	1,658,750.62	53.07%
专用电子及机器设备	5-10 年	11,766,478.88	7,485,749.39	4,280,729.49	36.38%
固定资产装修	5 年	10,277,604.69	888,514.60	9,389,090.09	91.35%
合计		147,644,018.12	29,840,864.11	117,803,154.01	79.79%

截至 2015 年 3 月 31 日，公司固定资产总体成新率为 79.79%，各项固定资产使用状态良好，不存在资产减值的情形。

（2）公司专用运输设备情况

截至 2015 年 3 月 31 日，本公司主要专用运输设备（账面原值 100 万元以上）情况如下：

单位：元

专用运输设备名称	数量	账面原值	账面净值	成新率	规格型号	取得方式
汉高大巴 BQ7615	1	1,842,300.00	1,183,805.62	64.26%	BQ7615 挂	外购
展示车沪 G6690 挂	1	1,601,497.30	1,487,390.62	92.88%	沪 G6690 挂	外购
百威音乐大巴沪 D08195	1	1,515,700.00	928,462.64	61.26%	沪 D08195	外购
展示车（沪 G5367 挂）	1	1,512,824.83	1,369,106.47	90.50%	沪 G5367 挂	外购
展示车沪 BK4746	1	1,470,598.00	876,834.45	59.62%	沪 BK4746	外购
沪 B81097	1	1,447,153.50	668,093.00	46.00%	沪 B81097	外购
牵引车沪 B94611	1	1,413,600.00	708,557.58	50.12%	沪 B94611	外购

展示车 (沪 G8579 挂)	1	1,375,860.06	1,299,614.45	94.46%	沪 G8579 挂	外购
金龙巴士 沪 D00900	1	1,309,398.83	837,452.00	63.96%	沪 D00900	外购
展示车(沪 G3389 挂)	1	1,304,411.34	1,128,859.31	86.54%	沪 G3389 挂	外购
沪 D12527	1	1,123,931.03	874,785.43	77.83%	沪 D12527	外购
沪 D12590	1	1,123,931.04	874,785.44	77.83%	沪 D12590	外购
Mack 牵引 车	1	1,183,822.53	930,772.54	78.62%	马克 MACKCXU612E	外购
Mack 牵引 车	1	1,183,822.53	930,772.54	78.62%	马克 MACKCXU612E	外购
Mack 牵引 车	1	1,183,822.53	930,772.54	78.62%	马克 MACKCXU612E	外购
Mack 牵引 车	1	1,183,822.53	930,772.54	78.62%	马克 MACKCXU612E	外购
Mack 牵引 车	1	1,183,822.53	930,772.54	78.62%	马克 MACKCXU612E	外购
Mack 牵引 车	1	1,183,822.53	930,772.54	78.62%	马克 MACKCXU612E	外购
Mack 牵引 车	1	1,183,822.53	930,772.54	78.62%	马克 MACKCXU612E	外购
Mack 牵引 车	1	1,183,822.53	930,772.54	78.62%	马克 MACKCXU612E	外购
Mack 牵引 车	1	1,183,822.53	930,772.54	78.62%	马克 MACKCXU612E	外购
牵引车肯 沃斯	1	1,131,206.00	1,050,607.58	92.88%	沪 DA8145	外购
牵引车肯 沃斯	1	1,131,206.00	1,050,607.58	92.88%	沪 DA8249	外购
牵引车肯 沃斯	1	1,131,206.00	1,050,607.58	92.88%	沪 DA8369	外购
牵引车肯 沃斯	1	1,131,206.00	1,050,607.58	92.88%	沪 DB0622	外购
牵引车肯 沃斯	1	1,131,206.00	1,050,607.58	92.88%	沪 DB0648	外购
9 米车	1	1,123,931.04	874,785.43	77.83%	沪 D12590	外购
9 米车	1	1,123,931.03	874,785.43	77.83%	沪 D12527	外购

展示车 (沪 G5317 挂)	1	1,070,814.86	969,087.49	90.50%	沪 G5317 挂	外购
牵引车 (沪 D08188)	1	1,003,000.00	707,287.90	70.52%	沪 D08188	外购
牵引车	1	1,003,000.00	707,287.90	70.52%	沪 D11903	外购
牵引车	1	1,003,000.00	707,287.90	70.52%	沪 D11972	外购
合计	33	40,863,138.16	31,639,032.36	77.43%		

5、商誉

(1) 本报告期发生的非同一控制下企业合并的情况

单位：万元

被购买方名称	股权取得成本	股权比例 (%)	股权取得方式	购买日	购买日至期末被购买方的收入	购买日至期末被购买方的净利润
上海亮屏网络科技有限公司	5,100.00	51.00%	购买	2015.3.18	-	-10.08

(2) 合并成本及商誉

单位：万元

项目	上海亮屏网络科技有限公司
合并成本	
—现金	5,100.00
合并成本合计	5,100.00
减：取得的可辨认净资产公允价值份额	0.00
商誉/合并成本大于取得的可辨认净资产公允价值份额的金额	5,100.00

利隆网络于 2015 年 2 月 28 日与上海亮屏投资管理合伙企业（有限合伙）签订股权转让协议，购买其持有的亮屏网络 51.00% 的股权。根据股权转让协议，亮屏网络总估值为 10,000.00 万元，股权受让对价为 5,100.00 万元。购买日亮屏网络仅拥有一款手机软件技术及其著作专利权、技术开发团队及用户资源，无其他可辨认资产及负债。因此，利隆网络为购买亮屏网络股权所支付的 5,100.00 万元对价全部形成商誉。

（三）业务许可和资质情况

1、高新技术企业证书

2014年9月4日，公司取得上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局、上海市地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》，证书编号：GF201431000080，有效期为三年。

2、专用汽车建设项目备案确认函

2015年1月16日，公司取得由中华人民共和国工业和信息化部装备工业司出具的《关于上海利隆汽车有限公司专用汽车建设项目备案确认函》工装函【2015】33号，“经审查，同意上海利隆汽车有限公司新建专用汽车生产企业，同意对该投资项目备案”。

3、道路运输经营许可证

2014年12月30日，公司取得由上海市嘉定区城市交通运输管理署出具的中华人民共和国道路运输经营许可证，许可证编号：沪交运管许可（嘉）字310114006124号，有效期至2016年4月8日。

四、公司员工情况

（一）员工结构

截至2015年3月31日，公司共有员工171人，构成情况如下：

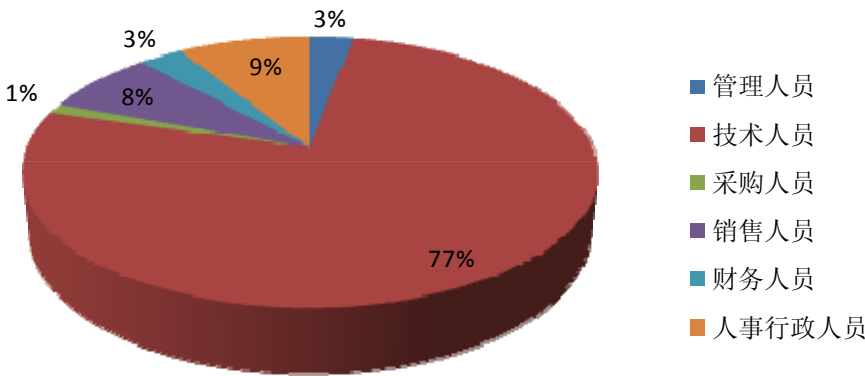
1、岗位结构

公司有中高管理人员5人、技术人员131人、采购人员2人、销售人员13人、财务人员5人、人事及行政人员15人。结构如下：

岗位结构	人数
管理人员	5
技术人员	131
采购人员	2
销售人员	13
财务人员	5

人事行政人员	15
合计	171

岗位结构

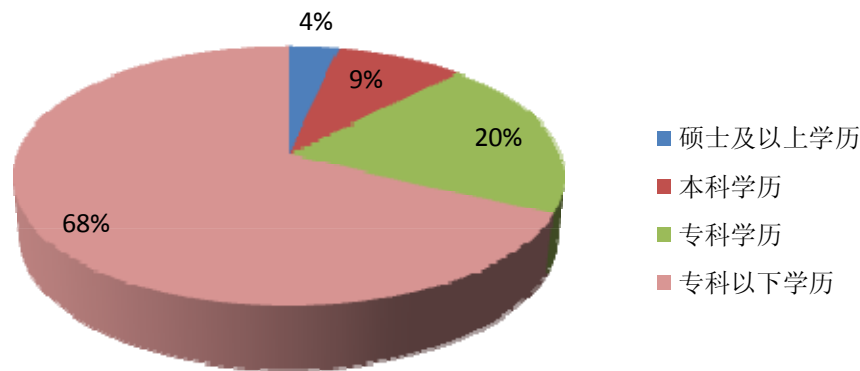


2、学历结构

公司员工中具有硕士及以上学历 6 人，本科学历 15 人，专科学历 34 人，专科以下学历 116 人，结构如下：

学历结构	人数
硕士及以上学历	6
本科学历	15
专科学历	34
专科以下学历	116
合计	171

学历结构

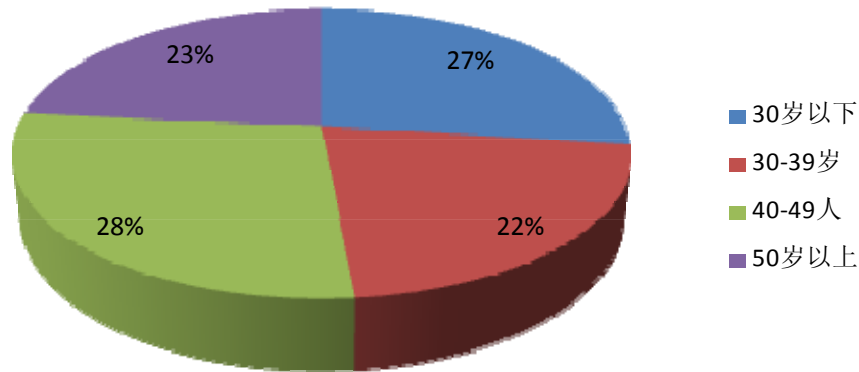


3、年龄结构

公司 30 岁以下员工 46 人，30-39 岁员工 37 人，40-49 岁员工 48 人，50 岁及以上员工 40 人，结构如下：

年龄结构	人数
30 岁以下	46
30-39 岁	37
40-49 人	48
50 岁以上	40
合计	171

年龄结构



(二) 核心技术人员情况

姓名	职务	加入公司时间	持股比例 (%)
吴俊瑛	技术保障部总监	2004 年	0.22
Luigi Utili	技术总监	2012 年	-
吴凯	利隆网络总经理	2015 年	-

吴俊瑛女士，具体情况详见上文“六、公司董事、监事和高级管理人员情况，（一）董事基本情况”。

Utili先生，技术总监，1980年2月出生，美国国籍，毕业于PUCP大学 Engineering专业。2002年至2003年，Hidrosta S.A.,Prod.Eng.Intern；2003年，CETAM Lab, R&D Eng；2004年，PUCP Brazil, R&D Eng；2004年至2005年，CETAM Lab, R&D Eng；2006年至2011年，SPEVCO USA, Engineer Director；2011年至2012年，BE Aerospace, Project Engineer；2012年至今，任利隆媒体技术总监。

吴凯先生，1978年出生，中国籍，无境外永久居留权，毕业于重庆大学管理学专业，本科学历。1999年至2001年，电脑极集团，媒体编辑；2001年至2003年，网通集团，产品经理；2003年至2005年，骏网集团，产品中心总经理，总裁助理；2005年至2009年，久游网，产品总监，总裁助理；2010年至2014年，上海聚位网络，创始人；2014年至2015年，快活程网络，首席产品官；2015年至今，任利隆网络总经理。

五、销售、采购及贷款情况

(一) 销售情况

1、按业务性质分类

单位：元

项目	2015 年 1-3 月		2014 年		2013 年	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
主营业务收入	17,081,711.21	99.29	131,483,838.85	99.72	104,507,013.44	100.00

其他业务收入	121,359.22	0.71	364,077.65	0.28	-	-
合计	17,203,070.43	100.00	131,847,916.50	100.00	104,507,013.44	100.00

各项收入的性质和变动分析请见本说明书“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“（一）营业收入及毛利率的主要构成、变动趋势及原因分析”。

2、主要客户群体

单位：元

项目	2015 年 1-3 月		2014 年		2013 年	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
B2C	8,816,493.23	51.61	81,318,263.58	61.85	50,282,082.61	48.11
B2B	8,265,217.98	48.39	50,165,575.27	38.15	54,224,930.83	51.89
合计	17,081,711.21	100.00	131,483,838.85	100.00	104,507,013.44	100.00

根据公司客户所面对的主要服务对象不同来划分，目前公司已经形成了B2B和B2C两大业务体系，B2C客户服务的对象为普通消费者，生产生活消费品，主要分布在家居家电、通讯、食品饮料酒类等行业，其中的代表性客户有青岛海尔、哈尔滨啤酒；B2B客户服务的对象为企业客户，生产工业产品，主要分布在电子及机械制造、矿业、咨询服务业等行业，其中代表性客户有华为、日立等。公司已经为20多个行业的60余家国内外知名客户提供服务，客户多为世界500强企业。

3、报告期内前五名客户销售情况

单位：元

期间	序号	公司名称	销售收入（元）	比例（%）
2015年 1-3月	1	华为技术有限公司	5,939,377.27	34.53
	2	广州本田汽车有限公司	3,666,666.66	21.31
	3	常熟华东汽车有限公司	1,256,410.26	7.30
	4	曼恩机械有限公司上海分公司	1,091,901.59	6.35
	5	上海善彩科技发展有限公司	1,085,760.68	6.31
		合计	13,040,116.46	75.80
2014年	1	百威英博（中国）销售有限公司	15,303,544.45	11.61

	2	上海丰沃实业有限公司	14,230,769.23	10.79
	3	华为技术有限公司	13,775,863.53	10.45
	4	重庆海尔家电销售有限公司	13,753,205.60	10.43
	5	JUST MARKETING,INC	9,978,356.52	7.57
		合计	67,041,739.33	50.85
2013 年	1	常熟华东汽车有限公司	7,350,427.33	7.03
	2	TCL 集团股份有限公司	6,751,252.72	6.46
	3	中澳矿业集团有限公司	5,871,682.79	5.62
	4	百威英博（中国）销售有限公司	5,255,833.04	5.03
	5	安杰玛化妆品（上海）有限公司	5,000,000.02	4.78
		合计	30,229,195.90	28.93

（二）采购情况

1、营业成本按业务分类

单位：元

项目	2015 年 1-3 月		2014 年		2013 年	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
主营业务成本	11,342,849.49	98.97	71,195,252.87	99.26	43,041,902.60	100.00
其他业务成本	118,423.24	1.03	528,126.70	0.74	-	-
合计	11,461,272.73	100.00	71,723,379.57	100.00	43,041,902.60	100.00

2、主营业务成本按性质分类

单位：元

项目	2015 年 1-3 月		2014 年		2013 年	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
车辆改装费	5,766,192.75	50.84	27,531,348.85	38.67	16,052,487.87	37.30
项目执行费用	639,797.85	5.64	13,081,748.78	18.37	5,644,644.32	13.11
折旧与摊销	1,931,774.28	17.03	7,791,217.72	10.95	6,493,249.34	15.09
人员工资	1,518,106.85	13.38	8,903,334.71	12.51	7,654,642.26	17.78
车队营运费用	586,458.26	5.17	7,940,050.03	11.15	4,206,656.20	9.77
其他	900,519.50	7.94	5,947,552.78	8.35	2,990,222.61	6.95
合计	11,342,849.49	100.00	71,195,252.87	100.00	43,041,902.60	100.00

公司主营业务成本主要包括车辆改装费用、项目执行费用、折旧与摊销、人员工资以及车队营运费用等，其中变动成本包括车辆改装费用、项目执行费用、

车队营运费用等，固定成本包括折旧与摊销、人员工资等。

2014 年，公司主营业务成本较上年增加 2,815.34 万元，增长 65.40%，其中车辆改装费用较上年增加 1,147.88 万元，项目执行费用较上年增加 731.71 万元，主要原因是公司业务量持续增长，同时公司致力于进一步优化服务质量，提升用户体验，车辆改装费及项目执行费相应增加。

3、主要原材料、能源及供应情况

报告期内，公司采购的主要产品包括牵引车和展示车。公司采购的牵引车全部为进口车头，国际上主要生产商有沃尔沃、奔驰、MAN，公司是这些国际厂商的长期客户，有多年的合作基础，采购需求能得到及时响应，一般采购期在 6 个月以内。

展示车为国内厂商改装，报告期内，公司主要展示车供应商为上海咔咔轮商用车销售有限公司。为加强公司综合服务能力，公司已取得由中华人民共和国工业和信息化部装备工业司出具的《关于上海利隆汽车有限公司专用汽车建设项目备案确认函》工装函【2015】33 号，“经审查，同意上海利隆汽车有限公司新建专用汽车生产企业，同意对该投资项目备案”。

4、报告期内前五名供应商采购情况

单位：元

期间	公司名称	采购金额	比例（%）
2015年 1-3月	上海咔咔轮商用车销售有限公司	840,170.94	17.90
	上海华星鸿和汽车销售服务有限公司	788,461.29	16.80
	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	586,765.54	12.50
	深圳市良山机电设备有限公司	179,487.18	3.82
	上海聚广光电科技有限公司	141,281.26	3.01
	合计	2,536,166.21	54.05
2014年	上海咔咔轮商用车销售有限公司	18,687,179.49	26.04

	上海华星鸿和汽车销售服务有限公司	5,011,492.65	6.98
	北京智信佳创文化传播有限公司	4,578,850.18	6.38
	上海驰森市场营销有限公司	2,904,337.78	4.05
	北京奕美百卓文化传播有限公司	2,854,368.93	3.98
	合计	34,036,229.02	47.42
2013年	上海咔咔轮商用车销售有限公司	22,392,350.68	49.87
	上海驰森市场营销有限公司	4,943,129.74	11.01
	上海宏柱广告有限公司	2,623,460.19	5.84
	北京智信佳创文化传播有限公司	2,479,126.90	5.52
	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	1,533,811.92	3.42
	合计	33,971,879.43	75.66

(三) 报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

1、销售合同

单位：元

期间	序号	签约主体	合同对方	内容	签订时间	履行情况	合同金额
2015年 1-3 月	1	利隆媒体	华为技术有限公司	华为企业网展车	2015.02.16	履行完毕	5,980,965.45
	2	利隆媒体	华为技术有限公司	提供牵引车和随车人员	2015.3.27	履行中	3,034,861.37
	3	利隆媒体	玫琳凯(中国)化妆品有限公司	玫琳凯粉巴采购	2015.4.14	履行中	1,933,000.00
	4	利隆媒体	斗山工程机械(中国)有限公司	2015 斗山运营	2015.03.25	履行中	1,875,000.00
	5	利隆媒体	佳沛泽普水果(上海)有限公司	2015 奇异果小车订购	2015.03.12	履行中	1,716,105.27
	6	利隆媒体	惠州华阳通用电子有限公司	改装路演车	2015.4.17	履行中	1,490,000.00
	7	利隆媒体	常熟华东汽车有限	路演车订	2015.01.05	履行完毕	1,470,000.00

			公司	购			
	8	利隆媒体	曼恩机械有限公司 上海分公	MAN 路演 车订购	2015.2.09	履行中	1,277,524.87
	9	利隆媒体	安川电机（中国）有 限公司	购买原租 赁的路演 车	2015.2.25	履行中	1,190,500.00
	10	利隆媒体	百威英博（中国）销 售有限公司	哈啤活动 服务	2015.01.30	履行中	950,002.00
2014 年	11	利隆媒体	上海丰沃实业有限 公司	路演展示 车销售合 同	2014.07.15	履行完毕	16,650,000.00
	12	利隆媒体	重庆海尔家电销售 有限公司	卡萨帝 4 条线执行	2014.04.01	履行完毕	9,330,293.96
	13	利隆媒体	科勒（中国）投资有 限公司	科勒 26 辆 车订购	2014.04.28	履行完毕	9,000,000.00
	14	利隆媒体	深圳慧通商务有限 公司	华为 LED 舞台车 2 辆	2014.04.29	履行完毕	8,530,000.00
	15	利隆媒体	百威英博（中国）销 售有限公司	哈啤小篷 车和大篷 车	2014.01.20	履行中	8,000,000.00
	16	利隆媒体	常熟华东汽车有限 公司	路演车订 购	2014.10.09	履行完毕	7,500,000.00
	17	利隆媒体	AIG Insurance Company	AIG 路演 服务	2014.04.14	履行完毕	7,076,489.20
	18	利隆媒体	百威英博（中国）销 售有限公司	哈啤 FIFA 足球嘉年 华	2014.05.14	履行完毕	6,126,954.64
	19	利隆媒体	青岛啤酒股份有限 公司	青啤全民 星周末	2014.05.22	履行完毕	5,925,632.00
	20	利隆媒体	上海积点网络技术 有限公司	路演车服 务合同	2014.08.12	履行完毕	4,900,412.84
2013 年	21	利隆媒体	AUSTRALIA CHINA MINING CORP.PTY.LTD	路演车辆 修改方案	2013.6.19	履行完毕	6,866,844.92
	22	利隆媒体	常熟华东汽车有限 公司	改装 10 台 展示车	2013.8.2	履行完毕	5,500,000.00
	23	利隆媒体	安杰玛化妆品（上 海）有限公司	“安杰玛 系列推广 活动”全国 巡展	2013.1.1	履行完毕	5,300,000.00

24	利隆媒体	上海丰沃实业有限公司	租赁路演车及牵引车	2013.4.15	履行完毕	4,800,000.00
25	利隆媒体	上海厚谊俊捷国际物流发展股份有限公司	8 辆展示物流车服务	2013.6.15	履行完毕	4,160,000.00
26	利隆媒体	燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司	提供 3 辆路演车 3 辆牵引车	2013.5.17	履行完毕	3,500,000.00
27	利隆媒体	上海艾法广告有限公司	“广汽本田”路演车服务	2013.7.21	履行完毕	3,450,000.00
28	利隆媒体	上海樽文实业有限公司	订购双层集装箱展示车	2013.8.15	履行完毕	3,400,000.00
29	利隆媒体	深圳创维-RGB 电子有限公司	提供路演车	2013.10.8	履行完毕	3,300,000.00
30	利隆媒体	深圳市新引力企业管理策划有限公司	提供路演车辆	2013.6.15	履行完毕	3,200,000.00

2、采购合同

单位：元

期间	序号	合同类型	签约主体	合同对方	内容	签订时间	履行情况	合同金额
2015 年 1-3 月	1	采购合同	利隆媒体	上海儒怡投资发展有限公司	采购玫琳凯巴士	2015/1/23	履行完毕	810,000.00
2014 年	2	采购合同	利隆媒体	上海味味轮商用车销售有限公司	采购牵引车 Mack 25 辆	2014/11/30	履行中	30,000,000.00
	3	采购合同	利隆媒体	上海万嘉物流有限公司	展示物流服务	2014/5/12	履行完毕	8,000,000.00
	4	采购合同	利隆媒体	上海华晔汽车有限公司	采购依维柯服务车	2014/5/4	履行完毕	5,589,000.00
	5	采购合同	利隆媒体	北京奕美百卓文化传播有限公司	2014 卡萨帝全国巡演	2014/3/20	履行完毕	2,940,000.00
	6	采购合同	利隆媒体	上海眸世文化传播有限公司	2014 积点网全国巡演服务合同	2014/7/20	履行完毕	1,752,000.00
	7	采购	利隆媒体	上海华星鸿和汽	采购南京	2014/5/30	履行完	1,656,000.00

		合同		车销售服务有限公司	依维柯 A42 流动服务车		毕	
	8	采购合同	利隆媒体	四川金钢文化传播有限公司	哈啤世界杯嘉年华执行服务	2014/5/26	履行完毕	1,480,000.00
	9	采购合同	利隆媒体	北京智信佳创文化传播有限公司	2014AIG 巡展	2014/5/14	履行完毕	1,237,015.44
	10	采购合同	利隆媒体	深圳市迈锐光电有限公司	提供定制型 LED 电子显示屏	2014/6/20	履行完毕	1,180,000.00
2013 年	11	采购合同	利隆媒体	上海味味轮商用车销售有限公司	采购 Kenworth 牵引车 15 台	2013/1/20	履行完毕	18,000,000.00
	12	采购合同	利隆媒体	上海味味轮商用车销售有限公司	采购路演展示车	2013/9/12	履行完毕	1,500,000.00
	13	采购合同	利隆媒体	北京智信佳创文化传播有限公司	2013 安杰玛全国巡展提供活动执行服务	2013/1/2	履行完毕	1,124,925.84
	14	采购合同	利隆媒体	上海煜扬文化传播有限公司	2013 安杰玛全国巡展提供活动执行服务	2013/4/9	履行完毕	810,000.00
	15	采购合同	利隆媒体	上海味味轮商用车销售有限公司	采购路演展示集装箱	2013/10/11	履行完毕	600,000.00

注：1、报告期内业务合同选取标准以合同金额排名前十为准

2、2015 年一季度、2013 年度采购合同数不满足上述选取标准，按合同金额 500,000.00 元以上为准

3、外币兑人民币合同金额按合同签订日汇率计算

3、银行综合授信/最高额贷款合同

(1) 报告期内，公司签订的银行综合授信/最高额贷款合同如下：

单位：元

借款人	债权人	银行授信额度/ 最高额保证	授信期间	合同签订日	是否提供 担保或抵 押
-----	-----	------------------	------	-------	-------------------

利隆媒体	招商银行上海丽园支行	40,000,000.00	1 年	2014.07.30	否
利隆媒体	民生银行上海分行	10,000,000.00	1 年	2014.10.23	是
利隆媒体	平安银行上海分行	60,000,000.00	1 年	2014.12.29	是

(2) 为合并范围内关联方银行综合授信/最高额贷款提供担保情况如下:

单位: 元

担保人	被担保方	债权人	银行授信额度/ 最高额保证	担保金额	融资期间	担保是否已经履行完毕
利隆汽车	利隆媒体	平安银行上海分行	60,000,000.00	50,000,000.00	2015/1/13- 2016/1/13	否

上述担保的担保期限为主债权清偿期届满之日起两年。

(3) 投资性房地产为银行综合授信/最高额贷款抵押情况如下:

单位: 元

项目	权利人	抵押权人	房地产权证号	2015 年 3 月 31 日原值	2015 年 3 月 31 日净值
房屋建筑物	浙江利隆	民生银行上海分行	嘉善县房权证善字第 S0037553 号	7,370,241.84	5,819,905.08
土地使用权	浙江利隆	民生银行上海分行	善国用(2011)第 00605112 号	3,729,637.20	3,400,186.02

公司于 2014 年 10 月与民生银行上海分行签订了《中小企业金融服务合同》、《最高额抵押合同》。根据合同约定公司将子公司浙江利隆位于浙江嘉善姚庄镇东方路 426 号的权证号为善国用(2011)第 00605112 号的房屋建筑物及权证号为嘉善县房权证善字第 S0037553 号土地使用权抵押给民生银行上海分行,公司在授信有效期限(2014 年 10 月 24 日至 2015 年 10 月 24 日)内可向民生银行上海分行申请使用的最高授信额度为 1,000.00 万元。截至 2015 年 3 月 31 日,公司主要投资性房地产具体情况详见“第二节 公司业务”之“三、公司主要技术、资产和资质情况(二)公司主要资产情况”。

(4) 固定资产为银行综合授信/最高额贷款抵押情况如下:

单位: 元

项目	权利人	抵押权人	房地产权证号	2015 年 3 月 31 日原值	2015 年 3 月 31 日净值
房屋建筑物	利隆媒体	平安银行上海分行	沪房地嘉字 2014 第 042938 号	51,169,942.49	49,689,758.39

公司于 2014 年 12 月与平安银行股份有限公司上海分行签订了《最高额抵

押合同》。根据合同约定公司将拥有的房屋建筑物及土地使用权抵押给平安银行股份有限公司上海分行，公司在授信有效期限（2015年1月13日至2016年1月13日）内可向平安银行股份有限公司上海分行申请使用的最高授信额度为6,000.00万元。

（5）无形资产为银行综合授信/最高额贷款抵押情况如下：

单位：元

项目	权利人	抵押权人	房地产权证号	2015年3月31日原值	2015年3月31日净值
土地使用权	利隆媒体	平安银行上海分行	沪房地嘉字 2014 第 042938 号	29,585,497.43	28,938,498.44

该土地与上述（4）之房屋建筑物一并抵押给平安银行股份有限公司上海分行，取得银行贷款授信额度 6,000.00 万元。

六、商业模式

公司系为客户提供移动路演营销整体解决方案的现代服务业企业。公司在与目标客户进行深入沟通，了解客户需求基础上，以路演车为营销活动载体，制定出符合客户要求及企业文化的产品及品牌宣传方案，定制化设计路演车，提供整套路演营销解决方案设计及运营服务。经过多年发展，公司拥有比较丰富的项目经验，完整的业务体系，丰富的设计案例储备及线路运营经验，已形成集“客户需求发现与了解、移动路演车改装设计、移动路演营销方案设计及实施”于一体的经营模式，通过为目标客户提供路演营销整体解决方案，实现营业收入。

（一）盈利模式

公司的盈利主要来源系为客户提供移动路演营销整体解决方案获得相应收入。根据服务客户的性质不同，公司已构建起B2B和B2C两大业务体系，2015年一季度，公司为B2B和B2C客户提供的移动路演营销整体解决方案收入占比分别为48.39%和51.61%。

（二）营销服务模式

公司采用“示范性营销”的营销策略。公司会选择不同行业的领军企业作为突破口，为领军企业提供专业的移动路演营销整体解决方案，在不同的行业形成

强烈的示范效应，让移动路演营销模式更加深入人心，进而推广到行业中的其他企业。

例如数码家电和酒类这两个行业，酒类行业从 2004 年的百威啤酒开始，2005 年青岛啤酒成为公司客户，后来又陆续发展了泸州老窖、燕京啤酒、哈尔滨啤酒、雪津啤酒这些客户或品牌；数码家电行业由 2008 年的联想、TCL、夏普开始，移动路演营销开展相当成功，在短短的 4 年间又吸引了海尔、四川长虹、阿尔卡特成为公司客户。

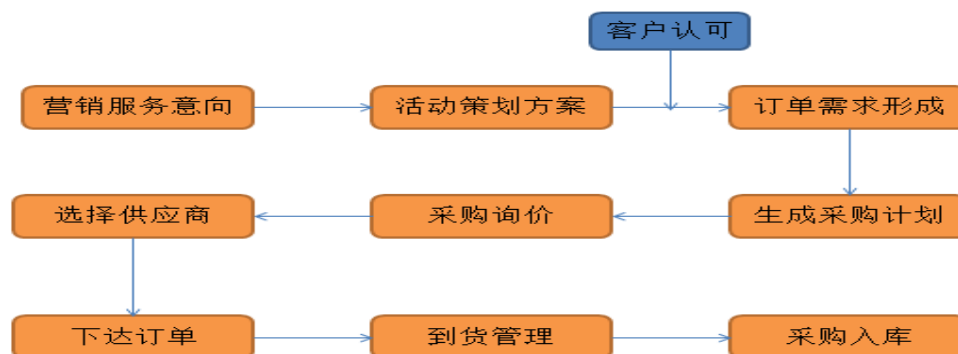
今后公司将采用“示范性营销”与“行业挖掘营销”相结合的营销方式，在树立行业经典服务案例后投入更多的营销力量，将移动路演营销整体解决方案推广到各行业的优秀企业中，其中营销团队以营销服务总监领衔，并结合运营、创意、设计、制作等专业人员，以专业的整体服务方案来赢得客户认可，开拓新市场。

（三）采购模式

公司的主要供应商为国外牵引车制造公司和国内车辆改装公司。2012 年以前，公司一般在与客户确定合作关系后才向供应商购买车辆和改装服务。但随着公司客户的增加，为及时满足客户的路演车辆需要，公司在 2012 年初提前采购一批牵引车和路演车满足以客户需求。未来公司将采用订单采购和提前采购相结合的方式进行采购。

公司通过严格的综合评估，对供应商的资质、资金实力、供应产品的质量、价格、供应能力、交货周期、社会信誉等进行了充分了解，并建立合格供应商的确认体系。公司与主要供应商之间具有了长期合作关系，通过与之签订框架性合作协议，保证了设备供应的稳定性。

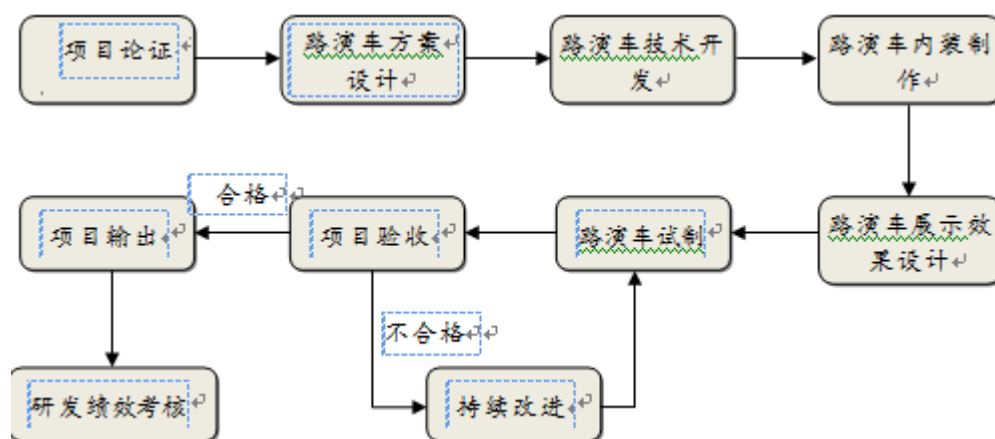
公司具体采购流程如下：



（四）研发模式

路演车改装设计系路演营销服务核心环节，对于公司后续业务开展起到基础支撑作用。公司自成立以来，一直非常重视设计研发，奉行“自主创新、持续改进”的设计研发理念，将创新放在设计研发发展的首要位置。公司秉承以路演车设计研发技术的核心，及时根据市场反馈持续地对既有路演车辆进行技术改造，同时也十分注重新型路演车辆的研究开发。多年的研发经验及追求创新的研发理念是公司产品不断进步和提高客户满意度的重要保障。

公司通过不断摸索，已形成符合本公司实际情况的技术研发流程：



七、公司所处行业情况

（一）行业概况

1、行业分类

公司是移动路演营销整体解决方案提供商，隶属于现代服务业。现代服务业

是随着社会进步、经济发展、社会分工更加专业化而逐步发展起来的；具有智力要素密集度高、产出附加值高、资源消耗少、环境污染少等特点。根据2012年2月19日科技部发布的《现代服务业科技发展“十二五”专项规划》，现代服务业是指以现代科学技术特别是信息网络技术为主要支撑，建立在新的商业模式、服务方式和管理方法基础上的服务产业。它既包括随着技术发展而产生的新兴服务业态，也包括运用现代技术对传统服务业的改造和提升。

依据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引（2012修订版）》，公司隶属于商业服务业（行业代码L72）。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类表》，公司属于其他未列明商务服务业（行业代码：L7299）。

2、行业监管体制

（1）行业主管部门

移动路演营销服务业的主管部门是国家工商行政管理总局，负责行业监督管理和指导行业发展工作。

除此之外，还有其他部门在规范行业的工作中发挥行政监管作用：公安机关交通管理部门对路演车辆进行监管，公安部门对移动路演营销服务公司进行的产品推广和客户推介活动进行监管，车辆改装资质需要工信部装备备案，改装环节涉及喷涂等业务环节的，需公司所在地环保部门进行现场核查。

（2）主要法律法规及政策

（1）主要法律法规：

序号	法律法规名称	颁布部门	实施时间
1	《中华人民共和国广告法》	全国人大	1994 年
2	《中华人民共和国道路交通安全法》	全国人大	2004 年
3	《户外广告登记管理规定》	工商行政管理总局	2006 年
4	《专用汽车和挂车生产企业及产品准入管理规则》	工业和信息化部	2009 年

（2）国家相关产业政策：

序号	政策名称	颁布部门	颁布时间	主要内容
----	------	------	------	------

1	《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006—2020年）》	国务院	2006年	发展信息产业和现代服务业是推进新型工业化的关键。以应用需求为导向，重视和加强集成创新，开发支撑和带动现代服务业发展的技术和关键产品，促进传统产业的改造和技术升级。
2	《现代服务业科技行动纲要》	科技部	2006年	根据国民经济与社会发展中的重大服务领域科技发展需求，突破现代服务业共性服务技术与领域关键技术；研究制定现代服务业标准、规范与模式，初步形成具有自主知识产权的标准规范体系；实施示范工程，强化推广应用并取得明显的社会效益；建立现代服务业科技创新体系，提高自主创新能力；培育一批现代服务业龙头企业，打造现代服务业产业链；推动传统服务业向现代服务业的转型和现代服务业新业态的形成，支撑和引领现代服务业发展，扩大就业，提高现代服务业在国民经济中的比重。
3	《国务院关于加快发展服务业的若干意见》	国务院	2007年	加快发展服务业，提高服务业在第三产业结构中的比重，尽快使服务业成为国民经济的主导产业，是推进经济结构调整、加快转变经济增长方式的必由之路，是有效缓解能源资源短缺的瓶颈制约、提高资源利用效率的迫切需要，是适应对外开放新形势、实现综合国力整体跃升的有效途径。
4	《国务院办公厅关于加快发展服务业若干政策措施的实施意见》	国务院办公厅	2008年	加大服务领域资金投入力度、优化服务业发展的政策环境、加强服务业基础工作
5	《国务院关于推进上海加快发展现代服务业和先进制造业建设国际金融中心和国际航运中心的意见》	国务院	2009年	处理好深化改革与加快发展的关系，坚持以改革促发展，以改革解难题，以改革建制度，为现代服务业和先进制造业发展营造良好体制环境；不断创新服务业态，不断提高制造业的核心竞争力和附加值，全面提升现代服务业和先进制造业的发展水平；处理好加快发展现代服务业与发展先进制造业的关系，

				形成现代服务业与先进制造业相互支撑、相互带动的产业发展格局
6	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》	中共中央	2011年	把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点，营造有利于服务业发展的政策和体制环境，拓展新领域，发展新业态，培育新热点，推进服务业规模化、品牌化、网络化经营，不断提高服务业比重和水平。
7	《国务院办公厅关于加快发展高技术服务业的指导意见》	国务院办公厅	2011年	“十二五”期间，高技术服务业营业收入年均增长18%以上，到2015年，发展成为国民经济的重要增长点，对经济结构调整、发展方式转变的支撑能力明显增强；培育一批创新能力较强、服务水平较高、具有一定国际影响力的骨干企业
8	《现代服务业科技发展“十二五”专项规划》	科技部	2012年	围绕生产性服务业、新兴服务业、科技服务业等重点领域，加强商业模式创新和技术集成创新，突破一批共性关键技术，形成一批系统解决方案，建立完善现代服务业技术支撑体系、科技创新体系和产业发展支撑体系。

(3) 上海市相关产业政策：

序号	政策名称	颁布部门	颁布时间	主要内容
1	《关于上海加速发展现代服务业的若干政策意见》	上海市人民政府	2005年	鼓励设计、创意、科技服务等服务业企业、研发机构以及产学研联合体开展技术创新活动；支持服务产品研发，企业发生的技术开发费可按实计入管理费用，技术开发费比上年实际增长10%以上的，可按照规定再按其实际发生额的50%抵扣当年应纳税所得额。
2	《2009-2012年上海服务业发展规划》	上海市人民政府	2009年	到2012年，推动上海形成国际金融机构和专业服务机构的主要集聚地，形成具有国际竞争力的服务外包集聚地，促进服务外包的跨越式发展。大力支持咨询服务、商务服务、设计创意等与制造业密切相关的生产性

				服务业发展。
3	《上海市国民经济和社会发展的第十二个五年规划纲要》	上海市第十三届人民代表大会	2011年	加快产业结构战略性调整。把结构调整作为转型发展的主攻方向,积极把握国家实施扩大内需战略的机遇,充分发挥市场在资源配置中的基础作用,全面促进城市信息化,着力提升现代服务业能级和水平;积极推动金融改革创新和开放的先行先试。加强对战略性新兴产业、现代服务业、中小企业、重大基础设施建设、社会民生等的金融支持
4	《上海市人民政府关于开展服务业综合改革试点工作的通知》	上海市人民政府	2011年	推动现代服务业集聚发展,按照上海经济社会发展规划和产业结构战略性调整的需要,科学调整服务业空间布局,合理集聚金融服务、航运物流、现代商贸、文化创意、旅游会展、信息服务和专业服务等重点领域。
5	《上海市现代服务业集聚区发展“十二五”规划》	上海市商务委员会	2012年	统筹规划,优化现代服务业集聚区的空间布局;分类推进,促进集聚区的协同发展;创新模式,发挥集聚区的载体作用;完善配套,提升集聚区的综合功能;以人为本,实现集聚区的可持续发展
6	《上海市服务业发展“十二五”规划》	上海市人民政府	2012年	服务业体制机制创新加快推进,逐步形成与国际接轨的服务经济发展环境,服务业新技术、新业态、新模式不断涌现,在服务业制度、技术和商业模式创新方面走在全国前列,专业服务新兴服务业增加值年均增速快于服务业增速,成为全国新兴服务业集聚地。2015年,服务业增加值占全市生产总值比重达到65%左右。

(二) 行业现状

1、移动路演营销服务业概况

移动路演营销服务是一种能有效促进产品销售、提升品牌形象、扩大企业影响力的新型营销服务业态。《现代服务业科技发展“十二五”专项规划》指出服

务业的快速细分不断催生出新的服务业态，推动新兴服务业态和服务模式不断涌现，为现代服务业提供了更大的发展空间。《国家“十二五”规划》、《国务院关于加快发展服务业的若干意见》等均提出要尽快使服务业成为国民经济的主导产业，把加快发展服务业作为一项重大而长期的战略任务抓紧抓好。

改革开放以后，中国经济持续高速发展，开始在某些小范围地区出现利用路演车来进行移动式推广活动这种新型模式，一般是由组织或企业自己购买车辆，进行简单的装修布置，利用车身广告配以简单的音响喇叭来进行移动式宣传。在这一发展阶段，移动路演营销活动形式简单、活动范围有限、缺少专业的服务公司和从业人员，仍处于行业发展的初级阶段。

从 2003 年开始，一批专业从事移动路演营销服务的公司在中国出现，将国外成熟市场的专业路演服务运营模式引入中国。专业的服务不仅为路演服务公司赢得了良好的口碑，而且有力推广了移动路演营销这一新颖营销模式。在这一时期，百威啤酒、诺基亚、派克汉尼汾、青岛啤酒、华为、中国移动等一批优秀的国内外企业纷纷在中国采用这一营销模式，均取得理想的营销效果，移动路演营销模式也开始逐渐被企业和消费者所接受。

2008 年，北京奥运会在中国举办，可口可乐、联想等众多品牌均采用了移动路演营销模式来参与奥运火炬接力活动，活动行程 97 天，途经全国 112 个城市。2009 年，“家电下乡”活动开始在全国推广，路演车成为配合活动的最佳展示工具，TCL、海尔、长虹等众多知名品牌均采用移动路演营销来配合“家电下乡”活动。

2009 年之后，在奥运火炬接力和“家电下乡”活动的示范效应带动下，移动路演营销模式开始深入人心，整个行业迅速发展。尤其是在三四线城市，外形各异的路演车在活动当地能激发人们强烈的好奇并引发广泛的轰动效应，这为产品宣传和品牌塑造提供了良好的环境氛围。

2、行业技术水平

移动路演营销在我国虽然出现较晚，但经历了较快的发展过程。伴随着移动路演营销行业的发展，路演车技术在国内也经历了几个阶段的发展。目前，中国

移动路演营销专业服务公司已经基本掌握了路演车的设计技术，市场上相关的车辆改装技术也日渐成熟。

伴随着国内专用车辆改装技术的发展，尤其是机械自动化技术和机电一体化技术在路演车上的应用，国内路演车的发展主要经历了以下几个阶段：

第一代路演车：机械自动化技术程度较低，车身装饰简单，相当于移动的平面广告，主要靠车身广告以及配备的音响来吸引推广终端的注意。如下为第一代路演车图示：



第二代路演车：复杂程度逐渐提升，实现了机械半自动化机械，技术含量逐步增加，以展开式舞台车为主，车厢可展开，成为简单的活动平台。如下为第二代路演车图示：

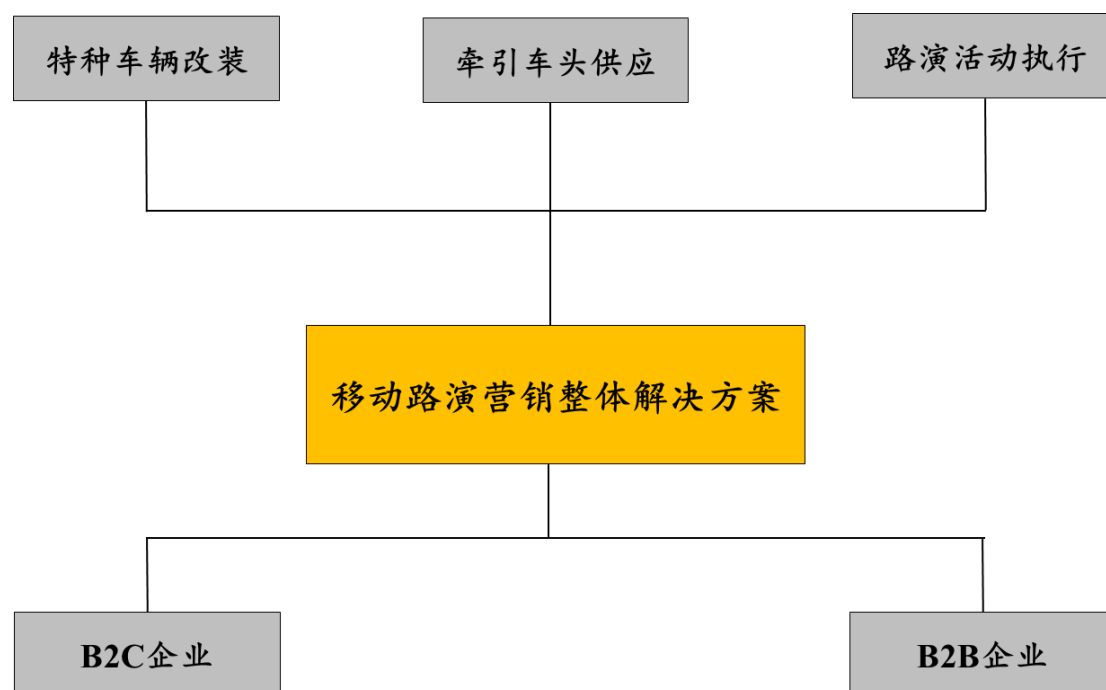


第三代路演车：随着客户个性化需要以及机械自动化技术和机电一体化技术的在移动路演车上的深入发展，路演车的构造更为复杂，科技含量更高，车厢为可扩展空间，能通过液压等方式实现向前后、左右等方向的空间扩展。路演车的展开收起基本实现了自动化，一些新型的路演车还配备了数字多媒体设备，可通过其装备的数据采集系统实现实时的数据采集及分析功能。如下为第三代路演车图示：



和移动路演营销发展成熟的美国市场相比，中国路演车技术还有进步的空间。美国市场的路演车设计自由度更高，为达到吸引眼球的目的可以对路演车进行随心所欲的设计与改装。目前美国市场路演车技术的发展方向是时尚化和科技化。时尚化是指将时下的时尚元素整合进路演车，科技化是指向“变形金刚”的方向发展，用钢铁机械分解重组的炫目效果来吸引消费者。国内路演车的长宽高会受到交通部门管制的标准限制，这在一定程度上限制了国内技术的发展。

3、行业上下游产业链关联性



公司产业链上游为特种车辆改装企业、路演车车头供应商和演艺外包提供商等。

上游产业中特种车辆改装企业为公司提供专业车辆定制化生产服务。根据《中国汽车工业年鉴》统计，2010 年全国共有 443 家有特种车辆改装资质生产企业，由于路演车辆对于精度、强度、工艺等技术要求较高，目前仅有 10 家左右车辆改装企业有能力生产。目前提供路演车定制的特种车辆改装企业中技术工艺较为先进的主要有重庆迪马工业有限责任公司、常熟华东汽车有限公司和中集车辆（集团）有限公司等。

重庆迪马工业有限责任公司，系重庆迪马实业股份有限公司（股票代码 600565）旗下的全资子公司，专业从事高技术特种车的研制，生产和销售，是业内综合实力最强、产品最丰富的企业之一。

常熟华东汽车有限公司于 1971 年创建，1979 年被机械部列为改装车定点厂，是国家专用汽车行业重点企业，江苏省高新技术企业。

中集车辆（集团）有限公司，是中国国际海运集装箱（集团）股份有限公司（股票代码 A 股 000039，B 股 200039）的全资子公司，主要提供各类专用汽车

的制造与销售服务，是目前国内最大的专用汽车企业集团之一。

路演车车头供应商提供半挂牵引车头，国内半挂牵引车在成本 and 价格上有较大竞争优势，但目前在技术和质量上与国外企业相比仍有较大差距，因此主要占据了中低端市场，而高端市场则由国外品牌占据。目前国内半挂牵引车生产企业主要有中国重汽、中国一汽、陕汽集团、北汽福田等，国外品牌主要有奔驰、沃尔沃、佩卡等。路演车由于具有行驶时间长、范围广和路况复杂等行业特点，对于车辆性能有较高要求，因此一般选用进口品牌重卡牵引车头。此外，车辆外形也是路演车行业十分重视的一个方面。沃尔沃旗下的美国马克（MACK）卡车有限公司生产的拥有独特的“长鼻子”外形的 MACK 牵引车头，以及美国佩卡集团生产的肯沃斯（KENWORTH）牵引车（《变形金刚》中擎天柱的原型车）格外受到路演客户的喜爱。

演艺外包服务商提供路演活动所需主持、演员等人员。总体而言上游服务商发展较为成熟，行业内生产企业较多，货源充足，价格一般波动不大，其产品质量、技术水平、供给状况能满足企业需求，对本行业稳定发展较为有利。

公司下游行业主要为 B2C 企业、B2B 企业，其中 B2C 企业包括快速消费品、家用电器、汽车、零售等行业，具有代表性的有可口可乐、联想、奥迪；B2B 企业包括通信设备、机械化工等行业，具有代表性的有华为、SKF、派克汉尼汾。

（三）行业市场规模

公司为客户提供专业移动路演营销整体解决方案。营销服务市场是随着居民消费能力提升、市场竞争加剧而不断发展的。随着社会进步和人们自主意识的提高，传统营销模式的效果日趋饱和，边际效应递减明显，新型的移动路演营销模式优势凸显，发展潜力巨大。

移动路演营销起源于美国，在快速消费品行业、工业产品行业、政治军事和公益等领域都得到广泛的应用与发展，移动路演营销在美国的出现、兴起与持续发展历程对该行业在其他国家与地区的发展有深刻的借鉴价值。

1、美国移动路演营销服务业发展历程及规模

美国移动路演营销开始于 1936 年，该行业的兴起得益于美国交通基础设施

的完善。1940 年，美国第一条高速公路建成，从上世纪五十年代中期开始的三十年间，是美国高速公路发展最迅猛的时期，到了上世纪八十年代，美国已经基本建成以州际为核心的高速公路网，其总里程超过其他国家高速公路里程的总和，连接了美国所有 5 万人以上的城镇，这为移动路演营销服务业的高速发展提供了足够的硬件支持。

从上世纪 70 年代开始，美国移动路演营销服务业保持了高速发展。传统营销模式投入大命中率低，在消费者互动体验和精准吸引目标消费者上有明显瓶颈。企业更希望通过营销活动在短时间内近距离接触目标消费者，给消费者带来直接体验，促进消费者与品牌或产品的互动，这些恰恰是传统的媒体广告所欠缺的，移动路演营销有效满足了这一市场需求。

到了上世纪末，美国移动路演营销服务业已经基本成熟，行业规模庞大，行业参与者众多。市场参与者一般有知名广告公司、体验营销公司、专业路演营销公司、活动策划公司等，且以市场营销公司（如广告公司，活动策划公司）为主，而专业从事路演移动路演营销的公司所占的市场份额并不大。据统计，美国移动路演营销行业有 500-1000 家规模不同的公司，行业排名前十名的公司，大约能占到全行业 3.4% 的市场份额，市场高度分散。

21 世纪以来，美国的企业对于移动路演营销这种市场营销模式的接受度越来越高，移动路演营销市场稳步增长。多种类型的移动路演营销服务提供商在行业中兼容发展，不仅包括专业的路演移动路演服务商，也包括活动策划公司和广告公司等。移动路演营销服务的行业或领域在持续扩大，从最开始的快速消费品行业，到面向企业客户的工业产品行业，再到政治军事宣传与公益宣传领域，移动路演营销的经济价值与社会价值正日益凸显。

移动路演营销在美国的快速发展得益于以下几个方面：

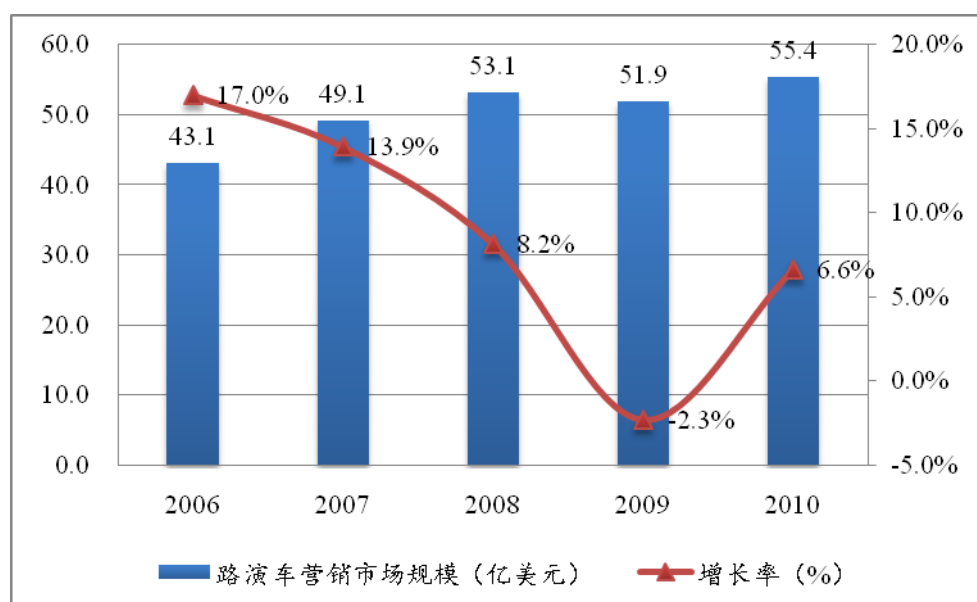
- （1）地域广阔，人口聚集地较为分散，非常契合移动路演营销模式的特点；
- （2）交通基础设施完善；
- （3）传统营销模式遇到营销瓶颈，移动路演营销有很强的互补效果。

2009 年，随着金融危机达的爆发和蔓延，移动路演营销也相应受到影响，

美国移动路演营销市场的市场规模从 2008 年的 53.1 亿美元降至 2009 年的 51.9 亿美元，降幅约为 2.3%，同期美国广告业降幅达 12.3%，相较之下，因为投入成本与效果较好，移动路演营销服务业受金融危机的冲击要小很多。

2010 年，随着经济复苏，美国移动路演营销市场的市场规模达到 55.4 亿美元，比 2009 年增长 6.6%，相较于广告业 4.6% 的增长率来说，移动路演营销市场的复苏速度更快，增长势态更好。综合来说，美国移动路演营销市场占广告市场比例由 2006 年的 2.9% 增长至 2010 年的 4.2%，成为众多营销模式中一支非常重要的新兴力量。2006-2010 年美国移动路演营销市场规模和增长速度如下：

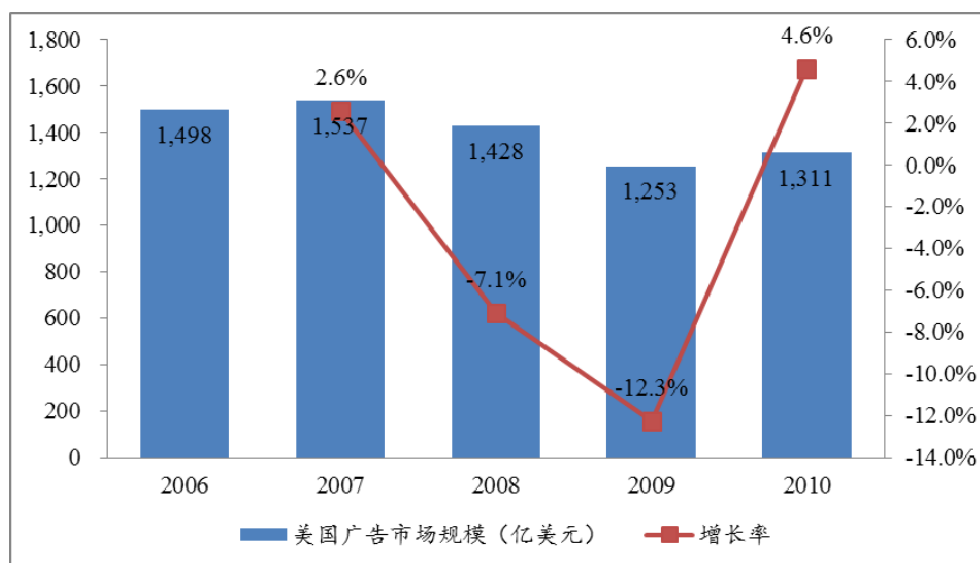
图 7-1 2006-2010 年美国路演车营销市场规模及增长情况



数据来源：《中国广告》

同期作为传统营销方式代表的广告业在美国的市场规模及增长率如下：

图 7-2 2006-2010 美国广告市场规模及增长情况

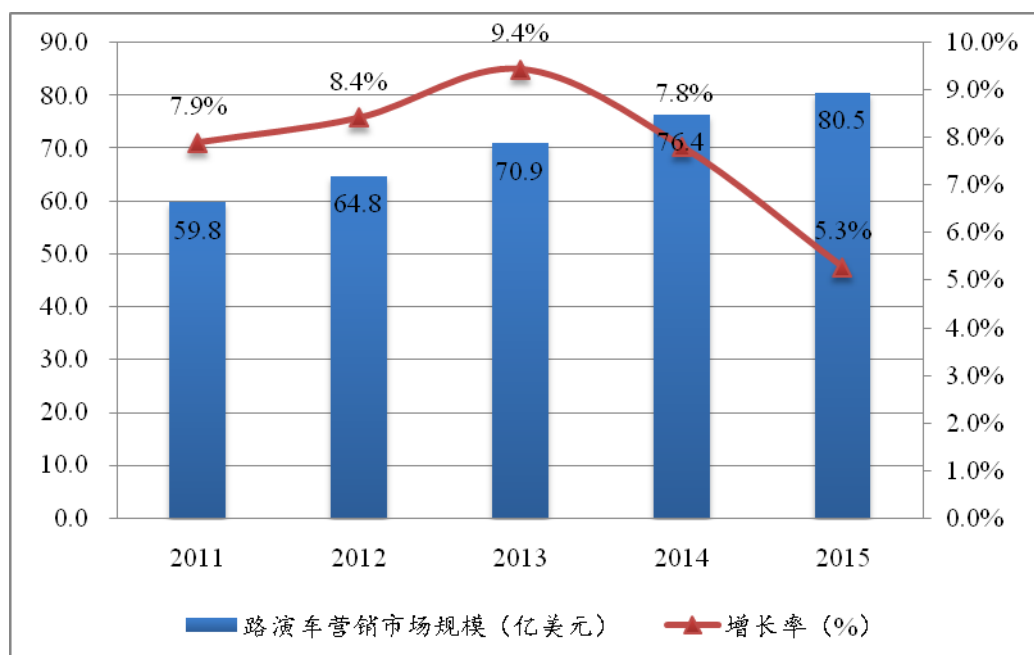


数据来源：TNS Media Intelligence& Kantar Media

通过对比可以看出，美国移动路演营销市场发展情况整体好于广告业发展，即使在经济危机最严重的 2009 年也仅下降 2.3%，而同期广告业下降 12.3%。美国 Event Marketing Institute（EMI）的研究指出，移动路演营销的最大优势是能为客户直接带来销售增长，其次是增进消费者对产品和品牌的认知度，在经济环境复苏缓慢的情况下，能直接提升产品销售这一优势的重要性被放大，移动路演营销这一模式也变得更受客户欢迎。

随着经济的复苏，2011-2013 年美国移动路演营销市场增长率出现了小幅反弹，并于 2013 年达到金融危机后市场增长率的顶峰 9.4%。随后，预测美国移动路演营销市场将进入平稳增长阶段，至 2015 年，美国移动路演营销市场的市场规模预计将超过 80 亿美元。总体而言，2011-2015 年，美国移动路演营销市场的市场规模预计会以年均 7.7% 的速度增长。2011-2015 年美国移动路演营销市场预测情况如下：

图 6-3 2011-2015 年美国路演车营销市场规模预测情况

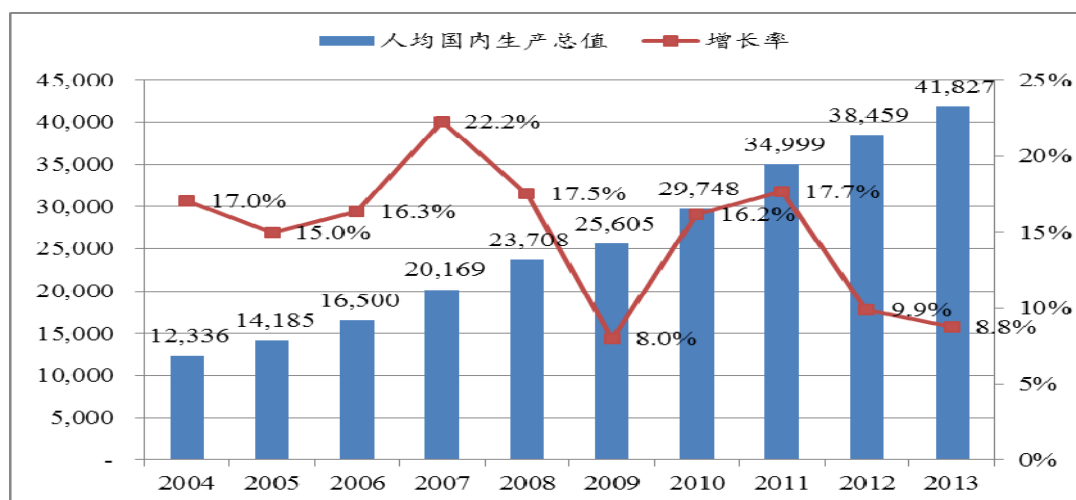


来源：《中国广告》

2、中国移动路演营销服务业的发展历程及市场规模

经过 30 多年的改革开放，中国经济发展步入新的历史时期。近十年来，中国经济一直保持高速发展，人均国民生产总值从 2004 年的 12,336 元快速增长到 2013 年的 41,827 元，以 2013 年的平均汇率换算，已经超过 6,600 美元。根据国际发展经验，一个国家人均 GDP 超过 2000 美元，消费将进入快速增长期，超过 3,000 美元，居民消费升级趋势将十分明显。

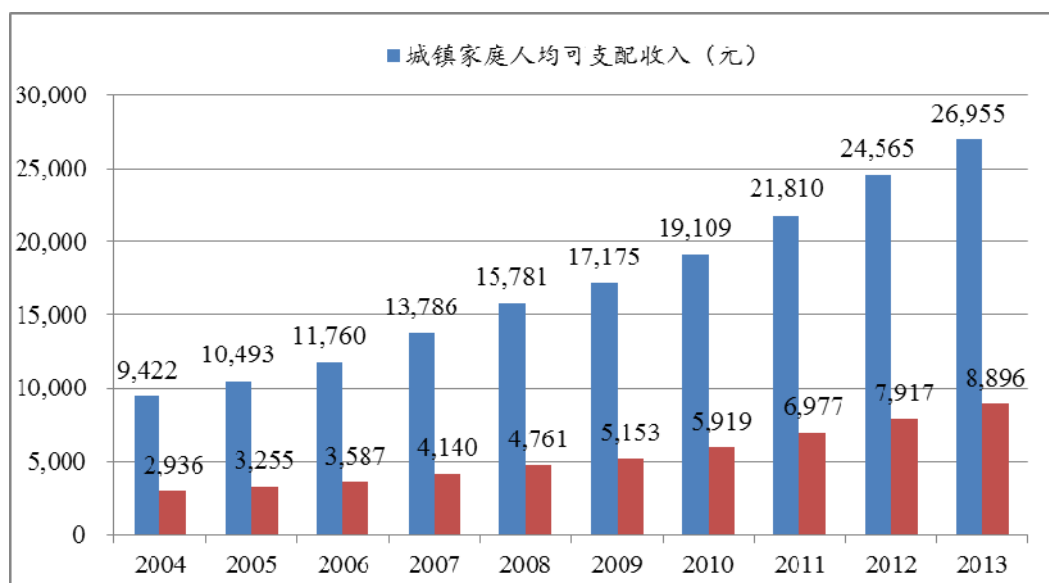
图 6-4 2004-2013 年中国人均国民生产总值及增长情况



数据来源：中国国家统计局

随着经济的发展，中国居民收入持续增长，消费能力大大提升。从 2004 年到 2013 年，中国城镇家庭人均可支配收入由 9,422 元上升至 26,955 元，年复合增长率约为 12.4%，同期农村家庭人均纯收入由 2,936 元上升至 8,896 元，年复合增长达到 13.1%。

图 6-5 2004-2013 年中国城镇家庭人均可支配收入和农村家庭人均纯收入

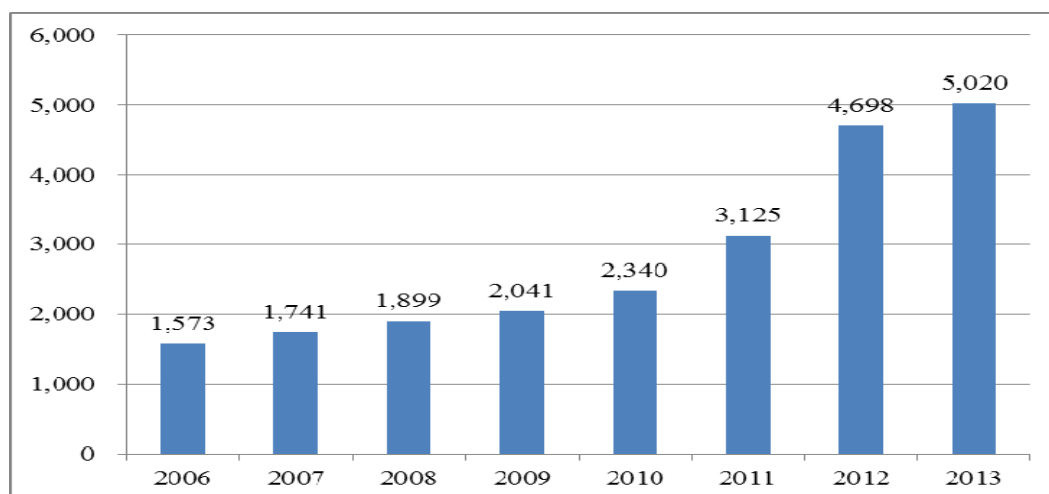


数据来源：中国国家统计局

中国巨大的消费市场及其可观的发展潜力为全球企业带来机遇，国内外企业纷纷加强在中国的营销投入，中国广告市场增长迅速。2006 年，中国广告业市场只有 1,573 亿元，到了 2013 年，市场规模已经达到 5,020 亿元，年复合增长

18%。

图 6-6 2006-2013 年中国广告业市场规模（亿元）

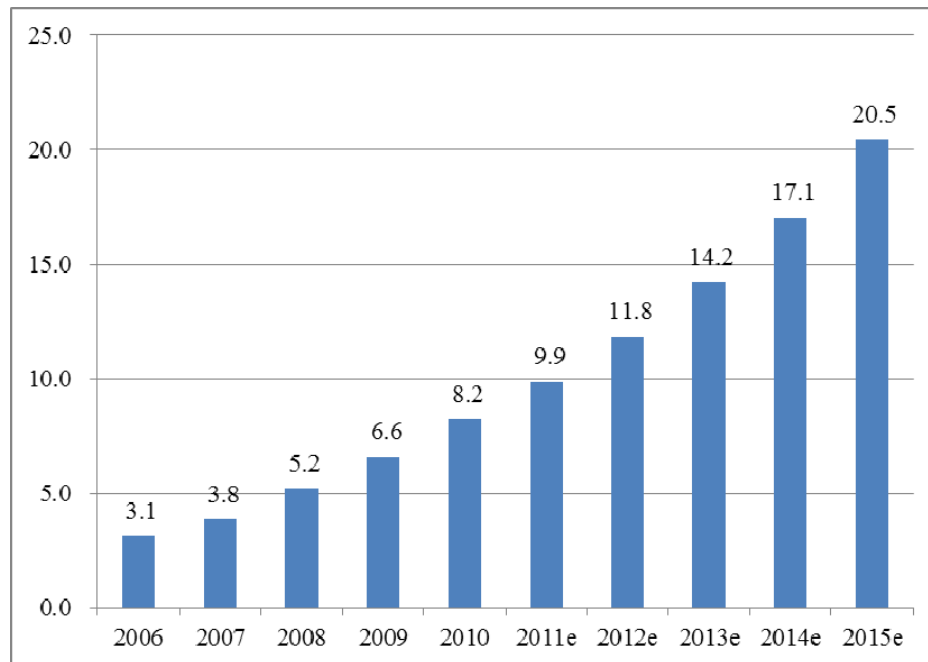


数据来源：中国广告年鉴

2006 年，中国移动路演营销服务业的市场规模仅有 3.1 亿元，到了 2010 年，该数值已经增加到 8.2 亿元，4 年间复合增长率达到 27.5%。2008 年爆发的国际金融危机不仅没能阻挡移动路演营销行业在中国的发展步伐，反而为行业提供了又一发展契机：受金融危机影响，世界 500 强企业及国内大型企业更加重视对中国市场的开拓，在销售压力和成本控制的双重影响下，这些企业更倾向于提高性价比高又能直接促进终端销售的移动路演营销模式投入。

目前，中国移动路演营销市场正在逐步走向成熟，对照美国市场的发展历程，中国的高速公路发展布局已经基本完成，截至 2010 年底，全国高速公路长度达 7.41 万公里，这为移动路演营销服务业的发展铺平了道路。预计今后 5 年行业年增长将保持在 20% 以上，如以 2010 年后每年复合增长率 20% 计算，到 2015 年，中国移动路演营销服务市场的规模将达到近 20.5 亿元。

图 6-7 中国移动路演营销服务业市场规模（亿元）



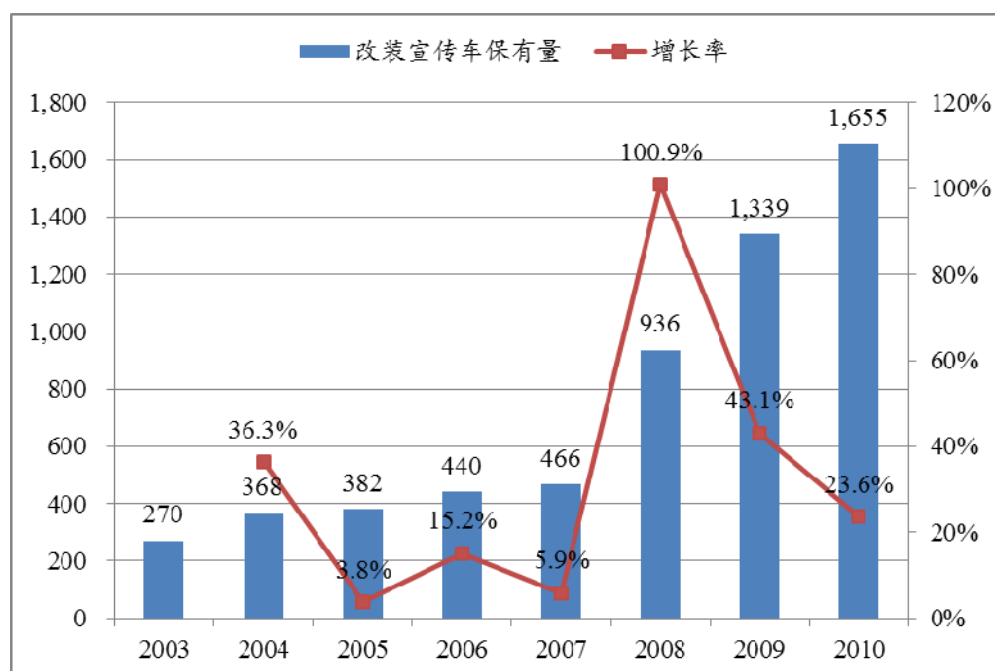
数据来源：《中国广告》

从路演车数量统计角度来印证《中国广告》发布的市场数据：

根据《中国汽车工业年鉴》中的统计分类，改装宣传车分为客厢式宣传车和货厢式宣传车，特指车体或厢体经过明显结构改变或调整的车辆。从移动路演营销服务业的实际经营情况来看，一些小型车不需要经过改装，只需进行简单的装饰布置后就能投入运营，这部分车辆情况并没有被统计在内。由于路演车并没有作为一个独立的分类项目来进行统计，我们以改装宣传车数量作为路演车数量对市场进行保守估算。

中国每年改装宣传车数量在 2008 年之前一直缓慢增长，年改装数量一般不超过 100 辆。从 2008 开始，改装宣传车的数量实现突破性增长，每年改装车数量达到 300-500 辆。车辆的更换周期一般在 10 年左右，以此统计，2003-2010 年的改装宣传车保有数量如下图所示：

图 6-8 2003 年-2010 年的改装宣传车保有数量

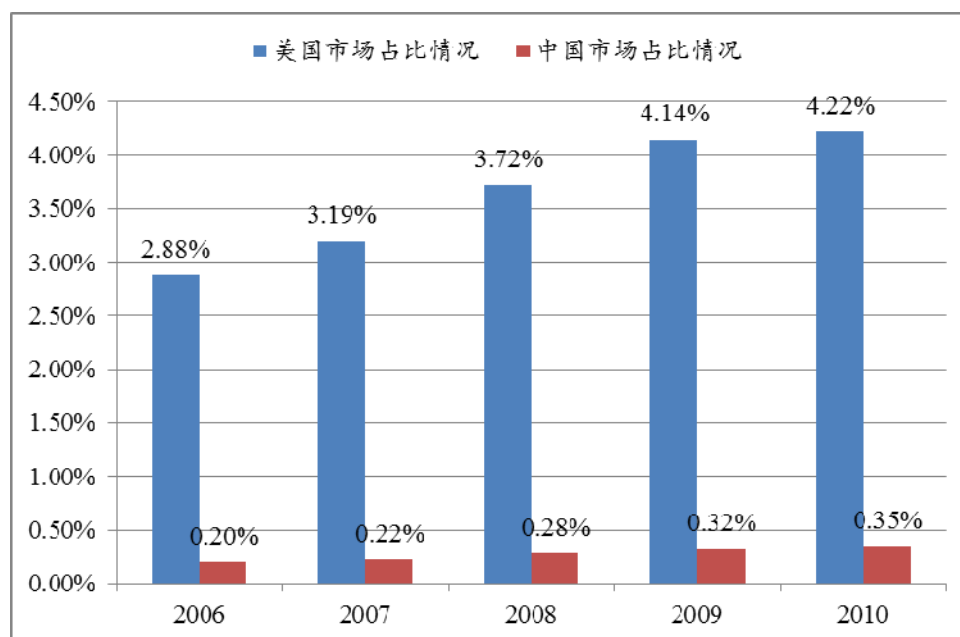


来源：汽车工业年鉴

根据对目前市场报价的了解，行业中平均每辆车的产生效益在 50 万元左右，据此推算，2010 年，中国移动路演营销服务业的市场规模为 8.3 亿元。

与美国同行业相比，中国移动路演营销服务业的发展程度还很低，以 2010 年为例，美国移动路演营销服务业的市场规模占广告业规模的 4.2%，而在中国，这一比例还不到 0.4%，因此，预计未来移动路演营销服务市场在中国还有很大发展空间。以下是美国与中国移动路演营销服务业市场规模占广告业规模的占比情况对比：

图 6-9 美国与中国移动路演营销服务业市场规模占广告业规模的占比情况



数据来源：根据《中国广告》，《中国广告年鉴》中相关数据整理

（四）行业发展前景及趋势

1、行业的核心营销工具——路演车将会向多样化方向发展

移动路演营销最显著的特点就是借助路演车这一新型营销工具。路演车装饰美观，外形各异，还能展开成为不同的活动平台。尤其是大型路演车，造型刚毅大气的牵引车头配以可长达 13 米的车厢，给人十分强烈的视觉冲击，在消费群体中容易形成轰动效应，吸引消费者眼球。客户选择移动路演营销模式正是看中了路演车造型独特、形式新颖的特性。随着社会的发展和市场的成熟，客户对路演车“求新求变”的需求越来越强烈。

另一方面，国内日趋成熟的设计和改装技术为路演车向多样化方向发展奠定了基础。经过十多年的发展，中国移动路演营销专业服务公司已经基本掌握了路演车的设计技术，市场上相关的车辆改装技术也日渐成熟。例如：基础框架牢固技术、安全检测技术、大屏幕安装技术、舞台液压技术、多层箱体抽拉技术、维护保养技术等，这些成熟的技术和经验使路演车更美观、更安全、更耐用、更多样化。

2、移动路演营销由大中城市向三四线城市甚至农村地区渗透

由于世界经济复苏进程迟缓，出口拉动中国经济增长的因素正逐渐减弱。为

了促进内需和出口协调发展，政府各部门深入贯彻落实科学发展观，陆续出台了“家电下乡”、“汽车下乡”等拉动二三线城市和农村消费带动生产的一系列重要措施，中国广阔的农村市场正在被激活，呈现出巨大的发展潜力。

移动路演营销目标人群明确、用户体验性强和成本较低的特点使其成为一种适应农村特点的高效推广方式。同时，中国幅员辽阔各地差异很大，随着中国市场经济的发展，市场不断细分，品牌自身的下沉需求日益增加。移动路演营销形式的推广手段能够有效帮助客户，将活动、品牌、产品、服务、促销和培训结合起来，行之有效地完善下沉的各个环节。

近几年，移动路演车在三四线城市开展营销活动造成的轰动性效应甚至超出了专业从业人员的预想；与各类元素丰富的大城市相比，中国三四线城市的文化生活则相对单一，广大农村的文化生活则相对匮乏，这是移动路演活动在这些地区受到热烈欢迎的最主要原因。移动路演让当地居民觉得耳目一新，人流汇聚则让参与者有一种节日聚会的感觉，在如火如荼的活动现场，消费者人群热情高涨、心情愉悦，对于产品和品牌的接受程度大大提高。

3、整个行业向综合性服务方向发展

随着企业客户和消费者群体对移动路演营销接受程度的提高，需求也在不断提高，对活动形式、活动氛围、活动场地、互动体验都有更高的要求。正是需求的多样化与不断提高，促使整个行业向综合性服务的方向发展。

首先，路演车的设计与装饰是吸引消费者眼球的重点。路演车向结构更复杂、外观更具冲击力、“变形金刚”式的机械变形能力、时尚化与科技化的方向发展，这对从业企业的研发设计能力提出了更高的要求；

其次，活动的整体策划是营销活动顺利进行的基础。要求从业企业能对活动地点、活动路线、活动形式有整体的规划和把控能力；

再次，活动组织与路演车运营能力是营销活动成功的关键。客户要求移动路演营销服务公司具备在不同城市组织活动的经验，能根据当地习俗与人群特点充分调动消费者的参与热情，还要求具备良好的路演车运营能力，能适应国内复杂的路况与巨大的气候差异；

最后，活动数据收集与反馈是移动路演营销模式的竞争优势之一。客户选择移动路演营销模式的原因之一就是移动路演营销能精准收集活动数据与参与者信息，能对活动效果给出精确的反馈，为企业提供决策参考，这是传统营销模式所不具备的。因此，活动数据收集与反馈成为行业的重要服务项目之一，被越来越多的客户所重视，有成为行业标准服务项目的趋势。

（五）行业主要壁垒

1、专业的行业服务经验壁垒

移动路演营销服务业涉及活动创意、策划、运营和车辆设计、装饰、运营等多方面服务内容，对行业的了解和服务经验的积累尤为重要。一般的策划公司、广告公司，虽然在活动策划能力上有一定的经验，但是对于路演车不是很熟悉，设计出的移动路演方案很有可能不切实际、或安全性不能通过。行业内的优势企业经过多年的实践摸索积累了较为丰富的行业经验，新进入企业难以在短期获得相应的行业经验积累，需要较长时间进行摸索与积累。

2、专业人才和技术壁垒

移动路演营销服务业属于知识密集、技术密集、人才密集型产业。移动路演营销的各个环节，包括品牌规划、活动策划、创意与设计、市场研究、车辆设计装潢等整合营销推广的运营需要较高的人才素质和技术水平。特别是在实际操作方面有多年经验，既熟悉移动路演营销服务环节的各项业务，又对路演客户所在行业有较深理解的人才在移动路演营销行业尤为稀缺。因此，本行业对新进入企业有较高人才壁垒。

3、客户资源壁垒

大型商业客户对移动路演营销服务商提供整体服务能力有较高要求，移动路演营销服务提供商需经过对企业资质、服务能力、服务经验、技术实力、服务品质等多个方面严格的考察，并经历长期的磨合，双方将形成长期稳定的合作关系，这对新进入者形成了较高的壁垒。

4、资金壁垒

移动路演营销需要以路演车作为载体，路演车需要满足不同客户、不同市场、不同路演地点的需求。进入本领域需要投入大量资金购置各类路演车辆，建立车辆运营维护中心，因此本行业有一定资金壁垒。

5、数据积累和数据分析的壁垒

移动路演营销为客户推广产品品牌，要获得良好营销效果，首先，移动路演营销公司需要根据目标人群的喜好而设计路演车及活动内容；其次，需要选择目标人群活动频繁的地点进行活动；最后，移动路演活动中的礼品、奖励等会被目标人群带走，从而也通过口碑传给新的目标人群。做好这些移动路演运营工作需要大量细致、专业的环节，如定位客户本次移动路演活动的主题、主要目标人群定位、路演活动的规划、路演车的选择、路演活动的内容及组织形式等，而这些细致、专业环节背后是丰富的移动路演营销数据的积累和数据分析作为支撑，因此，对行业新进入者而言，没有较长的移动路演车运营数据积累基础和专业的数据分析能力比较难以做到专业化的移动路演营销服务。

（六）影响行业发展的主要因素

1、有利因素

（1）国家及地方产业政策的重点扶持

加快发展服务业，尽快使服务业成为国民经济的主导产业已经成为一项重大而长期的国家战略任务。

2007年3月，国务院发布的《国务院关于加快发展服务业的若干意见》明确提出要加快发展服务业，提高服务业在第三产业结构中的比重，尽快使服务业成为国民经济的主导产业。2011年3月发布的《国民经济和社会发展规划纲要》提出把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点，营造有利于服务业发展的政策和体制环境，拓展新领域，发展新业态，培育新热点，推进服务业规模化、品牌化、网络化经营，不断提高服务业比重和水平。移动路演营销行业兼具《十二五规划纲要》提出重点发展的高技术服务业和商务服务业的双重特性，享受国家和地方相继出台的一些相关政策扶持。

2012 年，科技部颁布的《现代服务业科技发展“十二五”专项规划》，该规划指出围绕新兴服务业、科技服务业等重点领域，加强商业模式创新和技术集成创新，突破一批共性关键技术，形成一批系统解决方案，建立完善现代服务业技术支撑体系、科技创新体系和产业发展支撑体系。开展一批具有引领和带动作用的示范应用，培育一批现代服务新业态，打造一批知名服务品牌。建设一批现代服务业产业化基地，推动现代服务业集群的形成和发展，显著提高现代服务业比重和水平。

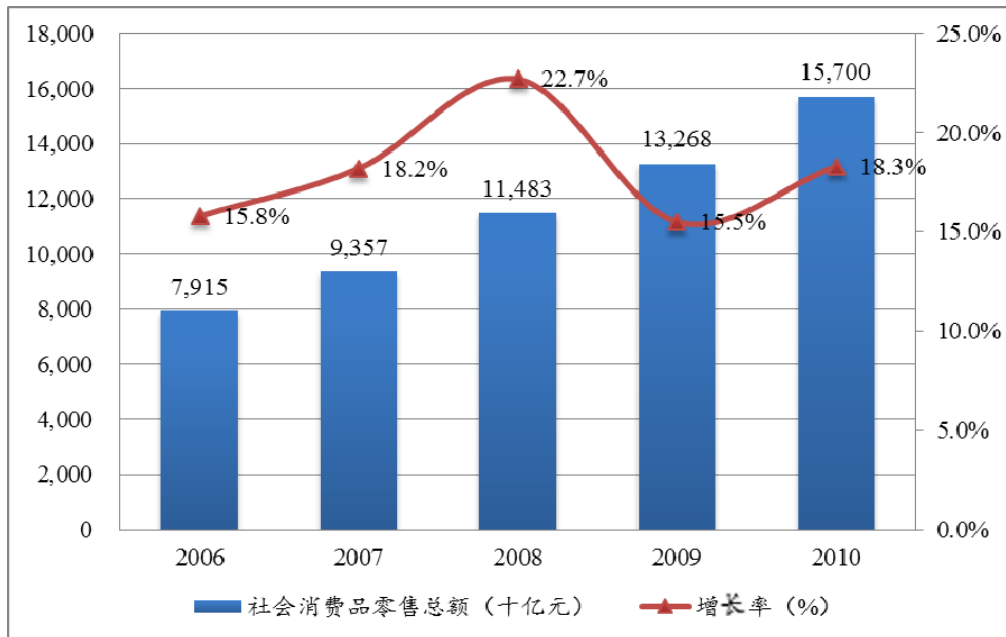
2011 年，上海市人大通过并发布了《上海市国民经济和社会发展的第十二个五年规划纲要》。该纲要指出着力提升现代服务业能级和水平，加强对现代服务业的金融支持，加强科技在服务业中的推广应用，鼓励各类新兴服务业态发展。

2012 年，上海市人民政府颁布了《上海市服务业发展“十二五”规划》，提出要顺应经济全球化、社会网络化和分工专业化的新趋势，推动新技术应用和商业模式创新，引导和满足多样化市场新需求，积极专业服务等新服务业，进一步增强服务业发展后劲。力争在 2015 年，服务业从业人员占全社会从业人员比重 60%左右，服务业增加值占全市生产总值比重 65%左右，服务业增加值年均增速快于全市经济 2 个百分点。

（2）宏观经济向好，为移动路演营销行业发展造就了良好的发展环境

十一五期间，国民经济保持平稳快速的增长，社会消费品零售总额持续高速增长，由 2005 年的 79,145 亿元增长至 2010 年的 156,998 亿元，复合增长率达 18.7%。依托宏观经济走势，消费品市场的持续增长为广告市场注入了动力，推动了企业广告投入持续增长，也带动移动路演营销市场的持续升温。2005-2010 年国内社会消费品零售总额如下：

图 6-10 2005-2010 年国内社会消费品零售总额及广告市场规模情况



数据来源：国家统计局

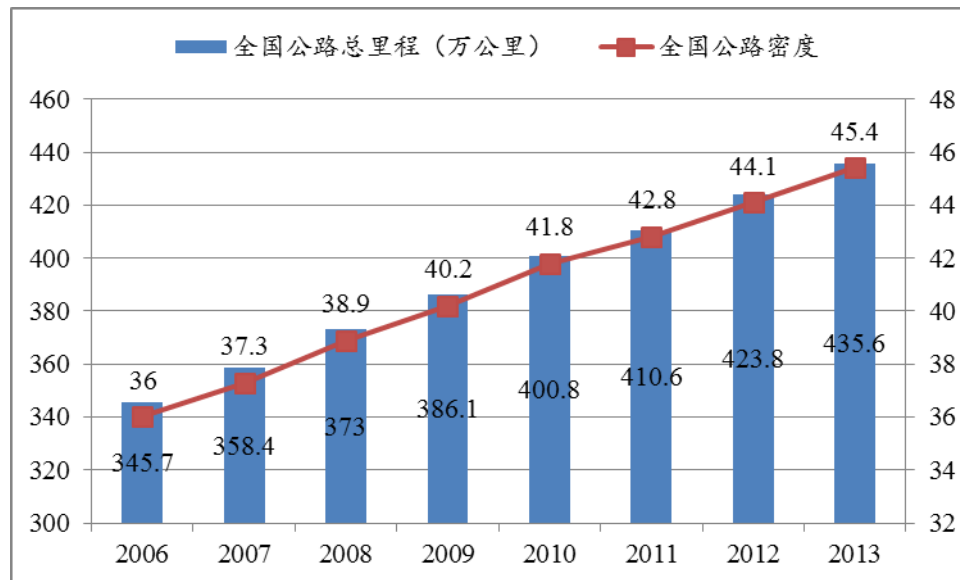
《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》指出，未来五年我国经济仍将较快发展，国内生产总值预计年均增长 7%。国家仍将以扩大国内需求特别是消费需求为基本立足点，促使经济增长由主要依靠投资和出口拉动转变为投资与消费、内需与外需协调拉动。可以预见，国民经济和内需的持续增长，将有效地拉动移动路演营销行业持续、快速的发展。

（3）国内公路网络建设日趋完善

移动路演营销服务的发展与公路建设的发展息息相关，因为移动路演营销常是巡回性的，整个路演活动需要跨越许多地区。完善的公路交通基础设施是移动路演营销服务能顺畅执行的先决条件，也为移动路演营销提供了诸多便利，如减少巡回路演路程中的车辆损耗，保障行驶安全、提高路演车辆准时到达活动现场的准点率等。十一五以来，随着我国公路交通事业的高速发展，高速公路的发展布局已基本完成，为国内移动营销服务业的发展铺平了道路。据国内公路水路交通运输行业发展统计公报数据显示：至 2013 年年底，全国公路密度达 45.4 公里/百平方公里，公路总里程达 435.6 万公里，比上年末增加 11.8 万公里；其中全国高速公路达 9.62 万公里，比上年末增加 1.08 万公里，总里程数位居世界第二。

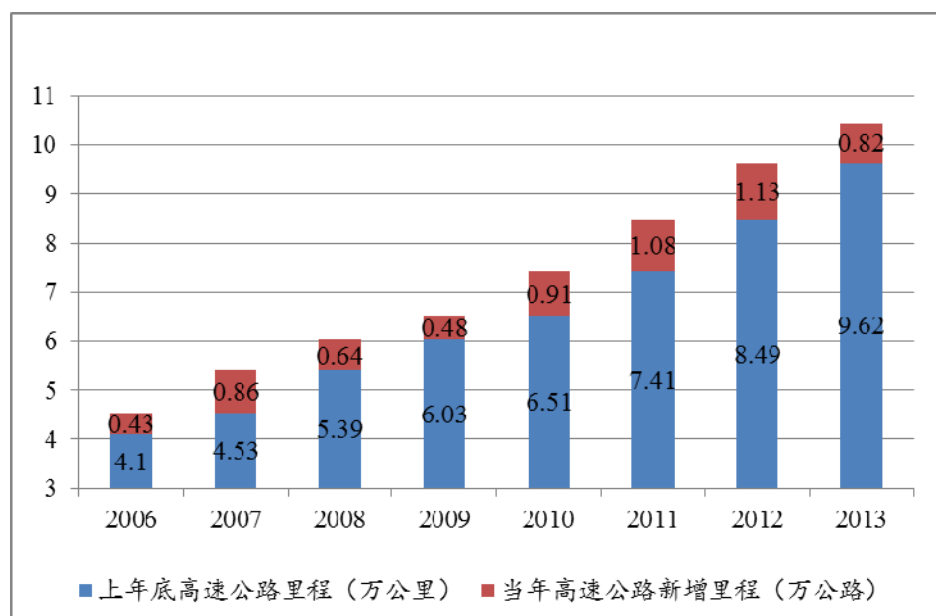
2006-2013 年全国公路总里程及公路密度和 2006-2013 年全国高速公路里程如下图：

图 6-11 2006-2013 年全国公路总里程及公路密度



数据来源：交通运输部综合规划司

图 6-12 2006-2013 年全国高速公路里程



数据来源：交通运输部综合规划司

（4）品牌营销区域下沉趋势日益明显

由于世界经济复苏进程迟缓，外需拉动经济增长的因素正逐渐减弱。为了促进内需和外需协调发展，政府各部门深入贯彻落实科学发展观，陆续出台了“家电下乡”等拉动农村消费带动生产的一系列重要措施。中国广大的农村人口构成了中国人口金字塔结构中庞大而又厚重的塔基层。移动路演营销目标人群明确、用户体验性强和成本较低的特点使其成为一种适应农村特点的高效推广方式。同时，中国幅员辽阔各地差异很大，随着社会主义市场经济的发展，市场不断细分，品牌自身的下沉需求日益增加。移动路演营销形式的推广手段能够帮用户所需，将活动、品牌、产品、服务、促销和培训结合起来，行之有效地完善下沉的各个环节。

（5）专用车改装和现代数码信息技术的发展

20 世纪 90 年代以来，国内汽车工业迅猛发展，国内汽车工业技术也得到快速的提升，一些高新技术开始在专用汽车改装上得到广泛的应用，不论是液压举升装置、排料卸料装置、计量测量装置、机械作业装置，还是制冷保温装置、安全防护装置、自动控制装置、作业监视装置；不论是各类缸、泵、阀、仪表等总成，还是各种箱体、罐体等车身结构，均在专用汽车上得到了广泛应用，在一定程度上满足了新形势下用户对专用车产品的多样化需求。

同时在 2000 年以后，随着现代科学技术的发展，尤其是数码技术和网络信息技术逐渐应用于现代服务行业，伴随着互联网，数字多媒体，移动通讯等技术的发展，便利的公共 Wifi 环境、视屏互动、微博互动、社交网络等成为了消费者获取商品品牌信息的推广平台，也成为移动路演营销的有力工具，同时移动路演营销也为其提供丰富的互动内容。因此，数码技术和网络信息技术的发展对移动路演营销领域的发展，具有很强的推动作用。

整体而言，现代数码信息技术和专用汽车改装技术的发展为移动路演营销服务行业的发展提供了重要的技术基础。

2、不利因素

（1）行业处于发展初期，还不够成熟

国内专业移动路演营销服务行业起步较晚，只有少数企业具备了新型移动路

演营销专业服务能力。目前移动路演营销的市场刚刚起步，客户仍以部份跨国企业及国内大型企业为主，行业市场还不够成熟，还需要更多的时间经营发展。

（2）资金和人才短缺成为行业发展瓶颈

移动路演营销服务行业属于资本和人才密集型行业，对资本规模和企业创新能力有较高的要求。随着市场的发展，客户越来越倾向于移动路演营销，因此企业需要准备大量资金用于路演车辆的研发和投入。此外，移动路演营销服务涉及活动策划、活动运营、车辆运营等方面的专业积累。既懂技术研发又懂行业应用的人才非常缺乏，制约了行业的发展速度，成为行业发展的瓶颈。

（3）行业规范有待提升

目前，国家还没有出台用以规范国内移动路演营销服务市场的相应行业标准，因此行业内一些广告公司、体验营销公司等纷纷参与路演移动营销服务市场，低价竞争以及专业度不高的移动路演营销服务带来不佳下游客户体验营销效果，也影响了行业口碑及其发展。但是，相关的行业标准正在加强制订过程中，如公司参与制定的中国汽车行业标准之《展示车》标准目前处于送审阶段。未来伴随着更多路演车营销服务行业标准的出台，行业的规范性会进一步提高。

（七）公司面临的主要竞争状况

1、利隆媒体市场竞争地位

利隆媒体是国内最早专业提供移动路演营销整体解决方案的综合性服务商，经过十年的发展，通过为客户提供路演车设计、活动策划、路演车租赁、运营管理一体化服务，已经成为国内最具研发设计能力与品牌影响力的领导服务商之一。

截至 2015 年 3 月 31 日，公司拥有 20 多种路演车，共 90 余辆，核心人员共 103 人，在全国的 300 多个城市中累计举办活动 750 多场，行驶里程数超过 370 万公里，在行业中处于领先地位。

（2）行业标杆树立者和行业标准制定者

自公司成立以来，一直致力于引导行业向专业化、规范化的方向发展。从路

演车的设计改装，到活动的创意策划，再到路演营销的综合运营，公司都是比照国外同类企业的服务标准来进行，一直在为国内行业树立示范性标杆。

首先，在路演车的引进以及设计改装方面，公司一直坚持高标准高水平的原则。公司坚持全部采用沃尔沃、奔驰、MAN、佩卡等国际一流厂商生产牵引车，近年来引进 MACK 大鼻子牵引车及肯沃斯（KENWORTH）牵引车（《变形金刚》中擎天柱的原型车），直接带动了行业服务硬件水平的提高，造型刚毅的牵引车头带给消费者强有力的视觉冲击，促进了移动路演营销模式在国内的传播。

公司自主设计的展开式舞台车型、两侧翻板式半挂车型、两侧抽拉箱型车型均为国内首创，在空间设计、系统分布、外观设计上有机融合，综合设计水平达到国际标准，带动国内路演车型向多样化、高科技的方向发展。

其次，在活动的创意策划以及运营管理能力方面，公司一直处于行业领先地位。2008 年北京奥运会，公司为可口可乐提供奥运火炬接力花车全国巡回展示服务，在综合考量了活动路线、综合路况、城市交通情况、各种突发情况后，公司设计了精密的运营规划，保证了可口可乐花车在火炬接力的 97 天活动中“无间断”运营，准时准确地出现在每一个火炬接力现场。这集中体现了公司强大的活动策划与运营管理能力。

再次，公司是国内第一家实现路演车跨境运营的服务企业。2011 年，公司为华为提供全球性的移动路演营销服务，路演车开往中东、俄罗斯、东南亚等国家，公司也成为中国第一家将路演车跨境运营的服务企业。

另外，公司国内唯一一家参与行业标准制定的企业。2011 年 7 月，公司参与了由全国汽车标准化技术委员会专用汽车分标委组织起草的汽车行业标准《展示车》的制定，成为移动路演营销服务业中唯一一家参与该标准制定的企业。

（3）覆盖广泛的营销体系和行业高端用户群

公司已经为 20 多个行业的 60 余家国内外知名客户提供服务，客户多为各行业中的领军企业，其中不乏世界 500 强企业。公司客户中各行业代表性企业如下表所示：

序号	行业	国际国内著名企业	客户数量
----	----	----------	------

1	数码家电	海尔、TCL、四川长虹、夏普、联想、阿尔卡特、创维	7
2	IT 设备与通信	华为、中国移动、中国联通、烽火通讯	4
3	酒类	百威、泸州老窖、青岛啤酒、燕京啤酒、哈尔滨啤酒、雪津啤酒、珠江啤酒	7
4	矿业	中澳矿业集团有限公司	1
5	房地产	河北广润和丰房地产开发有限公司、辽宁同济置业	2
6	零售	保定商场股份有限公司	1
7	体育	NBA、北京歌华中体文化体育发展有限公司、NFL	3
8	机械	派克汉尼汾、SKF、FESTO、日立、斗山、伊顿	6
9	化妆品、化工	汉高、玫琳凯	2
10	汽车	沃尔沃、福特、奥迪、广汽本田、东风悦达起亚	5
11	乐器	GIBSON	1
12	食品饮料	可口可乐、佳得乐、佳沛奇异果	3
13	卫浴	科勒	1
14	金融	美亚保险	1
15	航空公司	阿联酋航空	1
	合计		45

注：同一集团下的不同品牌或事业部计为不同客户

对行业高端客户的品牌理解与营销需求的精准把握使公司赢得了广泛认同。目前，公司为行业领军企业服务的示范效应正在逐步显现，移动路演营销模式在各行业中的接受程度逐步提高，使得公司的业务能在行业中的其他优秀企业中迅速展开，公司在各行业成体系化的营销优势日益凸显。

2、公司主要竞争对手情况

本公司是中国从事移动路演营销服务公司之中技术领先、规模较大的公司，目前主要市场竞争对手有沈阳盛世前程文化艺术展演有限公司、上海圣峰路秀展览展示服务有限公司和山东超炫传媒有限公司等。

名称	简介
沈阳盛世前程文化艺术展演有限公司	2008 年前程文化正式更名为沈阳盛世前程文化艺术展演有限公司，专业为快速消费品、IT、地产、汽车等行业内企业提供线下文化推广。公司总部北京市，目前拥有 15 辆左右路演车。
上海圣峰路秀展览展示服务有限公司	上海圣峰路秀展览展示服务有限公司是圣峰文化传媒集团旗下的公司。2007 年推出第一辆路演车并开始提供移动

	路演营销服务。
上海盛昱广告传播有限公司	盛昱传媒于 2006 年成立于上海,通过与德国 FLAD 传媒集团合作引进大型路演车辆,致力于为企业提供移动展示, 移动培训、移动促销, 互动体验服务。
成都格通终端展示制作有限公司	成都格通终端展示制作有限公司创立于 2006 年, 公司以路演车巡回推广服务为公司核心业务, 是西部最大的路演车服务商之一, 拥有不同规格路演车十余辆。
山东超炫传媒有限公司	山东超炫传媒有限公司主要是从事移动路演营销、演唱会策划、会议策划等的公司, 主要业务范围在山东, 目前拥有近 20 辆路演车辆。

数据来源: 各公司官方网站及公开资料整理

3、公司核心竞争优势

(1) 业内领先的策划创意和车型设计能力

路演车是移动路演营销的核心, 围绕路演车的活动策划创意能力和路演车辆车型设计能力是移动路演营销行业的核心竞争力。公司自 2003 年成立以来, 活动策划创意能力和路演车辆车型设计能力取得了长足的进步, 汇集了一大批优秀的行业人才, 总结出了一套分析、策划、创意、设计的方法, 能够在提供创新性设计方案同时考虑方案的可操作性, 符合技术及改装、配重、交通法规等各方面要求。公司已获得了多项技术专利并被上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局和上海市地方税务局联合认定为高新技术企业。同时公司参与了强制性国家行业标准《展示车》的制定过程。

(2) 移动路演营销行业先发优势

公司是国内领先的移动路演营销整体解决方案提供商。公司拥有 10 年从业经验, 20 种以上路演车型, 90 余辆路演车, 经验丰富的车队人员和活动策划执行人员。公司承接了可口可乐和联想公司的 2008 年北京奥运火炬接力活动, 是首家参与奥运的国内移动路演营销企业。公司 2011 年参与了华为海外路演活动, 成为了国内首家跨境移动路演营销企业。下表为公司近 5 年移动路演营销服务情况:

项目	2009	2010	2011	2012	2013	2014
活动站点数量	182	348	436	589	560	591

其中：一线城市	44	76	88	96	85	101
二线城市	72	88	107	82	96	89
三、四线城市	66	184	241	245	167	210
行驶里程数(万公里)	95	140	160	180	172	198

公司丰富的行业经验能够更好地帮助客户的品牌深入市场，在业内树立了良好的口碑。

（3）服务质量优势

公司通过了英国劳氏质量认证有限公司(LRQA)质量管理体系认证，符合 ISO9001:2008 标准，并建立了完善的内控制度和工作流程。公司多年来秉承“站在客户的角度出发”理念，通过严格执行 ISO9001:2008 标准质量体系及全面质量管理体系确保服务过程规范、有效运行，保证服务质量，获得了客户的一致好评。公司进入行业 10 年间，没有一家客户因为公司服务质量流失。公司还获得了“2011 中国广告新媒体价值全场大奖”，得到了中国广告与品牌大会的认可。

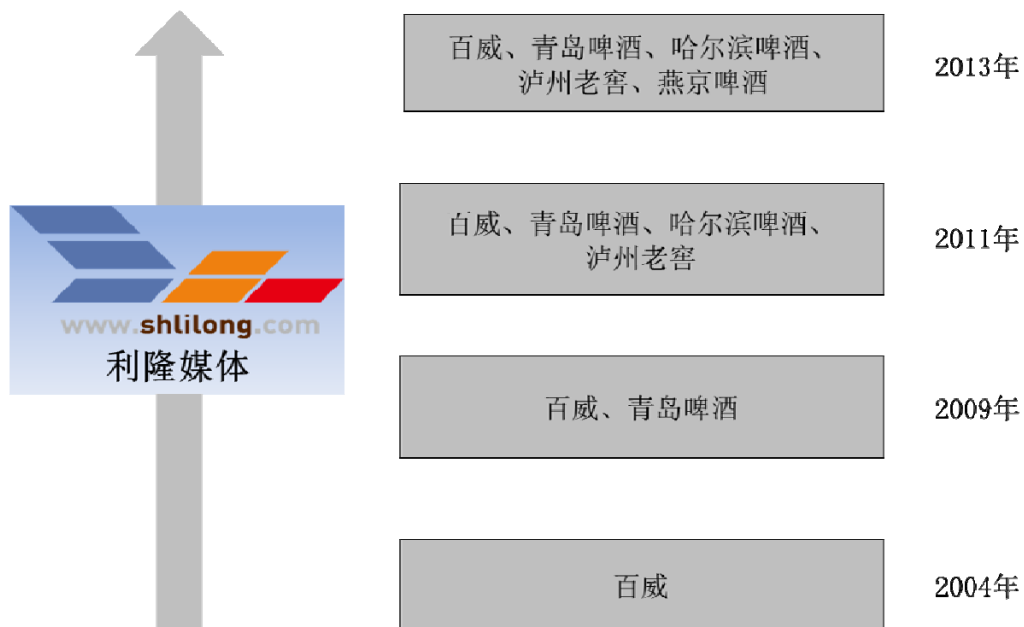
（4）客户资源优势

公司已与多家国际、国内知名企业建立了良好的业务关系，如可口可乐、百威啤酒、NBA、派克汉尼汾、SKF、海尔、华为、联想、中国移动、科勒、青岛啤酒等。这些优质客户信誉良好，业务发展迅速，企业成长较快。公司在分享这些优质客户成长成果的同时，也借助这些优质客户在各行业的巨大影响拓展服务业务范围，扩大和强化公司的品牌优势。下表列示了与公司合作的部分国际国内著名公司：

名称	简介
可口可乐	全球最大饮料公司，消费者遍布 200 多个国家。
百威啤酒	全球第一啤酒品牌。
NBA	世界上水平最高的篮球联赛。
SKF	轴承科技与制造的领导者。
派克汉尼汾	全球运动和控制领域最大、产品种类最完备的公司。
NFL	美国职业橄榄球联盟（全球品牌价值最高的体育比赛）。
海尔	世界大型家用电器第一品牌、中国最具价值品牌，世界品牌 500 强企业前 50 名。
联想	营业额近 300 亿美元的个人科技产品公司，全球第一大个人电脑厂商。

中国移动	全球网络规模、客户规模第一的移动通信运营商。
华为	全球领先的信息与通信解决方案供应商。
奥迪	全球最著名的汽车开发商和制造商之一。
科勒	全球卫浴第一品牌。
燕京啤酒	中国最大啤酒企业集团之一，世界啤酒产销量前八名。

公司提供的移动路演营销综合整体解决方案对客户促进产品推广、扩大品牌影响力、提高消费者体验等具有极好的营销效果，使得公司很容易通过现有客户向同一行业的其它客户延伸与渗透，如果某一下游行业企业已成为公司的客户，移动路演营销服务带来体验营销效果和推广效应很快会在同一行业其他客户所熟知，那么同一行业的企业则也很容易成为本公司的新客户。公司酒业客户拓展情况如下：



虽然移动路演营销行业发展十分迅速，但整体来看行业渗透率仍然不高，因此公司计划在未来 3-5 年，在饮料、能源、机械工业等行业领域内进行深入的客户拓展，取得更大的发展。

（5）人才优势

经过 10 年的探索和实践，培养出了一批专业路演车设计人才和活动创意与运营人才梯队，特别是同时熟悉活动策划和路演车辆设计的人才。公司在打造出业内权威影响力，培养了众多的业内人才的同时，也吸引了一大批人才。近年来，

一批有国家 4A 广告公司经验的设计创意精英陆续进入公司。公司还从美国引进了具有国际水准的车辆设计专家。此外，公司建立了科学的人才选用和激励机制，形成了以人为本的企业文化，核心人才长期保持稳定，为公司长期可持续发展奠定了良好的人才基础。

（6）自有媒介优势

任何营销方式都需要媒介作为传播的渠道。相较于一般广告投放需要借助广播电视等媒体，公司截至 2015 年 3 月底拥有各类路演车辆 90 余辆，构成了强有力的传播媒介支持。同时，公司以路演车作为传播媒介，不需要借助第三方媒介，能够更好地为移动路演营销客户服务。

（7）性价比优势

移动路演营销以公司自有路演车作为核心媒介，因此不像传统营销方式需要支付杂志、报纸、电视等的使用费用。同时采用路演车为主要载体还大大节省了道具费用、人力成本和运输管理费用。公司提供的移动路演营销服务能够以较低的价格为客户带来直接的销售增长，并增进消费者对产品和品牌的认知度，因此成为了受到客户高度认可的一种高性价比营销手段。

（8）管理优势

移动路演营销服务需要根据客户的需求在全国各地甚至国外开展路演活动，复杂的路况、多变的天气和漫长的活动周期都对路演车队的管理提出了很高的要求。公司拥有一批驾龄长、技术好的司机与有丰富活动组织和行程安排经验的行程人员相配合。同时公司总部还可以通过 GPS 系统等远程通讯技术手段对车队进行管理和监控。丰富的经验与先进的技术手段使得公司能够高效、有力的管理路演车队。

4、公司竞争劣势

（1）路演车辆不足

路演车的数量直接决定了移动路演营销的服务提供能力。近年来，公司路演车使用率居高不下，经常于订单高峰期出现供不应求的状况，路演车协调安排难

度很大，对公司开拓新业务、争取新客户带来了不利影响。

2013-2014 公司路演车数量及使用情况		
	2013 年	2014 年
路演车数量（辆）	73	94
车辆使用率	97%	96%

注：路演车利用率=路演车投入运营时间（月份数）/12 个月-路演车维护保养期（月份数）

虽然公司近两年车辆数量持续增加，但是仍然难以满足市场需求，过高的使用率也不利于路演车辆的维护保养工作，将进一步影响公司的服务能力与服务质量。路演车的不足严重制约了公司的发展，不利于公司市场竞争力的提高。

（2）融资渠道单一

公司活动策划、车辆设计，尤其是路演车辆采购需要大量资金。为了适应公司业务快速发展需要，巩固已有竞争优势，公司需要进一步投入大量资金，增大研发投入，开发并采购更多路演车车型。

公司路演车辆虽然价值较高，但是当车辆向客户租出后，客户往往会出于风险考虑而限制公司以路演车进行抵押贷款。目前，公司仅靠银行融资渠道和自有资金积累已难以满足较快速度的发展，缺乏持续的资金支持已经成为制约公司进一步发展的瓶颈之一。

第三节 公司治理

一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

股份公司成立后，公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等法律、法规和规范性文件的要求，制定了《公司章程》，建立健全了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《对外担保决策制度》、《关联交易决策制度》、《重大信息内部报告制度》、《防止控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》等管理制度，组建了由股东大会、董事会、监事会（以下简称“三会”）和高级管理层组成的权责明确、运作规范的法人治理结构。

公司股东大会由全体股东组成，董事会设 7 名董事，监事会设 3 名监事，其中 1 名为职工代表监事，由职工代表大会选举产生。

公司报告期内共召开了 11 次股东大会、7 次董事会议及 6 次监事会会议，制定并审议通过了“三会”议事细则、《关联交易决策制度》、《对外担保决策制度》、《重大信息内部报告制度》等制度，会议的召集和召开程序，决议内容没有违反《公司法》、《公司章程》等规定的情形，也没有损害股东、债权人及第三人合法利益的情况。公司股东大会、董事会、监事会制度的规范运行情况良好。

公司在未来的公司治理实践中，将严格执行相关法律法规、《公司章程》、各项内部管理制度；继续强化董事、监事、高级管理人员在公司治理和规范运作等方面的理解能力和执行能力，使其勤勉尽责，使公司规范治理更加完善。

二、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

公司现有治理机制给股东提供了适当的保护，并且得到了有效执行，具体内容如下：

1、知情权

《公司章程》第31条第5项规定，查阅本章程、股东名册、公司债券存根（如有）、股东大会决议及会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告。

2、参与权

《公司章程》第31条规定，公司股东享有参与权，有权参与公司的重大生产经营决策、利润分配、弥补亏损、资本市场运作（包括但不限于发行股票并上市、融资、配股等）等重大事宜。公司控股股东不得利用其优势地位剥夺公司中小股东的上述参与权或者变相排挤、影响公司中小股东的决策；第52条规定，召集人应在年度股东大会召开20日前以书面形式通知各股东，临时股东大会应于会议召开15日前以书面形式通知各股东。自股份公司设立以来，公司严格执行《公司章程》中关于股东大会的召集、通知、召开等相关规定，有效保证了公司股东行使参与权。

3、质询权

《公司章程》第31条规定，公司股东享有质询权，有权对公司的生产经营进行监督，提出建议或者质询。有权对公司董事、监事和高级管理人员超越法律和本章程规定的权限的行为提出质询；第68条规定，董事、监事、高级管理人员在股东大会上就股东的质询和建议作出解释和说明。目前，公司尚未出现股东对公司进行质询的情况。

4、表决权

《公司章程》第31条规定，公司股东享有表决权，有权依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；第76条规定，股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。自股份公司成立之日起，公司已召开11次股东大会，参加会议的公司股东均依法行使了表决权。

5、纠纷解决机制

《公司章程》第9条规定，公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间涉及本章程规定的纠纷，应当先行通过协商解决，协商不成的，通过仲裁或诉讼等方式解决。

6、关联股东和董事回避制度

《公司章程》第77条规定了关联股东在审议关联交易事项的回避制度及其回避表决程序。公司在《关联交易决策制度》中对关联董事、关联股东在审议关联交易事项的回避制度进行了明确规定。

7、财务管理、风险控制相关的内部管理制度

公司建立了较为规范的财务管理制度和风险控制制度，公司制定的各项规章制度基本涵盖了公司正常经营的全流程，能满足公司日常经营和管理的各项需求，适合公司目前的发展规模。

公司董事会认为，公司在内部控制建立过程中，充分考虑了行业的特点和公司多年管理经验，保证了内控制度符合公司生产经营的需要，对经营风险起到了有效的控制作用。公司制订内部控制制度以来，各项制度均得到有效的执行，对于公司加强管理、规范运行、提高经济效益及保护投资者的权益等方面起到了积极有效的作用。同时，公司在治理机制方面仍存在一定不足并提出了解决方法，包括：应不断完善公司内部控制制度；公司董事、监事、高级管理人员等相关人员需进一步加强对相关法律、法规及政策的学习和培训；持续吸引社会专业人才，提高专业人才在董事会、监事会、高级管理人员中的比例；进一步加强公司投资者关系管理工作。

三、公司及控股股东、实际控制人报告期内违法违规情况

公司及控股股东、实际控制人最近二年不存在违法违规行为，也不存在重大诉讼、仲裁、行政处罚及未决诉讼、仲裁事项。

四、公司独立情况

（一）业务独立情况

公司的主营业务为提供移动路演营销整体解决方案，公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业；公司已经建立了符合现代企业制度要求的法人治理结构和内部组织结构，在经营管理上独立运作；公司拥有独立的财务、销售和营销体系，具有独立自主地进行经营活动的权力，包括经营决策权和实施权，独立开展业务，形成了独立完整的业务体系；公司具备面向市场自主经营的能力，不依赖于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业；公司独立对外签订合同。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在影响公司独立性的同业竞争或者显失公平的关联交易。公司的业务独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的业务分开。

（二）资产完整独立

公司对其资产均拥有完整的所有权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在资产产权上有明确的界定与划分，公司的各项资产权利不存在产权纠纷或潜在的相关纠纷。截至公开转让说明书签署日，不存在控股股东、实际控制人占用公司资金、资产和其他资源的情形，不存在公司以其资产为控股股东、实际控制人或其他关联方提供债务担保的情形。公司的资产独立、完整，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业合用的情形。

（三）人员独立

公司已经按照国家有关规定建立了独立的人事、工资和福利制度，拥有生产经营所需的研发技术人员、工程技术人员等。公司的董事、监事、高级管理人员均依照《公司法》及《公司章程》等有关规定产生，不存在股东超越公司董事会和股东大会作出人事任免决定的情况。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专职在公司工作并领取报酬，不存在在控股股东、实际

控制人及其控制的其他企业兼任除董事、监事之外其他职务及领取薪酬的情形。公司的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。公司所有高级管理人员及核心技术人员未从事与本公司业务相同或相似的业务，未在与本公司业务相同或相似的公司服务，未从事损害本公司利益的活动。

（四）财务独立

公司单独设立了财务机构并建立了独立的财务核算体系和财务管理制度；公司财务核算独立于股东及任何其他单位或个人，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况；公司依法独立进行纳税申报、独立纳税。公司的财务独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的财务分开。

（五）机构独立

公司已按照《公司法》及《公司章程》的规定，建立健全了法人治理结构及内部经营管理机构且独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的内部组织机构，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的内部组织机构干预公司内部组织机构独立运作的情形。公司的机构独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的机构分开。

综上所述，公司在人员、资产、财务等方面均与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业分开，各自独立核算、独立承担责任和风险。公司具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

五、同业竞争

（一）同业竞争情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司实际控制人邵晨立投资的其他企业与公司不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员控制的企业情况如下：

关联方名称	与本公司关系	备注
上海久辉投资管理合伙企业（有限合伙）	高级管理人员毕春辉控制的企业	董事毕春辉与刘艳冰分别持有 99%、1%股权
上海仁泰商务咨询有限公司	原独立董事孔祥毅之女控制的企业	孔祥毅之女孔晓燕、孔祥毅之妹孔幼芬分别持有 70%、30% 股权，孔晓燕任总经理

1、上海久辉投资管理合伙企业（有限合伙）

注册地址：上海市青浦区公园路 348 号 5 层 B 区 564 室

执行事务合伙人：毕春辉

企业类型：有限合伙企业

成立时间：2012 年 02 月 23 日

注册号：310000500494177

经营范围：投资管理、投资咨询

2、上海仁泰商务咨询有限公司

注册地址：上海市公平路 612 号 205 室

注册资本：3.00 万元

法定代表人：孔幼芬

企业类型：有限责任公司（自然人投资或控股）

成立时间：2007 年 04 月 18 日

注册号：310109000454396

经营期限：至 2037 年 04 月 17 日

经营范围：商务咨询，企业营销策划，企业形象策划，企业登记代理，会务服务，投资管理咨询，旅游咨询（不得从事旅行社业务），代客订房。销售电子产品，建筑材料，建筑装潢材料，家具，办公用品。

其中，上海久辉投资管理合伙企业（有限合伙）持有公司股东上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）29.62%的股权。截至本公开转让说明书出具之日，公司与上述企业未发生关联交易。

2015年5月7日，公司的实际控制人陈向衡、邵晨立向本公司出具了承诺函，承诺除上海利隆新媒体股份有限公司外，其本人及本人控股的企业在承诺函日期前并无从事任何直接或间接与利隆媒体或其参股公司业务存在竞争或可能竞争的业务。同时，公司全体董事、监事、高级管理人员和持有公司5%以上股份的股东也出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺其本人将不直接或间接从事、参与任何与利隆媒体目前或将来相同、相近或类似的业务或项目，不进行任何损害或可能损害公司利益的其他竞争行为。

六、公司报告期内资金占用和对外担保情况

（一）资金占用和外担保情况

1、资金占用情况

截至本公开转让说明书出具之日，报告期内，公司资金、资产和其他资源不存在被控股股东、实际控制人占用的情形。

2、对外担保情况

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

（二）公司为防止股东及其关联方占用或转移公司资金采取的具体安排

为防止股东及其关联方占用或转移公司资金，公司所采取的具体制度安排如下：

1、公司在《公司章程》和《对外担保决策制度》中明确了对外担保的审批权限和审议程序，其中公司下列重大担保行为，须经股东大会审议通过。

(1) 公司及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；

(2) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%的担保；

(3) 为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

(4) 单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；

(5) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过人民币 3,000 万元；

(6) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

除上述规定外，公司的其他对外担保事项应当经董事会批准。未经董事会或股东大会批准，公司不得对外提供担保。

2、公司已制订《防止控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》，对防止公司资金占用措施做出了具体规定，包括：公司不得以下列方式将资金直接或间接地提供给大股东及关联方使用：

(1) 有偿或无偿地拆借公司的资金给大股东及关联方使用；

(2) 通过银行或非银行金融机构向大股东及关联方提供委托贷款；

(3) 委托大股东及关联方进行投资活动；

(4) 为大股东及关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；

(5) 代大股东及关联方偿还债务；

(6) 以其他方式占用公司的资金和资源。

七、董事、监事、高级管理人员

（一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况

1、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持股情况

公司实际控制人为邵晨立、陈向衡夫妇。截至公开转让说明书出具之日，邵晨立直接持有公司股份，其具体持股情况如下：

姓名	持股数量（万股）	持股比例	与公司关系
邵晨立	4,287	42.87%	实际控制人之一

除上述持股情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其直系亲属未持有公司股份。

2、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持股情况

截至本公开转让说明书出具之日，协隆投资持有本公司 1,013 万股股份，占总股本的 10.13%。毕春辉、陈宏、白悦、刘艳冰、吴俊瑛通过协隆投资间接持有公司股份，具体持股情况如下：

姓名	所任职务	持有协隆投资的股权		间接持有公司的股份	
		股东名称	股权比例	持股数量（股）	持股比例
毕春辉	副总经理	协隆投资	29.32%	2,970,000.00	2.97%
陈宏	董事、副总经理		12.04%	1,220,000.00	1.22%
白悦	董事、财务总监、董事会秘书		9.08%	920,000.00	0.92%
刘艳冰	董事		29.92%	3,030,000.00	3.03%
蔡懿雯	监事		17.47%	1,770,000.00	1.77%
吴俊瑛	董事		2.17%	220,000.00	0.22%
合计	-		100.00%	10,130,000.00	10.13%

公司董事、副总经理毕春辉及董事刘艳冰分别持有上海久辉投资管理合伙企业（有限合伙）99%和1%的股权，上海久辉投资管理合伙企业（有限合伙）持有协隆投资29.62%股权，同时刘艳冰直接持有协隆投资29.62%股权，因此毕春辉、刘艳冰间接持有公司股份比例分别为2.97%、3.03%。

除此之外，不存在其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲

属间接持有公司股份的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员之间无亲属关系。

（三）公司与董事、监事、高级管理人员的相关协议、承诺及履行情况

公司与董事、监事、高级管理人员签订了《劳动合同》和《保密协议》，除此之外，未签订重要协议或做出重要承诺。

（四）董事、监事、高级管理人员的兼职情况

报告期内，除公司外部董事娄贺统、蔡雪松以及外部监事万倩外，公司其他董事、监事、高级管理人员在其他单位无兼职。

（五）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属的对外投资情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况如下：

姓名	职务	其他对外投资企业名称	被投资企业注册资本/ 出资额	股权比例
毕春辉	副总经理	上海久辉投资管理合伙企业（有限合伙）	10 万美元	99.00%
刘艳冰	董事			1.00%

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员无其他对外投资。

（六）董事、监事、高级管理人员的违法违规情况

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

(七) 董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况

1、2013 年 1 月 1 日至 2013 年 8 月 6 日，公司董事、监事、高级管理人员名单如下表所示：

职务	姓名
董事长兼任总经理	陈向衡
董事兼任副总经理	毕春辉
董事兼任副总经理	陈宏
董事兼任财务总监、董事会秘书	白悦
董事	刘艳冰
董事	欧阳艳华
独立董事	孔祥毅
独立董事	娄贺统
监事会主席	颜建华
监事	冯鹤年
监事	顾志强

2、2013 年 8 月 6 日至 2015 年 4 月 22 日，公司董事、监事、高级管理人员名单如下表所示：

职务	姓名
董事长兼任总经理	陈向衡
董事	吴俊瑛
董事兼任副总经理	陈宏
董事兼任财务总监、董事会秘书	白悦
董事	刘艳冰
董事	欧阳艳华
独立董事	孔祥毅
独立董事	娄贺统
监事会主席	颜建华
监事	冯鹤年
监事	顾志强
副总经理	毕春辉

3、截止公开转让说明书出具之日，公司董事、监事、高级管理人员名单如

下：

职务	姓名
董事长兼任总经理	陈向衡
董事	吴俊瑛
董事兼任副总经理	陈宏
董事兼任财务总监、董事会秘书	白悦
董事	刘艳冰
董事	蔡雪松
董事	娄贺统
监事会主席	颜建华
监事	蔡懿雯
监事	万倩
副总经理	毕春辉

报告期内，公司董事和监事人员有部分变动，属于正常人员变化，公司核心管理团队保持稳定。

第四节 公司财务

一、最近两年的财务会计报表

(一) 合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

资产	2015.03.31	2014.12.31	2013.12.31
流动资产：			
货币资金	11,333,851.69	51,037,377.81	61,421,341.37
应收账款	44,356,205.30	45,877,568.64	64,678,035.06
预付款项	2,220,131.08	620,404.49	832,873.82
其他应收款	911,952.07	357,633.05	621,885.54
存货	1,553,167.37	4,312,145.86	782,968.44
其他流动资产	1,327,868.48	116,247.48	2,044,801.04
流动资产合计	61,703,175.99	102,321,377.33	130,381,905.27
非流动资产：			
投资性房地产	9,220,091.10	9,326,260.90	-
固定资产	117,803,154.01	121,508,263.98	60,535,365.70
在建工程	1,970,814.12	1,341,653.96	77,891,444.05
无形资产	29,019,971.66	29,223,883.22	3,712,186.59
商誉	51,000,000.00	-	-
长期待摊费用	-	-	362,212.69
递延所得税资产	85,518.22	231,634.84	830,222.40
其他非流动资产	58,779,240.11	59,476,240.11	13,554,537.11
非流动资产合计	267,878,789.22	221,107,937.01	156,885,968.54
资产总计	329,581,965.21	323,429,314.34	287,267,873.81

合并资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2015.03.31	2014.12.31	2013.12.31
流动负债：			
短期借款	70,000,000.00	50,000,000.00	38,000,000.00
应付账款	8,825,521.13	13,346,014.09	29,277,981.89
预收款项	493,521.06	3,097,002.00	166,249.99
应付职工薪酬	2,747.50	-	-
应交税费	826,941.87	5,576,233.74	9,521,130.18
应付利息	140,677.78	92,949.99	71,866.67
其他应付款	359,203.90	3,076,200.05	2,178,590.95
流动负债合计	80,648,613.24	75,188,399.87	79,215,819.68
非流动负债：			
长期应付款	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	80,648,613.24	75,188,399.87	79,215,819.68
所有者权益：			
实收资本	100,000,000.00	100,000,000.00	100,000,000.00
资本公积	32,396,716.34	32,396,716.34	32,396,716.34
盈余公积	11,828,267.38	11,828,267.38	7,798,176.27
未分配利润	104,757,761.48	104,015,930.75	67,857,161.52
归属于母公司股东的所有者权益合计	248,982,745.20	248,240,914.47	208,052,054.13
少数股东权益	-49,393.23	-	-
所有者权益合计	248,933,351.97	248,240,914.47	208,052,054.13
负债和所有者权益总计	329,581,965.21	323,429,314.34	287,267,873.81

2、合并利润表

单位：元

项目	2015 年 1-3 月	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	17,203,070.43	131,847,916.50	104,507,013.44
其中：主营业务收入	17,081,711.21	131,483,838.85	104,507,013.44
二、营业总成本	16,269,943.35	86,281,648.75	62,346,114.09
其中：营业成本	11,461,272.73	71,723,379.57	43,041,902.60
营业税金及附加	58,833.26	235,988.59	393,573.32
销售费用	56,747.46	267,965.34	235,363.40
管理费用	4,235,062.48	16,230,012.62	13,332,025.13
财务费用	1,431,820.09	1,813,761.39	1,240,163.39
资产减值损失	-973,792.67	-3,989,458.76	4,103,086.25
投资收益	-	-	-37,065.37
三、营业利润（亏损以“—”号填列）	933,127.08	45,566,267.75	42,123,833.98
加：营业外收入	-	3,915,000.00	1,437,000.00
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
政府补助	-	-	100,000.00
减：营业外支出	94,572.96	2,154,360.13	970,682.78
其中：非流动资产处置损失	74,572.96	2,154,360.13	970,682.78
四、利润总额（亏损总额以“—”号填列）	838,554.12	47,326,907.62	42,590,151.20
减：所得税费用	146,116.62	7,138,047.28	6,481,705.40
五、净利润（净亏损以“—”号填列）	692,437.50	40,188,860.34	36,108,445.80

“一”号填列)			
归属于母公司所有者 的净利润	741,830.73	40,188,860.34	36,108,445.80
少数股东损益	-49,393.23	-	-
六、其他综合收益	-	-	-
七、综合收益总额	692,437.50	40,188,860.34	36,108,445.80
归属于母公司所有者 的综合收益总额	741,830.73	40,188,860.34	36,108,445.80
归属于少数股东的综 合收益总额	-49,393.23	-	-

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2015 年 1-3 月	2014 年度	2013 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	20,278,185.97	170,452,753.88	81,556,100.48
收到其他与经营活动有关的现金	104,841.33	16,030,294.82	1,706,513.34
经营活动现金流入小计	20,383,027.30	186,483,048.70	83,262,613.82
购买商品、接受劳务支付的现金	13,829,705.40	79,054,203.30	23,204,455.47
支付给职工以及为职工支付的现金	4,108,963.25	13,308,698.89	8,180,958.58
支付的各项税费	6,853,238.84	14,304,825.39	7,911,975.59
支付其他与经营活动有关的现金	2,214,093.15	8,744,710.27	20,222,800.51
经营活动现金流出小计	27,006,000.64	115,412,437.85	59,520,190.15
经营活动产生的现金流量净额	-6,622,973.34	71,070,610.85	23,742,423.67
二、投资活动产生的现金流量：			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	651,106.80	2,930,986.63	2,971,730.78
投资活动现金流入小计	651,106.80	2,930,986.63	2,971,730.78
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,316,566.78	82,952,827.01	37,205,470.59
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	51,000,000.00	-	-
投资活动现金流出小计	52,316,566.78	82,952,827.01	37,205,470.59
投资活动产生的现金流量净额	-51,665,459.98	-80,021,840.38	-34,233,739.81
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	50,000,000.00	60,000,000.00	52,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	50,000,000.00	60,000,000.00	52,000,000.00

偿还债务支付的现金	30,000,000.00	48,000,000.00	40,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,388,266.67	2,439,327.79	1,089,657.20
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	20,000.00	-	-
筹资活动现金流出小计	31,408,266.67	50,439,327.79	41,089,657.20
筹资活动产生的现金流量净额	18,591,733.33	9,560,672.21	10,910,342.80
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-6,826.13	6,593.76	8,017.79
五、现金及现金等价物净增加额	-39,703,526.12	616,036.44	427,044.45
加：期初现金及现金等价物余额	51,037,377.81	50,421,341.37	49,994,296.92
六、期末现金及现金等价物余额	11,333,851.69	51,037,377.81	50,421,341.37

4、合并股东权益变动表

(1) 2015 年 1-3 月合并股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	少数股东权益	股东权益合计
一、上年年末余额	100,000,000.00	32,396,716.34	11,828,267.38	104,015,930.75	-	248,240,914.47
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	100,000,000.00	32,396,716.34	11,828,267.38	104,015,930.75	-	248,240,914.47
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	741,830.73	-49,393.23	692,437.50
（一）净利润	-	-	-	741,830.73	-49,393.23	692,437.50
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	741,830.73	-49,393.23	692,437.50
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-	-

2. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-
3、其他	-	-	-	-	-	-
（四）利润分配	-	-	-	-	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-
3. 对股东（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-
（五）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-
（六）其他（改制净资产折股）	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	100,000,000.00	32,396,716.34	11,828,267.38	104,757,761.48	-49,393.23	248,933,351.97

(2) 2014 年度合并股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	100,000,000.00	32,396,716.34	7,798,176.27	67,857,161.52	208,052,054.13
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	100,000,000.00	32,396,716.34	7,798,176.27	67,857,161.52	208,052,054.13
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	4,030,091.11	36,158,769.23	40,188,860.34
（一）净利润	-	-	-	40,188,860.34	40,188,860.34
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	40,188,860.34	40,188,860.34
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-
2. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-

3、其他	-	-	-	-	-
（四）利润分配	-	-	4,030,091.11	-4,030,091.11	-
1. 提取盈余公积	-	-	4,030,091.11	-4,030,091.11	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-
3. 对股东（或股东）的分配	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
（五）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	100,000,000.00	32,396,716.34	11,828,267.38	104,015,930.75	248,240,914.47

(3) 2013 年度合并股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	100,000,000.00	32,396,716.34	4,163,571.45	35,383,320.54	171,943,608.33
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	100,000,000.00	32,396,716.34	4,163,571.45	35,383,320.54	171,943,608.33
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	3,634,604.82	32,473,840.98	36,108,445.80
（一）净利润	-	-	-	36,108,445.80	36,108,445.80
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	36,108,445.80	36,108,445.80
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-
2. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-

(四) 利润分配	-	-	3,634,604.82	-3,634,604.82	-
1. 提取盈余公积	-	-	3,634,604.82	-3,634,604.82	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-
3. 对股东（或股东）的分配	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
(五) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	100,000,000.00	32,396,716.34	7,798,176.27	67,857,161.52	208,052,054.13

(二) 母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

资产	2015.03.31	2014.12.31	2013.12.31
流动资产：			
货币资金	11,115,849.75	50,950,704.34	61,375,908.41
应收账款	44,306,705.30	45,841,193.64	64,678,035.06
预付款项	2,220,131.08	620,404.49	832,873.82
其他应收款	51,881,458.90	357,633.05	621,885.54
存货	1,544,367.37	3,653,773.22	782,968.44
其他流动资产	1,151,041.81	95,969.74	2,043,096.58
流动资产合计	112,219,554.21	101,519,678.48	130,334,767.85
非流动资产：			
长期股权投资	21,206,849.71	21,206,849.71	21,206,849.71
固定资产	115,918,301.02	120,839,935.84	53,533,800.49
在建工程	1,970,814.12	1,341,653.96	77,891,444.05
无形资产	29,019,971.66	29,223,883.22	218,759.67
长期待摊费用	-	-	202,212.61
递延所得税资产	85,518.22	231,634.84	830,222.40
其他非流动资产	58,779,240.11	59,476,240.11	13,554,537.11
非流动资产合计	226,980,694.84	232,320,197.68	167,437,826.04
资产总计	339,200,249.05	333,839,876.16	297,772,593.89

母公司资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2015.03.31	2014.12.31	2013.12.31
流动负债：			
短期借款	70,000,000.00	50,000,000.00	38,000,000.00
应付账款	8,029,521.13	13,346,014.09	29,277,981.89
预收款项	422,521.06	2,226,002.00	166,249.99
应付职工薪酬	1,260.00	-	-
应交税费	702,343.76	5,499,027.88	9,334,675.45
应付利息	140,677.78	92,949.99	71,866.67
其他应付款	25,431,968.53	28,740,211.39	27,287,060.17
流动负债合计	104,728,292.26	99,904,205.35	104,137,834.17
非流动负债：			
长期应付款	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	104,728,292.26	99,904,205.35	104,137,834.17
所有者权益：			
实收资本	100,000,000.00	100,000,000.00	100,000,000.00
资本公积	28,713,694.69	28,713,694.69	28,713,694.69
盈余公积	11,722,197.61	11,722,197.61	7,692,106.50
未分配利润	94,036,064.49	93,499,778.51	57,228,958.53
所有者权益合计	234,471,956.79	233,935,670.81	193,634,759.72
负债和所有者权益 总计	339,200,249.05	333,839,876.16	297,772,593.89

2、母公司利润表

单位：元

项目	2015 年 1-3 月	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	17,252,651.38	131,483,838.85	104,507,013.44
其中：主营业务收入	17,252,651.38	131,483,838.85	104,507,013.44
二、营业总成本	16,475,675.82	85,828,189.83	62,140,973.98
其中：营业成本	11,833,141.14	71,465,098.73	43,551,369.57
营业税金及附加	45,108.43	229,378.31	389,495.65
销售费用	56,747.46	267,965.34	235,363.40
管理费用	4,084,063.91	16,044,575.67	12,658,327.91
财务费用	1,430,725.64	1,811,755.54	1,239,034.63
资产减值损失	-974,110.76	-3,990,583.76	4,102,263.13
投资收益	-	-	-34,880.31
三、营业利润（亏损以“—”号填列）	776,975.56	45,655,649.02	42,296,278.84
加：营业外收入	-	3,915,000.00	1,437,000.00
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
政府补助	-	-	100,000.00
减：营业外支出	94,572.96	2,154,360.13	970,682.78
四、利润总额（亏损总额以“—”号填列）	682,402.60	47,416,288.89	42,762,596.06
减：所得税费用	146,116.62	7,115,377.80	6,416,547.87
五、净利润（净亏损以“—”号填列）	536,285.98	40,300,911.09	36,346,048.19
六、其他综合收益	-	-	-

七、综合收益总额	536,285.98	40,300,911.09	36,346,048.19
----------	------------	---------------	---------------

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2015 年 1-3 月	2014 年度	2013 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	19,985,686.80	169,077,287.06	81,515,323.78
收到其他与经营活动有关的现金	4,295.78	16,585,505.49	3,066,752.20
经营活动现金流入小计	19,989,982.58	185,662,792.55	84,582,075.98
购买商品、接受劳务支付的现金	15,410,127.23	82,188,514.91	24,563,678.77
支付给职工以及为职工支付的现金	2,958,373.77	9,807,693.99	7,904,991.94
支付的各项税费	6,632,219.43	13,939,829.36	7,662,194.52
支付其他与经营活动有关的现金	53,660,264.81	8,697,383.95	20,141,439.18
经营活动现金流出小计	78,660,985.24	114,633,422.21	60,272,304.41
经营活动产生的现金流量净额	-58,671,002.66	71,029,370.34	24,309,771.57
二、投资活动产生的现金流量：			
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期投资所收回的现金净额	651,106.80	2,930,986.63	2,971,730.78
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	651,106.80	2,930,986.63	2,971,730.78
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	399,865.93	82,952,827.01	37,205,470.59
投资支付的现金	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	399,865.93	82,952,827.01	37,205,470.59
投资活动产生的现金流量净额	251,240.87	-80,021,840.38	-34,233,739.81
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	50,000,000.00	60,000,000.00	52,000,000.00

收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	50,000,000.00	60,000,000.00	52,000,000.00
偿还债务支付的现金	30,000,000.00	48,000,000.00	40,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,388,266.67	2,439,327.79	1,089,657.20
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	20,000.00	-	-
筹资活动现金流出小计	31,408,266.67	50,439,327.79	41,089,657.20
筹资活动产生的现金流量净额	18,591,733.33	9,560,672.21	10,910,342.80
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-6,826.13	6,593.76	8,017.79
五、现金及现金等价物净增加额	-39,834,854.59	574,795.93	994,392.35
加：期初现金及现金等价物余额	50,950,704.34	50,375,908.41	49,381,516.06
六、期末现金及现金等价物余额	11,115,849.75	50,950,704.34	50,375,908.41

4、母公司股东权益变动表

(1) 2015 年 1-3 月母公司股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	100,000,000.00	28,713,694.69	11,722,197.61	93,499,778.51	233,935,670.81
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	100,000,000.00	28,713,694.69	11,722,197.61	93,499,778.51	233,935,670.81
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	536,285.98	536,285.98
（一）净利润	-	-	-	536,285.98	536,285.98
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	536,285.98	536,285.98
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-
2. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-

3、其他	-	-	-	-	-
(四) 利润分配	-	-	-	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-
3. 对股东（或股东）的分配	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
(五) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
(六) 其他（改制净资产折股）	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	100,000,000.00	28,713,694.69	11,722,197.61	94,036,064.49	234,471,956.79

(2) 2014 年度母公司股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	100,000,000.00	28,713,694.69	7,692,106.50	57,228,958.53	193,634,759.72
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	100,000,000.00	28,713,694.69	7,692,106.50	57,228,958.53	193,634,759.72
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	4,030,091.11	36,270,819.98	40,300,911.09
（一）净利润	-	-	-	40,300,911.09	40,300,911.09
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	40,300,911.09	40,300,911.09
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-
2. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-

3、其他	-	-	-	-	-
(四) 利润分配	-	-	4,030,091.11	-4,030,091.11	-
1. 提取盈余公积	-	-	4,030,091.11	-4,030,091.11	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-
3. 对股东（或股东）的分配	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
(五) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	100,000,000.00	28,713,694.69	11,722,197.61	93,499,778.51	233,935,670.81

(3) 2013 年度母公司股东权益变动表

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	100,000,000.00	28,713,694.69	4,057,501.68	24,517,515.16	157,288,711.53
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	100,000,000.00	28,713,694.69	4,057,501.68	24,517,515.16	157,288,711.53
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	3,634,604.82	32,711,443.37	36,346,048.19
（一）净利润	-	-	-	36,346,048.19	36,346,048.19
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-
上述（一）和（二）小计	-	-	-	36,346,048.19	36,346,048.19
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-
2. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-

(四) 利润分配	-	-	3,634,604.82	-3,634,604.82	-
1. 提取盈余公积	-	-	3,634,604.82	-3,634,604.82	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-
3. 对股东（或股东）的分配	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
(五) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	100,000,000.00	28,713,694.69	7,692,106.50	57,228,958.53	193,634,759.72

二、最近两年财务会计报告的审计意见

（一）最近两年财务会计报告的审计意见

公司 2015 年 1-3 月、2014 年、2013 年的财务会计报告已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并由其出具了（信会师报字[2015]第 113388 号）标准无保留意见审计报告。

（二）合并报表范围

报告期内，公司合并报表范围内子公司如下情况如下：

公司名称	注册地	经营范围	成立日期	注册号
上海利隆汽车有限公司	上海	从事各类展示专用车的改装生产及销售（仅对拖挂底盘进行厢体结构改装），从事各类展示专用车改装技术领域内的技术咨询、技术服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	2003.07.23	310115000778756
上海大蓬车电子商务有限公司	上海	电子商务（不得从事增值电信、金融业务），汽车零配件、汽车用品、日用百货、工艺品、体育用品、玩具、化妆品的销售【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】	2005.07.07	310115000901071
浙江利隆路演展示服务有限公司	浙江	展示展览服务，会务服务，汽车租赁（含路演车租赁）；路演广告制作、装潢；国内各类广告设计、制作、发布；销售：工艺品、日用百货、文体用品。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	2009.02.03	330421000031083
上海利隆网络技术	上海	网络科技（不得从事科技中介），从事计算机技术领域内	2015.02.06	310114002864771

有限公司		的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，软件开发，产品设计，企业管理咨询，商务咨询，会务服务，展览展示服务，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）的销售，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
上海亮屏网络科技有限公司	上海	网络科技（不得从事科技中介），从事计算机技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，软件开发，产品设计，企业管理咨询，商务咨询，会务服务，展览展示服务，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）的销售，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	2014.12.22	310114002837114

续上表：

公司名称	注册资本 (万元)	投资金额 (万元)	持股比例 (%)	表决权比例 (%)	报告期内纳入合并范围期间
上海利隆汽车有限公司	2,500.00	2,500.00	100.00	100.00	2013.01.01-2015.03.31
上海大蓬车电子商务有限公司	215.00	120.00	55.81	55.81	2013.01.01-2013.12.31

浙江利隆路演展示服务有限公司	1,000.00	1,000.00	100.00	100.00	2013.01.01-2015.03.31
上海利隆网络技术有限公司	7,000.00	7,000.00	100.00	100.00	2015.01.01-2015.03.31
上海亮屏网络科技有限公司	1,000.00	510.00	51.00	51.00	2015.01.01-2015.03.31

三、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更情况和对公司利润的影响

（一）财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部于 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则-基本准则》和 38 项具体会计准则、其后颁布的企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）、以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号-财务报告的一般规定》（2010 年修订）的披露规定编制财务报表。

（二）遵循企业会计准则的声明

公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了报告期公司的财务状况、经营成果、现金流量等有关信息。

（三）会计期间

自公历 1 月 1 日至 12 月 31 日止为一个会计年度。

（四）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制且该控制并非暂时性的，认定为同一控制下的企业合并。

合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

为进行企业合并发生的各项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

参与合并的各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。

购买方通过一次交换交易实现的企业合并，合并成本为购买方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。购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

购买方的合并成本和购买方在合并中取得的可辨认净资产按购买日的公允价值计量。合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

（六）合并财务报表的编制方法

合并财务报表的合并范围包括本公司及子公司。

从取得子公司实际控制权之日起，本公司开始将其予以合并；从丧失实际控制权之日起停止合并。公司间所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。子公司的股东权益中不属于母公司所拥有的部分作为少数股东权益在合并资产负债表中股东权益项下单独列示；子公司净利润中不属于母

公司所拥有的部分作为少数股东损益在合并利润表中净利润项下单独列示。

对于因非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整；对于因同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，视同该企业合并于报告期最早期间的期初已经发生，从报告期最早期间的期初起将其资产、负债、经营成果和现金流量纳入合并财务报表，且其合并日前实现的净利润在合并利润表中单列项目反映。

（七）现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金及可随时用于支付的存款，现金等价物是指持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金及价值变动风险很小的投资。

（八）外币业务和外币报表折算

外币业务按业务发生日的即期汇率将外币金额折算为人民币入账。于资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日的即期汇率折算为人民币，所产生的折算差额除了为购建或生产符合资本化条件的资产而借入的外币借款产生的汇兑差额按资本化的原则处理外，直接计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，于资产负债表日采用交易发生日的即期汇率折算。

（九）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

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。包括：金融资产、金融负债和权益工具。本公司金融资产和金融负债划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债、持有至到期投资、应收款项、可供出售金融资产、其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

此类金融资产或金融负债可进一步分为交易性金融资产或金融负债、直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。交易性金融资产或金融负债，主要指企业为了近期内出售而持有的股票、债券、基金以及不作为有效套期工具的衍生工具或近期内回购而承担的金融负债；直接指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，主要是指企业基于风险管理，战略投资需要等所作的指定。

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

(2) 持有至到期投资

持有至到期投资：指本公司购入或投资形成的到期日固定、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等。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

若本公司于到期日前出售或重分类了较大金额的持有至到期投资（较大金额是指相对该类投资出售或重分类前的总金额而言），则本公司将该类投资的剩余部分重分类为可供出售金融资产，且在本会计期间及以后两个完整的会计年度内不再将该金融资产划分为持有至到期投资，但下列情况除外：出售日或重分类日距离该项投资到期日或赎回日较近（如到期前三个月内），市场利率变化对该项投资的公允价值没有显著影响；根据合同约定的定期偿付或提前还款方式收回该投资几乎所有初始本金后，将剩余部分予以出售或重分类；出售或重分类是由于本公司无法控制、预期不会重复发生且难以合理预计的独立事项所引起。

（3）应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产（不含应收款项）减值准备计提

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，按预计未来现金流量(不包括尚未发生的未来信用损失)现值低于账面价值的差额，计提减值准备。如果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。

当可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度或非暂时性下降，原直接计入股东权益的因公允价值下降形成的累计损失计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值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。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，直接计入股东权益。在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资发生的减值损失，如果在以后期间价值得以恢复，也不予转回。

（十）应收款项坏账准备

1、 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的具体标准为：应收款项余额100万元以上（含100万元）且应收款项余额前五名。

单独进行减值测试，如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小，在确定相关减值损失时，不对其预计未来现金流量进行折现。单独测试未发生减值的应收款项，包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中再进行减值测试。

2、 按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项：

确定组合的依据：

存在控制关系的关联方组合	按存在控制关系的关联方划分组合
账龄组合	除存在控制关系的关联方组合、单项金额重大并已单项计提坏账准备及单项金额不重大并已单项计提坏账准备的应收款项之外，其余应收款项按账龄划分组合

按组合计提坏账准备的计提方法：

控制本公司的关联方组合	不计提坏账准备
受本公司控制的关联方组合	不计提坏账准备

账龄组合	按账龄分析法
------	--------

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

2015年3月31日：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
6个月以内（含6个月）	1%	3%
6个月至1年（含1年）	5%	10%
1至2年（含2年）	30%	30%
2至3年（含3年）	50%	50%
3年以上	100%	100%

2014年12月31日：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
6个月以内（含6个月）	3%	3%
6个月至1年（含1年）	10%	10%
1至2年（含2年）	30%	30%
2至3年（含3年）	50%	50%
3年以上	100%	100%

2013年12月31日：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
6个月以内（含6个月）	3%	3%
6个月至1年（含1年）	10%	10%
1至2年（含2年）	30%	30%
2至3年（含3年）	50%	50%
3年以上	100%	100%

3、 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款：

对于单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项，当存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回所有款项时，确认相应的坏账准备。

坏账准备的计提方法：根据该款项预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，单独进行减值测试，计提坏账准备。

（十一）存货

1、存货的分类

存货分类为：原材料、周转材料、在产品、库存商品。

2、发出存货的计价方法

日常核算取得时按实际成本计价，发出时按加权平均法计价。

3、周转材料的摊销方法

采用一次摊销法。

4、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值，是指在日常活动中，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。公司确定存货的可变现净值，以取得的确凿证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

5、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

（十二）长期股权投资

1、投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

企业合并形成的长期股权投资，按照上述第（五）点同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法的相关内容确认初始投资成本。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或利润）作为初始投资成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

2、后续计量及损益确认

（1）后续计量

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算，编制合并财务报表时按照权益法进行调整。

对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并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，投资企业应当按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益。采用权益法核算的长期股权投资，初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额包含在初始投资成本中；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额且经复核两者差额仍存在时，该差额计入当期损益，同时调整长期股权投资成本。

采用权益法核算时，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。确认被投资单位发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，但本公司负有承担额外损失义务且符合或有事项准则所规定的预计负债确认条件的，继续确认投资损失和预计负债。被投资单位除净损益以外股东权益的其他变动，本公司按照持股比例计算应享有或承担的部分直接计入资本公积。被投资单位分派的利润或现金股利于宣告分派时按照本公司应分得的部分，相应减少长期股权投资的账面价值。本公司与被投资单位之间的交易产生的未实现损益在本公司拥有被投资单位的权益范围内予以抵销，惟该交易所转让的资产发生减值的，则相应的未实现损益不予抵销。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

按照合同约定对某项经济活动所共有的控制，仅在与该项经济活动相关的重要财务和经营决策需要分享控制权的投资方一致同意时存在，则视为与其他方对被投资单位实施共同控制；对一个企业的财务和经营决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，则视为对被投资单位施加重大影响。

4、减值测试方法及减值准备计提方法

采用成本法核算的、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，其账面价值低于按照类似投资当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值，确认该项投资存在减值。采用权益法核算的联营企业和合营企业以及

采用成本法核算的子公司的长期股权投资，当长期股权投资的帐面价值低于可收回金额时，确认该项投资存在减值。长期股权投资存在减值迹象的，其账面价值减记至可收回金额。可收回金额根据长期股权投资的公允价值减去处置费用后的净额与长期股权投资预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

（十三）投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物（含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物）。

公司对现有投资性房地产采用成本模式计量。对按照成本模式计量的投资性房地产一出租用建筑物采用与本公司固定资产相同的折旧政策，出租用土地使用权按与无形资产相同的摊销政策执行。

公司对存在减值迹象的，估计其可收回金额，可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。

投资性房地产减值损失一经确认，不再转回。

（十四）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、各类固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

各类固定资产折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	10-30年	5%	3.17%-9.50%
专用运输设备	5-10年	5%	9.50%-19.00%
运输设备	5-10年	5%	9.50%-19.00%
办公及电子设备	3-5年	5%	19.00%-31.67%
专用电子及机器设备	5-10年	5%	9.50%-19.00%
固定资产装修	5年	0%	20.00%

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

当固定资产的公允价值减去处置费用后的净额和资产预计未来现金流量的现值均低于固定资产账面价值时，确认固定资产存在减值迹象。固定资产存在减值迹象的，其账面价值减记至可收回金额。可收回金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与固定资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

符合持有待售条件的固定资产，以账面价值与公允价值减去处置费用孰低的金额列示。公允价值减去处置费用低于原账面价值的金额，确认为资产减值损失。

（十五）在建工程

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在建工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（十六）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）初始计量

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销，无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项目	预计使用寿命
土地使用权	按权利期限
外购软件	3-5 年

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

经复核，报告期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

3、使用寿命不确定的无形资产的判断依据

报告期内，公司不存在使用寿命不确定的无形资产。

4、无形资产减值准备的计提

对于使用寿命确定的无形资产，如有明显减值迹象的，期末进行减值测试。

对于使用寿命不确定的无形资产，每期末进行减值测试。

对无形资产进行减值测试，估计其可收回金额。可收回金额根据无形资产的公允价值减去处置费用后的净额与无形资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当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，减记的金额确认为无形资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。

无形资产减值损失确认后，减值无形资产的折耗或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该无形资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的无形资产账面价值（扣除预计净残值）。

无形资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项无形资产可能发生减值的，公司以单项无形资产为基础估计其可收回金额。公司难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该无形资产所属的资产组为基础确定无形资产组的可收回金额。

（十七）借款费用

发生的可直接归属于需要经过相当长时间的购建活动才能达到预定可使用状态之固定资产的购建的借款费用，在资产支出及借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用状态所必要的购建活动已经开始时，开始资本化并计入该资产的成本。当购建的资产达到预定可使用状态时停止资本化，其后发生的借款费用计入当期损益。如果资产的购建活动发生非正常中断，并且中断时间连续超过3个月，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建活动重新开始。

在资本化期间内，专门借款(指为购建或者生产符合资本化条件的资产而专门借入的款项)以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后确定应予资本化的利息金额；一般借款则根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。借款存在折价或者溢价的，

按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额，调整每期利息金额。借款存在折价或者溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额，调整每期利息金额。

（十八）商誉

商誉为股权投资成本超过应享有的被投资单位于投资取得日的公允价值份额的差额，或者为非同一控制下企业合并成本超过企业合并中取得的被购买方可辨认净资产于购买日的公允价值份额的差额。

企业合并形成的商誉在合并财务报表上单独列示。购买联营企业和合营企业股权投资成本超过投资时应享有被投资单位的公允价值份额的差额，包含于长期股权投资。

企业合并形成的商誉至少每年进行减值测试。减值测试时，商誉的账面价值根据企业合并的协同效应分摊至受益的资产组或资产组组合。期末商誉按成本减去累计减值损失后的净额列示。

（十九）资产减值

在财务报表中单独列示的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少每年进行减值测试。固定资产、无形资产、以成本模式计量的投资性房地产及长期股权投资等，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。上述资产减值损失一经确认，如果在以后期间价值得以恢复，也不予转回。

（二十）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内平均摊销。

（二十一）职工薪酬

于职工提供服务的期间确认应付的职工薪酬，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。职工薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、社会保险费及住房公积金、工会经费和职工教育经费等其他与获得职工提供的服务相关的支出。

（二十二）预计负债

对因产品质量保证、亏损合同等形成的现时义务，其履行很可能导致经济利益的流出，在该义务的金额能够可靠计量时，确认为预计负债。对于未来经营亏损，不确认预计负债。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数；因随着时间推移所进行的折现还原而导致的预计负债账面价值的增加金额，确认为利息费用。

资产负债表日，对预计负债的账面价值进行复核并作适当调整，以反映当前的最佳估计数。

（二十三）收入

1、销售商品收入确认和计量原则

本公司销售的商品在同时满足下列条件时，按从购货方已收或应收的合同或协议价款的金额确认销售商品收入。

- （1）已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- （2）既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；
- （3）收入的金额能够可靠地计量；
- （4）相关的经济利益很可能流入企业；
- （5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。

2、提供劳务收入的确认依据

在同一会计年度内开始并完成的劳务，在完成劳务时确认收入；如果劳务的开始和完成分属不同的会计年度，在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，在资产负债表日按完工百分比法确认相关的劳务收入；在提供劳务交易的结果不能可靠估计的情况下，按谨慎性原则对劳务收入进行确认和计量。

3、让渡资产使用权收入的确认依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量。

（1）租金收入

公司提供固定资产、包装物或者其他有形资产的使用权取得的租金收入，应按交易合同或协议规定的承租人应付租金的日期确认收入的实现。其中，如果交易合同或协议中规定租赁期限跨年度，且租金提前一次性支付的，根据收入与费用配比原则，在租赁期内，分期均匀计入相关年度收入。

（2）使用权收入

公司按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（二十三）政府补助

政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助属于与资产相关的政府补助；除与资产相关的政府补助之外的政府补助为与收益相关的政府补助。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

与资产相关的政府补助，应当确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延

收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿公司已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（二十四）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(包括应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异)计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损，视同可抵扣暂时性差异。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异，不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异，不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

递延所得税资产的确认以本公司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应纳税所得额为限。

对子公司、联营企业及合营企业投资相关的暂时性差异产生的递延所得税资产和递延所得税负债，予以确认。但本公司能够控制暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回的，不予确认。

（二十五）主要会计政策、会计估计变更情况和对公司利润的影响

报告期内，公司会计估计的变更情况如下：

会计估计变更的内容和原因	审批程序	开始适用的时点
根据近几年公司应收款项实际回款情况表明，公司应收款项基本在半年以内收回，发生坏账的可能性很小。公司对 2012-2014 年应收款项的账期、安全性以及公司近年来应收款项的回款管理及坏账核销情况进行了评估，为了更加公允地反映公司的财务状况以及经营成果，有效防范经营风险，公司拟对应收款项的坏账准备金计提比例进行变更。	第一届董事会第六次会议决议	2015.01.01

具体变更情况如下：

账龄	变更前应收账款计提比例(%)	变更后应收账款计提比例(%)
6个月以内(含6个月)	3	1
6个月至1年(含1年)	10	5
1至2年(含2年)	30	30
2至3年(含3年)	50	50
3年以上	100	100

本次会计估计变更自2015年1月1日起执行,根据《企业会计准则第28号——会计政策、会计估计变更和差错更正》的规定,此次会计估计变更采用未来适用法进行会计处理,无需追溯调整,对以往各年度财务状况和经营成果不会产生影响。

在现有应收账款的基础上,不考虑其他因素的影响,本次会计估计变更,对2015年1-3月财务报表的影响主要为: 资产减值损失减少950,522.04元,净利润增加807,943.73元,其中归属于母公司股东的净利润增加807,943.73元。

四、报告期利润形成的有关情况

(一) 营业收入的主要构成、变化趋势及原因分析

1、营业收入的主要类别及收入确认的具体方法

(1) 营业收入的主要类别

本公司的业务主要为提供移动路演营销整体解决方案

(2) 收入确认的具体方法

公司按照合同或协议约定已经提供相关服务;收入的金额能够可靠地计量;相关的经济利益很可能流入企业;相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时,确认收入实现。

2、营业收入的主要构成、变动趋势及原因

(1) 按业务性质分类

报告期内,公司营业收入情况如下:

单位:元

项目	2015 年 1-3 月		2014 年		2013 年	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
主营业务收入	17,081,711.21	99.29	131,483,838.85	99.72	104,507,013.44	100.00
其他业务收入	121,359.22	0.71	364,077.65	0.28	-	-
合计	17,203,070.43	100.00	131,847,916.50	100.00	104,507,013.44	100.00

2014年，公司营业收入较上年增加2,734.09万元，增长26.16%。公司的核心竞争力来自于移动路演营销整体解决方案，在报告期内，移动路演营销整体解决方案的收入一直是公司的主营业务收入来源。

(2) 主营业务收入按客户性质分类

单位：元

项目	2015 年 1-3 月		2014 年		2013 年	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
B2C	8,816,493.23	51.61	81,318,263.58	61.85	50,282,082.61	48.11
B2B	8,265,217.98	48.39	50,165,575.27	38.15	54,224,930.83	51.89
合计	17,081,711.21	100.00	131,483,838.85	100.00	104,507,013.44	100.00

2014 年，公司主营业务收入较上年增加 2,697.68 万元，增长 25.81%，其中 B2C 业务收入较上年增加 3,103.62 万元，增长 61.72%；B2B 业务收入较上年减少 405.94 万元，下降 7.49%。

公司主营业务收入主要来自 B2C 和 B2B 两大业务体系，其中收入增长来源于 B2C 业务规模的扩大，2015 年 1-3 月、2014 年、2013 年，公司 B2C 业务收入占主营收入总额的比例分别为 51.61%、61.85%和 48.11%。2014 年，公司 B2C 收入较上年大幅增长，主要原因是公司积极巩固长期客户关系，随着用户体验的进一步提升，B2C 业务的需求量持续增长，收入较上年大幅增长。

3、主营业务毛利率分析

单位：元

2015 年 1-3 月				
项目	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	毛利率 (%)

移动路演营销整体解决方案	17,081,711.21	11,342,849.49	5,738,861.72	33.60
合计	17,081,711.21	11,342,849.49	5,738,861.72	33.60

2014 年

项目	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	毛利率（%）
移动路演营销整体解决方案	131,483,838.85	71,195,252.87	60,288,585.98	45.85
合计	131,483,838.85	71,195,252.87	60,288,585.98	45.85

2013 年

项目	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	毛利率（%）
移动路演营销整体解决方案	104,507,013.44	43,041,902.60	61,465,110.84	58.81
合计	104,507,013.44	43,041,902.60	61,465,110.84	58.81

2015 年 1-3 月、2014 年度和 2013 年度，公司主营业务收入的毛利率分别为 33.60%、45.85%和 58.81%，2014 年度，公司移动路演营销整体解决方案收入的毛利率为 45.85%，毛利率较上年下降的原因是公司为扩大市场占有率，维持长期客户关系，对签订大额合同的客户予以了一定的优惠，同时附加值较低的小型路演车辆订单比例略有上升，使得公司在净利润上升的同时毛利率有所下降。

（二）报告期内期间费用情况

项目	2015 年 1-3 月	2014 年	2013 年
	金额（元）	金额（元）	金额（元）
营业收入	17,203,070.43	131,847,916.50	104,507,013.44
销售费用	56,747.46	267,965.34	235,363.40
管理费用	4,235,062.48	16,230,012.62	13,332,025.13
财务费用	1,431,820.09	1,813,761.39	1,240,163.39
期间费用合计	5,723,630.03	18,311,739.35	14,807,551.92
销售费用占主营业务收入比重（%）	0.33	0.20	0.23

管理费用占主营业务收入比重（%）	24.62	12.31	12.76
财务费用占主营业务收入比重（%）	8.32	1.38	1.19
三费占主营业务收入比重合计（%）	33.27%	13.89%	14.18%

报告期内，公司销售费用主要是销售人员职工薪酬、差旅费和业务推广费等。2014 年，公司销售费用较 2013 年增长了 13.85%，主要原因是公司在 2014 年业务扩大，员工人数增加，差旅费上升。

报告期内，公司管理费用主要包括职工薪酬、研发费用、房租及物业费、办公费、中介机构服务等。2014 年，公司管理费用较 2013 年增长 21.74%，主要原因是公司在 2014 年员工数量增加，同时中介机构服务费上升所致。

报告期内，公司研发费用的金额及占主营业务收入的比重情况如下：

年度	研发费用总额（元）	占主营业务收入的比重（%）
2013 年	6,716,915.08	6.43
2014 年	6,145,152.98	4.67
2015 年 1-3 月	1,224,476.58	7.17

报告期内，公司财务费用主要包括利息支出、汇兑损益、手续费等。2015 年 1-3 月、2014 年度和 2013 年度，公司财务费用持续上升，主要原因是公司短期借款增加导致利息费用上升。

2013 年，公司三项期间费用合计为 14,807,551.92 元，占营业收入的比重为 14.18%；2014 年，公司三项期间费用合计为 18,311,739.35 元，占营业收入的比重为 13.89%，2015 年 1-3 月，公司三项期间费用合计为 5,723,630.03 元，占营业收入的比重为 33.27%。2014 年公司三项期间费用较 2013 年增加 3,504,187.43 元，增长 23.66%，占营业收入的比重下降 0.29 个百分点，主要是由于公司 2014 年营业收入同比增长 26.16%，而三项期间费用同比增长 23.66%，低于营业收入增长速度，从而导致三项期间费用占营业收入比例下降。

（三）报告期内重大投资收益情况

报告期内，公司无重大投资收益。

(四) 报告期内非经常性损益情况

单位：元

项目	2015 年 1-3 月	2014 年	2013 年
非流动资产处置损益	-74,572.96	-2,154,360.13	-970,682.78
计入当期损益的政府补助	-	-	100,000.00
其他营业外收入和支出	-20,000.00	3,915,000.00	1,337,000.00
非经常性损益合计	-94,572.96	1,760,639.87	466,317.22
减：所得税影响数	-14,185.94	264,095.98	69,947.58
非经常性损益净额	-80,387.02	1,496,543.89	396,369.64
当期净利润	692,437.50	40,188,860.34	36,108,445.80
扣除非经常性损益后的净利润	772,824.52	38,692,316.45	35,712,076.16
非经常性损益净额占当期净利润的比例（%）	-11.61	3.72	1.10

报告期内，公司非经常性损益中的政府补助如下：

单位：元

序号	项目	2015 年 1-3 月	2014 年	2013 年
1	2012 年度嘉定区科技小巨人	-	-	100,000.00
	合计	-	-	100,000.00

五、财务状况分析

(一) 资产的主要构成及减值准备

报告期内，公司的资产构成情况如下表所示：

单位：元

项目	2015.3.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
流动资产	61,703,175.99	18.72	102,321,377.33	31.64	130,381,905.27	45.39
非流动资产	267,878,789.22	81.28	221,107,937.01	68.36	156,885,968.54	54.61
总资产	329,581,965.21	100.00	323,429,314.34	100.00	287,267,873.81	100.00

报告期内，公司资产结构保持基本稳定。2015年3月31日，2014年末和2013年末，公司非流动资产占总资产的比例分别为81.28%、68.36%和54.61%，公司主营业务为提供移动路演营销整体解决方案，拥有生产经营用的房屋及建筑物，以及大量专业运输设备，因而非流动资产占比较高。随着公司业务规模的扩大，固定资产投资相应加大，非流动资产占比逐年上升，与公司现阶段的业务模式和经营情况相适应。

1、流动资产分析

单位：元

项目	2015.3.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
货币资金	11,333,851.69	18.37	51,037,377.81	49.88	61,421,341.37	47.11
应收账款	44,356,205.30	71.89	45,877,568.64	44.84	64,678,035.06	49.61
预付款项	2,220,131.08	3.60	620,404.49	0.61	832,873.82	0.64
其他应收款	911,952.07	1.48	357,633.05	0.35	621,885.54	0.48
存货	1,553,167.37	2.52	4,312,145.86	4.21	782,968.44	0.60
其他流动资产	1,327,868.48	2.14	116,247.48	0.11	2,044,801.04	1.56
合计	61,703,175.99	100.00	102,321,377.33	100.00	130,381,905.27	100.00

(1) 货币资金

报告期内，公司货币资金情况如下：

单位：元

项目	2015.3.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
现金	-	-	-	-	-	-
银行存款	11,333,851.69	100.00	51,037,377.81	100.00	61,421,341.37	100.00
其他货币资金	-	-	-	-	-	-
合计	11,333,851.69	100.00	51,037,377.81	100.00	61,421,341.37	100.00

报告期内，公司货币资金均为银行存款。2015年3月31日，2014年末和2013年末，银行存款余额分别为1,133.39万元，5,103.74万元和6,142.13万元，公司货币资金占流动资产的比例分别为18.37%、49.88%和47.11%。报告期内，公司经营业绩较为稳健，营业收入稳步增长，账面现金较为充裕。截至2015年3月31日，公司银行存款较2014年12月31日有所下降，原因系公司以现金收购了亮屏网络51%的股权所致。

（2）应收账款

1) 报告期内，公司应收账款及坏账准备情况如下：

单位：元

账龄	2015.3.31		
	金额	比例（%）	坏账准备
6个月以内（含6个月）	43,105,315.69	96.05	431,053.16
6个月至1年（含1年）	1,768,314.48	3.94	88,415.72
1至2年（含2年）	2,920.02	0.01	876.01
2年以上	-	-	-
合 计	44,876,550.19	100.00	520,344.89

（续上表）

账龄	2014.12.31		
	金额	比例（%）	坏账准备
6个月以内（含6个月）	46,201,502.82	97.49	1,386,045.08
6个月至1年（含1年）	1,140,000.00	2.40	114,000.00
1至2年（含2年）	51,587.00	0.11	15,476.10
2年以上	-	-	-
合 计	47,393,089.82	100.00	1,515,521.18

（续上表）

账龄	2013.12.31		
	金额	比例（%）	坏账准备
6个月以内（含6个月）	52,652,868.62	75.20	1,579,586.06

6个月至1年(含1年)	7,251,728.39	10.36	725,172.84
1至2年(含2年)	10,111,709.93	14.44	3,033,512.98
2年以上	-	-	-
合 计	70,016,306.94	100.00	5,338,271.88

报告期内,公司应收账款主要为6个月以内的应收账款。2015年3月31日,2014年末和2013年末,公司应收账款6个月以内的余额分别为4,310.53万元,4,620.15万元和5,265.29万元,分别占应收账款余额的96.05%,97.49%和75.20%,公司近两年业务发展速度较快,且多为6个月内应收账款,公司与客户保持着良好的合作伙伴关系,应收账款发生坏账损失的可能性较小。

2) 报告期末,公司应收账款前五名情况

截至2015年3月31日,公司应收账款前五名客户的主要欠款情况如下:

单位: 元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
上海丰沃实业有限公司	客户	13,320,000.00	6个月以内	29.68
常熟华东汽车有限公司	客户	7,470,000.00	6个月以内	16.65
重庆海尔家电销售有限公司	客户	6,035,866.95	6个月以内	13.45
华为技术有限公司	客户	6,017,088.77	6个月以内	13.41
广汽本田汽车有限公司	客户	3,003,000.00	6个月以内	6.69
合计		35,845,955.72		79.88

截至2014年12月31日,公司应收账款前五名客户的主要欠款情况如下:

单位: 元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
上海丰沃实业有限公司	客户	13,320,000.00	6个月以内	28.11
重庆海尔家电销售有限公司	客户	7,996,800.96	6个月以内	16.87
常熟华东汽车有限公司	客户	6,000,000.00	6个月以内	12.66
JUST MARKETING,INC	客户	4,192,519.11	6个月以内	8.85

上海积点网络技术有限公司	客户	2,940,000.00	6 个月以内	6.20
合计		34,449,320.07		72.69

截至2013年12月31日，公司应收账款前五名客户的主要欠款情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占应收账款总额的比例(%)
中澳矿业集团	客户	16,936,065.39	1-2 年	24.19
TCL 集团股份有限公司	客户	6,946,264.38	0-1 年	9.92
常熟华东汽车有限公司	客户	6,020,000.00	6 个月以内	8.60
安杰玛化妆品（上海）有限公司	客户	4,240,000.00	0-1 年	6.06
上海樽文实业有限公司	客户	3,400,000.00	6 个月以内	4.86
合计		37,542,329.77		53.63

3) 截至2015年3月31日，应收账款中不含持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位欠款、无应收关联方的欠款。

（3）预付款项

1) 报告期内，公司预付款项情况如下：

单位：元

账 龄	2015.3.31		2014.12.31		2013.12.31	
	账面余额	比例(%)	账面余额	比例(%)	账面余额	比例(%)
1 年以内	2,165,358.08	97.53	552,032.29	88.98	525,510.82	63.10
1 至 2 年	9,560.00	0.43	23,159.20	3.73	281,907.00	33.85
2 至 3 年	19,757.00	0.89	19,757.00	3.19	22,356.00	2.68
3 年以上	25,456.00	1.15	25,456.00	4.10	3,100.00	0.37
合计	2,220,131.08	100.00	620,404.49	100.00	832,873.82	100.00

2) 报告期末，公司预付款项前五名情况

截至2015年3月31日，公司预付款项前五名客户情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预付款项总额的比例(%)
上海儒怡投资发展有限公司	非关联方	800,000.00	1 年以内	36.03
中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	非关联方	420,306.45	1 年以内	18.93
莱芜市钢宝科贸有限公司	非关联方	145,808.85	1 年以内	6.57
上海双流电子技术有限公司	非关联方	139,800.00	1 年以内	6.30
泛联国际货运代理（上海）有限公司	非关联方	113,575.00	1 年以内	5.12
合计		1,619,490.30		72.95

截至2014年12月31日，公司预付款项前五名客户情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预付款项总额的比例(%)
上海上汽安吉汽车销售服务有限公司	非关联方	245,458.29	1 年以内	39.56
上海华星鸿和汽车销售服务有限公司	非关联方	100,000.00	1 年以内	16.12
深圳市迈锐光电有限公司	非关联方	73,650.00	1 年以内	11.87
上海艾瑞森信息咨询有限公司	非关联方	60,000.00	1 年以内	9.67
上海西鲁电气科技有限公司	非关联方	16,520.00	1 年以内	2.66
合计		495,628.29		79.88

截至2013年12月31日，公司预付款项前五名客户情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占预付款项总额的比例(%)
上海立信会计师事务所（特殊普通合伙）	非关联方	400,000.00	0-2 年	48.03
上海唯悟装饰设计工程有限公司	非关联方	139,732.52	1 年以内	16.78
上海春旭机电设备有限公司	非关联方	55,000.00	0-2 年	6.60
上海骏羚实业发展有限公司	非关联方	50,000.00	1 年以内	6.00

上海锐鹰广告有限公司	非关联方	26,000.00	1 年以内	3.12
合计		670,732.52		80.53

(4) 其他应收款

公司其他应收款主要为保证金、员工备用金和押金等。

截至 2015 年 3 月 31 日，其他应收款主要债务人情况如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	金额	年限	占其他应收款余额的比例(%)
重庆海尔家电销售有限公司	往来单位	300,000.00	6 个月以内	31.07
颜建华	员工	100,800.00	6 个月以内 100,000.00 元， 3 年以上 800.00 元	10.44
派克汉尼汾流体传动产品 (上海) 有限公司	往来单位	71,200.07	6 个月至 1 年	7.37
黄喆瀛	员工	51,000.00	6 个月以内	5.28
蔡懿雯	员工	14,922.00	6 个月以内	1.55
合计		537,922.07		55.71

截至 2014 年 12 月 31 日，其他应收款主要债务人情况如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	金额	年限	占其他应收款余额的比例(%)
颜建华	员工	52,691.00	6 个月以内 51,891.00 元， 3 年以上 800.00 元	13.51
派克汉尼汾流体传动产品 (上海) 有限公司	往来单位	47,414.73	6 个月以内	12.16
北京正点未来广告有限责任 公司广州分公司	往来单位	28,340.00	6 个月以内	7.27
王勇	员工	27,291.10	6 个月以内	7.00
汤孝勤	员工	19,998.90	6 个月以内	5.13

合计		175,735.73		45.07
----	--	------------	--	-------

截至 2013 年 12 月 31 日，其他应收款主要债务人情况如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	金额	年限	占其他应收款余额的比例(%)
上海陆家嘴金融贸易区联合发展有限公司	往来单位	277,766.37	2-3 年	33.84
科勒（中国）投资有限公司	往来单位	144,242.00	6 个月以内	17.57
派克汉尼汾流体传动产品（上海）有限公司	往来单位	85,044.64	6 个月以内	10.36
上海倍加福工业自动化贸易有限公司	往来单位	34,423.00	6 个月以内	4.19
朱国平	员工	25,389.50	6 个月以内	3.09
合计		566,865.51		69.05

截至2015年3月31日，公司其他应收款中不含持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位欠款。其他应收款中应收关联方的欠款均为公司正常业务运营过程中发生的预支款项，不存在关联方占用资金情况。

（5）存货

报告期内，公司存货情况如下：

单位：元

项目	2015.3.31		
	金额	比例（%）	跌价准备
原材料	962,140.73	61.95	-
在产品	582,226.64	37.49	-
库存商品	8,800.00	0.56	-
合 计	1,553,167.37	100.00	-

（续上表）

项目	2014.12.31		
	金额	比例（%）	跌价准备

原材料	1,015,151.37	23.54	-
在产品	2,638,621.85	61.19	-
库存商品	658,372.64	15.27	-
合计	4,312,145.86	100.00	-

(续上表)

项目	2013.12.31		
	金额	比例 (%)	跌价准备
原材料	720,959.20	92.08	-
库存商品	62,009.24	7.92	-
合计	782,968.44	100.00	-

报告期内，公司存货主要为原材料、在产品 and 库存商品。截至2015年3月31日，公司存货中，原材料账面余额为96.21万元，在产品为58.22万元，库存商品为0.88万元。报告期内，公司存货主要是原材料 and 在产品，截至2015年3月31日，分别占比61.95%和37.49%。

(6) 其他流动资产

报告期内，公司其他流动资产情况如下所示：

单位：元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
	金额	金额	金额
应交税费	1,327,868.48	116,247.48	2,044,801.04
合计	1,327,868.48	116,247.48	2,044,801.04

2、非流动资产分析

单位：元

项目	2015.3.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
投资性房地产	9,220,091.10	3.44	9,326,260.90	4.22	-	-
固定资产	117,803,154.01	43.98	121,508,263.98	54.95	60,535,365.70	38.59

	2015.3.31		2014.12.31		2013.12.31	
在建工程	1,970,814.12	0.74	1,341,653.96	0.61	77,891,444.05	49.65
无形资产	29,019,971.66	10.83	29,223,883.22	13.22	3,712,186.59	2.37
商誉	51,000,000.00	19.04	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-	-	362,212.69	0.23
递延所得税资产	85,518.22	0.03	231,634.84	0.10	830,222.40	0.53
其他非流动资产	58,779,240.11	21.94	59,476,240.11	26.90	13,554,537.11	8.63
合计	267,878,789.22	100.00	221,107,937.01	100.00	156,885,968.54	100.00

(1) 投资性房地产

公司主要投资性房地产具体情况详见“第二节 公司业务”之“三、公司主要技术、资产和资质情况（二）公司主要资产情况”。

(2) 固定资产

报告期内，公司固定资产情况如下：

单位：元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
一、原价合计	147,644,018.12	148,559,491.89	83,549,033.28
房屋及建筑物	51,169,942.49	51,169,942.49	7,370,241.84
专用运输设备	67,726,845.69	69,172,025.23	60,877,351.26
运输设备	3,577,352.36	3,331,654.07	3,249,918.96
办公及电子设备	3,125,794.01	3,113,308.54	1,753,561.84
专用电子及机器设备	11,766,478.88	11,494,956.87	10,297,959.38
固定资产装修	10,277,604.69	10,277,604.69	-
二、累计折旧合计	29,840,864.11	27,051,227.91	23,013,667.58
房屋及建筑物	1,480,184.10	1,075,088.73	1,112,728.65
专用运输设备	18,136,242.07	16,765,586.38	14,381,205.30
运输设备	383,130.56	300,113.66	434,218.03
办公及电子设备	1,467,043.39	1,355,314.11	1,044,748.66
专用电子及机器设备	7,485,749.39	7,180,490.66	6,040,766.94
固定资产装修	888,514.60	374,634.37	-

三、固定资产账面价值合计	117,803,154.01	121,508,263.98	60,535,365.70
房屋及建筑物	49,689,758.39	50,094,853.76	6,257,513.19
专用运输设备	49,590,603.62	52,406,438.85	46,496,145.96
运输设备	3,194,221.80	3,031,540.41	2,815,700.93
办公及电子设备	1,658,750.62	1,757,994.43	708,813.18
专用电子及机器设备	4,280,729.49	4,314,466.21	4,257,192.44
固定资产装修	9,389,090.09	9,902,970.32	-

公司固定资产主要为房屋及建筑物、专用运输设备、运输设备、办公及电子设备、专用电子及机器设备以及固定资产装修。截至 2015 年 3 月 31 日，固定资产原值 14,764.40 万元，累计折旧 2,984.09 万元，未计提减值准备，固定资产账面价值 11,780.32 万元。报告期内，公司的固定资产经测试未发生减值，故无需就固定资产计提任何减值准备。

公司主要固定资产具体情况详见“第二节 公司业务”之“三、公司主要技术、资产和资质情况（二）公司主要资产情况”。

（3）在建工程

报告期内，公司在建工程情况如下：

单位：元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
嘉定厂房工程	-	-	69,449,466.24
订制展车改装装潢	1,970,814.12	1,341,653.96	7,484,700.85
嘉定厂区装修工程	-	-	957,276.96
合计	1,970,814.12	1,341,653.96	77,891,444.05

（4）无形资产

报告期内，公司无形资产情况如下：

单位：元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
----	-----------	------------	------------

一、原价合计	29,914,984.61	29,914,984.61	4,059,124.38
土地使用权	29,585,497.43	29,585,497.43	3,729,637.20
软件	329,487.18	329,487.18	329,487.18
二、累计摊销合计	895,012.95	691,101.39	346,937.79
土地使用权	646,998.99	470,544.72	236,210.28
软件	248,013.96	220,556.67	110,727.51
三、无形资产账面价值合计	29,019,971.66	29,223,883.22	3,712,186.59
土地使用权	28,938,498.44	29,114,952.71	3,493,426.92
软件	81,473.22	108,930.51	218,759.67

公司主要无形资产具体情况详见“第二节 公司业务”之“三、公司主要技术、资产和资质情况（二）公司主要资产情况”。

（5）商誉

报告期内，公司商誉情况如下：

单位：元

被投资单位名称	2014.12.31	2015.1-3 月增加	2015.1-3 月减少	2015.3.31
		企业合并形成的	处置	
上海亮屏网络科技有限公司	-	51,000,000.00	-	51,000,000.00

商誉形成过程详见“第二节 公司业务”之“三、公司主要技术、资产和资质情况（二）公司主要资产情况”。

（6）递延所得税资产

2015 年 3 月末、2014 年末和 2013 年末，递延所得税资产余额分别为 8.55 万元、23.16 万元和 83.02 万元。

报告期内，可抵扣差异项目明细如下：

单位：元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
资产减值准备	570,121.49	1,544,232.25	5,534,816.01

(7) 其他非流动资产

2015年3月末、2014年末和2013年末,其他非流动资产余额分别为5,877.92万元、5,947.62万元和1,355.45万元。

报告期内,其他非流动资产项目明细如下:

单位:元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
预付工程款	25,000,000.00	25,000,000.00	168,600.00
预付设备款	33,779,240.11	34,476,240.11	13,385,937.11
合计	58,779,240.11	59,476,240.11	13,554,537.11

截至2015年3月31日,公司账面预付工程款系公司为停车场改造向上海项语建筑工程有限公司预付的工程款,预付设备款系公司为采购专业运输设备按采购合同向上海咔咔轮商用车销售有限公司预付的款项。

(二) 负债的主要构成及其变化

报告期内,公司的负债构成情况如下:

单位:元

项目	2015.3.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
流动负债	80,648,613.24	100.00	75,188,399.87	100.00	79,215,819.68	100.00
非流动负债	-	-	-	-	-	-
合计	80,648,613.24	100.00	75,188,399.87	100.00	79,215,819.68	100.00

公司负债为流动负债,2015年3月31日,2014年末和2013年末,流动负债分别为8,064.86万元,7,528.84万元和7,932.58万元。

1、流动负债

报告期内,公司流动负债的情况如下:

单位：元

项目	2015.3.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
短期借款	70,000,000.00	86.80	50,000,000.00	66.50	38,000,000.00	47.97
应付账款	8,825,521.13	10.94	13,346,014.09	17.75	29,277,981.89	36.96
预收款项	493,521.06	0.61	3,097,002.00	4.12	166,249.99	0.21
应付职工薪酬	2,747.50	0.00	-	-	-	-
应交税费	826,941.87	1.03	5,576,233.74	7.42	9,521,130.18	12.02
应付利息	140,677.78	0.17	92,949.99	0.12	71,866.67	0.09
其他应付款	359,203.90	0.45	3,076,200.05	4.09	2,178,590.95	2.75
合计	80,648,613.24	100.00	75,188,399.87	100.00	79,215,819.68	100.00

公司流动负债以短期借款为主,2015年3月31日,2014年末和2013年末,上述负债合计分别为8,064.86万元,7,518.84万元和7,921.58万元,其中,短期借款占流动负债的比例分别为86.80%,66.50%和47.97%。

(1) 短期借款

单位：元

项目	2015.3.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
质押及抵押借款	60,000,000.00	85.71	10,000,000.00	20.00	8,000,000.00	21.05
信用借款	10,000,000.00	14.29	40,000,000.00	80.00	30,000,000.00	78.95
合计	70,000,000.00	100.00	50,000,000.00	100.00	38,000,000.00	100.00

公司主要短期借款合同具体情况详见“第二节 公司业务”之“五、销售、采购与贷款情况(三)报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况”。

(2) 应付账款

报告期内,公司应付账款及账龄情况如下:

单位：元

账龄	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
----	-----------	------------	------------

结构	余额	比例 (%)	余额	比例 (%)	余额	比例 (%)
1 年以内	8,726,989.47	98.88	13,226,932.09	99.11	29,211,798.09	99.77
1 年以上	98,531.66	1.12	119,082.00	0.89	66,183.80	0.23
合计	8,825,521.13	100.00	13,346,014.09	100.00	29,277,981.89	100.00

截至2015年3月31日，公司应付账款中不含持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位欠款、无应付关联方的欠款。

（3）预收款项

报告期内，公司预收款项情况如下：

单位：元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
预收路演服务项目款	493,521.06	3,097,002.00	166,249.99
合计	493,521.06	3,097,002.00	166,249.99

报告期内，公司预收款项均为预收路演服务项目款。

截至2015年3月31日，公司预收款项中不含持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位款项、无预收关联方的款项。

（4）应交税费

报告期末，公司应交税费主要包括应交增值税、应交所得税和应交城建教育税附加等。公司应交税费明细情况如下：

单位：元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
增值税	720,779.47	3,088,621.42	4,015,154.88
城建税	7,558.12	31,788.72	41,664.63
企业所得税	-	2,208,856.86	5,114,970.12
个人所得税	54,014.39	37,439.49	38,187.83
河道费	7,376.08	30,769.30	39,625.79
教育费附加	37,062.45	154,865.90	200,167.78

房产税	-	-	46,619.49
土地使用税	-	23,044.44	23,044.44
其他	151.36	847.61	1,695.22
合计	826,941.87	5,576,233.74	9,521,130.18

(5) 其他应付款

报告期内，公司其他应付款情况如下：

单位：元

账龄结构	2015.3.31		2014.12.31		2013.12.31	
	余额	比例 (%)	余额	比例 (%)	余额	比例 (%)
押金及保证金	153,964.70	42.86	156,164.70	5.08	-	-
暂收款	105,239.20	29.30	166,791.34	5.42	4,759.20	0.22
中介服务费	50,000.00	13.92	121,369.81	3.95	-	-
董事会费	50,000.00	13.92	50,000.00	1.63	-	-
车队差旅费	-	-	2,581,874.20	83.92	2,173,831.75	99.78
合计	359,203.90	100.00	3,076,200.05	100.00	2,178,590.95	100.00

公司主要的其他应付款系车队差旅费、押金及保证金等。截至2015年3月31日，公司其他应付款中不含持本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位款项、无应付关联方的款项。

(三) 股东权益

单位：元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
实收资本（或股本）	100,000,000.00	100,000,000.00	100,000,000.00
资本公积	32,396,716.34	32,396,716.34	32,396,716.34
盈余公积	11,828,267.38	11,828,267.38	7,798,176.27
未分配利润	104,757,761.48	104,015,930.75	67,857,161.52
少数股东权益	-49,393.23	-	-
合计	248,933,351.97	248,240,914.47	208,052,054.13

公司所有者权益项下主要包括投资者投入的实收资本、资本公积及历年公司产生的留存收益。公司实收资本的变化详情见“第一节 基本情况”之“五 历史

沿革”。

六、管理层分析

（一）盈利能力分析

项目	2015 年 1-3 月	2014 年	2013 年
净利润（元）	692,437.50	40,188,860.34	36,108,445.80
毛利率（%）	33.38	45.60	58.81
净资产收益率（%）	0.30	17.62	19.00
每股收益（元/股）	0.01	0.40	0.36

2015 年 1-3 月、2014 年和 2013 年，公司净资产收益率分别为 0.30%，17.62% 和 19.00%，具有较强的盈利能力。2014 年公司净资产收益率相比 2013 年有所下降，主要原因系公司 2014 年毛利率低于 2013 年，从而导致销售净利率下降，净资产收益率相应降低。

单位：元

项目	2015 年 1-3 月	2014 年	2013 年
营业利润	933,127.08	45,566,267.75	42,123,833.98
营业外收入	-	3,915,000.00	1,437,000.00
营业外支出	94,572.96	2,154,360.13	970,682.78
利润总额	838,554.12	47,326,907.62	42,590,151.20
净利润	692,437.50	40,188,860.34	36,108,445.80

报告期内，公司利润来源主要为营业利润。公司营业利润主要是提供移动营销路演整体解决方案产生。2015 年 1-3 月、2014 年和 2013 年，公司净利润分别为 69.24 万元、4,018.89 万元和 3,610.84 万元，净利润呈现稳步上升趋势，公司成本主要为人员支出和固定资产折旧，相对固定，随着销售规模的扩大将显著提高公司利润水平。

（二）偿债能力分析

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
资产负债率(母公司)(%)	30.88	29.93	34.97
流动比率（倍）	0.77	1.36	1.65

速动比率（倍）	0.73	1.30	1.61
---------	------	------	------

2015年3月31日、2014年末和2013年末，公司资产负债率分别为30.88%、29.93%和34.97%。公司整体负债水平低且呈现下降趋势，具有较强的偿债能力。

2015年3月31日、2014年末和2013年末，公司流动比率分别为0.77、1.36和1.65，速动比率分别为0.73、1.30和1.61。报告期内，公司流动比率和速动比率呈现逐步下降趋势，原因系公司于2014年购置了投资性房地产以及土地使用权，于2015年以现金收购了亮屏网络，非流动资产比例逐年上升。

（三）营运能力分析

项 目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
应收账款周转率（次）	0.38	2.39	2.07
存货周转率（次）	3.91	28.15	99.27

2015年1-3月、2014年和2013年，公司应收账款周转率分别为0.38次、2.39次和2.07次，存货周转率分别为3.91次、28.15次和99.27次，公司应收账款周转率和存货周转率较高，原因系公司客户主要为长期合作的国内外知名企业，还款情况良好，应收账款账龄主要为一年以内，同时公司主营业务成本主要为人员成本和固定资产折旧，原材料占主营业务成本的比重较低。

2015年1-3月，公司应收账款周转率和存货周转率出现大幅下降，主要原因是该指标计算公式中的营业收入和营业成本只涵盖了1-3月，受业务运营模式等因素的影响，公司下半年的营业收入占全年的比例高于上半年，从而导致该期间的应收账款周转率和存货周转率较低。

（四）现金流量分析

单位：元

项目	2015年1-3月	2014年	2013年
经营活动现金流入	20,383,027.30	186,483,048.70	83,262,613.82
经营活动现金流出	27,006,000.64	115,412,437.85	59,520,190.15
经营活动产生的现金流量净额	-6,622,973.34	71,070,610.85	23,742,423.67
投资活动产生的现金流量净额	-51,665,459.98	-80,021,840.38	-34,233,739.81

筹资活动产生的现金流量净额	18,591,733.33	9,560,672.21	10,910,342.80
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-6,826.13	6,593.76	8,017.79
现金及现金等价物净增加额	-39,703,526.12	616,036.44	427,044.45
期初现金及现金等价物余额	51,037,377.81	50,421,341.37	49,994,296.92
期末现金及现金等价物余额	11,333,851.69	51,037,377.81	50,421,341.37

2015 年 1-3 月、2014 年和 2013 年，公司经营活动产生的现金流量净额为 -662.30 万元、7,107.06 万元和 2,374.24 万元，2014 年公司经营活动产生的现金流量净额较 2013 年大幅增长，主要是公司报告期内营业收入实现持续增长，实现了较大的现金流入。同时，公司主要客户为长期合作的国内外知名企业，还款情况良好。

2015 年 1-3 月，2014 年和 2013 年，公司投资活动产生的现金流量净额分别为 -5,166.55 万元、-8,002.18 万元和 -3,423.37 万元，报告期内，公司投资活动主要为固定资产购置以及收购子公司。

2015 年 1-3 月，2014 年和 2013 年，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 1,859.17 万元，956.07 万元和 1,091.03 万元，报告期内，公司筹资活动产生的现金流入主要为短期借款。

七、关联方、关联方关系及关联交易

（一）关联方和关联关系

1、持有公司 5%及以上股份的股东

序号	关联方姓名	持股股数（股）	持股比例（%）
1	邵晨立	42,870,000.00	42.87
2	上海复星德晟股权投资管理公司	20,000,000.00	20.00
3	上海协隆投资管理合伙企业（有限合伙）	10,130,000.00	10.13
4	北京首科三新投资基金管理有限公司	10,000,000.00	10.00
5	上海百利达投资中心（有限合伙）	5,000,000.00	5.00

6	上海景扬投资中心（有限合伙）	5,000,000.00	5.00
合计		93,000,000.00	93.00

2、公司控股子公司

报告期内，公司拥有全资子公司上海利隆汽车有限公司、上海大蓬车电子商务有限公司、浙江利隆路演展示服务有限公司、上海利隆网络技术有限公司。其中上海大蓬车电子商务有限公司已完成注销。

3、董事、监事及高级管理人员

公司董事、监事及高级管理人员具体情况，参见“第一节 基本情况”之“六、董事、监事和高级管理人员情况”。

4、其他关联方

上述所涉及的所有关联自然人、其关系密切的家庭成员（包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶、配偶的父母、兄弟姐妹、子女配偶的父母）、以及其控制的其他企业均为公司的关联方。

（二）报告期内关联交易

1、关联担保情况

报告期内，公司签订的银行综合授信/最高额贷款合同如下：

单位：元

担保人	被担保方	债权人	银行授信额度/ 最高额保证	担保金额	融资期间	担保是否已 履行完毕
利隆汽车	利隆媒体	平安银行上海分行	60,000,000.00	50,000,000.00	2015/1/13- 2016/1/13	否

上述担保的担保期限为主债权清偿期届满之日起两年。

2、关联方应收应付款项

单位：元

项目名称	关联方	2015 年 3 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
其他应收	冯鹤年	-	-	-	-	3,000.00	90.00

款							
其他应收款	蔡懿雯	51,000.00	1,530.00	800.00	24.00	-	-
其他应收款	颜建华	100,800.00	3,800.00	52,691.00	2,356.73	800.00	800.00
其他应收款	合计	151,800.00	5,330.00	53,491.00	2,380.73	3,800.00	890.00

上述应收款项均为公司正常业务运营过程中发生的预支款项,不存在关联方占用资金情况。

八、提请投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

报告期内,公司存在的重要或有事项为向合并范围内关联方提供债务担保形成的或有负债,具体情况,参见“第二节 公司业务”之“五、销售、采购及贷款情况(三)报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况”。

报告期内,公司无需要提请投资者关注财务报表附注中的期后事项及其他重要事项。

九、报告期内资产评估情况

2015年2月28日,利隆网络与上海亮屏投资管理合伙企业(有限合伙)签订股权转让协议,购买其持有的亮屏网络51.00%的股权。公司委托第三方资产评估机构北京中同华资产评估有限公司上海分公司对上海亮屏网络科技有限公司“赚钱网手机广告业务”未来预期收益于2014年12月31日的收益现值进行了估价,并出具了“中同华沪咨报字(2015)第005号”估价报告书。

十、股利分配政策及实际股利分配情况

(一) 报告期内股利分配政策

根据原公司章程,公司报告期内股利分配政策依据《公司法》的相关要求,具体政策如下:

- 1、公司分配当年税后利润时,应当提取利润的10%列入公司法定公积金。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

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

3、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本25%。

（二）公司最近两年的股利分配情况

报告期内，公司没有分配股利情况。

（三）公开转让后的股利分配政策

根据修订的《公司章程》，公司现行的和公开转让后的股利分配政策如下：

- 1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。
- 2、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。
- 3、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。
- 4、公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

5、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，

所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

6、公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，充分重视投资者的实际利益，有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。公司采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利；在有条件的情况下，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，不得损害公司持续经营能力。

十一、公司控股子公司基本情况

报告期内，公司拥有四家全资子公司，其中大蓬车于2011年4月28日召开股东会，审议通过了公司解散并清算的决议，并于2013年1月完成注销手续，在报告期内没有经营活动。其他三家子公司具体情况如下：

公司名称	注册地	经营范围	成立日期	注册号
上海利隆汽车有限公司	上海	从事各类展示专用车的改装生产及销售（仅对拖挂底盘进行厢体结构改装），从事各类展示专用车改装技术领域内的技术咨询、技术服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	2003.07.23	310115000778756
浙江利隆路演展示服务有限公司	浙江	展示展览服务，会务服务，汽车租赁（含路演车租赁）；路演车广告制作、装潢；国内各类广告设计、制作、发布；销售：工艺品、日用百货、文体用品。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	2009.02.03	330421000031083
上海利隆网络技术有限公司	上海	网络科技（不得从事科技中介），从事计算机技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，软件开发，产品设计，企业管理咨询，商务咨询，会务服务，展览展示服务，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，	2015.02.06	310114002864771

		计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）的销售，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
--	--	---	--	--

续上表：

公司名称	注册资本 (万元)	投资金额 (万元)	持股比例 (%)	表决权比例 (%)	报告期内纳入合并范围期间
上海利隆汽车有限公司	2,500.00	2,500.00	100.00	100.00	2013.01.01-2015.03.31
浙江利隆路演展示服务有限公司	1,000.00	1,000.00	100.00	100.00	2013.01.01-2015.03.31
上海利隆网络技术有限公司	7,000.00	7,000.00	100.00	100.00	2015.01.01-2015.03.31

报告期内，利隆汽车报告期内主要经营数据：

单位：元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总值	25,104,828.57	25,025,725.71	24,210,526.43
负债总值	8,228,555.96	8,135,158.48	7,141,025.03
营业收入	2,436,449.43	3,448,194.10	-
净利润	-14,294.62	-178,934.17	-430,889.93

报告期内，浙江利隆报告期内主要经营数据：

单位：元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总值	18,237,049.66	18,346,204.71	18,291,703.61
负债总值	104,156.22	168,988.73	181,371.05
营业收入	121,359.22	898,058.23	1,359,223.30
净利润	-44,322.54	66,883.42	195,472.60

报告期内，利隆网络报告期内主要经营数据：

单位：元

项目	2015.3.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总值	51,015,992.27	-	-
负债总值	51,116,794.78	-	-
营业收入	-	-	-
净利润	-100,802.51	-	-

十二、 风险因素

（一）客户开发风险

目前，公司已为20多个行业的60余家国内外知名客户提供服务，如百威啤酒、NBA、科勒、海尔、玫琳凯、华为、汉高、中国移动、TCL、青岛啤酒、广汽本田等。

公司提供的移动路演营销整体解决方案对客户促进产品推广、扩大品牌影响力、提高消费者体验等具有极好的营销效果和品牌宣传效果，使得公司业务较易通过现有客户向同一行业的其它优秀客户延伸与渗透。但随着公司在同一行业内客户的逐渐增加，受同一行业客户间的竞争关系、商业秘密保护等因素的影响，公司客户开发难度也越来越大，从而可能会对公司业务的持续快速增长带来不利影响。

（二）业务持续创新风险

客户选择移动路演营销模式主要是被路演车造型独特、形式新颖的特性所吸引。随着企业客户和消费者群体对移动路演营销接受程度的提高，需求也在不断提高，对活动形式、活动氛围、活动场地、互动体验等的要求也越来越高。

在路演车的引进以及设计改装方面，公司一直坚持高标准高水平的原则。公司坚持全部采用沃尔沃、奔驰、MAN、佩卡等国际一流厂商生产牵引车，近年来引进 MACK 牵引车及肯沃斯（KENWORHT）牵引车（《变形金刚》中擎天柱的原型车），直接带动了行业服务硬件水平的提高，造型刚毅的牵引车头带给消费者强有力的视觉冲击，促进了移动路演营销模式在国内的传播。同时，

公司自主设计的展开式舞台车型、两侧翻板式半挂车型、两侧抽拉箱型车型均为国内首创，在空间设计、系统分布、外观设计上有机融合，带动国内路演车型向多样化、高科技的方向发展，以不断满足客户的需求。正是公司在路演车的引进与设计等方面的持续创新，才使得公司主营业务持续健康发展，若未来公司不能保持持续的业务创新，将会对公司的经营业绩带来较大不利影响。

（三）公司业务季节性波动风险

受业务运营模式等因素的影响，公司营业收入存在季节性分布不均衡的特点，下半年的营业收入和利润水平占全年的比例明显高于上半年。2013-2014年，本公司下半年实现的营业收入占全年的比重分别为73%、64%。

营业收入的季节性波动主要是因为公司执行的路演推广活动大多在二、三季度开始执行，一般持续时间为3-12个月，并随活动的进行分阶段确认收入。在收入呈现季节性波动、而费用在各季度内较为均衡发生的情况下，可能会造成公司一季度或半年度出现季节性亏损或盈利较低的情形。公司经营业绩存在季节性波动风险。

（四）核心团队人才流失风险

目前，公司已拥有一支由具有丰富专业经验的技术、管理人员组成的业务开发、运营及管理团队，团队的核心人员对公司的开发、运营及管理起着关键作用。公司一直注重人力资源的科学管理，采取了一系列吸引和稳定核心人员的措施，包括建立有效的绩效管理体系、提高福利待遇、增加培训机会、创造良好的工作和文化氛围等。如未来发生团队核心人员流失的情形，将会对公司的生产经营造成较大不利影响。

（五）高素质人才短缺风险

移动路演营销服务业属于知识密集、技术密集、人才密集型产业。移动路演营销的各个环节，包括品牌规划、活动策划、创意与设计、市场研究、车辆设计装潢等整合营销推广的运营需要较高的人才素质和技术水平。特别是在实际操作方面有多年经验，既熟悉移动路演营销服务环节的各项业务，又对路演

客户所在行业有较深理解的人才在移动路演营销行业尤为稀缺。随着公司业务规模的不断扩张，公司将可能面临高素质专业人才短缺的风险。

（六）业务规模扩大导致的管理风险

随着资产规模和业务规模的逐渐扩张，公司业务和管理人员也将相应增加，公司的组织结构和管理体系将趋于复杂，对公司的管理模式、人力资源、市场营销、内部控制等各方面均提出了更高要求。倘若公司不能及时提高管理能力并充实和培养相关高素质管理人才队伍以适应公司未来的成长和市场环境的变化，将会给公司带来相应的管理风险。

（七）产品和服务质量控制风险

公司多年来秉承“站在客户的角度出发”理念，通过严格执行 ISO9001:2008 标准质量体系及全面质量管理体系确保服务过程规范、有效运行，保证服务质量，获得了客户的一致好评。若未来公司不能持续保持及改进产品和服务质量，则会直接影响客户对公司产品和服务的满意度，对公司的市场声誉、企业形象产生负面影响，从而给公司经营带来不利影响。

（八）公司重大资产收购后带来的运营管理风险

公司主营业务为向企业及其他组织提供移动路演营销整体解决方案，利用自有移动路演平台，为客户进行产品宣传，品牌推广。从互联网时代的产业发展趋势来看，公司以上业务皆是为客户品牌进行的线下推广。经过 10 余年积累，公司在移动路演营销整体解决方案方面积累了丰富的经验。2015 年，公司收购了上海亮屏网络科技有限公司 51% 的股权，上海亮屏网络科技有限公司是一家以移动互联网推广营销平台开发为核心业务的软件公司，这有利于公司布局线上业务，打造 O2O 业务体系。虽然公司经营团队具备丰富的线下业务管理经验，但运营管理一家互联网公司将对公司高层提出了更高的要求，也增加了未来公司在新业务运营管理的风险。

（九）实际控制人控制不当风险

自股份公司成立以来，公司控股股东和实际控制均没有发生变化，邵晨立、陈向衡夫妇为公司的实际控制人，能够通过股东大会及董事会行使表决权等方式直接或间接影响公司的发展战略、经营管理、利润分配、关联交易和人事任免等重大事项决策，这些决策可能偏离企业、中小股东、员工、上下游客户的最佳利益目标。

（十）市场竞争风险

目前移动路演营销服务行业正处于市场需求快速增长、市场规模迅速扩大的快速成长期，根据行业发展周期理论，这个时期行业进入者将急剧增加，市场竞争日趋激烈，新进入者有可能采用低价竞争的策略来抢夺市场份额，这可能会拉低行业的平均利润水平。除此之外，其他广告媒介平台同移动路演营销平台的竞争的加大，也会在一定程度上影响企业未来的发展。

（十一）应收账款净额金额较高的风险

截至 2015 年 3 月 31 日，公司应收账款净额为 4,435.62 万元，占流动资产的比例为 71.89%，占总资产的比例为 13.46%，其中 6 个月以内应收账款净额为 4,267.43 万元，占应收账款净额的比例为 96.21%，应收账款净额占流动资产比例较高。虽然公司应收账款基本在信用期限内，账龄较短，但规模较大的应收账款将给公司的资金周转带来一定压力。

公司客户主要为国内外知名的企业，信誉良好。但随着公司业务规模不断扩大，如果不加强对应收账款的管理，公司将面临流动资金周转的压力，并加大坏账损失风险，从而可能对公司的经营业绩产生不利影响。

（十二）公司治理风险

公司自设立以来，逐步建立健全了法人治理结构，制定了适应企业发展的内部控制体系，但公司治理和内部控制体系仍需要在日常经营过程中逐渐完善。随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，业务范围不断扩展，人员不断增加，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部治理不适

应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

（十三）税收优惠政策的风险

2014年9月4日，上海利隆新媒体股份有限公司取得上海市科学技术委员会、上海市财政局、上海市国家税务局、上海市地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》。根据《中华人民共和国企业所得税法》和《中华人民共和国企业所得税法实施条例》的相关规定，以及上海市嘉定区国税局的认定，2014年1月1日至2016年12月31日，公司执行的企业所得税税率为15%。如所得税优惠期满后无法继续获得上述优惠政策，可能对公司的税负、盈利造成一定程度影响。

（十四）短期借款的风险

截至2015年3月31日、2014年12月31日以及2013年12月31日，公司的短期借款余额分别为7,000万元、5,000万元以及3,800万元，随着公司借款规模的扩大，公司存在一定的还本付息压力。同时，公司以其自有投资性房地产、厂房及建筑物和土地使用权向授信银行设定了最高额抵押担保，若不能按时还本付息，可能对本公司正常经营活动造成较大风险。

（十五）资产评估的风险

报告期内，公司子公司上海利隆网络技术有限公司于2015年2月28日与上海亮屏投资管理合伙企业（有限合伙）签订股权转让协议，收购了其持有的上海亮屏网络科技有限公司51.00%的股权。公司委托北京中同华资产评估有限公司上海分公司对上海亮屏网络科技有限公司“赚钱网手机广告业务”未来预期收益于2014年12月31日的收益现值进行了估价，并出具了“中同华沪咨报字（2015）第005号”估价报告书。由于该资产评估报告的数据和假设均由上海亮屏网络科技有限公司基于当前市场状况和业务情况提供，若后续经营状况无法达到资产评估预期，可能引起本公司投资损失的风险。

（十六）投资者与控股股东间签署对赌协议的风险

2015年3月31日，上海复星德晟股权投资管理有限公司与公司股东签署了投资补充协议书（二），依据该协议中股权赎回条款约定：1、鉴于公司经营情况，各方一致同意延长增资文件中约定的投资方回购权，若公司于2015年12月31日前未在全国中小企业股份转让系统挂牌交易的，则投资方有权于2015年12月31日后20个工作日内提出行使回购权利。投资方有权在此期限前根据公司经营情况单方面决定是否行使全部或部分股权回购权利。2、控股股东邵晨立女士应于投资方向其提出该书面回购要求之日起六十个工作日内一次性购买投资方持有的公司全部或部分股权。3、在实施上述股权购买行为时，股权购买款以投资方在增资文件中约定的已投资的人民币6,300.00万元的资本金加8%的年利率（单利，具体应付利息按照投资方实际持有公司股权天数进行计算，直至股权购买款支付当日）以及投资方行使回赎前年度经审计或各方一致确认的应分配给投资方的公司全部利润计算。若公司无法在2015年12月31日前完成在全国中小企业股份转让系统挂牌交易而触发控股股东股权赎回条款，可能使公司股权结构发生重大变化。

除上海复星德晟股权投资管理有限公司外，其他投资机构与公司所签署的股权转让协议中均不存在对赌协议。

十三、公司经营目标和计划

（一）公司原有主营业务发展计划

利隆媒体系国内最早专业提供移动路演营销整体解决方案的现代服务企业。公司围绕“路演车”这一新型的移动式营销工具，为客户提供专业设计、活动策划、路演车租赁、运营管理等“一体化”服务。公司所提供的整套服务包括路演车设计改装、策划、宣传、推广、展示、互动、体验，直至销售，帮助客户促进产品销售，扩大品牌影响力，提升企业形象。经过10余年发展，公司在移动路演品牌推广方面，积累了丰富的运营管理经验和项目经验。

1、大力发展移动路演业务，打造综合服务能力

移动路演营销服务国内起步较晚，近几年虽经历了较快的发展过程，但目前仍有较大的发展空间。公司在移动路演行业发展多年，依靠长期的项目积累，面对市场环境的发展变化，逐步打造行业内具备综合服务能力的移动路演服务商。借鉴美国成熟路演市场的发展过程，在未来发展中，公司将会在以下三个方面打造核心竞争力。



2、取得车辆改装备案资质，打造路演车改装核心竞争力

公司着力打造路演营销行业内具备综合服务能力的企业。路演车改装设计是移动路演营销整体解决方案开始的起点，只有按照客户要求设计出具备技术含量和独特展示功能的路演挂车，才能保质保量完成好客户的整体路演营销方案。公司路演方案项目经理可以亲临路演改装车一线，与路演车改装团队就路演营销方案对于路演车展示效果进行深入沟通，已达到符合客户需求的路演营销效果。公司具备自主独立自主的设计能力，保证了公司路演营销整体解决方案的实施质量。

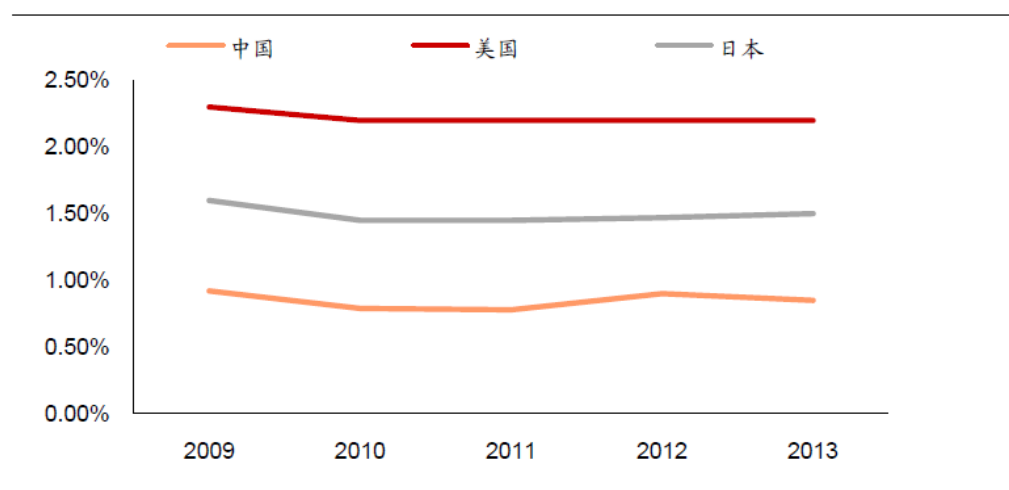
（二）布局移动互联网，植入互联网基因

1、广告业市场的飞速发展

20世纪90年代以来，中国广告行业伴随着国民经济的发展取得了快速增长，年均增速达到30.8%，已成为中国增长最快的行业之一，截止2013年末，中国广告产业的市场规模达到759亿美元，同比增长10.84%，过去5年复合增长率16.58%。中国广告业与国内生产总值的增长呈现出明显的正相关

性，尽管近几年来整个产业进入转型发展阶段，增速逐渐放缓，但持续增长的势头依然明显，年均增速仍然保持在 11% 左右。

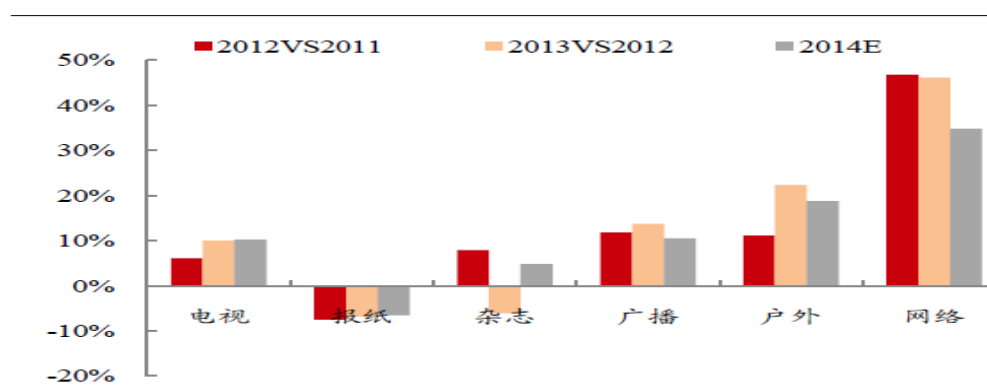
图 13-1：中国、美国、日本广告产业占 GDP 的比重



资料来源：聚宝网络公开转让说明书

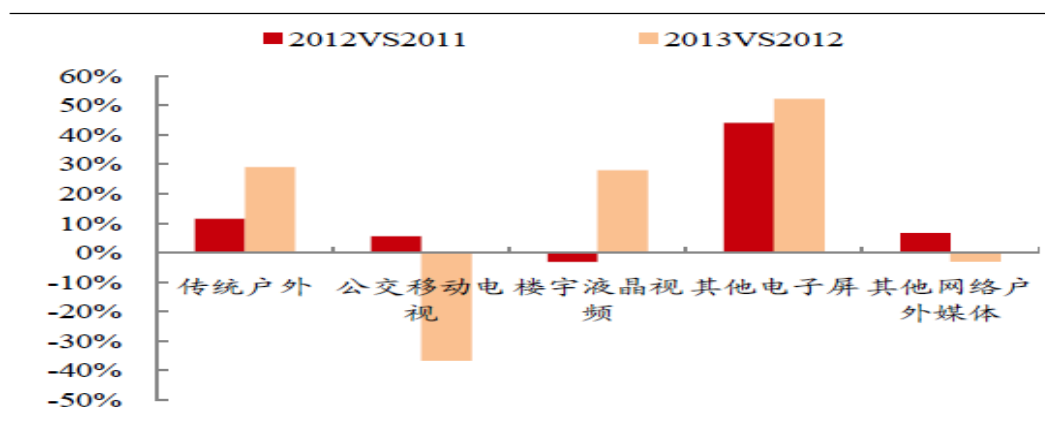
广告业整体高速增长的市场空间，给了公司巨大的发展空间。同时，飞速发展的互联网技术，大大拓宽了广告业的媒介平台，从传统的纸媒到户外广告，从电视媒体到互联网门户网站，从简单的户外大屏广告推送到富有个性和极强宣传效果的移动路演营销，广告业所依赖的媒介平台也在飞速发展，各种平台互相竞争，互相影响，取长补短，充分发挥各自的优势，来赢得企业客户的广告投放。

图 13-2：各媒体 2014 年广告规模增长情况



数据来源：昌荣传媒市场与媒体研究中心

图 13-3：各类户外广告花费同比增长情况

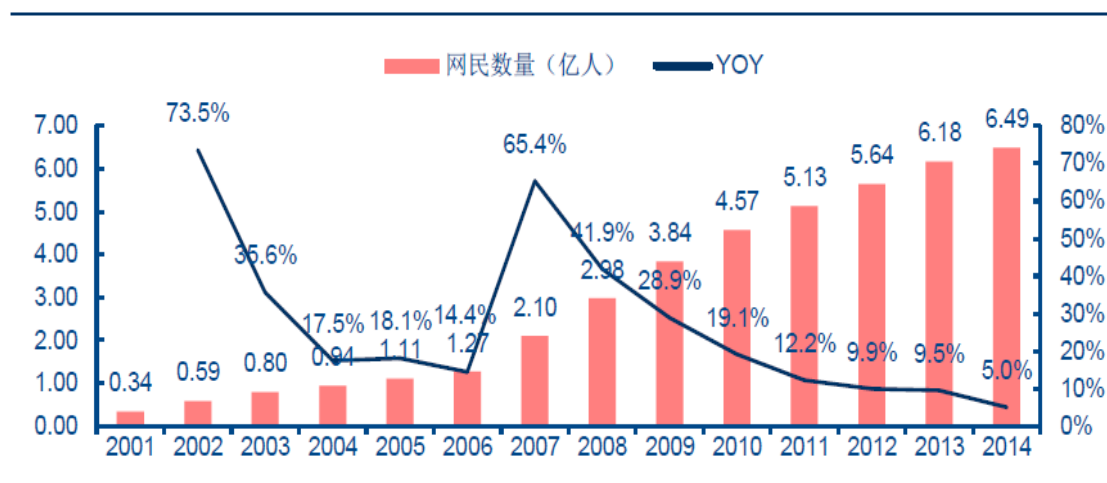


数据来源：华融证券研究报告

2、移动互联网营销市场飞速发展

中国互联网网民数量不断增加。根据 CNNIC 数据显示，截至 2014 年末，中国互联网网民数量已达到 6.49 亿人。近 10 年来，中国互联网网民数量由 2001 年的 0.34 亿人快速增长至当前水平，并于 2008 年 6 月底超过美国，跃居世界第一位，13 年间增幅逾 19 倍。同时，国内互联网普及率自 2006 年底突破 10% 以来开始快速增长，以年均 5-6 个百分点的速度递增，并在 2009 年赶超全球平均水平，达到 2012 年末的 44.1%。

图 13-4：中国网民增长数量

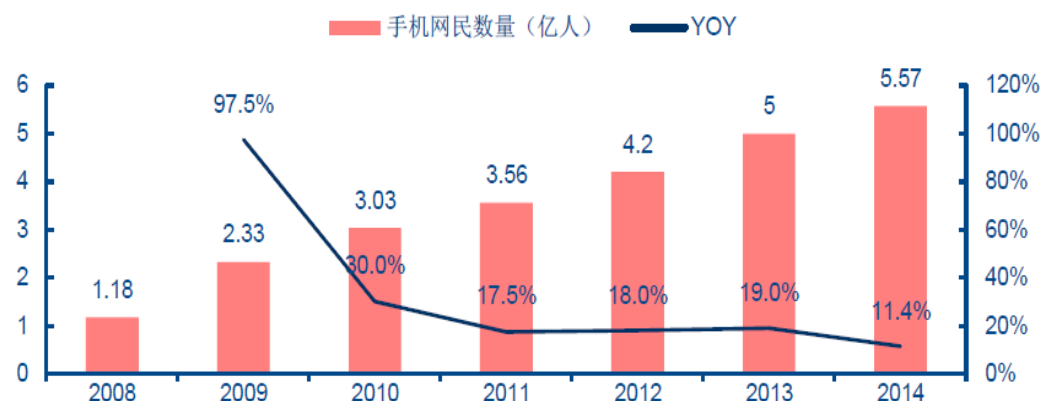


资料来源：CNNIC《中国互联网络发展状况统计报告》

移动网民爆发式增长。根据 CNNIC 数据，2014 年手机网民同比增长 11.4%

至 5.57 亿人，较 2008 年的 1.18 亿人大幅增加近 5 倍。随着移动互联网产业的快速发展，移动互联网不仅仅作为互联网的延伸而存在，其产业特性逐渐显现，在各细分领域的差异也越来越突出。

图 13-5：手机网民增长情况

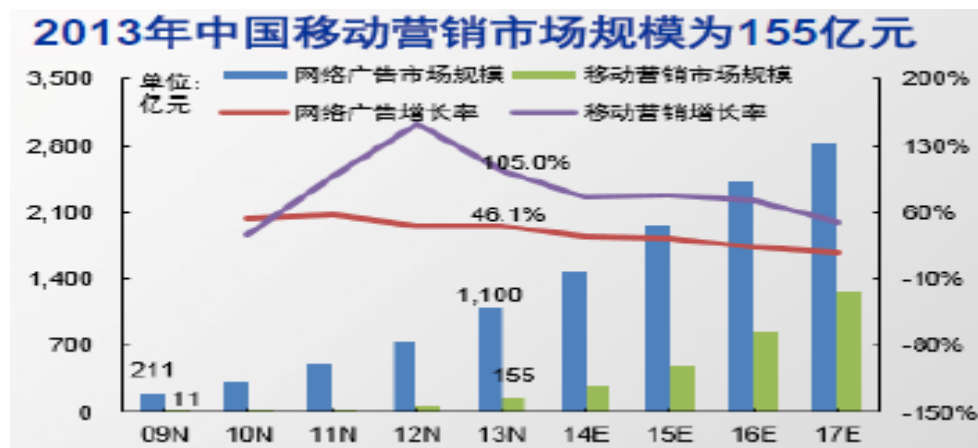


资料来源：CNNIC《中国互联网络发展状况统计报告》

移动营销市场发展迅猛。移动营销是指在移动终端中依托于移动互联网，以各种移动媒体形式向用户发布产品、活动或服务的促销或品牌信息。根据 iResearch 数据，2014 年移动营销市场规模为 273 亿元，同比增长 105%，预计行业市场规模在 2017 年有望达到 1277 亿元。移动营销的整体市场增速远远高于网络广告市场增速。智能终端设备的普及、用户数量的不断增加以及移动广告平台的不断涌现是促进整体市场发展的动力所在。

智能终端的普及、移动互联网的整体发展、广告网络公司的积极推动，是移动营销领域快速发展的主要推动力。（1）随着移动互联网的发展，广告主对移动营销的认可度有所提高，并开始积极尝试。（2）智能手机的普及和各种应用的开发，提升了移动媒体的营销价值。广告网络公司努力推动整个生态环境的快速形成。（3）传统媒体、互联网媒体及大量移动应用的加入为移动营销提供了不少优质媒体。

图 13-6：移动营销市场规模



资料来源：iResearch 2014 年中国网络广告行业年度监测报告

移动互联网经过近几年的飞速发展，已发展成为主要的媒介平台，移动端媒体具备的功能主要有：1、主动推送，可以保证及时的广告传播需求。2、高度覆盖，可覆盖国内大部分城市、各年龄段人群。3、私人媒体，个人化程度高，传播可直达受众。4、个人精准投送，通过大数据进行个人消费行为分析，实现广告精准投送。

移动互联网营销优势非常明显。（1）时间/地域/人群灵活覆盖的传播体系：移动互联网传播可以从时间、地域、人群等多个层次为广告主制定灵活的广告传播策略；（2）“精准传播”特点帮助广告主增加传播深度：帮助广告主提升传播的纵向深度，在展开大范围传播攻势的同时，增加传播精准度，提升实际传播效果与最终销售业绩；（3）多维度媒体组合帮助广告主实现移动互联网的全方位影响：多类别传播方式帮助广告主搭建移动互联网综合性传播体系，满足多样化的营销需求；（4）移动互联网传播性价比远高于传统媒体：移动互联网具有“高覆盖、高转化、高性价比”的特性，使其性价比远高于其他传统媒体，能帮助广告主利用更少的钱创造更大的价值。

3、收购亮屏网络，布局移动互联网营销市场

基于以上移动互联网的飞速发展及其在营销方面的优势，公司于 2015 年用全资子公司利隆网络收购了亮屏网络，亮屏网络系一家基于移动互联网营销平台开发的互联网软件企业，布局移动互联网线上营销业务。亮屏网络目前已经

开发出可应用在 Andriod 手机上的 APP 软件，利隆媒体目前已经制定出推广此 APP 软件的详细方案，计划在 2015 年年内即开展实施。

（三）线上线下融合，打造公司核心竞争力

经过多年发展，利隆媒体在移动路演营销行业积累了丰富的客户资源，以及在二、三、四线城市实施路演营销方案的丰富经验，以上资源优势为公司顺利推广亮屏网络 APP 提供了有利保证，也是公司能较容易将互联网基因植入公司业务非常重要的因素。作为移动互联网营销平台为主营业务的亮屏网络，广告收入在业务开展起初为亮屏网络实现收入的主要来源，利隆媒体原有主营业务的客户积累，对于亮屏网络业务的期初开展，提供有力保障。

1、地推进行亮屏网络 APP 的推广

公司每年为多家客户提供移动路演营销整体解决方案，按照客户要求，营销路演除一线城市外，服务地域覆盖 2、3 线城市，覆盖人群较大，在公司进行传统营销服务的同时，可同时开展亮屏网络 APP 软件的推广。公司原有路演营销服务所覆盖的巨大人群，在一定程度上保证了亮屏网络 APP 的装机用户，将公司线下业务的优势与线上业务紧密连接，形成闭环系统。

2、股东支持亮屏网络的发展

公司股东复星德晟积极支持亮屏网络的发展，豫园商城等商业中心的公用无线网络平台入口的开放将支持亮屏网络 APP 的线上推广活动。

3、利隆媒体进行线上活动投入，借助其他传媒平台进行线上推广

除以上两种推广活动外，利隆媒体在亮屏网络 APP 的推广上，同时借助其他商业媒介平台，进行公开的、大规模的互联网 APP 的推广。公司初步预计在北京、上海、广州、深圳等一线城市同步推广亮屏网络 APP 软件，力争在亮屏网络 APP 推广上，第一步市场开拓即覆盖到国内一线城市。

4、多种服务及维护方式，提高用户粘度，突显入口价值

移动路演营销的核心优势在于其入口价值，只有拥有大量的活跃有效用户，

才使得入口流量的价值更加高，衍生出更多的服务收入。对于维护好使用亮屏网络 APP 的手机用户，利隆媒体及亮屏网络运营管理团队已经制定出了较为全面的服务营销计划，增加客户粘性和忠诚度。

收购亮屏网络将是利隆媒体进行大媒体平台搭建的关键一步。未来对于亮屏网络的业务发展，公司预计亮屏网络在业务开展期初以广告收入为盈利来源，随着公司加大对亮屏网络的投入，公司将会把亮屏网络打造成移动营销平台，体现其移动营销的价值。为不断提高亮屏网络的竞争力，除加大对亮屏网络持续研发投入外，公司将加大对亮屏网络用户的维护工作，提高用户体验效果，保持用户粘性和活跃度。

第五节 有关声明

一、全体董事、监事、高级管理人员声明

二、主办券商声明

三、律师事务所声明

四、会计师事务所声明

五、评估机构声明

一、全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事：



陈向衡



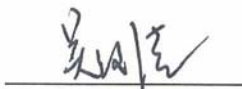
陈宏



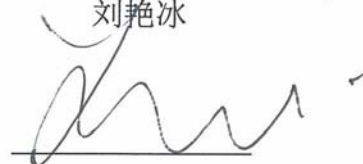
刘艳冰



白悦



吴俊瑛



蔡雪松



娄贺统

全体监事：



颜建华

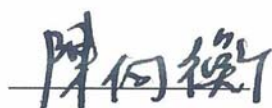


蔡懿雯



万倩

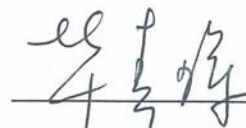
全体高级管理人员：



陈向衡



陈宏



毕春辉



白悦

上海利隆新媒体股份有限公司

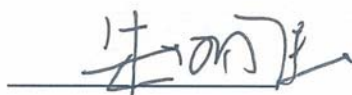
2015年5月22日



二、主办券商声明

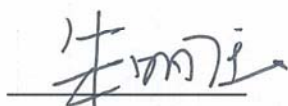
本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目负责人签字：



朱明强

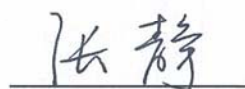
项目小组人员签字：



朱明强



韩勇



张静



王振宁



韩博

法定代表人签字：



王常青

中信建投证券股份有限公司

2015年5月22日



三、律师事务所声明

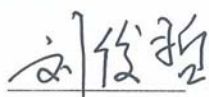
本所及经办律师已阅读公开转让说明书,确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对挂牌公司在公开转让说明书中引用的法律意见书的内容无异议,确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人签名:



吴明德

经办律师签名:



刘俊哲



王仲婷



上海市锦天城律师事务所 (公章)

2015 年 5 月 22 日

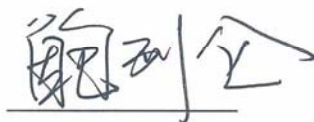
四、会计师事务所声明

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

会计师事务所负责人签名：



经办注册会计师签名：



立信会计师事务所(特殊普通合伙) (公章)

2015 年 5 月 22 日

五、评估机构声明

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

资产评估机构法定代表人签字:

梅惠民

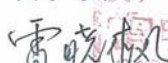


签字注册资产评估师签字:

张萍



雷晓枫



上海银信资产评估有限公司(公章)



2015 年 5 月 22 日

第六节 附件

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