



凤凰都市传媒

PHOENIX METROPOLIS MEDIA

凤凰都市传媒科技股份有限公司

Phoenix Metropolis Media Technology Co., Ltd.

(北京市朝阳区亮马桥路42号光明饭店1501室)

首次公开发行 A 股股票招股说明书

(申报稿)

保荐人(主承销商)



中信证券股份有限公司
CITIC SECURITIES CO.,LTD

广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场(二期)北座

发行概况

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证券监督管理委员会的批准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决策的依据。

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	拟发行不超过 5,134 万股新股， 本次发行不进行老股转让
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	不超过 20,534 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺	发行人实际控制人刘长乐先生承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。 发行人间接控股股东凤凰卫视承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。 发行人控股股东文化公司承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接已持有的发行人公开发

	股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。承诺期限届满后，上述股份可以上市流通或转让。所持的发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价，减持数量不超过总股本的 5%。在发行人首次公开发行股票并上市后六个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末的收盘价低于发行价的，文化公司所持有的股票的锁定期限将自动延长六个月。自发行人股票上市至其减持期间，发行人如有派息、送股、资本公积转增股本、配股及增发等除权除息事项，前述减持价格和收盘价等将相应进行调整。 发行人股东天津维道、刘艳国、明辉投资、何大光、梁云波承诺：自发行人股票上市之日起十二个月内不转让或委托他人管理其已持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其持有的该部分的股份。 发行人股东王彦军、李彬、刘作庚、刘可意、王晓东、郭力群、赵龙、郑岚萍、刘波、张建炜、杜劲松、鲁冀、冯小庆、夏洪波、夏定先、葛继宏、那乾进、李晓雯、刘金柳、程双武、刘渊、王薇、李喆、房永、李美燕、陈莉华、徐蓓承诺：自 2013 年 1 月 26 日至发行人股票上市后十二个月内，不转让或委托他人管理其已持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其持有的该部分的股份。 作为本公司董事、监事、高级管理人员的王彦军、刘作庚、刘可意、王晓东、郭力群、李晓雯、张建炜、杜劲松、鲁冀、夏洪波、何大光、梁云波、那乾进、冯小庆承诺：除前述锁定期外，在担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过其所直接或间接持有的股份总数的 25%；离职后半年内不转让其所直接或间接持有的发行人的股份。

	此外，持有发行人股份的董事、高级管理人员王彦军、刘作庚、刘可意、王晓东、郭力群、张建炜、杜劲松、鲁冀、夏洪波、何大光、梁云波、那乾进、冯小庆做出以下承诺，且不因本人职务变更、离职而终止：在公司首次公开发行股票并上市后，本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。在公司首次公开发行股票并上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末的收盘价低于发行价的，本人所持有的股票的锁定期限将自动延长 6 个月。
保荐人（主承销商）	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2015 年 5 月 19 日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。如有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失；对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，将由发行人依法回购首次公开发行的全部新股，且发行人控股股东将购回首次公开发行时已转让的原限售股份。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

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

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

重大事项提示

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书全文，并特别注意下列重大事项提示：

（一）关于股份锁定的承诺

本公司实际控制人刘长乐先生承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

本公司间接控股股东凤凰卫视承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

本公司控股股东文化公司承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接已持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。承诺期限届满后，上述股份可以上市流通或转让。所持的发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价，减持数量不超过总股本的 5%。在发行人首次公开发行股票并上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末的收盘价低于发行价的，文化公司所持有的股票的锁定期限将自动延长 6 个月。自发行人股票上市至其减持期间，发行人如有派息、送股、资本公积转增股本、配股及增发等除权除息事项，前述减持价格和收盘价等将相应进行调整。

本公司股东天津维道、刘艳国、明辉投资、何大光、梁云波承诺：自发行人股票上市之日起十二个月内不转让或委托他人管理其已持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其持有的该部分的股份。

本公司股东王彦军、李彬、刘作庚、刘可意、王晓东、郭力群、赵龙、郑岚萍、刘波、张建炜、杜劲松、鲁冀、冯小庆、夏洪波、夏定先、葛继宏、那乾进、

李晓雯、刘金柳、程双武、刘渊、王薇、李喆、房永、李美燕、陈莉华、徐蓓承诺：自 2013 年 1 月 26 日至发行人股票上市后十二个月内不转让或委托他人管理其已持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其持有的该部分的股份。

作为本公司董事、监事、高级管理人员的王彦军、刘作庚、刘可意、王晓东、郭力群、李晓雯、张建炜、杜劲松、鲁冀、夏洪波、何大光、梁云波、那乾进、冯小庆承诺：除前述锁定期外，在担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过其所直接或间接持有的股份总数的 25%；离职后半年内不转让其所直接或间接持有的发行人的股份。

此外，持有发行人股份的董事、高级管理人员王彦军、刘作庚、刘可意、王晓东、郭力群、张建炜、杜劲松、鲁冀、夏洪波、何大光、梁云波、那乾进、冯小庆做出以下承诺，且不因本人职务变更、离职而终止：在公司首次公开发行股票并上市后，本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。在公司首次公开发行股票并上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末的收盘价低于发行价的，本人所持有的股票的锁定期限将自动延长 6 个月。

（二）股价稳定预案

上市后三年内，如果公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），且同时满足相关回购、增持公司股份等行为的法律、法规和规范性文件的规定，公司及相关主体将采取以下措施中的一项或多项稳定公司股价：

（1）发行人回购股票；（2）公司控股股东增持股票；（3）公司董事（不含独立董事）、高管增持股票；（4）证监会认可的其他方式。

董事会将在公司股票价格触发启动股价稳定措施条件之日起的五个工作日内制订或要求公司控股股东提出稳定公司股价具体方案，并在履行完毕相关内部

决策程序和外部审批/备案程序（如需）后实施，且按照上市公司信息披露要求予以公告。

1、发行人回购公司股票的具体安排

本公司自股价稳定方案公告之日起 90 个自然日内通过证券交易所以集中竞价的交易方式回购公司社会公众股份，回购价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）。单个股价稳定周期（股价稳定方案公告起 90 个自然日）内回购金额不低于上年净利润总额的 20%；年回购股份数量不低于公司回购前股份总数的 2%，且回购金额不高于上年净利润总额的 50%。回购后公司的股权分布应当符合上市条件，回购行为及信息披露、回购后的股份处置应当符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

本公司全体董事（独立董事除外）承诺，在本公司就回购股份事宜召开的董事会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

本公司控股股东文化公司承诺，在本公司就回购股份事宜召开的股东大会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

2、公司控股股东增持公司股票的具体安排

本公司控股股东文化公司将自股价稳定方案公告之日起 90 个自然日内通过证券交易所以集中竞价交易方式增持凤凰都市传媒社会公众股份，增持价格不高于凤凰都市传媒最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），单个股价稳定周期（股价稳定方案公告起 90 个自然日）内用于增持股份的金额不低于其自发行人上市后累计从发行人处所获得现金分红额的 20%；单一年度其用以稳定股价的增持资金不超过其自发行人上市后从发行人处所获得现金分红金额的 50%。

增持计划完成后的六个月内，控股股东将不出售所增持的股份，增持后凤凰都市传媒的股权分布应当符合上市条件，增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

3、公司董事、高级管理人员增持公司股票的具体安排

本公司董事（独立董事除外）、高级管理人员将自股价稳定方案公告之日起 90 个自然日内通过证券交易所以集中竞价交易方式增持凤凰都市传媒社会公众股份，增持价格不高于凤凰都市传媒最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）。单个股价稳定周期（股价稳定方案公告起 90 个自然日）内用于增持公司股份的资金额不低于本人上一年度从凤凰都市传媒领取税后薪酬的 20%，单一年度增持金额不超过本人上一年度从凤凰都市传媒领取税后薪酬的 50%。

增持计划完成后的六个月内本人将不出售所增持的股份，增持后凤凰都市传媒的股权分布应当符合上市条件，增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

公司上市后三年内新任职的董事（独立董事除外）、高级管理人员任职前须先行签署本承诺。

4、股价稳定预案终止情形

股价稳定预案实施周期为 90 个自然日，如期间未出现终止情形，则董事会提出新的股价稳定方案，实施直至股价稳定方案终止情况出现。终止情形如下：

（1）公司股票收盘价连续 5 个交易日高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）；或

（2）发行人、控股股东、公司董事及高级管理人员当年用于回购或增持资金使用完毕；或

(3) 继续实施股价稳定预案将导致公司股权分布不符合上市条件。

5、稳定股价预案的约束措施

(1) 董事会在审议股份回购决议时候，董事（除独立董事）承诺投赞成票，控股股东承诺在股东大会审议相关决议时投赞成票；

(2) 若股份回购协议未能通过股东大会，或公司无力实施股份回购承诺，则公司控股股东履行发行人应回购的部分股票；

(3) 若公司控股股东在股价稳定预案实施期间，未能履行相关承诺，则对控股股东当年现金分红进行扣除，锁定其持有的公司股份，直至履行相关义务；

(4) 董事、高级管理人员如若违反相关承诺，则扣除当年从发行人处领取的薪酬的 50%，若持有公司股票，则不参与分红，且锁定股份，直至履行相关义务。

(二) 关于首次公开发行股票相关文件真实性、准确性、完整性的承诺

1、本公司承诺

(1) 本公司承诺，本公司招股说明书及其他上市申报文件中有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司董事会将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后五个工作日内，制订股份回购方案并提交股东大会审议批准，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格为发行价格加上同期银行存款利息。

(若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，回购的股份包括首次公开发行的全部新股及其派生股份，发行价格将相应进行除权、除息调整)。

(2) 本公司承诺，本公司首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，并已由人民法院作出相关判决的，本公司将依法赔偿投资者损失。

2、本公司控股股东承诺

(1) 文化公司承诺，发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，文化公司将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后五个工作日内，依法及时提议召集召开发行人董事会、股东大会，督促发行人在回购股票义务确定之日起三十日内依法履行完成股票回购责任。

(2) 文化公司承诺，若发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，并已由人民法院作出相关判决的，将依法赔偿投资者损失。

3、本公司实际控制人承诺

本人承诺，发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，并已由人民法院作出相关判决的，将依法赔偿投资者损失。

4、本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺

本人承诺，发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，并已由人民法院作出相关判决的，将依法赔偿投资者损失。

5、中介机构承诺

中信证券承诺：中信证券为凤凰都市传媒科技股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因中信证券为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，中信证券将依法赔偿投资者损失。

华商律师承诺：本所为凤凰都市传媒科技股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所在发行人首次公开发行过程中制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或

者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿给投资者造成的实际损失，但本所能够证明自己没有过错的除外。

瑞华承诺：如果因我们为凤凰都市传媒科技股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件的执业行为存在过错，违反了法律法规、中国注册会计师协会依法拟定并经国务院财政部门批准后施行的执业准则和规则以及诚信公允的原则，从而导致上述文件中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并由此给基于对该等文件的合理信赖而将其用于凤凰都市传媒科技股份有限公司股票投资决策的投资者造成损失的，我们将依照相关法律法规的规定对该等投资者承担相应的民事赔偿责任。

（三）履行承诺约束措施的承诺

1、本公司承诺

本公司将严格履行招股说明书披露的相关公开承诺，如发生未实际履行招股说明书披露的承诺事项的情形，将视情况通过中国证监会指定途径披露未履行的具体原因；如果因未履行相关承诺事项给投资者造成损失的，将依据人民法院做出相关判决，依法向投资者赔偿相关损失。

2、本公司控股股东承诺

文化公司将严格履行招股说明书披露的相关承诺，如发生未实际履行招股说明书披露的承诺事项的情形，发行人将有权暂扣文化公司直接或间接持有的发行人股份对应之应付未付的现金分红，直至违反相关承诺事项消除。

3、本公司实际控制人承诺

公司实际控制人刘长乐先生将严格履行招股说明书披露的相关承诺，如发生未实际履行招股说明书披露的承诺事项的情形，发行人将有权暂扣刘长乐先生直接或间接持有的发行人股份对应之应付未付的现金分红，直至违反相关承诺事项消除。

4、本公司董事、监事、高级管理人员承诺

公司董事、监事和高级管理人员将严格履行招股说明书披露的承诺,如发生未履行招股说明书披露的承诺事项的情形,将视情况通过发行人股东大会或中国证监会指定途径披露未履行的具体原因。如果因本人未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的,将在证券监管部门或有关政府机构认定承诺未实际履行 30 日内,暂停在发行人处领取薪酬(如有)、津贴(如有),且发行人有权暂扣本人直接或间接持有的发行人股票对应之应付未付的现金分红,直至其按承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

(四) 本次发行上市后的股利分配政策

公司重视对投资者的合理回报,着眼于公司的长远和可持续发展,坚持股利分配政策的连续性和稳定性。

根据公司于 2014 年 6 月 5 日召开的 2014 年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程(草案)》,公司股票发行后的股利分配政策主要包括:

1、利润分配原则

公司利润分配将基于以下两项基本原则:

着眼于长远和可持续发展,综合考虑公司实际情况、发展目标,重视对社会公众股东的合理投资回报,以可持续发展和维护股东权益为宗旨,应保持利润分配政策的连续性和稳定性,并符合法律、法规的相关规定。

2、利润分配的形式

公司可采用现金、股票或者现金与股票相结合或者法律许可的其他方式分配股利,并优先采用现金分红的利润分配方式。具备现金分红条件的,应当优先采取现金分红进行利润分配。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素,区分下列情形,并按照公司章程规定的程序,提出差异化的现金分红政策:

(1) 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

(2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

(3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

3、利润分配的条件

公司当年如实现盈利且该年度实现的可供分配利润为正时，原则上应当进行年度利润分配。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

(1) 现金分红的条件

公司实施现金分红须同时满足以下条件：

- 1) 公司当年盈利且该年度实现的可供分配利润为正值；
- 2) 审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
- 3) 公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）；
- 4) 公司现金流为正值，能满足公司正常生产经营的资金需求，实施现金分红不会影响公司后续持续经营和长远发展。

公司当年经营活动产生的现金流量净额为负时可以不进行现金分红。

(2) 现金分红的比例

在满足现金分红的条件下，公司每年以现金分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%，且最近三年以现金方式累计分配的利润应不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%，因特殊情况无法达到上述比例的，董事会应做出特别说明，由股东大会审批。如果董事会在公司满足现金分红条件的情况下拟不进行现金分红，董事会应当在决议中说明不进行现金分红的原因。

4、现金分红的时间间隔

原则上公司按年度将可供分配的利润进行分配，必要时董事会可以结合公司实际盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并充分听取股东（特别是中小股东及公众投资者）、独立董事和监事的意见，提议进行中期利润分配，并经公司股东大会表决通过后实施。

5、发放股票股利的具体条件

在满足上述现金分配股利之余，结合公司股本规模和公司股票价格情况，发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，公司可以由董事会拟定股票股利分配预案，经股东大会审议通过后，进行股票股利分配。公司采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

6、利润分配政策及具体利润分配方案的调整

公司因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，公司董事会应以保护股东权益为出发点，详细论证其原因及合理性，在股东提案中详细论证和说明利润分配政策调整的原因，注重对投资者利益的保护并给予投资者稳定回报。公司制订或修改利润分配政策时，独立董事应发表独立意见。独立董事可以征集中小股东对分红政策调整方案的意见，并直接提交董事会审议。

董事会应就制订或修改利润分配政策做出预案，该预案应经全体董事过半数以上表决通过方可提交股东大会审议。股东大会审议制订或修改利润分配政策的议案时，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 $\frac{2}{3}$ 以上通过，且调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和公司上市的证券交易所的有关规定。股东大会对利润分配调整方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

根据经公司 2014 年第一次临时股东大会通过的《股票发行上市后三年（含发行当年）股东分红回报规划》，规定公司在上市后三年（含当年）计划将为股东提供以下投资回报：

1、未来三个年度内，在满足现金分红条件时，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%，且最近三年以现金方式累计分配的利润应不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%，因特殊情况无法达到上述比例的，董事会应做出特别说明，由股东大会审批。如果董事会在公司满足现金分红条件的情况下拟不进行现金分红，董事会应当在决议中说明不进行现金分红的原因。

2、公司目前发展阶段属于成长期且未来有重大资金投入支出安排，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

3、在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配。公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并交付股东大会审议。公司将接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

本公司的 6 家子公司均为全资子公司，本公司对子公司的分红决策拥有完全支配权。同时，本公司的子公司在其《公司章程》中规定，子公司将在股东做出利润分配决定后的一个月之内向母公司完成分配。

本公司上市后的具体股利分配政策，请详见本招股说明书“第十四节股利分配政策”。

（五）本次发行前的滚存利润分配

经 2012 年度股东大会审议通过，本公司本次发行前的滚存未分配利润，由本次发行后的新老股东共享。

（六）户外 LED 媒体经营的风险

1、户外 LED 媒体资源设置有效期到期后无法续期或办证的风险

本公司主营户外 LED 媒体运营业务，户外 LED 媒体资源是本公司的重要经营要素。根据有关规定，设置户外 LED 媒体资源需要获得相关监管部门的同意。同时，户外 LED 媒体资源设置许可的有效期一般为 1-6 年，在临近到期之前，本公司会申请办理续期手续，一般情况下将顺利获得续期。但是，部分城市可能由于城市规划、监管部门调整等原因暂停办理续期。

截至 2015 年 3 月 31 日，本公司共运营 64 户外 LED 媒体资源，其中自主运营的媒体资源 59 块，承包代理的媒体资源 5 块。在 59 块自主运营媒体资源中，有 3 块暂未取得设置文件。其中，广州天河万菱汇屏幕设置已获得主管部门同意设置现状的复函，该屏幕点位已列入新的广告设置规划范围中，尚待办理正式的设置文件；上海浦东世纪大道金茂大厦屏因当地主管部门暂缓审批，暂未取得设置文件，待恢复审批后办理相关文件手续；中关村鼎好电子大厦屏由于新的规划尚未完成更新，尚未办理相关设置文件。尚有 8 块屏幕设置文件有效期已逾期，其中 3 块在正常办理续期手续，其余屏幕因城市规划、主管部门调整等原因尚待办理设置续期手续。在承包代理的 5 块媒体资源中，1 块屏幕尚待办理设置文件，另有 2 块屏幕尚待办理设置续期手续。上述屏幕均正常运营，未对公司正常经营产生重大不利影响。

若本公司无法获得办理媒体资源设置同意，或发生监管部门不予办理续期手续等情况，则将可能使本公司面临运营受到影响、引发纠纷或处罚，甚至屏幕被勒令拆除、建设投资无法收回等风险。

针对上述情况，本公司控股股东文化公司和实际控制人刘长乐先生均出具了《关于媒体资产及使用权益之承诺函》，承诺如本公司因媒体资产（仅限于截止至本公司在上海证券交易所上市之前所运营的媒体资产）权益之合法性、授权、场地存在瑕疵而可能面临损失或罚款，将承担赔偿责任。

2、本公司户外 LED 屏幕设置点位租赁的风险

户外 LED 屏幕一般安装于楼宇建筑物外立面。由于其可视距离有限及不可移动等特点，因此其核心价值在于其屏幕的安装位置。目前，本公司在北京、上海、广州、深圳、武汉、成都、杭州、南京等经济重点城市，通过长期租赁，拥

有一批地处核心地带、周边商业繁华、人车流量较大的户外 LED 屏幕点位的使用权，成为本公司的重要竞争优势之一。

本公司通常向户外 LED 屏幕设置点位所在建筑物的业主、物业公司或其他授权经营单位签署租赁协议获得相关点位的使用权，该等租赁协议的有效期一般为 5-10 年，平均租赁有效期约为 8 年；且均约定了租赁到期时，若该点位继续对外出租，本公司在同等条件下拥有优先承租权，从而保证了公司持续在该点位进行媒体运营的能力。本公司目前经营的户外 LED 屏幕所在的设置点位的租赁协议的有效期到期日集中于 2016-2019 年。届时本公司将及时启动续约谈判、办理续约手续，并尽量获得较长的后续租赁期，若无法及时获得续约，本公司将积极寻找替代的优质点位。但若未来本公司无法持续获得该等屏幕的点位租赁使用权，或本公司无法继续获得类似较优地理位置安装新的 LED 屏幕，可能使公司面临广告传播效果下降、客户满意度降低。此外，若各屏幕租约续期后租金成本普遍大幅提升，亦存在影响公司经营业绩的风险。

（七）业绩大幅下滑的风险

2012 年、2013 年及 2014 年，本公司营业利润分别为 9,898.77 万元、8,532.00 万元、2,990.30 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 7,122.65 万元、6,340.44 万元及 2,150.65 万元。2014 年，本公司的经营业绩较以前年度大幅下滑。

本公司主要服务行业包括汽车、金融、酒类、高端消费品、通讯及 IT、快速消费品、家电、房地产等行业，特别是在汽车、金融、酒类与高端消费品等行业，本公司赢得了客户的高度信赖，广告投放规模相对较高。2014 年以来，由于受到国内经济增速放缓、社会消费结构调整的影响，酒类、房地产等户外广告需求较为旺盛的部分行业进入持续调整期，导致该等行业的户外广告需求大幅减少，新签约合同额进一步降低。同时，国内城市 LED 户外显示屏终端数量呈快速增长趋势，户外 LED 媒体行业竞争程度持续加剧。并且，2014 年客户广告需求也发生一定变化，一是户外广告投放需求从一、二线城市逐步下沉，对三、四线城市的户外 LED 媒体网络的覆盖面提出较高要求，二是客户对于 LED 媒体的

价值定位和使用方式逐步呈现更有创意、互动以及与移动设备连接的要求，对传统投放方式的需求有所减少。以上因素共同导致 2014 年本公司营业收入较上年下降了 8.49%。

与此同时，公司的营业成本主要包括点位租金、屏幕折旧、电费等，该等项目具备较强的刚性特征，与收入的变化并不存在明显的线性关系。在公司 2014 年收入下滑的情况下，本公司的营业成本仍保持较快增长。主要原因包括：其一，单个点位的年租赁成本较快增长。伴随着全社会各项成本的快速增长，公司新增点位的租赁成本较快增加，以及根据约定，已有点位的租赁成本也整体保持递增的趋势。其二，公司户外媒体资源规模的扩大，促使租赁点位数目或承包时段规模也随之增加。2014 年，公司紧抓行业低迷时机积极实施逆市扩张，以承受盈利暂时性下降的代价，持续新增媒体网络布局，并积极抢占重点区域的优质点位资源，将部分核心点位由原先的共同运营变更为独立运营，不断扩大公司潜在的市场份额和发展潜力，导致公司租赁点位数目或承包时段规模随之增加，点位租金成本较快增长。其三，报告期内公司持续不断的获取新的点位资源，屏幕规模整体上保持增长，导致屏幕折旧费用持续增加。

并且，2014 年本公司销售费用仍保持较高的支出规模，主要是为更好的应对市场环境的变化与客户需求的升级，公司相应提高了有长期合作关系或回款质量良好的 4A 公司和本土广告代理商的广告代理渠道费用，以进一步巩固加强与该等广告代理公司的长期战略合作关系，造成当年广告代理费用仍保持较高水平。

面对宏观经济、行业及社会环境、客户需求等诸多因素的变化，本公司陆续调整了部分管理岗位，及时调整经营策略和管理思路，积极应对外界环境的变化。该等调整短期内效果较为有限，并未能及时弥补 2014 年经营业绩的下滑。

未来，如果国内经济形势继续下行、社会消费结构持续调整、户外 LED 媒体行业竞争持续加剧以及客户需求发生较大变化，或者营业成本、期间费用等支出持续较快上升，若公司未能及时调整经营策略、改善管理水平，则有可能导致

经营业绩继续下滑，甚至可能再出现营业利润、净利润等指标下滑 50%以上的情况。

目 录

发行概况	1
发行人声明	4
重大事项提示	5
目 录	20
第一节 释义	26
一、基本术语	26
二、行业术语	30
第二节 概览	32
一、基本情况概述	32
二、发行人控股股东和实际控制人概况	37
三、主要财务数据及财务指标	37
四、本次发行情况	39
五、募集资金主要用途	40
第三节 本次发行概况	41
一、本次发行的基本情况	41
二、本次发行的有关当事人	42
三、发行人与本次发行有关中介机构及人员的权益关系	45
四、本次发行有关重要日期	45
第四节 风险因素	46

一、市场风险	46
二、经营风险	48
三、财务风险	53
四、管理风险	56
五、募集资金投资项目的风险	57
六、其他风险	57
第五节 发行人基本情况	59
一、发行人基本信息	59
二、发行人改制重组及设立情况	59
三、发行人股本结构的形成、变化和重大资产重组情况	65
四、历次验资及评估情况	83
五、发行人的组织结构	87
六、发行人的控股子公司、参股公司的情况	90
七、发起人、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人基本情况	105
八、发行人的股本情况	118
九、发行人内部职工股情况	122
十、发行人员工及其社会保障情况	122
十一、发起人股东、持有发行人 5%以上股份的主要股东及董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况	127
第六节 业务与技术	138
一、发行人主营业务概述	138
二、发行人所处行业概览	139

三、发行人在行业中的竞争地位及竞争优势	166
四、发行人主营业务的具体情况	175
五、安全生产与环保情况	197
六、主要经营资产情况	198
七、主要无形资产情况	208
八、特许经营权情况	212
九、技术研发情况	214
十、服务质量控制情况	217
十一、境外经营情况	220
第七节 同业竞争与关联交易	221
一、同业竞争	221
二、关联方及关联关系	234
三、关联交易情况	244
四、本公司关联交易的决策机制	249
五、规范和减少关联交易的措施和制度性安排	254
第八节 董事、监事及高级管理人员	256
一、董事、监事、高级管理人员及简介	256
二、董事、监事、高级管理人员、及其近亲属的持股及变动情况	262
三、董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况	264
四、董事、监事、高级管理人员的薪酬待遇情况	264
五、董事、监事、高级管理人员的兼职情况	265

六、董事、监事、高级管理人员相互之间存在的亲属关系	270
七、董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及与本公司签订的协议及其履行情况	270
八、董事、监事、高级管理人员任职资格情况	270
九、董事、监事、高级管理人员在报告期内变动情况	270
第九节 公司治理	273
一、股东大会制度的建立健全及运行情况	273
二、董事会制度的建立健全及运行情况	280
三、监事会制度的建立健全及运行情况	283
四、独立董事制度的建立健全及运行情况	286
五、董事会秘书制度的建立健全及执行情况	289
六、董事会专门委员会的设置情况	290
七、本公司近三年遵守法律、法规情况	296
八、报告期内资金占用和对外担保的情况	297
九、公司内部控制制度情况	297
第十节 财务会计信息	298
一、财务会计报表	298
二、财务报表的编制基础及遵循企业会计准则的声明	313
三、本公司合并财务报表范围及变化情况	313
四、主要会计政策和会计估计	314
五、税项	347
六、分部信息	349

七、非经常性损益明细情况	350
八、最近一期末主要资产情况	350
九、最近一期末主要负债情况	352
十、股东权益变动表	354
十一、现金流量	354
十二、最近三年的主要财务指标	355
十三、验资情况	356
十四、评估情况	356
十五、或有事项、期后事项或其他重要事项	356
第十一节 管理层讨论与分析	359
一、财务状况分析	359
二、盈利能力分析	381
三、现金流状况分析	409
四、股东未来分红回报规划分析	411
五、资本性支出分析	412
六、影响公司财务状况和盈利能力主要因素	412
第十二节 未来发展规划	414
一、发行人的业务发展目标	414
二、拟定上述计划所依据的假设条件及实施计划的主要困难	417
三、发行人确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径	418
四、制订发展计划与现有业务的关系	418

第十三节 募集资金运用	420
一、本次募金资金规模及投资项目概述	420
二、本次募集资金投资项目的具体情况	420
三、募集资金运用对本公司经营和财务状况的影响	447
第十四节 股利分配政策	449
一、本次发行前的股利分配政策	449
二、报告期内股利分配情况	450
三、本次发行前滚存利润分配方案和已履行的决策程序	450
四、本次发行后的股利分配政策及上市后三年分红规划	451
第十五节 其他重要事项	458
一、信息披露与投资者服务	458
二、重大商务合同	460
三、对外担保情况	467
四、重大诉讼与仲裁	467
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	475
第十七节 备查文件	483
一、本招股说明书的备查文件	483
二、查阅时间和地点	483

第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称具有如下特定意义：

一、基本术语

发行人、本公司、公司、 凤凰都市传媒	指	凤凰都市传媒科技股份有限公司
文化公司	指	凤凰都市文化传播（北京）有限公司
北京公司	指	凤凰都市（北京）广告传播有限公司，本公司整体变更为股份公司的前身
上海公司	指	凤凰卫视都市传媒（上海）有限公司
广州公司	指	凤凰都市传媒（广州）有限公司
深圳公司	指	深圳凤凰都市广告传播有限公司
杭州公司	指	凤凰卫视都市传媒（杭州）有限公司
江苏公司	指	江苏凤凰都市传媒有限公司
四川公司	指	凤凰都市传媒（四川）有限公司
BVI	指	英属维尔京群岛
开曼	指	Cayman Island
HK	指	中华人民共和国香港特别行政区
今日亚洲	指	今日亚洲有限公司
乐天公司	指	乐天发展股份有限公司
凤凰卫视	指	设立于开曼群岛的凤凰卫视控股有限公司 (02008.HK)

卫视集团	指	设立于BVI的凤凰卫视集团有限公司
卫视发展	指	设立于BVI的PHOENIX SATELLITE TELEVISION DEVELOPMENT (BVI) LIMITED
都市控股	指	设立于香港的凤凰都市传媒控股有限公司
都市有限	指	设立于香港的凤凰都市传媒有限公司
卫视有限	指	设立于香港的凤凰卫视有限公司
中誉	指	设立于BVI的中誉投资有限公司
明辉投资	指	上海明辉股权投资合伙企业（有限合伙）
天津维道	指	天津维道资产管理合伙企业（有限合伙）
英博文化	指	广州市英博文化传播有限公司
星润发展	指	深圳市星润广告发展有限公司
郁金香传媒	指	郁金香广告传播（上海）股份有限公司
香榭丽传媒	指	上海香榭丽广告传媒有限公司
Zenith Optimedia/实力传播	指	隶属于法国最大的广告与传播集团 Publicis Groupe（阳狮集团），是全球领先的媒体传播公 司，其定期发布的广告行业预测及报告在业界具 有权威性
白马户外	指	白马户外媒体有限公司
分众传媒	指	分众传媒控股有限公司
航美传媒	指	航美传媒集团股份有限公司
省广股份	指	广东省广告股份有限公司
华视传媒	指	华视传媒集团有限公司
大贺传媒	指	大贺传媒股份有限公司

蓝色光标	指	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
粤传媒	指	广东广州日报传媒股份有限公司
新文化	指	上海新文化传媒集团股份有限公司
WPP集团	指	Wire & Plastic Products Group
安吉斯集团	指	Aegis Media
阳狮集团	指	Publicis Group
中天	指	北京中天盈信咨询服务有限公司
CTR	指	央视市场研究股份有限公司
发起人	指	凤凰都市传媒科技股份有限公司的发起人
《发起人协议》	指	《关于凤凰都市（北京）广告传播有限公司整体变更设立为凤凰都市传媒科技股份有限公司的发起人协议》
《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》
国务院	指	中华人民共和国国务院
财政部	指	中华人民共和国财政部
国家发改委/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
国家工商总局	指	国家工商行政管理总局
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
A股	指	向境内投资者发行的人民币普通股

中信证券、保荐人或主承销商	指	中信证券股份有限公司，为凤凰都市传媒科技股份有限公司本次发行的保荐人、主承销商
承销机构	指	由中信证券股份有限公司担任主承销商所组成的承销团
华商所、华商律师、发行人律师	指	广东华商律师事务所，本次发行的发行人律师
中审国际	指	中审国际会计师事务所有限公司
瑞华	指	瑞华会计师事务所（特殊普通合伙），本次发行的发行人审计机构
德正信	指	原深圳市德正信资产评估有限公司，2012年9月20日更名为深圳德正信国际资产评估有限公司
公司章程	指	《凤凰都市传媒科技股份有限公司章程》
公司章程（草案）	指	发行人于2014年第一次临时股东大会上审议通过的上市后适用的《凤凰都市传媒科技股份有限公司章程（草案）》
企业会计准则	指	中华人民共和国财政部于2006年颁布的《企业会计准则》
股东大会	指	凤凰都市传媒科技股份有限公司股东大会
董事会	指	凤凰都市传媒科技股份有限公司董事会
独立董事	指	不在公司担任除董事外的其他职务，并与其所受聘的公司及其主要股东不存在可能妨碍其进行独立客观判断的关系的董事
监事会	指	凤凰都市传媒科技股份有限公司监事会
本次A股发行	指	本公司本次发行不超过5,134万股人民币普通股（A股）

元	指	除特别注明的币种外，指人民币元
“十二五”规划	指	《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》
“十二五”期间	指	2011年至2015年
GDP	指	国内生产总值
报告期、最近三年	指	2012年度、2013年度及2014年度

二、行业术语

广告主	指	为推销商品或者提供服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的法人、其他经济组织或者个人
4A 公司	指	4A 是美国广告代理商协会（American Association of Advertising Agencies）的缩写；4A公司为加入该协会的会员公司，所有4A公司均为规模较大的综合性广告代理公司
广告刊例价格、刊例价格、刊例价	指	媒体运营商公布的一定期限内媒体特定广告段位上发布广告的公开指导价格，媒体运营商通常按照媒体刊例价的一定折扣进行销售
占播率	指	已销售的商业广告发布时段占媒体全部可销售时段的比例
点位、点位资源	指	设置户外广告媒体的位置
LED	指	Light Emitting Diode，发光二极管的英文缩写，简称LED
LED屏幕	指	是一种通过控制半导体发光二极管的显示方式，来显示文字、图片、视频的显示屏幕

LED媒体资源、户外LED媒体、户外LED媒体资源	指	媒体运营商取得户外广告点位使用权并利用LED屏幕实现广告发布的综合范畴
播控权	指	媒体运营的播出和控制权，即对LED屏幕发布广告业务中涉及的广告素材编排、上载、播出及屏幕设备运行等各个环节拥有管理与控制权,具有独占性和排他性
自主运营	指	拥有媒体的播控权
承包代理	指	广告经营者通过商务协议获得屏幕部分广告时段的独家经营权，通常将广告素材和发布计划交予屏幕播控方，由播控方负责完成广告发布
外埠客户	指	发行人与屏幕播控方合同约定的限定区域之外的广告客户，与之相对的为本地客户
联播联控	指	发行人在通过LED屏幕发布广告时，对屏幕运行的集中控制和广告内容的统一播放
联播网、户外LED联播网	指	发行人利用所掌握的播控权，采用联播联控方式，建成的户外LED媒体资源网络
广告排期	指	选择广告投放媒介、发布频次和发布时间的具体计划
媒体监测报告	指	广告发布中由第三方或卖方提供的媒体播出情况的查证与记录，用于核对广告排期的实际执行情况

本招股说明书中任何表格中若出现总数与表格所列数值总和不符，均为采用四舍五入所致。

第二节 概览

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

一、基本情况概述

（一）本公司基本信息

公司名称：	凤凰都市传媒科技股份有限公司
英文名称：	Phoenix Metropolis Media Technology Co., Ltd.
注册资本：	人民币壹亿伍仟肆佰万元
法定代表人：	刘作庚
有限公司成立日期：	2008 年 4 月 1 日
股份公司设立日期：	2011 年 8 月 18 日
住所：	北京市朝阳区亮马桥路 42 号光明饭店 1501 室
经营范围：	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；设计、制作、代理、发布广告；批发、安装、调试、维修机械、电器设备、仪器仪表、电子产品、通信器材；批发文化用品、体育用品、建筑材料；计算机系统集成；投资、投资管理；投资咨询

（二）主营业务情况

1、主营业务概况

本公司主要从事户外 LED 媒体运营业务。本业务是通过在城市核心地段建设户外 LED 屏幕，构成全国性 LED 媒体网络，并以此为平台为客户提供媒体策划、广告创意、广告制作、广告发布及效果评估等一系列广告服务。

本公司目前已建成国内领先的户外 LED 联播网，截至 2015 年 3 月 31 日，运营屏幕总数达 64 块，总面积超过 15,000 平方米，联播网覆盖国内约 20 个经济发达城市，媒体所处点位均具有重要、显著、稀缺的核心特征。公司坚持以自主运营媒体为主、承包代理媒体为辅的运营模式，自主运营媒体的数量达到 59 块，其数量、总面积及覆盖城市数量等核心指标均处于行业前列。此外，本公司通过承包代理方式经营 5 块户外 LED 媒体。

公司在持续扩大户外 LED 联播网覆盖范围的同时，积极通过技术研发深入挖掘户外 LED 媒体的价值，如通过技术创新实现了全国范围内屏幕的联播联控；以及通过人屏互动技术为客户实现新颖的广告发布策划等。此外，公司凭借专业的媒体策划、创意制作和监测评估建立了完善的客户服务体系。

除户外 LED 媒体运营业务外，公司还经营少量户外广告喷绘大牌及灯箱业务。

2、主要竞争优势

（1）以自主运营为主、承包代理为辅的运营模式造就优质、稳定的媒体平台

本公司自创立以来始终坚持以自主运营为主、承包代理为辅的运营模式，相比一般的广告代理模式具有显著优势。

自主运营模式的核心是掌握媒体的播控权，具有以下五大优势：一是媒体资源稳定，可为客户提供更加综合、稳定、一贯的售前、售中、售后服务，有助于与客户建立长期稳定的合作关系；二是依托播控权，可为客户提供任意时段、任意位置的个性化播出方式，充分发挥 LED 媒体的传播优势；三是通过联播联控技术，实现客户广告在 LED 联播网的集中控制和统一发布，大大提高其覆盖能力和影响力；四是可为 LED 屏幕设置统一且严格的技术指标，有助于提升媒体

的视觉体验和耐用性，为客户提供更佳广告发布效果；五是对媒体资源的有效控制，可将不断提高的媒体价值固化在本公司。

本公司的承包代理模式，与一般的广告代理模式相比，具有两大核心优势：一是本公司承包代理的媒体资源，拥有除屏幕合作方自营时段之外的独家代理权。在承包代理期间，除自营时段外，屏幕合作方不会再向第三方授予代理权，确保了本公司对承包代理媒体资源的可控性和稳定性；二是本公司与屏幕合作方进行了明确的市场和客户划分，在承包代理期间本公司具有外埠客户的独家代理权，从而避免了市场竞争混乱的状况。

综上所述，自主运营为主、承包代理为辅的运营模式最大程度保证了广告客户的利益，显著提升了客户粘性，同时为本公司的未来发展带来更广阔的空间，降低了经营风险。

（2）覆盖经济重点城市优质点位的全国 LED 联播网凸显媒体资源优势

媒体资源是户外媒体运营商的核心竞争力。对于传统户外媒体，其广告价值主要来自媒体所处点位的稀缺性。而本公司所构建的户外 LED 媒体，不仅普遍占据经济重点城市的核心点位，更通过联播联控构成统一的户外 LED 联播网，在媒体点位价值的基础上增加了网络价值。

户外 LED 联播网作为一个网络化媒体平台，其价值的提升既来自占据经济重点城市黄金点位的核心媒体发挥的战略支撑作用，也来自其他优质媒体带来的网络覆盖范围和密度的增加。前者高度的媒体稀缺性抬升了联播网的含金量，在联播网规模尚小的阶段对吸引客户发挥了不可替代的作用；后者则通过扩展联播网覆盖范围切实地提升了整体网络价值，两者相辅相成，促进了联播网媒体价值的快速提升。其重要意义在于，随着联播网规模的不断扩大，网络价值对媒体价值的贡献将日益凸显，这将一定程度上减轻户外媒体对于个别稀缺点位资源的依赖和过度竞争，使公司的发展模式更具可持续性。

本公司目前已建成覆盖中国 20 个经济重点城市、运营屏幕总数达 64 块的户外 LED 联播网。在媒体资源拓展过程中，本公司始终将城市核心商圈、中央

商务区、交通干道核心路段的优质点位资源作为拓展目标，屏幕建设位置普遍具有重要、显著、稀缺的核心特征。特别是在北京、上海、广州、深圳、成都 5 个广告市场规模较大的城市，本公司的屏幕数量达到 34 块，且均处于优质点位，对联播网形成有力的战略支撑。其他屏幕则覆盖国内其他 15 个经济重点城市，对联播网的扩展起到了重要作用。

公司的优质媒体网络能够满足包括知名企业以及 4A 公司在内的各类广告客户的需求，形成了不可复制的资源优势。

（3）领先的技术开发及应用能力深入挖掘媒体价值

户外 LED 媒体行业虽然应用了先进的 LED 显示技术，但行业的发展和媒体价值的深入发掘仍需持续的技术创新和升级。本公司依靠领先的技术实力，自主研发了 LED 屏幕联播联控系统和网络监控系统等构成运营模式基础的技术。同时，公司率先将互动技术与户外 LED 媒体结合，实现了信息在媒体与受众之间的双向传播，使得各种独特的互动式广告创意得以实现。

LED 屏幕联播联控系统将 LED 媒体与网络技术深度融合，由此构建的户外 LED 联播网彻底改变了传统的媒体运用方式。公司可通过统一的数据接口将全国范围内各自独立的媒体连结起来，仅用一组中控服务器即可实现对联播网中所有媒体屏幕的远程控制。在此基础上，为了保障媒体使用的安全性和稳定性，本公司开发了功能强大的网络监控系统，通过网络传输技术对广告播出情况进行监控，包括：实时或定时远程截取屏幕画面播放情况；实时监测屏幕运行状态，如屏体温度、软件运行状况、故障指示等。

联播联控系统与网络监控系统的应用使公司的户外 LED 联播网具备了真正意义上的网络化特征，使得户外 LED 媒体的网络价值更为突出。同时，上述技术提升了公司整体运营效率和播控水平，满足了客户对于广告时效性和投放精准性的需求。此外能够有效控制与监测传播内容，提高了播放的安全性和故障响应速度。

（4）专业化、精细化的客户服务优势

目前，公司在售前、售中和售后三个环节均为客户提供精细化、专业化的客户服务，已逐步建立起良好的市场形象。

公司在全国各地建立了专业的销售团队，形成了强大的销售合力。在售前环节，公司根据客户的广告传播需求，为客户度身定制高效合理的媒介投放策略和投播计划；在售中环节，公司服务团队通过创意精准表达客户核心诉求，为客户制作适合于户外 LED 媒体特征的广告片，最大程度地提升客户的广告投放效果；在售后环节，公司为客户提供网络监控服务及独立第三方监测服务，使客户能够随时监测广告发布情况。同时，公司不断完善针对户外 LED 媒体的广告效果评估体系，更准确的反映其广告传播价值，吸引客户加大广告投放力度。

专业的服务理念铸就了公司与客户间的可持续发展关系，公司目前已拥有了一大批忠诚的优质客户，如中国银行、交通银行、太平人寿、一汽大众、中国移动、中国电信、泸州老窖、劲酒、欧莱雅、瑞士钟表集团、加多宝、苏宁电器等。

（5）人力资源优势

广告媒体运营公司最重要的竞争力之一便是人才，优秀的团队和完善的人力资源体系是公司持续发展的关键因素。本公司所倡导的职业经理人文化和完善的激励机制，吸引了一批拥有丰富的从业经验和较强的业内影响力的优秀人才，在媒体资源获取、广告销售、LED 相关技术开发运用、广告创意制作等不同领域发挥了重要作用。公司同时制定了一套具有针对性的人才培养制度，构建了稳定且富有竞争力的人力资源体系。

（6）公司治理及管理优势

本公司的间接控股股东凤凰卫视作为香港上市公司，经过多年运营已经形成了较为成熟和规范的公司治理结构。本公司作为其下属企业，自设立起就按照较高的公司治理标准进行规范经营。在相关法律法规相对滞后的户外广告行业中，这样的治理结构有效降低了公司的经营风险。

3、业务发展目标

本公司拟在进一步巩固户外 LED 媒体行业领先地位的基础上,实现 LED 媒体资源质量最优、覆盖最广、规模最大、收益最佳,并以规范的公司治理、强大的综合实力成为户外 LED 媒体行业整合者。公司未来愿景是成为“以数字化大媒体为主体的中国户外媒体行业领军企业”。

二、发行人控股股东和实际控制人概况

截至本招股说明书签署之日,文化公司直接持有本公司 45.54%的股份,为本公司控股股东。截至 2014 年 12 月 31 日,文化公司的总资产为 6.59 亿元,归属于母公司股东权益合计 2.40 亿元;2014 年度实现的归属于母公司股东的净利润 700.60 万元(以上财务数据经北京中达安永会计师事务所有限责任公司审计)。

截至本招股说明书签署之日,本公司的间接控股股东为凤凰卫视。凤凰卫视通过卫视集团及其全资附属公司间接持有文化公司 100%股份。截至 2014 年 12 月 31 日,凤凰卫视的总资产为 95.41 亿港元,归属于母公司股东权益合计 52.47 亿港元;2014 年实现的归属于母公司股东的净利润 6.64 亿港元(以上财务数据源自凤凰卫视《2014 年年度报告》)。

截至本招股说明书签署之日,刘长乐先生直接持有凤凰卫视 0.05%股份,其控制的今日亚洲持有凤凰卫视 37.10%股份,为凤凰卫视的间接第一大股东;刘长乐先生担任凤凰卫视的董事会主席和行政总裁。刘长乐先生为本公司的实际控制人。

三、主要财务数据及财务指标

根据发行人会计师出具的本公司 2012 年、2013 年及 2014 年《审计报告》(瑞华审字[2015]48310001 号),公司简要财务数据如下:

(一) 合并资产负债表主要数据

单位：元

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
流动资产	330,194,479.81	354,634,416.92	313,100,210.77
非流动资产	307,834,606.18	303,305,240.08	201,631,059.72
资产总计	638,029,085.99	657,939,657.00	514,731,270.49
流动负债	154,478,545.13	172,795,645.46	77,591,688.06
非流动负债	-	-	-
负债总额	154,478,545.13	172,795,645.46	77,591,688.06
股东权益	483,550,540.86	485,144,011.54	437,139,582.43
其中：归属于母公司股东的权益	483,550,540.86	485,144,011.54	437,139,582.43
少数股东权益	-	-	-

(二) 合并利润表主要数据

单位：元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
营业收入	440,870,180.85	481,795,719.70	421,350,996.32
营业利润	29,902,953.16	85,319,977.02	98,987,709.50
利润总额	31,139,653.91	86,385,500.12	99,658,749.46
净利润	21,506,529.32	63,404,429.11	71,226,544.59
归属于母公司股东的净利润	21,506,529.32	63,404,429.11	71,226,544.59

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
经营活动产生的现金流量净额	89,476,618.74	78,824,048.07	71,112,856.71
投资活动产生的现金流量净额	-33,518,063.05	-45,259,823.81	-82,361,933.67
筹资活动产生的现金流量净额	-23,100,000.00	-15,400,000.00	-14,000,000.00
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	32,858,555.69	18,164,224.26	-25,249,076.96
期末现金及现金等价物余额	170,092,535.14	137,233,979.45	119,069,755.19

（四）主要财务指标

项目 ^{注1}	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
流动比率	2.14	2.05	4.04
速动比率	1.93	1.84	3.63
应收账款周转率	3.25	3.09	3.16
总资产周转率	0.68	0.82	0.88
资产负债率（母公司）	41.33%	39.58%	27.58%
资产负债率（合并）	24.21%	26.26%	15.07%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权、采矿权后）占净资产比例	0.17%	0.03%	0.04%
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	3.14	3.15	2.84
项目 ^{注1}	2014 年	2013 年	2012 年
息税折旧摊销前利润（万元）	6,532.98	11,333.08	12,371.23
每股净现金流量（元）	0.21	0.12	-0.16
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.58	0.51	0.46
利息保障倍数 ^{注2}	-	-	-

注1：上述财务指标的计算方法详见本招股说明书第十节之“十二、最近三年的主要财务指标”。

注2：公司无利息费用，因此无利息保障倍数。

四、本次发行情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元
发行数量	不超过 5,134 万股新股，本次发行不进行老股转让
每股发行价格	【】元
发行方式	本次发行将采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他发行方式
发行对象	本次发行股票的对象为符合国家法律法规和监管机构规定条件且符合发行人和主承销商协商确定的参与网下询价投

投资者条件的网下投资者，以及已开立上海证券交易所股票账户且持有一定数量非限售股份的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外，有关法律、法规、规范性文件及监管机构另有规定者从其规定）

五、募集资金主要用途

本公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股不超过 5,134 万股，发行募集资金扣除发行费用后，将按照轻重缓急顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额（万元）	拟使用募集资金投资额（万元）	备案情况
1	户外 LED 屏幕联播网建设项目	45,819.94	45,819.94	京朝阳发改（备）[2013]18 号
2	营销服务网络建设项目	10,502.80	10,502.80	京朝阳发改（备）[2013]17 号
3	综合信息化建设项目	1,472.00	1,472.00	京朝阳发改（备）[2013]16 号
4	补充流动资金	24,769.00	24,679.00	-
合计		82,563.74	82,563.74	

本次公开发行募集资金存放于董事会指定的专项账户，公司《募集资金管理办法》规定：公司将采取在银行设立专门账户存储募集资金的方式对募集资金实行集中存放。

本次发行募集资金到位前，公司可根据市场形势及竞争态势，提前对募集资金投资项目组织实施，并可根据各项目的实际付款进度，通过自有资金或自筹资金支付项目款项。募集资金到位后，可用于支付项目剩余款项及置换先期自有资金或自筹资金投入。如果募集资金量不足，公司拟采用自有资金及银行贷款、间接融资等其他融资方式解决。具体使用安排由股东大会授权董事会确定。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元
发行股数，占发行后总股本的比例	不超过 5,134 万股，约占发行后总股本的 25.00%
每股发行价格	【】 元
发行后每股收益	【】 元（按【】年经审计的扣除非经常性损益前后归属于母公司股东的净利润的孰低值，除以本次 A 股发行后总股本计算）
发行市盈率	【】 倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）
发行前每股净资产	【】 元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的股东权益除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】 元（按照本次发行后归属于母公司股东的股东权益除以发行后总股本计算，其中发行后归属于母公司股东的股东权益按本公司【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的股东权益和本次募集资金净额之和计算）
发行市净率	【】 倍（按每股发行价除以发行后每股净资产计算）
发行方式	本次发行将采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购

发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他发行方式

发行对象

本次发行股票的对象为符合国家法律法规和监管机构规定条件且符合发行人和主承销商协商确定的参与网下询价投资者条件的网下投资者，以及已开立上海证券交易所股票账户且持有一定数量非限售股份的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外，有关法律、法规、规范性文件及监管机构另有规定者从其规定）

承销方式

由主承销商组织承销团对本次公开发行的社会公众股采用余额包销方式承销

拟上市地点

上海证券交易所

预计募集资金总额 【】万元

预计募集资金净额 【】万元

发行费用概算

承销及保荐费【】万元、律师费用【】万元、审计及验资费用【】万元、评估费用【】万元、发行手续费用【】万元、信息披露费用【】万元、股份托管登记费用【】万元、印花税【】万元

二、本次发行的有关当事人

发行人

凤凰都市传媒科技股份有限公司

法定代表人：刘作庚

住所：北京市朝阳区亮马桥路 42 号光明饭店 1501 室

电话：010-65207526

传真：010-65207526

联系人：刘莉

互联网网址：www.pmm.cn

电子信箱：ir@pmm.cn

保荐人

中信证券股份有限公司

（主承销商）

法定代表人：王东明

住所：广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）
北座

联系地址：北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦

电话：010-60838583

传真：010-60833955

保荐代表人：林宏金、计玲玲

项目协办人：丛孟磊

项目经办人：童育坚、卓然、李琦、张天亮、袁也、吴维思、
王一飞

承销团其他成
员

【】

发行人律师

广东华商律师事务所

主任：高树

住所：深圳市福田区深南大道 4001 号时代金融中心 14 层

电话：0755-83025555

传真：0755-83025068

经办律师：何贤波、黄文表、周燕、黄巍、游锦泉、付苏、朱璐妮、华艳玲

会计师事务所 瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）

及验资复核机构 负责人：杨剑涛

住所：北京市海淀区西四环中路 16 号院 2 号楼 4 层

电话：010-88095588

传真：010-88091199

经办会计师：朱子武、杨涟

资产评估机构 深圳德正信国际资产评估有限公司

法定代表人：王鸣志

住所：广东省深圳市福田区农林路 69 号深国投广场写字楼 1 号塔楼 02-02

电话：0755-82221106

传真：0755-82355030

经办注册资产评估师：陈俊发、石永刚

收款银行 【】

股票登记机构 中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

负责人：王迪彬

住所：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼

电话：021-58708888

传真：021-58899400

三、发行人与本次发行有关中介机构及人员的权益关系

截至本招股说明书签署日，本公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行有关重要日期

询价推介时间： 【】年【】月【】日至【】年【】月【】日

网下申购日期及缴款日期： 【】年【】月【】日至【】年【】月【】日

网上申购日期及缴款日期： 【】年【】月【】日

定价公告刊登日期： 【】年【】月【】日

预计股票上市日期： 【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。

一、市场风险

（一）宏观经济周期性波动带来的风险

广告行业的发展水平和增长速度很大程度上依赖于国家和地区的宏观经济状况，与宏观经济的波动呈现明显的正相关性。我国宏观经济连续多年快速增长为中国广告业快速发展提供了经济基础；但另一方面，当宏观经济增速放缓时，广告客户可能会削减其广告投放，从而导致整体广告投放需求的减少。同时，由于广告行业的客户来自国民经济的各个行业，客户所在行业整体发展状况、产业政策和监管措施的变化，往往会影响该行业的整体广告投放，进而传导给广告行业。本公司从事的户外 LED 媒体运营业务收入主要来自广告收入，同样会受到上述宏观经济波动带来的影响。因此，如果宏观经济增速放缓，将会影响本行业的发展，进而影响本公司的业务和经营效益。

（二）国家产业调控及社会消费结构调整带来的风险

在经济发展过程中，为有效调整和优化产业结构、提升产业素质，政府通常会通过宏观调控和社会引导等措施对某类产业的发展进行适当干预，进而对社会消费结构进行合理调整。本公司从事户外 LED 媒体运营业务，主要服务行业包括汽车、金融、酒类、高端消费品、通讯及 IT、快速消费品、家电、房地产等行业，特别是汽车、金融、酒类与高端消费品等行业广告投放规模相对较高。近年来，政府通过采取有关经济政策、社会引导等手段对酒类、高端消费品、房地产等行业进行了适当调控，进而对产业结构及社会消费结构进行合理调整。该等调控对相关行业的经营和发展产生了一定影响，进而影响到该等行业的广告投放规模和本公司的广告收入。如果未来政府根据国民经济发展的需要，对部分行业，

特别是户外广告投放规模较大的行业，进行持续调控和合理干预，则将对本公司的业务发展和经营效益产生一定影响。

（三）市场竞争的风险

我国户外 LED 媒体行业参与竞争的各类主体众多，包括在全国范围内进行资源布局的几家主要媒体运营商以及为数众多的区域性和地方性中小媒体运营商，市场整体竞争日趋激烈，并可能存在无序竞争的风险。随着户外广告行业规范化程度的提高，资源规模较小、运营不够规范的公司将被市场逐步淘汰，而具有全国性优质媒体网络、掌握媒体播控权、媒体资质良好、品牌声誉优良的大型媒体运营商将为行业确立标准，成为市场领导者。在户外 LED 媒体行业，公司虽具有较强的竞争力，但随着行业竞争的持续加剧，本公司若不能持续保持相对于竞争对手的竞争优势，公司的经营业绩可能会受到负面影响。同时，市场竞争加剧可能导致媒体点位获取成本的上升以及投放价格的下降，也将对公司的经营效益产生不利影响。

（四）政策风险

本公司从事的户外 LED 媒体运营业务，受《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》、《户外广告登记管理规定》等法律规范、行政规章的监管与约束。但由于户外 LED 媒体是一种区别于传统户外媒体的以视频为表现形式的新兴户外媒体，因此具有针对性的监管法规仍在完善过程中。目前，国内各地政府普遍为户外广告行业的管理（如广告设施的设置许可、户外广告登记）制订了地方性规定，但各地间的管理措施各有差异，这对户外 LED 媒体运营企业造成了一定影响。

虽然本公司始终坚持合法合规经营，但若国家相关法律法规或产业政策的变化和调整，可能直接影响本公司所在行业的市场竞争格局，并影响本公司的竞争优势。

二、经营风险

（一）户外 LED 媒体经营的风险

1、户外 LED 屏幕设置有效期到期后无法续期或办证的风险

本公司主营户外 LED 媒体运营业务，户外 LED 媒体资源是本公司的重要经营要素。根据有关规定，设置户外 LED 媒体资源需要获得相关监管部门的同意。同时，户外 LED 媒体资源设置许可的有效期一般为 1-6 年，在临近到期之前，本公司会申请办理续期手续，一般情况下将顺利获得续期。但是，部分城市可能由于城市规划、监管部门调整等原因暂停办理续期。

截至 2015 年 3 月 31 日，本公司共运营 64 户外 LED 媒体资源，其中自主运营的媒体资源 59 块，承包代理的媒体资源 5 块。在 59 块自主运营媒体资源中，有 3 块暂未取得设置文件。其中，广州天河万菱汇屏幕设置已获得主管部门同意设置现状的复函，该屏幕点位已列入新的广告设置规划范围中，尚待办理正式的设置文件；上海浦东世纪大道金茂大厦屏因当地主管部门暂缓审批，暂未取得设置文件，待恢复审批后办理相关文件手续；中关村鼎好电子大厦屏由于新的规划尚未完成更新，尚未办理相关设置文件。尚有 8 块屏幕设置文件有效期已逾期，其中 3 块在正常办理续期手续，其余屏幕因城市规划、主管部门调整等原因尚待办理设置续期手续。在承包代理的 5 块媒体资源中，1 块屏幕尚待办理设置文件，另有 2 块屏幕尚待办理设置续期手续。上述屏幕均正常运营，未对公司正常经营产生重大不利影响。

若本公司无法获得媒体资源设置同意，或发生监管部门不予办理续期手续等情况，则将可能使本公司面临运营受到影响、引发纠纷或处罚，甚至屏幕被勒令拆除、建设投资无法收回等风险。

针对上述情况，本公司控股股东文化公司和实际控制人刘长乐先生均出具了《关于媒体资产及使用权益之承诺函》，承诺如本公司因媒体资产（仅限于截止至本公司在上海证券交易所上市之前所运营的媒体资产）权益之合法性、授权、场地存在瑕疵而可能面临损失或罚款，将承担赔偿责任。

2、本公司户外 LED 屏幕设置点位租赁的风险

户外 LED 屏幕一般安装于楼宇建筑物外立面。由于其可视距离有限及不可移动等特点，因此其核心价值在于其屏幕的安装位置。目前，本公司在北京、上海、广州、深圳、武汉、成都、杭州、南京等经济重点城市，通过长期租赁，拥有一批地处核心地带、周边商业繁华、人车流量较大的户外 LED 屏幕点位的使用权，成为本公司的重要竞争优势之一。

本公司通常向户外 LED 屏幕设置点位所在建筑物的业主、物业公司或其他授权经营单位签署租赁协议获得相关点位的使用权，该等租赁协议的有效期一般为 5-10 年，本公司现有场地租赁合同平均年限约为 8 年；且均约定了租赁到期时，若该点位继续对外出租，本公司拥有优先承租权，从而保证了公司持续在该点位进行媒体运营的能力。本公司目前经营的户外 LED 屏幕所在的设置点位的租赁协议的有效期到期日集中于 2016-2019 年。届时本公司将及时启动续约谈判、办理续约手续，并尽量获得较长的后续租赁期。若无法及时获得续约，本公司将积极寻找替代的优质点位。但若未来本公司无法持续获得该等屏幕的点位租赁使用权，或本公司无法继续获得类似较优地理位置安装新的 LED 屏幕，可能使公司面临广告传播效果下降、客户满意度降低的风险。此外，若各屏幕租约续期后租金成本普遍大幅提升，亦存在影响公司经营业绩的风险。

3、本公司户外 LED 屏幕广告播放受到监管处罚的风险

2013 年 7 月 24 日，北京市工商行政管理局海淀分局向本公司下发《行政处罚决定书》京工商海处字（2013）第 2131 号，本公司“在未经工商行政管理机关登记的情况下，于 2013 年 6 月 1 日至 6 月 28 日在北京市海淀区鼎好电子大厦东北侧楼梯外立面 LED 屏幕为加多宝（中国）饮料有限公司发布“加多宝”户外广告”、“上述行为违反了《户外广告登记管理规定》第五条第一款第一项之规定，已构成未经工商行政管理机关登记擅自发布户外广告的违法行为。依据《户外广告登记管理规定》第十八条之规定，限发行人 30 日内补办登记手续，并决定处以罚款 20,000 元”。2013 年 7 月 26 日，本公司缴纳了该等罚款。

由于部分地方监管部门对于户外视频广告这一新兴广告媒体形式的监管政策仍有待修改完善,以及部分屏幕存在作为广告登记前置条件的设置证照正在办理或需要续期等情形,本公司存在部分屏幕的广告播放尚未取得广告发布登记文件的情况。目前该等屏幕的正常经营虽未受影响,但不排除未来部分屏体存在受到监管处罚的风险。

4、媒体资源销售的风险

本公司主要从事户外 LED 媒体运营业务,主要产品或服务是利用媒体时段资源为广告客户提供广告投放服务。与一般工业企业不同,公司提供的媒体资源具有时效性和不可再生性的特点。若无法及时完成销售则过期作废,无法形成库存进行后续销售。2012 年、2013 年及 2014 年,公司完成销售的商业广告时段占可供销售的广告时段的比例(占播率)为 38.25%、35.80%及 30.31%,存在部分媒体时段资源在有效期内未能售出的情形。

与传统户外媒体相比,户外 LED 媒体以视频为主的表现形式大幅提升了单一点位的广告容量和媒体价值。即使部分广告时段未能售出,公司媒体联播网的整体毛利率仍可达到较高水平,仅有少数媒体资源由于尚处于市场培育期或出于网络布局的考虑营业毛利较低或暂时为负。

报告期内,公司通过优化营销体系、加强销售队伍建设等措施持续提升销售能力。在媒体资源不断增加,新增媒体的销售仍有待培育的情况下,公司仍保持了良好的占播率。但是,在公司未来进一步拓展联播网覆盖范围的过程中,由于新建媒体需要一定的市场培育期方可达到预期的销售水平,若公司的销售体系和销售能力无法匹配联播网规模的扩张,在一定时期内可能出现占播率及毛利率下降的风险,届时将可能对公司的经营业绩产生一定的影响。

5、部分媒体点位收入贡献集中的风险

本公司的核心产品为通过在城市核心地段建设大型户外 LED 屏幕,构成全国性 LED 媒体网络,以此为平台为客户提供媒体策划、广告创意、广告制作、广告发布及效果评估等一系列广告服务。公司媒体资源优秀,点位及网络优势明

显。但与此同时，得益于一线或省会城市核心地段的稀缺性及良好的广告效果，公司部分媒体点位的收入贡献相对较大，对公司的销售业绩起到了重要的支撑作用。若上述媒体点位的运营状况出现变动，则将会对公司经营效益的稳定性产生一定的影响。

（二）启用自有商标的风险

自 2008 年以来，本公司在对外宣传中，一直采用凤凰卫视商标有限公司授权使用的“”图形商标与本公司的“**凤凰都市传媒**”文字商标相结合的视觉识别系统。经过近五年的发展，本公司已在户外 LED 屏幕广告市场树立了良好的品牌形象，具有较高的市场声誉和知名度。鉴于此，本公司于 2011 年开始使用自有的图形商标“”及文字商标“**凤凰都市传媒**”，建立起自身品牌的视觉识别系统，并已于 2013 年 4 月 2 日起全面停止使用凤凰卫视的图形商标。截至 2015 年 3 月 31 日，本公司已完成了 34 项相关商标在商标注册管理部门的注册，尚有个别商标仍在注册申请中。由于尚未完成全部注册程序，因此仍可能存在一定的注册风险。

（三）信息系统存在的风险

本公司研发的户外 LED 联播联控技术及实时监控技术是公司在媒体运用方面领先于行业的独特优势，也是本公司媒体网络高效运营的重要保障。但是，上述技术的正常运营时刻依赖于互联网和相关信息系统安全、高效的运作。尽管公司的 LED 屏幕具备自动检测故障的功能，公司可在短时间内快速反应并完成维修，但若本公司的信息系统或网络连接发生故障或被恶意攻击，仍可能使本公司面临媒体服务中断、正常广告发布受到干扰等问题，进而影响本公司服务质量和声誉。

（四）客户广告投放策略变动产生的风险

客户在制订广告策略时，会根据自身品牌及产品的宣传需求，选择合适的媒体形式进行广告投放。户外 LED 媒体作为新兴户外媒体，近年来客户的认知度

逐渐提升。但是，若客户因其品牌或产品的广告投放策略发生变化，其在户外 LED 媒体的投放预算将可能受到影响，导致公司经营业绩产生波动。公司需要不断挖掘既有客户需求并开拓新的市场及客户，以维持公司业绩稳定增长。

（五）办公用房租赁的风险

截至 2015 年 3 月 31 日，本公司及各子公司、分公司在全国范围内合计租赁了 13 项房屋，均为办公用房。经核查，该等租赁房屋中有 1 项房屋出租方拥有房屋购买协议，但尚未取得房屋所有权证书；有 10 项《房屋租赁合同》尚未办理租赁登记备案手续。尽管上述情况不影响租赁合同的法律效力，且该等房屋均为办公用途，公司较易在相关区域内找到替代性的合法场所，其对公司的日常经营活动影响较小。但是本公司湖北分公司仍可能面临因租赁房屋未办理房屋所有权证书导致权属纠纷无法继续租赁，或因房屋租赁合同未办理租赁登记备案，面临被主管部门处以不超过 1 万元罚款的风险。

（六）未能根据市场及客户需求变化及时调整经营策略而带来的风险

户外 LED 媒体行业是一个发展迅速、日新月异的朝阳行业，目前互联网、移动互联网等新技术的应用对户外 LED 媒体行业产生了重要影响，广告客户的需求也相应发生了一定变化。本公司会根据行业最新动态和客户需求变化调整经营策略，并积极应用新技术为客户提供更有价值的广告投放服务。但是，若本公司未能对市场动态和客户需求的变化保持足够的敏锐度，未能及时调整经营策略，将可能对广告订单的获取造成影响，进而对公司业务发展和经营效益产生不利影响。

三、财务风险

（一）业绩大幅下滑的风险

2012 年、2013 年及 2014 年，本公司营业利润分别为 9,898.77 万元、8,532.00 万元、2,975.85 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 7,122.65 万元、6,340.44 万元及 2,150.65 万元。2014 年，本公司的经营业绩较以前年度大幅下滑。

本公司主要服务行业包括汽车、金融、酒类、高端消费品、通讯及 IT、快速消费品、家电、房地产等行业，特别是在汽车、金融、酒类与高端消费品等行业，本公司赢得了客户的高度信赖，广告投放规模相对较高。2014 年以来，由于受到国内经济增速放缓、社会消费结构调整的影响，酒类、房地产等户外广告需求较为旺盛的部分行业进入持续调整期，导致该等行业的户外广告需求大幅减少，新签约合同额进一步降低。同时，国内城市 LED 户外显示屏终端数量呈快速增长趋势，户外 LED 媒体行业竞争程度持续加剧。此外，2014 年客户广告需求也发生一定变化，一是户外广告投放需求从一、二线城市逐步下沉，对三、四线城市的户外 LED 媒体网络的覆盖面提出较高要求，二是客户对于 LED 媒体的价值定位和使用方式逐步呈现更有创意、互动以及与移动设备连接的要求，对传统投放方式的需求有所减少。以上因素共同导致 2014 年本公司营业收入较上年下降了 8.49%。

与此同时，公司的营业成本主要包括点位租金、屏幕折旧、电费等，该等项目具备较强的刚性特征，与收入的变化并不存在明显的线性关系。在公司 2014 年收入下滑的情况下，本公司的营业成本仍保持较快增长。主要原因包括：其一，单个点位的年租赁成本较快增长。伴随着全社会各项成本的快速增长，公司新增点位的租赁成本较快增加，以及根据约定，已有点位的租赁成本也整体保持递增的趋势。其二，公司户外媒体资源规模的扩大，促使租赁点位数目或承包时段规模也随之增加。2014 年，公司紧抓行业低迷时机积极实施逆市扩张，以承受盈利暂时性下降的代价，持续新增媒体网络布局，并积极抢占重点区域的优质点位

资源，将部分核心点位由原先的共同运营变更为独立运营，不断扩大公司潜在的市场份额和发展潜力，导致公司租赁点位数目或承包时段规模随之增加，点位租金成本较快增长。其三，报告期内公司持续不断的获取新的点位资源，屏幕规模整体上保持增长，导致屏幕折旧费用持续增加。

此外，2014 年本公司销售费用仍保持较高的支出规模，主要是为更好的应对市场环境的变化与客户需求的升级，公司相应提高了有长期合作关系或回款质量良好的 4A 公司和本土广告代理商的广告代理渠道费用，以进一步巩固加强与该等广告代理公司的长期战略合作关系，造成当年广告代理费用仍保持较高水平。

面对宏观经济、行业及社会环境、客户需求等诸多因素的变化，本公司陆续调整了部分管理岗位，及时调整经营策略和管理思路，积极应对外界环境的变化。该等调整短期内效果较为有限，并未能及时弥补 2014 年经营业绩的下滑。

未来，如果国内经济形势继续下行、社会消费结构持续调整、户外 LED 媒体行业竞争持续加剧以及客户需求发生较大变化，或者营业成本、期间费用等支出持续较快上升，若公司未能及时调整经营策略、改善管理水平，则有可能导致经营业绩继续下滑，甚至可能再出现营业利润、净利润等指标下滑 50%以上的情况。

（二）营业成本刚性较强带来的风险

报告期内，本公司的营业成本主要由点位租金、屏幕折旧、电费等项目构成，2012 年、2013 年及 2014 年，点位租金、屏幕折旧和电费合计占营业成本的比例分别为 93.23%、97.82%及 91.56%。鉴于公司的行业特点和经营模式，该等主要成本项目具备较强的刚性特征，与收入的增减变动不存在明显的线性关系，即并不会因收入的降低而相应减少。未来，如果国内经济形势继续下行、社会消费结构持续调整、户外 LED 媒体行业竞争持续加剧以及客户需求发生较大变化等原因导致公司的营业收入大幅降低，由于成本项目具备明显的固定成本特性，则会对本公司的盈利状况产生较大的不利影响。

（三）公司经营业绩季节性波动的风险

我国企业广告开支呈现明显季节波动性。一般而言，客户于每年上半年的投放会相对谨慎，广告开支较小，下半年客户通常会逐步加大广告开支。与此对应，通常情况下公司下半年的广告销售收入会高于上半年，季节性波动较为明显。此外，由于公司营业成本主要为点位租金、屏幕折旧、电费等，该等成本相对固定，由此导致公司下半年的营业毛利通常高于上半年，在年度内呈现一定的波动性。

（四）净资产收益率可能进一步下降的风险

公司加权平均净资产收益率（按扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润计算）呈现逐年下降趋势，2012 年、2013 年及 2014 年，本公司净资产收益率分别为 17.26%、13.69%、4.30%。2013 年至 2014 年，由于本公司经营业绩逐年下滑，以及净资产规模较以前年度稳健增长，导致净资产收益率逐渐降低。本次发行后，公司的净资产将大幅度增加，而募集资金投资项目需要一段时间的投入期和市场培育期，难以在短时期内取得较好效益。公司在短期内存在净资产收益率进一步出现下降的风险。

（五）应收账款坏账损失的风险

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司应收账款分别为 14,797.63 万元、16,382.82 万元及 10,747.20 万元。2012-2014 年，公司应收账款周转率分别为 3.16、3.09、3.25，应收账款周转天数分别为 113.92 天、116.50 天、110.77 天。如果公司主要客户的财务状况出现恶化、经营情况或者商业信用发生重大不利变化，则公司应收账款发生坏账的可能性将大幅增加，从而对公司的经营业绩产生较大不利影响。

四、管理风险

（一）本公司业务覆盖全国，下属多个子公司及分公司，存在一定的管理风险

作为全国性户外 LED 媒体运营企业，本公司业务范围覆盖全国多个大中城市。截至 2015 年 2 月 28 日，本公司拥有 6 个全资子公司、5 个分公司。各级子公司经营地域较广，经营场所比较分散。本公司通过不断完善公司治理结构、优化内部管理制度和控制模式，来发挥本公司及子公司的协同效应。但若本公司实施的内部管理制度与控制模式无法充分、及时地满足本公司业务发展和经营管理的需求，未能充分发挥本公司及下属子公司的业务协同效果，则可能使本公司的业绩及发展前景受到不利影响。

（二）实际控制人不当控制的风险

本次发行前，本公司为香港联交所上市公司凤凰卫视的下属企业，凤凰卫视通过其全资子公司文化公司持有本公司 45.54% 的股份，为本公司的间接控股股东，并合并财务报表；刘长乐先生为凤凰卫视的间接第一大股东，为本公司的实际控制人。

本次发行完成后，预计文化公司仍将持有本公司 34.15% 以上的股份，仍为本公司的控股股东，刘长乐先生仍为实际控制人。本公司上市后，实际控制人有条件利用凤凰卫视作为间接控股股东的地位，继续影响本公司的重大决策。鉴于实际控制人的部分利益可能与其他股东的利益不完全一致，实际控制人可能会促使本公司做出有悖于本公司其他股东最佳利益的决定。

（三）优秀管理与业务人员流失的风险

优秀与勤勉的管理团队与员工，是本公司参与市场竞争并获取成功的关键因素之一。本公司业绩的增长依赖于本公司管理层的领导能力，依赖于各级管理人员的经验与专业管理水平，依赖于市场、营销、技术等各类业务人员的团队协作

及创新能力。因此，本公司的经营业绩，在一定程度上取决于是否能够吸引和留住经验丰富的管理人员及业务人员。由于本公司所在行业的市场竞争日趋激烈，且人力资源流动性相对较高，如本公司未来无法为优秀员工提供合理的激励与事业发展的平台，则本公司面临着优秀管理人员和业务人员流失的风险，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

五、募集资金投资项目的风险

本公司本次 A 股发行募集资金将主要应用于户外 LED 联播网、营销服务网络建设、综合信息化等项目。这些项目的建设进度和盈利情况，将对本公司未来几年的财务状况产生较大的影响。

虽然本公司所选定的募集资金投资项目已经过慎重、充分的可行性研究论证，具有良好的调研规划与市场基础。但是，由于公司募集资金投资项目的可行性，是基于历史和当前市场环境、政策环境等因素做出的，而在项目实施过程中，可能面临市场竞争及政策变化导致公司无法获得相关点位资源及设置批复，募集资金项目存在未能如期实施，调整实施方案或实施效果与预期值产生偏离的风险。同时，本公司本次募集资金投资项目实施后，本公司的资产结构可能发生变化，可能存在导致未来盈利下滑的风险。

六、其他风险

（一）不可抗力的风险

近几年来，我国及全球局部地区地震、海啸、台风等严重自然灾害频发，在一定程度上影响了本公司户外屏幕资产的安全和正常的业务开展。

类似的重大自然灾害、疫情、战争动乱等不可抗力因素，均可能妨碍本公司正常的生产经营活动，并影响经营业绩。即使本公司已经建立了较为完备的灾害应急机制，可以在灾害期间快速响应、恢复生产，但由于本公司运营分布较广，在生产经营过程中，难以完全避免在局部地区可能发生的不可抗力带来的风险。

同时，本公司若发生被政府应急征用等情况，可能会对本公司的业绩造成一定的影响。

（二）本公司 A 股股票价格可能发生较大波动的风险

本公司的 A 股股票将在上海证券交易所上市，除经营和财务状况之外，本公司的 A 股股票价格还将受到国内外宏观经济形势、行业状况、资本市场走势、市场心理和各类重大突发事件等多方面因素的影响。本公司股票市场价格可能因上述因素而波动，存在着股票的市场价格低于投资者购买价格的风险。

投资者在考虑投资本公司股票时，应对股票市场价格的波动及股市投资的风险有充分的考虑，并做出审慎判断。

（三）尽管本招股说明书所做判断的依据及所引用数据皆来自公开的权威数据，但该等数据统计的口径可能存在差异

本招股说明书的所有数据主要来自政府机构、行业协会的统计数据和一些公开资料，最大限度地保证了披露数据的权威性。但是，由于该等数据的来源渠道不尽相同，因而可能存在统计口径不一致的问题。

（四）本公司建议投资者不应依赖与本次发行相关的报刊文章或其他媒体所载的任何资料

在本招股说明书刊发前或刊发后至本次发行完成前，可能出现有关本公司及本次发行的媒体报道。此类报道可能提及未在招股说明书中披露的信息。投资者在做出有关本公司 A 股的投资决定时，应仅依赖在中国证监会指定媒体披露的本招股说明书及相关备查文件。本公司对其他媒体所公布的有关本公司以及本次 A 股发行的任何资料或意见的真实性、准确性和完整性不承担任何责任。因此，投资者在做出投资于本公司 A 股的决定时，不应依赖任何该等信息或报告。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本信息

发行人名称（中文）： 凤凰都市传媒科技股份有限公司

发行人名称（英文）： Phoenix Metropolis Media Technology Co., Ltd.

注册资本： 人民币壹亿伍仟肆佰万元

法定代表人： 刘作庚

成立日期： 2011 年 8 月 18 日

住所： 北京市朝阳区亮马桥路 42 号光明饭店 1501 室

邮政编码： 100125

联系电话： 010 - 65207526

传真号码： 010 - 65207526

互联网网址： www.pmm.cn

电子信箱： ir@pmm.cn

二、发行人改制重组及设立情况

（一）设立方式

本公司由本公司的前身北京公司采用整体变更方式设立。

2011 年 7 月 31 日，北京公司召开股东会通过决议，决定以北京公司原有股东作为发起人，以截至 2011 年 6 月 30 日经中审国际审计的净资产 360,089,477.96 元为基础，整体变更设立股份公司。上述净资产中，以 140,000,000.00 元折合为股份公司的股本，每股 1 元，计 140,000,000 股，其余 220,089,477.96 元作为股本溢价，列入资本公积，变更后北京公司原各股东在本公司的持股比例不变。北京公司的 33 名股东作为本公司发起人共同签订了《发起人协议》。

2011 年 8 月 15 日，中审国际出具了《验资报告》（中审国际验字[2011]01030010），验证了截至 2011 年 6 月 30 日止，本公司（筹）已将截至 2011 年 6 月 30 日止净资产折为本公司（筹）的注册资本人民币 140,000,000 元，每股面值 1 元，共计 140,000,000 股，剩余部分计入资本公积。由 33 名发起人股东按照原出资比例持有相应的股份数额。截至 2011 年 8 月 15 日止，变更后的累计注册资本实收金额为人民币 140,000,000.00 元。

2011 年 8 月 18 日，本公司在北京市工商行政管理局办理了变更登记手续，并换发了注册号为 110000450048219 的《企业法人营业执照》，注册资本（实收资本）14,000 万元。

（二）发起人

本公司由北京公司以整体变更的方式设立。本公司设立时，各发起人名称、持股数量及持股比例如下表所示：

序号	发起人名称	持股数量（股）	持股比例
1	文化公司	63,750,000	45.54%
2	天津维道	20,000,000	14.29%
3	王彦军	12,750,000	9.11%
4	刘艳国	10,000,000	7.14%
5	明辉投资	10,000,000	7.14%
6	李彬	8,500,000	6.07%
7	刘作庚	6,501,300	4.64%
8	刘可意	2,416,700	1.73%
9	王晓东	500,000	0.36%

序号	发起人名称	持股数量（股）	持股比例
10	郭力群	486,100	0.35%
11	赵龙	423,600	0.30%
12	郑岚萍	340,300	0.24%
13	刘波	312,500	0.22%
14	张建炜	305,600	0.22%
15	杜劲松	270,800	0.19%
16	鲁冀	267,400	0.19%
17	冯小庆	265,000	0.19%
18	夏洪波	256,900	0.18%
19	夏定先	250,000	0.18%
20	葛继宏	250,000	0.18%
21	那乾进	250,000	0.18%
22	李晓雯	239,600	0.17%
23	刘金柳	239,600	0.17%
24	程双武	222,200	0.16%
25	刘渊	203,500	0.15%
26	王薇	195,200	0.14%
27	李喆	181,700	0.13%
28	房永	180,800	0.13%
29	李美燕	143,000	0.10%
30	何大光	80,000	0.06%
31	梁云波	80,000	0.06%
32	陈莉华	69,100	0.05%
33	徐蓓	69,100	0.05%
合计		140,000,000	100.00%

主要发起人的基本情况请参见本节之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

（三）发行人成立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司的主要发起人为文化公司。本公司设立前后，文化公司的主要资产均为其直接持有的本公司的股权，未发生变化。

本公司整体变更设立之前，文化公司作为北京公司（本公司前身）的控股股东，其主要业务职能为对北京公司行使股东职责，以及通过合营公司深圳凤凰城

市论坛有限公司开设城市论坛。本公司设立之后，文化公司在继承前述业务职能之外，还为魅力中国杂志社等企事业单位提供咨询服务。

（四）本公司成立前后，本公司拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司由北京公司整体变更设立，改制前原企业的资产和业务全部进入股份公司。本公司继承了北京公司的全部资产和负债。改制前后，本公司的主营业务均为户外 LED 媒体运营业务，未发生任何变化。

（五）本公司成立前后的业务流程情况

本公司由北京公司整体变更设立，改制前后业务流程没有发生变化。本公司主要业务流程请参见“第六节业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”。

（六）本公司成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

本公司成立以来，在生产经营方面与主要发起人暨本公司控股股东文化公司不存在关联交易，具体情况请参见“第七节同业竞争与关联交易”之“二、关联方及关联交易”。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司系由北京公司整体变更设立，原北京公司的资产、债权债务关系均由本公司继承。截至本招股说明书签署之日，本公司已经办理完成全部资产产权变更手续。

（八）本公司的独立运行情况

本公司自设立以来，严格按照《公司法》和《公司章程》的有关规定规范运作，建立健全了法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股

股东、实际控制人及其控制的其他企业之间相互独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，具有独立完整的采购、生产和销售系统。

1、业务独立情况

本公司的主营业务为户外 LED 媒体运营业务。公司具有独立完整的建设、运营、销售、管理户外 LED 媒体和直接面向市场独立开展广告代理、发布的业务能力，并建立了与业务体系配套的管理制度和相应的职能机构。本公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，拥有独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的经营场所、生产设施、关键技术、商标等资产的合法所有权或使用权，经营独立核算，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

2、资产独立与完整情况

本公司整体变更设立后，原北京公司各项资产权利由本公司依法承继。

本公司拥有独立、完整的经营性资产的合法所有权或使用权，包括自有的户外 LED 屏幕、信息系统设备、车辆等与生产经营相关的固定资产，以及商标、软件著作权等无形资产，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用的情形。

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在以资产、权益或信誉为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形，也不存在资产、资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用而损害本公司利益的情形。

3、人员独立情况

本公司建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度、考核及奖惩制度；独立招聘员工，与员工签订劳动合同；建立了独立的工资管理、福利与社会保障体系。

本公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定选举或聘任产生，不存在控股股东超越公司董事会和股东大会职权直接作出

人事任免决定的情形。截至本招股说明书签署之日，本公司高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，亦未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；本公司的财务人员没有在控股股东、实际控制人以及其控制的其他企业中兼职。

4、财务独立情况

本公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员，建立健全了独立的财务核算体系、规范的财务会计制度和完整的财务管理体系，能独立做出财务决策，并设置了董事会审计委员会和审计部。

本公司独立开立银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形，也不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业干预本公司资金使用的状况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。此外，本公司作为独立纳税人，单独办理了税务登记，依法独立纳税。

5、机构独立情况

本公司按照《公司法》、其他相关法律、法规及规范性文件及公司章程的规定建立了股东大会、董事会及其下属各专门委员会、监事会、经营管理层等决策、经营管理及监督机构，明确了各机构的职权范围，建立了规范、有效的法人治理结构和适合自身业务特点及业务发展需要的组织结构。本公司拥有独立的职能部门，公司各职能部门之间分工明确、各司其职、相互配合，保证了本公司的规范运作。本公司的机构与控股股东、实际控制人控制的其他企业之间分开且独立运作，拥有机构设置自主权，不存在机构混同的情况。

本公司办公场所独立，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业合署办公的情形。

三、本公司股本结构的形成、变化和重大资产重组情况

（一）本公司股本结构的形成及其变化情况

1、2008 年 4 月至 12 月，卫视有限投资设立北京公司及其他 6 家公司

（1）卫视有限在境内投资设立本公司及其他 6 家公司

2007 年 7 月，凤凰卫视通过其全资子公司卫视集团与中誉合资在香港成立了都市控股，双方分别出资 3,500 万港元，卫视集团占股比 75%，中誉占股比 25%。2008 年 4 月 8 日，都市控股的股东通过书面决议案的形式决定将都市控股的出资由 7,000 万港元增加至 15,700 万港元。所增加的 8,700 万港元中，卫视集团出资 5,775 万港元，中誉出资 2,925 万港元，增资完成后，卫视集团依然占有都市控股 75%的股权、中誉占 25%股权。至此，卫视集团累计出资 9,275 万港元，中誉累计出资 6,425 万港元。

都市控股成立后，计划在我国境内投资设立广告公司经营户外 LED 媒体运营业务，但由于《外商投资广告企业管理规定》（国家工商行政管理总局、商务部令第 35 号）第十条规定，“设立外资广告企业，除符合有关法律、法规规定的条件外，还应具备以下条件：1）投资方应是以经营广告业务为主的企业；2）投资方应成立并运营 3 年以上”。因此，都市控股委托由满足条件的卫视集团全资子公司卫视有限在我国境内投资成立了北京公司（本公司的前身）、江苏公司、杭州公司、上海公司、深圳公司、四川公司、广州公司 7 家地区广告公司。上述除北京公司外的其他 6 家公司设立的具体情况请参见本招股说明书本节之“六、发行人的控股子公司、参股公司的情况”之“（二）、子公司的历史沿革”。

（2）北京公司成立的具体情况

2008 年 1 月 30 日，卫视有限申请以 200 万港元的投资总额独资设立北京公司，并分别于 2008 年 3 月 10 日和 3 月 14 日获得了北京市商务局出具的《北京市商务局关于新设外资企业凤凰都市（北京）广告传播有限公司的批复》（京

商资字[2008]358 号)及北京市人民政府核发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》(商外资京资字[2008]20124 号)。

2008 年 5 月 9 日,北京希瑞杰会计师事务所有限责任公司出具了《验资报告》(京希验字[2008]032 号),对北京公司成立时的注册资本予以验证。截至 2008 年 4 月 30 日,北京公司已收到股东卫视有限缴纳的注册资本 200 万港元,占注册资本的 100%。

2008 年 4 月 1 日,北京公司在北京市工商行政管理局办理了设立登记,并获发了《企业法人营业执照》,注册号为 110000450048219 号。

北京公司成立时的股权结构如下:

序号	股东姓名或名称	出资额(万元/港币)	出资比例
1	卫视有限	200.00	100%
	合计	200.00	100%

2、2008 年 12 月卫视有限向北京公司增加投资

2008 年 6 月 24 日,卫视有限作出股东决定,同意向北京公司增加投资 4,600 万港元,将注册资本增加至 4,800 万港元,并通过了《公司章程》修正案。2008 年 9 月 2 日,北京市商务局出具了《北京市商务局关于凤凰都市(北京)广告传播有限公司修改章程的批复》(京商资字[2008]1373 号),同意上述增资事项,增资款全部由投资方以港币现汇方式投入。

2008 年 10 月 31 日,北京希瑞杰会计师事务所有限责任公司出具了《验资报告》(京希验字[2008]第 053 号),确认截至 2008 年 10 月 24 日,北京公司已收到股东以货币资金方式缴纳的新增注册资本 920 万港元。2008 年 12 月 4 日,北京希瑞杰会计师事务所有限责任公司出具了《验资报告》(京希验字[2008]第 062 号),确认截至 2008 年 11 月 21 日,北京公司已收到股东以货币资金方式缴纳的新增注册资本 3,680 万港元。至此,卫视有限本次增资的投资款已经全部缴纳到位。

2008 年 12 月 9 日，北京公司在北京市工商行政管理局办理了变更登记，并领取了新的《企业法人营业执照》。

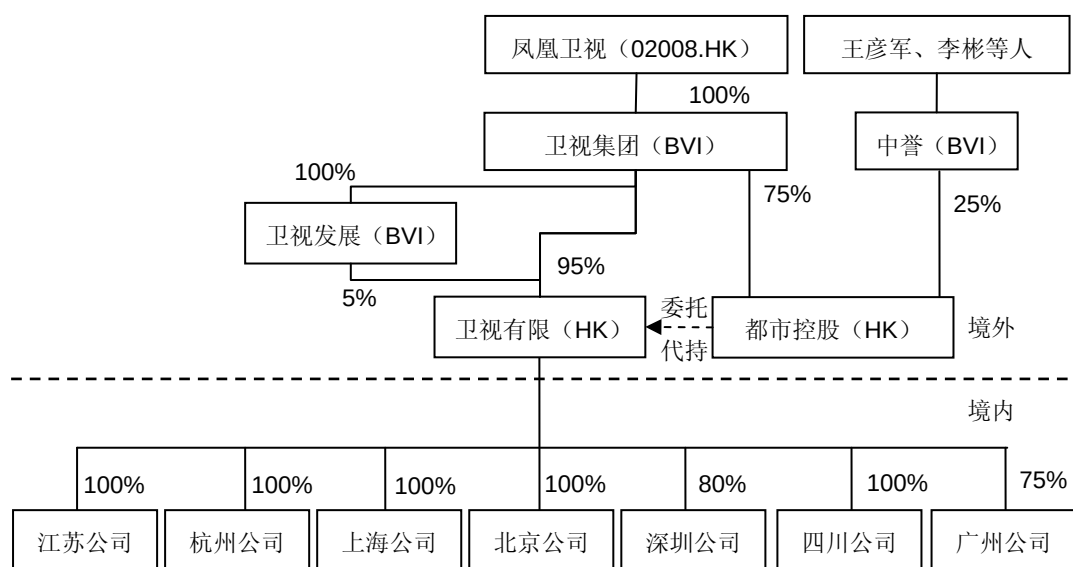
本次增资完成后，北京公司的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	出资额（万元/港币）	出资比例
1	卫视有限	4,800.00	100%
	合计	4,800.00	100%

3、截至 2009 年底都市控股在境内投资设立公司的情况

截至 2009 年底，都市控股以委托方式，通过卫视有限陆续在境内投资设立了北京公司等 7 家地区广告公司，累计投资 14,407.5 万港元。

截至 2009 年 12 月 31 日，股权结构图如下：



4、2010 年，北京公司收购 6 家地区公司；都市控股通过都市有限设立文化公司

（1）北京公司收购 6 家公司

2008 年卫视有限相继投资设立北京公司、江苏公司、杭州公司、上海公司、深圳公司、四川公司和广州公司，在所在区域经营户外 LED 媒体运营业务。尽

管上述公司均为卫视有限的子公司，但实际业务开展中，由北京公司统筹管理其它 6 家公司的业务。

为整合境内户外 LED 媒体运营业务，实现国内业务统筹，北京公司以 2010 年 12 月 31 日为合并日，实施了同一控制下的企业重组，由北京公司以卫视有限的初始投资额为对价，收购了卫视有限持有的江苏公司、杭州公司、上海公司、四川公司的 100% 股权，以及深圳公司 80% 股权和广州公司 75% 股权。本次重组完成后，北京公司成为运营管理全国户外 LED 媒体运营业务的平台。

本次重组的具体情况请参见本招股说明书本节之“三、本公司股本结构的形成、变化和重大资产重组情况”之“（二）本公司的重大资产重组情况”。

（2）文化公司的设立

都市控股于 2009 年 2 月 24 日收购香港华洋广告有限公司的 100% 股权，并于 2009 年 6 月 18 日将香港华洋广告有限公司更名为都市有限。

2010 年 12 月 2 日，都市有限在北京设立了外商独资企业文化公司，注册资本 1,000 万港元。文化公司将作为凤凰卫视在境内投资户外 LED 媒体运营业务的持股母公司。

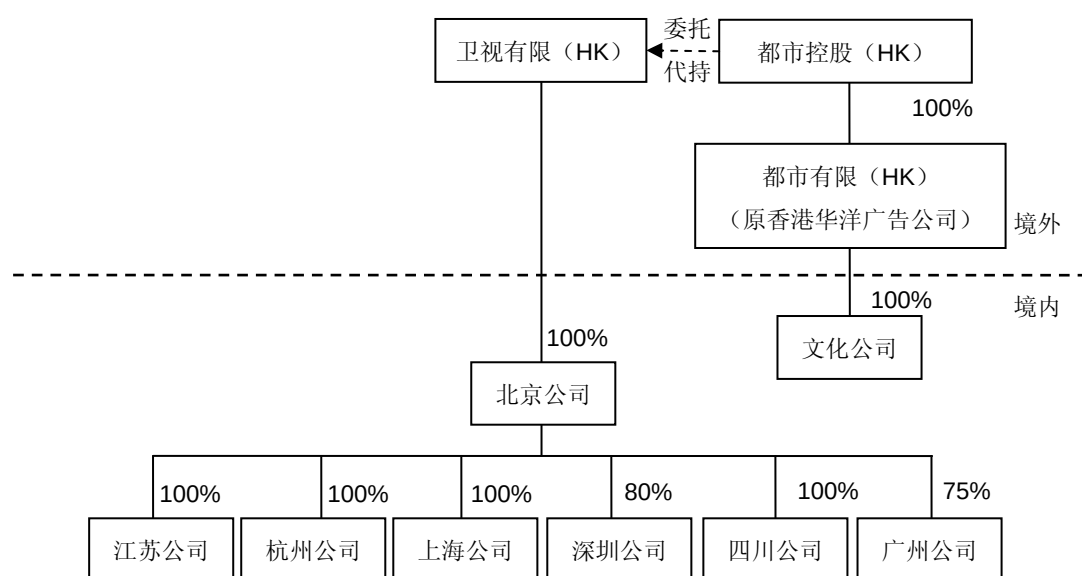


（3）截至 2010 年底都市控股在境内投资设立公司的情况

截至 2008 年底，都市控股的全部股东投入为 15,700 万港元。截至 2010 年底，前述都市控股的股东投入中，除有 292.5 万港元留存于都市控股自身，用以支付前期运营费用及香港华洋广告有限公司股权收购款，其余 15,407.5 万港元全部投入境内，具体如下表所示：

事项	公司成立时间	累计投资额（万元/港币）
设立 7 家地区 广告公司	设立北京公司	2008 年 4 月 1 日 4,800
	设立江苏公司	2008 年 4 月 18 日 1,696
	设立杭州公司	2008 年 4 月 23 日 1,000
	设立上海公司	2008 年 4 月 25 日 2,500
	设立深圳公司	2008 年 6 月 16 日 3,156.1
	设立四川公司	2008 年 7 月 15 日 1,000
	设立广州公司	2008 年 12 月 26 日 255.4
合计		14,407.5
设立文化公司	2010 年 12 月 2 日	1,000
总计		15,407.5

截至 2010 年 12 月 31 日，股权结构图如下：



5、2011年5月，文化公司受让北京公司100%股权，北京公司变更为内资企业

2011年4月8日，卫视有限作出决定，同意将其所持有北京公司100%股权按原出资额以港币4,800万元转让给文化公司。2011年4月10日，双方签署了《凤凰都市（北京）广告传播有限公司股权转让协议》。截至本招股说明书签署之日，文化公司已完成上述款项的支付。

文化公司系与卫视有限受同一实际控制人控制的企业，其具体情况请参见本招股说明书本节之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

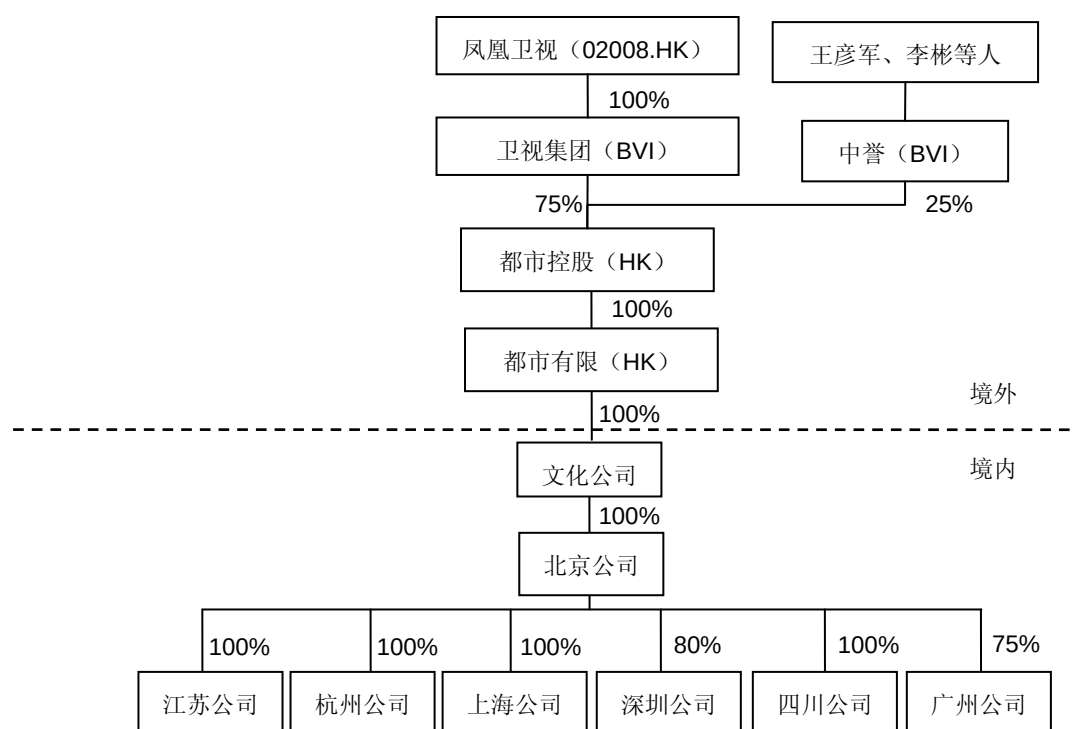
2011 年 4 月 29 日，北京市商务委员会出具了《北京商务委员会关于凤凰都市（北京）广告传播有限公司变更股权的批复》（京商务资字[2011]278 号），同意上述股权转让事项。本次股权转让后，北京公司变更为内资企业，并收回《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资京资字[2008]20124 号）。

2011 年 5 月 12 日，北京公司在北京市工商行政管理局办理了变更登记，并领取了新的《企业法人营业执照》，北京公司原注册资本 4,800 万港元根据历次出资日汇率变更为注册资本 4,229.78 万元人民币。

本次股权转让完成后，北京公司的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	出资额（万元/人民币）	出资比例
1	文化公司	4,229.78	100%
	合计	4,229.78	100%

北京公司的股权结构图如下：



6、2011 年 6 月，北京公司引入新股东投资，并增加注册资本

为增强资金实力、扩大经营规模，并实施员工入股，2011 年 5 月 26 日，文化公司作出股东决定，同意北京公司增加注册资本并引进天津维道、明辉投资、刘艳国、王彦军、李彬等 32 名新股东。至此，北京公司共有 33 名股东。2011 年 5 月 29 日，北京公司新老股东共同召开股东会并审议通过增资方案，本次增资 32,064.99 万元，其中新增注册资本 9,770.22 万元，其他计入资本公积。增资完成后北京公司注册资本由原先的 4,229.78 万元变更为人民币 14,000 万元。本轮增资实际形成分为三批，情况具体如下：

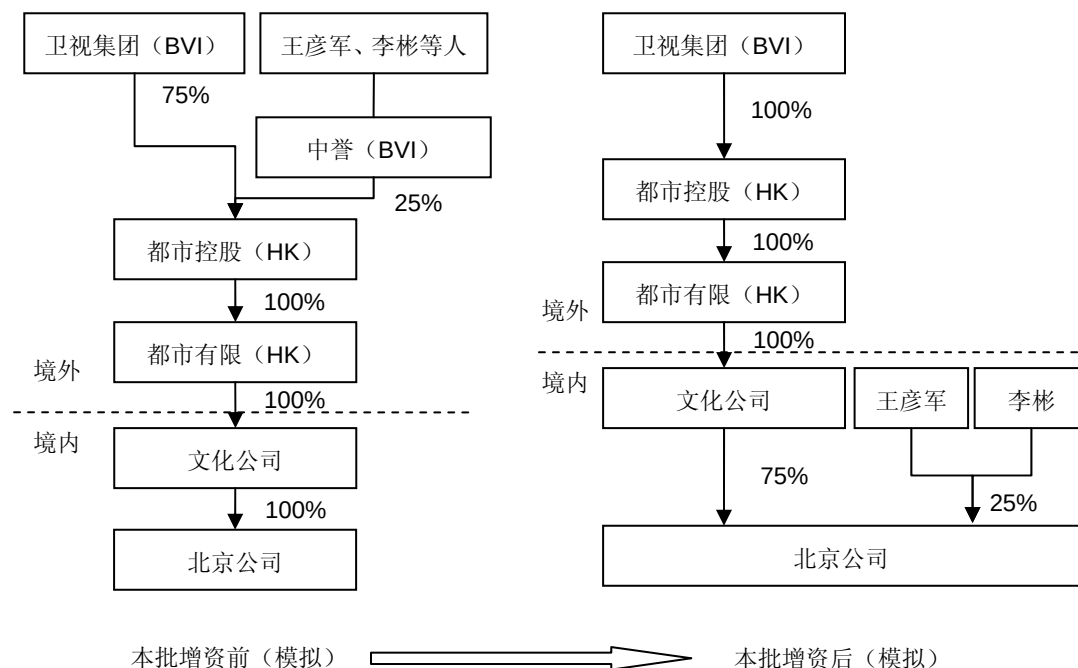
（1）文化公司增资与王彦军、李彬投资入股

卫视集团与中誉合资成立都市控股时，分别投资 9,275 万港元和 6,425 万港元，并根据合资协议，分别占比 75%和 25%。2011 年 4 月 11 日，卫视集团与中誉及中誉控股股东王彦军、李彬签订股权买卖协议，中誉有条件同意向卫视集团出售中誉持有的都市控股 25%的股权，转让价格为初始投资额 6,425 万港元。中誉控股股东王彦军、李彬也同意担保中誉根据买卖协议妥善履行责任。该买卖协议完成附带的条件为：1）北京公司完成对江苏公司、杭州公司、上海公司、深圳公司、四川公司、广州公司的收购；2）王彦军、李彬对北京公司实施增资。本次买卖协议完成后，都市控股将成为卫视集团的全资子公司。同日，北京公司与王彦军、李彬签订增资协议，王彦军及李彬分别同意认购北京的 15%及 10%股权（按入股后摊薄为基准），入股对价分别为 3,855 万港元及 2,570 万港元。

本批增资中，卫视集团利用其在境内的平台文化公司，向北京公司增资 4,182.5 万港元。王彦军、李彬根据其与北京公司签订的增资协议，分别认购北京公司 15%及 10%的股权（按入股后摊薄为基准），入股对价分别为 3,855 万港元及 2,570 万港元，合计 6,425 万港元。本批增资按当期人民币对港币汇率中间价 1:0.8362 计算，文化公司实际增资人民币 3,497.41 万元，认缴注册资本 2,145.22 万元，增资对价约为 1:1.63；王彦军、李彬分别实际投资人民币 3,223.55 万元和 2,149.03 万元，认缴注册资本 1,275 万元和 850 万元，增资对价约为 1:2.53。

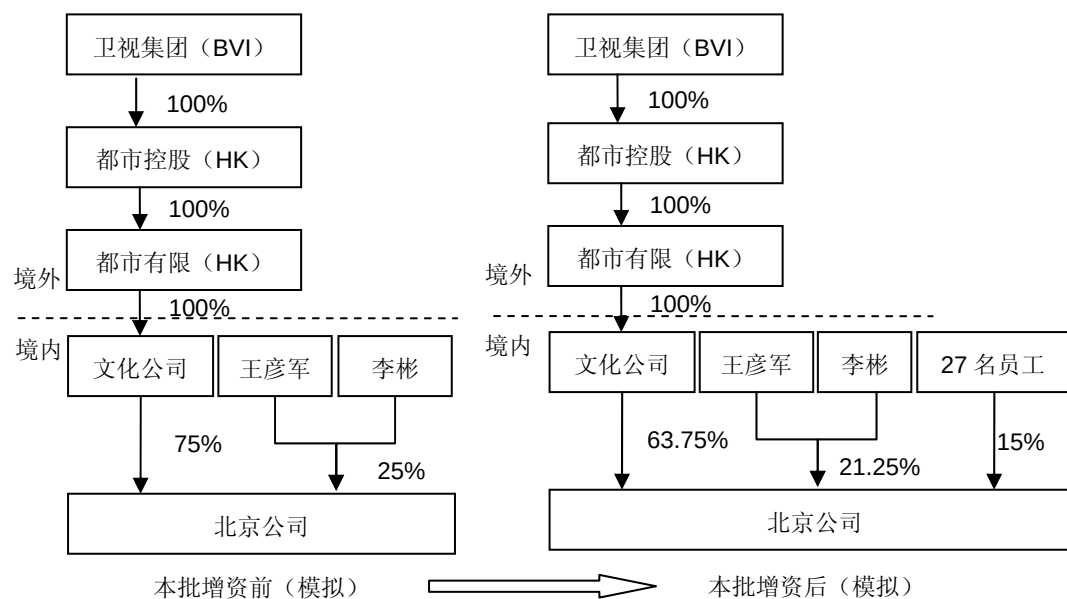
本批增资完成后，卫视有限及都市控股均为卫视集团的全资子公司，且王彦军、李彬已经成为北京公司股东，都市控股与卫视有限的委托代持关系实质已经解除，不会对北京公司股权结构的稳定产生影响。

本批增资前后的股权结构具体如下图所示：



（2）员工入股

为激励公司的管理团队和核心员工，增强公司稳定性，通过增资方式实施员工入股。刘作庚等 27 名公司管理团队及核心员工，出资认缴了注册资本。上述 27 名管理团队及核心员工本批增资后出资总额将占北京公司注册资本的 15%，文化公司持股比例摊薄至 63.75%，王彦军和李彬合计持股比例摊薄至 21.25%。具体情况如下：



27 名管理团队及核心员工以王彦军、李彬同等的增资对价 1:2.53 出资，具体情况如下表所示：

序号	名称	认缴注册资本额 (人民币/万元)	实缴出资总额 (人民币/万元)	增资前担任的公司职务
1	刘作庚	650.13	1,644.83	董事、总裁
2	刘可意	241.67	611.43	副总裁
3	王晓东	50.00	126.50	副总裁
4	郭力群	48.61	122.98	副总裁
5	赵龙	42.36	107.17	副总裁
6	郑岚萍	34.03	86.10	总裁助理
7	刘波	31.25	79.06	法律部总经理
8	张建炜	30.56	77.32	财务部总经理
9	杜劲松	27.08	68.51	副总裁
10	鲁冀	26.74	67.65	投资发展部总经理
11	冯小庆	26.50	67.05	上海公司总经理
12	夏洪波	25.69	65.00	副总裁
13	夏定先	25.00	63.25	凤凰都市传媒驻上海首席代表
14	葛继宏	25.00	63.25	杭州公司总经理
15	那乾进	25.00	63.25	四川公司总经理
16	李晓雯	23.96	60.62	人力资源部总经理
17	刘金柳	23.96	60.62	北京地区媒体资源总经理
18	程双武	22.22	56.22	湖北分公司总经理
19	刘渊	20.35	51.49	河南分公司总经理
20	王薇	19.52	49.39	四川/重庆媒体资源总经理

序号	名称	认缴注册资本额 (人民币/万元)	实缴出资总额 (人民币/万元)	增资前担任的公司职务
21	李喆	18.17	45.97	广东销售总经理
22	房永	18.08	45.74	山东分公司总经理
23	李美燕	14.30	36.18	北京销售总经理
24	何大光	8.00	20.24	董事
25	梁云波	8.00	20.24	董事
26	陈莉华	6.91	17.48	湖北分公司销售总经理
27	徐蓓	6.91	17.48	重庆分公司销售总经理
合计		1,500.00	3,795.00	-

(3) 引入私募股权投资者

本批引入私募股权投资者分为两次达成协议。

第一次为投资机构天津维道和自然人刘艳国，其分别投资人民币 9,600 万元和 4,800 万元，认缴注册资本 2,000 万元和 1,000 万元。根据本次增资后企业估值，确定天津维道、刘艳国的增资对价为 1:4.8。

第二次为投资机构明辉投资，投资人民币 5,000 万元，认缴注册资本 1,000 万元。根据本次增资后企业估值，确定明辉投资的增资对价为 1:5。

上述三批增资协议共同组成了本轮增资，完成后，北京公司的股权结构如下：

序号	发起人名称	认缴注册资本额（人民币/万元）	占比
1	文化公司	6,375.00	45.54%
2	天津维道	2,000.00	14.29%
3	王彦军	1,275.00	9.11%
4	刘艳国	1,000.00	7.14%
5	明辉投资	1,000.00	7.14%
6	李彬	850.00	6.07%
7	刘作庚	650.13	4.64%
8	刘可意	241.67	1.73%
9	王晓东	50.00	0.36%
10	郭力群	48.61	0.35%
11	赵龙	42.36	0.30%
12	郑岚萍	34.03	0.24%
13	刘波	31.25	0.22%
14	张建炜	30.56	0.22%
15	杜劲松	27.08	0.19%

序号	发起人名称	认缴注册资本额（人民币/万元）	占比
16	鲁冀	26.74	0.19%
17	冯小庆	26.50	0.19%
18	夏洪波	25.69	0.18%
19	夏定先	25.00	0.18%
20	葛继宏	25.00	0.18%
21	那乾进	25.00	0.18%
22	李晓雯	23.96	0.17%
23	刘金柳	23.96	0.17%
24	程双武	22.22	0.16%
25	刘渊	20.35	0.15%
26	王薇	19.52	0.14%
27	李喆	18.17	0.13%
28	房永	18.08	0.13%
29	李美燕	14.30	0.10%
30	何大光	8.00	0.06%
31	梁云波	8.00	0.06%
32	陈莉华	6.91	0.05%
33	徐蓓	6.91	0.05%
合计		14,000.00	100.00%

2011 年 6 月 16 日，中审国际出具了《验资报告》（中审国际验字[2011]01030004 号），截至 2011 年 6 月 16 日止，变更后的累计注册资本实收金额为人民币 140,000,000.00 元。

2011 年 6 月 16 日，中审国际出具了《验资报告》（中审国际验字[2011]01030006 号），截至 2011 年 6 月 16 日止，已收到股东缴纳的款项人民币 320,649,915.00 元，其中新增注册资本（实收资本）人民币 97,702,232.00 元，资本公积人民币 222,947,683.00 元，均以货币出资。

2011 年 6 月 21 日，北京公司在北京市工商行政管理局办理了变更登记，并领取了新的《企业法人营业执照》。

7、2011 年 8 月，北京公司整体变更为股份公司（本公司）

2011 年 7 月 31 日，北京公司召开股东会通过决议，决定以北京公司现有股东作为发起人，以截至 2011 年 6 月 30 日经中审国际审计的净资产 360,089,477.96 元为基础，整体变更为股份公司（本公司）。上述净资产中，以

140,000,000.00 元折合为股份公司的股本，每股 1 元，计 140,000,000 股，其余 220,089,477.96 元作为股本溢价，列入资本公积，变更后北京公司原各股东在本公司的持股比例不变。北京公司的 33 名股东作为本公司发起人共同签订了《发起人协议》。

2011 年 8 月 15 日，中审国际出具了《验资报告》（中审国际验字[2011]01030010），验证了截至 2011 年 6 月 30 日止，本公司（筹）已将截至 2011 年 6 月 30 日止净资产折为本公司（筹）的注册资本人民币 140,000,000 元，每股面值 1 元，共计 140,000,000 股，剩余部分计入资本公积。由 33 名发起人股东按照原出资比例持有相应的股份数额。截至 2011 年 8 月 15 日止，变更后的累计注册资本实收金额为人民币 140,000,000.00 元。

2011 年 8 月 18 日，本公司在北京市工商行政管理局办理了变更登记，并换领了注册号为 110000450048219 的《企业法人营业执照》，注册资本（实收资本）14,000 万元。

整体变更后本公司结构如下表所示：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	文化公司	63,750,000	45.54%
2	天津维道	20,000,000	14.29%
3	王彦军	12,750,000	9.11%
4	刘艳国	10,000,000	7.14%
5	明辉投资	10,000,000	7.14%
6	李彬	8,500,000	6.07%
7	刘作庚	6,501,300	4.64%
8	刘可意	2,416,700	1.73%
9	王晓东	500,000	0.36%
10	郭力群	486,100	0.35%
11	赵龙	423,600	0.30%
12	郑岚萍	340,300	0.24%
13	刘波	312,500	0.22%
14	张建炜	305,600	0.22%
15	杜劲松	270,800	0.19%
16	鲁冀	267,400	0.19%
17	冯小庆	265,000	0.19%
18	夏洪波	256,900	0.18%

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
19	夏定先	250,000	0.18%
20	葛继宏	250,000	0.18%
21	那乾进	250,000	0.18%
22	李晓雯	239,600	0.17%
23	刘金柳	239,600	0.17%
24	程双武	222,200	0.16%
25	刘渊	203,500	0.15%
26	王薇	195,200	0.14%
27	李喆	181,700	0.13%
28	房永	180,800	0.13%
29	李美燕	143,000	0.10%
30	何大光	80,000	0.06%
31	梁云波	80,000	0.06%
32	陈莉华	69,100	0.05%
33	徐蓓	69,100	0.05%
合计		140,000,000	100.00%

8、2012 年 8 月资本公积转增股本

经 2012 年 6 月 28 日本公司第一届第三次董事会审议，并经 2012 年 7 月 20 日 2011 年度股东大会审议通过，同意公司以现有股本总额 140,000,000 股为基数，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 1 股，共计转增 14,000,000 股。转增后公司总股本为 154,000,000 股；股东大会同时通过对《公司章程》的相应修改。

2012 年 7 月 31 日，中审国际为本公司本次转增股本的注册资本实收情况进行了审验，并出具了《验资报告》（中审国际验字[2012]01020173）。

2012 年 8 月 8 日，本公司办理了本次转增股本的工商变更登记。本次转增股本完成后，本公司股权结构如下：

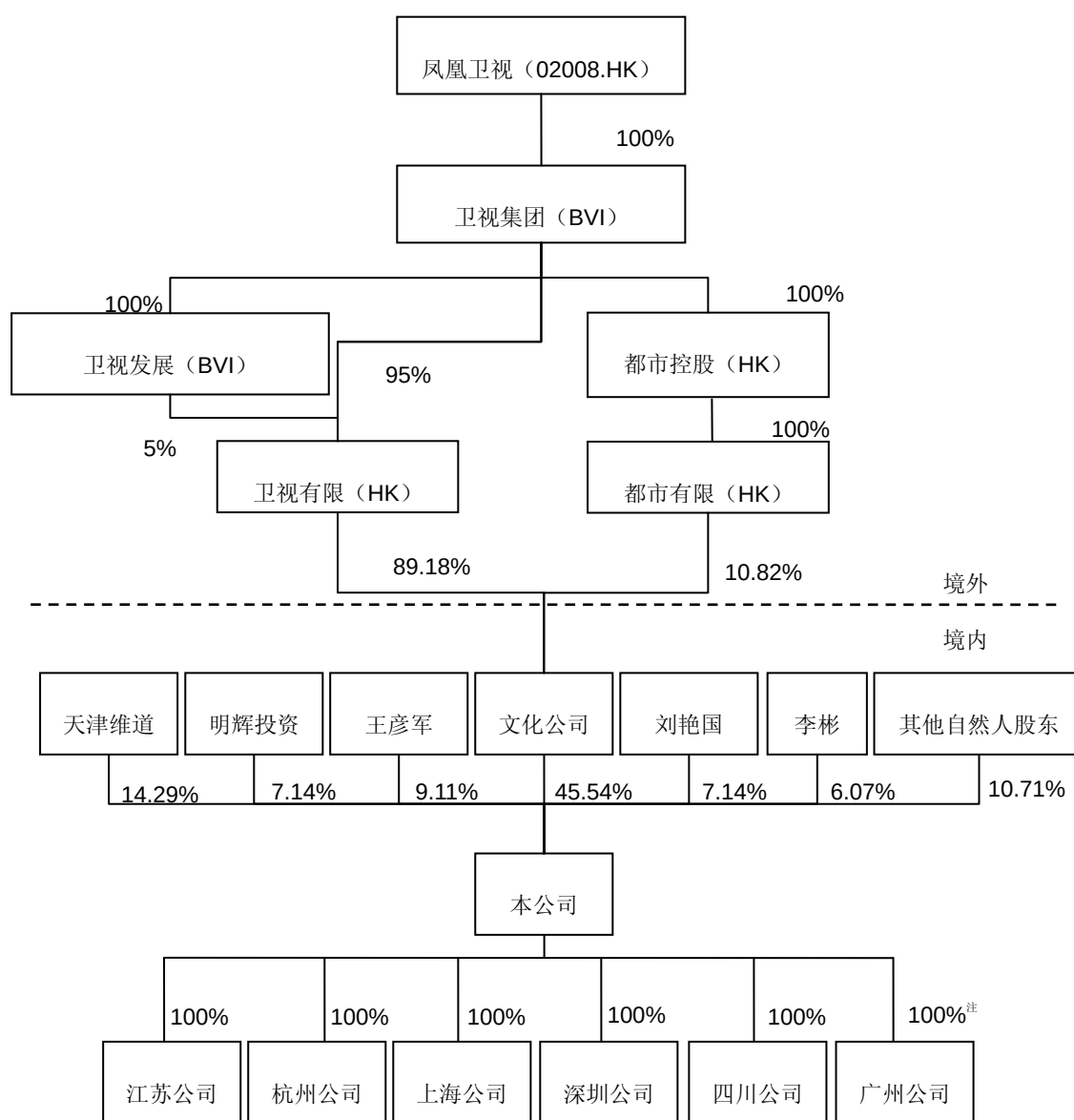
序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	文化公司	70,125,000	45.54%
2	天津维道	22,000,000	14.29%
3	王彦军	14,025,000	9.11%
4	刘艳国	11,000,000	7.14%
5	明辉投资	11,000,000	7.14%
6	李彬	9,350,000	6.07%

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
7	刘作庚	7,151,430	4.64%
8	刘可意	2,658,370	1.73%
9	王晓东	550,000	0.36%
10	郭力群	534,710	0.35%
11	赵龙	465,960	0.30%
12	郑岚萍	374,330	0.24%
13	刘波	343,750	0.22%
14	张建炜	336,160	0.22%
15	杜劲松	297,880	0.19%
16	鲁冀	294,140	0.19%
17	冯小庆	291,500	0.19%
18	夏洪波	282,590	0.18%
19	夏定先	275,000	0.18%
20	葛继宏	275,000	0.18%
21	那乾进	275,000	0.18%
22	李晓雯	263,560	0.17%
23	刘金柳	263,560	0.17%
24	程双武	244,420	0.16%
25	刘渊	223,850	0.15%
26	王薇	214,720	0.14%
27	李喆	199,870	0.13%
28	房永	198,880	0.13%
29	李美燕	157,300	0.10%
30	何大光	88,000	0.06%
31	梁云波	88,000	0.06%
32	陈莉华	76,010	0.05%
33	徐蓓	76,010	0.05%
合计		154,000,000	100.00%

9、2012 年 12 月，卫视有限向文化公司增资

2012 年 12 月，卫视有限以北京公司向其收购江苏公司、杭州公司、上海公司、四川公司的 100%股权，以及深圳公司 80%股权和广州公司 75%股权的部分收购款，在境内直接再投资，向文化公司增资 7,982.50 万港元。增资完成后，文化公司注册资本变更为人民币 7,817.0238 万元，其中卫视有限占比 89.18%，都市有限占比 10.82%。

本次增资完成后，股权结构如下：



注：2011 年 11 月，本公司先后收购了深圳公司 20% 和广州公司 25% 的少数股权，使得深圳公司和广州公司成为本公司的全资子公司。本次收购的具体情况请参见本招股说明书本节之“六、发行人的控股子公司、参股公司的情况”之“（二）子公司的历史沿革”。

（二）本公司的重大资产重组情况

1、本公司历次重组过程

2010 年 12 月，北京公司（本公司前身）陆续收购了卫视有限持有的江苏公司、杭州公司、上海公司、深圳公司、四川公司、广州公司 6 家地区公司的股权。

(1) 收购江苏公司 100%股权

2010 年 11 月 30 日，南京市投资促进委员会出具了《关于同意江苏凤凰都市传媒有限公司股权变更的批复》（宁投外管[2010]278 号），同意北京公司按卫视有限原出资额，以 1,500 万人民币的对价向卫视有限收购江苏公司 100%股权事宜，并收回《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2010 年 12 月 6 日，南京市工商行政管理局核准了本次股权转让并换发了新的《企业法人营业执照》。

江苏公司具体的历史沿革情况请参见本招股说明书本节之“六、发行人的控股子公司、参股公司的情况”之“（二）子公司的历史沿革”。

(2) 收购杭州公司 100%股权

2010 年 11 月 24 日与 12 月 3 日，浙江省工商行政管理局与杭州市对外贸易经济合作局分别出具了《关于同意凤凰都市传媒（杭州）有限公司股权变更的批复》（浙工商广[2010]12 号）及《杭州市对外经济合作贸易局准予变更凤凰都市传媒（杭州）有限公司行政许可决定书》（杭外经贸外服许[2010]388 号），同意北京公司按卫视有限原出资额，以 1,000 万港币的对价向卫视有限收购杭州公司 100%股权事宜，并收回《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2010 年 12 月 14 日，浙江省工商行政管理局核准了本次股权转让并换发了新的《企业法人营业执照》。

杭州公司具体的历史沿革情况请参见本招股说明书本节之“六、发行人的控股子公司、参股公司的情况”之“（二）子公司的历史沿革”。

(3) 收购上海公司 100%股权

2010 年 11 月 19 日及 12 月 2 日，上海市工商行政管理局及上海市商务委员会分别出具了《关于同意凤凰都市传媒（上海）有限公司股权变更的批复》（沪工商广项审字[2010]0804002 号）和《市商务委关于同意凤凰都市传媒（上海）有限公司转股并改制的批复》（沪商外资批[2010]3327 号），同意北京公司按照

卫视有限原投资额,以 2,500 万港币的对价向卫视有限收购上海公司 100%股权,并收回《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2010 年 12 月 14 日,上海市工商行政管理局核准了本次股权转让并换发了新的《企业法人营业执照》。

上海公司具体的历史沿革情况请参见本招股说明书本节之“六、发行人的控股子公司、参股公司的情况”之“(二)子公司的历史沿革”。

(4) 收购深圳公司 80%股权

2010 年 11 月 30 日及 12 月 21 日,广东省工商行政管理局及深圳市科技工贸和信息化委员会分别出具了《关于同意深圳凤凰都市广告传播有限公司变更投资事项的批复》(粤工商广字[2010]716 号)和《关于中外合资企业深圳凤凰都市广告传播有限公司投资者股权变更的批复》(深科工贸信资字[2010]3734 号),同意北京公司按原出资额以 2,800 万人民币的对价向卫视有限收购其所全部持有的深圳公司 80%股权事宜,并收回《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2010 年 12 月 22 日,深圳市市场监督管理局核准了本次股权转让并换发了新的《企业法人营业执照》。

深圳公司具体的历史沿革情况请参见本招股说明书本节之“六、发行人的控股子公司、参股公司的情况”之“(二)子公司的历史沿革”。

(5) 收购四川公司 100%股权

2010 年 11 月 25 日,四川省商务厅出具了《四川省商务厅关于同意凤凰都市传媒(四川)有限公司股东股权转让的批复》(川商审批[2010]431 号),同意北京公司按卫视有限原出资额,以 1,000 万港元的对价向卫视有限收购四川公司 100%股权,并收回《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2010 年 12 月 3 日,成都市工商行政管理局核准了本次股权转让并换发了新的《企业法人营业执照》。

四川公司具体的历史沿革情况请参见本招股说明书本节之“六、发行人的控股子公司、参股公司的情况”之“（二）子公司的历史沿革”。

（6）收购广州公司 75%股权

2010 年 11 月 30 日及 12 月 23 日，广东省工商行政管理局及广州市对外贸易经济合作局分别出具了《关于同意凤凰都市传媒（广州）有限公司变更投资事项的批复》（粤工商广字[2010]702 号）和《关于合资企业凤凰都市传媒（广州）有限公司股权转让变更为内资企业的批复》（穗外经贸资批[2010]1147 号），同意北京公司按原出资额以 225 万人民币的对价向卫视有限收购其所全部持有的广州公司 75%股权事宜，并收回《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2010 年 12 月 27 日，广州市工商行政管理局核准了本次股权转让并换发了新的《企业法人营业执照》。

广州公司具体的历史沿革情况请参见本招股说明书本节之“六、发行人的控股子公司、参股公司的情况”之“（二）子公司的历史沿革”。

2、重组对本公司管理层、实际控制人的影响

重组前，江苏公司、杭州公司、上海公司、深圳公司、四川公司、广州公司与北京公司（本公司前身）受同一实际控制人控制。上述历次重组前后，北京公司的管理层、实际控制人均未发生变化。

3、六家公司的业务情况及重组对本公司经营业绩的影响

重组前，北京公司（本公司前身）、江苏公司、杭州公司、上海公司、四川公司、深圳公司、广州公司均由卫视有限在 2008 年设立，重组前同属一个实际控制人控制且未发生变更。江苏公司、杭州公司、上海公司、深圳公司、四川公司、广州公司尽管在各自所在区域开展户外 LED 媒体运营业务，但实际由北京公司统筹管理。

重组后，北京公司正式成为全国户外 LED 媒体运营业务的经营平台，北京公司及江苏公司、杭州公司、上海公司、深圳公司、四川公司、广州公司的主营业务均未发生变化。

四、历次验资及评估情况

（一）历次验资情况

1、北京公司设立

2008 年 5 月 9 日，北京希瑞杰会计师事务所有限责任公司出具了《验资报告》（京希验字第[2008]032 号），对北京公司设立时的注册资本予以验证。截至 2008 年 4 月 30 日，北京公司已收到股东卫视有限缴纳的注册资本港币 200 万元，占注册资本的 100%。

2、第一次增资

2008 年 10 月 31 日，北京希瑞杰会计师事务所有限责任公司出具了《验资报告》（京希验字[2008]第 053 号），确认截至 2008 年 10 月 24 日，北京公司已收到股东以货币资金方式缴纳的新增注册资本港币 920.00 万元。

2008 年 12 月 4 日，北京希瑞杰会计师事务所有限责任公司出具了《验资报告》（京希验字[2008]第 062 号），确认截至 2008 年 11 月 21 日，北京公司已收到股东以货币资金方式缴纳的新增注册资本港币 3,680.00 万元。

至此，卫视有限对于本次向北京公司增资的投资款港币 4,600 万元已经全部缴纳到位。

3、第二次增资

2011 年 6 月 16 日，中审国际出具了《验资报告》（中审国际验字[2011]01030004 号），截至 2011 年 6 月 16 日止，变更后的累计注册资本实收金额为人民币 140,000,000.00 元。

2011 年 6 月 16 日，中审国际出具了《验资报告》（中审国际验字[2011]01030006 号），截至 2011 年 6 月 16 日止，已收到股东缴纳的款项人民币 320,649,915.00 元，其中新增注册资本（实收资本）人民币 97,702,232.00 元，资本公积人民币 222,947,683.00 元，均以货币出资。

4、整体变更设立股份公司

2011 年 8 月 15 日，中审国际出具了《验资报告》（中审国际验字[2011]01030010 号），验证了截至 2011 年 6 月 30 日止，本公司（筹）已将截至 2011 年 6 月 30 日止净资产折为本公司（筹）的注册资本人民币 140,000,000 元，每股面值 1 元，共计 140,000,000 股，剩余部分计入资本公积。由 33 名发起人股东按照原出资比例持有相应的股份数额。截至 2011 年 8 月 15 日止，变更后的累计注册资本实收金额为人民币 140,000,000.00 元。

5、资本公积转增股本

2012 年 7 月 31 日，中审国际为本公司本次转增股本的注册资本实收情况进行了审验，并出具了《验资报告》（中审国际验字[2012]01020173 号）。

6、验资复核情况

瑞华对上述历次验资报告进行了复核，并于 2014 年 2 月 25 日出具了《验资复核报告》（瑞华专审字[2014]第 48310001 号），复核结论如下：

“基于本报告所述的工作，我们没有注意到北京希瑞杰会计师事务所有限责任公司于 2008 年 5 月 9 日、2008 年 10 月 31 日、2008 年 12 月 4 日分别出具的关于贵公司设立及变更登记注册资本实收情况的验资报告京希验字[2008]032 号、京希验字[2008]053 号、京希验字[2008]062 号，中审国际会计师事务所有限公司于 2011 年 6 月 16 日和 2011 年 8 月 15 日，2012 年 7 月 31 日分别出具的关于贵公司变更注册资本实收情况的验资报告中审国际验字[2011]01030004 号、中审国际验字[2011]01030010 号、中审国际验字[2012]01020173 号，在所有重大方面存在不符合《中国注册会计师审计准则第 1602 号——验资》的要求的情况。

但我们发现贵公司 2008 年 10 月 24 日股东增资港币 9,200,000.00 元，该次出资贵公司账面折合为人民币 8,064,168.00 元，按照贵公司入账时 2008 年 10 月 24 日的国家外汇管理局公布的汇率中间价折算应为人民币 8,109,524.00 元，少计实收资本人民币 45,356.00 元。”由于此事项系汇率计算差异导致，且金额较小，因此账面未作进一步处理。

（二）历次评估情况

1、股份支付的相关评估

香港中证评估有限公司就北京公司于 2011 年 5 月 29 日（授予日）向北京公司若干员工授予合计 1,500 万股普通股股本权益的公允价值出具了《企业股份价值评估报告书》（评估报告 B19111）。根据该评估报告，于授予日，该等授予之股权总计公允价值为人民币 5,952.40 万元。按此计算股份支付事项共形成管理费用 2,157.40 万元。

2、整体变更设立股份公司的相关评估

2011 年 7 月 30 日，德正信出具了《关于凤凰都市（北京）广告传播有限公司股份制改制项目资产评估报告书》（德正信综评报字[2011]第 063 号）。根据该资产评估报告，截至评估基准日 2011 年 6 月 30 日，北京公司总资产评估值 58,467.31 万元，净资产评估值 36,141.61 万元。

3、收购深圳公司、广州公司少数股权

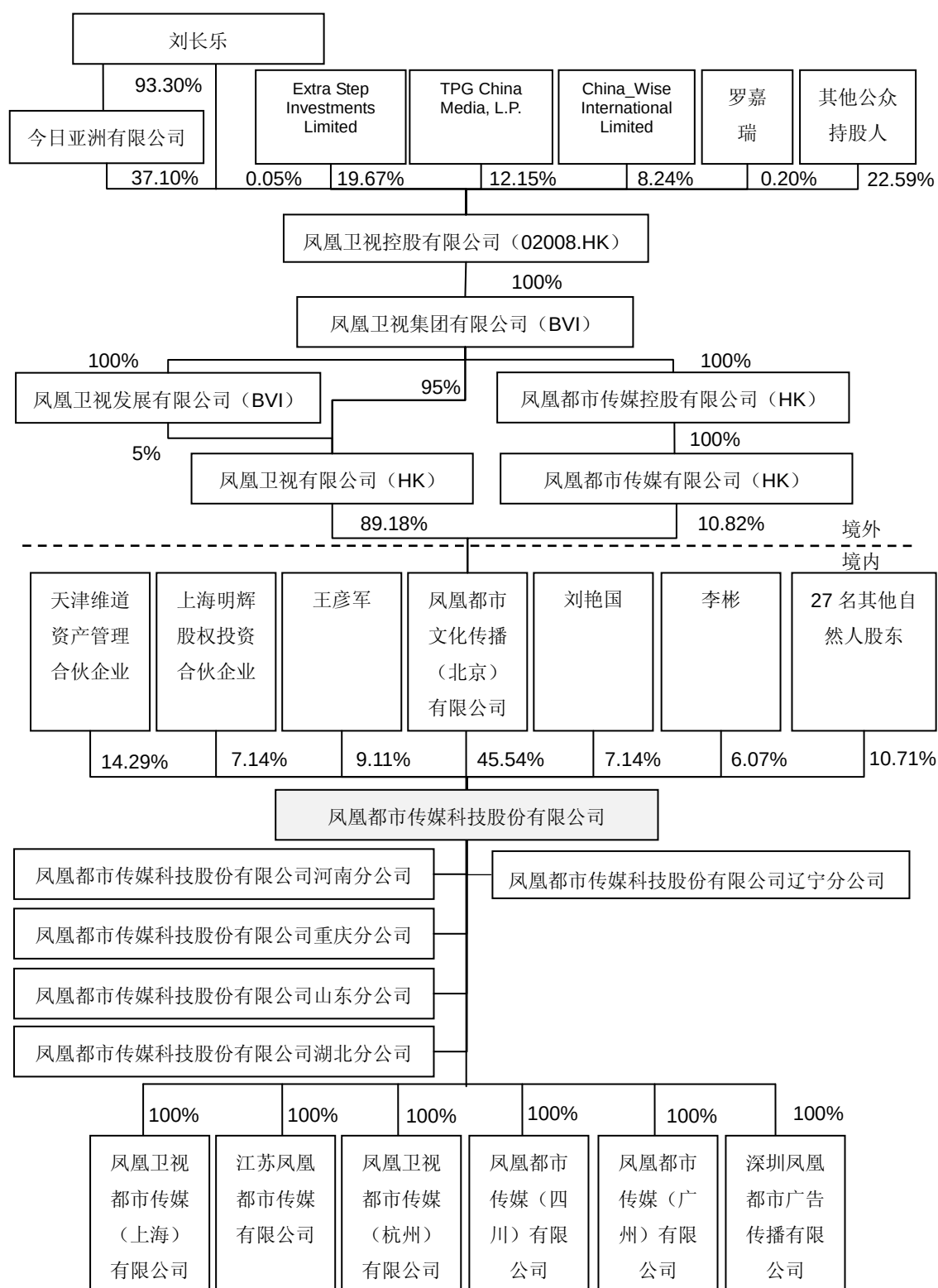
2011 年 9 月 6 日，北京中威辰光资产评估有限公司出具了《凤凰都市传媒科技股份有限公司拟收购深圳凤凰都市传播有限公司 20%股权项目评估报告》（中威辰光评报字（2010）第 1-038 号）。根据该资产评估报告，深圳公司评估基准日（2011 年 8 月 31 日）股东全部权益评估价值为 16,763.49 万元。

2011 年 9 月 6 日，北京中威辰光资产评估有限公司出具了《凤凰都市传媒科技股份有限公司拟收购凤凰都市传媒（广州）有限公司 25%股权项目评估报

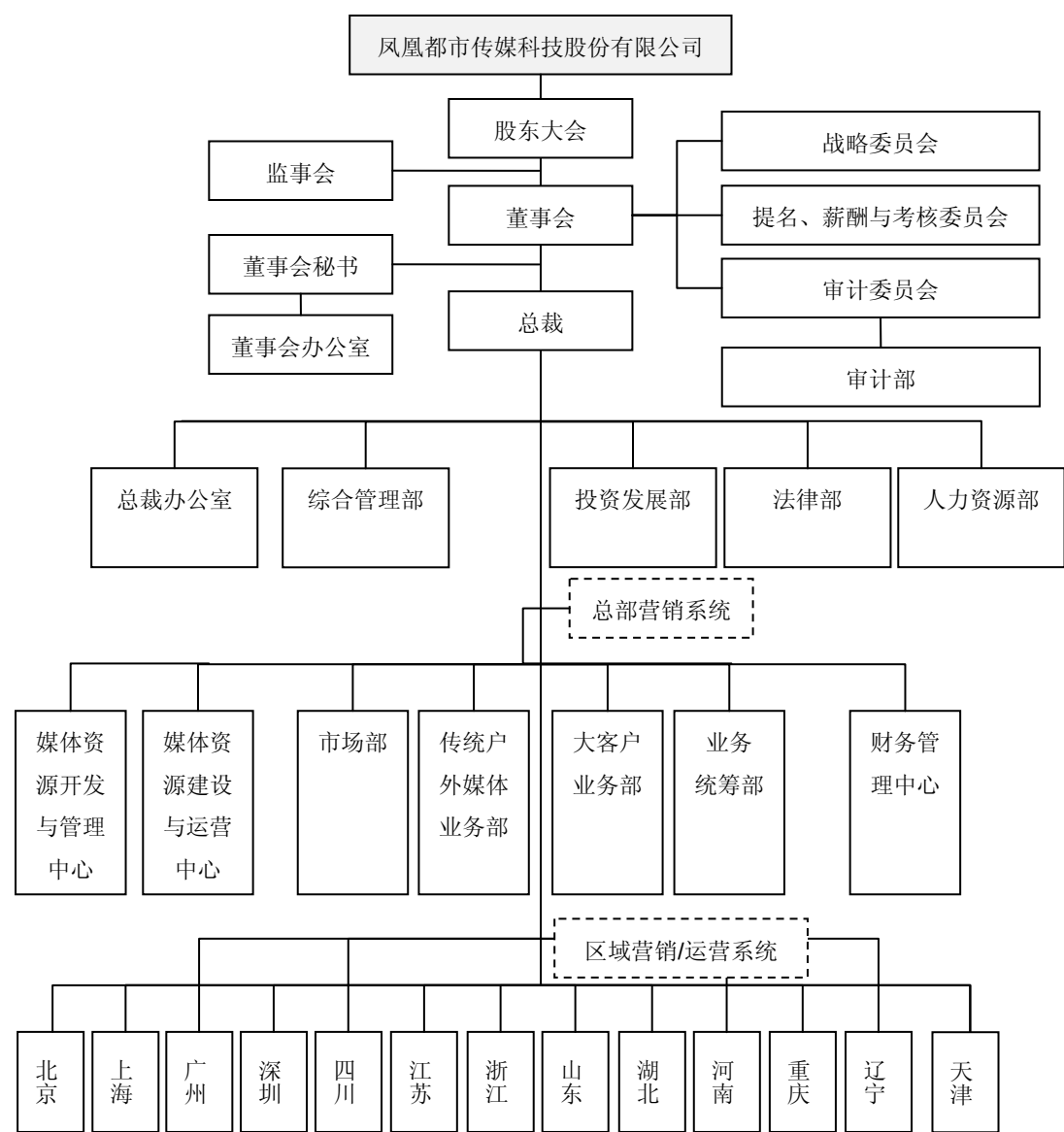
告》（中威辰光评报字（2010）第 1-039 号）。根据该资产评估报告，广州公司评估基准日（2011 年 8 月 31 日）股东全部权益评估价值 1,458.34 万元。

五、发行人的组织结构

（一）发行人的股权结构图



(二) 发行人的组织结构图



本公司按照相关法律法规和公司章程，设立了股东大会、董事会、监事会和经营管理层，制定了相应的议事规则及工作细则（股东大会、董事会、监事会机构及其职责情况详见本招股说明书“第九节公司治理”），设置了总裁办公室、投资发展部、法律部、财务管理中心、人力资源部、媒体资源开发与管理中心、媒体资源建设与运营中心、市场部、传统户外媒体业务部、大客户业务部、董事会办公室等职能部门。

本公司各个部门主要职能如下表所示：

部门名称	主要职责
总裁办公室	- 公共关系：政府关系维护，对外公关、宣传、媒体关系对接等 - 总裁事务
综合管理部	- 总裁决策后的各项工作督查 - 上传下达、公文管理、会议组织、文秘档案等管理 - 公司文化宣导，团队建设 - 后勤事务：物业、固定资产、车辆、办公用品、订票等
投资发展部	- 资本事务 - 财经、资本市场与企业发展研究，包括行业分析、竞争对手研究、中国 A 股证券市场研究等 - 企业投/融资事务
法律部	- 法律咨询：为公司的经营、管理决策提供法律上的可行性、合法性分析和法律风险分析 - 风险控制：参与公司项目谈判工作，审查经济合同；协助和督促公司对重大经济合同、协议的履行；业务流程的合规性审核 - 处理已发生的法律纠纷：处理诉讼案件、经济仲裁案件、劳动争议仲裁案件等诉讼和非诉讼法律事务 - 知识产权保护：办理商标专利等知识产权管理事务并审查相关法律文件 - 法律行政事务：工商事务及公证、抵押等法律事务并审查相关法律文件； 印鉴、证照、法律文档保管
人力资源部	- 人力资源战略与规划 - 组织管理与发展 - 招聘管理 - 薪酬与福利 - 绩效管理 - 员工培养与发展 - 企业文化建设与推广 - 员工关系
媒体资源开发与管理中心	- 负责全国媒体资源开发与管理，包括新资源开发中的位置评估、政府关系联络和手续报批、业主商务谈判和签约等 - 既有媒体资源的政府和业主关系维护及协调、手续续批、广告内容工商审批、资源档案管理、政府及业主、公益等赠播审批、按合同给付占地租金的审核 - 因业务需要，对未开发城市所购买的 LED 屏广告时段的管理
媒体资源建设与运营中心	- 屏幕建设与维护 - 广告预审、编排、监测等 - 负责全国广告片的后期剪辑、编辑、合成串片等相关制作 - 保证全国所有 LED 大屏的安全播出及稳定运营，负责管理全国播控系统，包括人员管理、屏幕维护、技术支持、屏幕监控
市场部	- 全国媒体广告价格制定 - 市场推广：产品套装、推介会、月刊、媒体价值读本制作 - 数据调研 - 媒介策划：提案策划与制作

部门名称	主要职责
传统户外媒体业务部	- 负责传统大牌点位资源的开发与管理 - 与政府部门沟通及与业主签约等
大客户业务部	- 协助区域公司部分大客户的业务拓展 - 负责本部门大客户业务的开拓、服务、维护和管理
业务统筹部	负责公司全国销售业务的日常统筹、协调、管理和服务工作
财务管理中心	- 根据公司业务特点设置并完善会计核算体系，及时完成会计核算 - 编制财务报表，提供财务信息 - 协调财务预算编制，监督预算执行 - 制定并完善财务制度，参与其他内部控制制度的制定，监督各项制度的执行 - 控制成本费用，统筹管理资金 - 控制税务成本，完成纳税申报 - 配合投资融资工作 - 信息管理：公司信息系统开发、管理与服务支持
审计部	- 拟订公司审计工作管理制度，组织实施审计工作 - 制定年度审计目标和计划，并结合公司实际情况执行审计工作 - 负责与外部审计机构沟通、协调，监督公司内部控制制度执行及运行情况
董事会办公室	- 负责董事会日常事务：组织、筹备股东大会、董事会会议并保管会议文件；保管股东名册等相关资料；协助董事开展工作等 - 负责公司信息披露事务管理：办理公司定期报告、临时报告的披露工作，负责重大信息的内部管理及对外发布审查等 - 负责与证券监管机构、中介机构的沟通和联络等 - 负责投资者关系管理工作：接待投资者来访及问询等

六、发行人的控股子公司、参股公司的情况

截至本招股说明书签署之日，本公司下设江苏公司、杭州公司、上海公司、深圳公司、四川公司和广州公司六家全资子公司，无参股公司。

（一）子公司的简要情况

子公司的简要情况如下表所示：

单位：万元

序号	公司名称	成立时间	注册地址	法定代表人	注册资本	实收资本	股东构成		经营范围	2013 年 12 月 31 日/2013 年度 [±]			2014 年 12 月 31 日/2014 年度 [±]		
							股东名称	占比		总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
1	江苏凤凰都市传媒有限公司	2008 年 4 月 18 日	南京市鼓楼区 1 号凤凰广场写字楼 B-1701 室	刘作庚	1,500	1,500	本公司	100%	设计、制作、发布、代理国内外各类广告，企业管理咨询，大型活动承办、策划、技术支持服务（凭证许可证经营）	1,732.14	1,614.23	89.35	2,652.02	1,660.67	46.44
2	凤凰卫视都市传媒（杭州）有限公司	2008 年 4 月 23 日	杭州市文晖路 22 号现代职业大厦东楼 916 室	刘作庚	885.732	885.732	本公司	100%	设计、制作、代理、发布国内各类广告（上述经营范围不含国家法律法规规定禁止、限制和许可经营的项目）	3,811.15	3,414.76	1,541.90	4,233.33	4,110.21	695.45
3	凤凰卫视都市传媒（上海）有限公司	2008 年 4 月 25 日	上海市普陀区南石路二路 77 号三楼 312 室	刘作庚	2,207.2992	2,207.2992	本公司	100%	设计、制作、代理、发布国内外各类广告（涉及行政许可的凭证经营）	2,439.78	1,748.62	-231.24	2,368.88	1,209.56	-539.06

序号	公司名称	成立时间	注册地址	法定代表人	注册资本	实收资本	股东构成		经营范围	2013 年 12 月 31 日/2013 年度 ^注			2014 年 12 月 31 日/2014 年度 ^注		
							股东名称	占比		总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
4	凤凰都市传媒（四川）有限公司	2008 年 7 月 25 日	成都武侯区人民南路四段 19 号威斯頓联邦大厦 1902	刘作庚	879.5328	879.5328	本公司	100%	设计、制作、发布、代理国内外各类广告	4,214.66	3,743.38	1,778.73	5,883.36	5,402.66	1,659.28
5	深圳凤凰都市广告传播有限公司	2008 年 6 月 16 日	深圳市福田区深南大道 2008 号中国凤凰大厦 2 座 20E02	刘作庚	3,500	3,500	本公司	100%	设计、制作、发布、代理国内外各类广告	8,638.79	7,894.16	1,044.21	8,661.92	8,523.59	629.43
6	凤凰都市传媒（广州）有限公司	2008 年 12 月 26 日	广州市天河区体育西路 189 号 10G 房	刘作庚	300	300	本公司	100%	设计、制作、代理和发布国内外各类广告；企业形象策划；广告媒介策划和执行；品牌整合营销传播；企业公关活动策划和执行统筹（国家限制类除外）（法	2,699.61	1,264.49	-331.61	2,228.74	616.60	-647.90

序号	公司名称	成立时间	注册地址	法定代表人	注册资本	实收资本	股东构成		经营范围	2013 年 12 月 31 日/2013 年度 ^注			2014 年 12 月 31 日/2014 年度 ^注		
							股东名称	占比		总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
									律、法规禁止经营的不得经营，涉及许可经营的凭许可证经营）						

注：上述财务数据已经瑞华审计。

（二）子公司的历史沿革

1、江苏公司

（1）设立

江苏公司是经国家工商总局 2008 年 4 月 2 日出具的《关于同意设立江苏凤凰都市传媒有限公司的批复》（工商广函字[2008]86 号）和江苏省对外贸易经济合作厅 2008 年 4 月 10 日出具的《关于同意设立江苏凤凰都市传媒有限公司的批复》（苏外经贸资审字[2008]第 01032 号）文件的批准，由卫视有限和江苏省广播电视集团有限公司共同出资设立的中外合资企业，注册资本 1,500 万元人民币。其中，卫视有限以港币现汇折 900 万元人民币出资，占比 60%；江苏省广播电视集团有限公司以人民币现金出资 600 万元，占比 40%。

2008 年 4 月 10 日，江苏省人民政府批准了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资苏府资字[2008]78165 号）。

本次公司设立出资分两轮进行。经江苏天诚会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（苏诚会验[2008]第 135 号）和《验资报告》（苏诚会验[2008]第 175 号）验证，截至 2008 年 10 月 21 日止，江苏公司已经收到全体股东累计实缴注册资本合计人民币 900 万元，其中卫视有限累计实缴注册资本 1,015 万港币现汇，折合人民币 900 万元，占注册资本的 60%。

2008 年 4 月 18 日，江苏公司在南京市工商行政管理局办理了设立登记，并获发了《企业法人营业执照》，注册号为 320100400042104 号。设立时，江苏公司的股权结构具体如下：

序号	股东姓名或名称	出资额（万元/人民币）	出资比例
1	卫视有限	900.00	60%
2	江苏省广播电视集团有限公司	600.00 ^注	40%
	合计	1,500.00	100%

注：未履行出资义务。

（2）股权转让

江苏省广播电视集团有限公司未按章程履行出资义务，2009 年 6 月 17 日，南京市对外贸易经济合作局出具《关于同意江苏凤凰都市传媒有限公司股权变更的批复》（宁外经投资[2009]263 号），同意江苏省广播电视集团有限公司将其持有的江苏公司 40%股权和出资义务以无对价方式转让给卫视有限，转股后卫视有限持有江苏公司 100%股权，江苏公司变更为外商独资企业；转股后江苏公司投资总额和注册资本仍为 1,500 万元人民币，全部由卫视有限以港币现汇出资。经江苏普勤会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（苏普勤验字[2009]第 040 号）验证，截至 2009 年 8 月 14 日止，注册资本人民币 1,500 万元出资已经全部到位。

2009 年 6 月 19 日，南京市人民政府核准换发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资宁府外资字[2009]4937 号）。

2009 年 9 月 10 日，江苏公司在南京市工商行政管理局办理了本次股权变更登记，并换发了《企业法人营业执照》。本次股权变更后，江苏公司为卫视有限的全资子公司。

（3）本公司收购江苏公司 100%股权

本次收购的具体情况请参见本招股说明书本节之“三、本公司股本结构的形成、变化和重大资产重组情况”之“（二）本公司的重大资产重组情况”。本次收购后，江苏公司成为北京公司（本公司前身）的全资子公司。

2、杭州公司

（1）设立

杭州公司是经国家工商总局 2008 年 2 月 4 日出具的《关于同意设立凤凰都市传媒（杭州）有限公司的批复》（工商广函字[2008]36 号）和杭州市对外贸易经济合作局 2008 年 4 月 22 日出具的《转发浙江省对外贸易经济合作厅关于设立凤凰都市传媒（杭州）有限公司批复的通知》（杭外经贸促进[2008]247 号）文件的批准，由卫视有限独资设立，投资总额 550 万元港币。

2008 年 4 月 15 日，浙江省人民政府批准了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资浙府资字[2008]01310 号）。

经由浙江中企华会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（浙企验[2008]第 14213 号）验证，截至 2008 年 6 月 2 日止，杭州公司设立出资已经全部到位。

2008 年 4 月 23 日，杭州公司在浙江省工商行政管理局办理了设立登记，并获发了《企业法人营业执照》，注册号为 330000400001339 号。

（2）增资

根据 2008 年 9 月 25 日国家工商总局出具的《关于同意凤凰都市传媒（杭州）有限公司变更投资事项的批复》（工商广函字[2008]242 号）和 2008 年 11 月 21 日浙江省对外贸易经济合作厅《关于凤凰都市传媒（杭州）有限公司增资的批复》（浙外经贸资函[2008]765 号）的批准，同意卫视有限向杭州公司增资 450 万港币，投资总额和注册资本增加至 1,000 万港币。上述增资已经由浙江中企华会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（浙企验[2009]第 15022 号）验证，截至 2009 年 1 月 8 日止，增资出资已经全部到位。

2008 年 11 月 25 日，浙江省人民政府核准换发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2009 年 2 月 9 日，杭州公司在浙江省工商行政管理局办理了增资登记，并换发了《企业法人营业执照》。

（3）本公司收购杭州公司 100%股权

本次收购请参见本招股说明书本节之“三、本公司股本结构的形成、变化和重大资产重组情况”之“（二）本公司的重大资产重组情况”。本次收购后，杭州公司成为北京公司（本公司前身）的全资子公司。

3、上海公司

（1）设立

上海公司是经国家工商总局 2008 年 2 月 4 日出具的《关于同意设立凤凰都市传媒（上海）有限公司的批复》（工商广函字[2008]34 号）和上海市外国投资工作委员会 2008 年 4 月 21 日出具的《关于同意设立港商投资经营凤凰都市传媒有限公司的批复》（沪外资委批[2008]227 号）的批准，由卫视有限独资设立，投资总额和注册资本 300 万元港币。

2008 年 4 月 24 日，上海市人民政府批准了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资沪独资字[2008]1100 号）。

经由上海宏大东亚会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（沪宏会师报字[2008]第 HS0157 号）验证，截至 2008 年 5 月 26 日止，上海公司设立出资已经全部到位。

2008 年 4 月 25 日，上海公司在上海市工商行政管理局办理了设立登记，并获发了《企业法人营业执照》，注册号为 310000400570985 号。

（2）增资

根据 2008 年 11 月 5 日国家工商总局出具的《关于同意凤凰都市传媒（上海）有限公司变更投资事项的批复》（工商广函字[2008]269 号）和 2008 年 12 月 12 日上海市商务委员会出具《市商务委关于同意凤凰卫视都市传媒（上海）有限公司增资及修改章程的批复》（沪商外资批[2008]522 号）的批准，同意卫视有限向上海公司增资 2,200 万港币，投资总额和注册资本增加至 2,500 万港币。上述增资已经由上海立信佳诚东审会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（沪立信佳诚验字[2009]第 1001 号）及《验资报告》（沪立信佳诚验字（2009）第 1010 号）验证，截至 2009 年 4 月 2 日止，增资出资已经全部到位。

2008 年 12 月 16 日，上海市人民政府核准换发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2009 年 4 月 29 日，上海公司在上海市工商行政管理局办理了增资登记，并换发了《企业法人营业执照》。

（3）本公司收购上海公司 100%股权

本次收购请参见本招股说明书本章之“三、本公司股本结构的形成、变化和重大资产重组情况”之“(二)本公司的重大资产重组情况”。本次收购后，上海公司成为北京公司（本公司前身）的全资子公司。

4、深圳公司

(1) 设立

深圳公司是经国家工商总局 2008 年 4 月 2 日出具的《关于同意设立深圳凤凰都市广告传播有限公司的批复》（工商广函字[2008]85 号）和深圳市贸易工业局 2008 年 5 月 4 日出具的《关于设立合资企业深圳凤凰都市广告传播有限公司的批复》（深贸工资复[2008]1236 号）的批准，由卫视有限和星润发展共同出资设立的中外合资企业，投资总额和注册资本均为人民币 3,500 万元，其中卫视有限出资占注册资本的 80%，星润发展出资占注册资本的 20%。

2008 年 5 月 4 日，深圳市人民政府批准了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资粤深合资证字[2008]0029 号）。

经由深圳市长城会计师事务所有限公司出具的《关于深圳凤凰都市广告传播有限公司验资报告》（深长验字[2008]第 112 号）验证，截至 2008 年 7 月 9 日止，深圳公司已经收到卫视有限以货币资金形式的出资款人民币 2,800 万元，占注册资本的 80%。经由深圳市长城会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（深长验字[2008]153 号）验证，截止 2008 年 10 月 14 日，深圳公司已收到股东星润发展缴纳的注册资本人民币 700 万元，连同第一期出资，累计缴纳注册资本人民币 3,500 万，占已登记注册资本总额 100%，设立出资全部到位。

2008 年 6 月 16 日，深圳公司在深圳市工商行政管理局办理了设立登记，并获发了《企业法人营业执照》，注册号为 440301501129749 号。设立时，深圳公司的股权结构具体如下：

序号	股东姓名或名称	出资额（万元/人民币）	出资比例
1	卫视有限	2,800.00	80%
2	星润发展	700.00	20%
	合计	3,500.00	100%

（2）本公司收购深圳公司 80%股权

本次收购请参见本招股说明书本节之“三、本公司股本结构的形成、变化和重大资产重组情况”之“（二）本公司的重大资产重组情况”。本次收购后，深圳公司的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	出资额（万元/人民币）	出资比例
1	北京公司	2,800.00	80%
2	星润发展	7,00.00	20%
	合计	3,500.00	100%

（3）本公司收购深圳公司 20%股权

2011 年 10 月 28 日，经深圳公司股东会批准，决定由星润发展向本公司转让其持有的全部深圳公司 20%股权。2011 年 11 月 1 日，星润发展与本公司签署了《深圳凤凰都市广告传播有限公司股权转让协议》，商定本公司以 3,300 万人民币的对价向星润发展收购其所持有的全部深圳公司 20%股权。上述股权转让对价，是参照北京中威辰光资产评估有限公司 2011 年 9 月 6 日作出的《凤凰都市传媒科技股份有限公司拟收购深圳凤凰都市传播有限公司 20%股权项目评估报告》（中威辰光评报字（2010）第 1-038 号）中深圳公司截至 2011 年 8 月 31 日的股东全部权益评估价值并经双方协商确定的。

2011 年 11 月 10 日，深圳公司在深圳市市场监督管理局办理了本次股权转让登记，并换发了新的《企业法人营业执照》。本次收购后，深圳公司成为本公司的全资子公司。

5、四川公司

（1）设立

四川公司是经国家工商总局 2008 年 6 月 4 日出具的《关于同意设立凤凰都市传媒（四川）有限公司的批复》（工商广函字[2008]154 号）和四川省商务厅 2008 年 7 月 8 日出具的《关于同意凤凰都市传媒（四川）有限公司合同、章程的批复》（川商促[2008]95 号）文件的批准，由卫视有限和成都熙乾广告有限公

司分别出资 210 万元人民币等值港元现汇、90 万元人民币设立的中外合资企业，注册资本 300 万元人民币。

2008 年 7 月 14 日，四川省人民政府核发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资川府字[2008]0066 号）。

该次出资经由成都名诚会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（成名会司验字[2009]第 7-6 号）审验，截至 2009 年 6 月 30 日止，四川公司已经收到全体股东首次缴纳的实收资本合计 240 万港币现汇，其中卫视有限首次缴纳的实收资本为 240 万港币现汇，出资方式为现汇港币，折合人民币 210 万元，占注册资本的 70%；全体股东首次缴纳的实收资本合计人民币 210 万元，占注册资本的 70%。

2008 年 7 月 15 日，四川公司在成都市工商行政管理局办理了设立登记，并获发了《企业法人营业执照》，注册号为 510100400024569 号。设立时，四川公司的股权结构具体如下：

序号	股东姓名或名称	出资额（万元/人民币）	出资比例
1	卫视有限	210.00	70%
2	成都熙乾广告有限公司	90.00 ^注	30%
	合计	300.00	100%

注：未履行出资义务。

（2）股权转让及增资

成都熙乾广告有限公司未按章程履行入资，2009 年 6 月 29 日，四川省商务厅出具了《关于同意凤凰都市传媒（四川）有限公司注册资本延期到位的批复》（川商审批[2009]182 号），同意四川公司注册资本到位期限延至 2009 年 8 月 31 日。

由于成都熙乾广告有限公司未履行出资义务，根据 2009 年 3 月 10 日卫视有限与成都熙乾广告有限公司签订的《股权转让协议》及四川公司股东会决议，成都熙乾广告有限公司将其持有的四川公司 30%的股权和出资义务以无对价方式转让给卫视有限。2009 年 8 月 26 日，四川省商务厅出具《关于同意凤凰都

市传媒（四川）有限公司股东股权变更及增资的批复》（川商审批[2009]268 号），同意成都熙乾广告有限公司将其持有的四川公司 30%股权转让给卫视有限，转股后卫视有限持有四川公司 100%股权；同意四川公司投资总额和注册资本均由 300 万元人民币变更为 1,000 万元港币。上述股权转让及增资已经由四川天仁会计师事务所有限责任公司出具的《验资报告》（川天仁会司验字[2009]第 9-192 号）验证，截至 2009 年 9 月 17 日，该次股权转让已经完成，出资已经全部到位。

2009 年 8 月 31 日，四川省人民政府核准换发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2009 年 10 月 21 日，四川公司在成都市工商行政管理局办理了本次股权变更及增资登记，并换发了《企业法人营业执照》。本次股权变更及增资后，四川公司为卫视有限全资子公司。

（3）本公司收购四川公司 100%股权

本次收购的具体情况请参见本招股说明书本节之“三、本公司股本结构的形成、变化和重大资产重组情况”之“（二）本公司的重大资产重组情况”。本次收购后，四川公司变更为北京公司（本公司前身）的全资子公司，注册资本 879.5328 万元人民币。

6、广州公司

（1）设立

广州公司是经国家工商总局 2008 年 9 月 25 日出具的《关于同意设立凤凰都市传媒（广州）有限公司的批复》（工商广函字[2008]241 号）和广东省对外贸易经济合作厅 2008 年 12 月 1 日出具的《关于设立合资企业凤凰都市传媒（广州）有限公司的批复》（粤外经贸资字[2008]1449 号）的批准，由卫视有限和英博文化共同出资设立的中外合资企业，投资总额和注册资本均为人民币 300 万元，其中卫视有限出资 225 万元人民币，占比 75%，英博文化出资 75 万元，占比 25%。

2008 年 12 月 11 日，广东省人民政府批准了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资粤合资证字[2008]0129 号）。

经由广州方圆会计师事务所出具的《验资报告》（穗方圆验字[2009]第 010 号）验证，截至 2009 年 2 月 24 日止，广州公司设立出资已经全部到位。

2008 年 12 月 29 日，广州公司在广州市工商行政管理局办理了设立登记，并获发了《企业法人营业执照》，注册号为 440101000142289 号。设立时，广州公司的股权结构具体如下：

序号	股东姓名或名称	出资额（万元/人民币）	出资比例
1	卫视有限	225.00	75%
2	英博文化	75.00	25%
	合计	300.00	100%

（2）本公司收购广州公司 75%股权

本次收购请参见本招股说明书本节之“三、本公司股本结构的形成、变化和重大资产重组情况”之“（二）本公司的重大资产重组情况”。本次收购后，广州公司的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	出资额（万元/人民币）	出资比例
1	北京公司	225.00	75%
2	英博文化	75.00	25%
	合计	300.00	100%

（3）本公司收购广州公司 25%股权

2011 年 10 月 28 日，经广州公司股东会批准，决定由英博文化向本公司转让其持有的全部广州公司 25%股权。2011 年 11 月 2 日，英博文化与本公司签署了《凤凰都市传媒（广州）有限公司股权转让协议》，商定本公司以 350 万人民币的对价向英博文化收购其所持有的全部广州公司 25%股权。上述股权转让对价，是参照北京中威辰光资产评估有限公司 2011 年 9 月 6 日作出的《凤凰都市传媒科技股份有限公司拟收购凤凰都市传媒（广州）有限公司 25%股权项目评估报告》（中威辰光评报字（2010）第 1-039 号）中广州公司截至 2011 年 8 月 31 日的股东全部权益评估价值并经双方协商确定的。

2011 年 11 月 10 日，广州公司在广州市工商行政管理局办理了本次股权转让登记，并换发了新的《企业法人营业执照》。本次股权转让后，广州公司成为本公司的全资子公司。

7、本公司子公司原股东星润发展、英博文化、成都熙乾基本情况

（1）星润发展

企业名称	深圳市星润广告发展有限公司
住所	深圳市福田区八卦一路鹏益花园 6 栋 510 室
法定代表人	陈建洪
注册资本	100 万元人民币
公司类型	有限责任公司
经营范围	从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营）
成立日期	2001 年 06 月 01 日
企业状态	注销

（2）英博文化

（A）基本情况

企业名称	广州市英博文化传播有限公司
住所	广州市花都区新华街松园路 1 号永顺楼二层 03 号商铺
法定代表人	刘东昌
注册资本	168 万元人民币
公司类型	有限责任公司（自然人独资）
经营范围	广告业；企业形象策划服务；策划创意服务；市场调研服务；市场营销策划服务
成立日期	2002 年 06 月 06 日
企业状态	存续

（B）股权结构

序号	股东姓名	出资额（元）	出资比例
1	刘东昌	1680,000	100%

（C）董事、监事、高级管理人员

序号	姓名	职位
1	刘东昌	执行董事兼经理
2	陈成彬	监事

(3) 成都熙乾

(A) 基本情况

企业名称	成都熙乾广告有限公司
住所	成都市八里小区双建路 60 号 5-3 幢 7 楼 2 号
法定代表人	陈冬
注册资本	50 万元人民币
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	设计、制作、代理、发布国内广告（不含气球广告）；企业形象策划、企业营销策划；国内商务信息咨询
成立日期	2005 年 7 月 18 日
企业状态	存续

(B) 股权结构

序号	股东姓名	出资额（元）	出资比例
1	刁青文	62,500	12.5%
2	陈冬	12,500	25%
3	张兆红	12,500	25%
4	唐中敏	12,500	25%
5	张文龙	62,500	12.5%

(C) 董事、监事、高级管理人员

序号	姓名	职位
1	陈冬	执行董事兼总经理
2	张兆红	监事

(4) 星润发展、英博文化、成都熙乾与本公司不存在关联关系

星润发展、英博文化、成都熙乾与本公司之间不存在关联关系，不存在股权代持的情形。

七、发起人、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人基本情况

本公司自整体变更设立以来至本招股说明书签署之日，股东构成及其持股比例未发生变化。本公司共有 33 名股东，其中法人股东 1 名，有限合伙企业股东 2 名，自然人股东 30 名。

本公司的控股股东为文化公司，实际控制人为刘长乐。其股权关系请参见本招股说明书本节之“五、发行人的组织结构”之“发行人的股权结构图”。

（一）控股股东的基本情况

本公司的控股股东为文化公司，是都市有限于 2010 年 12 月 2 日在北京投资设立的外商独资企业，注册资本人民币 7,817.0238 万元，实收资本人民币 7,692.2334 万元，注册地址为北京市朝阳区亮马桥路 42 号光明饭店写字楼 602 室，法定代表人崔强。

文化公司经营范围为：许可经营项目：无。一般经营项目：组织文化艺术交流活动（演出除外）；企业形象设计；品牌策划；市场调研；产品包装设计；企业管理咨询；会议服务；展示服务。

截至 2014 年 12 月 31 日，文化公司的总资产为 6.59 亿元，归属于母公司股东权益合计 2.40 亿元；2014 年度实现的归属于母公司股东的净利润 700.60 万元（以上财务数据经北京中达安永会计师事务所有限责任公司审计）。

（二）间接控股股东的基本情况

本公司的间接控股股东为凤凰卫视，其合计持有本公司控股股东文化公司 100%的股权。

凤凰卫视是一家于开曼群岛注册成立的有限公司，其主营业务为投资控股，下属各家公司主要经营业务涉及电视媒体、网络媒体、平面媒体、广播媒体运营等，是一家国际大型媒体集团。

2000 年 6 月 30 日，凤凰卫视在香港联交所创业板上市，股票代码 08002。2009 年 3 月 30 日，凤凰卫视从香港联交所创业板转往主板上市，股票代码 02008。董事会主席及行政总裁为刘长乐先生。

截至本招股说明书签署之日，本公司的间接控股股东为凤凰卫视。凤凰卫视通过卫视集团及其全资附属公司间接持有文化公司 100% 股份。截至 2014 年 12 月 31 日，凤凰卫视的总资产为 95.41 亿港元，归属于母公司股东权益合计 52.47 亿港元；2014 年实现的归属于母公司股东的净利润 6.64 亿港元（以上财务数据源自凤凰卫视《2014 年年度报告》）。

（三）实际控制人的基本情况

截至本招股说明书签署之日，刘长乐先生为凤凰卫视的间接第一大股东，并担任董事会主席及行政总裁，为本公司的实际控制人。具体控制情况请参见招股说明书本节之“五、发行人的组织结构”之“（一）发行人的组织结构图”。

刘长乐，男，中国香港籍，住所为香港九龙****，身份证号码 P644****，并同时拥有新加坡的长期居留权。

（四）其他持有发行人 5% 以上股份主要股东的基本情况

1、天津维道及其合伙人的基本情况

（1）天津维道的基本情况

天津维道是一家于 2010 年 5 月 31 日设立的有限合伙企业，股东认缴的投资资金总额 9,881.75 万元，注册地址为天津空港经济区西二道 82 号丽港大厦裙房二层 202-A156，执行事务合伙人为维思捷宏（天津）股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）（委派代表：王刚）。

截至本招股说明书签署之日，天津维道合伙人和出资比例结构如下：

单位：万元

序号	合伙人	出资额	占比	合伙人性质
1	维思捷宏（天津）股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）	380.00	3.85%	普通合伙人
2	维思捷宝（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	7,410.60	74.99%	有限合伙人
3	安康（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	800.00	8.10%	有限合伙人
4	常州投资集团有限公司	800.00	8.10%	有限合伙人
5	赵贵廷	246.15	2.49%	有限合伙人
6	唐晓花	10.00	0.10%	有限合伙人
7	毛卫	60.00	0.61%	有限合伙人
8	裴小平	45.00	0.46%	有限合伙人
9	席晨蕾	35.00	0.35%	有限合伙人
10	魏东明	25.00	0.25%	有限合伙人
11	谭爱萍	20.00	0.20%	有限合伙人
12	邓智	20.00	0.20%	有限合伙人
13	张峰	20.00	0.20%	有限合伙人
14	孙健	5.00	0.05%	有限合伙人
15	夏勇平	5.00	0.05%	有限合伙人
合计		9,881.75	100.00%	

天津维道经营范围为：资产管理（金融资产除外）；投资咨询；从事对工业、商业、农业等产业的投资。

截至 2014 年 12 月 31 日，天津维道的总资产为 9,607.35 万元，归属于母公司股东权益合计 9,605.93 万元；2014 年度实现的归属于母公司股东的净利润 329.25 万元（以上财务数据未经审计）。

（2）天津维道合伙人中的合伙企业的情况

（A）维思捷宏（天津）股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）

维思捷宏（天津）股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）是天津维道的普通合伙人，是一家于 2009 年 8 月 21 日核准设立的有限合伙企业，主要从事股权投资业务，主要经营场所为天津空港物流加工区西二道 82 号丽港大厦 2-1013。

截至本招股说明书签署之日，维思捷宏（天津）股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）的合伙人和出资比例结构如下：

单位：万元

序号	合伙人	出资额	占比	合伙人性质
1	上海捷宝投资有限公司	150.00	10%	普通合伙人
2	陈路	1,350.00	90%	有限合伙人

上海捷宝投资有限公司成立于 2007 年 9 月 11 日，注册资本人民币 1,000 万元，陈路占股权比例的 99%。其法定代表人为王刚，注册地址为上海浦东新区花园石桥 66 号 1201 室，主要经营业务为实业投资、投资管理及咨询（除经纪）等。

（B）维思捷宝（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）

维思捷宝（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）是天津维道的有限合伙人。截至本招股说明书签署之日，维思捷宝（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）的合伙人和出资比例结构如下：

序号	合伙人	占比	合伙人性质
1	维思捷宏（天津）股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）	1.3417%	普通合伙人
2	孙韬雄	8.5899%	有限合伙人
3	苏州大得宏强投资中心（有限合伙）	8.5899%	有限合伙人
4	上海和科发集团有限公司	6.8719%	有限合伙人
5	深圳市恒运盛投资顾问有限公司	5.1539%	有限合伙人
6	常州投资集团有限公司	5.1539%	有限合伙人
7	王永辉	3.4360%	有限合伙人
8	施健	3.4360%	有限合伙人
9	江苏北银投资管理有限公司	3.4360%	有限合伙人
10	朱含	3.2642%	有限合伙人
11	邹小平	3.0065%	有限合伙人
12	李承业	2.2334%	有限合伙人
13	周红	2.2334%	有限合伙人
14	罗群英	2.0616%	有限合伙人
15	陆国钧	1.8898%	有限合伙人
16	查芸英	1.8898%	有限合伙人
17	顾云璐	1.7180%	有限合伙人
18	深圳市晓扬科技投资有限公司	1.7180%	有限合伙人
19	王蕴	1.7180%	有限合伙人
20	吴敏	1.7180%	有限合伙人
21	马宁	1.7180%	有限合伙人
22	拉萨津泰创业投资合伙企业（有限合伙）	1.7180%	有限合伙人

序号	合伙人	占比	合伙人性质
23	黄锦鑫	1.7180%	有限合伙人
24	蔡明君	1.7180%	有限合伙人
25	牟湘虹	1.7180%	有限合伙人
26	赵亮	1.7180%	有限合伙人
27	俞红燕	1.7180%	有限合伙人
28	杭州睿银投资管理有限公司	1.7180%	有限合伙人
29	廖石刚	1.7180%	有限合伙人
30	章维	1.7180%	有限合伙人
31	郝宇	1.7180%	有限合伙人
32	王涛	1.7180%	有限合伙人
33	姚勇杰	1.7180%	有限合伙人
34	康健	1.7180%	有限合伙人
35	义乌市金诺打火机有限公司	1.7180%	有限合伙人
36	上海精视投资发展有限公司	1.7180%	有限合伙人
37	浙江华商控股有限公司	1.7180%	有限合伙人
38	毛卫	1.3349%	有限合伙人
合计		100.00%	

(C) 安康（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）

安康（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）是天津维道的有限合伙人，是一家于 2010 年 3 月 25 日核准设立的有限合伙企业，主要从事股权投资业务，其住所为天津空港经济区中心大道华盈大厦 310。

截至本招股说明书签署之日，安康（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）的合伙人和出资比例结构如下：

单位：万元

序号	合伙人	认缴出资额	实缴出资额	占比	合伙人性质
1	深圳市恒运盛投资顾问有限公司	8,000.00	1,600.00	80%	普通合伙人
2	薛非	1,000.00	200.00	10%	有限合伙人
3	张安东	1,000.00	200.00	10%	有限合伙人
合计		10,000.00	2,000.00	100%	-

深圳市恒运盛投资顾问有限公司，成立于 2008 年 10 月 8 日，注册资本 2,000 万元，法定代表人薛非，注册地址为深圳市盐田区田心东路 41 号 B801，主要经营业务为投资咨询、企业管理咨询等。

截至本招股说明书签署之日，深圳市恒运盛投资顾问有限公司的股权结构如下：

序号	股东	出资额	占比
1	海南太灵养生科技有限公司	1,900.00	95%
2	薛非	100.00	5%

天津维道已在中国证券投资基金业协会办理了备案手续。天津维道的管理人维思捷宏（天津）股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）已取得《私募投资基金管理人登记证书》，并于中国证券投资基金业协会办理了登记手续。

2、王彦军

王彦军，男，中国国籍，住所为北京市东城区****，身份证号码为11010119560418****，无境外永久居留权。

3、刘艳国

刘艳国，男，中国国籍，住所为北京市丰台区****，身份证号码为11010619690607****，拥有新西兰居留权。

刘艳国先生曾担任太平洋证券股份有限公司董事，现任玺萌资产控股有限公司董事长。

4、明辉投资

明辉投资是一家于 2010 年 6 月 11 日设立的有限合伙企业，股东认缴的投资资金总额 6.8 亿元人民币，注册地址为上海市国宾路 18 号 1301-1 室，执行事务合伙人为上海明辉股权投资管理有限公司（委派代表：张耀辉）。

截至本招股说明书签署之日，明辉投资合伙人和出资比例结构如下：

单位：万元

序号	合伙人	出资额	占比	合伙人性质
1	上海明辉股权投资管理有限公司	1,000.00	1.47%	普通合伙人
2	黄庆芬	16,800.00	24.71%	有限合伙人
3	郑振	6,500.00	9.56%	有限合伙人

4	上海神庭信息科技有限公司	8,000.00	11.76%	有限合伙人
5	陈丽芸	6,000.00	8.83%	有限合伙人
6	陈龙泉	1,200.00	1.76%	有限合伙人
7	梁冬梅	5,000.00	7.35%	有限合伙人
8	阮潮湧	5,000.00	7.35%	有限合伙人
9	上海永同酒业有限公司（已更名为上海馥煜实业有限公司）	5,000.00	7.35%	有限合伙人
10	陈凤蓬	5,000.00	7.35%	有限合伙人
11	陈运扬	5,000.00	7.35%	有限合伙人
12	章步翔	1,500.00	2.21%	有限合伙人
13	张耀辉	500.00	0.74%	有限合伙人
14	陈一平	1500.00	2.21%	有限合伙人
合计		68,000.00	100.00%	

明辉投资的经营范围为：股权投资，实业投资，投资咨询，资产管理。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）。

截至 2014 年 12 月 31 日，明辉投资的总资产为 62,507.17 万元，归属于母公司股东权益合计 32,304.17 万元；2014 年度实现的归属于母公司股东的净利润-308.25 万元（以上财务数据未经审计）。

上海明辉股权投资管理有限公司成立于 2010 年 5 月 5 日，注册资本人民币 1,000 万元，法定代表人张耀辉，注册地址为上海市浦东新区浦东南路 528 号北楼 14N06 室。截至本招股说明书签署之日，其股东构成如下表所示：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	占比
1	张耀辉	400.00	40.00%
2	章步翔	350.00	35.00%
3	袁兰珍	250.00	25.00%
合计		1,000.00	100.00%

明辉投资已在中国证券投资基金业协会办理了备案手续。明辉投资的管理人上海明辉股权投资管理有限公司，已取得《私募投资基金管理人登记证书》，并于中国证券投资基金业协会办理了登记手续。

5、李彬

李彬，男，中国国籍，住所为北京市东城区****，身份证号码为11010119640424****，无境外永久居留权。

（五）其他发起人的基本情况

本公司的其他发起人均为自然人，其基本情况如下表所示：

序号	姓名	住所	国籍	境外居留权	身份证号
1	刘作庚	深圳市福田区****	中国香港	无	R279****
2	刘可意	北京市崇文区****	中国	无	11010219540816****
3	王晓东	西安市雁塔区****	中国	无	61011319650616****
4	郭力群	北京市朝阳区****	中国	无	22010419670823****
5	赵龙	广州市越秀区****	中国	无	44010219760208****
6	郑岚萍	北京市朝阳区****	中国	无	11010519550628****
7	刘波	北京市海淀区****	中国	无	11010819710525****
8	张建炜	北京市朝阳区****	中国	无	15043019701123****
9	杜劲松	上海市长宁区****	中国	无	31011219680126****
10	鲁冀	上海市浦东新区****	中国	无	37010319700412****
11	冯小庆	南通市崇川区****	中国	无	32060219660709****
12	夏洪波	北京市西城区****	中国	无	37280119710712****
13	夏定先	上海市静安区****	中国	无	31010319501002****
14	葛继宏	杭州市西湖区****	中国	无	33012719670502****
15	那乾进	深圳市福田区****	中国	无	21030219610212****
16	李晓雯	北京市朝阳区****	中国	无	11010819590206****
17	刘金柳	北京市朝阳区****	中国	无	11010519591014****
18	程双武	北京市朝阳区****	中国	无	22010419680110****
19	刘渊	郑州市金水区****	中国	无	41292619790208****
20	王薇	成都市锦江区****	中国	无	51010219630902****
21	李喆	广州市天河区****	中国	无	44010419780220****
22	房永	淄博市张店区****	中国	无	37030319810218****
23	李美燕	沈阳市和平区****	中国	无	23108319830519****
24	何大光	北京市西城区****	中国	无	11010219570921****
25	梁云波	北京市朝阳区****	中国	无	42010619691018****
26	陈莉华	武汉市硚口区****	中国	无	42010219721219****
27	徐蓓	重庆市巴南区****	中国	无	51010519790716****

（六）控股股东控制的其他企业的基本情况

控股股东文化公司除本公司外，拥有合营企业深圳凤凰城市论坛有限公司。

深圳凤凰城市论坛有限公司成立于 2011 年 8 月 15 日，注册资本及实收资本均为 100 万元，文化公司占比 50%，注册地址为深圳市福田区红荔路 8009 号规划大厦 202 室。该公司经营范围：会务服务；展览展示服务；文化艺术交流策划；舞台艺术造型策划；企业形象策划；市场营销策划；企业管理咨询；商务信息咨询；图文设计；公关礼仪服务；摄影服务；美术作品、工艺美术品的销售。（以上各项涉及法律、行政法规及国务院决定经营项目涉及行政部门审批的提交相关部门批准文件后方可经营）。

（七）实际控制人控制的其他企业的基本情况

本公司实际控制人为刘长乐，刘长乐控制的企业包括通过今日亚洲控制的凤凰卫视及其控制的其他企业，以及刘长乐控制的其他企业。截至 2015 年 2 月 28 日，该等企业情况如下：

1、通过今日亚洲控制的凤凰卫视及其控制的其他企业

今日亚洲于 1994 年 11 月 22 日在中国香港成立，注册资本 10,000 港元，刘长乐先生持股占比 93.30%，主要经营贸易及投资业务。

今日亚洲是凤凰卫视的第一大股东，持股比例为 37.10%。凤凰卫视控制的其他主要企业如下表所示：

序号	公司名称	注册地	营运地点	主营业务	持股比例	已发行或缴足股本/注册资本
1.	香港凤凰周刊有限公司	中国香港	中国香港	出版及发行期刊	77%	100 港元
2.	凤凰卫视发展有限公司	中国香港	中国香港	投资控股	100%	2 港元
3.	凤凰卫视有限公司	中国香港	中国香港	提供管理及有关服务	100%	20 港元
4.	香港凤凰卫视有限公司	中国香港	中国香港	投资控股	100%	2 港元
5.	凤凰影视制作有限公司	中国香港	中国香港	投资控股	100%	1 港元
6.	凤凰中心(香港)有限公司	中国香港	中国香港	物业持有	100%	1 港元
7.	香港凤凰书品文化出版有限公司	中国香港	中国	出版印刷	100%	1 港元
8.	凤凰广播有限公司	中国香港	中国香港	投资控股	100%	1 港元
9.	凤凰航空有限公司	中国香港	中国香港	投资控股	100%	1 港元

序号	公司名称	注册地	营运地点	主营业务	持股比例	已发行或缴足股本/注册资本
10.	凤凰(英国)置业有限公司	中国香港	中国香港	物业持有	100%	1 港元
11.	凤凰卫视(香港台)有限公司	中国香港	中国香港	电视广播	100%	1 港元
12.	凤凰新媒体(香港)有限公司	中国香港	中国香港	新媒体	54.30%	1 港元
13.	凤凰产业发展中心有限公司	中国香港	中国香港	研究及开发	100%	1 港元
14.	凤凰研究院有限公司	中国香港	中国香港	研究及开发	100%	担保责任有限公司
15.	凤凰文化产业发展有限公司	中国香港	中国香港	投资控股	100%	1 港元
16.	凤凰文创发展有限公司	中国香港	中国香港	文化推广	100%	1 港元
17.	凤凰文创管理有限公司	中国香港	中国香港	文化推广	100%	1 港元
18.	凤凰文创产业投资管理有限公司	中国香港	中国香港	文化推广	100%	1 港元
19.	凤凰都市传媒控股有限公司	中国香港	中国	户外媒体业务	100%	400 港元
20.	凤凰都市传媒有限公司	中国香港	中国	户外媒体业务	100%	1 万港元
21.	凤凰卫视集团有限公司	BVI	BVI	投资控股	100%	1 美元
22.	凤凰卫视中文台有限公司	BVI	中国香港	卫星电视广播	100%	1 美元
23.	凤凰卫视电影台有限公司	BVI	中国香港	卫星电视广播	100%	1 美元
24.	凤凰卫视商标有限公司	BVI	BVI	持有商标	100%	1 美元
25.	凤凰卫视欧洲台有限公司	BVI	BVI	投资控股	100%	1 美元
26.	PCNE Holding Limited	BVI	BVI	投资控股	70%	1,000 美元
27.	凤凰资讯有限公司	BVI	BVI	投资控股	54.30%	1 美元
28.	Phoenix Weekly Magazine (BVI) Limited	BVI	BVI	投资控股	100%	1 美元
29.	凤凰卫视资讯台有限公司	BVI	中国香港	卫星电视广播	100%	1 美元
30.	Phoenix Satellite Television Development (BVI) Limited	BVI	BVI	投资控股	100%	1 美元
31.	Phoenix Satellite Television (Universal) Limited	BVI	BVI	投资控股	100%	1 美元
32.	植桐制作股份有限公司	BVI	中国台湾	节目制作	100%	1 美元
33.	Phoenix Satellite Television Investments (BVI) Limited	BVI	BVI	投资控股	100%	1 美元
34.	凤凰之光有限公司	BVI	BVI	提供代理服务	100%	1 美元
35.	凤凰环球电视有限公司	BVI	BVI	投资控股	100%	1 美元

序号	公司名称	注册地	营运地点	主营业务	持股比例	已发行或缴足股本/注册资本
36.	碧湖投资有限公司	BVI	中国	物业持有	100%	1 美元
37.	凤凰卫视有限公司	BVI	中国	物业持有	100%	1 美元
38.	领峰有限公司	BVI	香港	飞机租赁服务	100%	1 美元
39.	伟富投资有限公司	BVI	香港	投资控股	100%	1 美元
40.	凤凰研究及发展有限公司	BVI	香港	投资控股	100%	1 美元
41.	Phoenix Chinese News & Entertainment Limited	英国	英国	卫星电视广播	70%	9,831,424 英镑
42.	Phoenix Satellite Television (U.S.), Inc.	美国	美国	提供管理及推广相关服务	100%	1 美元
43.	PSTV, LLC	美国	美国	物业持有	100%	500 万美元
44.	凤凰影视(深圳)有限公司	中国	中国	节目制作配套服务	60%	1,000 万港元
45.	深圳市梧桐山电视广播有限公司	中国	中国	节目制作	54%	人民币 500 万元
46.	凤凰东方(北京)置业有限公司	中国	中国	物业持有	50%	人民币 3 亿元
47.	凤凰在线(北京)信息技术有限公司	中国	中国	互联网服务	54.30%	1,185 万美元
48.	北京天盈九州网络技术有限公司	中国	中国	提供互联网内容	54.30%	人民币 1,000 万元
49.	怡丰联合(北京)科技有限责任公司	中国	中国	提供电信业务内容	54.30%	人民币 1,000 万元
50.	北京天盈创智广告有限公司	中国	中国	提供互联网内容	54.30%	人民币 500 万元
51.	凤凰和信文化咨询(北京)有限公司	中国	中国	电台广播	100%	人民币 100 万元
52.	北京凤凰于天软件技术有限公司	中国	中国	新媒体	54.30%	人民币 500 万元
53.	北京继融文华文化传播有限公司	中国	中国	新媒体	54.30%	人民币 500 万元
54.	凤凰卫视文化产业发展(上海)有限公司	中国	中国	文化推广	100%	2,500 万港元
55.	Phoenix Media and Broadcast Sdn Bhd	马来西亚	马来西亚	-	70%	100 万马币
56.	凤凰新媒体有限公司	开曼群岛	中国	投资控股	54.30%	2,671,118 元(A 类普通股); 3,173,254 美元(B 类普通股)

序号	公司名称	注册地	营运地点	主营业务	持股比例	已发行或缴足股本/注册资本
57.	PNACC Television (Canada) Inc	加拿大	加拿大英属哥伦比亚州温哥华市	-	100%	100 加元
58.	Phoenix Satellite Télévision (France) SAS	法国，有限责任公司	法国	卫星电视广播	100%	25 万欧元
59.	天津凤凰铭道文化传播有限公司	中国	中国	广告业务	54.30%	200 万元人民币
60.	北京天盈创展文化传播有限公司	中国	中国	广告业务	54.30%	196 万元人民币
61.	Phoenix Radio US, LLC	美国	美国	-	100%	-
62.	凤凰国际教育有限公司	香港	香港	投资控股	60%	50 万港元
63.	凤凰教育发展有限公司	香港	香港	投资控股	100%	1 港元
64.	凤凰海外资讯有限公司	香港	香港	投资控股	100%	1 港元
65.	凤凰飞扬（北京）新媒体信息技术有限公司	中国	中国	新媒体	54.30%	1 万元人民币
66.	RBC Communications. Inc.	美国	美国	-	100%	10 美元
67.	CHINA GLOBAL TELEVISION LIMITED	BVI	BVI	-	50%	2 美元
68.	北京尘寰科技有限公司	中国	中国	软件技术设计及服务	54.30%	人民币 150 万元
69.	北京游九州技术有限公司	中国	中国	软件技术设计及服务	54.30%	人民币 150 万元
70.	北京欢游天下科技有限公司	中国	中国	软件技术设计及服务	54.30%	人民币 150 万元
71.	北京汇播广告传媒有限公司	中国	中国	广告设计、制作	100%	人民币 1,900 万元
72.	深圳市优悦文化传播有限公司	中国	中国	文化推广	50%	人民币 1,000 万元
73.	上海凤凰卫视俊安艺术发展有限公司	中国	中国	文化推广	72%	人民币 10,000 万元
74.	凤凰资讯日本有限公司	日本	日本	电视广播	100%	9 千日元
75.	凤凰置业投资控股有限公司	BVI	中国	投资控股	100%	1 美元
76.	凤凰置业发展有限公司	香港	香港	投资控股	100%	1 港元
77.	凤凰云祥科技发展有限公司	香港	香港	投资控股	100%	1 港元
78.	凤凰新媒体（香港）信息技术有限公司	香港	香港	投资控股	54.30%	1 港元

序号	公司名称	注册地	营运地点	主营业务	持股比例	已发行或缴足股本/注册资本
79.	北京凤凰博锐软件技术有限公司	中国	中国	软件技术 设计及服务	54.30%	1 百万美元
80.	爱游有限公司	开曼群岛	开曼群岛	投资控股	54.30%	0.01 美元
81.	爱游（香港）有限公司	香港	香港	投资控股	54.30%	1 港元
82.	惬意游（北京）信息技术有限公司	中国	中国	软件技术 设计及服务	54.30%	5 百万美元
83.	上海喵球信息技术有限公司	中国	中国	软件技术 设计及服务	40.73%	人民币 100 万元

2、刘长乐控制的其他企业

刘长乐先生控制的其他主要企业如下表所示。

序号	公司名称	成立时间	注册地	注册资本	持股比例	主营业务
1	乐天发展股份有限公司	1990.6.22	中国香港	500 万港元	99.99%	投资管理
2	乐天文化发展有限公司	1992.6.13	中国香港	1 万港元	间接持股 90%	-
3	瑞城国际有限公司	1995.11.16	中国香港	10,000 港元	间接持股 40%	投资管理
4	中城乐天房地产开发有限公司	1992.11.18	中国	1,818 万美元	间接持股 85%	房地产业务
5	长青有限公司	1987.7.10	中国	1,250 万美元	间接持股 35%	建设、出售、出租中国老年活动中心，包括酒店、公寓、写字楼、附设商场、停车场、体育设施，及物业管理
6	中国佛教文化信息中心有限公司	1998.1.23	中国香港	10,000 港元	80%	-
7	卡姆瑞斯发展有限公司	1991.2.5	中国香港	100 万港元	50%	-
8	星江投资有限公司	1995.9.5	中国香港	10,000 港元	50%	投资管理

（八）控股股东和实际控制人持有发行人股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东、间接控股股东和实际控制人所持本公司股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

八、发行人的股本情况

（一）本次发行前后股本情况

本次发行前公司总股本为 15,400 万股，本次拟发行不超过 5,134 万股，占发行后总股本的 25%。如按最大发行规模测算，本次发行前后本公司的股权结构变化如下表所示。

股东名称	发行前		发行后	
	持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
文化公司	70,125,000	45.54%	70,125,000	34.15%
天津维道	22,000,000	14.29%	22,000,000	10.71%
王彦军	14,025,000	9.11%	14,025,000	6.83%
刘艳国	11,000,000	7.14%	11,000,000	5.36%
明辉投资	11,000,000	7.14%	11,000,000	5.36%
李彬	9,350,000	6.07%	9,350,000	4.55%
刘作庚	7,151,430	4.64%	7,151,430	3.48%
刘可意	2,658,370	1.73%	2,658,370	1.29%
王晓东	550,000	0.36%	550,000	0.27%
郭力群	534,710	0.35%	534,710	0.26%
赵龙	465,960	0.30%	465,960	0.23%
郑岚萍	374,330	0.24%	374,330	0.18%
刘波	343,750	0.22%	343,750	0.17%
张建炜	336,160	0.22%	336,160	0.16%
杜劲松	297,880	0.19%	297,880	0.15%
鲁冀	294,140	0.19%	294,140	0.14%
冯小庆	291,500	0.19%	291,500	0.14%
夏洪波	282,590	0.18%	282,590	0.14%
夏定先	275,000	0.18%	275,000	0.13%
葛继宏	275,000	0.18%	275,000	0.13%
那乾进	275,000	0.18%	275,000	0.13%

股东名称	发行前		发行后	
	持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
李晓雯	263,560	0.17%	263,560	0.13%
刘金柳	263,560	0.17%	263,560	0.13%
程双武	244,420	0.16%	244,420	0.12%
刘渊	223,850	0.15%	223,850	0.11%
王薇	214,720	0.14%	214,720	0.10%
李喆	199,870	0.13%	199,870	0.10%
房永	198,880	0.13%	198,880	0.10%
李美燕	157,300	0.10%	157,300	0.08%
何大光	88,000	0.06%	88,000	0.04%
梁云波	88,000	0.06%	88,000	0.04%
陈莉华	76,010	0.05%	76,010	0.04%
徐蓓	76,010	0.05%	76,010	0.04%
A 股社会公众股东	-	-	51,340,000	25.00%
合计	154,000,000	100.00%	205,340,000	100.00%

（二）前十名股东持股情况

本次发行前本公司前十名股东持股情况如下表所示：

股东名称	持股数量（股）	持股比例
文化公司	70,125,000	45.54%
天津维道	22,000,000	14.29%
王彦军	14,025,000	9.11%
刘艳国	11,000,000	7.14%
明辉投资	11,000,000	7.14%
李彬	9,350,000	6.07%
刘作庚	7,151,430	4.64%
刘可意	2,658,370	1.73%
王晓东	550,000	0.36%
郭力群	534,710	0.35%

（三）前十名自然人股东及其在本公司担任的职务

本次发行前本公司前十名自然人股东的持股情况及在本公司的任职情况如下表所示：

股东名称	持股数量（万股）	持股比例	在本公司的职务
王彦军	14,025,000	9.11%	董事

刘艳国	11,000,000	7.14%	-
李彬	9,350,000	6.07%	-
刘作庚	7,151,430	4.64%	董事、总裁
刘可意	2,658,370	1.73%	副总裁
王晓东	550,000	0.36%	副总裁
郭力群	534,710	0.35%	副总裁
赵龙	465,960	0.30%	-
郑岚萍	374,330	0.24%	总裁办公室主任
刘波	343,750	0.22%	-

（四）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

刘可意为实际控制人刘长乐的妹妹，刘可意与文化公司是关联方。何大光、梁云波、刘作庚是文化公司的董事，何大光、梁云波、刘作庚与文化公司是关联方。截至本招股说明书签署之日，刘可意持有本公司 1.73% 的股份，何大光持有本公司 0.06% 的股份，梁云波持有本公司 0.06% 的股份，刘作庚持有本公司 4.64% 的股份，文化公司持有本公司 45.54% 的股份。

（五）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺

1、控股股东承诺

本公司控股股东文化公司承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接已持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。承诺期限届满后，上述股份可以上市流通或转让。所持的发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价，减持数量不超过总股本的 5%。在发行人首次公开发行股票并上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末的收盘价低于发行价的，文化公司所持有的股票的锁定期限将自动延长 6 个月。自发行人股票上市至其减持期间，发行人如有派息、送股、资本公积转增股本、配股及增发等除权除息事项，前述减持价格和收盘价等将相应进行调整。

2、间接控股股东承诺

本公司间接控股股东凤凰卫视承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

3、实际控制人的承诺

本公司实际控制人刘长乐先生承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

4、其他股东承诺

本公司其他股东天津维道、刘艳国、明辉投资、何大光、梁云波承诺：自发行人股票上市之日起十二个月内不转让或委托他人管理其已持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其持有的该部分的股份。

本公司其他股东王彦军、李彬、刘作庚、王晓东、郭力群、赵龙、刘可意、郑岚萍、刘波、张建炜、杜劲松、鲁冀、冯小庆、夏洪波、夏定先、葛继宏、那乾进、李晓雯、刘金柳、程双武、刘渊、王薇、李喆、房永、李美燕、陈莉华、徐蓓承诺：自 2013 年 1 月 26 日至发行人股票上市后十二个月内不转让或委托他人管理其已持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其持有的该部分的股份。

5、作为本公司董事、监事、高级管理人员的股东承诺

作为本公司董事、监事、高级管理人员的王彦军、刘作庚、刘可意、王晓东、郭力群、李晓雯、张建炜、杜劲松、鲁冀、夏洪波、何大光、梁云波、那乾进、冯小庆承诺：除前述锁定期外，在担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过其所直接或间接持有的股份总数的 25%；离职后半年内不转让其所直接或间接持有的发行人的股份。

此外，持有发行人股份的董事、高级管理人员王彦军、刘作庚、刘可意、王晓东、郭力群、张建炜、杜劲松、鲁冀、夏洪波、何大光、梁云波、那乾进、冯小庆做出以下承诺，且不因本人职务变更、离职而终止：在公司首次公开发行股票并上市后，本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。在公司首次公开发行股票并上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末的收盘价低于发行价的，本人所持有的股票的锁定期限将自动延长 6 个月。

九、发行人内部职工股情况

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在内部发行职工股的情况，也不存在工会、职工持股会、信托及委托持股等情况。

十、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及其结构

1、员工人数及其变化情况

截至 2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，本公司合并口径（即包含北京本部、各地子公司、分公司全体）共有员工 276 人、289 人及 276 人。

2、员工专业结构

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司员工专业构成如下：

专业结构	人数	比例
行政系统	79	28.62%
资源系统	20	7.25%
市场系统	9	3.26%
运营系统	49	17.75%
销售系统	119	43.12%
合计	276	100%

3、员工受教育程度

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司员工受教育情况如下：

受教育程度	人数	比例
本科以上	22	7.97%
本科	128	46.38%
本科以下	126	45.65%
合计	276	100.00%

4、员工年龄分布

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司员工年龄分布情况如下：

年龄	人数	比例
30 岁及以下	116	42.03%
31-40 岁	120	43.48%
41-50 岁	32	11.59%
50 岁以上	8	2.90%
合计	276	100%

（二）发行人执行社会保障情况

报告期内，本公司的社会保险及住房公积金的实际缴纳金额如下表所示：

单位：万元

	2014 年度		2013 年度		2012 年度	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人
养老保险	460.36	189.01	449.58	181.55	339.85	140.47
医疗保险	229.63	48.21	227.82	53.23	171.73	35.90
工伤保险	10.64	0.00	13.49	-	7.20	-
失业保险	28.73	9.14	29.54	10.46	23.26	8.89
生育保险	19.64	0.00	18.43	-	13.58	-
住房公积金	246.55	254.34	235.13	242.10	200.62	206.74
合计	995.55	500.70	973.99	487.34	756.24	392.00

报告期内，本公司的社会保险及住房公积金的实际缴纳人数如下表所示：

单位：人

	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
员工总人数	276	289	276

医疗保险缴纳人数	267	276	264
工伤保险缴纳人数	267	276	264
生育保险缴纳人数	267	276	264
养老保险缴纳人数	267	276	264
失业保险缴纳人数	267	276	264
住房公积金缴纳人数	270	278	265

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司及其子公司员工共 276 人，其中，公司为 267 人办理并缴纳基本养老保险、失业保险、工伤保险、基本医疗保险、生育保险，占比为 96.74%。其中，在职但公司未办理并缴纳基本养老保险、失业保险、工伤保险、基本医疗保险、生育保险的员工有 9 名：1 人为外籍人士；4 名为退休人员；3 人在其他单位缴纳，1 人自愿放弃缴纳。

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司及其子公司员工共 276 人，其中，公司为 270 人办理并缴纳住房公积金，占比为 97.83%。其中，在职但公司未办理并缴纳住房公积金的员工有 6 名：1 人为外籍人士；3 人为退休人员；1 人在其他单位缴纳；1 人为新入职员工。

截至 2013 年 12 月 31 日，本公司及其子公司员工共 289 人，其中，公司为 276 人办理并缴纳基本养老保险、失业保险、工伤保险、基本医疗保险、生育保险，占比为 95.50%。其中，在职但公司未办理并缴纳基本养老保险、失业保险、工伤保险、基本医疗保险、生育保险的员工有 13 名：2 人为外籍人士；5 名为退休人员；4 人在其他单位缴纳；2 人为新入职员工，1 人自愿放弃缴纳。

截至 2013 年 12 月 31 日，本公司及其子公司共 289 人，其中，公司为 278 人办理并缴纳住房公积金，占比为 96.19%。其中，在职但公司未办理并缴纳住房公积金的员工有 11 名：2 人为外籍人士；5 人为退休人员；2 人在其他单位缴纳；2 人为新入职员工。

截至 2012 年 12 月 31 日，本公司及其子公司员工共 276 人，其中，公司为 264 人办理并缴纳基本养老保险、失业保险、工伤保险、基本医疗保险、生育保险，占比为 95.65%。公司未办理并缴纳基本养老保险、失业保险、工伤保

险、基本医疗保险、生育保险的 12 名员工中：3 人为外籍人士；3 名为退休人员；2 人在其他单位缴纳；4 人为新入职员工。

截至 2012 年 12 月 31 日，本公司及其子公司共 276 人，其中，公司为 265 人办理并缴纳住房公积金，占比为 96.01%。公司未办理并缴纳住房公积金的 11 名员工中：2 人为外籍人士；3 人为退休人员；2 人为外埠农村户口；4 人为新入职员工。

除上述特殊情况外，本公司已按照国家和各地方的相关规定，为与本公司签订正式劳动合同的员工办理并缴纳了各项社会保险和住房公积金。本公司及各子公司的相关政府主管部门已经出具证明，确认报告期内未发现本公司因违反社会保险、住房公积金管理方面等法律法规而受到相关政府主管部门的行政处罚。

（三）员工薪酬情况

公司各岗位、各级别员工的薪酬统一根据员工及薪酬制度相关文件制定。薪酬的发放根据公司的薪酬制度，参考公司的经济效益及可持续发展状况确定薪酬水平，采取按劳分配的形式。

（1）按区域分类的员工薪酬情况公司及各子公司主要分布在与当地广告服务业城镇居民平均薪酬水平比较情况如下：

单位：万元/年

地区	2012 年			2013 年			2014 年		
	收入 均值	收入 范围	当地在岗 人员平均 工资	收入 均值	收入 范围	当地在岗 人员平均 工资	收入 均值	收入 范围	当地在岗 人员平均 工资（注）
北京	24	4-133	8.53	29	5-212	9.40	29	6-174	-
上海	23	4-83	8.02	26	4-109	9.15	37	4-134	-
广州	21	4-75	6.75	21	3-81	7.37	24	4-96	-
深圳	14	2-92	5.90	13	4-77	7.77	15	5-86	-
成都	18	3-55	4.83	22	3-59	8.47	22	4-111	-
杭州	31	4-54	5.64	38	4-57	6.50	27	4-60	-
南京	13	3-77	6.32	14	4-76	6.62	15	4-62	-
青岛	12	4-38	4.91	10	4-28	5.53	11	5-21	-

武汉	18	3-57	4.89	15	4-57	5.37	20	5-55	-
郑州	19	3-40	4.05	14	3-34	4.51	11	4-42	-
重庆	12	3-46	4.54	18	5-87	4.44	18	4-73	-
沈阳	7	3-35	4.99	8	4-33	5.24	13	5-33	-
天津	-	-	-	13	14-37	6.89	15	5-47	-

注：截至本招股说明书签署日，国家统计局尚未披露2014年各地在岗人员平均工资数据。

报告期内本公司各地区的员工平均年工资不存在显著低于所在地区的平均年工资的情况。

（2）按岗位分类的员工薪酬

报告期内，公司员工依照岗位分类的收入水平如下：

单位：万元/年

岗位	2012 年		2013 年		2014 年	
	收入均值	收入范围	收入均值	收入范围	收入均值	收入范围
行政系统人员	25	3-106	27	3-212	25	4-174
资源系统人员	22	7-130	23	8-135	21	6-113
市场系统人员	20	6-126	25	6-107	24	6-106
运营系统人员	10	4-133	12	5-133	12	5-110
销售系统人员	22	3-84	27	4-170	31	4-89

（3）按级别分类的员工薪酬

单位：万元/年

岗位	2012 年		2013 年		2014 年	
	收入均值	收入范围	收入均值	收入范围	收入均值	收入范围
高级管理人员	88	71-133	124	83-212	94	70-174
经理级人员	47	18-59	52	28-70	57	21-91
主管级人员	24	5-46	27	5-52	28	6-61
普通员工	9	3-18	10	3-18	11	4-21

（4）未来薪酬制度及水平变化趋势

报告期内，国内经济环境受通胀的影响，社会整体工资水平上涨，公司为保障薪酬水平整体的竞争力，也相应调整了薪酬水平，公司整体薪酬水平稳步提升。

根据公司的规划，未来薪酬制度将在现有基础之上保持稳定，为员工提供公平、有竞争力的薪酬待遇，促进公司及员工的发展与成长，主要体现于以下方面：

（A）公司的薪酬体系与市场接轨，能够达到激发员工活力的目标；

（B）把员工个人业绩和团队业绩有效结合起来，共同分享企业发展所带来的收益；

（C）促进员工价值观念的凝合，形成留住人才和吸引人才的机制；

（D）薪酬体系要与公司战略发展相结合。

十一、发起人股东、持有发行人 5%以上股份的主要股东及董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

（一）保持独立性的承诺

本公司控股股东文化公司、间接控股股东凤凰卫视及实际控制人刘长乐先生，已向本公司分别出具了《保持凤凰都市传媒科技股份有限公司独立性的承诺函》，承诺与本公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面保持相互独立。

（二）股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

本公司股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺请参见本招股说明书本节之“八、发行人的股本情况”之“（五）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺”。

（三）关于稳定股价的承诺

上市后三年内，如果公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），且同时满足相关回购、增持公司股份等行为的法律、法规和规范性文件的规定，公司及相关主体将采取以下措施中的一项或多项稳定公司股价：

(1) 发行人回购股票；(2) 公司控股股东增持股票；(3) 公司董事（不含独立董事）、高管增持股票；(4) 证监会认可的其他方式。

董事会将在公司股票价格触发启动股价稳定措施条件之日起的五个工作日内制订或要求公司控股股东提出稳定公司股价具体方案，并在履行完毕相关内部决策程序和外部审批/备案程序（如需）后实施，且按照上市公司信息披露要求予以公告。

1、发行人回购公司股票的具体安排

发行人自股价稳定方案公告之日起 90 个自然日内通过证券交易所以集中竞价的交易方式回购公司社会公众股份，回购价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）。单个股价稳定周期（股价稳定方案公告起 90 个自然日）内回购金额不低于上年净利润总额的 20%；年回购股份数量不低于公司回购前股份总数的 2%，且回购金额不高于上年净利润总额的 50%。回购后公司的股权分布应当符合上市条件，回购行为及信息披露、回购后的股份处置应当符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

本公司全体董事（独立董事除外）承诺，在本公司就回购股份事宜召开的董事会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

本公司控股股东文化公司承诺，在本公司就回购股份事宜召开的股东大会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

2、公司控股股东增持公司股票的具体安排

本公司控股股东文化公司将自股价稳定方案公告之日起 90 个自然日内通过证券交易所以集中竞价交易方式增持凤凰都市传媒社会公众股份，增持价格不高于凤凰都市传媒最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），单个股价稳定周期（股价稳定方案公告起

90 个自然日)内用于增持股份的金额不低于其自发行人上市后累计从发行人处所获得现金分红额的 20%，单一年度其用以稳定股价的增持资金不超过其自发行人上市后从发行人处所获得现金分红金额的 50%。

增持计划完成后的六个月内，控股股东将不出售所增持的股份，增持后凤凰都市传媒的股权分布应当符合上市条件，增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

3、公司董事、高级管理人员增持公司股票的具体安排

本公司董事（独立董事除外）、高级管理人员将自股价稳定方案公告之日起 90 个自然日内通过证券交易所以集中竞价交易方式增持凤凰都市传媒社会公众股份，增持价格不高于凤凰都市传媒最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）。单个股价稳定周期（股价稳定方案公告起 90 个自然日）内用于增持公司股份的资金额不低于本人上一年度从凤凰都市传媒领取税后薪酬的 20%，单一年度增持金额不超过本人上一年度从凤凰都市传媒领取税后薪酬的 50%。

增持计划完成后的六个月内本人将不出售所增持的股份，增持后凤凰都市传媒的股权分布应当符合上市条件，增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

公司上市后三年内新任职的董事（独立董事除外）、高级管理人员任职前须先行签署本承诺。

4、股价稳定预案终止情形

股价稳定预案实施周期为 90 个自然日，如期间未出现终止情形，则董事会提出新的股价稳定方案，实施直至股价稳定方案终止情况出现。终止情形如下：

（1）公司股票收盘价连续 5 个交易日高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）；或

(2) 发行人、控股股东、公司董事及高级管理人员当年用于回购或增持资金使用完毕；或

(3) 继续实施股价稳定预案将导致公司股权分布不符合上市条件。

5、稳定股价预案的约束措施

(1) 董事会在审议股份回购决议时候，董事（除独立董事）承诺投赞成票，控股股东承诺在股东大会审议相关决议时投赞成票；

(2) 若股份回购协议未能通过股东大会，或公司无力实施股份回购承诺，则公司控股股东履行发行人应回购的部分股票；

(3) 若公司控股股东在股价稳定预案实施期间，未能履行相关承诺，则对控股股东当年现金分红进行扣除，锁定其持有的公司股份，直至履行相关义务；

(4) 董事、高级管理人员如若违反相关承诺，则扣除当年从发行人处领取的薪酬的 50%，若持有公司股票，则不参与分红，且锁定股份，直至履行相关义务。

(四) 关于首次公开发行股票相关文件真实性、准确性、完整性的承诺

1、本公司承诺

(1) 本公司承诺，本公司招股说明书及其他上市申报文件中有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司董事会将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后五个工作日内，制订股份回购方案并提交股东大会审议批准，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格为发行价格加上同期银行存款利息。

(若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，回购的股份包括首次公开发行的全部新股及其派生股份，发行价格将相应进行除权、除息调整)。

对于首次公开发行股票时公司股东发售的原限售股份，本公司将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后五个工作日内，要求公司控股股东制订股份回购方案并予以公告。

（2）本公司承诺，本公司首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，并已由人民法院作出相关判决的，本公司将依法赔偿投资者损失。

（3）上述承诺为不可撤销之承诺，本公司严格履行上述承诺内容，如有违反，本公司将承担由此产生的一切法律责任。

2、本公司控股股东承诺

（1）文化公司承诺，发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，文化公司将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后五个工作日内，依法及时提议召集召开发行人董事会、股东大会，督促发行人在回购股票义务确定之日起三十日内依法履行完成股票回购责任。

同时，如发行人股东已公开发售股份或转让原限售股的，文化公司亦将依照相关股份发售或转让价格购回已公开发售或转让的股份，并按照同期银行存款利率向该等股份持有人支付其持有该等股份期间对应的资金利息。（如遇除权除息事项，上述发行价格及回购股份数量应作相应调整）。

（2）文化公司承诺，若发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，并已由人民法院作出相关判决的，将依法赔偿投资者损失。

3、本公司实际控制人承诺

本人承诺，发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，并已由人民法院作出相关判决的，将依法赔偿投资者损失。

4、本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺

本人承诺，发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，并已由人民法院作出相关判决的，将依法赔偿投资者损失。

5、中介机构承诺

中信证券承诺：中信证券为凤凰都市传媒科技股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因中信证券为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，中信证券将依法赔偿投资者损失。

华商律师承诺：本所为凤凰都市传媒科技股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所在发行人首次公开发行过程中制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿给投资者造成的实际损失，但本所能够证明自己没有过错的除外。

瑞华承诺：如果因我们为凤凰都市传媒科技股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件执业行为存在过错，违反了法律法规、中国注册会计师协会依法拟定并经国务院财政部门批准后施行的执业准则和规则以及诚信公允的原则，从而导致上述文件中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并由此给基于对该等文件的合理信赖而将其用于凤凰都市传媒科技股份有限公司股票投资决策的投资者造成损失的，我们将依照相关法律法规的规定对该等投资者承担相应的民事赔偿责任。

（五）持有公司 5%以上股份的股东的持股意向及减持意向

1、本公司控股股东承诺

（1）文化公司减持发行人股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

(2) 文化公司减持发行人股份前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务；文化公司持有发行人股份低于 5% 以下时除外；

(3) 在发行人首次公开发行股票并上市后，文化公司所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价，减持数量不超过总股本的 5%。在承诺期间，若未遵守该承诺，减持价格与发行价格的差额部分，由文化公司以现金方式补足给发行人。

(4) 如果文化公司未履行上述减持意向，文化公司将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；

(5) 如果文化公司未履行上述减持意向，文化公司持有的发行人股份自文化公司未履行上述减持意向之日起 6 个月内不得减持。

2、持有公司 5%以上股份的自然人股东承诺

持有公司 5%以上股份的自然人股东王彦军、刘艳国、李彬承诺：

(1) 本人减持发行人股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

(2) 本人减持发行人股份前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务；本人持有发行人股份低于 5% 以下时除外；

(3) 在凤凰都市传媒首次公开发行股票并上市后，若本人所持股票在锁定期满后两年内减持，且符合相关法律法规及规范性文件要求的前提下，转让的股份可能达到上市时本企业所持发行人股票数量 100%，减持价格为届时市场价格。若未遵守该承诺，减持价格与发行价格的差额部分，由本人以现金方式补足给发行人。

(4) 如果本人未履行上述持股及减持意向, 本人将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因, 并自违约之日起本人应得的现金分红由发行人直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因本人未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失, 直至本人履行承诺或依法弥补完发行人、投资者的损失为止。

3、持有公司 5%以上股份的机构投资者股东承诺

持有公司 5%以上股份的机构投资者股东天津维道、明辉投资承诺:

(1) 本企业减持发行人股份应符合相关法律、法规、规章的规定, 具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等;

(2) 本企业减持发行人股份前, 应提前三个交易日予以公告, 并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务; 本企业持有发行人股份低于 5% 以下时除外;

(3) 在发行人首次公开发行股票并上市后, 若本企业所持股票在锁定期满后两年内减持, 且符合相关法律法规及规范性文件要求的前提下, 转让的股份可能达到上市时本企业所持发行人股票数量的 100%, 减持价格为届时市场价格。若未遵守该承诺, 减持价格与发行价格的差额部分, 由本人以现金方式补足给发行人。

(4) 如果本企业未履行上述持股及减持意向, 本企业将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因, 并自违约之日起本企业应得的现金分红由发行人直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因本企业未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失, 直至本企业履行承诺或依法弥补完发行人、投资者的损失为止。

(六) 避免同业竞争承诺

为避免本公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与本公司构成实际或潜在的同业竞争, 文化公司、凤凰卫视、实际控制人刘长乐分别出具了《避免

同业竞争承诺函》，具体内容请参见本招股说明书“第七节同业竞争与关联交易”之“一、同业竞争”有关内容。

（七）关联交易的承诺

本公司控股股东文化公司、间接控股股东凤凰卫视及实际控制人刘长乐先生，已向本公司分别出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》。具体内容请参见本招股说明书“第七节同业竞争与关联交易”之“二、关联交易”有关内容。

（八）关于媒体资产及使用权益的承诺函

本公司控股股东文化公司及实际控制人刘长乐先生，已于 2014 年 5 月 31 日和 2014 年 5 月 31 日分别向本公司出具了《关于媒体资产及使用权益之承诺函》。

刘长乐承诺：如发行人因媒体资产（仅限于截止至本公司在上海证券交易所上市之前发行人运营的媒体资产）权益之合法性、授权、场地存在瑕疵而可能面临损失或罚款，本人愿意承担赔偿责任。

文化公司承诺：如发行人因媒体资产（仅限于截止至本公司在上海证券交易所上市之前发行人运营的媒体资产）权益之合法性、授权、场地存在瑕疵而可能面临损失或罚款，本公司愿意承担赔偿责任。

（九）文化公司与部分股东签订的《协议书》

2012 年 12 月 22 日，本公司控股股东文化公司，与除天津维道、明辉投资、刘艳国、何大光、梁云波之外的本公司其他发起人股东签署了《协议书》，协议书约定，在各方持有本公司股份期间，本公司股东大会在选举董事时，对于文化公司提名推荐的董事，签署该《协议书》的除文化公司外的其他本公司股东，将与文化公司保持一致选择。

（十）部分股东出具的《授权委托书》

除天津维道、明辉投资、刘艳国、何大光、梁云波之外的本公司其他发起人股东，于 2013 年 1 月 26 日分别出具了《授权委托书》，在授权人持股期间，授权文化公司行使关于本公司分红及年度预算的股东权利。

（十一）相关责任主体承诺事项的约束措施

1、本公司承诺

本公司将严格履行招股说明书披露的相关公开承诺，如发生未实际履行招股说明书披露的承诺事项的情形，将视情况通过中国证监会指定途径披露未履行的具体原因；如果因未履行相关承诺事项给投资者造成损失的，将依据人民法院做出相关判决，依法向投资者赔偿相关损失。

2、本公司控股股东承诺

文化公司将严格履行招股说明书披露的相关承诺，如发生未实际履行招股说明书披露的承诺事项的情形，发行人将有权暂扣文化公司直接或间接持有的发行人股份对应之应付未付的现金分红，直至违反相关承诺事项消除。

3、本公司实际控制人承诺

公司实际控制人刘长乐先生将严格履行招股说明书披露的相关承诺，如发生未实际履行招股说明书披露的承诺事项的情形，发行人将有权暂扣刘长乐先生直接或间接持有的发行人股份对应之应付未付的现金分红，直至违反相关承诺事项消除。

4、本公司董事、监事、高级管理人员承诺

公司董事、监事和高级管理人员将严格履行招股说明书披露的承诺，如发生未履行招股说明书披露的承诺事项的情形，将视情况通过发行人股东大会或中国证监会指定途径披露未履行的具体原因。如果因本人未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将在证券监管部门或有关政府机构认定承诺未实

际履行 30 日内，暂停在发行人处领取薪酬（如有）、津贴（如有），且发行人有权暂扣本人直接或间接持有的发行人股票对应之应付未付的现金分红，直至其按承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务概述

（一）发行人的主营业务

本公司系户外广告媒体运营公司，主要从事户外 LED 媒体的投资、建设及运营业务。本业务是通过在城市核心地段建设大型户外 LED 屏幕，构成全国性 LED 媒体网络，以此为平台为客户提供媒体策划、广告创意、广告制作、广告发布及效果评估等一系列广告服务。

本公司目前已建成国内领先的户外 LED 联播网，运营屏幕总数达 64 块，总面积超过 15,000 平方米，联播网覆盖中国 20 个经济发达城市，媒体所处点位均具有重要、显著、稀缺的核心特征。公司坚持以自主运营媒体为主、承包代理媒体为辅的运营模式，自主运营屏体的数量达到 59 块，其数量、总面积及覆盖城市数量等核心指标均处于行业前列。此外，本公司通过承包代理方式经营 5 块户外 LED 媒体。

公司在持续扩大户外 LED 联播网覆盖范围的同时，积极通过技术研发深入挖掘户外 LED 媒体的价值，如通过技术创新实现了全国范围内屏幕的联播联控；以及通过人屏互动技术为客户实现新颖的广告发布策划等。此外，公司凭借专业的媒体策划、创意制作与监测评估建立了完善的客户服务体系。

除户外 LED 媒体运营业务外，公司还经营少量户外广告喷绘大牌及灯箱业务。

（二）主营业务变化情况

自公司设立以来，主营业务未发生重大变化。

二、发行人所处行业概览

根据国家统计局 2012 年 7 月发布的行业分类标准《文化及相关产业分类（2012 年）》，属于文化创意产业中的广告行业，细分子行业为户外广告行业。根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），本公司所在行业属于 L 租赁和商务服务业中的 L72 商务服务业。

（一）公司所处行业的基本情况与发展前景

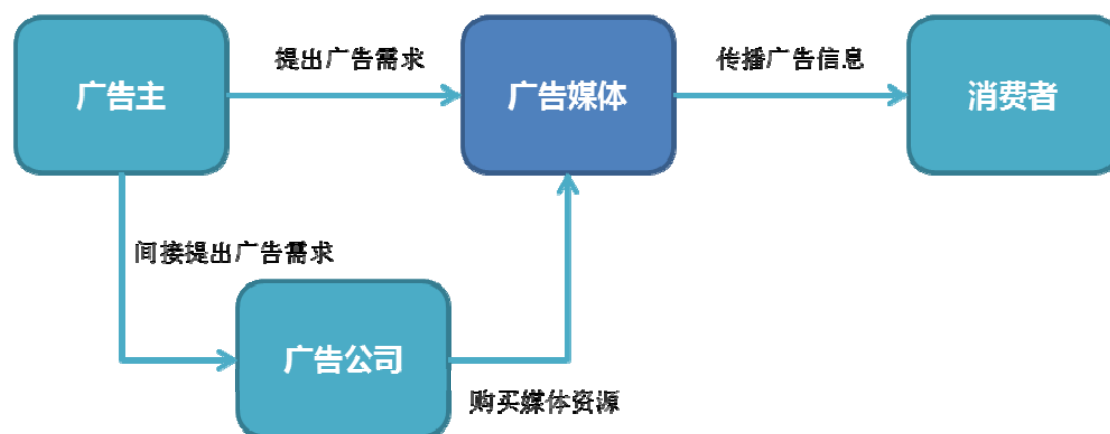
1、广告行业基本情况

（1）广告的定义

广告是指为了某种特定的需要，通过一定形式的媒介，公开而广泛地向公众传递信息的宣传手段。广告包括非经济广告和经济广告。非经济广告指不以盈利为目的的广告，如政府行政部门、社会团体乃至个人的各种公告、启事、声明等，主要目的是推广；经济广告，又称商业广告，是指以盈利为目的的广告，通常是商品生产者、经营者和消费者之间沟通信息的重要手段，或企业占领市场、推销产品、提供劳务的重要形式，主要目的是扩大经济效益。

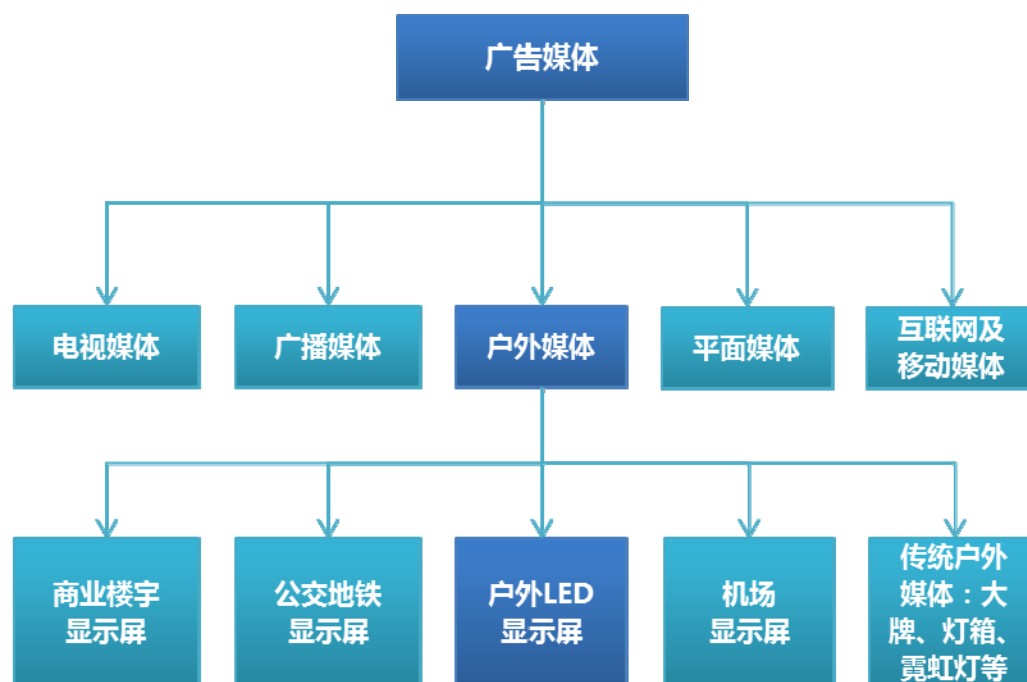
（2）广告业产业链

广告产业链包括广告主、广告公司、广告媒体和消费者四个主体。其中，广告主是广告的需求者，广告媒体是广告的传播载体，广告公司是连接广告主与广告媒体的中介，消费者是广告的受众。广告产业链如下图所示：



（3）广告媒体的分类

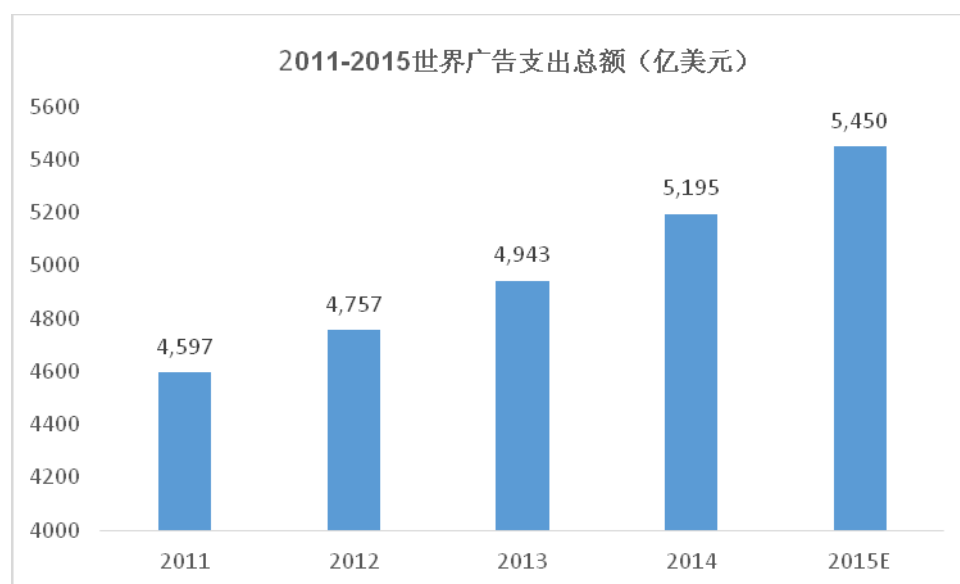
广告媒体是用于发布广告的传播载体，电视、广播、报纸、期刊杂志、户外媒体等是目前世界范围内普遍采用的主要广告媒体形式。随着信息技术的不断发展，互联网媒体、移动媒体等新兴媒体形式不断涌现，并与传统媒体发生不同程度的融合，丰富了广告媒体形式。主要广告媒体分类如下图所示：



（4）国际广告业的现状

经过多年的发展，全球广告业已处于行业生命周期中的成熟期，行业增长与GDP增幅基本持平，行业集中度上升，市场规模巨大。据全球权威传播机构Zenith Optimedia（实力传播）统计与预测，2012年全球广告支出较上年同比增长3.5%至4,757亿美元，2013年则增长3.9%至4,943亿美元。

跟据Zenith Optimedia（实力传播）2014年各季度发布的广告业预测报告，全球广告业规模在2014年达到5,195亿美元。报告预测2015年全球广告业规模将上涨4.9%，总量达到5,450亿美元。



数据来源：Zenith Optimedia

该系列报告指出，从地区广告市场规模来看，北美和西欧等经济发达地区的广告市场规模较大，发展较为成熟，而亚太地区的新兴市场历经若干年的高速增长后市场规模总量已经超过西欧，位居世界第二。上述三个区域市场规模合计占全球广告市场比例超过 80%。

世界各地广告市场根据所在地宏观经济情况的不同，增长率存在较大差异。2014 年，北美市场同比增长率约为 4.6%，西欧市场同比增长率约为 2.4%。而包括中国在内的亚太地区（除日本外）和拉美地区等新兴市场增长潜力巨大，增长率分别达到 10.1%和 13.0%。据 Zenith Optimedia 预测，上述地区 2014 年至 2017 年将保持 10%左右的高速增长。

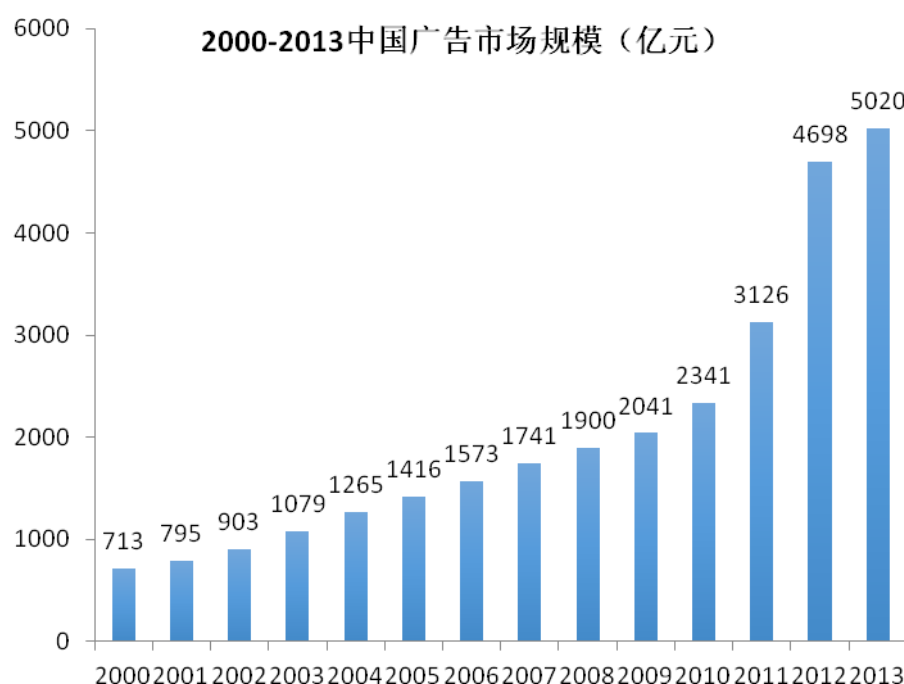
（5）中国广告业的现状

（A）中国广告业概况

广告业作为服务性产业伴随着中国经济的成长和转型而不断发展壮大。改革开放以来，中国广告业取得了飞速发展，显示出强劲的增长活力。2003 年，全行业营业额首次突破 1,000 亿元，达到 1,078.68 亿元；至 2013 年，全行业营业额已突破 5,000 亿元，达到 5,019.75 亿元，2000 年至 2013 年广告业营业额年均复合增长率达到 16.20%，高于同期 GDP 年均复合增长率。2012 年，广告

业营业额较上年大幅增长 50.32%，一方面是由于行业整体快速发展，另一方面是由于有关部门对相关数据的统计方法和统计口径进行了调整，导致部分地区的广告市场规模出现较大调整。

同时，中国广告市场规模的世界排名也在不断提高，根据 Zenith Optimedia 统计，自 2007 年起，中国先后超过法国、英国、德国和日本等发达国家，已成为世界第二大广告市场，仅次于美国。



数据来源：中国广告协会

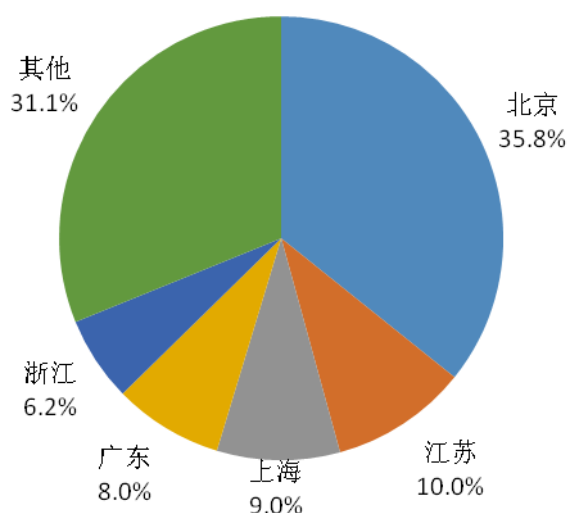
（B）主要广告媒体情况

我国主要的广告媒体形式包括互联网及移动互联网、电视、户外媒体、广播电台、平面媒体等。电视曾经作为国内影响力最强的媒体形式，占据着广告市场的主导地位，但随着我国互联网及移动互联网的快速发展，互联网及移动互联网媒体已明显呈现了超越电视媒体的趋势。电视媒体、平面媒体及广播电台等媒体由于受到互联网等新兴媒体的挤压，市场份额近年来有所下降。户外媒体受益于我国城镇化进程不断加快以及消费者生活形态的改变，近年来的广告投放呈现稳步增长态势。

（C）各区域广告市场发展情况

广告行业的发展与地方经济发展水平密切相关，北京、江苏、上海、广东和浙江等经济发达省市多年来一直位居我国广告市场前列，2013 年，上述五个省市广告经营额占全国广告经营额比例为 68.86%，呈现显著的区域集中特征。具体如下图所示：

2013年中国各地区广告市场份额



资料来源：中国广告协会

（6）中国广告业的未来发展趋势

（A）我国广告市场未来发展空间巨大

广告业作为服务性产业，其发展与宏观经济发展水平密切相关。自改革开放以来，中国广告行业已经连续多年高速增长。随着我国国民经济的持续稳定发展、人均可支配收入逐年提高、消费品种的日益丰富以及市场竞争的加剧，预计广告主未来将不断增加广告投放量，从而促进广告市场规模的不断扩大。

就广告业营业额占 GDP 的比例而言，我国广告营业额在 GDP 中所占比例较低，低于全球平均水平。2013 年，我国广告业营业额占 GDP 的比例仅为 0.9%，与美国等广告业发达国家 2% 的占比存在较大差距。国家工商总局及国家发改委发布的《关于促进广告业发展的指导意见》提出“到 2015 年，广告业营业额相

对 GDP 比重力争达到 1.5%”的发展目标。因此，在外部政策的支持和市场内在的需求相结合下，未来几年我国广告市场的发展前景向好，市场规模具有巨大的增长潜力。

（B）广告行业整合与集中趋势明显

经过多年发展，国内的广告市场参与主体在经营业态上已经出现了比较明显的分化，在各个细分领域已逐渐出现一批实力相对较强的广告公司，行业整合与资源集中将是广告市场未来的发展趋势。拥有强大资金实力、掌握丰富媒体资源的广告公司将收购兼并其他广告公司或拓展分支机构，率先对行业进行整合，在未来的竞争中掌握主动权。

（C）资本化经营成为广告公司发展的重要驱动力

我国现代广告行业发展历程尚短，广告公司发展积累较少，相对国际大型广告集团资本实力较弱。面对激烈的市场竞争以及稀缺的媒体资源，单纯依靠内生增长提供发展资金已经无法满足广告公司快速发展的需要。通过发行上市筹集发展资金已成为解决这一问题最为有效的途径。2001 年以来，白马户外（0100.HK）、分众传媒（FMCN）、航美传媒（AMCN）、省广股份（002400.SZ）等行业内优秀公司先后登陆资本市场。通过上市融资，并灵活运用收购兼并等资本化经营手段，这些公司实力得到不断增强。因此，资本化经营是国内广告公司发展壮大的有效途径，未来这一趋势仍将延续。

（D）新技术的应用、媒体间的融合促进广告行业业态升级

随着网络技术、通讯技术、多媒体技术等新兴技术的发展与应用，在广告媒体领域产生出了互联网媒体、移动媒体和户外电子媒体等一系列新兴媒体，并已逐步得到了广告主的认可。这些媒体具有区别于传统媒体的高速、精准、高效、互动等特征，能极大地提高广告信息的传输能力和表现形式，成为未来广告业的重要增长点。

同时，新兴技术将有利于电视媒体、平面媒体、户外媒体、互联网媒体等媒体间的融合，挖掘出各种媒体形式更多的广告价值，并创造新的媒体使用方式，促进广告行业的业态升级。

2、户外广告业基本情况

（1）户外广告的媒体特征

户外广告是指利用公共、自有或他人所有的建筑物、构筑物、场地、空间等设置的广告载体，包括电子显示屏、广告喷绘大牌、灯箱、霓虹灯、实物造型、气球等多种媒介形式。户外广告大大拓展了受众接受广告信息的时间和空间，与电视、期刊杂志、互联网等主要覆盖室内受众的媒体有着极强的互补性，具有不可替代的媒体价值。同时，户外广告在引导大众消费、美化城市空间、营造都市氛围等方面也发挥着重要作用。

户外媒体与其他主要媒体的媒体特征对比如下：

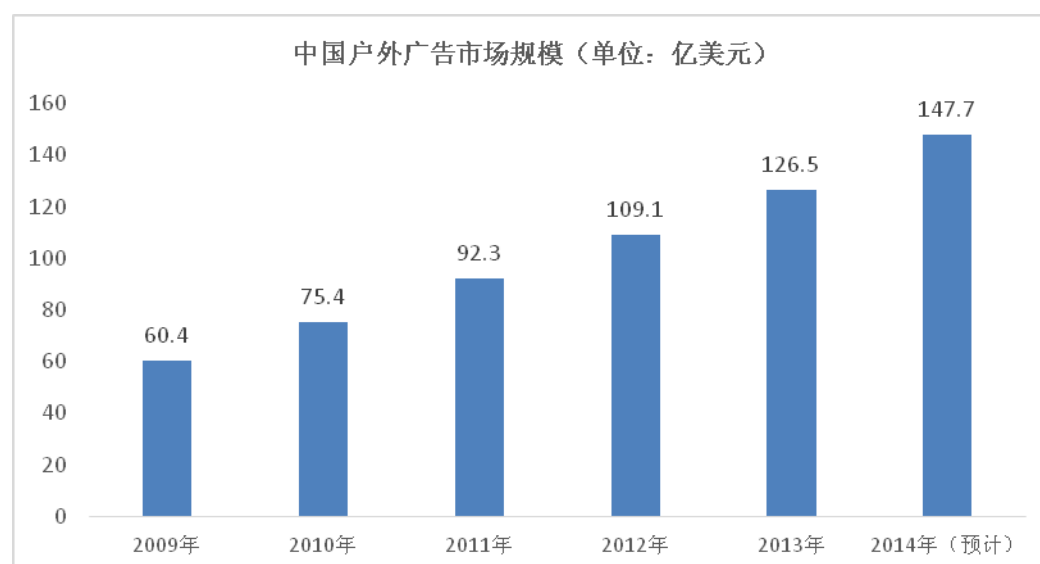
种类	优势	劣势
户外媒体	- 与室内媒体的覆盖能力高度互补,有效填补了其他媒体在户外时间与空间的空白 - 媒体种类多样,表现形式丰富 - 对特定地区受众的定位精准 - 贴近消费终端,容易引发消费行为	- 单个广告媒体覆盖面较小 - 部分传统户外媒体易受地方政策变化影响 - 非电子化的户外广告媒体广告容量较小、内容较为单一
电视媒体	- 视听合一,信息量大 - 覆盖面广,影响力强 - 传播速度快,信息时效性强	- 广告信息转瞬即逝,不易保存 - 媒体价格较高 - 受众容易产生抗拒情绪
广播媒体	- 传播速度快,覆盖面较广 - 汽车普及、老龄群体增加推动媒体价值的提升	- 信息表达仅依靠声音,缺乏形象感 - 广告信息转瞬即逝,不易保存 - 受众容易产生抗拒情绪
平面媒体 (报纸、期刊杂志)	- 信息量大、说明性强、阅读性强 - 对特定受众的定位精准 - 易保存、可重复阅读	- 制作周期长、时效性较差 - 单一媒体的读者人群范围较窄,覆盖范围有限 - 受互联网媒体冲击较大
互联网媒体	- 视听合一、信息量大 - 传播速度快、信息时效性强 - 表现形式丰富、交互性强	- 单一网站的受众覆盖范围有限 - 广告真实效果难以评价 - 有效广告位有限、媒体资源分散

相比受到静态画面限制，仅能表现单一客户广告的传统户外媒体，户外电子屏媒体大幅度地拓展了有限点位资源的广告容量，同时凭借其多彩的视觉效果和精准的信息传播使越来越多广告主将其列为广告投放的重要方向，进一步提升了户外媒体的价值。长期来看将对传统户外媒体产生较强的替代作用。

在各类户外电子屏中，商业楼宇电子屏与公交地铁电子屏由于发展相对较早，已经占据了相对较大的市场份额。然而近两年来，随着智能手机等移动终端的迅速发展，受众对于公交地铁、机场、车站等交通枢纽或交通工具内的电子屏媒体的关注度有所下降。而户外 LED 媒体覆盖的人群由于主要身处室外或处于行进过程中，并未受此影响，仍保持较好的增长态势。

（2）户外广告业的市场情况

中国户外广告业经过多年发展已形成相当的市场规模，近年来我国户外广告市场延续了快速增长态势，行业市场规模从 2009 年的 60.4 亿美元增长至 2013 年的 126.5 亿美元，占我国广告行业市场总量的 16.7%，预计 2014 年我国户外广告市场规模将达到 147.7 亿美元。

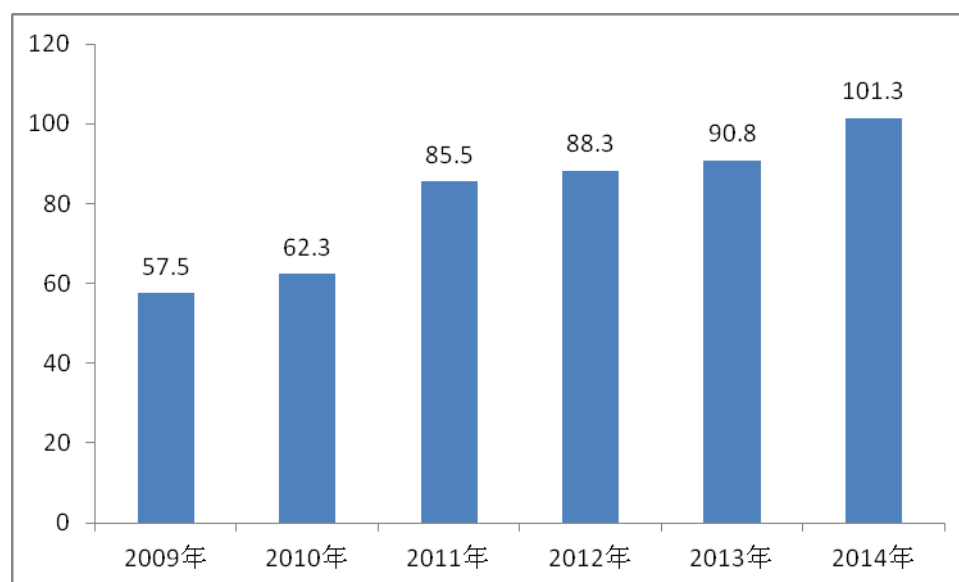


数据来源：中国产业信息网

根据易观智库数据，户外电子屏广告市场自 2009 年金融危机以来持续增长，2010 年和 2011 年的增长率分别达到 8.35% 和 37.26%。2012 年及 2013 年行业增长速度趋缓，这主要是由于市场份额占比较高的商业楼宇电子屏与公交地铁电

子屏等交通枢纽或交通工具内的电子屏市场规模增速放缓所致。2014 年户外电子屏广告市场规模达到 101.3 亿元，较 2013 年增长 11.56%。

2009-2014 年户外电子屏市场规模（单位：亿元）



数据来源：易观智库

3、户外 LED 媒体行业基本情况

（1）户外 LED 媒体行业概况

户外 LED 媒体是指在城市建筑物外立面等户外场地设置的用于发布广告的 LED 屏幕媒介，是户外新媒体的一种表现形式。户外 LED 媒体行业是在 LED 显示技术日新月异以及现代城市升级的背景下应运而生的。

LED 取自 Light Emitting Diode 的英文缩写，中文译为发光二极管。LED 显示屏是一种通过控制半导体发光二极管的显示方式，来显示文字、图片、视频的显示屏幕。作为光源，LED 的优势主要体现在三个方面：节能、环保、耐用。而随着 LED 显示屏的亮度、清晰度、色彩等参数不断提高，LED 除了应用于照明外，逐渐广泛应用于消费电子领域。LED 制造的低成本化则促成了大型、巨型 LED 显示屏的商用，这类屏幕迅速成为户外广告的最佳载体。

户外 LED 媒体行业在欧美日等发达国家发展较早，已经成为主流城市景观中不可缺少的一部分。我国户外 LED 媒体的商业化运营起步于 2005 年，短短

几年间，户外 LED 媒体凭借强大的视觉冲击力以及灵活多样的表现形式逐步得到了消费者与广告主的认可，确立了高端户外媒体的地位。此外，随着 LED 显示技术的不断成熟，相关设备的生产成本也得到大幅降低，促进行业实现了快速发展。

（2）户外 LED 媒体特征

（A）视觉体验震撼，美化城市景观

户外 LED 媒体作为一种视频化的媒体形式，先天具有媒体信息量大、表现形式直观多样的优势。同时，得益于 LED 技术的引入，户外 LED 媒体的制造尺寸远远超过其他媒体，其面积普遍达到数百平方米，甚至可达上千平方米，具有强烈的视觉冲击力，在核心商圈、主干道的特定范围内可实现较强的广告到达效果。此外，LED 显示屏相比普通显示屏更具有色彩鲜艳、清晰度高、可视范围广、节能环保等一系列独有优势。因此，融合了 LED 技术与数字技术的户外 LED 媒体，配合动感视频和特效，呈现出的是一种区别于常规户外媒体的带有较强冲击力和感染力的视觉体验。

此外，随着我国城镇化程度不断提高，越来越多的城市产生了美化、亮化城市的需要。同时，由于部分城市长期缺乏对广告喷绘大牌等传统户外媒体的规范，此类媒体往往存在违建、滥建的现象，亟待清理和升级。户外 LED 媒体的特性正迎合了这一需要，可以逐渐取代广告喷绘大牌、霓虹灯，集约化利用城市公共空间，实现城市景观的升级。

（B）独占点位资源，凸显媒体价值

户外媒体所依附的点位具有排他性和不可复制性的特点，由此导致具有良好广告价值的点位资源稀缺性较强。因此，户外媒体的最大特征就是其所占据的点位资源的稀缺性决定广告价值。

户外 LED 媒体由于其定位较传统户外媒体更为高端，对媒体点位的要求更加严格，使得点位资源的稀缺性更为凸显。从国内外行业经验来看，城市繁华区域的核心商圈、中央商务区、交通主干道核心路段等位置最适合户外 LED 屏幕

的媒体特点，也只有户外 LED 媒体能够最大限度的发掘此类点位资源的广告价值。同时，户外 LED 媒体可成为现代城市景观的一部分，甚至成为区域地理标志，如纽约时代广场的 LED 屏幕群。

（C）受众定位精准，贴近销售终端

户外 LED 媒体普遍地处城市繁华商圈和交通主干道，设置于地标性建筑、大型商场、高档写字楼，在此区域内活动的人群具有消费能力较强的特点。户外 LED 媒体凭借其点位优势以及具有冲击力的视觉效果，可有效吸引受众关注，从而对上述区域的受众形成有效覆盖和精准定位。

此外，媒体营销变革的一个重要表现就是传播平台与销售终端的无限贴近，即尽可能缩短消费者获知信息的地点与产生消费的地点之间的距离，缩短消费者进行消费行为的决策过程，从而有效的达成销售。户外 LED 媒体由于大多地处核心商圈，属于典型的与销售终端极为贴近的媒体，可充分满足广告主的营销诉求。

（D）传播效果多样，发展潜力巨大

除作为品牌传播载体外，户外 LED 媒体的传播特性赋予了其很多新的传播功能。位于核心商圈的 LED 屏幕具有较强的线下活动配合能力，通过与网络媒体、电视媒体的有效结合，可以实现多样化的创意营销策划，并且营销活动的话题性可激发广告受众的二次传播，进一步加强了户外 LED 媒体的表达能力和感染能力，呈现出较强的整合传播效果。此外，户外 LED 媒体具有较强的技术发展潜力，通过与最新的网络技术、移动互联网技术、人机互动技术等进行整合，可改变传统电子屏幕单向传播的状态。户外 LED 媒体通过场景的融合，可通过互动的方式将线下的受众和线上的媒体融合在一起，实现媒体与受众的双向传播，这使户外 LED 媒体拥有更大的创意空间和更直接的与消费者互动的方式，就是所谓的“O+O”的概念，给客户的广告传播带来一定的进步。在这方面，户外媒体所处的场景，可以更多样化地满足客户在这些场景之下的互动和话题方面的要求。在“互联网+”的时代，传播的环境和生态都在发生变化，户外 LED 媒体多样化的场景可以给未来客户带来很多前所未有的关注点。

（3）户外 LED 媒体行业发展趋势

（A）持续的城镇化进程为行业奠定广阔的成长空间

户外 LED 屏幕是现代城市的重要构成，可以让人们更直观的感受城市的现代化水平。随着未来我国城镇化进程的进一步发展，在现有经济重点城市的基础上将会有越来越多的城市产生户外 LED 媒体产业的发展需要和发展空间。

未来，户外 LED 媒体行业将与城市景观及城市精神形成内在的统一，户外 LED 媒体将发挥提升城市形象和宣传城市文化精神的作用。部分城市已经意识到户外 LED 媒体的这一作用，开始借助这一媒体播放城市宣传片或公益性广告。

（B）技术助力户外 LED 媒体的价值提升

LED 显示技术自问世以来持续进行着技术升级，LED 发光管的亮度的不断提高，户外表贴封装技术日趋成熟以及 LED 发光管体积越来越小，这使得 LED 媒体的视觉效果仍在不断提升。清晰度高、色彩艳丽、亮度均匀、使用寿命长的 LED 屏幕可以为受众带来更好的视觉体验，更加受到广告主的青睐，同时也可以更好的服务于城市景观。

户外 LED 媒体还可与网络技术、移动互联网技术等进行整合，例如，与网络技术的结合可以将独立运营的户外 LED 媒体进行统一的网络连接，形成具有远程播控能力的网络化户外媒体。这将改变单一 LED 屏幕的媒体属性，使得媒体价值不仅来自其点位的稀缺性，更来自于媒体运营的网络化。

（C）对部分传统户外媒体的升级

随着我国城镇化进程不断深化，部分传统户外媒体由于现代城市景观升级和城市规范治理的要求，正面临产业升级。而户外 LED 媒体由于具有视频播放能力，大幅提升了单一点位的广告容量，可以集约化利用优质点位、避免重复建设，同时兼具美化亮化城市作用，发展空间更为广阔。

此外，对于部分户外媒体，近两年随着智能手机等移动终端的迅速发展，受众在交通枢纽或交通工具内的注意力被逐渐分流，而户外 LED 媒体覆盖的人群

由于主要身处室外或处于行进过程中，并未受此影响，这为户外 LED 媒体的发展带来了机会，将进一步提升其在户外电子屏广告市场的份额。

（D）行业集中度将逐步提升

随着 LED 显示技术的普及，全国各地出现了一批地方性的中小型户外 LED 媒体运营企业。此类企业销售能力和技术研发能力较弱，不具备向外省市或全国范围扩张的实力，企业经营主要依赖本地资源，市场竞争力较弱。

随着具有全国资源优势和资金实力较强的媒体运营企业的发展壮大，未来针对此类规模较小的地方性媒体运营商的行业整合将会陆续发生。在此轮整合中，市场将有可能改变原先相对分散的局面，行业集中度提升，马太效应进一步放大。

（二）行业主管部门、监管体系及行业相关法律法规及政策

目前我国广告行业实行政府监管与行业自律相结合的监管体系。

1、行业主管部门

（1）国家工商行政总局

工商行政管理部门是广告行业的主要监管部门，包括国家工商行政管理总局和县级以上工商局。工商行政管理部门负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。其中，广告发布活动管理主要包括制定、执行、监测广告发布标准，查处违法广告；广告经营活动管理包括规范市场经营行为、取缔非法经营行为等；此外，国家工商行政管理总局还承担指导广告行业发展的职能。

（2）中华人民共和国住房和城乡建设部

负责研究拟订城市建设的政策、规划并指导实施，指导城市市政公用设施建设、安全和应急管理。其中，下设机构城市建设司，主要负责拟订城市建设和市政公用事业的发展战略、中长期规划、改革措施、规章；指导城市市政设施、园林、市容环境治理、城建监察等工作。

此外，户外视频广告营运商在进行业务过程中，根据政府部门的相关管理规范，还可能需要接受国家新闻出版广电总局、各地区的城市规划管理部门、环保部门、广播电视管理部门、城市管理综合行政部门以及其他相关政府部门的一家或多家的监管。

2、行业自律性组织

(1) 中国广告协会

中国广告协会创立于 1983 年 12 月 27 日，是经民政部批准登记的具有社团法人资格的全国性广告行业组织，是国家工商行政管理总局的直属事业单位。中国广告协会是联系政府广告行政管理机构与广告主、广告经营者、广告发布者的桥梁和纽带，其职能是在国家工商总局的指导下，按照国家有关方针、政策和法规，对行业进行指导、协调、服务和监督。其主办的《中国广告年鉴》及《现代广告》是业内主要期刊，每年发布“中国广告业年度统计与数字”等行业信息。

(2) 中国商务广告协会

中国商务广告协会成立于 1981 年，原为中国对外经济贸易广告协会，隶属于商务部，是除中国广告协会外的另一广告行业自律组织。核心工作是“团结内外贸易领域的广告企业，促进广告业的交流和发展”。

(3) 中国 4A 协会

中国 4A 协会全称为中国商务广告协会综合代理专业委员会，是成立于 2006 年的行业自律组织，主要成员为在境内从事经营活动的外资及本土大型综合性广告公司。其宗旨为通过举办培训及各种相关活动，加强本土广告企业与国外同业间的交流合作，促进合理的良性竞争机制，推动中国广告业与国际接轨和健康发展。

3、广告行业监管体制

(1) 广告发布过程监管机制

广告发布前，广告发布者应依据相关法律法规对广告内容等进行自审，并报当地主管部门审核；广告发布后，当地主管部门会进行随时监督管理，对造成不良社会影响及违法违规的广告按照相关规定进行处理。

（2）户外广告管理制度

户外广告设置：按照有关规定，户外广告设置的审批权限一般在县（区）级以上政府及政府授权的主管部门，如城市市政管理部门等。户外广告媒体运营企业应按照当地规定取得有关部门对于户外广告设置的同意。

户外广告登记：根据《户外广告登记管理规定》的规定，户外广告发布单位发布户外广告应当向工商行政管理机关申请登记。由于《户外广告登记管理规定》对于户外视频广告等新兴媒体形式并未规定具有针对性的监管措施，因此各地监管部门对户外视频广告的监管政策亦有所区别。

（3）特殊行业和产品广告的监管制度

对于关乎国计民生的特殊产品的广告内容，工商行政管理机关依据《广告法》并会同有关部门制定了一系列专项监管制度，包括《食品广告发布暂行规定》、《药品广告审查办法》、《医疗器械广告审查办法》等，这些专项规定明确了相关产品广告在发布过程中的审查方法、审查程序及违反相关规定的处罚措施，规范了广告行业的发展。

4、行业主要法律法规及政策

（1）主要产业政策

（A）《国家“十二五”时期文化发展规划纲要》

国家在“十一五”期间将包括广告业在内的文化产业上升为国家战略性产业，出台了各项扶持政策。2012 年 2 月，国务院办公厅发布《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》，继续明确提出，要推动文化产业成为国民经济支柱性产业，其中包括促进广告行业发展壮大。

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

2011 年 10 月，中共中央十七届六中全会作出的《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》明确指出“要坚持中国特色社会主义文化发展道路，努力建设社会主义文化强国推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业”。

(C)《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》

2010 年 3 月，中宣部等十部委发布了《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》，明确指出“推动符合条件的文化企业上市融资。支持处于成熟期、经营较为稳定的文化企业在主板市场上市。探索建立宣传文化部门与证券监管部门的项目信息合作机制，加强适合于创业板市场的中小文化企业项目的筛选和储备，支持其中符合条件的企业上市”。

(D)《文化产业振兴规划》

2009 年 9 月，国务院发布《文化产业振兴规划》。明确提出以文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告业发展等产业为重点，旨在加大文化产业政策扶持力度，完善产业政策体系，推动中国文化产业实现跨越式发展。

(E)《关于促进广告业发展的指导意见》

2008 年 4 月，国家工商行政管理总局、国家发展与改革委员会发布《关于促进广告业发展的指导意见》，提出广告业是现代服务业的重要组成部分，是创意经济中的重要产业，在服务生产、引导消费、推动经济增长和社会文化发展等方面，发挥着十分重要的作用，其发展水平直接反映一个国家或地区的市场经济发育程度、科技进步水平、综合经济实力和社会文化质量，该文同时提出“把促进广告业又好又快发展，作为一项紧迫而长期的战略任务”的重要指导思想。

(2) 行业法规

（A）法律法规

国务院于 1987 年颁布了《广告管理条例》，全国人大常委会于 1994 年颁布了《中华人民共和国广告法》，上述法律法规构成国家广告法律和行政管理法规体系的基础。其他由国家工商行政管理部门和有关职能部门、地方政府颁布的各项管理办法、标准或规定，都是广告管理行政法规在实践中的应用。

（B）部门规章及规范性文件

我国工商行政管理部门和地方政府围绕上述国家广告管理行政法规出台了各类部门规章和地方规章，按照性质可分为以下几类：

有关广告经营单位经营管理类的法规与政策：《广告管理条例实施细则》《广告经营许可证管理办法》《外商投资广告企业管理规定》等；

有关广告媒体管理的政策与法规：《广播电视广告播出管理办法》《印刷品广告管理办法》《户外广告登记管理规定》等；

有关特殊行业及产品广告监管的政策与法规：《食品广告发布暂行规定》《药品广告审查办法》《医疗器械广告审查办法》《化妆品广告管理办法》《烟草广告管理暂行办法》《酒类广告管理办法》和《房地产广告发布暂行规定》等。

（三）行业的竞争格局及市场化程度

1、竞争格局

（1）户外广告业竞争格局

自 90 年代以来，我国户外广告市场主要由广告喷绘大牌、灯箱、霓虹灯等传统户外媒体占据。随着现代城市景观升级和城市规范治理的需要日益迫切，传统户外媒体正面临产业升级。随着科技发展，户外媒体的电子化、数字化成为大势所趋，商业楼宇电子屏、公交地铁电子屏等各类户外新兴媒体应运而生，逐步在各个细分领域取代传统户外媒体的市场地位。户外电子屏媒体由于大幅提升了单一广告点位的广告容量，可以集约化利用城市公共空间，避免了重复建设和资

源浪费，同时兼具美化、亮化城市的作用，因此发展空间巨大。预计未来几年户外广告业竞争格局将由于户外电子屏媒体的迅速发展出现结构性变化。

（2）户外电子屏行业竞争格局

在户外电子屏广告市场，除户外 LED 媒体外的细分领域已逐渐形成了以占据相对垄断地位的龙头公司为主导的竞争格局，如商业楼宇电子屏的分众传媒、地铁公交电子屏的华视传媒和机场电子屏的航美传媒。但随着智能手机等移动终端的迅速发展，受众在公交地铁、机场等交通枢纽或交通工具内的注意力有所分流，而户外 LED 媒体覆盖的人群由于主要身处室外或处于行进过程中，并未受此影响，这为户外 LED 媒体的发展带来了机会。

（3）户外 LED 行业竞争格局

整体来看，户外 LED 媒体运营行业具有一定的集中度。本公司、郁金香传媒以及香榭丽传媒三家媒体运营商进入市场较早、资本实力较强，已经在国内一二线城市进行了一系列媒体资源布局，初步形成了较强的资源优势，并逐步为广告主所认可，成为行业中具有代表性的三家运营商。

除上述三家主要运营商外，目前户外 LED 媒体市场还存在部分具有一定实力的媒体运营商，以及大量分布在各中小城市的地方性户外 LED 媒体运营商。此类媒体运营商与三大运营商相比，在媒体资源、经营水平、技术实力等方面均存在较为明显的差距，短期内难以撼动目前的竞争格局。

2、市场化程度

除户外 LED 媒体外的其他户外电子屏媒体由于发展较早，均已在细分领域出现具有一定垄断能力的龙头企业，而户外 LED 媒体尚处于充分竞争状态。相对其他户外媒体，户外 LED 媒体行业具有资金需求较大、媒体资源争取难度较高等特点，使得行业存在一定的进入门槛。但是，随着 LED 技术的普及和 LED 制造成本的不断下降，以及越来越多的媒体运营商认识到这一市场的发展潜力，市场参与者不断增多，使这一行业产生较为激烈的竞争，市场化程度较高。

（四）进入本行业的主要障碍

1、点位资源和网络规模

屏幕设置点位是户外 LED 媒体运营商最重要的经营资源。在主要城市现有的核心商圈、中央商务区及主干道核心路段等地段，可供建设户外 LED 屏幕的点位资源是有限的，这种媒体特征构成了后来者进入行业的主要障碍。

更重要的是，实力较强的媒体运营商均实行媒体网络化、规模化运营，即通过不断获取屏幕资源形成媒体网络，扩大媒体覆盖范围、强化广告传播效果，使网络内各媒体资源的广告价值大幅提升，稀缺性更加凸显。对于户外 LED 媒体运营商而言，构建成规模的媒体网络，是建立运营门槛、形成竞争优势的关键条件。新进入者将难以再获取位置优越的户外 LED 媒体资源，竞争难度大大增加。

2、客户基础

广告主和广告公司是广告媒体的需求者和购买者，客户资源是媒体运营商维持经营的重要前提。媒体运营商取得客户资源往往依赖于其媒体资源质量、市场营销能力、综合服务能力等多方面因素，而具备这些条件需要经过长时间的积累。对于高端客户，特别是世界 500 强、国内知名企业和 4A 公司，对选择合作媒体运营商的标准更高，如：优质的媒体网络，丰富的媒体运营经验，良好的品牌声誉，完善的服务体系、完备的广告效果监测等。而市场新进入者一般不具备上述条件，因而较难得到客户的认可，也难以培养具有高忠诚度的客户资源。

3、媒体运营能力和技术实力

户外 LED 媒体在运用方式上除了单纯播放广告以外尚有巨大的发展空间，而媒体运营能力直接取决于运营商的技术实力。随着行业内主要参与者越来越重视技术研发和技术整合，LED 媒体的运营模式和表现形式正处于快速发展过程中。技术领先的运营商可以实现全国范围内媒体的联网播控，以及运用动作捕捉等互动技术实现复杂多样的线下营销活动，进一步提升媒体价值。相比之下，缺乏技术实力，仅拥有户外 LED 媒体基本运营能力的市场潜在进入者将处于明显的竞争劣势，形成了实质性的技术壁垒。

4、人力资源

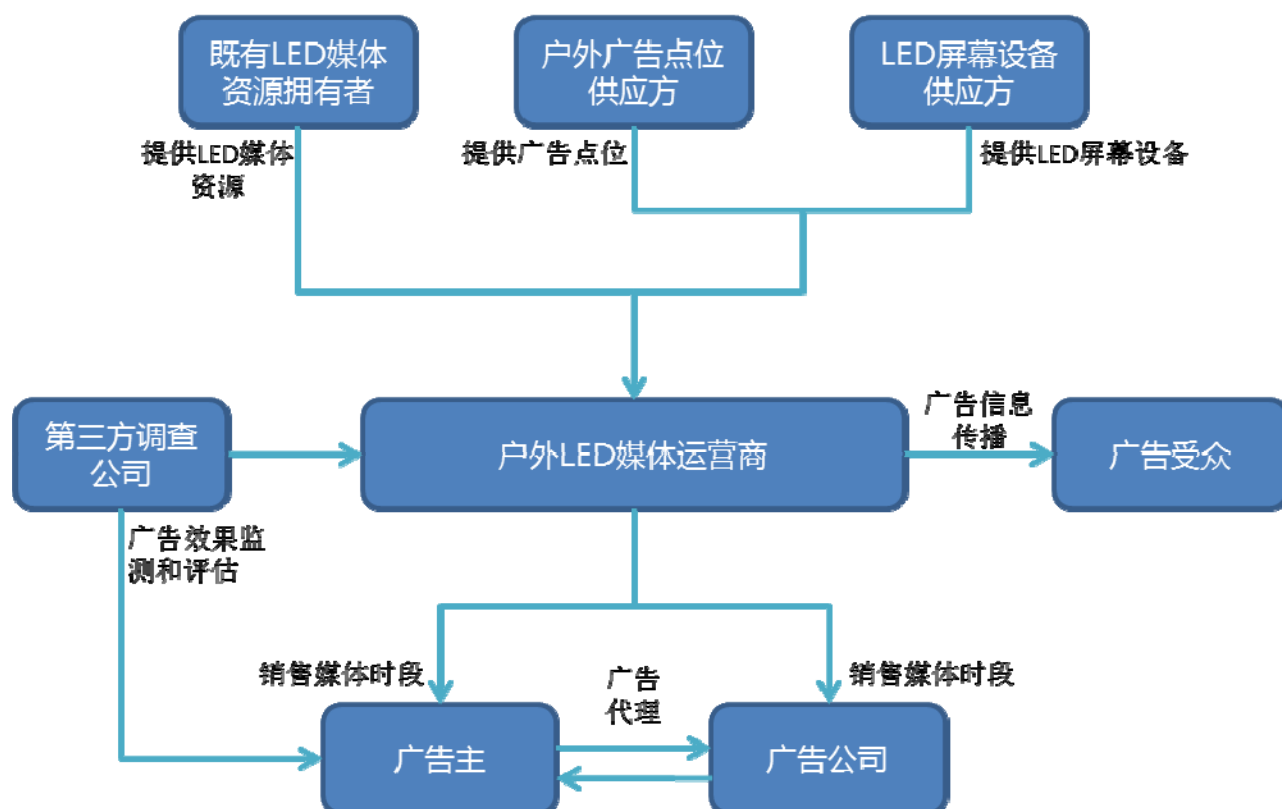
在户外 LED 媒体行业的业务环节当中，从资源拓展、广告销售、创意制作到技术研发，均对人力资源水平提出了较高要求。另外，鉴于本行业属于户外媒体的新兴领域，行业内既熟悉户外 LED 媒体业务特点，又了解客户需求的管理人才、技术人才和营销人才较为稀缺。因此对于行业新进入者而言，人才将构成另一进入障碍。

5、资金实力

相比广告喷绘大牌、灯箱等传统户外媒体，户外 LED 媒体的资金需求量较大。户外 LED 媒体运营商的主要运营成本为点位租金和屏幕折旧，随着技术进步，屏幕采购成本近年来有所下降，但由于主要城市核心商圈、中央商务区、主干道核心路段等优质点位资源越来越少，导致点位租金呈现上升趋势，总体上媒体运营所需的资金规模更大。因此，本行业要求市场参与者具有较强的资金实力。

（五）行业经营模式

户外 LED 媒体行业的基本经营模式是，户外媒体运营商在城市核心地段建设 LED 屏幕，以此形成广告媒介为客户提供广告发布服务，从而实现户外 LED 媒体的媒体价值。



1、获取户外 LED 媒体资源

户外 LED 媒体运营商运营的媒体资源可分为自主运营的媒体资源和代理销售的媒体资源。

自主运营的媒体资源的核心特征是媒体运营商拥有媒体的播控权。一般是由媒体运营商通过与点位供应方（包括物业业主、物业公司、政府部门及其授权经营单位等）签订租赁协议的方式获取户外广告点位的使用权，之后建设 LED 屏幕形成媒体资源。此外，媒体运营商还会通过合作或收购的方式获得媒体的播控权。

代理销售的媒体资源分为一般代理媒体资源和承包代理媒体资源：

一般代理媒体资源，其经营方式是广告经营者为广告主采购第三方媒体的广告时段，或将媒体的部分广告时段销售给广告主。

承包代理媒体资源，其经营方式是媒体运营商通过商务协议获得媒体部分广告时段的独家经营权，通常将广告素材和发布计划交予屏幕播控方，由播控方负责完成广告发布。

上述媒体资源获取方式的比较如下表所示：

类别	优势	劣势
自主运营媒体资源	- 对媒体运营商而言：拥有媒体播控权；有利于保证屏幕技术指标的统一；可第一时间了解屏幕情况、改变播出状况并提供监控数据 - 对广告客户而言：拥有更好的服务质量和媒体的稳定性、持续性，有利于提升客户忠诚度	- 扩张速度相对慢于代理销售媒体资源 - 由于点位资源稀缺且不可复制，可能无法持续取得优质点位
一般代理媒体资源	可以较迅速的实现媒体网络扩张，扩大媒体覆盖范围	- 对媒体运营商而言：无法掌控媒体播控权，只有部分时段销售权，难以实现良好的媒体环境和客户服务；媒体资源持续性和稳定性相对较弱；同一屏幕可能存在多个一般代理运营商，竞争环境较为混乱；屏幕质量良莠不齐 - 对广告客户而言：广告媒体的稳定性及投放环境相对不可控，影响广告发布效果，客户忠诚度较低
代理销售媒体资源	对于已被其他媒体运营商占据的优质点位，可以通过承包代理分享其媒体点位价值	
承包代理媒体资源	- 与一般代理媒体资源相比，对除屏幕合作方自营时段外的时段具有独家代理权，提升了客户服务的稳定性、持续性 - 与屏幕合作方进行了市场及客户划分，避免了竞争混乱的状况	相对于自主运营模式，缺乏对屏幕的播控权

2、整合媒体资源形成媒体网络

在获取一定媒体资源后，有实力的 LED 媒体运营商通常会将媒体覆盖范围持续扩张至地区乃至全国范围以形成规模优势，为广告客户提供跨区域的网络化媒体服务。在此过程中，户外 LED 媒体的价值已不仅来自具体点位的广告价值，媒体网络整体的网络价值开始显现，并随着网络规模的扩大不断增长。

3、为客户提供广告服务实现媒体价值

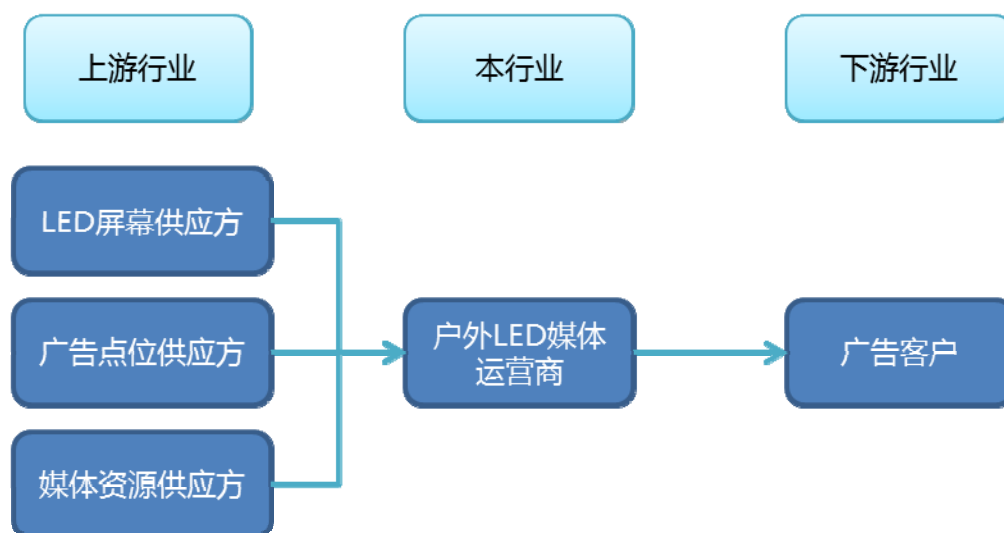
媒体运营商通过对广告客户进行开发和营销，并向其出售广告发布时段实现户外 LED 媒体的广告价值，同时为客户提供媒体策划、广告创意、效果监测等延伸服务。销售模式根据销售对象的不同分为两类，即直接向广告主进行销售的直客销售，以及通过 4A 公司等广告公司进行的渠道销售。

4、售后效果评估

媒体运营商或广告主可委派第三方专业调查公司出具广告监测报告和广告发布效果调研报告，对广告发布情况及广告效果进行评估。

（六）行业与上、下游产业之间的关联性

户外 LED 媒体产业从上游至下游包括以下几个环节：LED 屏幕供应方、广告点位供应方（包括物业业主、物业公司及其授权经营单位等）、媒体资源供应方、户外 LED 媒体运营商、广告客户。行业上下游关系如下图所示：



1、本行业上游行业情况及其影响

本行业的上游主要为 LED 屏幕供应方、广告点位供应方和既有媒体资源供应方。

LED 屏幕采购自 LED 屏幕供应方。屏幕采购成本是户外 LED 媒体运营成本的重要组成部分。LED 屏幕的主要原材料是 LED 发光管，一般占 LED 制造成本的 40-60%。近年来，随着半导体工业的发展，LED 芯片的技术日新月异，其生

产工艺不断成熟，使得 LED 发光管的价格逐年下降，有利于 LED 屏幕供应商降低生产成本，进而降低了本行业的采购成本。另外，由于 LED 发光管的光效、体积、色度及亮度的均一性等方面取得大幅技术进步，LED 屏幕综合光效、亮度、清晰度及耐用性大大提升。这为本行业屏幕质量及显示效果的提升奠定了良好的技术基础。

广告点位供应方主要为屏幕拟建设地的物业业主、物业公司及其授权经营单位。媒体资源供应方则主要为既存户外 LED 媒体资源的拥有者。由于单一户外 LED 媒体资源的价值主要取决于屏幕所处的点位，因此户外 LED 媒体资源大多布局于重点城市的商业繁华地区、核心地标及交通主干道核心路段。针对优势点位，不论是广告点位供应方还是已占据点位的户外 LED 媒体资源拥有者，其租金与承包代理费用上涨趋势明显，对行业内企业经营造成了一定影响。媒体运营商可以通过加大市场推广力度提高媒体销售收入水平、与业主签订长期租赁合同稳定租金等方式来应对租金上涨压力。

2、本行业下游行业情况及其影响

本行业的下游主要包括广告主及广告公司两类。

直接与户外 LED 媒体运营商签署合作协议的广告主由于未选择经由广告公司为其提供广告投放服务，因此可能需要媒体运营商协助其完成媒体策划、广告创意、效果监测等更多的广告延伸服务，这对媒体运营商的技术、创意和制作能力提出了较高的要求。

广告公司，特别是大型 4A 公司由于实力较强、信用较好且掌握一定的广告客户资源，同样是媒体运营商的重要客户。广告公司为了保障其客户广告投放的效果，在选择户外 LED 媒体时倾向于选择资源布局合理、品牌形象良好、服务质量优良的媒体运营商。

（七）行业技术特点及周期性特征

1、行业技术特点

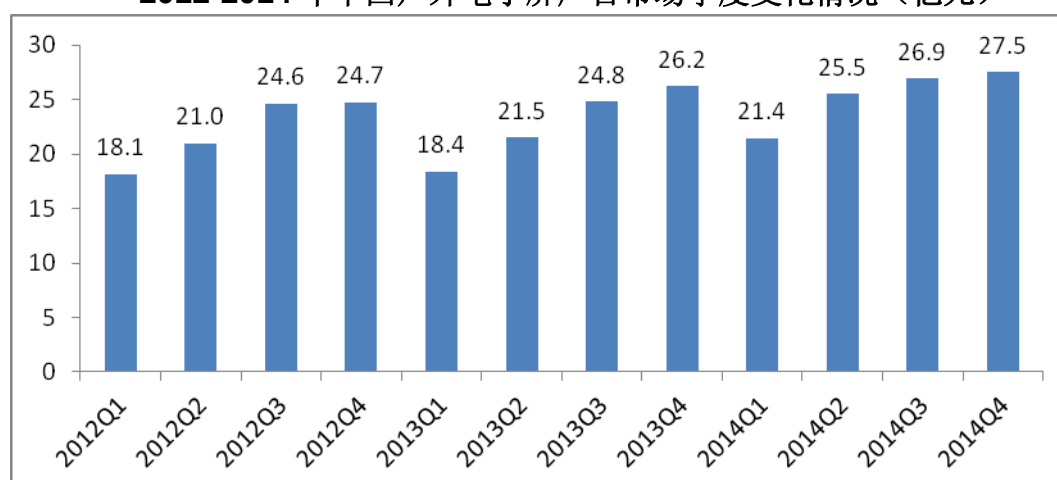
户外 LED 媒体行业相较传统户外媒体对于技术有着更高的要求。LED 技术近几年成长迅速，其亮度高、功耗小、寿命长以及性能稳定等特点带动了 LED 市场快速发展。随着近年来社会对低碳节能的诉求更加迫切，LED 技术的低耗特点逐渐获得政府部门的支持。随着 LED 发光管亮度不断提高、体积不断减小、制造工艺不断提升，户外 LED 显示屏的间距越来越小，显示分辨率越来越高。在 LED 显示屏的技术不断创新进步的情况下，未来户外 LED 媒体呈现的视觉效果也将得到更大的提升，同时能耗成本将得到有效控制。

2、行业周期性与季节性特征

广告行业与宏观经济发展情况具有较高的相关度，长期来看行业周期与经济周期较为吻合。

广告行业收入的季节分布情况取决于广告主广告投放策略的变动，主要影响因素包括：（1）投放广告产品本身销售的季节性因素影响，除持续性销售的产品外，其他产品都会在销售旺季到来前的一段时间开始大规模投放；（2）节假日促销的影响，如五一、国庆和春节前是大部分客户进行广告投放的高峰期。总体而言，客户在每年上半年的投放需求会相对谨慎，广告开支较小，下半年客户通常会逐步加大广告开支。与此对应，媒体运营商下半年的业务收入通常会高于上半年，季节性波动较为明显。户外电子屏媒体市场的季节性变化如下图所示：

2012-2014 年中国户外电子屏广告市场季度变化情况（亿元）



数据来源：易观智库

（八）影响本行业发展的因素

1、有利因素

（1）国民经济持续增长与城镇化进程加快为行业发展奠定基础

户外 LED 媒体行业的发展速度与国家经济发展水平有重要关系。改革开放以来，中国经济持续高速增长，综合国力显著增强，人民生活水平不断提高，这一切为广告行业的高速发展奠定了坚实基础。对于户外 LED 媒体行业而言，城镇化进程的不断深入将使更多的城市具备形成户外 LED 媒体市场的基本条件。同时，居民收入的快速增长将稳步提升消费水平，而消费市场升级有助于吸引更多客户发布广告，从而推动行业的进一步发展。

（2）城市形象建设和文化宣传的需要提升户外 LED 媒体的社会责任

近年来，各城市均十分重视城市形象建设和城市亮化工程，色彩绚丽、亮度适中的户外 LED 媒体可以作为改善和美化城市环境的重要措施，同时亦可达到减少能耗、低碳环保的目的。

另一方面，国内城市对于城市文化建设的重视程度逐渐提高，城市信息发布及城市文化的传播等均需要一个户外媒体平台，从而实现对户外受众的广泛覆盖。户外 LED 媒体的媒体特性十分符合现代城市的这一需要，其凭借自身对城市人群的大范围覆盖和较强的视觉吸引力可承担此社会责任，同时增强政府和民众对户外 LED 媒体的认可度。

（3）广告客户和受众的认可提升户外 LED 媒体地位

户外 LED 媒体以其视觉冲击力较强、表现形式丰富、贴近消费终端等特性实现了市场规模的迅速增长，逐步获得广告客户及消费者的认可，独立的媒体地位已然确立。相比其他传统户外媒体，户外 LED 屏幕因其强烈的视觉冲击力，能够有效吸引户外人群的主动关注。在一线城市的繁华商圈，单块户外 LED 媒体的人群覆盖可达到每日百万人车次级别。预计户外 LED 媒体的优势将为越来越多的广告客户和消费者所接受。

(4) 户外广告市场管理日趋规范，户外 LED 媒体将获得更大发展空间

近年来世博会、亚运会及大运会等大型城市活动的举办为城市景观建设带来了难得的发展机遇，户外广告作为现代城市景观的重要组成部分已逐渐引起各地政府的重视。同时，由于部分城市缺乏对广告喷绘大牌等传统户外媒体的规范，部分此类媒体存在违建、滥建的现象，亟待清理和升级。

在对上述传统户外媒体规范化治理的过程中，政府必然对户外广告的布局、建设、美观度等提出更严格的要求。这为视觉体验突出、可集约化利用公共空间、节能环保的户外 LED 媒体的发展创造了有利环境。因此，户外 LED 媒体作为户外广告业的高端媒体，有望得到政府的鼓励与引导，获得更大的发展空间。

(5) 新技术与户外 LED 媒体的融合带来更多机遇

随着未来技术的不断发展，户外 LED 媒体可以与网络技术、移动互联网技术等融合，使户外 LED 媒体价值进一步得到提高。例如：微信平台互动，通过手机微信应用使参与受众实时与 LED 显示屏上内容进行信息互动，包括抽奖、签到、投票、摇一摇、信息上墙等功能。虚拟影像融入与人体感应技术则可以让受众亲身体验与显示屏内虚拟景物影像的互动，通过专业摄像采集参与者的影像或捕捉其动作，使用定制软硬件处理后可以达到受众可以在显示屏下方隔空与屏幕进行肢体互动的效果。LED 显示屏与手机互动应用技术可以使用参与者手机通过手机 3G/4G 网络与屏幕上内容进行游戏互动，包括简单的竞技，比赛得到可以在实体店兑换的奖励，实现屏上线下的连锁营销。户外 LED 媒体通过场景的融合，可以互动的方式将线下的受众和线上的媒体融合在一起，户外媒体所处的场景，可以更多样化地满足客户在这些场景之下的互动和话题方面的要求。在“互联网+”的时代，户外 LED 媒体多样化的场景是可以给未来客户带来很多前所未有的关注点。

2、不利因素

(1) 广告点位租金提高

随着户外 LED 媒体行业市场不断增长，媒体运营商之间的竞争更加激烈，导致优质广告点位的稀缺性更加凸显，伴随着全社会各项成本较快上涨，企业获取点位资源的租金成本有可能因此大幅提升。尽管 LED 屏幕采购成本随着技术的发展呈下降趋势，但企业总体运营成本仍可能上升，给企业发展造成一定压力。

（2）户外 LED 市场竞争日趋激烈

由于户外 LED 媒体市场监管相对宽松，全国各地产生了大量小型 LED 媒体运营企业，竞争日趋激烈。这种缺乏规范的市场状态不利于行业的长期发展，也容易引来当地政府部门的整改措施。

（3）户外广告相关法律法规有待完善

由于现行户外广告法规和制度大多针对广告喷绘大牌、霓虹灯等传统户外媒体制订，对于户外 LED 媒体等以视频为表现形式的户外新兴媒体无法完全适用。此外，由于我国县（区）级以上政府均有权制订户外广告的具体规范性文件，因此各地对户外广告的管理往往存在差异。目前行业相关法律法规有待进一步优化及完善以支持行业的健康发展。

三、发行人在行业中的竞争地位及竞争优势

（一）发行人在行业中的市场地位

根据易观智库公布的数据，公司在户外电子屏市场的份额如下表所示：

单位：亿元

年份	公司营业收入	户外电子屏广告市场规模	市场占有率
2014	4.41	101.3	4.35%
2013	4.82	90.8	5.31%
2012	4.21	88.3	4.77%

数据来源：易观智库

2014 年度，中国户外电子屏广告市场规模 101.3 亿元，本公司市场占有率 4.35%，公司主要竞争对手香榭丽传媒市场占有率 2.74%，郁金香传媒无公开披露的收入信息。本公司市场占有率在行业内处于较高水平。

1、主要竞争对手简要情况

本公司竞争对手目前主要为其他户外 LED 媒体运营商，具体情况如下表所示：

序号	名称	简介
1	郁金香传媒	郁金香传媒成立于 1998 年，2005 年开始进入户外 LED 媒体行业，郁金香传媒运营的户外 LED 媒体覆盖北京、上海、广州等多个城市，是行业三家主要运营商之一。目前，郁金香传媒为上海新文化传媒集团股份有限公司的全资子公司。
2	香榭丽传媒	香榭丽传媒成立于 2003 年，其以上海为中心，在全国多个城市开展户外 LED 媒体布局，是行业三家主要运营商之一。目前，香榭丽传媒为广东广州日报传媒股份有限公司的全资子公司。

除上述户外 LED 媒体领域的竞争对手外，未来若公司业务拓展至其他户外媒体领域，则相关领域的市场参与者亦可能成为本公司潜在的竞争对手。

（二）发行人的竞争优势

本公司经过数年发展，已经具备了媒体资源、技术、客户服务和人力资源等多方面的竞争优势：

1、以自主运营为主、承包代理为辅的运营模式造就优质、稳定的媒体平台

本公司自创立以来始终坚持以自主运营为主、承包代理为辅的运营模式，相比一般的广告代理模式具有显著优势。

（1）自主运营模式的优势

自主运营模式的核心是掌握媒体的播控权，具有以下五大优势：

1) 媒体资源稳定，可为客户提供更加综合、稳定、一贯的售前、售中、售后服务，有助于与客户建立长期稳定的合作关系，提升客户粘性；

2) 依托播控权, 可为客户提供任意时段、任意位置的个性化播出方式, 更充分的发挥 LED 媒体的传播优势;

3) 通过联播联控技术, 实现客户广告在 LED 联播网的集中控制和统一发布, 大大提高其覆盖能力和影响力;

4) 可为 LED 屏幕设置统一且严格的技术指标, 有助于提升媒体的视觉体验和耐用性, 为客户提供更佳广告发布效果;

5) 对媒体资源的有效控制, 可将不断提高的媒体价值固化在本公司。

本公司目前运营的 64 块 LED 媒体资源中有 59 块为自主运营媒体资源, 自主运营媒体的总面积、屏幕数量、覆盖城市数量等核心指标在行业中均处于领先地位。这种模式最大程度保证了广告客户的利益, 显著提升了客户粘性, 同时为本公司的未来发展带来更广阔的空间, 降低了经营风险。

本公司与主要竞争对手自主运营屏体情况对比

	自有屏体块数	独家代理/买断经营权屏体块数	总面积(m ²)	覆盖城市
凤凰都市传媒 (注 1)	51	8	16,671	北京、上海、广州、深圳、成都等 17 个重点城市
郁金香传媒 (注 2)	24	18	10,996	北京、上海、广州、深圳、成都等 15 个重点城市
香榭丽传媒 (注 3)	16	7	-	北京、上海、广州、深圳等 10 个重点城市

注 1: 本公司屏体块数、面积、覆盖城市系截至 2014 年 12 月 31 日统计数据。

注 2: 根据公开披露资料, 郁金香传媒屏体块数、面积、覆盖城市系截至 2014 年 10 月 20 日统计数据。

注 3: 根据公开披露资料, 香榭丽传媒屏体块数、覆盖城市系截至 2014 年 4 月 19 日统计数据。公开资料未披露其独家代理屏幕总面积。

(2) 承包代理模式的优势

本公司的承包代理模式, 与一般的广告代理模式相比, 具有以下两大核心优势:

1) 本公司承包代理的媒体资源, 拥有除屏幕合作方自营时段之外的独家代理权。在承包代理期间, 除自营时段外, 屏幕合作方不会再向第三方授予代理权, 确保了本公司对承包代理媒体资源的可控性和稳定性;

2) 本公司与屏幕合作方进行了明确的市场和客户划分, 在承包代理期间, 本公司具有外埠客户的独家代理权, 从而避免了市场竞争混乱的状况。

(3) 公司拥有的核心技术及行业内一般应用情况

本公司在户外 LED 联播网、全国监控监测网络、字幕广告编辑发布软件、户外 LED 延伸技术等核心技术领域具行业内领先地位, 主要情况如下:

公司核心技术	公司应用情况	公司具体案例	行业一般应用情况	行业地位
户外 LED 联播网	采用高端播控服务器, 主动命令下发控制, 可以实现远程联播, 统一操控	实现快速上画, 屏幕通过远程统一控制, 全国显示屏同步播放	对 LED 屏幕的操作方式大多数仍以单机操作为主, 上画时间相对较长	自主开发的凤凰 LED 联播网具业内领先地位
全国监控监测网络	已覆盖全国主要点位, 统一并实时监控, 故障响应速度快	客户可以通过微信平台, 实现远程实时监控屏幕状况, 系统自定义隔抓拍照片并自动存档	以单屏监控为主, 实时监控并未普及, 屏幕故障响应时间长	可以使客户实现通过手机 app 实时监控户外广告播放情况, 具业内领先地位
字幕广告编辑发布软件	在发布客户视频广告的同时, 屏幕发布滚动字幕广告或信息, 提高客户的广告效果	实现信息同步滚动, 发布滚动字幕广告, 可以即时推送股市行情、天气等信息	满足字幕基本播放要求, 较难实现字幕信息的全国统一同步推送	由本公司开发, 可显著提升广告效果, 具业内领先地位
户外 LED 延伸技术	与移动互联网紧密联系, 由专业技术团队为客户提供 O2O 解决方案	为客户设计方案, 满足客户对互动营销的需求, 实现 LED 屏幕与手机屏幕互动	仅作为屏体资源提供方, 互动技术多由客户提供	技术团队可以为客户实现线上线下的解决方案, 具业内领先地位

(4) 本公司的运营模式与同行业公司对比

公司坚持以自主运营媒体为主、承包代理媒体为辅的运营模式, 与香榭丽传媒和郁金香传媒户外 LED 媒体运营模式存在一定差异, 具体对比如下:

本公司运营模式	香榭丽传媒运营模式	郁金香传媒运营模式
本公司坚持以自主运营为主、承包代理为辅的运营模式, 核心为	香榭丽传媒通过从资源方获取屏幕资源、利用屏幕资源整合形	郁金香传播主要通过自有屏幕、独家代理屏幕、一般代理屏幕

掌握媒体的播控权,具有媒体资源稳定、个性化播放、集中控制和统一发布、统一且严格的技术指标、媒体资源的有效控制五大优势。	成产品及业务网络、进行客户开发实现销售价值、销售后效果评估四个主要环节来实现公司的运营。	等不同方式取得媒体资源,主要以自营方式开展广告发布业务,另有部分屏幕通过外包给其他方代理方式开展广告发布业务
本公司承包代理的媒体资源,拥有除屏幕合作方自营时段之外的独家代理权,并与屏幕合作方进行了明确的市场和客户划分。	香榭丽对屏幕资源的掌控方式有两种:一是自主经营屏幕,自建或收购 LED 大屏,从而拥有该屏幕使用权;二是与屏幕拥有者采取合作方式,不具有屏幕掌控权,只拥有广告销售权。	郁金香传播有一套完整的屏幕估值模型和刊例价定模型,在广告发布完成之后,根据客户需求提供投放效果评估服务,并根据客户反馈意见及时修订、完善广告投放的整体服务流程。

2、覆盖经济重点城市优质点位的全国 LED 联播网凸显媒体资源优势

媒体资源是户外媒体运营商的核心竞争力。对于传统户外媒体,其广告价值主要来自媒体所处点位的稀缺性。而本公司所构建的户外 LED 媒体,不仅普遍占据经济重点城市的核心点位,更通过联播联控构成统一的户外 LED 联播网,在媒体点位价值的基础上增加了网络价值。

户外 LED 联播网作为一个网络化媒体平台,其价值的提升既来自占据经济重点城市黄金点位的核心媒体发挥的战略支撑作用,也来自其他优质媒体带来的网络覆盖范围和密度的增加。前者高度的媒体稀缺性抬升了联播网的含金量,在联播网规模尚小的阶段对吸引客户发挥了不可替代的作用;后者则通过扩展联播网覆盖范围切实的提升了整体网络价值,两者相辅相成,促进了联播网媒体价值的快速提升。

户外 LED 联播网的重要意义在于,随着联播网规模的不断扩大,网络价值对媒体价值的贡献将日益凸显,这将一定程度上减轻户外媒体对于个别稀缺点位资源的依赖和过度竞争,使公司的发展模式更具有可持续性。

本公司目前已建成覆盖中国 20 个经济重点城市、运营屏幕总数达 64 块的户外 LED 媒体联播网。在媒体资源拓展过程中,本公司始终将城市核心商圈、中央商务区、交通干道核心路段的优质点位资源作为拓展目标,屏幕建设位置普遍具有重要、显著、稀缺的核心特征。特别是在北京、上海、广州、深圳、成都等 5 个广告市场规模较大的城市,本公司的屏幕数量达到 34 块,且均处于优质

点位，对联播网形成有力的战略支撑。其他 30 块屏幕则覆盖国内其他 15 个经济重点城市，对联播网的扩展起到了重要作用。

公司的优质媒体网络能够满足包括知名企业以及 4A 公司在内的各类广告客户的需求，形成了不可复制的资源优势。

3、领先的技术开发及应用能力深入挖掘媒体价值

户外 LED 媒体行业虽然应用了先进的 LED 显示技术，但行业的发展和媒体价值的深入发掘仍需持续的技术创新和升级。本公司依靠领先的技术实力，自主研发了 LED 屏幕联播联控系统、网络监控系统等构成运营模式基础的技术。同时，公司率先将互动技术与户外 LED 媒体结合，实现了信息在媒体与受众之间的双向传播，使得各种独特的互动式广告创意得以实现。

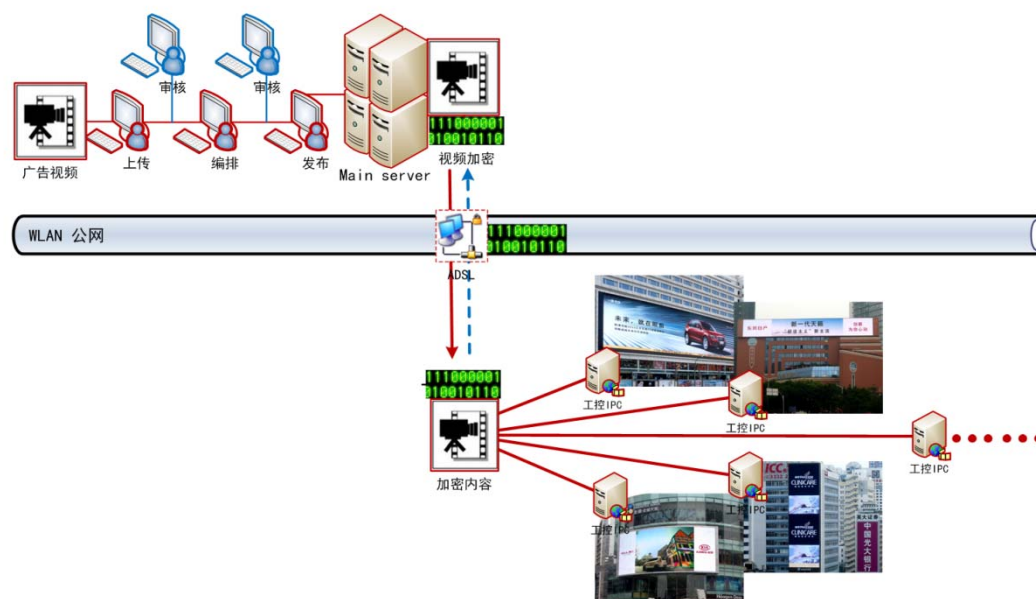
（1）公司建成了深度融合网络功能的 LED 联播网

目前部分媒体运营商对 LED 屏幕的操作方式仍以单屏操作为主，即每块屏幕广告内容的更新均需单屏逐一手动进行，并且缺少对屏幕运行状态的远程统一控制，导致运营效率较低、故障响应速度较慢、对播放内容的安全控制能力较弱。

本公司自主研发的户外 LED 屏幕联播联控系统将 LED 媒体与网络技术深度融合，由此构建的户外 LED 联播网彻底改变了传统的媒体运营方式。得益于以自主运营媒体为主的运营模式，公司可以通过统一的数据接口将全国范围内各自独立的媒体连结起来，仅用一组中控服务器即可实现对联播网中所有屏幕的远程控制，包括：广告视频快速远程发布、指定屏幕的同步播放、实时调整广告排期表、实时及定时远程开关屏幕、调节屏幕亮度及色彩、输出信号加密及解密控制等多项功能。

通过这一系统，公司对联播网具有完全的控制权，可以配合广告客户精准锁定目标市场、灵活选择投放地点和投放时间，优化广告传播效果。例如某连锁快餐企业在早餐时段选择在其门店附近的屏幕进行集中广告投放，促使受众选择其早餐，将广告提示作用直接转化为消费行为。

联播联控技术示意图如下图所示：



在联播联控系统的基础上，为了保障媒体使用的安全性与稳定性，本公司开发了功能完善的网络监控系统，通过网络传输技术对广告播出情况进行监控，包括：实时或定时远程截取屏幕画面播放情况；实时监测屏幕运行状态，如屏体温度、软件运行状况、故障指示等。网络监控系统的使用，一方面大幅度提高了公司对 LED 屏幕的故障响应速度；另一方面使客户可以直观监测广告播出情况和效果，提升了客户对户外 LED 媒体的信任度。

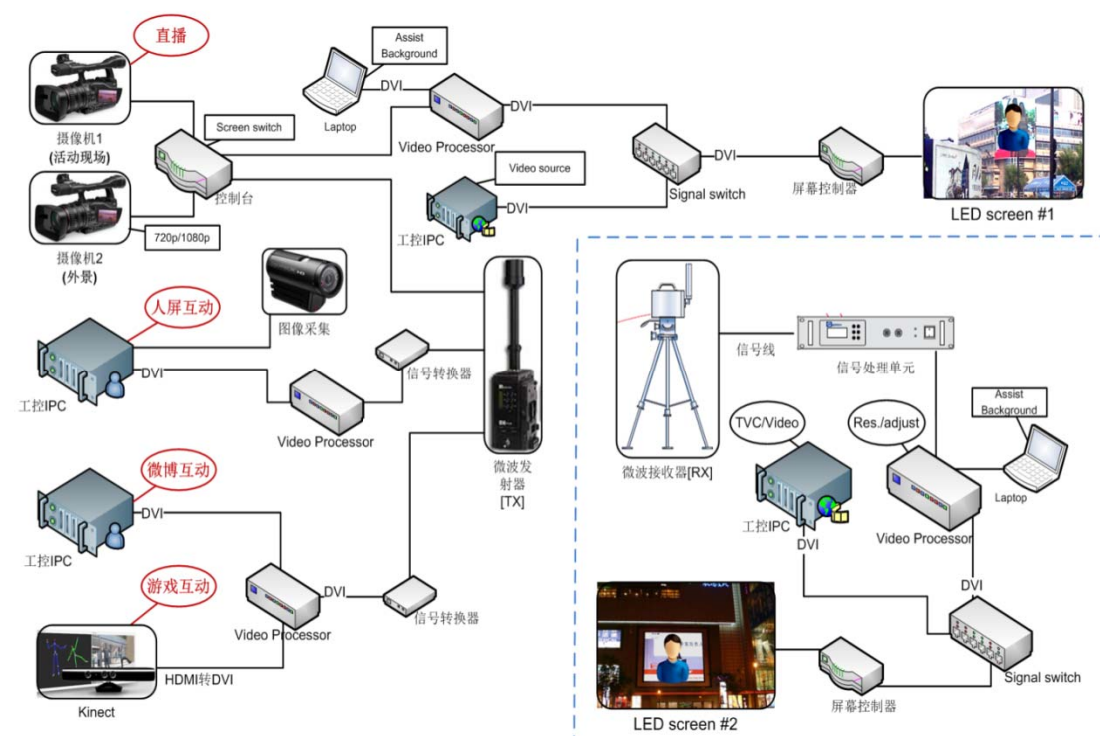
联播联控系统与网络监控系统的应用使公司的户外 LED 联播网具备了真正意义上的网络化特征，使得户外 LED 媒体的网络价值更为突出。同时，上述技术提升了公司整体运营效率和播控水平，满足了客户对于广告时效性和投放精准性的需求。此外能够有效控制与监测传播内容，提高了播放的安全性和故障响应速度。

（2）公司率先将互动技术应用于户外 LED 媒体

公司借助人屏互动技术突破了传统户外媒体向受众单向传播资讯的模式，使全新的双向沟通模式成为可能。通过综合运用人体动作捕捉设备、摄像设备、图像处理技术和无线网络传输技术等，受众可以肢体语言远程向 LED 屏幕发送动作指令，控制屏幕画面的变化，受众的形象也可结合现实或虚拟的背景呈现于屏幕之上。此外，户外 LED 媒体也可与手机媒体以及网络媒体结合，使受众可以

使用手机等随身设备与 LED 媒体之间实现互动，如发送祝福信息、分享消费感受等。

互动技术的应用可以将 LED 联播网的广告发布和现场营销有效结合在一起，策划趣味性强、创意新颖、富有感染力的营销活动，并通过电视、网络等其他媒体的二次传播产生更大范围的传播效应。这种综合运用多种传播媒介和手段的营销模式是广告行业未来的发展方向。互动技术示意图如下：



目前，公司已具备的户外 LED 延伸互动技术包括：微信互动信息上屏、微博互动信息上屏、在 LED 大屏幕上显示二维码或配合客户现有 APP 的互动。随着移动互联网的蓬勃发展和广泛应用，微博、微信的信息扩散能力呈指数增长，而二维码、ibeacon、APP 等则成为商家以移动无线通信方式获取业务和服务的重要途径。互联网的技术、平台、商业模式、应用与移动通信技术结合，是大势所趋。公司借力移动互联网技术，定位于数量庞大的移动网络用户群，为客户和消费者之间的互动搭建桥梁。

而在未来，公司将进一步推广双屏同步互动及人屏融合技术，配合品牌整体营销，进行互动式创新户外宣传，通过制造受众兴趣点完成品牌宣传、消费刺激

并形成二次传播扩散。

4、专业化、精细化的客户服务优势

在售前环节，公司注重与客户的沟通。公司在全国各地建立了专业的销售团队，形成了强大的销售合力。各部门均以满足客户的需求为己任，在充分了解客户所处行业、品牌状况和产品定位的基础上，根据客户的广告传播需求，为客户度身定制高效合理的媒介投放策略和投播计划；在售中环节，公司为客户提供专业的广告策划、创意与制作服务。公司服务团队通过创意精准表达客户核心诉求，为客户制作适合于户外 LED 媒体特征的专属广告片，最大程度地提升了客户的广告投放效果；在售中环节，公司为客户提供网络监控服务及独立第三方监测服务，使客户能够随时监测广告发布情况，同时率先推出国内首款基于微信的“凤凰都市传媒服务平台”，对售后监测提供数字化解决方案。同时，公司不断完善针对户外 LED 媒体的广告效果评估体系，更准确的反映其广告传播价值，吸引客户加大广告投放力度。

专业的服务理念铸就了公司与客户间的可持续发展关系，公司目前已拥有了一大批忠诚的优质客户，如中国银行、交通银行、太平人寿、一汽大众、中国移动、中国电信、泸州老窖、劲酒、欧莱雅、瑞士钟表集团、加多宝、苏宁电器等。

5、人力资源优势

广告媒体运营公司最重要的竞争力之一便是人才，优秀的团队和完善的人力资源体系是公司持续发展的关键因素。本公司所倡导的职业经理人文化和完善的激励机制，吸引了一批拥有丰富的从业经验和较强的业内影响力的优秀人才，在媒体资源获取、广告销售、LED 相关技术开发运用、广告创意制作等不同领域发挥了重要作用。公司同时制定了一套有针对性的人才培养制度，构建了稳定且富有竞争力的人力资源体系。

6、公司治理及管理优势

本公司的间接控股股东凤凰卫视作为香港上市公司，经过多年运营已经形成了较为成熟和规范的公司治理结构。本公司作为其下属企业，自设立起就按照较

高的公司治理标准进行规范经营。在相关法律法规相对滞后的户外广告行业中，这样的治理结构有效降低了公司的经营风险。

四、发行人主营业务的具体情况

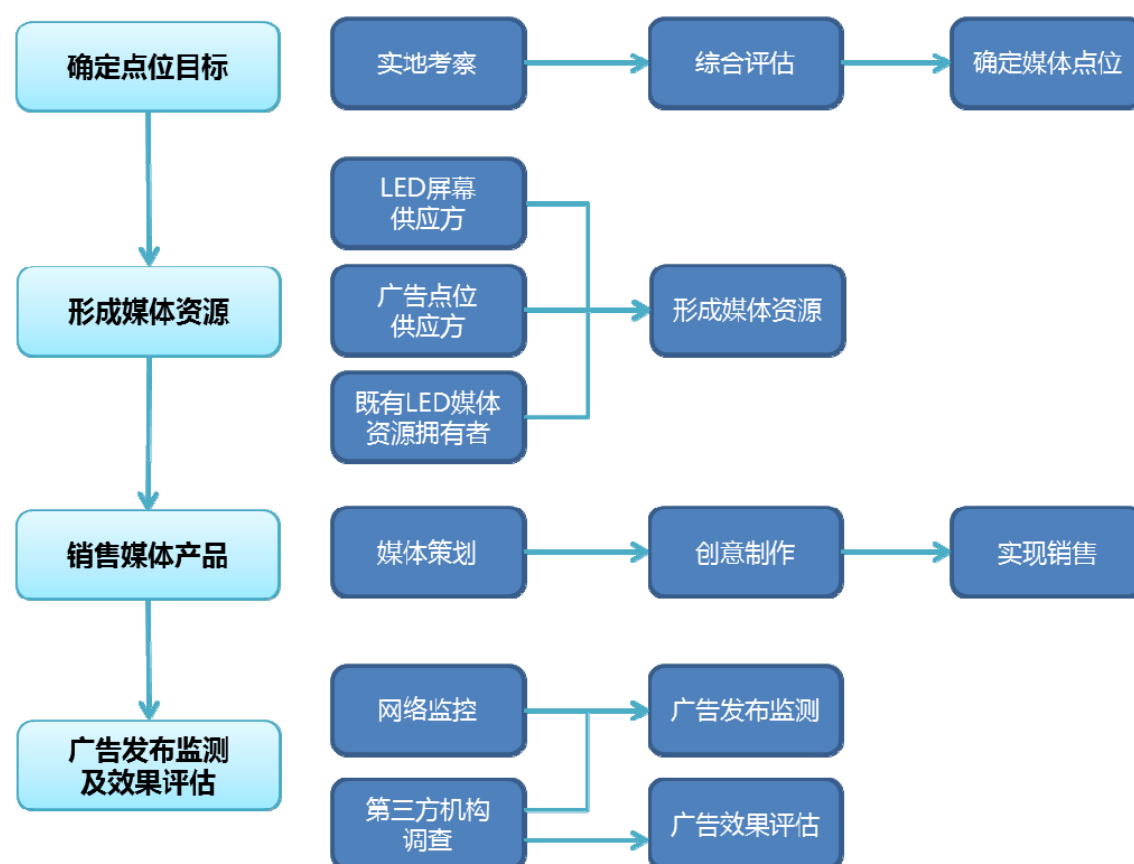
（一）主营业务基本情况

1、户外 LED 媒体运营业务

本公司主要从事的户外 LED 媒体运营业务是通过在城市核心地段建设大型户外 LED 屏幕，构成全国性 LED 媒体网络，以此为平台为客户提供媒体策划、广告创意、广告制作、广告发布及效果评估等一系列广告服务。

公司自设立以来即专注于户外 LED 媒体运营业务，至今已形成了一套完整的媒体运营体系。公司已建成国内领先的户外 LED 联播网。运营屏幕总数达 64 块，总面积超过 15,000 平方米，覆盖中国 20 个经济重点城市，媒体所处点位均具有重要、显著、稀缺的核心特征。公司坚持以自主运营媒体为主、承包代理媒体为辅的运营模式，自主运营媒体的数量达到 59 块，其数量、总面积及覆盖城市数量等核心指标均处于行业前列。此外，本公司通过承包代理方式经营 5 块户外 LED 媒体。

本公司户外 LED 媒体运营业务的商业模式及流程如下图所示：



(1) 确定媒体点位目标

公司采用一套综合价值评估体系用以判断屏幕资源点位的媒体价值，包括城市经济发展水平、区域人车流量、区域人均消费水平、区域人均停留时间、可视角度、可视距离等。上述评估体系结合了客观数据分析及专业人员的经验判断，使公司可对指定区域内最具广告价值的屏幕点位作出准确判断，进而开展资源获取工作。

(2) 形成媒体资源

公司主要通过与媒体点位供应方（包括物业业主、物业公司及其授权经营单位）签订租赁协议的方式获取点位资源。在获取屏幕点位后，公司以招标方式选定 LED 屏幕设备供应商建设屏幕，最终形成 LED 媒体资源。公司通过对屏幕设备技术指标和软件接口的定制，使每块屏幕具有统一的技术标准，并接入公司的户外 LED 媒体联播网，逐步实现媒体网络的扩张和升级。

此外，公司亦与现有 LED 媒体资源的拥有者合作经营，承包其媒体资源的全部或部分播放时段进行对外销售。

（3）销售媒体产品

公司通过向广告主和广告公司销售各类媒体产品实现户外 LED 媒体价值。公司在全国各地建立了多支专业销售团队，并且拥有了针对知名企业进行营销服务的大客户业务部。此外，公司也为广告主提供媒介策划、广告创意、广告制作等延伸服务。

（4）广告发布情况监测及广告效果评估

本公司通过自有监控体系以及第三方专业调查公司出具的广告监测报告和广告发布效果调研报告，对广告发布情况进行监测，并对 LED 媒体价值及广告效果进行评估。

2、户外喷绘大牌及灯箱运营业务

本业务通过在城市核心地段建设户外喷绘大牌及灯箱，为客户提供媒体策划、广告制作、广告发布等一系列广告服务。此项业务作为公司户外 LED 媒体运营业务的补充和过渡，主要用于预先占据具有媒体开发潜力的点位，待后续市场时机成熟时再逐步改建为 LED 屏幕。截至 2015 年 3 月 31 日，本公司运营的户外喷绘大牌及灯箱 12 块，具体情况请见本节“六、主要经营资产情况”之“（二）本公司运营的媒体资源情况”之“3. 户外喷绘广告牌及灯箱”。

（二）发行人主要销售情况

1、销售模式

公司所提供的广告发布服务是以户外 LED 媒体的广告发布时段作为基础销售产品。公司以户外 LED 联播网为整体进行销售，各地销售团队均有权销售联播网内的任意媒体资源，本公司总部负责总体协调。

本公司以周为基本销售单位，一个销售单位内单日播放 60 次，每次播放 5 秒、15 秒和 30 秒的广告时间。定价以 LED 媒体的点位价值为基础，参考同区

域类似媒体的市场价格，同时综合考虑资源稀缺性、周边人车流量、客户接受度等因素，制定对外刊例价，并以一定的折扣进行销售。在此基础上，公司还根据不同客户的需求设计了“实效 100”及“城市之钟”两种定制化的广告产品。前者是通过合理排期保证同一客户两条广告的播放间隔少于 100 秒，目的是保证客户广告效果，提高广告的有效到达率，体现广告实效。后者是依托设立于都市地标性建筑的 LED 媒体，创造“为城市报时”的概念，将企业品牌与城市形象建立关联，对客户（特别是钟表类客户）起到品牌和产品形象推广的作用。

公司目前采取直客销售和渠道销售相结合的销售模式。其中，直客销售是指公司直接对广告主进行营销，并最终与其签订合同的销售方式；渠道销售是指公司对广告公司营销，或与广告公司共同对广告主进行营销，并最终与广告公司签订合同的销售方式。

公司对各区域的广告销售实行统一管理分级负责。公司总部对销售价格、客户管理、区域销售团队间业务协调等日常事务做出决策，区域销售团队在公司授权范围内管理本区域的销售业务。此外，公司为了强化直客销售成立了大客户业务部，统一负责对具有行业影响力和知名度的大客户进行营销服务。具体职能包括客户开拓、客户提案、客户维护以及后台支持等。

2、发行人主营业务构成及主要服务的营业额

报告期内，公司主营业务收入情况如下表所示：

单位：万元

行业名称	2014 年		2013 年		2012 年	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
户外 LED 媒体	42,328.44	96.41%	46,713.88	96.96%	41,129.41	97.61%
户外喷绘大牌及灯箱	1,577.99	3.59%	1,465.69	3.14%	1,005.69	2.39%
合计	43,906.43	100.00%	48,179.57	100.00%	42,135.10	100.00%

公司以广告发布时段作为销售产品，报告期内，公司可供销售的媒体时段资源及实际销售情况如下表所示：

项目	2014 年	2013 年	2012 年

可供销售总时长（秒）	1,073,411,820	1,012,529,700	848,228,190
商业广告时长（秒）	325,344,985	362,512,906	324,474,108
占播率	30.31%	35.80%	38.25%
每秒销售收入（元）	1.30	1.29	1.27

3、发行人服务的主要客户群体

户外 LED 媒体在户外广告媒体中定位较为高端，同时又能够覆盖大量消费能力较高的受众，因此本公司主要为各类注重品牌建设的大中型企业提供中高端品牌及产品的营销推广活动。主要服务行业包括汽车、金融、酒类、高端消费品、通讯及 IT、快速消费品、家电、房地产等行业，特别是在汽车、金融、酒类与高端消费品行业，本公司赢得了客户的高度信赖，广告投放规模相对较高。

4、主要客户销售情况

（1）前五大客户情况

2014 年度前五大客户销售情况如下：

序号	客户名称	销售收入（万元）	主要采购的产品或服务
1	WPP 集团下属公司	7,057.61	基于户外 LED 媒体广告发布时段的广告播放服务
2	安吉斯集团下属公司	2,723.22	基于户外 LED 媒体广告发布时段的广告播放服务
3	阳狮集团下属公司	1,547.82	基于户外 LED 媒体广告发布时段的广告播放服务
4	太平人寿保险有限公司	1,415.09	基于户外 LED 媒体广告发布时段的广告播放服务
5	一汽-大众销售有限责任公司	1,303.64	基于户外 LED 媒体广告发布时段的广告播放服务
合计		14,047.38	-

2014 年度前五大客户交易往来的具体情况如下：

序号	客户名称	签约单位	终端客户	销售收入（万元）	占当期营业收入比例
1	WPP 集团下属公司	凯帝珂广告（上	H&M	763.86	1.73%

			法国航空	127.47	0.29%
			芬兰旅游局	45.54	0.10%
			观致汽车	385.10	0.87%
			汉莎航空	870.52	1.97%
			林肯	96.51	0.22%
			日立	66.83	0.15%
			瑞表集团	2,755.85	6.25%
			雅培奶粉	184.48	0.42%
			英国旅游局	78.99	0.18%
	凯帝珂广告（上海）有限公司北京分公司	奔驰	19.47	0.04%	
		大众	51.62	0.12%	
		乐高	40.64	0.09%	
		美国航空	86.04	0.20%	
		秘鲁旅游局	16.75	0.04%	
		胜安航空	8.68	0.02%	
		中国联通华盛	327.55	0.74%	
		凯帝珂广告（上海）有限公司广州分公司	CK	60.15	0.14%
	安利		350.25	0.79%	
	群邑（上海）广告有限公司	欧莱雅	719.04	1.63%	
		瑞表集团	2.26	0.01%	
	合计	-	-	7,057.61	16.01%
2	安吉斯集团下属公司	北京博视得广告有限公司	阿迪达斯	548.71	1.24%
			宝马	409.22	0.93%
			保乐力加	34.42	0.08%
			本田技研	214.25	0.49%
			博柏利	537.98	1.22%
			可口可乐	27.60	0.06%
			日本丰田	84.00	0.19%
			双立人	22.89	0.05%
			一汽丰田	226.64	0.51%
		北京电通广告有限公司	日本丰田	451.74	1.02%
			一汽丰田	153.38	0.35%
		广东凯络广告有限公司上海分公司	阿迪达斯	12.41	0.03%
			合计	-	-
3	阳狮集团下属公司	阳狮广告有限公司上海静安分公司	NEWLOOK	6.34	0.01%

			娇韵诗	61.13	0.14%
	盛世长城国际广 告有限公司		雷克萨斯	51.32	0.12%
	盛世长城国际广 告有限公司上海 第二分公司		PUMA	154.75	0.35%
			施华洛世奇	453.77	1.03%
			西门子	113.26	0.26%
	盛世长城国际广 告有限公司上海 分公司		宝格丽	45.02	0.10%
			迪奥	26.43	0.06%
			纪梵希	15.02	0.03%
			娇兰	31.88	0.07%
			施华洛世奇	21.79	0.05%
	上海李奥贝纳广 告有限公司		百威啤酒	10.19	0.02%
			帝亚吉欧	252.80	0.57%
	上海李奥贝纳广 告有限公司北京 分公司		MM 豆	22.90	0.05%
			三星	262.08	0.59%
			印尼鹰航	19.13	0.04%
	合计	-	-	1,547.82	3.51%
4	太平人寿保险有限公司	太平人寿保险有 限公司	太平人寿	1,415.09	3.21%
5	一汽-大众销售有限责任公司	一汽-大众销售有 限责任公司	一汽大众	1,303.64	2.96%
	合计	-	-	14,047.38	31.86%

2013 年度前五大客户销售情况如下：

序号	客户名称	销售收入（万元）	主要采购的产品或服务
1	WPP 集团下属公司	5,663.40	基于户外 LED 媒体广告发布 时段的广告播放服务
2	一汽-大众销售有限责任公司	2,559.28	基于户外 LED 媒体广告发布 时段的广告播放服务
3	北京恒美广告有限公司及其分公司	1,986.59	基于户外 LED 媒体广告发布 时段的广告播放服务
4	太平人寿保险有限公司	1,882.31	基于户外 LED 媒体广告发布 时段的广告播放服务
5	安吉斯集团下属公司	1,632.58	基于户外 LED 媒体广告发布 时段的广告播放服务
	合计	13,724.16	

2013 年度前五大客户交易往来的具体情况如下：

序号	客户名称	签约单位	终端客户	销售收入 (万元)	占当期营业收入比 例
1	WPP 集团下属公司	凯帝珂广告（上海）有限公司	H&M	417.56	0.87%
			Lee	175.86	0.37%
			MIDO	159.91	0.33%
			爱步	67.86	0.14%
			百威啤酒	47.73	0.10%
			福特	134.19	0.28%
			观致汽车	55.38	0.11%
			哈尔滨啤酒	96.57	0.20%
			汉莎航空	456.45	0.95%
			耐克	101.05	0.21%
			瑞表集团	2,570.54	5.34%
			香奈儿	76.42	0.16%
		凯帝珂广告（上海）有限公司北京分公司	红牛	29.98	0.06%
			壳牌	299.20	0.62%
			乐高	19.25	0.04%
			微软	184.53	0.38%
			中国联通	66.26	0.14%
		群邑（上海）广告有限公司	欧莱雅	704.66	1.46%
	合计	-	-	5,663.40	11.75%
2	一汽-大众销售有限责任公司	一汽-大众销售有限责任公司	一汽大众	2,559.28	5.31%
3	北京恒美广告有限公司	北京恒美广告有限公司	Sony	177.34	0.37%
			电信	6.36	0.01%
			中国电信	491.23	1.02%
		北京恒美广告有限公司上海分公司	Bobbi Brown	6.68	0.01%
			SONY	125.50	0.26%
			澳大利亚旅游局	98.42	0.20%
			澳州旅游局	270.34	0.56%
			百事	86.85	0.18%
			保时捷	69.79	0.14%
			迪士尼	76.98	0.16%
			李维斯	347.15	0.72%
			强生	11.32	0.02%
			雅诗兰黛	34.11	0.07%

			渣打银行	184.53	0.38%
	合计	-	-	1,986.60	4.12%
4	太平人寿保险有限公司	太平人寿保险有限公司	太平人寿	1,882.31	3.91%
5	安吉斯集团下属公司	北京博视得广告有限公司	阿迪达斯	75.85	0.16%
			宝马	416.09	0.86%
			博柏利	88.50	0.18%
			范思哲	17.45	0.04%
			可口可乐	14.55	0.03%
			芝华士	119.81	0.25%
		凯伦广告传媒(北京)有限公司	宝马	258.77	0.54%
			迪士尼	19.02	0.04%
			俄罗斯航空	22.26	0.05%
			可口可乐	6.51	0.01%
			芝华士	51.13	0.11%
		广东凯络广告有限公司上海分公司	阿迪达斯	542.63	1.13%
	合计	-	-	1,632.58	3.39%
	合计	-	-	13,724.16	28.49%

2012 年度前五大客户销售情况如下:

序号	客户名称	销售收入(万元)	主要采购的产品或服务
1	WPP 集团下属公司	4,230.24	基于户外 LED 媒体广告发布时段的广告播放服务
2	一汽-大众销售有限责任公司	1,765.83	基于户外 LED 媒体广告发布时段的广告播放服务
3	阳狮集团下属公司	1,400.41	基于户外 LED 媒体广告发布时段的广告播放服务
4	安吉斯集团下属公司	1,365.69	基于户外 LED 媒体广告发布时段的广告播放服务
5	泸州老窖柒泉营销华北酒业股份有限公司	1,349.73	基于户外 LED 媒体广告发布时段的广告播放服务
	合计	10,111.90	

2012 年度前五大客户交易往来的具体情况如下:

序号	客户名称	签约单位	终端客户	销售收入(万元)	占当期营业收入比例

1	WPP 集团下属公司	凯帝珂广告（上海）有限公司	GAP	107.14	0.25%
			H&M	489.56	1.16%
			Lee	122.18	0.29%
			阿联酋航空	35.16	0.08%
			东风雪铁龙	43.60	0.10%
			汉莎航空	344.96	0.82%
			汇丰银行	41.33	0.10%
			进口福特	131.76	0.31%
			肯德基	194.25	0.46%
			日立	22.75	0.05%
			瑞表集团	1367.85	3.25%
			天梭	182.10	0.43%
			香奈儿	2.98	0.01%
			星巴克	19.24	0.05%
		凯帝珂广告（上海）有限公司北京分公司	LG	8.38	0.02%
			奔驰	2.50	0.01%
			红牛	80.43	0.19%
			进口大众	155.07	0.37%
			壳牌	6.40	0.02%
			乐高	55.02	0.13%
			摩托罗拉	10.32	0.02%
			微软	87.62	0.21%
			中国联通	75.24	0.18%
		凯帝珂广告（上海）有限公司广州分公司	CK	71.48	0.17%
			广东发展银行	43.00	0.10%
			广东银行	25.80	0.06%
		群邑（上海）广告有限公司	欧莱雅	504.11	1.20%
合计	-		-	4,230.24	10.04%
2	一汽-大众销售有限责任公司	一汽-大众销售有限责任公司	-	1,765.83	4.19%
3	阳狮集团下属公司	盛世长城国际广告有限公司上海第二分公司	皇家加勒比	19.32	0.05%
			交通银行	287.40	0.68%
			施华洛世奇	97.96	0.23%
		盛世长城国际广告有限公司上海分公司	迪奥	140.04	0.33%
			轩尼诗	68.16	0.16%

		上海李奥贝纳 广告有限公司 北京分公司	雷克萨斯	75.40	0.18%
			三星	712.12	1.69%
	合计	-	-	1,400.41	3.32%
4	安吉斯集团下属公司	凯伦广告传媒 (北京)有限公 司	PT	120.00	0.28%
			安利	74.11	0.18%
			宝马	74.94	0.18%
			保乐力加	28.13	0.07%
			迪士尼	130.43	0.31%
			飞利浦	151.73	0.36%
			可口可乐	132.66	0.31%
			尼康	167.49	0.40%
			诺基亚	77.00	0.18%
		广东凯络广告 有限公司上海 分公司	阿迪达斯	409.19	0.97%
	合计	-	-	1,365.69	3.24%
5	泸州老窖柒泉营销华北酒 业股份有限公司	泸州老窖柒泉 营销华北酒业 股份有限公司	-	1,349.73	3.20%
	合计	-	-	10,111.90	24.00%

其中，WPP 集团下属公司包括凯帝珂广告（上海）有限公司和群邑（上海）广告有限公司；安吉斯集团下属公司包括凯伦广告传媒（北京）有限公司、北京博视得广告有限公司、北京电通广告有限公司和广东凯络广告有限公司及其分公司等；阳狮集团下属公司包括盛世长城国际广告有限公司、上海李奥贝纳广告有限公司和阳狮广告有限公司等。

报告期内，本公司不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50%或严重依赖于少数客户的情况。本公司不存在董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有本公司 5%以上股份的股东在前五名销售客户占有权益的情况。

（2）前五大直接客户情况

2014 年度前五大直接客户销售情况如下：

序号	客户名称	销售收入（万元）	占当期营业收入比例
1	太平人寿保险有限公司	1,415.09	3.21%
2	一汽-大众销售有限责任公司	1,303.64	2.96%
3	交通银行股份有限公司	1,149.18	2.61%
4	周生生（中国）商业有限公司及其分公司	1,028.48	2.33%
5	湖北劲牌保健酒业有限公司	971.80	2.20%
合计		5,868.19	13.31%

2013 年度前五大直接客户销售情况如下：

序号	客户名称	销售收入（万元）	占当期营业收入比例
1	一汽-大众销售有限责任公司	2,559.28	5.31%
2	太平人寿保险有限公司	1,882.31	3.91%
3	交通银行股份有限公司	1,343.44	2.79%
4	杭州萧山振华广告有限公司	1,054.56	2.19%
5	湖北劲牌保健酒业有限公司	974.12	2.02%
合计		7,813.71	16.22%

2012 年度前五大直接客户销售情况如下：

序号	客户名称	销售收入（万元）	占当年营业收入比例
1	一汽-大众销售有限责任公司	1,765.83	4.19%
2	泸州老窖柒泉营销华北酒业股份有限公司	1,349.73	3.20%
3	加多宝（中国）饮料有限公司及其子公司	1,241.42	2.95%
4	太平人寿保险有限公司	1,011.25	2.40%
5	湖北劲牌保健酒业有限公司	985.05	2.34%
合计		6,353.28	15.08%

（3）前五大渠道客户情况

2014 年度前五大渠道客户销售情况如下：

序号	客户名称	销售收入（万元）	占当期营业收入比例
1	WPP 集团下属公司	7,057.61	16.01%
2	安吉斯集团下属公司	2,723.22	6.18%
3	阳狮集团下属公司	1,547.82	3.51%
4	北京恒美广告有限公司及其分公司	1,027.27	2.33%
5	广东省广博报堂广告有限公司	973.62	2.21%
合计		13,329.54	30.23%

2014 年度前五大渠道客户交易往来的具体情况如下：

序号	客户名称	签约单位	终端客户	销售收入 （万元）	占当期营业收入比 例
1	WPP集团下属公司 凯帝珂广告（上海）有限公司	凯帝珂广告（上海）有限公司	H&M	763.86	1.73%
			法国航空	127.47	0.29%
			芬兰旅游局	45.54	0.10%
			观致汽车	385.10	0.87%
			汉莎航空	870.52	1.97%
			林肯	96.51	0.22%
			日立	66.83	0.15%
			瑞表集团	2,755.85	6.25%
			雅培奶粉	184.48	0.42%
			英国旅游局	78.99	0.18%
		凯帝珂广告（上海）有限公司北京分公司	奔驰	19.47	0.04%
			大众	51.62	0.12%
			乐高	40.64	0.09%
			美国航空	86.04	0.20%
			秘鲁旅游局	16.75	0.04%
			胜安航空	8.68	0.02%
			中国联通华盛	327.55	0.74%
		凯帝珂广告（上海）有限公司广州分公司	CK	60.15	0.14%
			安利	350.25	0.79%
		群邑（上海）广告有限公司	欧莱雅	719.04	1.63%
			瑞表集团	2.26	0.01%
合计		-	-	7,057.61	16.01%
2	安吉斯集团下属公司	北京博视得广告有限公司	阿迪达斯	548.71	1.24%
			宝马	409.22	0.93%
			保乐力加	34.42	0.08%
			本田技研	214.25	0.49%
			博柏利	537.98	1.22%
			可口可乐	27.60	0.06%
			日本丰田	84.00	0.19%
			双立人	22.89	0.05%
			一汽丰田	226.64	0.51%
		北京电通广告有限公司	日本丰田	451.74	1.02%
			一汽丰田	153.38	0.35%
		广东凯络广告有限公司上海分公司	阿迪达斯	12.41	0.03%

	合计	-	-	2,723.22	6.18%
3	阳狮集团下属公司	阳狮广告有限公司上海静安分公司	NEWLOOK	6.34	0.01%
			娇韵诗	61.13	0.14%
		盛世长城国际广告有限公司	雷克萨斯	51.32	0.12%
		盛世长城国际广告有限公司上海第二分公司	PUMA	154.75	0.35%
			施华洛世奇	453.77	1.03%
			西门子	113.26	0.26%
		盛世长城国际广告有限公司上海分公司	宝格丽	45.02	0.10%
			迪奥	26.43	0.06%
			纪梵希	15.02	0.03%
			娇兰	31.88	0.07%
			施华洛世奇	21.79	0.05%
		上海李奥贝纳广告有限公司	百威啤酒	10.19	0.02%
			帝亚吉欧	252.80	0.57%
		上海李奥贝纳广告有限公司北京分公司	MM 豆	22.90	0.05%
			三星	262.08	0.59%
			印尼鹰航	19.13	0.04%
	合计	-	-	1,547.82	3.51%
4	北京恒美广告有限公司及其分公司	北京恒美广告有限公司	电信	13.43	0.03%
			东风标致	132.08	0.30%
			雅顿	36.28	0.08%
		北京恒美广告有限公司上海分公司	DS	107.56	0.24%
			SONY	1.76	0.00%
			澳洲旅游局	114.53	0.26%
			迪士尼	153.74	0.35%
			雷朋	79.34	0.18%
			李维斯	127.35	0.29%
			玛莎拉蒂	16.02	0.04%
			索尼	105.13	0.24%
			谢瑞麟	39.78	0.09%
			雅诗兰黛	73.58	0.17%
			渣打银行	26.70	0.06%
	合计	-	-	1,027.27	2.33%
5	广东省广博报堂广告有限公司	广东省广博报堂广告有限公司/广汽本田汽车有限公司	广汽本田	973.62	2.21%
	合计	-	-	13,329.54	30.23%

2013 年度前五大渠道客户销售情况如下：

序号	客户名称	销售收入（万元）	占当年营业收入比例
1	WPP 集团下属公司	5,663.40	11.75%
2	北京恒美广告有限公司及其分公司	1,986.60	4.12%
3	安吉斯媒体下属公司	1,632.58	3.39%
4	阳狮集团下属公司	1,589.26	3.30%
5	广州千弘广告有限公司	1,509.43	3.13%
合计		12,381.27	25.70%

2013 年度前五大渠道客户交易往来的具体情况如下：

序号	客户名称	签约单位	终端客户	销售收入（万元）	占当期营业收入比例
1	WPP 集团下属公司	凯帝珂广告（上海）有限公司	H&M	417.56	0.87%
			Lee	175.86	0.37%
			MIDO	159.91	0.33%
			爱步	67.86	0.14%
			百威啤酒	47.73	0.10%
			福特	134.19	0.28%
			观致汽车	55.38	0.11%
			哈尔滨啤酒	96.57	0.20%
			汉莎航空	456.45	0.95%
			耐克	101.05	0.21%
			瑞表集团	2,570.54	5.34%
			香奈儿	76.42	0.16%
		凯帝珂广告（上海）有限公司北京分公司	红牛	29.98	0.06%
			壳牌	299.20	0.62%
			乐高	19.25	0.04%
			微软	184.53	0.38%
		群邑（上海）广告有限公司	中国联通	66.26	0.14%
			欧莱雅	704.66	1.46%
	合计	-	-	5,663.40	11.75%
2	北京恒美广告有限公司	北京恒美广告有限公司	Sony	177.34	0.37%
			电信	6.36	0.01%
			中国电信	491.23	1.02%

		北京恒美广告有限公司上海分公司	Bobbi Brown	6.68	0.01%
			SONY	125.50	0.26%
			澳大利亚旅游局	98.42	0.20%
			澳州旅游局	270.34	0.56%
			百事	86.85	0.18%
			保时捷	69.79	0.14%
			迪士尼	76.98	0.16%
			李维斯	347.15	0.72%
			强生	11.32	0.02%
			雅诗兰黛	34.11	0.07%
			渣打银行	184.53	0.38%
	合计	-	-	1,986.60	4.12%
3	安吉斯集团下属公司	北京博视得广告有限公司	阿迪达斯	75.85	0.16%
			宝马	416.09	0.86%
			博柏利	88.50	0.18%
			范思哲	17.45	0.04%
			可口可乐	14.55	0.03%
			芝华士	119.81	0.25%
		凯伦广告传媒（北京）有限公司	宝马	258.77	0.54%
			迪士尼	19.02	0.04%
			俄罗斯航空	22.26	0.05%
			可口可乐	6.51	0.01%
			芝华士	51.13	0.11%
		广东凯络广告有限公司上海分公司	阿迪达斯	542.63	1.13%
	合计	-	-	1,632.58	3.39%
4	阳狮集团下属公司	阳狮广告有限公司上海静安分公司	英国航空	101.05	0.21%
		盛世长城国际广告有限公司	雷克萨斯	169.72	0.35%
		盛世长城国际广告有限公司上海第二分公司	安利	34.01	0.07%
			达美航空	41.51	0.09%
			施华洛世奇	137.68	0.29%
			西门子	94.61	0.20%
		盛世长城国际广告有限公司上海分公司	迪奥	109.53	0.23%
			交通银行信用卡	79.18	0.16%
			娇兰	241.06	0.50%

		上海李奥贝纳广告有限公司	帝亚吉欧	147.73	0.31%
		上海李奥贝纳广告有限公司北京分公司	雷克萨斯	-75.40	-0.16%
			三星	508.59	1.06%
	合计	-	-	1,589.26	3.30%
5	广州千弘广告有限公司	广州千弘广告有限公司	泸州老窖	1,509.43	3.13%
	合计	-	-	12,381.27	25.70%

2012 年度前五大渠道客户销售情况如下：

序号	客户名称	销售收入（万元）	占当年营业收入比例
1	WPP 集团下属公司	4,230.24	10.04%
2	阳狮集团下属公司	1,400.41	3.32%
3	安吉斯集团下属公司	1,365.69	3.24%
4	北京恒美广告有限公司及其分公司	1,181.32	2.80%
5	北京电通广告有限公司	1,092.43	2.59%
	合计	9,270.09	22.00%

2012 年度前五大渠道客户交易往来的具体情况如下：

序号	客户名称	签约单位	终端客户	销售收入（万元）	占当期营业收入比例
1	WPP 集团下属公司	凯帝珂广告（上海）有限公司	GAP	107.14	0.25%
			H&M	489.56	1.16%
			Lee	122.18	0.29%
			阿联酋航空	35.16	0.08%
			东风雪铁龙	43.60	0.10%
			汉莎航空	344.96	0.82%
			汇丰银行	41.33	0.10%
			进口福特	131.76	0.31%
			肯德基	194.25	0.46%
			日立	22.75	0.05%
			瑞表集团	1367.85	3.25%
			天梭	182.10	0.43%
			香奈儿	2.98	0.01%
			星巴克	19.24	0.05%

凯帝珂广告（上海）有限公司北京分公司			LG	8.38	0.02%		
			奔驰	2.50	0.01%		
			红牛	80.43	0.19%		
			进口大众	155.07	0.37%		
			壳牌	6.40	0.02%		
			乐高	55.02	0.13%		
			摩托罗拉	10.32	0.02%		
			微软	87.62	0.21%		
			中国联通	75.24	0.18%		
凯帝珂广告（上海）有限公司广州分公司			CK	71.48	0.17%		
			广东发展银行	43.00	0.10%		
			广东银行	25.80	0.06%		
群邑（上海）广告有限公司			欧莱雅	504.11	1.20%		
合计			-	-	4,230.24	10.04%	
2	阳狮集团下属公司	盛世长城国际广告有限公司上海第二分公司	皇家加勒比	19.32	0.05%		
			交通银行	287.40	0.68%		
			施华洛世奇	97.96	0.23%		
		盛世长城国际广告有限公司上海分公司	迪奥	140.04	0.33%		
			轩尼诗	68.16	0.16%		
		上海李奥贝纳广告有限公司北京分公司	雷克萨斯	75.40	0.18%		
			三星	712.12	1.69%		
	合计			-	-	1,400.41	3.32%
	3	安吉斯集团下属公司	凯伦广告传媒（北京）有限公司	PT	120.00	0.28%	
安利				74.11	0.18%		
宝马				74.94	0.18%		
保乐力加				28.13	0.07%		
迪士尼				130.43	0.31%		
飞利浦				151.73	0.36%		
可口可乐				132.66	0.31%		
尼康				167.49	0.40%		
诺基亚				77.00	0.18%		
		广东凯络广告有限公司上海分公司	阿迪达斯	409.19	0.97%		
合计			-	-	1365.69	3.24%	
4	北京恒美广告有限	北京恒美广告有限公司	中国电信	34.21	0.08%		

		北京恒美广告有限公司上海分公司	Esprit	258.66	0.61%
			Sony	66.58	0.16%
			VISA	66.00	0.16%
			澳州旅游局	254.89	0.60%
			百事	7.49	0.02%
			金施尔康	10.26	0.02%
			兰芝	12.30	0.03%
			李维斯	89.62	0.21%
		广州恒美广告有限公司	安利	381.30	0.90%
	合计	-	-	1,181.32	2.80%
5	北京电通广告有限公司	北京电通广告有限公司	ZARA	49.81	0.12%
			东风本田	560.62	1.33%
			佳能	15.96	0.04%
			联想	10.26	0.02%
			欧珀莱	105.82	0.25%
			台湾旅游邮局	40.47	0.10%
			一汽丰田	309.48	0.73%
	合计	-	-	1,092.43	2.59%
	合计	-	-	9,270.09	22.00%

（三）发行人主要采购情况

1、采购模式

本公司的主要采购内容为 LED 屏幕设备以及 LED 点位和媒体资源采购。

（1）LED 屏幕设备采购

对于 LED 屏幕设备的采购及后续建设，公司制订了一整套制度流程，具体如下：

（A）项目立项及预算确定

LED 屏幕设备采购及建设项目立项及预算编制由媒体资源建设与运营中心发起，经各职能部门会签后，由公司管理层确定。

（B）项目招标

项目招标由媒体资源建设与运营中心组织，财务管理中心、法律部及审计部参与组成招标小组，确定招标文件，根据厂家的报价、业绩、技术实力、履约能力等确定中标厂家。

（C）项目合同谈判

由媒体资源建设与运营中心起草合同，并负责合同谈判，法律部、财务管理中心参与审定，确定最终采购及建设合同。

（D）项目执行

由媒体资源建设与运营中心总体对屏幕及工程质量、安全、工程进度负责，并派专人进行现场管理，财务管理中心负责项目资金准备，并组成项目小组。项目小组负责监督和协调整个项目的执行。项目验收由媒体资源建设与运营中心、财务管理中心及区域公司组成验收小组，对整体项目进行验收，必要时邀请行业专家参加。

（2）LED 媒体点位和媒体资源采购

公司的户外 LED 媒体运营模式以自主运营模式为主，在此模式下，公司通过与物业业主及其授权经营单位等点位资源供应方签订租赁协议的方式采购媒体点位资源。由于缺少市场参考价格，媒体点位资源采购一般采用协商定价方式确定。公司通常按月或按季度支付媒体点位租金的方式。

此外，公司在自主运营模式外，也会根据各地市场情况以承包代理模式采购既有 LED 媒体资源部分时段的广告销售权。

2、主要供应商采购情况

2014 年度前五大供应商的采购情况如下：

序号	客户名称	采购额 (万元)	占当年营业 成本比例	提供的产品 或服务	是否与本公司存 在关联关系
1	上海骏阆广告传播有限公司	1,739.18	8.82%	媒体时段承包	否
2	广州市恒智三利广告有限公 司	1,530.00	7.76%	媒体时段承包	否

3	嘉善三思光电技术有限公司	1,490.59	7.56%	媒体建设	否
4	北京太运大厦有限公司	792.08	4.02%	媒体场地租赁	否
5	上海飞帆广告传播有限公司	687.50	3.49%	媒体时段承包	否
合计		6,239.34	31.65%	-	-

2013 年度前五大供应商的采购情况如下：

序号	客户名称	采购额 (万元)	占当年营业成本比 例	提供的产品 或服务	是否与本公司存 在关联关系
1	嘉善三思光电技术有限公司	2,292.89	13.84%	媒体建设	否
2	上海骏闯广告传播有限公司	1,193.50	7.20%	媒体时段承包	否
3	深圳市联建光电股份有限公司	1,014.36	6.12%	媒体建设	否
4	广州恒智三利广告有限公司	850.00	5.13%	媒体时段承包	否
5	北京太运大厦有限公司	783.33	4.73%	媒体场地租赁	否
合计		6,134.08	37.04%	-	-

2012 年度前五大供应商的采购情况如下：

序号	客户名称	采购额 (万元)	占当年营业成本比 例	提供的产品 或服务	是否与本公司存 在关联关系
1	深圳市联建光电股份有限公司	1,349.95	9.58%	媒体建设	否
2	上海骏闯广告传播有限公司	1,125.77	7.99%	媒体时段承包	否
3	北京太运大厦有限公司	783.33	5.56%	媒体场地租赁	否
4	广州市凤合凰文化传播有限公司	605.00	4.30%	媒体场地租赁	否
5	广州市新华书店集团有限公司	531.56	3.77%	媒体场地租赁	否
合计		4,395.61	31.21%	-	-

报告期内本公司主要供应商基本情况

序号	客户名称	住所	经营范围	主要股东
1	深圳市联建光电股份有限公司	深圳市宝安区 68 区留仙三路安通达工业厂区四号厂房 2 楼	一般经营项目：发光二极管（LED）显示屏及其应用产品的销售；发光二极管（LED）显示屏的租赁、安装和售后服务；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；电子产品的技术开发（不含限制项目）；经营进出口业务（具体按深贸管登证字第 2003-738 号资格证书办理）；从事广告业务	刘虎军、何吉伦

			(法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的, 另行办理审批登记后方可经营)。 许可经营项目: 发光二极管(LED)显示屏及其应用产品的生产	
2	上海骏闻广告传播有限公司	上海市金山区张堰镇金张公路248号2号楼3梯106室	设计制作发布代理各类广告, 电脑喷绘, 企业形象策划, 礼仪服务, 文化艺术交流策划咨询(除经纪), 会务服务, 展览展示服务, 摄影摄像服务, 印刷器材, 工艺礼品销售	顾骏、张丹
3	北京太运大厦有限公司	北京市西城区西单北大街133号B1-7F	开发、建设、出售、保洁、保养、维修、绿化规划范围内的房屋; 出租、出售规划范围内的批发、零售用商业设施	上海太崇装饰工程有限公司; 太平洋控股有限公司; 第一选择控股有限公司; 北京君太太太平洋百货有限公司
4	广州市凤合凰文化传播有限公司	广州市天河区华夏路49之一号711房	广告业;工商登记代理服务;大型活动组织策划服务(大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等, 需专项审批的活动应在取得审批后方可经营);市场调研服务;文化艺术咨询服务;企业形象策划服务;动漫及衍生产品设计服务;物业管理;会议及展览服务;商品信息咨询咨询服务	陈世幸、陈雪丹
5	广州市新华书店集团有限公司	广州市越秀区小北路260号	图书出租;场地租赁(不含仓储);装卸搬运;商品批发贸易(许可审批类商品除外);商品零售贸易(许可审批类商品除外);音像制品出租;图书批发;音像制品及电子出版物零售;图书、报刊零售;停车场经营;中餐服务;冷热饮品制售;茶馆服务;咖啡馆服务;西餐服务;散装食品零售	国有独资
6	嘉善三思光电技术有限公司	嘉善县大云镇双云路166号	一般经营项目: 研发、生产、销售: 电子器件、电控柜、LED照明灯具; 大屏幕显示系统、LED电子显示屏的生产、销售、安装及相关技术的研发、咨询服务; 监控系统工程施工; 城市及道路照明工程施工	上海三思电子工程有限公司; 上海三思科技发展有限公司
7	广州恒智三利广告有限公司	广州市从化街口街新城东路五巷7幢203房(仅作写字楼功能用)	广告业;室内装饰、装修;园林绿化工程服务;电脑喷绘、晒图服务;路牌、路标、广告牌安装施工	赵茜茜、赵刚
8	上海飞帆广告传播有限公司	浦东新区东方路1988号802E-21室	承接各类广告设计, 制作(不含霓虹灯), 在本市发布国内广告, 代理国内外广告业务	南光(上海)投资有限公司; 上海汇成(集团)有限公司; 上海

新大陆盛事投资管理
有限公司；应曙光、
刘静

五、安全生产与环保情况

（一）安全生产情况

本公司重视安全生产工作，由管理层主管技术的副总裁主抓安全生产工作；制定了严格的安全生产制度、现场安全管理控制程序和安全生产事故应急救援预案，由各部门负责人具体落实安全生产工作，对安全隐患进行每月排查、及时整改。本公司对员工自入职开始即进行安全教育和相关培训，并为员工提供了必要的安全生产保护设施。

报告期内，本公司一直保持良好的安全生产记录，未发生重大安全事故。

（二）环保情况

本公司非常重视环境保护，针对整体生产经营及各生产流程中可能会对环境造成不良影响的环节制定并严格实施具体控制措施，能够做到对各环节进行有效的环保控制，本公司在电磁、噪音管理上均能符合国家相关标准。

报告期内，本公司的环境保护符合国家及地方的相关规定和要求。

六、主要经营资产情况

（一）本公司主要固定资产情况

本公司固定资产主要包括 LED 屏幕、房屋建筑物、电子设备、运输设备及其他设备。其中，LED 屏幕为本公司最主要的固定资产。报告期内，本公司主要固定资产价值情况请参见本招股说明书“第十一节管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“（一）资产的主要构成及变动分析”之“2. 非流动资产分析”之“（1）固定资产”。

（二）本公司运营的媒体资源情况

1、自主运营的 LED 媒体资源

截至 2015 年 3 月 31 日，本公司自主运营的 LED 媒体资源 59 处，具体情况如下：

序号	城市	点位位置	屏幕面积 (平方米)	设置文件		投资建屏
				文件名称	到期时间	
1	北京	西直门 交通枢纽	214	西政管（广告规划）字[2012]第 002 号《查阅户外广告设置规划告知书》 ^{注 4}	2015.3.31	自建屏体
2		西单 君太百货	697	西政管（广告规划）字[2012]第 007 号《查阅户外广告设置规划告知书》	2015.9.29	自建屏体
3		中关村 鼎好电子大厦	1,003	无 ^{注 1}	-	自建屏体
4		崇文门搜秀商城 (北向)	126	北京市崇文区城市综合管理委员会《户外广告设施特许经营权授予通知书》	2015.12.31	自建屏体
5		崇文门搜秀商城 (西向)	126	北京市崇文区城市综合管理委员会《户外广告设施特许经营权授予通知书》	2015.12.31	自建屏体
6		国贸 CBD 小屏组	76	朝政容通字[2015]01 号《北京市朝阳区市政市容管理委员会关于授予北京凤凰都市传媒科技股份有限公司户外广告设施使用权的通知》	2016.6.11	自建屏体

序号	城市	点位位置	屏幕面积 (平方米)	设置文件		投资建屏
				文件名称	到期时间	
7		王府井世纪大厦	114	北京市王府井地区建设管理办公室《“关于申请 LED 大屏幕播放期限续延及王府井地区两块 LED 显示屏与 15 个多媒体触摸屏升级改造设置经营权保障的申请”的批复》 ^{注 4}	-	自建屏体
8		国旅大厦	348	北京市王府井地区建设管理办公室（2014-5-28 号）《项目工程部关于户外广告意见的函》	2015.5.31	自建屏体
9		人民广场 来福士广场	163	沪黄市管委许(2015)25 号《上海市绿化市容行政许可决定书》	2015.7.19	自建屏体
10		徐家汇 飞洲国际大厦	180	沪徐绿容许[2015]149 号《徐汇区绿化市容局关于准予户外广告设施设置的行政许可决定书》	2016.3.31	自建屏体
11		中山公园 上海书城	123	长 2014-户外-Z-002 号《上海市准予市容环卫行政许可决定书》	2015.12.24	自建屏体
12	上海	南京西路 静安寺百乐门	246	2014-静（固）-032《上海市静安区绿化市容行政许可决定书》	2015.06.13	第三方建屏
13		淮海路 恒积大厦	268	沪黄市管委许(2014)95 号《上海市绿化市容行政许可决定书》	2015.05.14	自建屏体
14		淮海中路 新华联商厦	154	沪黄市管委许(2014)56 号《上海市绿化市容行政许可决定书》	2015.11.22	自建屏体
15		南京东路 东方商厦	369	沪黄市管委许(2014)97 号《上海市绿化市容行政许可决定书》	2015.12.4	自建屏体
16		浦东世纪大道 金茂大厦	284	无 ^{注 1}	-	第三方建屏
17	广州	江南西 广百新一城	119	穗城管委户外广设字[2010]00013 号《户外广告设置证》	2015.07.12	自建屏体
18		海珠广场 缤缤时装	236	穗 城 管 委 户 外 广 设 字 [2010]00012 号《户外广告设	2015.07.12	自建屏体

序号	城市	点位位置	屏幕面积 (平方米)	设置文件		投资建屏
				文件名称	到期时间	
				置证》		
19		上下九 赛博广场	69	穗城管委户外广设字 [2010]0008 号《户外广告设置 证》	2015.07.12	自建屏体
20		北京路潮楼	103	穗城管委户外广设字 [2010]00011 号《户外广告设 置证》	2015.07.12	自建屏体
21		天河北 中石化大厦	120	穗城管委户外广设字 [2010]0007 号《户外广告设置 证》	2015.07.12	自建屏体
22		天河路 购书中心	524	穗城管委户外广设字 [2010]0009 号《户外广告设置 证》	2015.07.12	自建屏体
23		天河广晟大厦	691	穗城管委户外广设字 [2010]00010 号《户外广告设 置证》	2015.07.12	自建屏体
24		天河万菱汇	539	无 ^{注1}	-	第三方 建屏
25		深南大道 中电大厦	480	深城许字[2014]第 168 号《深 圳市城市管理局行政许可决定 书》	2017.4.23	自建屏体
26		罗湖口岸 联检楼	32	无 ^{注3}	-	自建屏体
27		华强北 赛博数码广场	236	深城许字[2014]第 116 号《深 圳市城市管理局行政许可决定 书》	2017.3.26	自建屏体
28	深圳	深南大道 东门振华大厦	158	深城许字[2014]第 76 号《深圳 市城市管理局行政许可决定 书》	2017.1.24	自建屏体
29		南山商圈 电信大厦	587	深城许字[2014]第 274 号《深 圳市城市管理局行政许可决定 书》	2017.5.22	自建屏体
30		深南大道 万象城	279	深城许字[2015]第 4 号《深圳 市城市管理局行政许可决定 书》	2015.12.30	第三方 建屏
31	武汉	武汉 电脑大世界	179	武户外广字[2014]No.00038 号《武汉市户外广告设置许可 证》 ^{注2}	2015.3.2	自建屏体
32	汉	汉口江汉路	207	武户外广字[2014]No.00037	2015.3.2	自建屏体

序号	城市	点位位置	屏幕面积 (平方米)	设置文件		投资建屏
				文件名称	到期时间	
		平安大厦		号《武汉市户外广告设置许可证》 ^{注2}		
33		中建三局	215	武户外广字[2014] No.00400 号《武汉市户外广告设置许可证》	2015.12.23	自建屏体
34	苏州	苏州第一百货	322	苏州市市容市政管理局 1200030 号《户外广告设置审批意见书》 ^{注2}	2014.6.30	自建屏体
35	南京	湖南路苏宁环球国际广场	182	宁容许准字[2009]第 5 号《准予行政许可决定书》 ^{注2}	2015.1.13	自建屏体
36		新街口天时代大厦	902	宁城许准字[2013]第 84 号《准予行政许可决定书》	2018.9.28	自建屏体
37	无锡	中山路大洋百货	240	锡城管(2013) No.户外广告 (固定) 0001391 号《无锡市城市管理局行政许可决定书》	2018.10.10	自建屏体
38		三阳百盛	206	锡城管(2013) No.户外广告 (固定) 0001390 号《无锡市城市管理局行政许可决定书》	2018.09.25	第三方建屏
39	郑州	二七广场商城大厦	479	郑州市城市管理局 No.X1-0419 号《郑州市户外广告设置许可证》 ^{注2}	2010.12.31	自建屏体
40		新郑机场旅客出口	23	^{注3}	-	自建屏体
41		武林广场杭州剧院	71	第 0001494 号《杭州市城市管理委员会行政许可事项决定书》	2015.7.8	自建屏体
42	杭州	环城北路纳德大酒店	85	第 0001495 号《杭州市城市管理委员会行政许可事项决定书》	2015.7.8	自建屏体
43		延安路杭州百货大厦	500	第 0001493 号《杭州市城市管理委员会行政许可事项决定书》	2015.7.8	自建屏体
44		台东三路步行街小屏组	20	市北 080066 号《青岛市户外广告设置发布许可证》 ^{注2}	2008.10.15	自建屏体
45	青岛	流亭机场	120	青岛市城阳区户外广告联合审批办公室《项目设置许可证》 (编号: G10033) ^{注2}	2011.7.1	自建屏体
46		香港中路新闻中心	144	青岛市城乡建设委员会 15017 号《青岛市户外广告设置发布许可证》	2015.10.18	第三方建屏

序号	城市	点位位置	屏幕面积 (平方米)	设置文件		投资建屏
				文件名称	到期时间	
47	重庆	观音桥 北城天街	137	江商户广（2009）字第 042 号 《重庆市江北区商圈户外广告 设置许可证》 ^{注 2}	2010.12.31	自建屏体
48		解放碑重庆百货	320	渝中广告设施许可[2012]005 号《重庆市渝中区设置户外广 告设置许可证》	2015.11.30	自建屏体
49		杨家坪文化广场	116	九龙坡杨家坪商圈文化广场 LED 显示屏升级改造及十年使 用权拍卖《成交确认书》	-	自建屏体
50		春熙路 阳光百货	177	成都市城市管理局成城函 [2009]361 号文件	-	自建屏体
51	成都	跳伞塔 数码大厦	192	成都市城市管理局成城函 [2009]470 号文件	-	自建屏体
52		人民南路 仁恒屏	348	成都市城市管理局成城函 [2012]566 号文件	-	自建屏体
53		天府广场 远东百货	747	成都市城市管理局成城函 [2012]566 号文件	-	自建屏体
54	沈阳	市府大路 恒盟商厦	304	《沈阳市户外广告设置使用权 出让合同》	2015.5.17	自建屏体
55		人才市场	480	《沈阳市户外广告设置使用权 出让合同》	2017.08.09	自建屏体
56	天津	南京路 津汇广场	268	02298673 号《准予行政许可 决定书》 ^{注 4}	2015.3.24	第三方 建屏
57		凯德大厦	259	02360665 号《准予行政许可 决定书》	2015.6.4	自建屏体
58	济南	泉城路 彩云大厦	140	济城管广字第 2014143 号《户 外广告设置许可证》	2015.6.4	第三方 建屏
59	大连	大连国际机场	625	[2013]大连建许字[B1300567] 号《户外广告、牌匾设施设置 许可证》	2019.5.23	自建屏体

注 1：该 3 处屏幕暂未获得设置文件。其中，广州天河万菱汇屏幕设置已获得主管部门同意设置现状的复函，该屏幕点位已列入新的广告设置规划范围中，尚待办理正式的设置文件；上海浦东世纪大道金茂大厦屏因当地主管部门暂缓审批，暂未取得设置文件，待恢复审批后办理相关文件手续；中关村鼎好电子大厦屏由于新的规划尚未完成更新，尚未办理相关设置文件。该等屏幕自投入使用以来，均正常运营。该 3 处屏幕 2014 年收入合计为 4,831.87 万元，占公司当年总收入的 10.96%。

注2：截至2015年3月31日，该8处屏幕设置文件有效期已经逾期，其中3处屏幕在正常办理续期手续；4处屏幕由于城市规划、主管部门调整等因素，当地主管部门暂缓审批，待重启后将及时办理续期手续；苏州第一百货屏幕将在拍卖取得特许经营权后办理设置文件续期手续。

注3：该2处屏幕的设置分别暂由罗湖口岸管理办公室及河南省郑州新郑国际机场管理有限公司负责管理监督。

注4：王府井世纪大厦、南京路津汇广场、西直门交通枢纽由于商业或政府规划原因，已停止运营，不再办理设置文件续期手续。

注5：截至2015年3月31日，除屏幕设置文件外，在公司自主运营的媒体中，尚有16处屏幕待办理发布文件或续期手续。其中，5处屏幕在正常办理发布文件或续期手续，其余屏幕因当地主管部门暂缓审批等原因暂未办理发布文件或续期手续，上述情况不会对相关屏幕的正常经营产生重大影响。

2、承包代理的 LED 媒体资源

公司在巩固并加强自主运营 LED 媒体资源优势的同时，为扩充公司 LED 屏幕联播网的覆盖面，一般亦会参与现有 LED 媒体资源的拥有者合作经营，承包代理其媒体资源的部分播放时段进行对外销售。承包代理媒体资源是本公司自主运营 LED 媒体资源的补充，屏体的设置批复、广告发布等日常运营活动均由对方负责并承担经营风险。

截至2015年3月31日，本公司承包代理的 LED 媒体资源为5处，具体情况如下：

序号	城市	媒体资源 点位	屏幕面积 (平方米)	设置文件	文件有效期	投资建屏
1	无锡	解放东路 保利广场	255.00	锡城管(2013)No.0005544 类别户外广告(固定)《无锡市城市管理局行政许可决定书》	2016.01.29	第三方建屏
2	大连	中山路 天安国际 大厦	198.18	[2013]大连建许字 [B1301132]号《户外广告、 牌匾设施设置许可证》 ^{注1}	2013.12.31	第三方建屏
3	宁波	三江口 邮政大楼	376	建字第(2007)浙规(临建) 证 0203002 号《中华人民共	2013.3.13	第三方建屏

序号	城市	媒体资源 点位	屏幕面积 (平方 米)	设置文件	文件有效期	投资建屏
和国建设工程规划许可证》 ^注 1						
4	长沙	黄兴路步行街 黄兴广场	127	无 ^{注2}	-	第三方建屏
5	西安	钟楼世纪金花	159.74	市广告办(2014)0183号《西安市户外广告设置许可证》	2015.11.15	第三方建屏

注1：该2处屏幕设置文件已过期，待主管部门重启拍卖获得特许经营权后将办理续期手续。

注2：该屏幕尚待办理设置文件。

本公司承包代理LED媒体资源时，均在承包代理合同中约定本公司获得该屏幕的以屏幕所在省、地级市等行政区域进行划分的外埠客户独家代理权，并保障本公司固定播放时段。

序号	城市	媒体资源点位	代理方式	市场和客户划分	外埠客户的独家代理权的相关安排
1	无锡	解放东路保利广场	独家代理固定时段	以直营、终端客户所在行政区划划分	不得通过第三方委托从事同类业务
2	大连	中山路天安国际大厦	独家代理固定时段	以直营、终端客户所在行政区划划分	未经本公司同意，不得通过第三方委托从事同类业务
3	宁波	三江口邮政大楼	独家代理固定时段	以直营、终端客户所在行政区划划分；经本公司同意，个别播控方长期客户可不按行政区域划分	不得通过第三方委托从事同类业务
4	长沙	黄兴路步行街 黄兴广场	独家代理固定时段	以客户所在行政区划划分	不得与其他全国性媒体签订类似协议
5	西安	钟楼世纪金花	独家代理固定时段	以客户所在行政区划划分	不得与其他任何媒体运营商签订类似协议

在承包代理模式下，屏幕所有权方继续拥有屏幕播控权利，并负有屏幕维护义务。具体情况如下：

序号	城市	媒体资源点位	屏幕所有权方	播控权力	维护义务
1	无锡	解放东路保利广场	无锡亚比斯都市传媒有限公司	屏幕所有权方拥有播控权，不随承包	屏幕所有权方负责日常维护、保养，确保屏幕
2	大连	中山路天安国际	大连新瑞广告有限公司		

序号	城市	媒体资源点位	屏幕所有权方	播控权力	维护义务
		大厦		代理而转移	正常工作等
3	宁波	三江口邮政大楼	浙江联合动力传媒广告有限公司		
4	长沙	黄兴路步行街黄 兴广场	湖南省汇点传媒有限公司		
5	西安	钟楼世纪金花	西安铂通电信广告有限公司		

3、户外喷绘广告牌及灯箱

本公司同时经营户外喷绘广告牌及灯箱。截至 2015 年 3 月 31 日，本公司运营的户外喷绘及灯箱广告牌 12 块，具体如下：

序号	城市	点位位置	点位提供方	面积 (平方米)	设置文件	设置有效期
1	广州	太古汇	广州市凤合凰 文化传播有限公司	512	无 ^{注2}	-
2	青岛	流亭机场	青岛国际机场 集团有限公司	120	无 ^{注2}	-
3	武汉	汉口 江汉路 平安大厦	武汉昌隆广告发展 有限公司	100	武户外广字 [2014]00037 号《武汉市 户外广告设置许可证》 ^{注2}	2015.3.2
4	成都	春熙路 阳光百货	成都市工会	288	成都市城市管理局成城 函[2009]361 号文件 ^{注2}	-
5	上海	徐家汇 飞洲国际 大厦	上海飞洲置业 有限公司	157	沪徐绿容许[2015]48 号	2016.3.31
6				111	《徐汇区绿化市容局关 于准予户外广告设施设 置的行政许可决定》	
7				173	无 ^{注3}	
8				125	沪黄市管委许（2013）	
9	郑州	大沪饭店	上海元君广告传播 有限公司	190	83 号《上海市绿化市容 行政许可决定书》 ^{注1}	2014.9.30
10		二七广场	河南省商城大厦有限	380	无 ^{注1}	-
11		商城大厦	责任公司	500	无 ^{注2}	-
12	沈阳	桃仙机场	辽宁省机场管理集团 有限公司广告分公司	777	辽宁省机场管理集团有 限公司广告公司与本公 司签署《沈阳桃仙国际 机场 T3 航站楼户外制冷 站广告媒体代理发布合 同》 ^{注2}	-

注1：该3处喷绘因商业原因已停止运营。

注2：截至2015年3月31日，该6处喷绘尚待办理设置文件或续期手续。其中，3处喷绘在正常办理设置文件或续期手续，其余3处喷绘因城市规划调整、主管部门筹备拍卖等因素，当地主管部门暂缓审批，待重启后将及时办理设置文件或续期手续。

注3：该喷绘目前用于公益宣传。

（三）房屋建筑物

1、自有房屋建筑物

截至本招股说明书签署日，本公司自有房屋情况如下：

序号	建筑物名称	房屋坐落	房屋/规划用途	面积(m ²)	房产证办理情况
1	凤凰国际传媒中心 ^{注1}	北京市朝阳区公园南路3号楼	办公、车库、辅助用房、演播工艺	3,964	出让人于2014.10.13取得房产初始登记证
2	溧都桂苑 ^{注2}	南京金塔将洪蓝镇金牛北路666号溧都桂苑01幢06室	住宅	284.74	已办理预告登记
3	溧都桂苑 ^{注2}	南京金塔将洪蓝镇金牛北路666号溧都桂苑01幢03室	住宅	295.08	已办理预告登记

注1：2012年，本公司与东方置业签署《商品房预售合同》，以总价11,892万元向东方置业购买位于北京市朝阳区公园西南“凤凰国际传媒中心”（暂定名）商品房第4层的部分办公场地。东方置业已于2014年10月13日取得X京房权证朝字第1413963号房产初始登记证。截至2015年3月31日，本公司已经支付总购房款的40%。该等房屋已经交付使用，房产证正在办理之中。

注2：因本公司与南京元通置业有限公司（以下简称“元通置业”）广告合同纠纷诉讼案，2013年7月，本公司与元通置业、南京金塔溧都房地产开发有限公司（以下简称“南京金塔”）签署《和解协议》，约定：本公司与南京金塔签署溧房预售合字2013501805号、溧房预售合字2013501806号《溧水县商品房预售合同》，南京金塔将以洪蓝镇金牛北路666号溧都桂苑01幢06、03室房产冲抵广告费。2013年7月15日，上述商品房预售合同已在南京市溧水区房地产管理所办理商品房预告登记。

2、租赁房屋

截至2015年3月31日，本公司租赁房屋13项，面积合计1,767.47平方米，均为办公用房。具体情况如下表所示：

序号	出租方	承租方	租赁地址	面积 (平米)	租金 (元)	租赁期
1	北京光明饭店有限公司	本公司	北京市朝阳区亮马桥路 42 号光明饭店 1501	10.00	4,167/月	2014.12.14-2015.12.13
2	邓丽平、郝卓阳	深圳公司	深圳市福田区深南大道 2008 号中国凤凰大厦 2 座 20E02	170.00	27,200/月	2014.9.1-2015.8.31
	深圳市易尚北方大酒店有限公司		深圳市福田区深南中路北方大厦 1113	49.20	3,444/月	2014.7.1-2015.6.30
3	福达地产投资有限公司	广州公司	广州市天河区体育西路 189 号 10G 房	208.19	前两年 41,830/月; 2015.6-2016.5 期间 45,176/ 月	2013.06.01-2016.05.31
			广州市天河区体育西路 189 号 10F 房	126.45		
4	上海胜安综合发展有限公司	上海公司	上海市普陀区南石二路 77 号三楼 312 室	80.00	2,000/月	2013.2.17-2016.2.16
5	白雪嫒		上海市静安区威海路 567 号 12C 室	312.70	55,165/月	2013.07.01-2015.06.30
6	杭州名人广告有限公司	杭州公司	杭州市文晖路 22 号现代置业大厦东楼 916 室	121.01	第一年 180,000 元, 逐年递增 5%	2013.6.1-2016.5.31
7	成都威斯顿经营管理有限责任公司	四川公司	成都市人民南路 4 段 19 号威斯顿联邦大厦 19 楼 1901A 单元	135.22	16,496.84/月	2015.3.5-2016.3.4
8	江苏凤凰国际文化中心	江苏公司	南京市湖南路 1 号凤凰广场 B 幢 17 层 A 座	190.29	58,500/季度	2015.1.1-2016.12.31
9	陈丽文	本公司	重庆市渝中区青年路 1 号 B 幢 14-4#	70.00	4,300/月	2014.3.2-2016.3.1
10	沈洪	本公司	武汉市武昌区中南路 2-6 号工行广场 BC 座 B 单元 6 层 J 号	139.82	65,000/年	长期
11	青岛麒龙文化有限公司	本公司	青岛市南京路 100 号青岛产业园 3 号楼 412 室	79.95	61,282/年	2015.2.10-2016.2.9
12	刘作勤	本公司	沈阳市沈河区-团结路 7-1 号 1-20-12	74.64	45,000/年	2014.8.1-2015.7.31

本公司上述租赁房屋中，除第 11 项的房屋因出租方的房屋所有权证书正在办理，其他房屋的出租方均已取得房屋所有权证书；上述租赁房屋中，第 2、3 项的《房屋租赁合同》已按照当地要求办理租赁登记备案手续，其余 10 项《房

《房屋租赁合同》尚未办理租赁登记备案手续。经核查上述房屋租赁合同、产权证、商品房购买合同等其他所有权、转租权证明文件，本公司律师认为，上述租赁房屋的出租方均已取得相应的权利，本公司及其子公司部分《房屋租赁合同》未办理租赁登记备案手续的情形不影响租赁合同的法律效力，本公司有权根据相关租赁合同使用该等房屋。

本公司租赁的该等房屋均为办公用途，若上述租赁行为产生纠纷等原因导致本公司无法继续使用该等房屋而必须搬迁时，本公司可以及时在相关区域内找到替代性的合法场所继续使用，不会对本公司的日常经营产生重大影响。

七、主要无形资产情况

（一）本公司主要无形资产情况

本公司无形资产主要包括软件。报告期内，本公司主要无形资产净值构成如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年		2013 年		2012 年	
	12 月 31 日		12 月 31 日		12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
软件	83.50	100%	13.17	100%	17.71	100%
合计	83.50	100%	13.17	100%	17.71	100%

（二）软件著作权

截至 2015 年 3 月 31 日，本公司拥有软件著作权 2 项，具体情况如下：

序号	软件名称	著作权人	取得方式	著作权证书号	登记号	开发完成日期	保护期
1	凤凰都市传媒 LED 网络播控系统 V1.0	本公司	原始取得	软著登字第 0248491 号、软著变补字第 201302304 号	2010SR060218	2010 年 9 月 1 日	50 年
2	凤凰都市传媒 LED 字幕	本公司	原始取得	软著登字第 0248492 号、软著变	2010SR060219	2010 年 9 月	50 年

制作发布系
统 V1.0补字第 201302305
号月 1
日

（三）商标

1、自有商标

截至 2015 年 3 月 31 日，本公司拥有 34 项注册商标，具体情况如下：

序号	商标	类别	权属人	取得方式	注册号	有效期
1		42	本公司	原始取得	10128684	2013 年 4 月 14 日-2023 年 4 月 13 日
2		41	本公司	原始取得	10128685	2013 年 4 月 14 日-2023 年 4 月 13 日
3		38	本公司	原始取得	10128686	2013 年 4 月 14 日-2023 年 4 月 13 日
4		16	本公司	原始取得	10128688	2013 年 4 月 14 日-2023 年 4 月 13 日
5		11	本公司	原始取得	10128689	2013 年 1 月 7 日-2023 年 1 月 6 日
6		9	本公司	原始取得	10128690	2013 年 1 月 7 日-2023 年 1 月 6 日
7		35	本公司	原始取得	10128687	2013 年 6 月 21 日-2023 年 6 月 20 日
8		42	本公司	原始取得	9879416	2012 年 10 月 28 日-2022 年 10 月 27 日
9		41	本公司	原始取得	9879417	2012 年 10 月 28 日-2022 年 10 月 27 日
10		38	本公司	原始取得	9879418	2012 年 10 月 28 日-2022 年 10 月 27 日
11		35	本公司	原始取得	9879419	2012 年 10 月 28 日-2022 年 10 月 27 日
12		16	本公司	原始取得	9879420	2012 年 10 月 28 日-2022 年 10 月 27 日

序号	商标	类别	权属人	取得方式	注册号	有效期
13		11	本公司	原始取得	9879421	2012 年 10 月 28 日 -2022 年 10 月 27 日
14		9	本公司	原始取得	9879422	2013 年 1 月 7 日-2023 年 1 月 6 日
15		42	本公司	原始取得	9879052	2013 年 2 月 21 日-2023 年 2 月 20 日
16		16	本公司	原始取得	9879439	2013 年 1 月 28 日-2023 年 1 月 27 日
17		11	本公司	原始取得	9879414	2012 年 10 月 28 日 -2022 年 10 月 27 日
18		9	本公司	原始取得	9879415	2013 年 2 月 28 日-2023 年 2 月 27 日
19		41	本公司	原始取得	9879436	2014 年 1 月 28 日-2024 年 1 月 27 日
20		42	本公司	原始取得	9879285	2012 年 10 月 28 日 -2022 年 10 月 27 日
21		41	本公司	原始取得	9879286	2012 年 10 月 28 日 -2022 年 10 月 27 日
22		38	本公司	原始取得	9879287	2012 年 10 月 28 日 -2022 年 10 月 27 日
23		35	本公司	原始取得	9879288	2012 年 10 月 28 日 -2022 年 10 月 27 日
24		11	本公司	原始取得	9879043	2012 年 10 月 28 日 -2022 年 10 月 27 日
25		9	本公司	原始取得	9879044	2012 年 10 月 28 日 -2022 年 10 月 27 日
26		42	本公司	原始取得	9879045	2012 年 10 月 28 日 -2022 年 10 月 27 日
27		41	本公司	原始取得	9879046	2012 年 10 月 28 日 -2022 年 10 月 27 日
28		35	本公司	原始取得	9879048	2014 年 06 月 14 日 -2024 年 06 月 13 日
29		16	本公司	原始取得	9879049	2013 年 1 月 28 日-2023 年 1 月 27 日
30		11	本公司	原始取得	9879050	2012 年 10 月 28 日 -2022 年 10 月 27 日
31		9	本公司	原始取得	9879051	2012 年 10 月 28 日 -2022 年 10 月 27 日

序号	商标	类别	权属人	取得方式	注册号	有效期
32		38	本公司	原始取得	9879047	2014 年 1 月 28 日-2024 年 1 月 27 日
33	Phoenix Metropolis Media	35	本公司	原始取得	9879426	2014 年 2 月 14 日至 2024 年 2 月 13 日
34	Phoenix Metropolis Media	38	本公司	原始取得	9879425	2014 年 2 月 14 日至 2024 年 2 月 13 日

2、授权使用的商标

截止 2015 年 3 月 31 日，本公司已获得授权使用的商标共计 9 项，具体情况如下：

序号	商标	类别	权利人	商标号	注册有效期
1		9	凤凰卫视商标有限公司	3139875	2003 年 5 月 28 日-2023 年 5 月 27 日
2		16	凤凰卫视商标有限公司	3139874	2007 年 8 月 28 日-2017 年 8 月 27 日
3		35	凤凰卫视商标有限公司	3139872	2003 年 8 月 7 日-2023 年 8 月 6 日
4		39	凤凰卫视商标有限公司	3139870	2003 年 6 月 28 日-2023 年 6 月 27 日
5		41	凤凰卫视商标有限公司	3139869	2003 年 8 月 21 日-2023 年 8 月 20 日
6		38	凤凰卫视商标有限公司	1097572	1997 年 9 月 7 日-2017 年 9 月 6 日
7		42	凤凰卫视商标有限公司	3139868	2003 年 9 月 7 日-2023 年 9 月 6 日
8		41	凤凰卫视商标有限公司	3300821	2013 年 12 月 21 日-2023 年 12 月 20 日

序号	商标	类别	权利人	商标号	注册有效期
9		41	凤凰卫视商标有限公司	5614891	2009 年 10 月 21 日-2019 年 10 月 20 日

（四）专利

截至 2015 年 3 月 31 日，本公司未拥有专利技术。

（五）土地使用权

1、自有土地使用权

截至 2015 年 3 月 31 日，本公司未拥有自有土地使用权。

2、租赁土地使用权

截至 2015 年 3 月 31 日，除本公司租赁房产所附带的土地使用权外，本公司未单独租赁土地使用权。

八、特许经营权情况

本公司拥有北京中央商务区小屏组的特许经营权。该特许经营权系北京市朝阳区市政管理委员会进行公开拍卖，本公司成功获拍所得。该特许经营权有效期自 2012 年 6 月 1 日至 2016 年 5 月 31 日，特许经营权价格总计为 185 万元。

本公司拥有北京市崇文区搜秀商城楼体北立面及西立面户外广告设施的特许经营权。该特许经营权系北京市崇文区城市综合管理委员会进行招投标活动，本公司竞标成功获得。该特许经营权有效期自 2010 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日，特许经营权价格为每年 25 万元。2014 年 11 月 13 日，北京市东城区城市综合管理委员会与本公司签署了《广告位特许使用合同书》，将特许经营权根据原协议续签一年，该特许经营权有效期续签至 2015 年 12 月 31 日。

本公司拥有沈阳市沈河区广宜街 2 号恒盟商厦（原普臣商厦）楼面电子显示屏设置使用权。沈阳市市容景观设施管理中心与本公司签订了《沈阳市户外广告设置使用权出让合同》，通过协议方式将该特许经营权授予本公司。该特许经营

权有效期自 2012 年 5 月 18 日至 2015 年 5 月 17 日，特许经营权价格总计为 101.83 万元，另返还 50%，即 50.92 万元。

本公司拥有江苏无锡中山路 260 号大洋百货大楼南侧墙体的户外广告阵地（设施）使用权。该使用权系无锡市户外广告阵地（设施）使用权出让管理领导小组办公室进行招投标活动，本公司中标获得。该特许经营权有效期自 2009 年 8 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日止，特许经营权价格总计为 102.6025 万元。2012 年 12 月 31 日，无锡市户外广告阵地（设施）使用权出让管理领导小组办公室与本公司签署了《延续户外广告阵地使用权补充协议》，延续该户外广告阵地（设施）使用权 6 个月，期限为 2013 年 1 月 1 日至 2013 年 6 月 30 日止。使用权延续期内的特许经营权价格总计为 19.5 万元。2013 年 8 月 23 日，无锡市户外广告阵地（设施）使用权出让管理领导小组办公室与本公司签署了《无锡市户外广告阵地（设施）使用权出让合同》。该使用权的期限自 2013 年 9 月 11 日起至 2018 年 10 月 10 日止。使用权的价格总计为 1,000 万元。

本公司拥有江苏苏州人民路一百楼顶电子显示屏广告设施的经营使用权。该经营使用权系苏州市市容市政管理局在 2011 年 12 月 16 日的苏州市 2011 年市区第四场大型户外广告设施（阵地）经营使用权拍卖会上公开拍卖，本公司经合法程序拍得的。双方签订了《苏州市区户外广告设施（阵地）经营使用权出让协议书》。该经营使用权的期限自 2012 年 1 月 16 日起至 2015 年 1 月 15 日止。经营使用权的价格为每年 81 万元，合计 243 万元。苏州市市容市政管理局将于 2012 年、2013 年和 2014 年分别向本公司返还费用的 85%、80%、75%。截止至本招股书签署日，该经营使用权已到期，目前尚未重新拍卖，待结构检测后政府再履行拍卖程序，目前营运情况正常。

本公司拥有重庆九龙坡区杨家坪商圈文化广场 LED 显示屏设施的经营使用权，该使用权系本公司与重庆市九龙坡区杨家坪商圈管理办公室签署《杨家坪商圈文化广场 LED 广告位场地租赁协议》，约定由重庆市九龙坡区杨家坪商圈管理办公室负责申请该 LED 显示屏广告位的设置和发布的行政许可，确保其合法运作，有效期自 2014 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，使用权的价格总计 417.44

万元。

本公司拥有沈阳人才市场裙楼顶电子显示屏设施的经营使用权，该使用权系本公司与沈阳市市容景观设施管理中心签署《沈阳市户外广告设置使用权出让合同》，通过协议方式将该特许经营权授予本公司。该特许经营权有效期自 2014 年 8 月 10 日至 2017 年 8 月 9 日，特许经营权价格总计为 177.32 万元。

本公司拥有无锡三阳百盛西立面外墙 LED 显示屏设施的经营使用权，该经营使用权系无锡市户外广告阵地（设施）使用权出让管理领导小组办公室在 2013 年 8 月 16 日由江苏五爱拍卖有限公司举办的拍卖会上公开拍卖，本公司经合法程序拍得的。双方签订了《无锡市户外广告阵地（设施）使用权出让合同》。该经营使用权的期限自 2013 年 9 月 11 日起至 2018 年 9 月 25 日止，特许经营权出让总价格为 520 万元。

九、技术研发情况

本公司作为一家户外 LED 媒体运营企业，强调在屏幕资源优势的基础上，以技术研发提升媒体运营效果，强化在户外广告领域的竞争优势。公司通过持续提高自主创新能力，积极培养技术研发队伍，技术和研发实力不断得到增强。目前，公司独有的凤凰 LED 联播网技术获得了软件著作权，在同行业具备领先地位。

（一）本公司的核心技术情况

本公司结合业务需要，主要进行软件研发。通过自主研发等手段，本公司掌握了具有自主知识产权的核心技术，并有效应用于公司的广告服务中。

1、户外 LED 联播网

本公司自主开发了凤凰 LED 联播网，对全国范围的 LED 屏幕实现集中管理、统一播放，使本公司所有的户外 LED 屏幕成为可实现全国统一管理和播放的户外媒体。其中主要特点包括：

（1）联播网统一同步发布；

- (2) 视频加密传输；
- (3) 实时屏幕信息回馈，包括播放信息、屏体温度信息、在线状态等；
- (4) 屏幕 DVI 输出口加密，可运用自创技术，实现任何其他播放机无法在本公司屏幕上播出内容的功能；
- (5) 远程开关屏幕，包括清空播放内容、开关电源、应急控制（远程黑屏、关屏）等；
- (6) 远程调节亮度、远程声音开关等。
- (7) 网络实时上画、离线人工上传。

2、全国监控监测网络

本公司自主开发了显示屏监控网络，利用 3G 技术组成凤凰 LED 联播网的监控网络，可有效的保证凤凰 LED 联播网的正常运行。其主要特点包括：

- (1) 可定时自动截取屏幕画面回传；
- (2) 可切换实时监控模式；
- (3) 可通过 3G 无线路由、无线 AP、GPRS/CDMA 1x 等方式与监控服务器联接；
- (4) 支持网络远程操作模式；
- (5) 支持监控回溯功能，可自定义照片保留期限，以先入先出方式进行历史数据覆盖；
- (6) 具备多监控点分组配置，人员监控权限管理及视频流转播服务功能。
- (7) 客户可以通过登录服务器，实时监控广告播放情况；
- (8) 手机上的微信服务平台供客户自助式查看其广告的播出状况。

3、字幕广告编辑发布软件

本公司开发了信息编辑发布软件，可在发布客户视频广告的同时，发布滚动字幕广告，提高客户的广告效果。其主要特点包括：

- （1）支持网络远程操作模式，可读取原有联播系统数据；
- （2）支持多条字幕广告的分类编辑、存储，可对字幕的字体、字色、高度、滚动速度、滚动方向等信息进行编辑；
- （3）支持多条字幕广告的列表式编排。

4、户外 LED 延伸技术

本公司开发了多屏同步现场直播、微信上屏、微博上屏、双屏同步互动、人屏融合等户外 LED 延伸技术。其主要特点包括：

- （1）以互动传播呈现更好的实效传播；
- （2）可添加微信、微博、二维码、APP 应用等互动形式，塑造更好的互动氛围并有效形成二次传播；
- （3）配合品牌整体营销，进行互动式创新户外宣传，有效形成话题性渗透传播。

（二）本公司的研发制度与研发人员情况

1、本公司的研发体系

本公司成立初始就非常重视研发体系建设，目前本公司的研发系统由主管副总裁牵头组织管理，以媒体资源建设与运营中心为主要部门，并协同战略研究与创意制作部等部门共同开发。

2、本公司的研发制度

本公司的研发主要围绕项目开展，并针对这种特点建立了相应的研发制度。本公司的研发项目一般经过立项、前期可行性研究分析与技术评估、具体开发、成果投入使用与运行维护、后期评估等一系列流程。

3、本公司的研发人员情况

公司拥有一支优秀的技术研发团队。团队的核心成员由多位具有资深媒体和软件开发经验的科技人员组成，形成了一支富有进取心和创新能力的研发队伍。截至 2014 年 12 月 31 日，本公司研发队伍的总人数达到 23 人，占本公司总人数比例为 8.3%。

未来五年，本公司将不断加强研发团队的建设，形成组织高效，结构合理的梯队。本公司将坚持技术骨干自我培养和外部引进相结合的策略，不断提高高素质研发人才的比重。

（三）本公司名称冠以“科技”的依据

本公司主营的户外 LED 媒体运营业务，充分以科技研发为带动，通过自主研发并具有自主知识产权的凤凰 LED 联播网等技术，大大提升了户外 LED 媒体的运营效率、服务效果，使得客户得以实现同时在全国范围内同步播出广告的效果。公司的这一特征，充分体现了科技向业务服务转化，体现了丰富的科技内涵。

本公司经过多年建设，拥有一支出色的研发团队，在行业内拥有出众的技术研发能力，拥有凤凰 LED 联播网、全国监控网络、字幕广告编辑发布软件等核心技术，显示了雄厚的技术实力。

十、服务质量控制情况

（一）本公司的质量控制标准

本公司严格按照《广告法》、《广告管理条例》、《户外广告登记管理规定》和《国家建设部关于加强户外广告、霓虹灯设置管理的规定》等规定的质量标准进行户外 LED 媒体运营等业务。

（二）本公司的质量控制措施

本公司的质量控制措施主要分为三个阶段实施。

在屏幕建设阶段，本公司主要针对屏幕播放需求分析，选定屏幕技术参数，从硬件上确保屏幕建成后的播放质量。

在播放准备阶段，本公司建立严格的预先审核机制，对拟播出内容质量、播放效果进行把关，确保实际播出时的效果。并根据当地各地法规及工商行政管理机关的监管要求，对发布广告进行登记或备案，接受工商行政管理机关的监督管理。

在播放中及播放后，本公司通过中天、CTR 等专业第三方机构对实际播出进行监测和效果评估，建立客户反馈体系，提升播放质量。

（三）本公司的服务质量情况

本公司建立了严格的质量管理制度，配备了专业的客户服务和服务质量管理队伍。报告期内，本公司未出现因服务质量问题而造成诉讼、仲裁等纠纷的情况，也不存在因违反有关服务质量方面的法律法规而受到重大处罚的情况。

2013年7月24日，北京市工商行政管理局海淀分局向本公司下发《行政处罚决定书》京工商海处字（2013）第2131号，本公司“在未经工商行政管理机关登记的情况下，于2013年6月1日至6月28日在北京市海淀区鼎好电子大厦东北侧楼梯外立面LED屏幕为加多宝（中国）饮料有限公司发布“加多宝”户外广告”、“上述行为违反了《户外广告登记管理规定》第五条第一款第一项之规定，已构成未经工商行政管理机关登记擅自发布户外广告的违法行为。依据《户外广告登记管理规定》第十八条之规定，限本公司30日内补办登记手续，并决定处以罚款20000元”。2013年7月26日，本公司缴纳了该等罚款。被查处的“加多宝”广告内容合法，主要因为未事先向北京市工商行政管理局海淀分局办理广告登记受到处罚。

经核查，除前述披露事项，以及当地管理部门职能调整等客观原因暂缓广告发布内容登记受理外，本公司不存在其他未经管理机关登记发布户外广告的情形。同时，本公司已根据各区域媒体资源所在地工商行政管理部门对广告发布报批的要求制定《广告发布内容送审管理办法（试行）》及《商业广告发布报批索

引》，对广告发布内容送审制定了可有效执行的送审流程。

本公司已制定《广告发布内容送审管理办法（试行）》，确保各区域广告客户所投放广告准时、无障碍发布。根据该办法，广告发布内容送审管理主要流程如下：

1、各区域销售员根据《商业广告发布报批索引》要求，完成发布广告所需工商行政管理部门报批资料的准备工作。

2、业务统筹部根据销售人员提交的相关部门所需的报批资料，审定是否发布广告，并通过资源邮箱转发总部负责媒体资源管理的专职人员。

3、总部媒体资源中心的专职人员根据《商业广告发布报批索引》对业务统筹部提交的审批资料进行初审，其中涉及政策法规及合同的，抄送法律部征求意见，并及时与销售人员沟通。

4、各区域公司媒体资源管理人员将发布广告与相关政府部门所需报批资料核对，并向政府主管部门送审报批。

5、总部媒体资源开发与管理中心负责按政府主管部门要求进行更新并及时下发。

本公司已及时缴纳罚款并采取措施加强户外广告登记管理，避免类似事件再次发生。

根据相关主管部门认定，北京市工商行政管理局海淀分局向本公司出具文件确认上述行为属于一般违法行为，具体内容为“凤凰都市传媒科技股份有限公司：你公司因在北京市海淀区鼎好电子大厦东北侧楼体外立面利用 LED 屏从事未经登记擅自发布户外广告的行为被我分局立案查处，我分局已对你公司做出京工商海处字（2013）第 2131 号行政处罚决定。你公司的违法行为属一般违法行为，特此说明”本次行为属于一般违法行为。保荐机构认为，本次行为不属于重大违法违规事项，不会对公司经营活动产生重大不利影响，不会对本次发行上市构成实质性障碍。

十一、境外经营情况

截至本招股说明书签署日，本公司未在境外从事业务经营活动，无境外资产。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

截至本招股说明书签署之日，本公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在经营范围和实际从事的主营业务方面均存在明显差异，不存在同业竞争。

（一）本公司与控股股东及其控制的其他企业不存在同业竞争

1、本公司经营的主要业务

本公司经营户外 LED 媒体运营业务。

2、控股股东及其控制的其他企业经营的主要业务

本公司控股股东文化公司除控股本公司外，还拥有合营企业深圳凤凰城市论坛有限公司，并为第三方提供文化咨询业务等。其中，深圳凤凰城市论坛有限公司的经营经营范围包括会务服务；展览展示服务；文化艺术交流策划；舞台艺术造型策划；企业形象策划；市场营销策划；企业管理咨询；商务信息咨询；图文设计；公关礼仪服务；摄影服务；美术作品、工艺美术品的销售。本公司控股股东文化公司未开展任何与户外 LED 媒体运营业务所在的户外媒体相关或相似的业务，也未开展任何与广告经营相关的业务。

3、本公司与控股股东及其控制的其他企业不存在同业竞争

本公司与控股股东及其控制的其他企业所从事的业务完全不同，不存在同业竞争。

（二）本公司与实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

1、实际控制人及其控制的其他企业经营的主要业务

本公司的实际控制人为自然人刘长乐先生。

刘长乐先生通过凤凰卫视和乐天公司对企业实施控制，具体情况可参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（六）实际控制人控制的其他企业的基本情况”。

刘长乐先生控制的其他企业，主要经营两大类业务。一类是通过凤凰卫视及其控制的其他企业，运营凤凰系列电视台、凤凰网、凤凰周刊、凤凰 U Radio 广播电台等，分别涉及电视、互联网、平面和广播等媒体；另一类是通过乐天公司等旗下企业，经营房地产开发、实业投资、贸易等非媒体业务。

2、本公司与实际控制人及其控制的其他企业所开展的非媒体业务不存在同业竞争

本公司运营的户外 LED 媒体业务与实际控制人及其控制的其他企业所经营的房地产开发、实业投资、贸易等非媒体业务不存在同业竞争。

3、本公司与实际控制人及其控制的其他企业所运营的媒体不存在同业竞争的分析

（1）双方所运营的媒体所处行业不同

行业一般是指其按生产同类产品或具有相同工艺过程或提供同类劳动服务划分的经济活动类别，不同行业的区别在于生产过程不同及产品服务不同。尽管所有传播信息的媒介都可以被称为媒体，但不同媒体若生产过程及产品服务不同，将导致其处于不同的行业。

本公司与实际控制人及其控制的其他企业所运营的电视、互联网、平面、广播媒体，主要生产与提供内容服务，与提供广告服务的本公司户外 LED 媒体相比，在生产过程、产品服务方面存在显著差异，处于不同的行业。

（A）生产过程显著不同

电视、互联网、平面、广播等媒体所处的行业，其主要生产活动为创作、编辑、制作并发布内容，而户外 LED 媒体所处的户外媒体行业，主要生产活动为

运营维护户外媒体资源并发布广告，其生产、采购、销售模式及相关的产业链显著不同，并对行业内人才有着完全不同的需求，具体如下表所示：

	生产模式	采购模式		销售模式		主要人才需求
		主要采购内容	产业链上游	销售方式	产业链下游	
电视媒体	采编、制作各类视频节目				电视观众	记者、主持人、编导
互联网媒体	编辑制作网页内容	内容资源	内容制作方，发行或出版方，渠道方	依靠媒体承载内容的影响力吸引客户	互联网用户	IT 工程师、设计师、编辑
平面媒体	撰写，编辑，出版发行				读者	记者、编辑
广播媒体	制作、编导节目并播放				听众	编导、DJ
户外媒体	户外媒体资源的建设与运营	大牌、屏幕等户外媒体设备；点位租赁	户外媒体设备制造商，物业出租方	依靠媒体点位价值吸引客户	户外群体	户外媒体运营及营销专业人士

（B）产品服务显著不同

电视、互联网、平面、广播等媒体所处的行业，其主要产品服务为向用户播放内容，使用户获得视听享受。同时，这些媒体也以内容服务为基础，在少量时段插播广告。而本公司户外 LED 媒体所在的户外媒体行业，其主要产品服务仅为向人群播放广告。双方产品服务存在本质不同。

	主要终端	主要传导渠道	受众方式	媒体价值	承载内容	
					主要内容	辅助内容
电视媒体	电视机	卫星/有线电视网		收视率	视频节目	广告
互联网媒体	电脑/移动互联网设备	有线或无线互联网	受众人群主动选择	点击量	综合信息内容	广告
平面媒体	纸质读物	零售商/邮发/批发		发行量	图文内容	广告
广播媒体	收音设备	广播发射台		覆盖率	音频节目	广告
户外媒体	LED 大屏幕、广告牌等	现场播放	强制性传播	点位	广告	-

综上，双方运营的媒体生产过程、产品服务显著不同，因此处于不同的行业。

（2）实际控制人及其控制的其他企业所运营媒体与本公司所运营的媒体处于不同的行业，因此双方的广告业务不存在同业竞争

广告是客户为达成某种特定目的，公开而广泛地向公众传递信息的宣传手段，其往往依托于媒体。报告期内，户外媒体广告收入是本公司营业收入的唯一来源。同时，实际控制人及其控制的其他企业所经营的电视、互联网、平面、广播等媒体，其广告收入也是重要收入来源之一。

由于双方媒体所处行业不同，因此核心竞争力不同，双方广告业务开展的基础也不同，导致客户在双方媒体投放广告时不存在替代性，因此不存在同业竞争。

（A）不同行业媒体的核心竞争力——覆盖能力不同

媒体的核心竞争力主要在于覆盖能力。覆盖能力也决定了媒体对广告的传播能力，并是客户选择不同媒体投放广告的主要因素。

实际控制人及其控制的其他企业运营的电视、互联网、平面、广播等媒体，与本公司运营的户外 LED 媒体处于不同的行业，其各自具有其他媒体不具备的覆盖能力，双方媒体的覆盖能力存在互补，而非替代关系。

媒体	覆盖时间	覆盖空间	覆盖的聚焦能力	覆盖到达能力
凤凰系列电视台	观看电视时段	户内	较难锁定覆盖人群特征	用户对是否接受广告具有选择权
凤凰网	上网时段			
凤凰 U Radio	收听时段			
凤凰周刊	阅读时段		读者具有一定人群特征	
户外 LED 联播网	户外时段	户外	具有超级区域性，即聚焦于点位所在区域的特定人群	强制性收看

（B）客户选择不同行业的媒体投放广告的决策具有独立性

客户受众的媒体消费习惯，是客户投放广告的根基。客户在投放广告时，往往根据其品牌形象宣传或特定产品推广等需求的不同，分析其受众的媒体消费习惯，并根据不同媒体的覆盖能力，选择符合要求的媒体投放广告。

由于实际控制人及其控制的其他企业运营的媒体的覆盖能力，与本公司运营的户外 LED 媒体的覆盖能力具有互补性而非替代性，因此，客户在决策投放广告策略时，能够将双方媒体完全区分考虑，决策具有独立性。随着现代广告受众媒体消费习惯的多元化，客户为追求广告客户覆盖最大化，也存在进行综合媒体

投放的情况。但是，客户在进行投放决策时，对于覆盖能力互补的媒体也是分别制定投放策略，独立进行投放的。

综上，实际控制人及其控制的其他企业所经营的电视、网络、期刊、广播等媒体，在广告覆盖能力方面完全不同，互相不具备替代性，且具有一定的互补性。因此，客户在广告投放时，会根据自身广告策略作出决策，而不会在不同类型媒体间产生此消彼长的投放。

（C）不同行业的媒体形成了不同的市场

实际控制人及其控制的其他企业运营的电视、互联网、平面、广播等媒体，与本公司运营的户外 LED 媒体，由于核心竞争力即覆盖能力不同，以及客户广告投放决策的独立性，因此形成了完全不同的广告市场。不同市场间的媒体不发生竞争，而只在各自的市场内产生竞争。

	主要竞争对手	具体竞争情况	
		实际控制人控制的其他企业运营的媒体/本公司运营的媒体	主要竞争对手
电视媒体	各自领域及区域内的	凤凰系列电视台	其他上星或地面电视台
互联网媒体	同类型媒体运营商；这	凤凰网	各大中文门户网站
平面媒体	几类媒体之间也逐步	凤凰周刊	各大全国性新闻评论型杂志
广播媒体	开始出现竞争	凤凰 U Radio	各大区域性广播电台和网络电台
户外媒体	户外媒体设备所在区域内的其他户外媒体运营商	户外 LED 联播网	全国性户外 LED 媒体运营商，例如郁金香传媒、香榭丽传媒等；其他区域性户外 LED 媒体运营商；其他大牌等户外媒体运营商

综上，实际控制人及其控制的其他企业运营的媒体，与本公司运营的户外 LED 媒体，在广告业务方面不存在同业竞争。

（3）本公司具备的独立性，从机制上决定了双方不存在现有或潜在同业竞争

本公司在资产、机构、人员、财务、业务方面，与实际控制人及其控制的其他企业彼此独立。

从资产角度看，本公司拥有实际控制人及其控制的其他企业不具备的优质屏幕点位及屏幕资产，并与点位物业出租方签订了长期协议，使得这些点位具有了

不可再生性，产生了巨大的行业壁垒，使得实际控制人及其控制的其他企业从实质上不具备进入户外 LED 媒体行业的条件。

而从人员及机构角度看，本公司并非凤凰卫视的户外广告部门分化而成的企业。同时，凤凰卫视对本公司仅委派董事。本公司管理层能对发展战略、客户营销等问题进行独立决策。而本公司运营的户外 LED 媒体的特征也决定了双方所需人才不同。特别本公司具有与凤凰卫视独立的营销体系，建立了各自独立的营销部门，拥有完全独立的营销人员。

从财务角度看，本公司具有独立的财务部门和财务核算体系，广告收入与实际控制人及其控制的其他企业的媒体的广告收入在预算和决算上均彼此独立。

从业务角度看，本公司所拥有的户外媒体以播放广告画面为主，不需采用凤凰卫视下属媒体提供的内容材料。本公司的业务与凤凰卫视业务相互独立。

综上，本公司与实际控制人及其控制的其他企业之间，从机制上奠定了双方不会发生现有及潜在同业竞争。

(4) 本公司从事的媒介策划、广告创意、广告制作等相关服务，不与控股股东凤凰卫视、实际控制人控制的其他从事广告业务的企业经营范围存在重合、不与控股股东、实际控制人控制的其他从事广告业务的企业存在同业竞争

本公司主营业务为户外 LED 媒体运营业务。本公司控股股东凤凰卫视、实际控制人控制的其他从事广告业务的企业，主要运营凤凰电视台、凤凰网、凤凰周刊、凤凰 U Radio 广播电台等，分别涉及电视、互联网、平面和广播等媒体。本公司经营户外 LED 媒体运营业务，与控股股东凤凰卫视、实际控制人控制的其他从事广告业务的企业不存在同业竞争。

本公司从事的媒介策划、广告创意、广告制作完全依托于户外 LED 媒体资源，是户外 LED 媒体广告投放的前端延伸环节，以户外 LED 媒体的广告发布业务为服务对象，共同构成了本公司的户外 LED 媒体运营业务，并以户外 LED 媒体广告发布实现服务价值。本公司该等服务不能脱离户外 LED 媒体广告发布服

务进行独立销售，不具备形成独立销售的条件，亦不独立产生销售收入。此外，本公司并不从事非户外 LED 媒体的媒介策划、广告创意、广告制作相关服务。

本公司控股股东凤凰卫视、实际控制人控制的其他从事广告业务的企业主要从事电视、互联网、平面、广播等媒体运营业务，该等企业从事的媒介策划、广告创意、广告制作服务分别依托于电视、互联网、平面、广播等媒体运营，服务对象为电视、互联网、平面、广播等媒体的广告发布业务。该等企业也不从事户外 LED 媒体资源的媒介策划、广告创意、广告制作相关服务。

因此，本公司从事的媒介策划、广告创意、广告制作服务完全依托于户外 LED 媒体资源，服务对象为户外 LED 媒体的广告发布业务，并不为非户外 LED 媒体形式提供相关服务，与控股股东凤凰卫视、实际控制人控制的其他从事广告业务企业从事的相关服务在经营范围上不重合，不存在同业竞争。

(5) 本公司客户范围与控股股东、实际控制人下的其他从事广告业务的企业存在重合，但在经营过程中不存在竞争

(A) 本公司的客户范围与控股股东、实际控制人下的其他从事广告业务的企业存在部分重合

本公司及控股股东、实际控制人下的其他从事广告业务的企业，如凤凰电视台、凤凰网、凤凰周刊等均在各自媒体领域具有一定知名度，在国内的不同广告媒体子行业具有一定市场占有率。随着现代广告受众媒体消费习惯的多元化，以及广告主最大限度覆盖受众群体的考虑，部分广告主会选择不同行业的媒体进行平行投放。报告期内，本公司与控股股东、实际控制人下的其他从事广告业务企业的终端客户范围存在部分重合。

(B) 对于重合客户的广告业务，本公司与控股股东及实际控制人下的其他广告企业在经营过程中不存在竞争情形

①户外 LED 媒体资源与其他广告媒体资源显著不同，不存在相互替代性

客户受众的媒体接触习惯是客户投放广告的根基。客户在投放广告时，往往根据其品牌形象宣传或特定产品推广等需求的不同，分析其受众的媒体接触习

惯，并根据不同媒体的覆盖能力，选择符合要求的媒体投放广告。户外 LED 媒体资源具有强制性传播的覆盖能力、超级区域性的聚焦能力等特点，导致其与其他媒体资源在媒体覆盖时间、覆盖空间、传播对象、受众接收方式显著不同，因此户外 LED 媒体资源与其他广告媒体资源不存在相互替代性。

②针对不同的媒体播放方式，广告主在制定投放策略及计划、安排预算、实施投放等方面一般独立进行，不同媒体播放方式之间不会形成竞争关系

通常情况下，广告主会选择不同的媒体方式（如电视、互联网、平面、广播、户外等）实施广告投放计划，不同媒体方式在制定投放策略、安排投放预算、实施投放计划、选择下游媒体运营商、落实广告投放等环节均独立进行。即，广告主针对不同媒体方式制定了独立的广告投放预算体系，户外广告投放预算与其他媒体投放预算相互独立。因此本公司在争取广告业务机会时，并不会与其他媒体方式的运营商构成竞争，仅是与户外广告媒体运营商形成竞争关系。某种程度上，本公司与其他媒体方式更多体现出互补关系。

因此，虽然本公司的客户范围与控股股东、实际控制人下的其他从事广告业务的企业存在部分重合，但鉴于同一广告主在不同媒体方式之间的投放以追求广告覆盖范围及效果最大化为主要目的，且不同类型媒体投放广告的预算独立，本公司与控股股东及实际控制人下的其他广告企业在争取广告业务机会过程中不与其他媒体构成同业竞争。

（C）本公司、控股股东及实际控制人的应对措施

针对本公司的客户范围与控股股东、实际控制人其他从事广告业务的企业存在部分重合的情况，本公司、控股股东及实际控制人制定了相应的应对措施，以避免经营过程中出现竞争，并保持经营独立性，具体如下：

①确保本公司与控股股东、实际控制人下属其他从事广告业务的企业独立开展业务

本公司在从事广告业务时，严格独立经营运作，在人员、资产、财务、机构及业务方面与控股股东、实际控制人及下属其他从事广告业务的企业保持独立

性，严禁控股股东、实际控制人下属从事广告业务的企业联合市场营销、共用市场开拓团队，确保各广告企业独立自主承接相关业务。

②制定了秉承业务优势、专注于核心业务发展的经营策略

本公司实际控制人及控股股东制定了秉承业务优势、专注于核心业务发展的经营策略，下属企业均集中资源和能力发展自身所擅长的核心业务，形成各自独立的专业优势。具体而言，本公司作为控股股东、实际控制人下属唯一的户外 LED 媒体运营平台，将集中精力发展户外 LED 媒体运营业务，而不会涉足于电视、互联网、平面、广播等媒体业务；同样，本公司控股股东、实际控制人下属其他从事广告业务的企业亦不会开展户外 LED 媒体运营业务及由此产生的广告服务业务。

（三）本公司与实际控制人其他近亲属对外投资企业不存在同业竞争

报告期内，本公司实际控制人其他近亲属主要对外投资情况如下：

序号	与实际控制人关系	对外投资	持股比例	主营业务
1	女儿	RIGHT COMPANION INTERNATIONAL LIMITED	40%	股权投资
2	女婿	北京凤凰理理它信息技术有限公司	80%	软件服务
3	女婿	广东伊立浦电器股份有限公司	5.21%	电器设备生产及销售
4	配偶的兄长	北京今明远大科技有限公司	50%	设备技术开发及实施
5	配偶的弟弟	北京今明远大科技有限公司	50%	设备技术开发及实施

经保荐机构、发行人律师核查及实际控制人刘长乐出具的承诺，本公司实际控制人其他近亲属人员对外投资企业不存在和发行人经营相同或类似业务，或上下游业务的情况，不存在同业竞争。

（四）关于避免同业竞争的承诺

1、控股股东出具的《避免同业竞争承诺函》

文化公司作为本公司的控股股东，为避免可能产生的同业竞争，维护本公司的利益，根据有关法律法规的规定，于 2014 年 5 月 31 日向本公司出具了《避免同业竞争承诺函》，做出如下承诺：

（1）文化公司以及文化公司控制的公司及企业（不包括凤凰都市传媒及其子公司，以下相同概念同此理解）目前没有从事或参与任何与凤凰都市传媒主营业务，即户外媒体运营及由此产生的广告服务业务（以下简称“主营业务”）相同、相似、构成或可能构成竞争的业务或活动。

（2）文化公司承诺自本承诺函正式签署和出具之日起，文化公司不会及促使文化公司控制的公司及企业不会在中国境内外以任何形式（包括但不限于投资、并购、联营、合资、合作、合伙、承包或租赁经营、购买任一上市公司超过 5%（以单家上市公司计）的股票）直接或者间接从事或参与与主营业务相同、相似、构成或可能构成竞争的业务或活动。文化公司以及文化公司控制的公司及企业如从事任何第三方获得的商业机会与凤凰都市传媒主营业务可能构成直接或间接的竞争，则文化公司承诺促使文化公司控制的公司及企业将立即告知凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司，并尽力促使该商业机会按同等的条款和条件首先提供给予凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司。

（3）文化公司保证：

（A）不利用股东身份损害凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司的合法权益，及

（B）不利用自身特殊地位谋取非正常的额外收益。

惟文化公司依法行使股东权利和正常的商业经营行为除外。

（4）以上承诺自本公司签署之日起生效，签署后不可撤销或撤回，惟有关承诺将于发生下列事项时（以较早者为准）终止：

(A) 文化公司根据中国法律不再认定为凤凰都市传媒的控股股东及直接或间接持有凤凰都市传媒 5%或以上股份的关联方；或

(B) 凤凰都市传媒的股份不再在中国上海证券交易所上市。

(5) 如因文化公司未履行在本承诺函中所作的承诺及保证而给凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司造成损失，文化公司将赔偿凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司的一切实际损失。

(6) 如违反上述承诺，文化公司被有权部门认定为同业竞争的，发行人将有权暂扣文化公司直接或间接持有的发行人股份对应之应付未付的现金分红，直至违反本承诺事项消除。

(7) 本承诺受中国法律管辖，本承诺函中全部条款及词语定义均依据中国法律、行政法规、部门规章、规范性文件的规定解释。

2、间接控股股东出具的《避免同业竞争承诺函》

凤凰卫视作为本公司的间接控股股东，为避免可能产生的同业竞争，维护本公司的利益，根据有关法律法规的规定，于 2014 年 5 月 31 日向本公司出具了《避免同业竞争承诺函》，做出如下承诺：

(1) 凤凰卫视以及凤凰卫视控制的公司及企业（不包括凤凰都市传媒及其子公司，以下相同概念同此理解）目前没有从事或参与任何与凤凰都市传媒主营业务，即户外媒体运营及由此产生的广告服务业务（以下简称“主营业务”）相同、相似、构成或可能构成竞争的业务或活动（凤凰卫视透过电视广播及出版物的广告业务，以及凤凰卫视控制的公司及企业透过互联网及手机的广告业务不被视为与主营业务构成或可能构成竞争的业务或活动）。

(2) 凤凰卫视承诺自本承诺函正式签署和出具之日起，凤凰卫视不会及促使凤凰卫视控制的公司及企业不会在中国境内外以任何形式（包括但不限于投资、并购、联营、合资、合作、合伙、承包或租赁经营、购买任一上市公司超过 5%（以单家上市公司计）的股票）直接或者间接从事或参与与主营业务相同、相似、构成或可能构成竞争的业务或活动。凤凰卫视以及凤凰卫视控制的公司及

企业如从事任何第三方获得的商业机会与凤凰都市传媒主营业务可能构成直接或间接的竞争，则凤凰卫视承诺促使凤凰卫视控制的公司及企业将立即告知凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司，并尽力促使该商业机会按同等的条款和条件首先提供给予凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司。

(3) 凤凰卫视保证：

(A) 不利用股东身份损害凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司的合法权益，及

(B) 不利用自身特殊地位谋取非正常的额外收益。

惟本公司依法行使间接股东权利和正常的商业经营行为除外。

(4) 以上承诺自凤凰卫视签署之日起生效，签署后不可撤销或撤回，惟有关承诺将于发生下列事项时（以较早者为准）终止：

(A) 凤凰卫视根据中国法律不再认定为凤凰都市传媒的控股股东及直接或间接持有凤凰都市传媒 5%或以上股份的关联方；或

(B) 凤凰都市传媒的股份不再在中国上海证券交易所上市。

(5) 如因凤凰卫视未履行在本承诺函中所作的承诺及保证而给凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司造成损失，凤凰卫视将赔偿凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司的一切实际损失。

(6) 如违反上述承诺，凤凰卫视被有权部门认定为同业竞争的，发行人将有权暂扣凤凰卫视直接或间接持有的发行人股份对应之应付未付的现金分红，直至违反本承诺事项消除。

(7) 本承诺受中国法律管辖，本承诺函中全部条款及词语定义均依据中国法律、行政法规、部门规章、规范性文件的规定解释。

3、实际控制人出具的《避免同业竞争承诺函》

刘长乐先生作为本公司的实际控制人，为避免可能产生的同业竞争，维护本公司的利益，根据有关法律法规的规定，于 2014 年 5 月 31 日向本公司出具了《避免同业竞争承诺函》，做出如下承诺：

（1）刘长乐先生以及刘长乐先生控制的公司及企业（不包括凤凰都市传媒及其子公司，以下相同概念同此理解）目前没有从事或参与任何与凤凰都市传媒主营业务，即户外媒体运营及由此产生的广告服务业务（以下简称“主营业务”）相同、相似、构成或可能构成竞争的业务或活动（刘长乐先生控制的公司及企业从事电视广播及出版物的广告业务，以及透过互联网及手机的广告业务不被视为与主营业务构成或可能构成竞争的业务或活动）。

（2）刘长乐先生承诺自本承诺函正式签署和出具之日起，刘长乐先生及刘长乐先生控制的公司及企业不会在中国境内外以任何形式（包括但不限于投资、并购、联营、合资、合作、合伙、承包或租赁经营、购买任一上市公司超过 5%（以单家上市公司计）的股票）直接或者间接从事或参与与主营业务相同、相似、构成或可能构成竞争的业务或活动。刘长乐先生以及刘长乐先生控制的公司及企业如从任何第三方获得的商业机会与凤凰都市传媒主营业务可能构成直接或间接的竞争，则刘长乐先生承诺将自行促使刘长乐先生控制的公司及企业将立即告知凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司，并尽力促使该商业机会按同等的条款和条件首先提供给予凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司。

（3）刘长乐先生保证：

（A）不利用实际控制人身份损害凤凰都市传媒及其全资及/或控股子公司的合法权益，及

（B）不利用自身特殊地位谋取非正常的额外收益。

惟刘长乐先生依法行使间接股东权利和正常的商业经营行为除外。

（4）以上承诺自刘长乐先生签署之日起生效，签署后不可撤销或撤回，惟有关承诺将于发生下列事项时（以较早者为准）终止：

(A) 刘长乐先生根据中国法律不再认定为凤凰都市传媒的实际控制人及直接或间接持有凤凰都市传媒 5%或以上股份的关联方；或

(B) 凤凰都市传媒的股份不再在中国上海证券交易所上市。

(5) 如违反上述承诺，刘长乐先生被有权部门认定为同业竞争的，发行人将有权暂扣本人直接或间接持有的发行人股份对应之应付未付的现金分红，直至违反本承诺事项消除。

(6) 本承诺受中国法律管辖，本承诺函中全部条款及词语定义均依据中国法律、行政法规、部门规章、规范性文件的规定解释。

二、关联方及关联关系

截至 2015 年 2 月 28 日，根据《公司法》、《上市公司信息披露管理办法》、《上海证券交易所股票上市规则》和《企业会计准则》的相关规定，本公司的关联方及关联关系具体如下：

(一) 存在控制关系的关联方

1、控股股东及实际控制人

序号	关联方	关联关系
1	刘长乐	公司实际控制人
2	凤凰都市文化传播（北京）有限公司	直接控股股东
3	凤凰卫视控股有限公司（02008.HK）	间接控股股东
4	凤凰卫视集团有限公司（BVI）	间接控股股东
5	凤凰卫视有限公司（HK）	间接控股股东

2、本公司控股子公司

序号	关联方	关联关系
1	江苏凤凰都市传媒有限公司	全资子公司
2	凤凰卫视都市传媒（杭州）有限公司	全资子公司
3	凤凰卫视都市传媒（上海）有限公司	全资子公司
4	凤凰都市传媒（四川）有限公司	全资子公司
5	深圳凤凰都市广告传播有限公司	全资子公司
6	凤凰都市传媒（广州）有限公司	全资子公司

（二）不存在控制关系的关联方

1、其他持有本公司 5%以上股权的股东

序号	关联方	关联关系
1	王彦军	持股 5%以上自然人股东；担任董事
2	刘艳国	持股 5%以上自然人股东
3	李彬	持股 5%以上自然人股东
4	天津维道资产管理合伙企业（有限合伙）	持股 5%以上法人股东
5	上海明辉股权投资合伙企业（有限合伙）	持股 5%以上法人股东

2、间接控股股东凤凰卫视控制的其他企业

序号	法人名称	关联关系	持股比例
1	香港凤凰周刊有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	77%
2	凤凰卫视发展有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
3	凤凰卫视有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
4	香港凤凰卫视有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
5	凤凰影视制作有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
6	凤凰中心(香港)有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
7	香港凤凰书品文化出版有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
8	凤凰广播有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
9	凤凰航空有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
10	凤凰(英国)置业有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
11	凤凰卫视(香港台)有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
12	凤凰新媒体(香港)有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
13	凤凰产业发展中心有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
14	凤凰研究院有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
15	凤凰文化产业发展有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
16	凤凰文创发展有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
17	凤凰文创管理有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
18	凤凰文创产业投资管理有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
19	凤凰都市传媒控股有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
20	凤凰都市传媒有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
21	凤凰卫视集团有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
22	凤凰卫视中文台有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
23	凤凰卫视电影台有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
24	凤凰卫视商标有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
25	凤凰卫视欧洲台有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
26	PCNE Holding Limited	凤凰卫视控制的其他企业	70%
27	凤凰资讯有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%

序号	法人名称	关联关系	持股比例
28	Phoenix Weekly Magazine (BVI) Limited	凤凰卫视控制的其他企业	100%
29	凤凰卫视资讯台有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
30	Phoenix Satellite Television Development (BVI) Limited	凤凰卫视控制的其他企业	100%
31	Phoenix Satellite Television (Universal) Limited	凤凰卫视控制的其他企业	100%
32	植桐制作股份有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
33	Phoenix Satellite Television Investments (BVI) Limited	凤凰卫视控制的其他企业	100%
34	凤凰之光有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
35	凤凰环球电视有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
36	碧湖投资有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
37	凤凰卫视有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
38	领峰有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
39	伟富投资有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
40	凤凰研究及发展有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
41	Phoenix Chinese News & Entertainment Limited	凤凰卫视控制的其他企业	70%
42	Phoenix Satellite Television (U.S.), Inc.	凤凰卫视控制的其他企业	100%
43	PSTV, LLC	凤凰卫视控制的其他企业	100%
44	凤凰影视(深圳)有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	60%
45	深圳市梧桐山电视广播有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54%
46	凤凰东方(北京)置业有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	50%
47	凤凰在线(北京)信息技术有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
48	北京天盈九州网络技术有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
49	怡丰联合(北京)科技有限责任公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
50	北京天盈创智广告有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
51	凤凰和信文化咨询(北京)有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
52	北京凤凰于天软件技术有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
53	北京继融文华文化传播有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
54	凤凰卫视文化产业发展(上海)有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
55	Phoenix Media and Broadcast Sdn Bhd	凤凰卫视控制的其他企业	70%
56	凤凰新媒体有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
57	PNACC Television (Canada) Inc	凤凰卫视控制的其他企业	100%
58	Phoenix Satellite Télévision (France) SAS	凤凰卫视控制的其他企业	100%
59	天津凤凰铭道文化传播有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
60	北京天盈创展文化传播有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
61	Phoenix Radio US, LLC	凤凰卫视控制的其他企业	100%

序号	法人名称	关联关系	持股比例
62	凤凰国际教育有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	60%
63	凤凰教育发展有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
64	凤凰海外资讯有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
65	凤凰飞扬（北京）新媒体信息技术有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
66	RBC Communications, Inc.	凤凰卫视控制的其他企业	100%
67	CHINA GLOBAL TELEVISION LIMITED	凤凰卫视控制的其他企业	50%
68	北京尘寰科技有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
69	北京游九州技术有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
70	北京欢游天下科技有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
71	北京汇播广告传媒有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
72	深圳市优悦文化传播有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	50%
73	上海凤凰卫视俊安艺术发展有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	72%
74	凤凰资讯日本有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
75	凤凰置业投资控股有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
76	凤凰置业发展有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
77	凤凰云祥科技发展有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	100%
78	凤凰新媒体（香港）信息技术有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
79	北京凤凰博锐软件技术有限责任公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
80	爱游有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
81	爱游（香港）有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
82	惬意游（北京）信息技术有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	54.30%
83	上海喵球信息技术有限公司	凤凰卫视控制的其他企业	40.73%

注：本公司间接控股股东凤凰卫视控制的企业均为本公司关联方，但由于企业数量较多，上表仅根据凤凰卫视各大核心业务板块及重要性原则对主要控制的企业进行披露。

3、实际控制人刘长乐先生控制的其他企业

序号	法人名称	关联关系	持股比例
1	乐天发展股份有限公司	实际控制人控制的其他企业	99.99%
2	乐天文化发展有限公司	实际控制人控制的其他企业	间接持股 90%
3	瑞城国际有限公司	实际控制人控制的其他企业	间接持股 40%
4	中城乐天房地产开发有限公司	实际控制人控制的其他企业	间接持股 85%
5	长青有限公司	实际控制人控制的其他企业	间接持股 35%
6	中国佛教文化信息中心有限公司	实际控制人控制的其他企业	80%
7	卡姆瑞斯发展有限公司	实际控制人控制的其他企业	50%
8	星江投资有限公司	实际控制人控制的其他企业	50%

注：本公司实际控制人刘长乐控制的企业均为本公司关联方，但由于企业数量较多，上表仅根据重要性原则对主要控股企业进行披露。

4、本公司主要投资者个人和关键管理人员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

（1）主要投资者个人控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

序号	主要投资者个人	关联方	持股比例
1	王彦军	中誉投资有限公司	60.00%
2	李彬	中誉投资有限公司	40.00%
3	刘艳国	北京金燕飞胜影视传媒有限公司	10.00%
4		北京延庆村镇银行股份有限公司	10.00%
5		农安北银村镇银行股份有限公司	10.00%
6		北京中金小额贷款股份有限公司	10.00%
7		北京玺萌财富投资管理有限公司	60.00%
8		天津商富和股权投资合伙企业（有限合伙）	1.92%
9		玺萌资产控股有限公司	54.90%
10		玺萌融投资控股有限公司	27.55%

（2）关键管理人员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

（A）本公司关键管理人员对外投资的主要企业

序号	关键管理人员	本公司职务	关联法人	持股比例
1	崔强	董事长	中国佛教文化信息中心有限公司	12%
2	顾庆伟	独立董事	北京鼎汉技术股份有限公司	20.76%
3			北京鼎汉电气科技有限公司	82.64%
4			北京中泰迅通技术有限公司	35%
5			上海捷宝投资有限公司	99%
6	王刚	监事会主席	维思捷宏（天津）股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）	90%
7	张耀辉	监事会副主席	杭州捷盈投资管理有限公司	51%
8			上海明辉股权投资管理有限公司	40%
9			上海明辉股权投资合伙企业（有限合伙）	0.74%
10			北京国润昆仑创业投资中心（有限合伙）	0.375%
11			北京多维视通技术有限公司	13.59%
12	王晓东	副总裁	深圳市迪思达广告有限公司注 2	30%

序号	关键管 理人员	本公司职务	关联法人	持股比例
13			东莞市迪思达科技有限公司（已吊销）	24.5%
14	潘晓东	独立董事	致同（北京）税务师事务所有限责任公司	5%

（B）本公司关键管理人员担任董事、监事及高级管理人员的其他主要企业

关键管 理人员	本公司 职务	关联方法人	关联方法人 任职	兼职单位与本公司关系
崔强	董事长	凤凰卫视有限公司（香港）	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰新媒体(香港)有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		香港凤凰周刊有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视发展有限公司（香港）	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰影视制作有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		香港凤凰卫视有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰中心（香港）有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市传媒控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市传媒有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰广播有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰航空有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰(英国)置业有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视(香港台)有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰产业发展中心有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰研究院有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文化产业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创产业投资管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市文化传播（北京）有限公司	董事	本公司的控股股东
		凤凰影视(深圳)有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		深圳市梧桐山电视广播有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰东方(北京)置业有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰和信文化咨询（北京）有限公司	监事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视文化产业发展（上海）有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视集团有限公司（BVI）	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视有限公司（BVI）	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视中文台有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视电影台有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视商标有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视欧洲台有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业

关键管 理人员	本公司 职务	关联方法人	关联方法人 任职	兼职单位与本公司关系
		PCNE 控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰资讯有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		Phoenix Weekly Magazine (BVI) Limited	董事	实际控制人控制的其他企业
		Phoenix Satellite Television Development (BVI) Limited	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰环球电视有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		Phoenix Satellite Television Investments (BVI) Limited	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰之光有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		Phoenix Satellite Television (Universal) Limited	董事	实际控制人控制的其他企业
		碧湖投资有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		香港凤凰书品文化出版有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		领峰有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		伟富投资有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰研究及发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视资讯台有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		Phoenix Satellite Television (U.S.) Inc.	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰新媒体有限公司 (Cayman)	董事	实际控制人控制的其他企业
		Phoenix Chinese News& Entertainment Limited	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视控股有限公司 (02008.HK)	执行董事	本公司的间接控股股东
		深圳凤凰置业有限公司	董事	实际控制人控制企业的联营 公司
		北京翡翠凤凰文化投资咨询有限公 司	董事	实际控制人控制企业的联营 公司
		Phoenix Media and Broadcast Sdn Bhd	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰国际教育有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰教育发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		中国佛教文化信息中心有限公司	董事	无
		凤凰置业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		上海凤凰卫视俊安艺术发展有限公 司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰置业投资控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
杨家强	董事	凤凰卫视控股有限公司	执行副总裁 兼财务总监	本公司的间接控股股东

关键管 理人员	本公司 职务	关联方法人	关联方法人 任职	兼职单位与本公司关系
		深圳市梧桐山电视广播有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		深圳凤凰置业有限公司	董事	实际控制人控制企业的联营公司
		凤凰置业有限公司	董事	实际控制人控制企业的联营公司
		凤凰新媒体有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰东方(北京)置业有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文化产业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创产业投资管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市文化传播（北京）有限公司	监事	本公司的控股股东
		凤凰卫视文化产业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视商标有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		植桐制作股份有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		The 9 Limited	独立董事	无
		凤凰海外资讯有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰云祥科技发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		上海凤凰卫视俊安艺术发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
何大光	董事	北京翡翠凤凰文化投资咨询有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		北京同步广告有限公司	董事	实际控制人控制企业的联营公司
		香港凤凰书品文化出版有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市传媒控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰新媒体有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰东方(北京)置业有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市传媒有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市文化传播（北京）有限公司	董事	本公司的控股股东
		凤凰新媒体（香港）有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰产业发展中心有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰研究院有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文化产业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视文化产业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业

关键管 理人员	本公司 职务	关联方法人	关联方法人 任职	兼职单位与本公司关系
		凤凰文创产业投资管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰置业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰云祥科技发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰置业投资控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		上海凤凰卫视俊安艺术发展有限公司	董事长	实际控制人控制的其他企业
梁云波	董事	凤凰都市传媒控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市传媒有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文化产业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创产业投资管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市文化传播（北京）有限公司	董事	本公司的控股股东
		凤凰卫视文化产业发展（上海）有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰国际教育有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		汇川创业投资股份有限公司	董事	实际控制人具有重大影响的企业
		上海凤凰卫视俊安艺术发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
刘作庚	董事、 总裁	凤凰都市文化传播（北京）有限公司	董事	本公司的控股股东
		凤凰都市传媒有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市传媒控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
王彦军	董事	山水盛典文化产业有限公司	董事	无
		中誉投资有限公司	董事	无
		广东天梦文化投资有限公司	董事长、经理	无
黄昇民	独立董 事	湖南电广传媒股份有限公司	独立董事	无
		中国传媒大学	广告学院院长	无
		中国广告协会学术委员会	常务委员	无
		引力传媒股份有限公司	独立董事	无
顾庆伟	独立董 事	北京鼎汉技术股份有限公司	董事长	无
		新余鼎汉电气科技有限公司	执行董事	无
		北京鼎汉软件有限公司	执行董事	无
		北京鼎汉检测技术有限公司	执行董事	无
		江苏鼎汉电气有限公司	执行董事、总 经理	无
		广东鼎汉电气技术有限公司	执行董事	无
		安徽省巢湖海兴电缆集团有限公司	执行董事	无

关键管 理人员	本公司 职务	关联方法人	关联方法人 任职	兼职单位与本公司关系
潘晓东	独立董事	致同（北京）税务师事务所有限责任 公司	董事	无
王刚	监事会 主席	上海捷宝投资有限公司	董事	无
		天津维道资产管理合伙企业 （有限合伙）	执行事务合 伙人委派代 表	本公司的股东
		维思捷宝（天津）股权投资基金合伙 企业（有限合伙）	执行事务合 伙人委派代 表	无
		维思捷宏（天津）股权投资基金管理 合伙企业（有限合伙）	执行事务合 伙人委派代 表	无
		布洛斯酒店投资管理（昆山）有限公 司	董事	无
		南京基蛋生物科技有限公司	董事	无
		大连大高阀门股份有限公司	董事	无
		杭州捷盈投资管理有限公司	执行董事	无
		苏州捷富投资企业（有限合伙）	执行事务合 伙人委派代 表	无
张耀辉	监事会 副主席	上海明辉股权投资管理有限公司	执行董事、总 经理	无
		上海明辉股权投资合伙企业（有限合 伙）	执行事务合 伙人委派代 表	本公司的股东
		北京多维视通技术有限公司	董事	无
		苏州本控电子科技有限公司	董事	无
		上海康曜投资管理有限公司	执行董事、总 经理	无
		上海明辉创业投资有限公司	执行董事	无
		东方电子支付有限公司	董事	无
		盛利维尔（中国）新材料技术有限公 司	董事	无
		上海大晶印刷材料有限公司	执行董事、总 经理	无
王晓东	副总裁	东莞市迪思达科技有限公司（已吊 销）	总经理	无

除以上关联法人外，本公司关联法人还包括直接或间接控股股东的董事、监事及高级管理人员控制或担任董事、高级管理人员的其他法人。

4、主要关联自然人

（1）主要投资者个人及其关系密切的家庭成员

除实际控制人刘长乐外，公司股东王彦军、刘艳国及李彬直接持有本公司5%以上的股份，为公司的主要投资者个人。

主要投资者个人及其关系密切的家庭成员为本公司关联方。

（2）公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

本公司董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员为本公司的关联方。董事、监事和高级管理人员的具体情况参见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员”有关内容。

（3）直接或间接控制本公司的法人的关键管理人员及其关系密切的家庭成员

直接或间接控制本公司的法人的董事、监事及高级管理人员及其关系密切的家庭成员，包括凤凰卫视、卫视集团、卫视有限、文化公司的董事、监事、高级管理人及其关系密切的家庭成员。

三、关联交易情况

（一）经常性关联交易

报告期内，除支付关键管理人员报酬外，本公司日常经营中发生的经常性关联交易主要包括商标许可使用、提供广告投放服务、媒体资源互换等。

1、商标许可使用

（1）报告期内的商标许可使用

2008 年 7 月 28 日，凤凰卫视商标有限公司分别与北京公司及 4 家子公司（上海公司、杭州公司、江苏公司、深圳公司）签署了《商标许可协议》，凤凰卫视商标有限公司授权上述 5 家公司按照约定，在授权范围内使用指定 6 项商标，商标使用费为每家公司每年 1 元，协议有效期自签订之日起，至凤凰卫视不再控制北京公司或出现其他协议约定终止情形为止。

2013 年 3 月 25 日，凤凰卫视商标有限公司与本公司及其 6 家子公司签署了《商标使用许可协议之补充协议》，约定授权使用商标的法人主体包括现时有效存续的凤凰都市传媒科技股份有限公司河南省分公司、凤凰都市传媒科技股份有限公司重庆市分公司、凤凰都市传媒科技股份有限公司山东省分公司、凤凰都市传媒科技股份有限公司湖北省分公司，并追加授权广州公司、四川公司为《商标许可协议》被许可人，同时增加 3 项商标的授权，补充协议有效期自签署之日起至凤凰卫视不再控制被许可人或本公司在上海证券交易所上市之日止。

该等授权商标的具体情况请参见本招股说明书“第六节业务与技术”之“七、与本公司业务相关的主要无形资产情况”之“（三）商标”之“2. 授权使用商标”。

（2）本公司与凤凰卫视新签订的商标授权使用许可使用协议

2013 年 3 月 26 日，凤凰卫视商标有限公司与本公司签署了《商标许可协议》，凤凰卫视商标有限公司授权本公司及其分支机构、6 家子公司（上海公司、杭州公司、江苏公司、深圳公司、广州公司、四川公司）按照约定，在授权范围内使用指定商标，商标使用费为每年 5 万美金，协议自被许可人于上海证券交易所上市之日起生效，至凤凰卫视不再是被许可人间接控股股东；或不再是直接或间接持有被许可人 5%以上的关联方；或被许可人股份不再在上海证券交易所上市；或被许可人股份在上海证券交易所上市之日起满 5 年。

2、凤凰卫视旗下企业间的媒体资源互换

2012 年，北京天盈九州网络技术有限公司（凤凰新媒体有限公司通过协议控制的企业）与本公司利用各自的媒体进行互相推广，2012 年度播放 167 小时，占当年全年可播放时段的 0.07%。

2012 年度卫视有限通过“中华小姐”评选活动推广本公司的品牌，同时本公司利用其屏幕对“中华小姐”评选活动进行推广，累计播放 884 小时，占当年全年可播放时段的 0.38%。

根据会计准则，对于广告行业该等媒体资源互换，无需确认为收入。

3、提供户外媒体广告投放服务

本公司间接控股股东凤凰卫视的一名董事，在中国移动通信集团兼任高管，中国移动通信集团为本公司的关联方。报告期内，中国移动通信集团通过广告代理公司在本公司的户外 LED 媒体上投放广告，2012 年、2013 年及 2014 年，中国移动通信集团的投放额分别为 313.84 万元、83.26 万元及 82.46 万元，分别占同期同类型收入的 0.76%、0.18%、0.20%，分别占同期营业收入的 0.74%、0.17%、0.19%。2013 年 11 月，中国移动通信有限公司与本公司签订《广告投放合同》，中国移动通信有限公司在本公司运营的 LED 媒体上进行广告投放，2013 年、2014 年投放额分别为 300.00 万元、93.00 万元，分别占同期同类型收入的 0.64%、0.21%，分别占同期营业收入的 0.62%、0.22%。2014 年 8 月及 10 月，本公司与中国移动通信有限公司签订《广告投放合同》，中国移动通信有限公司在本公司运营的 LED 媒体上进行广告投放，2014 年度的投放额为 688 万元，占同期同类型收入的 1.56%，占同期营业收入的 1.63%。2014 年 9 月，本公司与中国移动通信集团终端有限公司签订《广告投放合同》，中国移动通信集团终端有限公司在本公司运营的 LED 媒体上进行广告投放，2014 年度的投放额为 130 万元，占同期同类型收入的 0.29%，占同期营业收入的 0.31%。

本公司间接控股股东凤凰卫视的一名董事，在浦东发展银行股份有限公司兼任董事，浦东发展银行股份有限公司为本公司的关联方。2011 年 12 月，本公司与浦发银行深圳分行签订《广告投放合同》，浦发银行深圳分行在本公司运营的 LED 媒体上进行广告投放，2012 年的投放额为 150.00 万元，占当年同类型收入的比例为 0.36%，占当年营业收入的 0.36%；2012 年 11 月，本公司与浦发银行上海分行签订《广告投放合同》，浦发银行上海分行在本公司运营的 LED 媒

体上进行广告投放，2012 年、2013 年投放额分别为 8.86 万元、22.14 万元，分别占同期同类型收入 0.02%、0.05%，分别占同期营业收入的 0.02%、0.05%。

本公司独立董事黄昇民于报告期内任省广股份的独立董事，后于 2014 年 1 月 27 日不再担任该职务。在其任职期间，省广股份为本公司的关联方。2012 年度，本公司与省广股份签订《广告投放合同》，省广股份在本公司运营的 LED 媒体上进行广告投放，2012 年投放额为 635.00 万元，占同期同类型收入的 1.54%，占同期营业收入的 1.51%。

上述户外媒体广告投放服务，皆为根据一般商业原则发生的关联交易，交易价格与本公司为第三方客户提供同等服务的价格一致，具有公允性。

4、报告期内经常性关联交易对财务状况及经营成果的影响

报告期内，本公司的关联交易规模较小，定价公允，对本公司的财务状况及经营成果影响较小。

（二）报告期内的主要偶发性关联交易情况

1、购买房产

2012 年，本公司与凤凰东方（北京）置业有限公司签订了《商品房预售合同》，以总价 11,892.00 万元购买其开发的“凤凰国际传媒中心”的 3,964 平米（以最终实测面积为准）用于办公。

该等房产的交易价格为 3 万元/平方米，由交易双方遵循正常商业惯例和市场定价原则协商确定。根据北京国泰大正天平行土地房地产评估顾问有限公司出具的《房地产价值分析报告》（GTDZ-BJ[2012]咨字第 019 号）评估，本公司购买的该等房产于价值分析时点 2012 年 6 月 18 日完工状态下的房地产价值为 12,869.17 万元。该等关联交易定价具有公允性。

本公司三位独立董事对该关联交易发表了独立意见：该等交易有利于降低公司运营成本，改善员工办公环境，促进公司持续发展和稳定经营；交易定价由交

易双方遵循正常商业惯例和市场定价原则协商确定，定价公允；不存在损害公司及全体股东利益的情形。

2、承包媒体经营权

2008 年，深圳市迪思达广告有限公司与深圳公司签订协议，约定深圳市迪思达广告有限公司将其拥有的南山通信机楼 LED 动态显示牌的广告经营使用权以 850 万元的对价转让给深圳公司，期限为 2008 年 9 月 1 日至 2014 年 12 月 25 日。同时约定，深圳市迪思达广告有限公司按其此前与广东省电信有限公司深圳分公司签订的尚未履行完毕的合同，将每年收到广东省电信有限公司深圳分公司支付的 140 万元广告费转付予深圳公司。该等交易价格由交易双方遵循正常商业惯例和市场定价原则协商确定，交易定价具有公允性。

2013 年 5 月，为延长上述媒体场地的租约并改建屏幕，提升视觉效果，深圳公司与深圳市迪思达广告有限公司协商终止了前述协议。

（三）报告期内关联方应收应付款项余额

报告期内，关联方应收应付款项余额如下表所示：

单位：万元

	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
应收账款			
广东省广告股份有限公司	-	-	301.52
中国移动通信集团公司	438.00	16.65	-
中国移动通信集团终端有限公司	130.00		
其他应收款			
赵龙 ^注	-		11.00
夏洪波	-	-	15.00
郭力群	-	-	21.86
王晓东	-	-	4.98
刘作庚	-	-	8.02
郑岚萍 ^注	-	-	0.19
鲁冀	-	0.60	-
应付账款			

凤凰东方（北京）置业有限公司	7,135.20	7,135.20	-

注：赵龙曾于2011年8月15日至2013年11月24日担任公司副总裁职务，郑岚萍曾于2011年8月15日至2014年6月6日担任公司副总裁职务。

四、本公司关联交易的决策机制

（一）规范关联交易的制度安排

本公司在《公司章程》、《凤凰都市传媒科技股份有限公司关联交易决策制度》、《凤凰都市传媒科技股份有限公司股东大会议事规则》、《凤凰都市传媒科技股份有限公司董事会议事规则》等制度中对关联交易的决策权力与程序作出了严格的规定，相关规定如下：

1、《公司章程》中的对关联交易决策权力和程序的相关规定

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

（2）股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议中应当注明非关联股东的表决情况。关联股东的回避和表决程序为：董事会在股东大会召开前，应对关联股东做出回避的决定。股东大会在审议有关关联交易的事项时，主持人应向股东大会说明该交易为关联交易，所涉及的关联股东以及该关联股东应予回避等事项；关联股东投票表决人应将注明“关联股东回避表决”字样的表决票当即交付会议投票表决总监票人；然后其他股东就该事项进行表决；有关关联关系的股东没有回避的，其他股东有权向会议主持人申请该有关关联关系的股东回避并说明回避事由，会议主持人应当根据有关法律、法规和规范性文件决定是否回避。

会议主持人不能确定该被申请回避的股东是否回避或有关股东对被申请回避的股东是否回避有异议时，由全体与会股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上表决决定该被申请回避的股东是否回避；关联股东未获准参与表决而擅自参与表决，所投之票按弃权票处理；关联事项形成普通决议，必须由参加股东大会的非关联股东有表决权的股份数的 $1/2$ 以上通过；形成特别决议，必须由参加股东大会的非关联股东有表决权的股份数的 $2/3$ 以上通过。

（3）董事应当遵守法律、行政法规和本章程，不得利用其关联关系损害公司利益。

（4）董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

2、《凤凰都市传媒科技股份有限公司关联交易决策制度》中对关联交易决策权力和程序的相关规定

（1）股东大会、董事会、总裁依据《公司章程》和相关议事规则的规定，在各自权限范围内对公司的关联交易进行审议和表决，并遵守有关回避制度的规定。

（2）公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

（3）股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东应当回避表决，也不得代理其他股东行使表决权。

（4）公司拟与关联人发生重大关联交易的，应当在独立董事发表事前认可意见后，提交董事会审议。独立董事作出判断前，可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。公司审计委员会应当同时对该关联交易事项进行审核，

形成书面意见，提交董事会审议，并报告监事会。审计委员会可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。

（5）监事会应当对关联交易的审议、表决、披露、履行等情况进行监督并在年度报告中发表意见。

（6）关联交易未按《公司章程》和本制度规定的程序获得批准或确认的，不得执行；已经执行但未获批准或确认的关联交易，公司有权终止。

（7）公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易，应当及时披露。公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易，应当及时披露。

（8）公司与关联人发生的关联交易达到以下标准之一的，除应当及时披露外，还应当提交董事会和股东大会审议：（一）交易（公司提供担保、获赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外）金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的重大关联交易。公司拟发生重大关联交易的，应当提供具有执行证券、期货相关业务资格的证券服务机构对交易标的出具的审计或者评估报告。对于本制度所述与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或者评估；（二）公司为关联人提供担保。

（9）公司董事会审议批准公司与关联自然人发生的金额在 30 万元以上的关联交易以及公司与关联法人发生的金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易。不属于董事会或股东大会批准范围内的关联交易事项由公司总裁批准，有利害关系的人士在总裁办公会议上应当回避表决。

（10）公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。公司为持有本公司 5%以下股份的股东提供担保的，参照前款的规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

（11）公司与关联人共同出资设立公司，应当以公司的出资额作为交易金额，适用第二十一条、第二十二条和第二十三条第（一）项的规定。公司拟放弃

向与关联人共同投资的公司同比例增资或优先受让权的，应当以公司放弃增资权或优先受让权所涉及的金额为交易金额，适用第二十一条、第二十二条和第二十三条第（一）项的规定。公司因放弃增资权或优先受让权将导致公司合并报表范围发生变更的，应当以公司拟放弃增资权或优先受让权所对应的公司的最近一期末全部净资产为交易金额，适用第二十一条、第二十二条和第二十三条第（一）项的规定。公司进行“提供财务资助”、“委托理财”等关联交易的，应当以发生额作为交易金额，适用本制度第二十一条、第二十二条和第二十三条第（一）项的规定。

（12）公司进行下列关联交易的，应当按照连续十二个月内累计计算的原则，计算关联交易金额，分别适用本制度第二十一条、第二十二条和第二十三条第（一）项的规定。（一）与同一关联人进行的交易；（二）与不同关联人进行的与同一交易标的相关的交易。上述同一关联人，包括与该关联人受同一法人或其他组织或者自然人直接或间接控制的，或者相互存在股权控制关系；以及由同一关联自然人担任董事或高级管理人员的法人或其他组织。已经按照累计计算原则履行股东大会决策程序的，不再纳入相关的累计计算范围。

（13）公司披露关联交易事项时，应当向上海证券交易所提交以下文件：

（一）公告文稿；（二）与交易有关的协议书或意向书；董事会决议及董事会决议公告文稿；交易涉及的有权机关的批文（如适用）；证券服务机构出具的专业报告（如适用）；（三）独立董事事前认可该交易的书面文件；（四）独立董事的意见；（五）审计委员会的意见（如适用）；（六）上海证券交易所要求的其他文件。

（14）公司与关联人进行本制度第九条第（十一）至（十五）项所列与日常经营相关的关联交易时，应视具体情况分别履行相应的决策程序和披露义务。首次发生日常关联交易的，公司应当与关联人订立书面协议并及时披露，根据协议涉及的总交易金额提交董事会或者股东大会审议。协议没有总交易金额的，应当提交股东大会审议。各类日常关联交易数量较多的，公司可以在披露上一年年度报告之前，按类别对公司当年度将发生的日常关联交易总金额进行合理预计，

根据预计结果提交董事会或者股东大会审议并披露。对于预计范围内的日常关联交易，公司应当在年度报告和中期报告中予以披露。实际执行中超过预计总金额的，公司应当根据超出金额重新提交董事会或者股东大会审议并披露。

3、公司其他相关规则和制度对关联交易决策权力和程序的相关规定

(1) 《凤凰都市传媒科技股份有限公司股东大会议事规则》

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。股东大会有关关联关系的股东的回避和表决程序如下：董事会在股东大会召开前，应对关联股东做出回避的决定。股东大会在审议有关关联交易的事项时，主持人应向股东大会说明该交易为关联交易，所涉及的关联股东以及该关联股东应予回避等事项；关联股东投票表决人应将注明“关联股东回避表决”字样的表决票当即交付会议投票表决总监票人；然后其他股东就该事项进行表决；有关关联关系的股东没有回避的，其他股东有权向会议主持人申请该有关关联关系的股东回避并说明回避事由，会议主持人应当根据有关法律、法规和规范性文件决定是否回避。会议主持人不能确定该被申请回避的股东是否回避或有关股东对被申请回避的股东是否回避有异议时，由全体与会股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上表决决定该被申请回避的股东是否回避；关联股东未获准参与表决而擅自参与表决，所投之票按弃权票处理；关联事项形成普通决议，必须由参加股东大会的非关联股东有表决权的股份数的 $\frac{1}{2}$ 以上通过；形成特别决议，必须由参加股东大会的非关联股东有表决权的股份数的 $\frac{2}{3}$ 以上通过。

(2) 《凤凰都市传媒科技股份有限公司董事会议事规则》

董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

(3) 《凤凰都市传媒科技股份有限公司独立董事制度》

重大关联交易（指本公司拟与关联自然人达成的总额高于 30 万元以上，或者与关联法人达成的交易金额在 300 万元以上且占公司最近一期经审计净资产值的 0.5%以上的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

（二）本公司关联交易制度的执行情况

本公司成立后，严格按照《公司章程》与《关联交易管理办法》的规定规范运作，不断完善公司的法人治理结构。针对存在的关联交易情况，本公司制定了相应的决策依据，切实履行相关程序。

本公司 2014 年度股东大会通过了《关于对公司 2012-2014 年度所发生的关联交易进行确认的议案》，认为“公司在 2012-2014 年度期间与其他关联方签署的关联交易协议合法有效，体现了公平、公正、合理的原则，关联交易决策程序符合《公司章程》及其他决策制度的规定，关联交易作价公允，在交易中不存在损害公司和其他中小股东合法利益的情形。”

本公司的独立董事就报告期内本公司的关联交易情况发表如下独立意见：2012 年度至 2014 年度，公司发生的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，有关协议所确定的条款是公允的、合理的，关联交易的价格未偏离市场独立第三方的价格，不存在损害公司和公司股东利益的情形；董事会在审议该议案的过程中，关联董事回避了表决，表决程序和结果合法有效。

五、规范和减少关联交易的措施和制度性安排

本公司将始终以公司利益最大化为原则，规范和减少关联交易。具体措施及制度性安排包括：

1、对于本公司业务正常运营所需的关联交易，本公司将严格执行《公司章程》、《凤凰都市传媒科技股份有限公司关联交易决策制度》及相关关联交易协议等有关规定履行决策程序，确保交易价格的公允、合理，并给予充分、及时的披露。

2、本公司的控股股东文化公司、间接控股股东凤凰卫视及实际控制人刘长乐先生，均分别向本公司出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》，承诺：

（1）尽量减少和规范承诺方或承诺方控制的公司或企业（不包括本公司及其子公司，以下相同概念同此理解）与本公司或本公司公司的子公司的交易，对于无法避免或者有合理原因而发生的该等交易，承诺遵循市场化定价原则，并依法签订协议，履行合法程序。

（2）就上述第（1）点所述之交易，遵守《公司章程（草案）》（上市后适用）以及其他关联交易管理制度的规定，并根据有关法律法规和《上海证券交易所股票上市规则》等有关规定履行有关关联交易决策程序及信息披露义务。

（3）就上述第（1）点所述之交易，必要时聘请中介机构对关联交易进行审议、评估和咨询，提高关联交易公允度和透明度。

（4）如违反上述承诺给发行人造成损失，承诺方将向发行人作出赔偿。若承诺方违反上述承诺，发行人将有权暂扣承诺方直接或间接持有的发行人股份对应之应付未付的现金分红，直至违反本承诺事项消除。若承诺方未能及时赔偿发行人因此而发生的损失或费用，发行人有权在暂扣的现金分红的范围内取得该等赔偿。

（5）以上承诺受中国法律管辖，承诺方承诺函中全部条款及词语定义均依据中国法律、行政法规、部门规章、规范性文件的规定解释。

3、充分发挥独立董事的作用，确保关联交易价格的公允性及合理性、批准程序的合规性，最大限度地保护其他股东利益。

第八节 董事、监事及高级管理人员

一、董事、监事、高级管理人员及简介

（一）发行人董事情况

根据本公司章程规定，本公司的董事会应由 9 名董事组成。截至本招股说明书签署之日，本公司董事会由 9 名成员组成，其中 3 名为独立董事。本公司董事会现有成员基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	崔强	董事长	全体发起人	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
2	杨家强	董事	全体发起人	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
3	何大光	董事	全体发起人	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
4	刘作庚	董事、总裁	全体发起人	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
5	梁云波	董事	全体发起人	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
6	王彦军	董事	全体发起人	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
7	黄昇民	独立董事	全体发起人	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
8	顾庆伟	独立董事	全体发起人	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
9	潘晓东	独立董事	全体发起人	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日

上述董事简历如下：

崔强先生，1951 年出生，中国香港籍。崔先生毕业于上海复旦大学，曾在中国中央人民广播电台任职逾十年。曾任北京天华国际文化艺术有限公司董事兼总经理。1996 年 3 月加盟凤凰卫视。现任凤凰卫视执行董事及常务副行政总裁、本公司董事长。

杨家强先生，1959 年出生，英国国籍，香港永久居民。杨先生毕业于英国伯明翰大学，1992 年起在和记电讯及卫视担任财务及业务发展工作。1996 年 3 月加盟凤凰卫视，现任凤凰卫视执行副总裁兼财务总监，负责财务、人力资源及行政事务，同时是凤凰卫视的合格会计师及公司秘书。杨先生还担任九城有限公司（NASDAQ:NCTY）的独立董事。现任本公司董事。

何大光先生，1957 年出生，中国国籍，无境外居留权。何先生毕业于陕西财经学院会计系工业财务管理专业（本科）。1983 年至 1985 年任职于中国水利电力对外公司财务部，历任职员、主任科员；1985 年至 1990 年，被派遣日本大成株式分社任其合营公司项目课长、合作所长，主要负责财务、商务、合同事宜；1990 年至 1995 年，任中国水力电力对外公司海外项目副经理、财务部副主任、公司副总会计师，先后在多个国家从事国际金融机构投资项目工作；1995 年至 2001 年，任中国水力电力对外公司代总会计师、集团公司常务董事；2001 年加入凤凰卫视，历任公司财务总监（中国大陆）、公司副总裁。现任本公司董事。

刘作庚先生，1965 年出生，中国香港籍，毕业于北京广播学院，北京大学光华管理学院 EMBA，高级经济师。1991 年起任职于深圳电视台、深圳中天投资有限公司、凤凰卫视、香港亚洲电视有限公司，2007 年至 2012 年担任凤凰卫视业务发展副总裁；2008 年 4 月至今工作于本公司。现任公司董事、总裁。

梁云波先生，1969 年出生，中国国籍，无境外居留权。梁先生先后毕业于武汉大学、中国人民大学，经济学硕士。1997 年至 2000 年任中国国际金融有限公司经理；2000-2002 年任中银国际控股有限公司副总裁；2002 年 5 月至今任凤凰卫视事业发展副总裁。现任本公司董事。

王彦军先生，1956 年出生，中国国籍，无境外居留权。中专学历。曾任中国录音录像出版总社总经理，赛特文化发展有限公司、北京黑峰航空科技有限公司董事长、总经理；2008 年 4 月起至今担任本公司董事。

黄昇民先生，1955 年出生，中国国籍，无境外居留权。硕士学历，教授，博士生导师。曾任北京广播学院新闻系副主任、新闻传播学院副院长、广告学院院长。现任中国传媒大学广告学院院长、中国广告协会学术委员会常务委员，并担任湖南电广传媒股份有限公司独立董事。现任本公司独立董事。

顾庆伟先生，1972 年出生，中国国籍，无境外居留权。北京大学高级管理人员工商管理硕士（EMBA）。曾任华为技术有限公司财经管理部部门主管、华为公司山东华为财务总监、华为公司北方华为财务总监、鼎汉有限副总经理；

2005 年起任鼎汉有限执行董事、总经理。现任北京鼎汉技术股份有限公司董事长、总经理，本公司独立董事。

潘晓东先生，1973 年出生，中国国籍，无境外居留权。毕业于中央财经大学，中国注册会计师、税务师、资产评估师。曾就职于中国航天科技集团、中央国资委国有企业监事会。现任致同（北京）税务师事务所有限责任公司董事、本公司独立董事。

（二）发行人监事情况

本公司本届监事会由 3 名监事组成，其中包括 1 名职工代表监事。截至本招股说明书签署之日，本公司监事基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	王刚	监事会主席	全体发起人	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
2	张耀辉	监事会副主席	全体发起人	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
3	李晓雯	职工代表监事	职工代表大会	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日

上述监事简历如下：

王刚先生，1967 年出生，中国国籍，无境外居留权。合肥工业大学精密仪器工程学士，MBA（NZ, Massey）。曾任法国 NBP 亚洲投资基金中国业务共同创始人及管理合伙人、广州邦讯科技公司（后被亚信收购）执行副总裁兼 CFO。现为维思资本创始及管理合伙人。现任本公司监事会主席。

张耀辉先生，1965 年出生，中国国籍，无境外居留权。江西财经大学硕士研究生毕业，中欧国际工商管理学院 MBA。曾任江西财经学院会计学副教授、中国经济开发信托投资有限公司经理、横店集团有限公司总裁、哈高科股份有限公司董事长。现任上海明辉股权投资管理有限公司总裁、本公司监事会副主席。

李晓雯女士，1959 年出生，中国国籍，无境外居留权，毕业于北京大学光华管理学院，获经济学硕士学位。李晓雯女士 2000 年 5 月-2002 年 2 月任首都在线人力资源部部长；2002 年 3 月-2007 年 6 月任美国葆婴公司人力资源总监；2007 年 11 月-2008 年 2 月任天狮集团全球人力资源中心高级组织发展经理；2008 年 3 月至今工作于本公司。现任本公司人力资源部总经理。

（三）发行人高级管理人员情况

根据《公司章程》，本公司的高级管理人员为公司的总裁、副总裁、财务负责人与董事会秘书，高级管理人员专职在公司工作并领取薪酬。截至本招股说明书签署之日，本公司高级管理人员情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	刘作庚	总裁	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
2	王晓东	副总裁	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
3	郭力群	副总裁	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
4	杜劲松	副总裁	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
5	夏洪波	副总裁	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
6	刘可意	副总裁	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
7	张建炜	财务负责人	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
		副总裁	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
8	鲁冀	董事会秘书	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
		副总裁	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
9	那乾进	副总裁	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日
10	冯小庆	副总裁	2014 年 8 月 14 日-2017 年 8 月 13 日

上述高级管理人员简历如下：

刘作庚先生，现任本公司董事、总裁（请参见董事简历）。

王晓东先生，1965 年出生，中国国籍，无境外居留权，毕业于西安电子科技大学，获得学士学位。1983 年起任职于陕西省咸阳 795 厂、陕西省广播电视设备厂、西安青松科技股份有限公司、东莞市迪思达科技有限公司。2008 年 4 月至今工作于本公司，现任本公司副总裁、媒体建设与运营中心总经理。

郭力群先生，1967 年出生，中国国籍，无境外居留权，毕业于吉林大学，获得学士学位，高级记者。郭力群先生 1989 年至 2008 年工作于新华通讯社并先后担任吉林分社副社长和山西分社副社长。2008 年 4 月至今工作于本公司，现任本公司副总裁、媒体资源开发与管理中心总经理。

夏洪波先生，1971 年出生，中国国籍，无境外居留权，毕业于厦门大学，获得硕士学位。1999 年至 2010 年工作于中央电视台并先后担任广告部科长、

副主任和主任职务，2010 年 4 月至 2012 年任凤凰卫视广告业务副总裁，2010 年 12 月至今工作于本公司，现任本公司副总裁、运营总裁。

杜劲松先生，1968 年出生，中国国籍，无境外居留权，毕业于上海财经大学，获得学士学位。1989 年起先后于上海氯碱化工股份有限公司、台湾维力食品股份有限公司、上海国泰广告有限公司、媒体世纪集团、媒体伯乐集团、聚众传媒、香榭丽传媒等企业任职，2010 年 10 月至今工作于本公司，现任本公司副总裁。

刘可意女士，1954 年出生，中国国籍，无境外居留权，获得北京广播电视大学专科学位、中央党校本科学位。早年工作于兰州二轻塑料厂和甘肃皮革塑料工业公司，1980 年至 2008 年 12 月工作于中国日报社并担任机关纪委书记。2009 年 1 月至今工作于本公司，现任本公司副总裁、综合管理部总经理。

张建炜先生，1970 年出生，中国国籍，无境外居留权，毕业于中央财经大学，获得学士学位。1994 年起先后任职于北京邮电电话设备厂、北京皇冠制罐有限公司、柏仕德工业表面材料有限公司、普天首信信息产业集团、中国汽车网，从事财务工作。2008 年 4 月至今工作于本公司，现任本公司副总裁、财务负责人、财务管理中心总经理。

鲁冀先生，1970 年出生，中国国籍，无境外居留权，毕业于中央财经大学，经济学研究生学历。1992 年起任职于中国人民银行、国内大型投资银行；2005 年起任职于江苏广播电视总台（集团），负责集团投资管理业务；2009 年 2 月至今工作于本公司。现任本公司副总裁、董事会秘书、投资发展部总经理。

冯小庆先生，1966 年出生，中国国籍，无境外居留权，毕业于华中师范大学，获得本科学历。1989 年起先后于南通市第五棉纺织厂、东洋之花化妆品有限公司、上海朴门广告有限公司、北京朴及广告有限公司任职。2007 年 12 月至今工作于本公司。现任本公司副总裁、上海公司总经理。

那乾进先生，1961 年出生，中国国籍，无境外居留权，毕业于鞍山市行政管理学院，获得大专学历。2000 年起先后任职于深圳电视台、亚洲电视。2008 年 4 月至今工作于本公司。现任本公司副总裁、业务统筹部总经理。

（四）发行人董事、监事的选聘情况

1、董事的选聘情况

2011 年 8 月 15 日，本公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举了全体发起人提名的崔强、杨家强、何大光、梁云波、刘作庚、王彦军、黄昇民、顾庆伟、潘晓东为公司第一届董事会成员，其中黄昇民、顾庆伟、潘晓东为独立董事。

2014 年 7 月 30 日，本公司召开第一届董事会第十次会议，决议通过提名崔强、杨家强、何大光、梁云波、刘作庚、王彦军、黄昇民、顾庆伟、潘晓东为第二届董事会候选人，其中黄昇民、顾庆伟、潘晓东为独立董事候选人。

2014 年 8 月 14 日，本公司召开 2014 年第二次临时股东大会，决议通过选举崔强、杨家强、何大光、梁云波、刘作庚、王彦军、黄昇民、顾庆伟、潘晓东为第二届董事会成员，其中黄昇民、顾庆伟、潘晓东为独立董事。

2、监事的选聘情况

2011 年 8 月 15 日，本公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举了全体发起人提名的王刚和张耀辉为监事，并由本公司职工代表大会选举刘波为职工监事，共同组成本公司第一届监事会。

2014 年 7 月 30 日，本公司召开第一届监事会第七次会议，决议通过提名王刚、张耀辉为第二届监事会股东代表监事候选人。

2014 年 8 月 14 日，本公司召开 2014 年第二次临时股东大会，决议通过选举王刚、张耀辉为第二届监事会股东代表监事，与职工代表监事李晓雯共同组成第二届监事会。

二、董事、监事、高级管理人员、及其近亲属的持股及变动情况

（一）董事、监事、高级管理人员直接或间接持股及变动情况

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员报告期内直接或间接持有本公司股份及其变动情况如下表所示：

姓名	职务	时间	直接持股数（股）	间接持股数（股）	合计持股比例
刘作庚	董事、总裁	2012-12-31	7,151,430	-	4.64%
		2013-12-31	7,151,430	-	4.64%
		2014-12-31	7,151,430	-	4.64%
王彦军	董事	2012-12-31	14,025,000	-	9.11%
		2013-12-31	14,025,000	-	9.11%
		2014-12-31	14,025,000	-	9.11%
何大光	董事	2012-12-31	88,000	-	0.06%
		2013-12-31	88,000	-	0.06%
		2014-12-31	88,000	-	0.06%
梁云波	董事	2012-12-31	88,000	-	0.06%
		2013-12-31	88,000	-	0.06%
		2014-12-31	88,000	-	0.06%
王刚	监事会主席	2012-12-31	-	1,067,282	0.69%
		2013-12-31	-	1,067,282	0.69%
		2014-12-31	-	1,067,282	0.69%
张耀辉	监事会副主席	2012-12-31	-	146,080	0.09%
		2013-12-31	-	146,080	0.09%
		2014-12-31	-	146,080	0.09%
李晓雯	职工监事	2012-12-31	263,560	-	0.17%
		2013-12-31	263,560	-	0.17%
		2014-12-31	263,560	-	0.17%
刘可意	副总裁	2011-12-31	2,416,700	-	1.73%
刘可意	副总裁	2012-12-31	2,658,370	-	1.73%
		2013-12-31	2,658,370	-	1.73%
		2014-12-31	2,658,370	-	1.73%
王晓东	副总裁	2012-12-31	550,000	-	0.36%
		2013-12-31	550,000	-	0.36%
		2014-12-31	550,000	-	0.36%
郭力群	副总裁	2012-12-31	534,710	-	0.35%
		2013-12-31	534,710	-	0.35%

		2014-12-31	534,710	-	0.35%
		2012-12-31	297,880	-	0.19%
杜劲松	副总裁	2013-12-31	297,880	-	0.19%
		2014-12-31	297,880	-	0.19%
		2012-12-31	282,590	-	0.18%
夏洪波	副总裁	2013-12-31	282,590	-	0.18%
		2014-12-31	282,590	-	0.18%
	副总裁、	2012-12-31	336,160	-	0.22%
张建伟	财务负责	2013-12-31	336,160	-	0.22%
	人	2014-12-31	336,160	-	0.22%
	副总裁、	2012-12-31	294,140	-	0.19%
鲁冀	董事会秘	2013-12-31	294,140	-	0.19%
	书	2014-12-31	294,140	-	0.19%
		2012-12-31	275,000	-	0.18%
那乾进	副总裁	2013-12-31	275,000	-	0.18%
		2014-12-31	275,000	-	0.18%
		2012-12-31	291,500	-	0.19%
冯小庆	副总裁	2013-12-31	291,500	-	0.19%
		2014-12-31	291,500	-	0.19%

截至本招股说明书签署之日，以上人员所持公司股份不存在质押或冻结的情况；除上述之外的其他董事、监事、高级管理人员均未直接或间接持有公司股份。

（二）董事、监事、高级管理人员的近亲属持股及变动情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员近亲属报告期内直接或间接持有本公司股份及其变动情况如下表所示：

姓名	关系	时间	直接持股比例	间接持股比例	合计持股比例
刘长	副总裁刘可意的哥	2012-12-31	-	15.80%	15.80%
乐	哥	2013-12-31	-	15.80%	15.80%
		2014-12-31	-	15.80%	15.80%

截至本招股说明书签署之日，以上人员所持公司股份不存在质押或冻结的情况；除上述之外的其他董事、监事、高级管理人员的亲属均未直接或间接持有公司股份。

三、董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况

截至 2015 年 2 月 28 日，本公司董事、监事、高级管理人员的主要其他对外投资情况如下：

单位：元

姓名	本公司职务	其他对外投资	出资额	持股比例
崔强	董事长	中国佛教文化信息中心有限公司	0.12 港元	12%
顾庆伟	独立董事	北京鼎汉技术股份有限公司	108,562,111	20.76%
		北京鼎汉电气科技有限公司	2,479,125	82.64%
		北京中泰迅通技术有限公司	350,000	35%
王刚	监事会主席	上海捷宝投资有限公司	9,900,000	99%
		维思捷宏（天津）股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）	13,500,000	90%
		杭州捷盈投资管理有限公司	510,000	51%
王彦军	董事	中誉投资有限公司	15,000 美元	60%
张耀辉	监事会副主席	上海明辉股权投资管理有限公司	4,000,000	40%
		上海明辉股权投资合伙企业（有限合伙）	5,000,000	0.74%
		北京国润昆仑创业投资中心（有限合伙）	300,000	0.375%
		北京多维视通技术有限公司	720,000	13.59%
王晓东	副总裁	深圳市迪思达广告有限公司 ^注	300,000	30%
		东莞市迪思达科技有限公司（已吊销）	490,000	24.5%
潘晓东	独立董事	致同（北京）税务师事务所有限责任公司	150,000	5%

注：深圳市迪思达广告有限公司已于 2015 年 3 月 5 日注销。

上述对外投资与本公司不存在利益冲突。

除以上投资外，本公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对外投资。

四、董事、监事、高级管理人员的薪酬待遇情况

本公司为董事、监事、高级管理人员提供的薪酬形式包括工资、奖金、社会保险、独立董事津贴等。2014 年度，本公司董事、监事和高级管理人员从公司领取薪酬的情况如下：

单位：万元

姓名	本公司职务	税前薪酬
崔强	董事长	-

姓名	本公司职务	税前薪酬
杨家强	董事	-
何大光	董事	-
梁云波	董事	-
刘作庚	董事、总裁	173.69
王彦军	董事	-
黄昇民	独立董事	9.60
顾庆伟	独立董事	9.60
潘晓东	独立董事	9.60
王刚	监事会主席	-
张耀辉	监事会副主席	-
李晓雯	职工代表监事	62.45
王晓东	副总裁	112.65
郭力群	副总裁	110.44
杜劲松	副总裁	105.85
夏洪波	副总裁	91.04
刘可意	副总裁	94.70
张建炜	副总裁、财务负责人	75.60
鲁冀	副总裁、董事会秘书	70.06
那乾进	副总裁	71.25
冯小庆	副总裁	134.38

五、董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至 2015 年 2 月 28 日，本公司董事、监事、高级管理人员的主要兼职情况如下：

姓名	公司职务	本公司以外的其他兼职单位	担任职务	兼职单位与本公司关系
崔强	董事长	凤凰卫视有限公司（香港）	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰新媒体(香港)有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		香港凤凰周刊有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视发展有限公司（香港）	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰影视制作有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		香港凤凰卫视有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰中心（香港）有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市传媒控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市传媒有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰广播有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰航空有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰(英国)置业有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视(香港台)有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业

姓名	公司职务	本公司以外的其他兼职单位	担任职务	兼职单位与本公司关系
		凤凰产业发展中心有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰研究院有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文化产业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创产业投资管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市文化传播（北京）有限公司	董事	本公司的控股股东
		凤凰影视(深圳)有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		深圳市梧桐山电视广播有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰东方(北京)置业有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰和信文化咨询（北京）有限公司	监事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视文化产业发展（上海）有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视集团有限公司（BVI）	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视有限公司（BVI）	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视中文台有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视电影台有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视商标有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视欧洲台有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		PCNE 控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰资讯有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		Phoenix Weekly Magazine (BVI) Limited	董事	实际控制人控制的其他企业
		Phoenix Satellite Television Development (BVI) Limited	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰环球电视有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		Phoenix Satellite Television Investments (BVI) Limited	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰之光有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		Phoenix Satellite Television (Universal) Limited	董事	实际控制人控制的其他企业
		碧湖投资有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		香港凤凰书品文化出版有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		领峰有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		伟富投资有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰研究及发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视资讯台有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		Phoenix Satellite Television (U.S.) Inc.	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰新媒体有限公司（Cayman）	董事	实际控制人控制的其他企业
		Phoenix Chinese News&Entertainment	董事	实际控制人控制的其他企业

姓名	公司职务	本公司以外的其他兼职单位	担任职务	兼职单位与本公司关系
		Limited		
		凤凰卫视控股有限公司（02008.HK）	执行董事	本公司的间接控股股东
		深圳凤凰置业有限公司	董事	实际控制人控制企业的联营公司
		北京翡翠凤凰文化投资咨询有限公司	董事	实际控制人控制企业的联营公司
		Phoenix Media and Broadcast Sdn Bhd	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰国际教育有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰教育发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		中国佛教文化信息中心有限公司	董事	无
		凤凰置业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		上海凤凰卫视俊安艺术发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰置业投资控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视控股有限公司	执行副总裁 兼财务总监	本公司的间接控股股东
		深圳市梧桐山电视广播有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		深圳凤凰置业有限公司	董事	实际控制人控制企业的联营公司
杨家强	董事	凤凰置业有限公司	董事	实际控制人控制企业的联营公司
		凤凰新媒体有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰东方(北京)置业有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文化产业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创产业投资管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市文化传播（北京）有限公司	监事	本公司的控股股东
		凤凰卫视文化产业发展（上海）有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视商标有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		植桐制作股份有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		The 9 Limited	独立董事	无
		凤凰海外资讯有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰云祥科技发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		上海凤凰卫视俊安艺术发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
何大光	董事	北京翡翠凤凰文化投资咨询有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		北京同步广告有限公司	董事	实际控制人控制企业的联营公司
		香港凤凰书品文化出版有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市传媒控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业

姓名	公司职务	本公司以外的其他兼职单位	担任职务	兼职单位与本公司关系
		凤凰新媒体有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰东方(北京)置业有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市传媒有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市文化传播（北京）有限公司	董事	本公司的控股股东
		凤凰新媒体（香港）有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰产业发展中心有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰研究院有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文化产业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰卫视文化产业发展（上海）有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创产业投资管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰置业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰云祥科技发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰置业投资控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		上海凤凰卫视俊安艺术发展有限公司	董事长	实际控制人控制的其他企业
梁云波	董事	凤凰都市传媒控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市传媒有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文化产业发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰文创产业投资管理有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市文化传播（北京）有限公司	董事	本公司的控股股东
		凤凰卫视文化产业发展（上海）有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰国际教育有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		汇川创业投资股份有限公司	董事	实际控制人具有重大影响的企业
刘作庚	董事、总裁	上海凤凰卫视俊安艺术发展有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市文化传播（北京）有限公司	董事	本公司的控股股东
		凤凰都市传媒有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
		凤凰都市传媒控股有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
王彦军	董事	山水盛典文化产业有限公司	董事	无
		中誉投资有限公司	董事	无
		广东天梦文化投资有限公司	董事长、经理	无
黄昇民	独立董事	湖南电广传媒股份有限公司	独立董事	无
		中国传媒大学	广告学院院长	无
		中国广告协会学术委员会	常务委员	无

姓名	公司职务	本公司以外的其他兼职单位	担任职务	兼职单位与本公司关系
		引力传媒股份有限公司	独立董事	无
顾庆伟	独立董事	北京鼎汉技术股份有限公司	董事长	无
		新余鼎汉电气科技有限公司	执行董事	无
		北京鼎汉软件有限公司	执行董事	无
		北京鼎汉检测技术有限公司	执行董事	无
		江苏鼎汉电气有限公司	执行董事、总经理	无
		广东鼎汉电气技术有限公司	执行董事	无
		安徽省巢湖海兴电缆集团有限公司	执行董事	无
潘晓东	独立董事	致同（北京）税务师事务所有限责任公司	董事	无
王刚	监事会主席	上海捷宝投资有限公司	董事	无
		天津维道资产管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	本公司的股东
		维思捷宝（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	无
		维思捷宏（天津）股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	无
		布洛斯酒店投资管理（昆山）有限公司	董事	无
		南京基蛋生物科技有限公司	董事	无
		大连大高阀门股份有限公司	董事	无
		杭州捷盈投资管理有限公司	执行董事	无
		苏州捷富投资企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	无
张耀辉	监事会副主席	上海明辉股权投资管理有限公司	执行董事、总经理	无
		上海明辉股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	本公司的股东
		北京多维视通技术有限公司	董事	无
		苏州本控电子科技有限公司	董事	无
		上海康曜投资管理有限公司	执行董事、总经理	无
		上海明辉创业投资有限公司	执行董事	无
		东方电子支付有限公司	董事	无
		盛利维尔（中国）新材料技术有限公司	董事	无

姓名	公司职务	本公司以外的其他兼职单位	担任职务	兼职单位与本公司关系
		上海大晶印刷材料有限公司	执行董事、总经理	无
王晓东	副总裁	东莞市迪思达科技有限公司（已吊销）	总经理	无

除本招股说明书披露情况外，本公司董事、监事、高级管理人员不存在于其他企业任职的情况。

六、董事、监事、高级管理人员相互之间存在的亲属关系

截至本招股说明书签署之日，本公司的董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及与本公司签订的协议及其履行情况

截至本招股说明书签署之日，除签订劳动合同外，本公司董事、监事、高级管理人员未与本公司签署其他协议。

本公司董事、监事、高级管理人员已就其所持本公司股份锁定及限售情况作出相关承诺，详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“八、发行人股本情况”之“（五）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺”。

八、董事、监事、高级管理人员任职资格情况

本公司董事、监事及高级管理人员不存在违反我国法律法规关于董事、监事及高级管理人员的任职资格规定的行为，符合《公司法》等法律法规关于董事、监事及高级管理人员的任职资格的规定。

九、董事、监事、高级管理人员在报告期内变动情况

（一）发行人董事的变化

报告期内，本公司董事会成员未发生重大变化，具体变动情况如下：

2008 年 1 月 30 日，北京公司设立时由股东卫视有限委派刘作庚、王彦军、梁云波为公司董事。

2011 年 4 月 12 日，北京公司召开股东会，各方同意刘作庚、王彦军、梁云波担任公司董事。

2011 年 5 月 29 日，北京公司召开股东会，选举崔强、杨家强、何大光、石宁宁、刘作庚、王彦军、黄昇民、顾庆伟、潘晓东为公司董事。

2011 年 8 月 15 日，经本公司创立大会暨第一次股东大会审议通过，选举崔强、杨家强、何大光、梁云波、刘作庚、王彦军、黄昇民、顾庆伟、潘晓东为第一届董事会董事，其中黄昇民、顾庆伟、潘晓东为独立董事。

2014 年 7 月 30 日，本公司召开第一届董事会第十次会议，决议通过提名崔强、杨家强、何大光、梁云波、刘作庚、王彦军、黄昇民、顾庆伟、潘晓东为第二届董事会候选人，其中黄昇民、顾庆伟、潘晓东为独立董事候选人。

2014 年 8 月 14 日，本公司召开 2014 年第二次临时股东大会，决议通过选举崔强、杨家强、何大光、梁云波、刘作庚、王彦军、黄昇民、顾庆伟、潘晓东为第二届董事会成员，其中黄昇民、顾庆伟、潘晓东为独立董事。

（二）发行人监事的变化

报告期内，本公司监事会成员未发生重大变化，具体变动情况如下：

2008 年 4 月 1 日，北京公司设立时由股东卫视有限委派金砚芬为公司监事。

2011 年 5 月 26 日，北京公司股东文化公司作出决定，免去金砚芬监事职务，由增资后的股东会选举新的监事。2011 年 5 月 29 日，北京公司召开股东会，选举王刚、张耀辉为监事，与职工代表监事刘波共同组成监事会。

2011 年 8 月 15 日，北京公司整体变更为股份公司时，各股东共同选举王刚、张耀辉为监事，与职工代表监事刘波共同组成第一届监事会。

2014 年 7 月 30 日，本公司召开第一届监事会第七次会议，决议通过提名

王刚、张耀辉为第二届监事会股东代表监事候选人。

2014 年 8 月 14 日，本公司召开 2014 年第二次临时股东大会，决议通过选举王刚、张耀辉为第二届监事会股东代表监事，与职工代表监事李晓雯共同组成第二届监事会。

（三）发行人高级管理人员的变化

报告期内，本公司高级管理人员未发生重大变化，具体变动情况如下：

2008 年 4 月 1 日，北京公司设立时，董事会聘任刘作庚为公司总经理。自 2008 年北京公司设立以来，虽未经董事会正式任命，但王晓东、郭力群、杜劲松、夏洪波等一直实际担任本公司副总经理职务。

2011 年 8 月 15 日，经本公司第一届董事会第一次会议审议通过，聘任刘作庚为总裁，王晓东、郭力群、杜劲松、夏洪波、刘可意、郑岚萍、赵龙为副总裁，张建炜为财务负责人，鲁冀为董事会秘书。

2012 年 6 月 28 日，经本公司第一届董事会第三次会议审议通过，聘任张建炜、鲁冀为副总裁。

2013 年 11 月 24 日，赵龙因劳动合同期满后劳动关系自动终止，不再于本公司担任任何职务。

2013 年 12 月 20 日，经本公司第一届董事会第八次会议审议通过，聘任那乾进、冯小庆为副总裁。

2014 年 6 月 6 日，郑岚萍因个人原因辞去本公司副总裁一职。

2014 年 8 月 14 日，本公司召开第二届董事会第一次会议审议通过，继续聘任刘作庚为总裁，王晓东、郭力群、杜劲松、夏洪波、刘可意、张建炜、鲁冀、那乾进、冯小庆为副总裁，其中张建炜为财务负责人，鲁冀为董事会秘书。

2015 年 2 月 3 日，为加强公司广告业务管理和市场拓展，本公司召开第二届董事会第二次会议审议通过，任命公司副总裁夏洪波先生兼任公司运营总裁。

第九节 公司治理

根据《公司法》及其他有关法律、行政法规和规范性文件的规定，本公司已建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，董事会下设战略委员会，审计委员会，提名、薪酬与考核委员会三个专门委员会，为董事会重大决策提供咨询、建议，保证董事会议事、决策的专业化和高效化。

本公司自设立以来，股东大会、董事会、监事会等机构和人员均能够按照有关法律、法规、公司章程及相关议事规则的规定，独立有效地进行运作并切实履行应尽的职责和义务，没有违法、违规的情形发生。

一、股东大会制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立

2011 年 8 月 15 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等相关议案，选举产生了公司第一届董事会和第一届监事会，建立了规范的股东大会制度。2013 年 3 月 20 日，本公司召开 2012 年度股东大会，修订了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》，并审议通过了《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则（草案）》、《董事会议事规则（草案）》、《监事会议事规则（草案）》，该等草案将于本次发行上市后生效。2014 年 6 月 5 日，本公司召开 2014 年第一次临时股东大会，进一步修订了《公司章程（草案）》。

股东大会是公司的权力机构，根据《公司章程》及《股东大会议事规则》行使职权。

（二）股东的权利与义务

根据《公司章程》第二十八条的规定，公司股东享有下列权利：

- （1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；

(2) 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；

(3) 对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；

(4) 依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；

(5) 查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；

(6) 公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；

(7) 对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；

(8) 法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

根据《公司章程》第三十三条的规定，公司股东承担下列义务：

(1) 遵守法律、行政法规和本章程，保守公司商业秘密；

(2) 依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；

(3) 除法律、法规规定的情形外，不得退股；

(4) 不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益。公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任；

(5) 法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

（三）股东大会的职权

根据《公司章程》第三十六条的规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

- （1）决定公司的经营方针和投资计划；
- （2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- （3）审议批准董事会报告；
- （4）审议批准监事会报告；
- （5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- （8）对发行公司债券作出决议；
- （9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- （10）修改本章程；
- （11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- （12）审议批准第三十七条规定的担保事项；
- （13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；
- （14）审议批准公司发生的达到下列标准之一的交易事项（公司获赠现金资金除外）：

交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元；

交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元；

交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元；

交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元；

上述指标计算涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

（15）审议批准变更募集资金用途事项；

（16）审议股权激励计划；

（17）审议批准以下重大关联交易事项：

公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易；

公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

（18）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

上述股东大会的职权不得通过授权的形式由董事会或其他机构和个人代为行使。

《公司章程》第三十七条规定，公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

（1）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；

(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%;

(3) 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 5,000 万人民币;

(4) 为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保;

(5) 单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保;

(6) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保;

(7) 法律、法规、规范性文件及其他情形。

(四) 股东大会的召开

根据《公司章程》第三十八条的规定,股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开 1 次,应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。

根据《公司章程》第三十九条的规定,有下列情形之一的,公司在事实发生之日起两个月以内召开临时股东大会:

(1) 董事人数不足《公司法》规定人数或者本章程所定人数的 2/3 时;

(2) 公司未弥补的亏损达实收股本总额 1/3 时;

(3) 单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东请求时;

(4) 董事会认为必要时;

(5) 监事会提议召开时;

(6) 法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他情形。

(五) 股东大会的提案和通知

根据《公司章程》第四十八条的规定,提案的内容应当属于股东大会职权范围,有明确议题和具体决议事项,并且符合法律、行政法规和本章程的有关规定。

根据《公司章程》第四十九条的规定，公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，说明临时提案的内容。除前款规定的情形外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。股东大会通知中未列明或不符合章程第四十六条规定的提案，股东大会不得进行表决并作出决议。

根据《公司章程》第五十条的规定，召集人将在年度股东大会召开 20 日前通知各股东，临时股东大会将于会议召开 15 日前通知各股东。

根据《公司章程》第五十一条的规定，股东大会的通知包括以下内容：

- （1）会议的时间、地点和会议期限；
- （2）提交会议审议的事项和提案；
- （3）以明显的文字说明：全体股东均有权出席股东大会，并可以书面委托代理人出席会议和参加表决，该股东代理人不必是公司的股东；
- （4）有权出席股东大会股东的股权登记日；
- （5）会务常设联系人姓名，电话号码。

股东大会通知和补充通知中应当充分、完整披露所有提案的全部具体内容。股权登记日与会议日期之间的间隔应当不多于 7 个工作日。股权登记一旦确认，不得变更。

（六）股东大会的表决和决议

根据《公司章程》第七十一条的规定，股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 1/2 以上通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。

根据《公司章程》第七十二条的规定，下列事项由股东大会以普通决议通过：

- （1）董事会和监事会的工作报告；
- （2）董事会拟定的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （3）董事会和监事会成员的任免及其报酬和支付方法；
- （4）公司年度预算方案、决算方案；
- （5）公司年度报告；
- （6）除法律、行政法规规定或者本章程规定应当以特别决议通过以外的其他事项。

根据《公司章程》第七十三条的规定，下列事项由股东大会以特别决议通过：

- （1）公司增加或者减少注册资本；
- （2）公司的分立、合并、解散和清算；
- （3）本章程的修改；
- （4）公司在一年内购买、出售重大资产或者担保金额超过公司最近一期经审计总资产 30%的；
- （5）股权激励计划；
- （6）法律、行政法规或公司章程规定的，以及股东大会以普通决议认定会
对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

（七）股东大会运行情况

自股份公司设立以来，股东大会一直根据《公司法》和《公司章程》的规定规范运作。截至本招股说明书签署之日，本公司共召开八次股东大会，历次股东大会召开情况如下：

序号	会议时间	会议名称
1	2011 年 8 月 15 日	创立大会暨第一次股东大会
2	2012 年 7 月 20 日	2011 年度股东大会会议

序号	会议时间	会议名称
3	2012 年 9 月 27 日	2012 年第一次临时股东大会
4	2012 年 11 月 23 日	2012 年第二次临时股东大会
5	2013 年 3 月 20 日	2012 年度股东大会会议
6	2013 年 9 月 2 日	2013 年第一次临时股东大会
7	2014 年 3 月 18 日	2013 年度股东大会会议
8	2014 年 6 月 5 日	2014 年第一次临时股东大会
9	2014 年 8 月 14 日	2014 年第二次临时股东大会
10	2015 年 3 月 23 日	2014 年度股东大会会议

二、董事会制度的建立健全及运行情况

2011 年 8 月 15 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，会议选举产生了公司第一届董事会，并审议通过了《董事会议事规则》。2013 年 3 月 20 日，本公司召开 2012 年度股东大会，修订了《董事会议事规则》，并审议通过了《董事会议事规则（草案）》，该草案将于本次发行上市后生效。

（一）董事会的构成

本公司董事会对股东大会负责，由 9 名董事组成，设董事长 1 人。

（二）董事会的职权

根据《公司章程》第一百零二条的规定，董事会行使下列职权：

- （1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- （2）执行股东大会的决议；
- （3）决定公司的经营计划和投资方案；
- （4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
- （7）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；

(8) 在股东大会授权范围内, 决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项;

(9) 决定公司内部管理机构的设置;

(10) 决定董事会内部委员会的设置及工作细则;

(11) 聘任或者解聘公司总裁、董事会秘书; 根据总裁的提名, 聘任或者解聘公司副总裁、财务负责人等高级管理人员, 并决定其报酬事项和奖惩事项;

(12) 制订公司的基本管理制度;

(13) 制订本章程的修改方案;

(14) 制定公司信息披露相关制度, 管理公司信息披露事项;

(15) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所;

(16) 听取公司总裁的工作汇报并检查总裁的工作;

(17) 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

(三) 董事会的召开

根据《公司章程》第一百零九条规定, 董事会每年至少召开两次会议, 由董事长召集, 于会议召开 10 日以前书面通知全体董事和监事。

根据《公司章程》第一百一十条的规定, 代表 1/10 以上表决权的股东、1/3 以上董事或者监事会, 可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后 10 日内, 召集和主持董事会会议。

(四) 董事会的通知

根据《公司章程》第一百一十一条的规定, 董事会召开临时董事会会议, 应于会议召开前五日以内以书面、传真、电子邮件或其他方式通知所有董事和监事。但情况紧急, 需要尽快召开董事会临时会议的, 可以随时通过电话或者其他口头方式发出会议通知, 但召集人应当在会议上作出说明。

根据《公司章程》第一百一十二条的规定，董事会会议通知包括以下内容：

(1) 会议日期和地点；(2) 会议期限；(3) 事由及议题；(4) 发出通知的日期。

(五) 董事会的决议

根据《公司章程》第一百一十三条的规定，董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事会决议的表决，实行一人一票。

根据《公司章程》第一百一十四条的规定，董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

根据《公司章程》第一百一十五条的规定，董事会决议表决方式为书面记名投票表决或举手表决方式。董事会会议以现场召开为原则。董事会临时会议在保障董事充分表达意见的前提下，经召集人（主持人）、提议人同意，也可以通过视频、电话、传真等方式召开并作出决议，并由参会董事签字。

(六) 董事会规范运作情况

股份公司设立以来，董事会共召开了九次会议，历次董事会的通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》的规定，会议记录完整规范，董事会成员依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》所赋予的权利和义务。历次董事会召开的具体情况如下：

序号	会议时间	会议名称
1	2011 年 8 月 15 日	第一届董事会第一次会议
2	2012 年 3 月 12 日	第一届董事会第二次会议
3	2012 年 6 月 28 日	第一届董事会第三次会议
4	2012 年 9 月 12 日	第一届董事会第四次会议
5	2012 年 11 月 7 日	第一届董事会第五次会议
6	2013 年 2 月 28 日	第一届董事会第六次会议
7	2013 年 5 月 16 日	第一届董事会 2013 年第一次临时会议

序号	会议时间	会议名称
8	2013 年 6 月 9 日	第一届董事会 2013 年第二次临时会议
9	2013 年 8 月 10 日	第一届董事会第七次会议
10	2013 年 8 月 18 日	第一届董事会 2013 年第三次临时会议
11	2013 年 12 月 20 日	第一届董事会第八次会议
12	2014 年 2 月 25 日	第一届董事会第九次会议
13	2014 年 5 月 19 日	第一届董事会 2014 年第一次临时会议
14	2014 年 7 月 14 日	第一届董事会 2014 年第二次临时会议
15	2014 年 7 月 30 日	第一届董事会第十次会议
16	2014 年 8 月 14 日	第二届董事会第一次会议
17	2015 年 2 月 3 日	第二届董事会第二次会议
18	2015 年 3 月 3 日	第二届董事会第三次会议

三、监事会制度的建立健全及运行情况

2011 年 8 月 15 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，会议选举产生了公司第一届监事会，并审议通过了《监事会议事规则》。2013 年 3 月 20 日，本公司召开 2012 年度股东大会，审议通过了《监事会议事规则（草案）》，该草案将于本次发行上市后生效。

（一）监事会的构成

公司设监事会。监事会由三名监事组成，设主席一人，副主席一人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会主席召集和主持监事会会议；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由监事会副主席召集和主持监事会会议，监事会副主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事和召集主持监事会会议。监事会应当包括股东代表和适当比例的公司职工代表，其中职工代表的比例不低于 1/3。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。

（二）监事会的职权

根据《公司章程》第一百三十八条的规定，监事会依法行使下列职权：

- （1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；

(2) 检查公司财务；

(3) 对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

(4) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

(5) 提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；

(6) 向股东大会提出提案；

(7) 依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

(8) 发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

(三) 监事会的召开

根据《公司章程》第一百三十九条的规定，监事会每 6 个月至少召开一次会议。监事可以提议召开临时监事会会议。

(四) 监事会的通知

根据《公司章程》第一百四十二条的规定，监事会会议通知包括以下内容：

(1) 举行会议的日期、地点和会议期限；

(2) 事由及议题；

(3) 发出通知的日期。

（五）监事会的决议

根据《公司章程》第一百三十九条的规定，监事会决议应当经半数以上监事通过。

根据《公司章程》第一百四十条的规定，监事会制定监事会议事规则，明确监事会的议事方式和表决程序，以确保监事会的工作效率和科学决策。监事会议事规则作为章程的附件，由监事会拟定，股东大会批准。

根据《公司章程》第一百四十一条的规定，监事会应当将所议事项的决定做成会议记录，出席会议的监事应当在会议记录上签名。监事有权要求在记录上对其在会议上的发言作出某种说明性记载。监事会会议记录作为公司档案至少保存 10 年。

（六）监事会的召开情况

股份公司设立以来，监事会共召开了五次会议，历次监事会的通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》的规定，会议记录完整规范，监事会成员依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》所赋予的权利和义务。历次监事会召开的具体情况如下：

序号	会议时间	会议名称
1	2011 年 8 月 15 日	第一届监事会第一次会议
2	2012 年 6 月 28 日	第一届监事会第二次会议
3	2012 年 9 月 12 日	第一届监事会第三次会议
4	2013 年 2 月 28 日	第一届监事会第四次会议
5	2013 年 8 月 10 日	第一届监事会第五次会议
6	2014 年 2 月 25 日	第一届监事会第六次会议
7	2014 年 5 月 19 日	第一届监事会 2014 年第一次临时会议
8	2014 年 7 月 30 日	第一届监事会第七次会议
9	2014 年 8 月 14 日	第二届监事会第一次会议
10	2015 年 3 月 3 日	第二届监事会第二次会议

四、独立董事制度的建立健全及运行情况

（一）独立董事聘任情况

2011 年 8 月 15 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举黄昇民、顾庆伟、潘晓东为独立董事，其中潘晓东为会计专业人士。公司于创立大会暨第一次股东大会上通过了《独立董事工作制度》；2013 年 3 月 20 日，公司召开 2012 年度股东大会，修订了《独立董事工作制度》，保障独立董事履行职责，按规则的规定行使自己的权利。

（二）独立董事的制度安排

根据《独立董事工作制度》的规定，独立董事对公司及全体股东负有诚信与勤勉的义务，独立董事应当按照相关法律、法规和公司章程的要求，认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是要关注中小股东的合法权益不受损害。独立董事应当独立履行职责，不受公司主要股东、实际控制人、或者其他与公司存在利害关系的单位或个人的影响。

根据《独立董事工作制度》第十一条的规定，独立董事应当符合下列基本条件：

- （1）根据法律、行政法规及其他有关规定，具备担任公司董事的资格；
- （2）具备本制度第十二条所要求的独立性；
- （3）具备公司运作的基本知识，熟悉相关法律、行政法规、规章及规则；
- （4）具有 5 年以上法律、经济或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验；
- （5）公司章程规定的其他条件。

《独立董事工作制度》第十二条的规定，对独立董事任职资格的考察应充分依据法律、法规。独立董事不得由下列人员担任：

(1) 在公司或者其附属企业任职的人员及其直系亲属（配偶、父母、子女、兄弟姐妹等）、主要社会关系（配偶的父母、子女的配偶、兄弟姐妹的配偶、配偶的兄弟姐妹等）；

(2) 直接或间接持有公司已发行股份百分之一以上或者是公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属；

(3) 在直接或间接持有公司已发行股份百分之五以上的股东单位或者在公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属；

(4) 在公司实际控制人及其附属企业任职的人员；

(5) 为公司及其控股股东或者其各自的附属企业提供财务、法律、咨询等服务的人员，包括提供服务的中介机构的项目组全体人员、各级复核人员、在报告上签字的人员、合伙人及主要负责人；

(6) 在与公司及其控股股东或者其各自的附属企业具有重大业务往来的单位担任董事、监事或者高级管理人员，或者在该业务往来单位的控股股东单位担任董事、监事或者高级管理人员；

(7) 拟任职前一年内曾经具有前六项所列举情形的人员；

(8) 《公司章程》规定不得担任公司董事的情形适用于独立董事；

(9) 中国证券监督管理委员会或上海证券交易所认定的其他人员。

(三) 独立董事的职责

根据《独立董事工作制度》第二十条和第二十三条的规定，独立董事应当具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权。此外，公司还应当赋予独立董事具有以下特别职权：

(1) 公司拟与关联人达成的重大关联交易（指公司拟与关联自然人达成的总额在 30 万元以上，或与关联法人达成的交易金额在 300 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易）应由独立董事认可后，提交

董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

- (2) 向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；
- (3) 向董事会提请召开临时股东大会；
- (4) 提议召开董事会；
- (5) 独立聘请外部审计机构和咨询机构；
- (6) 可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

根据《独立董事工作制度》第二十三条的规定，独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

- (1) 提名、任免董事；
- (2) 聘任或解聘高级管理人员；
- (3) 公司董事、高级管理人员的薪酬；
- (4) 公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；
- (5) 独立董事认为有可能损害中小股东权益的事项；
- (6) 在公司盈利、现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司具备现金分红的条件而公司董事会未作出年度现金利润分配预案；
- (7) 公司章程规定的其他事项。

(四) 独立董事的履职情况

本公司独立董事尽职尽责，积极出席各次董事会会议，为本公司的重大决策提供专业及建设性的意见，认真监督管理层的工作，对本公司依照法人治理结构规范运作起到了积极的作用。本公司独立董事参与了本公司本次发行方案、本次

发行募集资金投资方案的决策，并利用他们的专业知识，对本次发行方案和募集资金投资方案提出了意见。

五、董事会秘书制度的建立健全及执行情况

本公司设董事会秘书 1 名，是公司的高级管理人员，对董事会负责，承担法律、法规及公司章程对公司高级管理人员所要求的义务，享有相应的工作职权，并获取相应报酬。公司于第一届董事会第一次会议上审议通过了《董事会秘书工作制度》；2013 年 2 月 28 日，公司召开第一届董事会第六次会议，修订了《董事会秘书工作规则》。根据《董事会秘书工作规则》的规定，董事会秘书的主要职责是：

（1）负责公司信息披露管理事务，包括：1）负责公司信息对外公布，组织和督促公司制定并执行信息披露事务管理制度；2）督促公司相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定，协助相关各方及有关人员履行信息披露义务；3）负责公司未公开重大信息的保密工作；4）负责公司内幕信息知情人登记报备工作；5）关注媒体报道，主动向公司及相关信息披露义务人求证，督促董事会及时披露或澄清。

（2）应协助公司董事会加强公司治理机制建设，包括：1）组织筹备董事会会议和股东大会会议，参加股东大会会议、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录；2）建立健全公司内部控制制度；3）积极推动公司避免同业竞争，减少并规范关联交易事项；4）积极推动公司建立健全激励约束机制；5）进行有效市值管理；6）积极推动公司承担社会责任。

（3）负责投资者关系管理，协调公司与证券监管机构、投资者、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通。

（4）应配合证券监管部门对公司的检查和调查，履行法定报告义务并协调落实各项监管要求。

(5) 负责公司股权管理事务, 包括: 1) 保管公司股东持股资料; 2) 办理公司限售股相关事项; 3) 督促公司董事、监事、高级管理人员及其他相关人员遵守公司股份买卖相关规定; 4) 其他公司股权管理事项。

(6) 应协助公司董事会制定公司资本市场发展战略, 协助筹划并实施公司资本市场再融资、并购重组及股权激励等事务。

(7) 负责公司日常规范运作及证券知识培训事务, 帮助公司董事、监事、高级管理人员了解法律、法规及《公司章程》等对其设定的责任, 为公司重大决策提供咨询和建议。

(8) 应提示公司董事、监事、高级管理人员履行忠实、勤勉义务, 依法行使职权。当董事、监事、高级管理人员拟作出的决策违反法律、法规及《公司章程》时, 应当及时提出意见, 提醒公司相关决策管理人员, 必要时形成书面意见存档备查。对知悉的公司证券违法违规事项, 应及时向证券监管部门和上交所报告。

(9) 应履行相关法律、法规、证券监管部门和上交所要求履行的其他职责。

六、董事会专门委员会的设置情况

2011 年 8 月 15 日, 公司召开创立大会暨第一次股东大会, 会议审议通过了《关于设立董事会专门委员会的议案》, 同意在董事会下设三个专门委员会, 分别为战略委员会、审计委员会和提名、薪酬与考核委员会。公司同日召开第一届董事会第一次会议, 审议通过了《关于董事会专门委员会人员组成的议案》, 确定了董事会各专门委员会的成员, 并审议通过了《董事会专门委员会工作细则》。2013 年 2 月 28 日, 公司召开第一届董事会第六次会议, 修订了《董事会专门委员会议事规则》。

(一) 审计委员会

本公司董事会审计委员会由三名委员组成, 分别为潘晓东、何大光和顾庆伟, 潘晓东任主任委员。其中, 潘晓东和顾庆伟为独立董事, 潘晓东为会计专业人士。

本公司审计委员会的设立，为强化董事会决策功能，确保董事会对经理层的有效监督，完善公司治理结构起到了积极作用。

审计委员会的主要职能如下：（1）提议聘请或更换外部审计机构；（2）监督公司的内部审计制度及其实施；（3）负责内部审计与外部审计之间的沟通；（4）审核公司的财务信息及其披露；（5）协助制定和审查公司内控制度；（6）配合公司监事会进行监事审计活动；（7）公司董事会授予的其他事宜。

审计委员会的议事规则如下：

（1）审计委员会会议分为例会和临时会议。在每一个会计年度内，审计委员会应至少召开两次定期会议。第一次定期会议在上一会计年度结束后的四个月内召开，第二次定期会议在公司公布半年度报告的两个半月内召开。公司董事长、审计委员会主任（召集人）或二名以上委员联名可要求召开审计委员会临时会议。

（2）审计委员会定期会议应采用现场会议的形式。临时会议既可采用现场会议形式，也可采用非现场会议的通讯表决方式。除《公司章程》或本议事规则另有规定外，审计委员会临时会议在保障委员充分表达意见的前提下，可以用传真方式作出决议，并由参会委员签字。如采用通讯表决方式，则审计委员会委员在会议决议上签字者即视为出席了相关会议并同意会议决议内容。

（3）审计委员会定期会议应于会议召开前 5 日（不包括开会当日）发出会议通知，临时会议应于会议召开前 3 日（不包括开会当日）发出会议通知。

（4）审计委员会会议应由三分之二以上的委员（含三分之二）出席方可举行；公司董事可以出席审计委员会会议，但非委员董事对会议议案没有表决权。审计委员会委员可以亲自出席会议，也可以委托其他委员代为出席会议并行使表决权。审计委员会委员每次只能委托一名其他委员代为行使表决权，委托二人或二人以上代为行使表决权的，该项委托无效。

（5）审计委员会所作决议应经全体委员（包括未出席会议的委员）的过半数通过方为有效。审计委员会委员每人享有一票表决权。

(6) 审计委员会定期会议和临时会议的表决方式均为举手表决，表决的顺序依次为同意、反对、弃权。对同一议案，每名参会委员只能举手表决一次，举手多次的，以最后一次举手为准。如某位委员同时代理其他委员出席会议，若被代理人与其自身对议案的表决意见一致，则其举手表决一次，但视为两票；若被代理人与其自身对议案的表决意见不一致，则其可按自身的意见和被代理人的意见分别举手表决一次；代理出席者在表决时若无特别说明，视为与被代理人表决意见一致。如审计委员会会议以传真方式作出会议决议时，表决方式为签字方式。会议主持人应对每项议案的表决结果进行统计并当场公布，由会议记录人将表决结果记录在案。

(7) 审计委员会委员个人或其直系亲属或审计委员会委员及其直系亲属控制的其他企业与会议所讨论的议题有直接或者间接的利害关系时，该委员应尽快向审计委员会披露利害关系的性质与程度。

(8) 审计委员会会议应进行记录，记录人员为公司董事会办公室的工作人员。审计委员会决议的书面文件作为公司档案由公司董事会办公室保存，在公司存续期间，保存期不得少于十年。

审计委员会运行情况良好，切实有效地履行了相应职责，保证了公司内部审计制度的有效实施以及外部审计机构的有效沟通。截至本招股说明书签署之日，历次审计委员会召开的具体情况如下：

序号	会议时间	会议名称
1	2012 年 3 月 1 日	第一届董事会审计委员会第一次会议
2	2012 年 10 月 26 日	第一届董事会审计委员会第二次会议
3	2013 年 2 月 27 日	第一届董事会审计委员会第三次会议
4	2013 年 7 月 31 日	第一届董事会审计委员会第四次会议
5	2014 年 2 月 25 日	第一届董事会审计委员会第五次会议
6	2014 年 7 月 30 日	第一届董事会审计委员会第六次会议
7	2015 年 2 月 27 日	第二届董事会审计委员会第一次会议

(二) 战略委员会

本公司董事会战略委员会由五名委员组成，分别为黄昇民、崔强、刘作庚、王彦军和梁云波，黄昇民任主任委员。其中，黄昇民为独立董事。本公司战略委

员会的设立，为增强公司核心竞争力，确定公司发展规划，健全投资决策程序，加强决策科学性，提高重大投资决策的效益和决策的质量，完善公司治理结构，起到了积极作用。

战略委员会的主要职能如下：（1）对公司的长期发展规划、经营目标、发展方针进行研究并提出建议；（2）对公司的经营战略包括但不限于产品战略、市场战略、营销战略、研发战略、人才战略进行研究并提出建议；（3）对公司重大战略性投资、融资方案进行研究并提出建议；（4）对公司重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；（5）对其他影响公司发展战略的重大事项进行研究并提出建议；（6）对以上事项的实施进行跟踪检查；（7）公司董事会授权的其他事宜。

战略委员会的议事规则如下：

（1）战略委员会分为定期会议和临时会议。在每一个会计年度内，战略委员会应至少召开一次定期会议。定期会议应在上一会计年度结束后的四个月内召开。公司董事长、战略委员会主任（召集人）或两名以上（含两名）委员联名可要求召开战略委员会临时会议。

（2）战略委员会定期会议应采用现场会议的形式。临时会议既可采用现场会议形式，也可采用非现场会议的通讯表决方式。除《公司章程》或本议事规则另有规定外，战略委员会临时会议在保障委员充分表达意见的前提下，可以用传真方式作出决议，并由参会委员签字。如采用通讯表决方式，则战略委员会委员在会议决议上签字者即视为出席了相关会议并同意会议决议内容。

（3）战略委员会定期会议应于会议召开前 5 日（不包括开会当日）发出会议通知，临时会议应于会议召开前 3 日（不包括开会当日）发出会议通知。

（4）战略委员会应由两名以上的委员（含两名）出席方可举行。公司董事可以出席战略委员会会议，但非委员董事对会议议案没有表决权。战略委员会委员可以亲自出席会议，也可以委托其他委员代为出席会议并行使表决权。战略委

员会委员每次只能委托一名其他委员代为行使表决权，委托二人或二人以上代为行使表决权的，该项委托无效。

（5）战略委员会所作决议应经全体委员（包括未出席会议的委员）的过半数通过方为有效。战略委员会委员每人享有一票表决权。

（6）战略委员会现场会议的表决方式为举手表决，表决的顺序依次为同意、反对、弃权。对同一议案，每名参会委员只能举手表决一次，举手多次的，以最后一次举手为准。如某位委员同时代理其他委员出席会议，若被代理人与其自身对议案的表决意见一致，则其举手表决一次，但视为两票；若被代理人与其自身对议案的表决意见不一致，则其可按自身的意见和被代理人的意见分别举手表决一次；代理出席者在表决时若无特别说明，视为与被代理人表决意见一致。如战略委员会会议以传真方式作出会议决议时，表决方式为签字方式。会议主持人应对每项议案的表决结果进行统计并当场公布，由会议记录人将表决结果记录在案。

（7）战略委员会会议应进行记录，记录人员为公司董事会办公室的工作人员。战略委员会决议的书面文件作为公司档案由公司董事会办公室保存，在公司存续期间，保存期不得少于十年。

战略委员会运行情况良好，切实有效地履行了相应职责。截至本招股说明书签署之日，历次战略委员会召开的具体情况如下：

序号	会议时间	会议名称
1	2013 年 4 月 21 日	第一届董事会战略委员会第一次会议
2	2014 年 4 月 21 日	第一届董事会战略委员会第二次会议

（三）提名、薪酬与考核委员会

本公司董事会提名、薪酬与考核委员会由三名委员组成，分别为顾庆伟、刘作庚和黄昇民，顾庆伟任主任委员。其中，黄昇民和顾庆伟为独立董事。本公司提名、薪酬与考核委员会的设立，为进一步建立健全本公司董事、监事及高级管理人员的考核和薪酬管理制度，完善公司治理结构，起到了积极作用。

提名、薪酬与考核委员会的主要职能如下：（1）研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；（2）广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；（3）对董事候选人和高级管理人员人选进行审查并提出建议；（4）对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；（5）在董事会换届选举时，向本届董事会提出下一届董事会候选人的建议；（6）根据董事及高级管理人员岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业、相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；（7）薪酬计划或方案包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；（8）审查公司董事及其他高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；（9）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；（10）董事会授权的其他事宜。

提名、薪酬与考核委员会的议事规则如下：

（1）提名、薪酬与考核委员会会议应于会议召开前 5 日发出会议通知，临时会议应于会议召开前 3 日发出会议通知，特殊情况除外。主任委员不能出席时可委托其他一名委员主持。

（2）提名、薪酬与考核委员会会议应由三分之二以上的委员出席方可举行；每一名委员有一票的表决权；会议做出的决议，必须经全体委员的过半数通过。

（3）提名、薪酬与考核委员会会议表决方式为举手表决或投票表决；临时会议可以采取通讯表决的方式召开，在保障委员充分表达意见的前提下，可以用传真方式作出决议，并由参会委员签字。

（4）提名、薪酬与考核委员会可以邀请公司董事、监事及其他高级管理人员以及公司专业咨询顾问、法律顾问列席会议。

（5）如有必要，提名、薪酬与考核委员会可以下设工作小组，也可聘请中介机构为其决策提供专业意见，费用由公司支付。

（6）提名、薪酬与考核委员会会议应由委员本人出席。委员因故不能出席，可以书面委托其他委员代为出席。委员未出席委员会会议，亦未委托代表出席的，视为放弃在该次会议上的投票权。

(7) 提名、薪酬与考核委员会会议讨论有关委员会成员的议题时，当事人应当回避。

(8) 提名、薪酬与考核委员会会议的召开程序、表决方式和会议通过的薪酬政策与分配方案必须遵循有关法律、法规、公司章程及本细则的规定。

(9) 须经提名、薪酬与考核委员会作出决定或判断的事项，无论是否获得会议通过，均应报送董事会审议，持有反对意见的委员有权在董事会会议上进行陈述。

(10) 提名、薪酬与考核委员会会议应当有记录。出席会议的委员应当在会议记录上签名，会议记录由公司董事会秘书负责保存，保存期限不少于十年。

(11) 提名、薪酬与考核委员会会议通过的议案和表决结果，应以书面形式报公司董事会。

(12) 出席会议的委员均对会议所议事项有保密义务，不得擅自披露有关信息，否则应承担相应的法律责任。

提名、薪酬与考核委员会运行情况良好，切实有效地履行了相应职责。截至本招股说明书签署之日，历次提名、薪酬与考核委员会召开的具体情况如下：

序号	会议时间	会议名称
1	2012 年 3 月 1 日	第一届董事会提名、薪酬与考核委员会第一次会议
2	2013 年 12 月 20 日	第一届董事会提名、薪酬与考核委员会第二次会议
3	2014 年 7 月 18 日	第一届董事会提名、薪酬与考核委员会第三次会议
4	2015 年 1 月 23 日	第二届董事会提名、薪酬与考核委员会第一次会议

七、本公司近三年遵守法律、法规情况

本公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度。近三年内，本公司不存在重大违法违规行为。

八、报告期内资金占用和对外担保的情况

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。报告期内，本公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

九、公司内部控制制度情况

（一）公司管理层的自我评价

为验证国家有关法律法规和公司内部规章制度已在本公司得到贯彻执行，保证会计资料的真实完整，以向中国证券监督管理委员会申请发行人民币普通股股票，本公司根据财政部颁发的《内部会计控制规范—基本规范（试行）》及内部会计控制具体规范，于 2014 年 12 月 31 日实施了与会计报表相关的内部控制有效性的自我评价，并出具了《凤凰都市传媒科技股份有限公司与财务报表相关的内部控制有效性说明》，本公司管理层认为：

“根据财政部颁布的《内部会计控制规范》、《企业内部控制基本规范》等相关法律法规要求，公司于 2014 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

（二）注册会计师的内控鉴证报告

瑞华接受本公司委托，审核了本公司管理层按照财政部颁发的《内部会计控制规范——基本规范（试行）》及内部会计控制具体规范的规定，对截至 2014 年 12 月 31 日本公司及子公司与财务报表相关的内部控制的有效性进行评价，并出具了《凤凰都市传媒科技股份有限公司内部控制鉴证报告》（瑞华专审字[2015] 48310004 号），认为：

“贵公司于 2014 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了按照财政部颁布的《内部会计控制规范—基本规范（试行）》的有关规范标准中与财务报表相关的有效的内部控制。”

第十节 财务会计信息

本公司聘请瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）依据中国注册会计师审计准则对本公司的财务报表，包括 2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日和 2012 年 12 月 31 日的合并及公司资产负债表，2014 年度、2013 年度及 2012 年度的合并及公司利润表、合并及公司现金流量表和合并及公司股东权益变动表及财务报表附注进行了审计。瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）出具了瑞华审字[2015]48310001 号标准无保留意见的审计报告。

本节主要提供从经审计的财务报表及附注中摘录的部分信息。引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报表及附注。

一、财务会计报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	170,092,535.14	137,233,979.45	119,069,755.19
应收票据	3,530,000.00	-	-
应收账款	107,472,046.37	163,828,218.45	147,976,346.18
其他应收款	16,728,100.11	16,294,019.24	14,396,501.58
其他流动资产	32,371,798.19	37,278,199.78	31,657,607.82
流动资产合计	330,194,479.81	354,634,416.92	313,100,210.77
非流动资产：			
投资性房地产	3,035,123.71	-	-
固定资产	270,347,657.03	268,504,855.07	135,204,526.61
在建工程	-	4,621,777.36	5,572,865.14
无形资产	835,011.68	131,730.63	177,089.97
长期待摊费用	18,329,042.54	18,698,979.81	7,476,611.39
递延所得税资产	15,287,771.22	8,274,354.21	5,631,966.61
其他非流动资产	-	3,073,543.00	47,568,000.00
非流动资产合计	307,834,606.18	303,305,240.08	201,631,059.72
资产总计	638,029,085.99	657,939,657.00	514,731,270.49
流动负债：			
应付账款	89,326,405.12	90,333,594.63	8,841,501.98
预收款项	27,030,345.50	21,118,796.99	14,403,075.74
应付职工薪酬	8,106,219.13	16,100,325.55	9,864,727.98

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
应交税费	10,031,944.10	30,607,021.91	30,280,969.00
其他应付款	19,983,631.28	14,635,906.38	14,201,413.36
流动负债合计	154,478,545.13	172,795,645.46	77,591,688.06
负债合计	154,478,545.13	172,795,645.46	77,591,688.06
股东权益：			
股本	154,000,000.00	154,000,000.00	154,000,000.00
资本公积	169,175,488.36	169,175,488.36	169,175,488.36
其他综合收益	21,574,000.00	21,574,000.00	21,574,000.00
盈余公积	7,581,314.08	7,274,318.93	4,164,088.86
未分配利润	131,219,738.42	133,120,204.25	88,226,005.21
归属于母公司股东的权益合计	483,550,540.86	485,144,011.54	437,139,582.43
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	483,550,540.86	485,144,011.54	437,139,582.43
负债和股东权益总计	638,029,085.99	657,939,657.00	514,731,270.49

（二）合并利润表

单位：元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
一、营业总收入	440,870,180.85	481,795,719.70	421,350,996.32
其中：营业收入	440,870,180.85	481,795,719.70	421,350,996.32
二、营业总成本	410,967,227.69	396,475,742.68	322,363,286.82
其中：营业成本	197,135,821.04	165,649,087.60	140,839,905.74
营业税金及附加	14,834,727.88	17,728,907.98	22,876,951.14
销售费用	130,714,716.91	133,181,925.67	87,552,379.70
管理费用	67,260,716.33	76,116,533.29	70,268,911.76
财务费用	-3,130,484.87	-2,683,012.02	-3,282,269.84
资产减值损失	4,151,730.40	6,482,300.16	4,107,408.32
三、营业利润（亏损以“—”号填列）	29,902,953.16	85,319,977.02	98,987,709.50
加：营业外收入	1,412,221.75	1,475,742.48	1,320,000.00
减：营业外支出	175,521.00	410,219.38	648,960.04
其中：非流动资产处置损失	175,521.00	298,993.02	628,526.70
四、利润总额（亏损总额以“—”号填列）	31,139,653.91	86,385,500.12	99,658,749.46
减：所得税费用	9,633,124.59	22,981,071.01	28,432,204.87
五、净利润	21,506,529.32	63,404,429.11	71,226,544.59
归属于母公司股东的净利润	21,506,529.32	63,404,429.11	71,226,544.59
少数股东损益	-	-	-
其中：同一控制下被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-
六、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.14	0.41	0.46

项目	2014 年	2013 年	2012 年
(二)稀释每股收益	0.14	0.41	0.46
七、其他综合收益	-	-	-
八、综合收益总额	21,506,529.32	63,404,429.11	71,226,544.59
归属于母公司股东的综合收益总额	21,506,529.32	63,404,429.11	71,226,544.59
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

(三) 合并现金流量表

单位：元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
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	520,667,479.43	486,016,308.96	397,848,017.16
收到的税收返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	5,819,139.10	4,176,142.24	20,207,952.11
经营活动现金流入小计	526,486,618.53	490,192,451.20	418,055,969.27
购买商品、接受劳务支付的现金	172,269,680.23	145,534,453.35	128,253,632.28
支付给职工以及为职工支付的现金	86,478,453.24	90,334,167.64	68,910,963.39
支付的各项税费	70,038,588.72	63,425,926.51	56,264,651.50
支付其他与经营活动有关的现金	108,223,277.60	112,073,855.63	93,513,865.39
经营活动现金流出小计	437,009,999.79	411,368,403.13	346,943,112.56
经营活动产生的现金流量净额	89,476,618.74	78,824,048.07	71,112,856.71
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资所收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	33,518,063.05	45,259,823.81	82,361,933.67
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
投资活动现金流出小计	33,518,063.05	45,259,823.81	82,361,933.67
投资活动产生的现金流量净额	-33,518,063.05	-45,259,823.81	-82,361,933.67
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	-

项目	2014 年	2013 年	2012 年
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	23,100,000.00	15,400,000.00	14,000,000.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	23,100,000.00	15,400,000.00	14,000,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-23,100,000.00	-15,400,000.00	-14,000,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	32,858,555.69	18,164,224.26	-25,249,076.96
加：期初现金及现金等价物余额	137,233,979.45	119,069,755.19	144,318,832.15
六、期末现金及现金等价物余额	170,092,535.14	137,233,979.45	119,069,755.19

(四) 合并股东权益变动表

单位：元

项目	归属于母公司股东权益					少数股东权益	股东权益合计
	实收资本（或股本）	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润		
2014 年度							
一、上年年末余额	154,000,000.00	169,175,488.36	21,574,000.00	7,274,318.93	133,120,204.25	-	485,144,011.54
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	154,000,000.00	169,175,488.36	21,574,000.00	7,274,318.93	133,120,204.25	-	485,144,011.54
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	-	-	-	306,995.15	-1,900,465.83		-1,593,470.68
（一）净利润	-	-	-	-	21,506,529.32	-	21,506,529.32
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-
上述(一)和（二）小计	-	-	-	-	21,506,529.32	-	21,506,529.32
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-
股东投入资本	-	-	-	-	-	-	-
股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-
（四)利润分配			-	306,995.15	-23,406,995.15	-	-23,100,000.00
提取盈余公积	-	-	-	306,995.15	-306,995.15	-	-

项目	归属于母公司股东权益					少数股东权益	股东权益合计
	实收资本（或股本）	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润		
提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-
对股东的分配	-	-	-	-	-23,100,000.00	-	-23,100,000.00
其他	-	-	-	-	-	-	-
（五）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-
资本公积转增资本（股本）	-	-	-	-	-	-	-
盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-	-
盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-
（六）专项储备	-	-	-	-	-	-	-
本期提取	-	-	-	-	-	-	-
本期使用	-	-	-	-	-	-	-
（七）其他	-	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	154,000,000.00	169,175,488.36	21,574,000.00	7,581,314.08	131,219,738.42	-	483,550,540.86
2013 年度							
一、上年年末余额	154,000,000.00	169,175,488.36	21,574,000.00	4,164,088.86	88,226,005.21	-	437,139,582.43
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	154,000,000.00	169,175,488.36	21,574,000.00	4,164,088.86	88,226,005.21	-	437,139,582.43
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	-	-	-	3,110,230.07	44,894,199.04	-	48,004,429.11

项目	归属于母公司股东权益					少数股东权益	股东权益合计
	实收资本（或股本）	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润		
（一）净利润	-	-	-	-	63,404,429.11	-	63,404,429.11
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-
上述(一)和（二）小计	-	-	-	-	63,404,429.11	-	63,404,429.11
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-
股东投入资本	-	-	-	-	-	-	-
股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-
（四）利润分配	-	-	-	3,110,230.07	-18,510,230.07	-	-15,400,000.00
提取盈余公积	-	-	-	3,110,230.07	-3,110,230.07	-	-
提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-
对股东的分配	-	-	-	-	-15,400,000.00	-	-15,400,000.00
其他	-	-	-	-	-	-	-
（五）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-
资本公积转增资本（股本）	-	-	-	-	-	-	-
盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-	-
盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-
（六）专项储备	-	-	-	-	-	-	-
本期提取	-	-	-	-	-	-	-
本期使用	-	-	-	-	-	-	-
（七）其他	-	-	-	-	-	-	-

项目	归属于母公司股东权益					少数股东权益	股东权益合计
	实收资本（或股本）	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润		
四、本期期末余额	154,000,000.00	169,175,488.36	21,574,000.00	7,274,318.93	133,120,204.25	-	485,144,011.54
2012 年度							
一、上年年末余额	140,000,000.00	183,175,488.36	21,574,000.00	69,337.83	35,094,211.65	-	379,913,037.84
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	140,000,000.00	183,175,488.36	21,574,000.00	69,337.83	35,094,211.65	-	379,913,037.84
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	14,000,000.00	-14,000,000.00	-	4,094,751.03	53,131,793.56	-	57,226,544.59
（一）净利润	-	-	-	-	71,226,544.59	-	71,226,544.59
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-
上述(一)和（二）小计	-	-	-	-	71,226,544.59	-	71,226,544.59
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-
股东投入资本	-	-	-	-	-	-	-
股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-
（四）利润分配	-	-	-	4,094,751.03	-18,094,751.03	-	-14,000,000.00
提取盈余公积	-	-	-	4,094,751.03	-4,094,751.03	-	-
提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-
对股东的分配	-	-	-	-	-14,000,000.00	-	-14,000,000.00
其他	-	-	-	-	-	-	-

项目	归属于母公司股东权益					少数股东权益	股东权益合计
	实收资本（或股本）	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润		
（五）股东权益内部结转	14,000,000.00	-14,000,000.00	-	-	-	-	-
资本公积转增资本（股本）	14,000,000.00	-14,000,000.00	-	-	-	-	-
盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-	-
盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-
（六）专项储备	-	-	-	-	-	-	-
本期提取	-	-	-	-	-	-	-
本期使用	-	-	-	-	-	-	-
（七）其他	-	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	154,000,000.00	169,175,488.36	21,574,000.00	4,164,088.86	88,226,005.21	-	437,139,582.43

(五) 母公司资产负债表

单位：元

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	169,527,149.17	135,961,001.89	117,844,913.36
应收票据	3,530,000.00	-	-
应收账款	107,462,046.37	163,828,218.45	147,608,846.19
其他应收款	31,189,009.63	23,877,359.91	14,773,869.85
其他流动资产	20,525,838.91	27,209,550.52	22,692,979.79
流动资产合计	332,234,044.08	350,876,130.77	302,920,609.19
非流动资产：			
长期股权投资	126,905,440.03	126,905,440.03	126,905,440.03
投资性房地产	3,035,123.71	-	-
固定资产	194,840,147.42	191,724,284.82	63,752,514.04
在建工程	-	989,602.36	1,703,150.10
无形资产	835,011.68	131,730.63	177,089.97
长期待摊费用	6,135,846.73	7,509,284.53	3,923,777.50
递延所得税资产	9,604,689.40	6,029,718.83	4,764,428.74
其他非流动资产	-	3,073,543.00	47,568,000.00
非流动资产合计	341,356,258.97	336,363,604.20	248,794,400.38
资产总计	673,590,303.05	687,239,734.97	551,715,009.57
流动负债：			
应付账款	227,881,537.07	203,261,980.80	93,511,726.09
预收款项	19,425,772.67	21,118,796.99	14,403,075.74
应付职工薪酬	5,420,793.37	15,923,729.86	9,725,994.48
应交税费	6,063,459.08	17,619,091.81	20,676,303.11
其他应付款	19,575,799.21	14,063,145.39	13,847,220.75
流动负债合计	278,367,361.40	271,986,744.85	152,164,320.17
负债合计	278,367,361.40	271,986,744.85	152,164,320.17
股东权益：			
股本	154,000,000.00	154,000,000.00	154,000,000.00
资本公积	196,335,800.82	196,335,800.82	196,335,800.82
其它综合收益	21,574,000.00	21,574,000.00	21,574,000.00
盈余公积	7,581,314.08	7,274,318.93	4,164,088.86
未分配利润	15,731,826.75	36,068,870.37	23,476,799.72
股东权益合计	395,222,941.65	415,252,990.12	399,550,689.40
负债和股东权益总计	673,590,303.05	687,239,734.97	551,715,009.57

(六) 母公司利润表

单位：元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
一、营业收入	440,671,118.77	481,763,240.66	421,425,438.13
减：营业成本	300,148,138.26	283,210,596.38	244,870,162.14
营业税金及附加	7,275,113.76	9,208,872.50	11,245,320.70
销售费用	78,907,046.55	93,617,060.33	55,858,952.03
管理费用	49,155,347.31	60,050,804.98	56,454,769.49
财务费用	-3,142,194.40	-2,695,283.35	-3,294,563.45
资产减值损失	3,816,967.68	4,778,091.15	3,634,892.86
投资收益（损失以“-”号填列）	-	6,611,374.82	3,836,356.19
二、营业利润	4,510,699.61	40,204,473.49	56,492,260.55
加：营业外收入	1,000,000.00	-	-
减：营业外支出	160,802.56	377,212.81	20,000.00
其中：非流动资产处置损失	160,802.56	265,986.45	-
三、利润总额	5,349,897.05	39,827,260.68	56,472,260.55
减：所得税费用	2,279,945.52	8,724,959.96	15,524,750.29
四、净利润	3,069,951.53	31,102,300.72	40,947,510.26
五、每股收益			
（一）基本每股收益	-	-	-
（二）稀释每股收益	-	-	-
六、其他综合收益	-	-	-
七、综合收益总额	3,069,951.53	31,102,300.72	40,947,510.26

(七) 母公司现金流量表

单位：元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
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	512,621,606.78	486,016,308.96	396,956,292.16
收到其他与经营活动有关的现金	5,436,782.73	2,714,655.82	17,094,611.46
经营活动现金流入小计	518,058,389.51	488,730,964.78	414,050,903.62
购买商品、接受劳务支付的现金	85,043,819.08	66,044,952.75	58,491,802.15
支付给职工以及为职工支付的现金	49,886,775.28	52,821,779.44	37,837,800.88
支付的各项税费	33,475,838.60	33,916,262.03	29,915,002.23
支付其他与经营活动有关的现金	274,229,423.56	289,696,437.87	235,437,128.65
经营活动现金流出小计	442,635,856.52	442,479,432.09	361,681,733.91

项目	2014 年	2013 年	2012 年
经营活动产生的现金流量净额	75,422,532.99	46,251,532.69	52,369,169.71
二、投资活动产生的现金流量：			
取得投资收益收到的现金	-	6,611,374.82	3,836,356.19
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	6,611,374.82	3,836,356.19
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	18,756,385.71	19,346,818.98	66,536,246.81
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
投资活动现金流出小计	18,756,385.71	19,346,818.98	66,536,246.81
投资活动产生的现金流量净额	-18,756,385.71	-12,735,444.16	-62,699,890.62
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	23,100,000.00	15,400,000.00	14,000,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	23,100,000.00	15,400,000.00	14,000,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-23,100,000.00	-15,400,000.00	-14,000,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	33,566,147.28	18,116,088.53	-24,330,720.91
加：期初现金及现金等价物余额	135,961,001.89	117,844,913.36	142,175,634.27
六、期末现金及现金等价物余额	169,527,149.17	135,961,001.89	117,844,913.36

(八) 母公司股东权益变动表

单位：元

项目	实收资本(或股本)	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
2014 年度						
一、上年年末余额	154,000,000.00	196,335,800.82	21,574,000.00	7,274,318.93	36,068,870.37	415,252,990.12
二、本年初余额	154,000,000.00	196,335,800.82	21,574,000.00	7,274,318.93	36,068,870.37	415,252,990.12
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	-	-	-	306,995.15	-20,337,043.62	-20,030,048.47
（一）净利润	-	-	-	-	3,069,951.53	3,069,951.53
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-
上述(一)和（二）小计	-	-	-	-	3,069,951.53	3,069,951.53
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
股东投入资本	-	-	-	-	-	-
（四）利润分配	-	-	-	306,995.15	-23,406,995.15	-23,100,000.00
提取盈余公积	-	-	-	306,995.15	-306,995.15	-
对股东的分配	-	-	-	-	-23,100,000.00	-23,100,000.00
（五）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
资本公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-
盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	154,000,000.00	196,335,800.82	21,574,000.00	7,581,314.08	15,731,826.75	395,222,941.65
2013 年度						
一、上年年末余额	154,000,000.00	196,335,800.82	21,574,000.00	4,164,088.86	23,476,799.72	399,550,689.40

项目	实收资本(或股本)	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
二、本年年初余额	154,000,000.00	196,335,800.82	21,574,000.00	4,164,088.86	23,476,799.72	399,550,689.40
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	-	-	-	3,110,230.07	12,592,070.65	15,702,300.72
（一）净利润	-	-	-	-	31,102,300.72	31,102,300.72
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-
上述(一)和（二）小计	-	-	-	-	31,102,300.72	31,102,300.72
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
股东投入资本	-	-	-	-	-	-
（四）利润分配	-	-	-	3,110,230.07	-18,510,230.07	-15,400,000.00
提取盈余公积	-	-	-	3,110,230.07	-3,110,230.07	-
对股东的分配	-	-	-	-	-15,400,000.00	-15,400,000.00
（五）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-
资本公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-
盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	154,000,000.00	196,335,800.82	21,574,000.00	7,274,318.93	36,068,870.37	415,252,990.12
2012 年度						
一、上年年末余额	140,000,000.00	210,335,800.82	21,574,000.00	69,337.83	624,040.49	372,603,179.14
二、本年年初余额	140,000,000.00	210,335,800.82	21,574,000.00	69,337.83	624,040.49	372,603,179.14
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	14,000,000.00	-14,000,000.00	-	4,094,751.03	22,852,759.23	26,947,510.26
（一）净利润	-	-	-	-	40,947,510.26	40,947,510.26
（二）其他综合收益	-	-	-	-	-	-
上述(一)和（二）小计	-	-	-	-	40,947,510.26	40,947,510.26
（三）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-

项目	实收资本(或股本)	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
股东投入资本	-	-	-	-	-	-
(四) 利润分配	-	-	-	4,094,751.03	-18,094,751.03	-14,000,000.00
提取盈余公积	-	-	-	4,094,751.03	-4,094,751.03	
对股东的分配	-	-	-	-	-14,000,000.00	-14,000,000.00
(五) 股东权益内部结转	14,000,000.00	-14,000,000.00	-	-	-	-
资本公积转增资本(或股本)	14,000,000.00	-14,000,000.00	-	-	-	-
盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	154,000,000.00	196,335,800.82	21,574,000.00	4,164,088.86	23,476,799.72	399,550,689.40

二、财务报表的编制基础及遵循企业会计准则的声明

（一）财务报表的编制基础

本公司财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》（财政部令第 33 号发布、财政部令第 76 号修订）、于 2006 年 2 月 15 日及其后颁布和修订的 41 项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），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》（2014 年修订）的披露规定编制。

根据企业会计准则的相关规定，本公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具和投资性房地产外，本财务报表均以历史成本为计量基础。持有待售的非流动资产，按公允价值减去预计费用后的金额，以及符合持有待售条件时的原账面价值，取两者孰低计价。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

（二）遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日、2012 年 12 月 31 日的财务状况及 2014 年度、2013 年度、2012 年度的经营成果和现金流量等有关信息。此外，本公司的财务报表在所有重大方面符合中国证券监督管理委员会 2014 年修订的《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》有关财务报表及其附注的披露要求。

三、本公司合并财务报表范围及变化情况

2012 年度、2013 年度及 2014 年度本公司合并范围未发生变更。

报告期内，公司纳入财务报表合并范围的公司及持股比例：

公司名称	取得方式	2014 年	2013 年	2012 年
凤凰卫视都市传媒（上海）有限公司	企业合并	100%	100%	100%

公司名称	取得方式	2014 年	2013 年	2012 年
凤凰都市传媒（广州）有限公司	企业合并	100%	100%	100%
深圳凤凰都市广告传播有限公司	企业合并	100%	100%	100%
凤凰卫视都市传媒（杭州）有限公司	企业合并	100%	100%	100%
江苏凤凰都市传媒有限公司	企业合并	100%	100%	100%
凤凰都市传媒（四川）有限公司	企业合并	100%	100%	100%

四、主要会计政策和会计估计

本公司及各子公司从事户外 LED 屏幕媒体运营业务。本公司及各子公司根据实际生产经营特点，依据相关企业会计准则的规定，对收入确认等交易和事项制定了若干项具体会计政策和会计估计，详见（十九）“收入”各项描述。关于管理层所作出的重大会计判断和估计的说明，请参阅（二十三）“重大会计判断和估计”。

（一）会计期间

本公司的会计期间分为年度和中期，会计中期指短于一个完整的会计年度的报告期间。本公司会计年度采用公历年度，即每年自 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

（二）营业周期

正常营业周期是指本公司从购买用于加工的资产起至实现现金或现金等价物的期间。本公司以 12 个月作为一个营业周期，并以其作为资产和负债的流动性划分标准。

（三）记账本位币

人民币为本公司及境内子公司经营所处的主要经济环境中的货币，本公司及境内子公司以人民币为记账本位币。本公司编制本财务报表时所采用的货币为人民币。

（四）企业合并的会计处理方法

企业合并，是指将两个或两个以上单独的企业合并形成一个报告主体的交易或事项。企业合并分为同一控制下企业合并和非同一控制下企业合并。

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，为同一控制下的企业合并。同一控制下的企业合并，在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。合并日，是指合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

合并方取得的资产和负债均按合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值(或发行股份面值总额)的差额，调整资本公积（股本溢价）；资本公积（股本溢价）不足以冲减的，调整留存收益。

合并方为进行企业合并发生的各项直接费用，于发生时计入当期损益。

2、非同一控制下企业合并

参与合并的企业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。非同一控制下的企业合并，在购买日取得对其他参与合并企业控制权的一方为购买方，参与合并的其他企业为被购买方。购买日，是指为购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

对于非同一控制下的企业合并，购买日在 2009 年 12 月 31 日或之前的，合并成本为购买日购买方为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债和发行的权益性证券的公允价值，以及为企业合并而发生的各项直接相关费用；购买日在 2010 年 1 月 1 日或之后的，合并成本仅包含购买日购买方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，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。对于所涉及的或有对价，如购买日在 2009 年 12 月 31 日或之前的，购买日如果估计未来事项很可能发生并且对合并成本的影响金额能够可靠计量的，则将或有对价计入合并成本；购买日在 2010 年 1 月 1 日或之后的，或有对价按其在购买日的公允价值计入合并成本，购买日后 12 个月内出现对购买日已存在情况的新的或进一步证据而需要调整或有对价的，相应调整合并商誉。

购买方发生的合并成本及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，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

购买方取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日因不符合递延所得税资产确认条件而未予确认的，在购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，则确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产的，计入当期损益。

通过多次交易分步实现的非同一控制下企业合并，根据《财政部关于印发企业会计准则解释第 5 号的通知》（财会〔2012〕19 号）关于“一揽子交易”的判断标准（参见（五）合并财务报表的编制方法之“2、合并财务报表编制的方法”），判断该多次交易是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，参考本部分前面各段描述及“（十）长期股权投资”进行会计处理；不属于“一揽子交易”的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购

买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益转入当期投资收益。

在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益应当转为购买日所属当期投资收益。

本公司报告期内未发生非同一控制下企业合并。

（五）合并财务报表的编制方法

1、合并财务报表范围的确定原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制是指本公司能够决定被投资单位的财务和经营政策，并能据以从被投资单位的经营活动中获取利益的权力。合并范围包括本公司及全部子公司。子公司，是指被本公司控制的企业或主体。

2、合并财务报表编制的方法

从取得子公司的净资产和生产经营决策的实际控制权之日起，本公司开始将其纳入合并范围；从丧失实际控制权之日起停止纳入合并范围。对于处置的子公司，处置日前的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中；当期处置的子公司，不调整合并资产负债表的期初数。非同一控制下企业合并增加的子公司，其购买日后的经营成果及现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，且不调整合并财务报表的期初数和对比数。同一控制下企业合并增加的子公司，其自合并当期期初至合并日的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，并且同时调整合并财务报表的对比数。

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

非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

本公司内所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。

子公司的股东权益及当期净损益中不属于本公司所拥有的部分分别作为少数股东权益及少数股东损益在合并财务报表中股东权益及净利润项下单独列示。子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额，冲减少数股东权益。

当因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司的控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，在丧失控制权时一并转为当期投资收益。其后，对该部分剩余股权按照《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》或《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》等相关规定进行后续计量，详见“（十）长期股权投资”或“（八）金融工具”。

本公司通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，需区分处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易是否属于一揽子交易。处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：①这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；②这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；③一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；④一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。不属于一揽子交易的，对其中的每一项交易视情况分别按照“不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资”和“因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司的控制权”适用的原则进行会计处理。处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交

易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（六）现金及现金等价物的确定标准

本公司现金及现金等价物包括库存现金、可以随时用于支付的存款以及本公司持有的期限短（一般为从购买日起，三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

（七）外币业务和外币报表折算

1、外币交易的折算方法

本公司发生的外币交易在初始确认时，按交易日的即期汇率（通常指中国人民银行公布的当日外汇牌价的中间价，下同）折算为记账本位币金额，但公司发生的外币兑换业务或涉及外币兑换的交易事项，按照实际采用的汇率折算为记账本位币金额。

2、对于外币货币性项目和外币非货币性项目的折算方法

资产负债表日，对于外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除：属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理；以及可供出售的外币货币性项目除摊余成本之外的其他账面余额变动产生的汇兑差额计入其他综合收益之外，均计入当期损益。

编制合并财务报表涉及境外经营的，如有实质上构成对境外经营净投资的外币货币性项目，因汇率变动而产生的汇兑差额，计入其他综合收益；处置境外经营时，转入处置当期损益。

以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算的记账本位币金额计量。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定

日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动（含汇率变动）处理，计入当期损益或确认为其他综合收益。

（八）金融工具

在本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。金融资产和金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关的交易费用直接计入损益，对于其他类别的金融资产和金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

1、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公允价值，是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。金融工具存在活跃市场的，本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。活跃市场中的报价是指易于定期从交易所、经纪商、行业协会、定价服务机构等获得的价格，且代表了在公平交易中实际发生的市场交易的价格。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具当前的公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

2、金融资产的分类、确认和计量

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。金融资产在初始确认时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、持有至到期投资、贷款和应收款项以及可供出售金融资产。

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。本公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产均为交易性金融资产。

交易性金融资产是指满足下列条件之一的金融资产：**A.**取得该金融资产的目的，主要是为了近期内出售或回购；**B.**属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明本公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；**C.**属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

交易性金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

（2）持有至到期投资

是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。

持有至到期投资采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

实际利率法是指按照金融资产或金融负债（含一组金融资产或金融负债）的实际利率计算其摊余成本及各期利息收入或支出的方法。实际利率是指将金融资产或金融负债在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量，折现为该金融资产或金融负债当前账面价值所使用的利率。

在计算实际利率时，本公司将在考虑金融资产或金融负债所有合同条款的基础上预计未来现金流量（不考虑未来的信用损失），同时还将考虑金融资产或金融负债合同各方之间支付或收取的、属于实际利率组成部分的各项收费、交易费用及折价或溢价等。

（3）贷款和应收款项

是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。本公司划分为贷款和应收款的金融资产包括应收票据、应收账款、应收利息、应收股利及其他应收款等。

贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项、持有至到期投资以外的金融资产。

可供出售债务工具投资的期末成本按照其摊余成本法确定，即初始确认金额扣除已偿还的本金，加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额，并扣除已发生的减值损失后的金额。可供出售权益工具投资的期末成本为其初始取得成本。

可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产与摊余成本相关的汇兑差额计入当期损益外，确认为其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本进行后续计量。

可供出售金融资产持有期间取得的利息及被投资单位宣告发放的现金股利，计入投资收益。

3、金融资产减值

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司在每个资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。

本公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。

已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

（1）持有至到期投资、贷款和应收款项减值

以成本或摊余成本计量的金融资产将其账面价值减记至预计未来现金流量现值，减记金额确认为减值损失，计入当期损益。金融资产在确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，金融资产转回减值损失后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

（2）可供出售金融资产减值

当综合相关因素判断可供出售权益工具投资公允价值下跌是严重或非暂时性下跌时，表明该可供出售权益工具投资发生减值。其中“严重下跌”是指公允价值下跌幅度累计超过 20%；“非暂时性下跌”是指公允价值连续下跌时间超过 12 个月。

可供出售金融资产发生减值时，将原计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入当期损益，该转出的累计损失为该资产初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

在确认减值损失后，期后如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，可供出售权益工具投资的减值损失转回确认为其他综合收益，可供出售债务工具的减值损失转回计入当期损益。

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，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产的减值损失，不予转回。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

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

若企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且未放弃对该金融资产的控制的，则按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

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

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值在终止确认及未终止确认部分之间按其相对的公允价值进行分摊，并将因转移而收到的对价与应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和与分摊的前述账面金额之差额计入当期损益。

本公司对采用附追索权方式出售的金融资产，或将持有的金融资产背书转让，需确定该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬是否已经转移。已将该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产；既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则继续判断企业是否对该资产保留了控制，并根据前面各段所述的原则进行会计处理。

5、金融负债的分类和计量

金融负债在初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。初始确认金融负债，以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关的交易费用直接计入当期损益，对于其他金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

分类为交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的条件与分类为交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的条件一致。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债采用公允价值进行后续计量，公允价值的变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

（2）其他金融负债

与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本进行后续计量。其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

（3）财务担保合同

不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，以公允价值进行初始确认，在初始确认后按照《企业会计准则第 13 号—或有事项》确定的金额和初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号—收入》的原则确定的累计摊销额后的余额之中的较高者进行后续计量。

6、金融负债的终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

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

7、衍生工具及嵌入衍生工具

衍生工具于相关合同签署日以公允价值进行初始计量，并以公允价值进行后续计量。衍生工具的公允价值变动计入当期损益。

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如未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，嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，且与嵌入衍生工具条件相同，单独存在的工具符合衍生工具定义的，嵌入衍生工具从混合工具中分拆，作为单独的衍生金融工具处理。如果无法在取得时或后续的资产负债表日对嵌入衍生工具进行单独计量，则将混合工具整体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。

8、金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

9、权益工具

权益工具是指能证明拥有本公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。本公司发行（含再融资）、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。本公司不确认权益工具的公允价值变动。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。

本公司对权益工具持有方的各种分配（不包括股票股利），减少股东权益。本公司不确认权益工具的公允价值变动额。

（九）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

1、应收账款的确认时点和结算模式

（1）应收账款的确认时点

本公司户外 LED 广告业务收入按照权责发生制原则确认，根据广告发布合同的约定按照实际发布的进度，在每月末将该月已发布的广告按照合同约定的单价以及当月实际播出时间计算当月广告收入并相应确认应收账款。

（2）应收账款结算模式

（A）客户信用管理

本公司定期对客户的资信情况进行信用评估，通过核定客户的信用等级，确定该客户的信用额度及信用账期。信用评估主要综合考虑客户规模、财务状况、公众形象、与公司历史交易额、付款习惯等情况。对于本土代理公司，也会考虑其代理的广告主情况等。本公司根据信用评估情况，针对不同的客户类型制定了适当的信用账期：4A 广告公司客户信用账期通常为 4 个月，本土广告公司客户信用账期通常为 2 个月，直接客户信用账期通常为 3 个月。

（B）收款管理

本公司将应收账款回款质量和呆账情况纳入对销售人员的季度、年度考核，与销售人员的薪酬进行挂钩。通常情况下，对于本土广告公司在其广告播出前，公司要求本土广告公司需至少支付 10% 的预付款作为保证金。销售部门联合财务部门对每个客户的应收账款情况进行实施监控并定期分析回款情况，销售人员在合同约定的付款日前会督促客户付款，客户未能及时付款的，公司会积极跟踪并了解情况，及时与客户协商并确认付款安排。

2、坏账准备的确认标准

本公司在资产负债表日对应收款项账面价值进行检查，对存在下列客观证据表明应收款项发生减值的，计提减值准备：（1）债务人发生严重的财务困难；（2）债务人违反合同条款（如偿付利息或本金发生违约或逾期等）；（3）债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；（4）其他表明应收款项发生减值的客观依据。

3、坏账准备的计提方法

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

本公司将金额为人民币 50 万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。

本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

（2）按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法

（A）信用风险特征组合的确定依据

本公司对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。

不同组合的确定依据：

项目	确定组合的依据
无风险组合	以无风险的存出保证金、押金等划分组合
账龄组合	公司根据以前年度与之相同或相类似的、按账龄段划分的具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况分析法确定坏账准备计提的比例

（B）根据信用风险特征组合确定的坏账准备计提方法

按组合方式实施减值测试时，坏账准备金额系根据应收款项组合结构及类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力）按历史损失经验及目前经济状况与预计应收款项组合中已经存在的损失评估确定。

不同组合计提坏账准备的计提方法：

项目	计提方法
无风险组合	不计提坏账准备
账龄组合	采用账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的组合计提方法：

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，下同）	-	-
6 个月到 1 年	3%	3%
1 至 2 年	20%	20%
2 至 3 年	50%	50%
3 年以上	100%	100%

（C）单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

本公司对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项，单独进行减值测试，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。导致单独进行减值测试的非重大应收款项的特征，如：应收关联方款项；与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项；已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项等等。

（3）坏账准备的转回

如有客观证据表明该应收款项价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该应收款项在转回日的摊余成本。

（十）长期股权投资

本部分所指的长期股权投资是指本公司对被投资单位具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资。本公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资，作为可供出售金融资产或以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算。

共同控制，是指本公司按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。重大影响，是指

本公司对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力,但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

(1) 投资成本的确定

对于同一控制下的企业合并取得的长期股权投资,在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。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。以发行权益性证券作为合并对价的,在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本,按照发行股份的面值总额作为股本,长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额,调整资本公积;资本公积不足冲减的,调整留存收益。通过多次交易分步取得同一控制下被合并方的股权,最终形成同一控制下企业合并的,应分别是否属于“一揽子交易”进行处理:属于“一揽子交易”的,将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的,在合并日按照应享有被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本,长期股权投资初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额,调整资本公积;资本公积不足冲减的,调整留存收益。合并日之前持有的股权投资因采用权益法核算或为可供出售金融资产而确认的其他综合收益,暂不进行会计处理。

对于非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资,在购买日按照合并成本作为长期股权投资的初始投资成本,合并成本包括包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值之和。通过多次交易分步取得被购买方的股权,最终形成非同一控制下的企业合并的,应分别是否属于“一揽子交易”进行处理:属于“一揽子交易”的,将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的,按照原持有被购买方的股权投资账面价值加上新增投资成本之和,作为改按成本法核算的长期股权投资的初始投资成本。原

持有的股权采用权益法核算的，相关其他综合收益暂不进行会计处理。原持有股权投资为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入当期损益。

合并方或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。

除企业合并形成的长期股权投资外的其他股权投资，按成本进行初始计量，该成本视长期股权投资取得方式的不同，分别按照本公司实际支付的现金购买价款、本公司发行的权益性证券的公允价值、投资合同或协议约定的价值、非货币性资产交换交易中换出资产的公允价值或原账面价值、该项长期股权投资自身的公允价值等方式确定。与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出也计入投资成本。对于因追加投资能够对被投资单位实施重大影响或实施共同控制但不构成控制的，长期股权投资成本为按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有股权投资的公允价值加上新增投资成本之和。

（2）后续计量及损益确认方法

对被投资单位具有共同控制（构成共同经营者除外）或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。此外，公司财务报表采用成本法核算能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。

①成本法核算的长期股权投资

采用成本法核算时，长期股权投资按初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。除取得投资时实际支付的价款或者对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或者利润外，当期投资收益按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认。

②权益法核算的长期股权投资

采用权益法核算时，长期股权投资的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，不调整长期股权投资的初始投资成本；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的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，按照本公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益。对于本公司与联营企业及合营企业之间发生的交易，投出或出售的资产不构成业务的，未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。本公司向合营企业或联营企业投出的资产构成业务的，投资方因此取得长期股权投资但未取得控制权的，以投出业务的公允价值作为新增长期股权投资的初始投资成本，初始投资成本与投出业务的账面价值之差，全额计入当期损益。本公司向合营企业或联营企业出售的资产构成业务的，取得的对价与业务的账面价值之差，全额计入当期损益。本公司自联营企业及合营企业购入的资产构成业务的，按《企业会计准则第 20 号——企业合并》的规定进行会计处理，全额确认与交易相关的利得或损失。

在确认应分担被投资单位发生的净亏损时，以长期股权投资的账面价值和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。此外，如本公司对被投资单位负有承担额外损失的义务，则按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现净利润的，本公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

③收购少数股权

在编制合并财务报表时，因购买少数股权新增的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

④处置长期股权投资

在合并财务报表中，母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产的差额计入股东权益；母公司部分处置对子公司的长期股权投资导致丧失对子公司控制权的，按（五）“合并财务报表编制的方法”中所述的相关会计政策处理。

其他情形下的长期股权投资处置，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，处置后的剩余股权仍采用权益法核算的，在处置时将原计入股东权益的其他综合收益部分按相应的比例采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益。

采用成本法核算的长期股权投资，处置后剩余股权仍采用成本法核算的，其在取得对被投资单位的控制之前因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，并按比例结转当期损益；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动按比例结转当期损益。

本公司因处置部分股权投资丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账

面价值之间的差额计入当期损益。对于本公司取得对被投资单位的控制之前，因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，在丧失对被投资单位控制时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动在丧失对被投资单位控制时结转入当期损益。其中，处置后的剩余股权采用权益法核算的，其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

本公司因处置部分股权投资丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法时全部转入当期投资收益。

本公司通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权，如果上述交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理，在丧失控制权之前每一次处置价款与所处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，先确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转入丧失控制权的当期损益。

（十一）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、已出租的建筑物等。此外，对于本公司持有以备经营出租的空置建筑物，若董事会（或类似机构）作出书面决议，明确表示将其用于经营出租且持有意图短期内不再发生变化的，也作为投资性房地产列报。

投资性房地产按成本进行初始计量。与投资性房地产有关的后续支出，如果与该资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入投资性房地产成本。其他后续支出，在发生时计入当期损益。

本公司采用成本模式对投资性房地产进行后续计量，并按照与房屋建筑物或土地使用权一致的政策进行折旧或摊销。

投资性房地产的减值测试方法和减值准备计提方法详见“（十六）非流动非金融资产减值”。

自用房地产或存货转换为投资性房地产或投资性房地产转换为自用房地产时，按转换前的账面价值作为转换后的入账价值。

投资性房地产的用途改变为自用时，自改变之日起，将该投资性房地产转换为固定资产或无形资产。自用房地产的用途改变为赚取租金或资本增值时，自改变之日起，将固定资产或无形资产转换为投资性房地产。发生转换时，转换为采用成本模式计量的投资性房地产的，以转换前的账面价值作为转换后的入账价值；转换为以公允价值模式计量的投资性房地产的，以转换日的公允价值作为转换后的入账价值。

当投资性房地产被处置、或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时，终止确认该项投资性房地产。投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后计入当期损益。

（十二）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

2、各类固定资产的折旧方法

固定资产按成本进行初始计量。固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

资产类别	折旧年限	残值率	年折旧率
房屋建筑物	35-45 年	-	2.22%-2.86%
LED 屏幕	10 年	-	10%
电子设备	4-5 年	-	20%-25%
运输设备	5 年	-	20%
其他设备	5 年	-	20%

3、固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见（十六）“非流动非金融资产减值”。

4、其他说明

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

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

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

（十三）在建工程

在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项工程支出以及其他相关费用等。在建工程在达到预定可使用状态后结转为固定资产。

在建工程的减值测试方法和减值准备计提方法详见“（十六）非流动非金融资产减值”。

（十四）无形资产

1、无形资产

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

无形资产按成本进行初始计量。与无形资产有关的支出，如果相关的经济利益很可能流入本公司且其成本能可靠地计量，则计入无形资产成本。除此以外的其他项目的支出，在发生时计入当期损益。

取得的土地使用权通常作为无形资产核算。自行开发建造厂房等建筑物，相关的土地使用权支出和建筑物建造成本则分别作为无形资产和固定资产核算。如为外购的房屋及建筑物，则将有关价款在土地使用权和建筑物之间进行分配，难以合理分配的，全部作为固定资产处理。

使用寿命有限的无形资产自可供使用时起，对其原值减去预计净残值和已计提的减值准备累计金额在其预计使用寿命内采用直线法分期平均摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销。

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如发生变更则作为会计估计变更处理。此外，还对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明该无形资产为企业带来经济利益的期限是可预见的，则估计其使用寿命并按照使用寿命有限的无形资产的摊销政策进行摊销。

2、研究与开发支出

本公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

- （1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- （2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

(3) 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

(4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

(5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

3、无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见“(十六) 非流动非金融资产减值”。

(十五) 长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。长期待摊费用在预计受益期间按直线法摊销。

(十六) 非流动非金融资产减值

对于固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、长期股权投资等非流动非金融资产，本公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

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。资产的公允价值根据公平交易中销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息

为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。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，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（十七）职工薪酬

本公司职工薪酬主要包括短期职工薪酬、离职后福利、辞退福利以及其他长期职工福利。其中：

短期薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、生育保险费、工伤保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费、非货币性福利等。本公司在职工为本公司提供服务的会计期间将实际发生的短期职工薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中非货币性福利按公允价值计量。

离职后福利主要包括设定提存计划。其中设定提存计划主要包括基本养老保险、失业保险等，相应的应缴存金额于发生时计入相关资产成本或当期损益。

在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿的建议，在本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，和本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本两者孰早日，确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。但辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月不能完全支付的，按照其他长期职工薪酬处理。

职工内部退休计划采用上述辞退福利相同的原则处理。本公司将自职工停止提供服务日至正常退休日的期间拟支付的内退人员工资和缴纳的社会保险费等，在符合预计负债确认条件时，计入当期损益（辞退福利）。

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划的，按照设定提存计划进行会计处理，除此之外按照设定收益计划进行会计处理。

（十八）股份支付

1、股份支付的种类

股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。本公司的股份支付为以权益结算的股份支付。

用以换取职工提供的服务的权益结算的股份支付，以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额在授予后立即可行权时，在授予日计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

用以换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量，按照其他方服务在取得日的公允价值计量，如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

2、权益工具公允价值的确定方法

本公司以权益结算的股份支付的公允价值按授予日每股净资产的评估值确定。

3、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

本公司对股份支付计划进行修改时，若修改增加了所授予权益工具的公允价值，按照权益工具公允价值的增加相应确认取得服务的增加。权益工具公允价值的增加是指修改前后的权益工具在修改日的公允价值之间的差额。若修改减少了股份支付公允价值总额或采用了其他不利于职工的方式，则仍继续对取得的服务进行会计处理，视同该变更从未发生，除非本公司取消了部分或全部已授予的权益工具。

（十九）收入

本公司主要提供户外 LED 广告播放服务，通过销售户外 LED 屏幕的广告播放时间并获得广告收入。本公司户外 LED 广告业务收入按照权责发生制原则确认，根据广告发布合同的约定按照实际发布的进度，在每月末将该月已发布的广告按照合同约定的单价以及当月实际播出时间计算当月广告收入。

本公司向顾客提供广告服务以换取该顾客向本公司提供广告服务的，只有在所交换的广告服务不相同或相似，且符合收入确认条件时，才能按本公司所提供的广告服务的公允价值确认收入。

（二十）政府补助

政府补助是指本公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产，不包括政府作为所有者投入的资本。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。

本公司将所取得的用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助界定为与资产相关的政府补助；其余政府补助界定为与收益相关的政府补助。若政府文件未明确规定补助对象，则采用以下方式将补助款划分为与收益相关的政府补助和与资产相关的政府补助：（1）政府文件明确了补助所针对的特定项目的，根据该特定项目的预算中将形成资产的支出金额和计入费用的支出金额的相对比例进行划分，对该划分比例需在每个资产负债表日进行复核，必要时进行变更；（2）政府文件中对用途仅作一般性表述，没有指明特定项目的，作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；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

本公司对于政府补助通常在实际收到时，按照实收金额予以确认和计量。但对于期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件预计能够收到

财政扶持资金，按照应收的金额计量。按照应收金额计量的政府补助应同时符合以下条件：（1）应收补助款的金额已经过有权政府部门发文确认，或者可根据正式发布的财政资金管理办法的有关规定自行合理测算，且预计其金额不存在重大不确定性；（2）所依据的是当地财政部门正式发布并按照《政府信息公开条例》的规定予以主动公开的财政扶持项目及其财政资金管理办法，且该管理办法应当是普惠性的（任何符合规定条件的企业均可申请），而不是专门针对特定企业制定的；（3）相关的补助款批文中已明确承诺了拨付期限，且该款项的拨付是有相应财政预算作为保障的，因而可以合理保证其可在规定期限内收到。

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

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

政府资本性投入不属于政府补助。

（二十一）递延所得税资产/递延所得税负债

1、当期所得税

资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），以按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量。计算当期所得税费用所依据的应纳税所得额系根据有关税法规定对本年度税前会计利润作相应调整后计算得出。

2、递延所得税资产及递延所得税负债

某些资产、负债项目的账面价值与其计税基础之间的差额，以及未作为资产和负债确认但按照税法规定可以确定其计税基础的项目的账面价值与计税基础

之间的差额产生的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税资产及递延所得税负债。

与商誉的初始确认有关，以及与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的应纳税暂时性差异，不予确认有关的递延所得税负债。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，如果本公司能够控制暂时性差异转回的时间，而且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回，也不予确认有关的递延所得税负债。除上述例外情况，本公司确认其他所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债。

与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的可抵扣暂时性差异，不予确认有关的递延所得税资产。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，如果暂时性差异在可预见的未来不是很可能转回，或者未来不是很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额，不予确认有关的递延所得税资产。除上述例外情况，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认其他可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

于资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

3、所得税费用

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。

除确认为其他综合收益或直接计入所有者权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或所有者权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损益。

4、所得税的抵销

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，本公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，本公司递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（二十二）租赁

融资租赁为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。融资租赁以外的其他租赁为经营租赁。本公司的租赁均为经营租赁。

1、本公司作为承租人记录经营租赁业务

经营租赁的租金支出在租赁期内的各个期间按直线法计入相关资产成本或当期损益。初始直接费用计入当期损益。或有租金于实际发生时计入当期损益。

2、本公司作为出租人记录经营租赁业务

经营租赁的租金收入在租赁期内的各个期间按直线法确认为当期损益。对金额较大的初始直接费用于发生时予以资本化，在整个租赁期间内按照与确认租金收入相同的基础分期计入当期损益；其他金额较小的初始直接费用于发生时计入当期损益。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（二十三）重大会计判断和估计

本公司在运用会计政策过程中，由于经营活动内在的不确定性，本公司需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于本公司管理层过去的历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上做出的。这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的报告金额以及资产负债表日或有负债的披露。然而，这些估计的不确定性所导致的结果可能造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

本公司对前述判断、估计和假设在持续经营的基础上进行定期复核，会计估计的变更仅影响变更当期的，其影响数在变更当期予以确认；既影响变更当期又影响未来期间的，其影响数在变更当期和未来期间予以确认。

于资产负债表日，本公司需对财务报表项目金额进行判断、估计和假设的重要领域如下：

1、租赁的归类

本公司根据《企业会计准则第 21 号——租赁》的规定，将租赁归类为经营租赁和融资租赁，在进行归类时，管理层需要对是否已将与租出资产所有权有关的全部风险和报酬实质上转移给承租人，或者本公司是否已经实质上承担与租入资产所有权有关的全部风险和报酬，作出分析和判断。

2、坏账准备计提

本公司根据应收款项的会计政策，采用备抵法核算坏账损失。应收账款减值是基于评估应收账款的可收回性。鉴定应收账款减值要求管理层的判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响应收账款的账面价值及应收账款坏账准备的计提或转回。

3、非金融非流动资产减值准备

本公司于资产负债表日对除金融资产之外的非流动资产判断是否存在可能发生减值的迹象。对使用寿命不确定的无形资产，除每年进行的减值测试外，当

其存在减值迹象时，也进行减值测试。其他除金融资产之外的非流动资产，当存在迹象表明其账面金额不可收回时，进行减值测试。

当资产或资产组的账面价值高于可收回金额，即公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值中的较高者，表明发生了减值。

公允价值减去处置费用后的净额，参考公平交易中类似资产的销售协议价格或可观察到的市场价格，减去可直接归属于该资产处置的增量成本确定。

在预计未来现金流量现值时，需要对该资产（或资产组）的产出、售价、相关经营成本以及计算现值时使用的折现率等作出重大判断。本公司在估计可收回金额时会采用所有能够获得的相关资料，包括根据合理和可支持的假设所作出有关产量、售价和相关经营成本的预测。

4、折旧和摊销

本公司对固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。本公司定期复核使用寿命，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。使用寿命是本公司根据对同类资产的已往经验并结合预期的技术更新而确定的。如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对折旧和摊销费用进行调整。

5、递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，本公司就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要本公司管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

6、所得税

本公司在正常的经营活动中，有部分交易其最终的税务处理和计算存在一定的不确定性。部分项目是否能够在税前列支需要税收主管机关的审批。如果这些

税务事项的最终认定结果同最初估计的金额存在差异,则该差异将对其最终认定期间的当期所得税和递延所得税产生影响。

7、预计负债

本公司根据合约条款、现有知识及历史经验,对产品质量保证、预计合同亏损、延迟交货违约金等估计并计提相应准备。在该等或有事项已经形成一项现时义务,且履行该等现时义务很可能导致经济利益流出本公司的情况下,本公司对或有事项按履行相关现时义务所需支出的最佳估计数确认为预计负债。预计负债的确认和计量在很大程度上依赖于管理层的判断。在进行判断过程中本公司需评估该等或有事项相关的风险、不确定性及货币时间价值等因素。

(二十四) 重大会计政策、会计估计变更

1、会计政策变更的内容及原因

会计政策变更的内容及原因	审批程序
2014 年 7 月,财政部发布了《财政部关于修改〈企业会计准则——基本准则〉的决定》,修订或新制定发布的《企业会计准则第 9 号——职工薪酬》等八项具体会计准则。本公司自上述文件规定的起始日起执行上述会计准则	本次变更经 2015 年 3 月 3 日公司第二届董事会第三次会议审议通过

2、受重要影响的报表项目和金额

受重要影响的报表项目	2013 年 12 月 31 日 影响金额(元)	2012 年 12 月 31 日 影响金额(元)
资本公积	-21,574,000.00	-21,574,000.00
其他综合收益	21,574,000.00	21,574,000.00

五、税项

(一) 主要税种及税率

税种	具体纳税情况
营业税	按应税营业额的 5%计缴营业税
增值税	应税收入按 6%的税率计算销项税,并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税

文化事业建设费	按广告收入的 3% 计缴文化事业建设费
教育费附加	按实际缴纳的流转税的 3% 计缴
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税的 7% 计缴
企业所得税	按应纳税所得额的 25% 计缴

（二）营业税改为增值税说明

本公司从事广告业务的收入，原先按 5% 税率计缴营业税。

（1）根据《财政部、国家税务总局关于在上海市开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点的通知》（财税[2011]111 号）等相关规定，本公司位于上海市的子公司凤凰卫视都市传媒（上海）有限公司从事广告业务的收入，自 2012 年 1 月 1 日起改为征收增值税，税率为 6%。

（2）根据《财政部、国家税务总局关于在北京等 8 省市开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点的通知》（财税[2012]71 号）等相关规定，本公司从事广告业务的收入，自 2012 年 9 月 1 日起改为征收增值税，税率为 6%。

本公司的子公司江苏凤凰都市传媒有限公司从事广告业务的收入，自 2012 年 10 月 1 日起改为征收增值税，税率为 6%。

本公司的子公司深圳凤凰都市广告传播有限公司从事广告业务的收入，自 2012 年 11 月 1 日起改为征收增值税，税率为 6%。

本公司的子公司凤凰都市传媒（广州）有限公司从事广告业务的收入，自 2012 年 11 月 1 日起改为征收增值税，税率为 6%。

本公司的子公司凤凰卫视都市传媒（杭州）有限公司从事广告业务的收入，自 2012 年 12 月 1 日起改为征收增值税，税率为 6%。

（3）根据《财政部、国家税务总局关于在全国开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点税收政策的通知》（财税[2013]37 号）的相关规定，本公司位于四川省的子公司凤凰都市传媒（四川）有限公司从事广告业务的收入，自 2013 年 8 月 1 日起改为征收增值税，税率为 6%。

(4) 本公司 2011 年 5 月之前为外商投资企业。根据国务院发布的《关于外商投资企业和外国企业暂不征收城市维护建设税和教育费附加的通知》(国税发[1994]038 号), 对外商投资企业和外国企业暂不征收城市维护建设税和教育费附加。

根据国务院《关于统一内外资企业和个人城市维护建设税和教育费附加制度的通知》(国发[2010]35 号), 从 2010 年 12 月 1 日起, 对外商投资企业、外国企业及外籍个人开始征收城建税、教育费附加和地方教育附加。故本公司从 2010 年 12 月起, 开始缴纳城建税、教育费附加和地方教育附加。

六、分部信息

(一) 根据产品划分

单位: 万元

产品分类	2014 年		2013 年		2012 年	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
广告行业	43,906.43	19,378.58	48,179.57	16,564.91	42,135.10	14,083.99
合计	43,906.43	19,378.58	48,179.57	16,564.91	42,135.10	14,083.99

(二) 根据地区划分

单位: 万元

类别	2014 年		2013 年		2012 年	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
华东地区	11,933.42	27.18%	14,671.19	30.45%	13,126.58	31.15%
华南地区	8,012.74	18.25%	10,916.29	22.66%	10,158.17	24.11%
华北地区	11,466.81	26.12%	11,511.77	23.89%	11,718.63	27.81%
西南地区	8,742.90	19.91%	7,637.37	15.85%	4,378.51	10.39%
其他	3,750.56	8.54%	3,442.96	7.15%	2,753.22	6.53%
合计	43,906.43	100.00%	48,179.57	100.00%	42,135.10	100.00%

七、非经常性损益明细情况

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》（证监会公告[2008]43 号），本公司非经常性损益如下：

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
非流动资产处置损益	-17.55	-27.73	-62.85
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	137.59	145.40	132.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	3.63	-11.12	-2.04
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
所得税影响额	30.92	26.64	16.78
少数股东损益影响额（税后）	-	-	-
合计	92.75	79.91	50.33

以上非经常性损益以合并财务报表数据为基础，并经瑞华会计师事务所出具的非经常性损益专项审核报告核验（瑞华核字[2015]48310002 号）。报告期内本公司非经常性损益主要是公司收到的产业发展专利补贴、文化产业扶持基金、上市补助等政府补助以及因实施员工持股计划产生的股份支付费用组成。

八、最近一期末主要资产情况

（一）货币资金

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司货币资金余额为 17,009.25 万元，占当期末流动资产的比例为 51.33%。

单位：万元

项目	期末数			期初数		
	外币金额	折算率	人民币金额	外币金额	折算率	人民币金额
库存现金：	-	-	3.84	-	-	1.22
-人民币	-	-	3.84	-	-	1.22
银行存款：	-	-	17,005.42	-	-	13,722.18
-人民币	-	-	17,005.42	-	-	13,722.16
-港币	-	-		0.02	0.7862	0.01
合计	-	-	17,009.25	-	-	13,723.40

（二）应收账款

截至 2014 年 12 月 31 日，公司应收账款净额为 10,747.20 万元，占当期末流动资产的比例为 32.55%，占 2014 年营业收入的比例为 24.38%。应收账款账面余额账龄如下：

单位：万元

项目	期末数		期初数	
	金额	占比	金额	占比
6 个月以内（含 6 个月，下同）	9,473.17	75.99%	13,875.24	77.97%
6 个月至 1 年	711.81	5.71%	2,285.80	12.84%
1 至 2 年	1,026.67	8.24%	794.17	4.46%
2 至 3 年	725.79	5.82%	469.85	2.64%
3 年以上	528.94	4.24%	371.10	2.09%
合计	12,466.38	100.00%	17,796.16	100.00%

（三）其他应收款

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司其他应收款净额为 1,672.81 万元，占当期末流动资产的比例为 5.07%。其他应收款余额账龄如下：

单位：万元

项目	期末数		期初数	
	金额	占比	金额	占比
6 个月以内	257.56	14.74%	449.56	27.09%
7-12 个月	367.29	21.02%	25.79	1.55%
1-2 年	15.29	0.88%	299.80	18.06%
2-3 年	255.89	14.64%	130.41	7.86%
3 年以上	851.39	48.72%	754.20	45.44%
合计	1,747.43	100.00%	1,659.76	100.00%

（四）固定资产

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司固定资产账面价值为 27,034.77 万元，占当期末资产总额的比例为 42.37%，固定资产主要由 LED 屏幕、房屋建筑物、电子设备、运输设备、其它设备构成。

单位：万元

项目	固定资产原值	累计折旧	减值准备	账面价值	折旧年限
LED 屏幕	24,916.70	9,543.93	193.20	15,179.57	10 年
房屋建筑物	11,892.00	339.77	-	11,552.23	35-45 年
电子设备	154.24	107.77	-	46.47	4-5 年
运输设备	91.24	70.69	-	20.56	5 年
其它设备	353.93	117.99	-	235.94	5 年
合计	37,408.12	10,180.15	193.20	27,034.77	-

（五）无形资产

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司无形资产账面价值为 83.50 万元，占当期末资产总额的比例为 0.13%，全部为软件使用权。本公司主要无形资产为办公软件，占总资产比例较小。

九、最近一期末主要负债情况

（一）应付账款

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司应付账款为 8,932.6 万元，占当期负债总额比例为 57.82%，明细如下：

单位：万元

项目	期末数	期初数
购房款	7,135.20	7,135.20
屏幕采购款	1,173.94	1,218.44
租金	337.72	459.65
其他	285.77	220.07
合计	8,932.64	9,033.36

报告期末应付账款中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位或关联方的款项情况。

（二）预收款项

截至 2014 年 12 月 31 日，公司预收款项为 2,703.03 万元，占当期负债总额比例为 17.50%。预收款项主要为预收客户的广告款。报告期末，公司无预收持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东款项。

（三）应付职工薪酬

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司应付职工薪酬余额为 810.62 万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	期末数	期初数
一、工资、奖金、津贴和补贴	740.63	1,529.18
二、职工福利费	-	-
三、社会保险费	20.07	23.64
其中:1.医疗保险费	16.00	15.66
2.工伤保险费	1.49	1.77
3.生育保险费	2.58	6.21
四、住房公积金	4.67	6.58
五、工会经费和职工教育经费	3.21	8.52
六、基本养老保险	39.87	39.87
七、失业保险费	2.28	2.24
合计	810.62	1,610.03

（四）应交税费

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司应交税费余额为 1,003.19 万元，明细如下：

单位：万元

项目	期末数	期初数
企业所得税	-99.32	1,576.23
增值税	553.16	802.29
文化事业建设费	391.24	493.86
代扣代缴个人所得税	68.39	74.12

项目	期末数	期初数
城市维护建设税	51.00	64.30
教育费附加	21.86	27.56
地方教育费附加	14.57	18.37
营业税	-	-
其他税费	2.27	3.98
合计	1,003.19	3,060.70

（五）其他应付款

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司其他应付款为 1,998.36 万元，主要由预提的广告代理费组成。

单位：万元

项目	期末数	期初数
1 年以内	1,998.28	1,461.83
1 至 2 年	0.08	0.22
2 至 3 年	-	0.94
3 年以上	-	0.60
合计	1,998.36	1,463.59

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司其他应付款期末余额中无应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位和关联方单位款项。

十、股东权益变动表

详见本节“一、财务会计报表”之“（四）合并股东权益变动表”及“一、财务会计报表”之“（八）母公司股东权益变动表”。

十一、现金流量

报告期内，本公司现金流量基本情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
经营活动现金流入小计	52,648.66	49,019.24	41,805.60
经营活动现金流出小计	43,701.00	41,136.84	34,694.31

经营活动产生的现金流量净额	8,947.66	7,882.40	7,111.29
投资活动现金流入小计	-	-	-
投资活动现金流出小计	3,351.81	4,525.98	8,236.19
投资活动产生的现金流量净额	-3,351.81	-4,525.98	-8,236.19
筹资活动现金流入小计	-	-	-
筹资活动现金流出小计	2,310.00	1,540.00	1,400.00
筹资活动产生的现金流量净额	-2,310.00	-1,540.00	-1,400.00
现金及现金等价物净增加额	3,285.86	1,816.42	-2,524.91

十二、最近三年的主要财务指标

（一）基本财务指标

项目（注）	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
流动比率	2.14	2.05	4.04
速动比率	1.93	1.84	3.63
应收账款周转率	3.25	3.09	3.16
总资产周转率	0.68	0.82	0.88
资产负债率（母公司）	41.33%	39.58%	27.58%
资产负债率（合并）	24.21%	26.26%	15.07%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权、采矿权后）占净资产比例	0.17%	0.03%	0.04%
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	3.14	3.15	2.84
项目（注）	2014 年	2013 年	2012 年
息税折旧摊销前利润（万元）	6,532.98	11,333.08	12,371.23
每股净现金流量（元）	0.21	0.12	-0.16
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.58	0.51	0.46
利息保障倍数	-	-	-

注：上述财务指标根据审计报告数据计算而得，非引自审计报告。其中：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=（流动资产-其他流动资产）/流动负债

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

总资产周转率=营业收入/资产总计平均余额

资产负债率（母公司）=负债合计/资产总额（母公司报表）

资产负债率（合并）=负债合计/资产总额（合并报表）

$$\text{息税折旧摊销前利润} = \text{利润总额} + \text{利息支出} + \text{当年折旧提取数} + \text{当年无形资产摊销额} + \text{当年长期待摊费用摊销数}$$

$$\text{利息保障倍数} = (\text{利润总额} + \text{利息支出}) / \text{利息支出} (\text{含资本化利息})$$

（二）净资产收益率及每股收益

根据中国证券监督管理委员会《公开发行证券公司信息编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 修订）的规定，本公司加权平均计算的净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下：

项目	加权平均净资产 收益率	每股收益（元）	
		基本	稀释
2014 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	4.49	0.14	0.14
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	4.30	0.13	0.13
2013 年度：			
归属于公司普通股股东的净利润	13.87	0.41	0.41
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	13.69	0.41	0.41
2012 年度：			
归属于公司普通股股东的净利润	17.39	0.46	0.46
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	17.26	0.46	0.46

十三、验资情况

有关验资的具体情况请参阅本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“四、历次验资及评估情况”的有关内容。

十四、评估情况

有关评估的具体情况请参阅本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“四、历次验资及评估情况”的有关内容。

十五、或有事项、期后事项或其他重要事项

截至本招股说明书签署之日，本公司无需要披露的重大或有事项。

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司存在租赁承诺事项，公司以后年度将支付的不可撤销经营租赁的最低租赁付款额如下：

单位：万元

剩余租赁期	最低租赁付款额
资产负债表日后第 1 年（含 1 年，下同）	16,072.94
资产负债表日后第 2 年	13,246.45
资产负债表日后第 3 年	11,950.88
以后年度	22,933.05
合计	64,203.33

截至本招股说明书签署之日，本公司无需要披露的资产负债表日后事项。

截至本招股说明书签署之日，本公司存在以下其他重要事项：

（一）广告置换

本公司利用闲置广告时间与其他非广告公司交换货物，报告期内广告置换的主要情况如下：

2011 年 8 月 2 日和 2012 年 9 月 29 日，本公司与南京元通置业有限公司签订 2 份《广告发布合同》，利用自身媒体为其进行 LED 广告投放。2011 年至 2013 年的广告投放额合计 4,393,543.00 元，南京元通置业有限公司已支付广告费 1,320,000.00 元，余款 3,073,543.00 元以位于南京市溧水区金牛北路 666 号“溧都桂苑”两栋等额市值的房产进行支付。

2013 年度本公司利用自身媒体为资生堂（中国）投资有限公司、雅诗兰黛（上海）商贸有限公司等进行 LED 广告投放，客户以等额实物产品支付广告费用。

2014 年度本公司利用自身媒体为上海川域广告有限公司等进行 LED 广告投放，客户以等额实物产品支付广告费用。

报告期内各期间确认的广告置换收入如下：

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
置换收入	105.16	551.83	214.80

（二）企业合并

报告期内发生企业合并的情况详见本节“（三）本公司合并财务报表范围及变化情况”。

第十一节 管理层讨论与分析

本公司管理层结合公司 2012 年度、2013 年度及 2014 年度经审计的财务资料，对报告期内公司的财务状况、盈利能力、现金流量状况和资本性支出等进行了讨论与分析。本节部分内容可能含有前瞻性描述，该类前瞻性描述包含了部分不确定事项，可能与本公司的未来最终经营结果不完全一致。投资者阅读本节内容时，应同时参考本招股说明书“第十节 财务会计信息”中的相关会计报告及其附注的内容。

一、财务状况分析

（一）资产的主要构成及变动分析

报告期内，本公司的资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	17,009.25	26.66%	13,723.40	20.86%	11,906.98	23.13%
应收账款	10,747.20	16.84%	16,382.82	24.90%	14,797.63	28.75%
应收票据	353.00	0.55%	-	-	-	-
其他应收款	1,672.81	2.62%	1,629.40	2.48%	1,439.65	2.80%
其他流动资产	3,237.18	5.07%	3,727.82	5.67%	3,165.76	6.15%
流动资产合计	33,019.45	51.75%	35,463.44	53.90%	31,310.02	60.83%
固定资产	27,034.77	42.37%	26,850.49	40.81%	13,520.45	26.27%
在建工程	-	-	462.18	0.70%	557.29	1.08%
无形资产	83.50	0.13%	13.17	0.02%	17.71	0.03%
长期待摊费用	1,832.90	2.87%	1,869.90	2.84%	747.66	1.45%
递延所得税资产	1,528.78	2.40%	827.44	1.26%	563.20	1.09%
其他非流动资产	-	-	307.35	0.47%	4,756.80	9.24%
非流动资产合计	30,783.46	48.25%	30,330.52	46.10%	20,163.11	39.17%
资产总计	63,802.91	100.00%	65,793.97	100.00%	51,473.13	100.00%

截至 2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司资产总额分别为 51,473.13 万元、65,793.97 万元及 63,802.91 万元。

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，本公司的资产结构中，流动资产占总资产比例分别为 60.83%、53.90%及 51.75%，非流动资产占总资产的比例分别为 39.17%、46.10%及 48.25%。随着本公司业务规模的不断扩大和户外 LED 媒体联播网的持续扩建，非流动资产占总资产的比例逐年提升。

1、流动资产分析

公司流动资产主要由货币资金、应收账款、其他应收款和其他流动资产构成，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	17,009.25	51.51%	13,723.40	38.70%	11,906.98	38.03%
应收账款	10,747.20	32.55%	16,382.82	46.20%	14,797.63	47.26%
应收票据	353.00	1.07%	-	-	-	-
其他应收款	1,672.81	5.07%	1,629.40	4.59%	1,439.65	4.60%
其他流动资产	3,237.18	9.80%	3,727.82	10.51%	3,165.76	10.11%
流动资产合计	33,019.45	100.00%	35,463.44	100.00%	31,310.02	100.00%

(1) 货币资金

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，本公司货币资金余额分别为 11,906.98 万元、13,723.40 万元及 17,009.25 万元，占流动资产总额的比例分别为 38.03%、38.70%及 51.51%。

本公司 2012 年 12 月 31 日货币资金余额为 11,906.98 万元，低于其余年份，主要是公司向凤凰东方（北京）置业有限公司购买其开发的“凤凰国际传媒中心”用于办公，于当年末预付办公楼购置款 4,756.80 万元所致。2014 年 12 月 31

日，公司货币资金余额较快增长，主要系公司加强了现金流管理，应收账款催收得力，加快资金的回收进度，有效改善了公司的现金流状况所致。

（2）应收账款

（A）公司应收账款规模和变动原因的分析

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司应收账款净额为 14,797.63 万元、16,382.82 万元及 10,747.20 万元，报告期各期末应收账款占流动资产的比例分别为 47.26%、46.20%及 32.55%，占营业收入的比例分别为 35.12%、34.00%及 24.38%。报告期内各年末，本公司应收账款金额较大，占营业收入比例较高，主要原因包括：其一，公司给予客户的信用账期政策是各年末应收账款金额较大的主要原因。公司综合考虑客户规模、财务状况、公众形象、与公司历史交易额、付款习惯等，结合户外 LED 媒体行业特点，针对不同类型的客户制定了合理的信用账期，其中 4A 广告公司客户信用账期通常为 4 个月，本土广告公司客户信用账期通常为 2 个月，直接客户信用账期通常为 3 个月。该等信用账期政策下，年末应收账款余额主要系四季度销售收入构成，因而年末应收账款金额较大、占营业收入比例较高。其二，户外广告收入呈现出的季节性特点是各年末应收账款金额较大的重要原因。本公司户外 LED 广告业务主要服务的行业包括汽车、金融、酒类、高端消费品、通讯及 IT、快速消费品、家电、房地产等。受国庆和春节促销的影响，每年第四季度是大部分客户进行户外广告投放的高峰期。因此，公司第四季度户外 LED 广告收入通常较高，也促使年末应收账款余额进一步增加。

本公司选取了香榭丽传媒、郁金香传媒、分众传媒、白马户外、大贺传媒、航美传媒、省广股份和蓝色光标作为可比公司。对比结果显示，报告期内公司各年末应收账款净值占营业收入的比例略低于可比公司算数平均水平。本公司结合业务特点，建立了完善的客户信用管理制度和应收账款结算制度，报告期各年末公司应收账款余额较高符合行业结算惯例。对比结果如下所示：

可比公司	应收账款净值占当年营业收入比例		
	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
香榭丽传媒	注 1	102.45%	85.18%

郁金香传媒	注 1	54.19%	43.61%
分众传媒	注 2	注 2	30.50%
白马户外	35.89%	29.60%	29.18%
大贺传媒	57.28%	55.15%	46.63%
航美传媒	33.66%	39.49%	35.30%
省广股份	25.27%	14.22%	11.49%
蓝色光标	37.19%	38.01%	39.08%
算数平均值	37.86%	47.59%	40.12%
本公司	24.38%	34.00%	35.12%

注 1：香榭丽传媒于 2014 年已被粤传媒收购，郁金香传媒于 2014 年已被新文化收购，公开渠道无法获得香榭丽传媒和郁金香传媒 2014 年财务数据。

注 2：分众传媒已于 2013 年 5 月从美国纳斯达克退市，因此公开渠道无法获得分众传媒 2013 年和 2014 年财务数据。

（B）应收账款的账龄情况

从应收账款账龄来看，报告期内公司一年期以内的应收账款占比保持在 80%以上。2012-2014 年各年末，公司应收账款账面余额的账龄情况如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
6 个月以内	9,473.17	75.99%	13,875.24	77.97%	13,223.64	84.23%
7-12 个月	711.81	5.71%	2,285.80	12.84%	824.38	5.25%
1-2 年	1,026.67	8.24%	794.17	4.46%	1,278.51	8.14%
2-3 年	725.79	5.82%	469.85	2.64%	368.03	2.34%
3 年以上	528.94	4.24%	371.10	2.09%	5.74	0.04%
合计	12,466.38	100.00%	17,796.16	100.00%	15,700.30	100.00%

（C）应收账款的可收回性分析及回款情况

应收账款的可收回性分析

为保证应收账款的准确核算及回款质量，公司定期统计未回款应收账款明细表并与客户核对应收账款余额，如有不符立即查明原因并处理，并由业务部门及时催收。公司会对账龄较长、应收账款数额较大的往来单位寄发公司催款（对账）

函。此外，业务员考核与业务回款情况直接挂钩，提高业务员催收货款的积极性。凭借严格的应收账款管理制度，公司应收账款质量保持良好，回款及时，周转较快。

- ① 截至 2014 年 12 月 31 日，公司存在以下单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单位：万元

应收账款内容	账面余额	坏账准备	计提比例	理由
广州宏城广告有限公司	346.60	346.60	100%	款项回收困难
北京斐思态广告有限公司	275.00	275.00	100%	款项回收困难
上海商美广告有限公司	181.19	181.19	100%	款项回收困难
惠州市闻讯广告装饰工程有限公司	174.17	87.08	50%	款项回收较困难
玛花纤体（上海）健身有限公司	111.51	111.51	100%	款项回收困难
青岛德睿文化传播有限公司	109.40	54.70	50%	款项回收较困难
上海帛丰广告有限公司	81.24	81.24	100%	款项回收困难
北京瑞和信达企业形象顾问有限公司	58.35	58.35	100%	款项回收困难
上海圣诺软件技术有限公司	51.45	51.45	100%	款项回收困难
合计	1,388.90	1,247.11	-	-

- ② 截至 2014 年 12 月 31 日，公司按账龄计算的应收账款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日			2013 年 12 月 31 日		
	账面余额	占比	坏账准备	账面余额	占比	坏账准备
6 个月以内	9,466.69	87.81%	-	13,874.59	84.44%	-
7-12 个月	706.08	6.55%	21.18	2,126.18	12.94%	63.79
1-2 年	507.99	4.71%	101.60	355.32	2.16%	71.06
2-3 年	30.57	0.28%	15.29	4.50	0.03%	2.25
3 年以上	70.00	0.65%	70.00	70.00	0.43%	70.00
合计	10,781.33	100.00%	208.07	16,430.58	100.00%	207.10

公司应收账款客户主要由 4A 公司和知名企业组成，此类企业财务状况及资信状况良好，与公司保持长期稳定的合作关系，加之账款回收政策明确，坏账风

险较低。同时，本公司通过不断加强应收账款的全过程管理来应对可能存在的坏账风险，并充分考虑应收账款的性质和可收回性，计提相应的坏账准备，以确保本公司的资产质量良好。公司在制定坏账准备政策时全面检视了历年运营中的应收款项回收情况，并借鉴了同行业的会计政策。经过几年的实际检验证明，坏账准备政策较为谨慎，按照现行政策计提的坏账准备较为充分。

应收账款回款情况

截至 2012 年末、2013 年末、2014 年末，本公司应收账款余额分别为 15,700.30 万元、17,796.16 万元、12,466.38 万元。截至 2015 年 4 月 30 日，报告期内各年末应收账款余额回款情况如下：

单位：万元

	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
应收账款余额	12,466.38	17,796.16	15,700.30
截至 2015 年 4 月末回款金额	9,942.58	15,771.42	14,458.26
截至 2015 年 4 月末回款比例	80%	89%	92%

(D) 坏账准备计提比例与同行业上市公司对比

本公司选取了香榭丽传媒、郁金香传媒、分众传媒、白马户外、大贺传媒、航美传媒、省广股份和蓝色光标作为可比公司。通过比较，本公司应收账款坏账准备计提比例与可比公司不存在显著差异，具体如下：

账龄	本公司	香榭丽传媒 ^{#1}	郁金香传媒 ^{#2}	省广股份	蓝色光标
6 个月以内	0%	1%	5%	0.5%	0%
7-12 个月	3%				2%
1-2 年	20%	5%	10%	10%	30%
2-3 年	50%	30%	20%	20%	100%
3-4 年	100%	80%	100%	100%	100%
4-5 年	100%	80%	100%	100%	100%
5 年以上	100%	100%	100%	100%	100%

注 1：2014 年 5 月 20 日，上市公司粤传媒收购香榭丽传媒获证监会批准，目前香榭丽传媒已成为上市公司粤传媒的下属子公司。

注 2：2014 年 9 月 11 日，上市公司新文化收购郁金香传媒获证监会批准，目前郁金香传媒已成为上市公司新文化的下属子公司。

注 3：分众传媒、白马户外、大贺传媒和航美传媒公开披露的资料中并未包含应收账款坏账准备计提比例指标。

（3）其他应收款

（A）公司其他应收款规模和变动原因的分析

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司其他应收款净额为 1,439.65 万元、1,629.40 万元及 1,672.81 万元，占流动资产的比例分别为 4.60%、4.59%及 5.07%。报告期内，其他应收款主要为因租赁点位资源而向点位出租方缴纳的租赁保证金。

（B）其他应收款的账龄情况

报告期内公司其他应收款账面余额的账龄情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
6 个月以内	257.56	14.74%	449.56	27.09%	6.94	0.47%
7-12 个月	367.29	21.02%	25.79	1.55%	501.89	33.90%
1-2 年	15.29	0.88%	299.80	18.06%	169.00	11.42%
2-3 年	255.89	14.64%	130.41	7.86%	146.80	9.92%
3 年以上	851.39	48.72%	754.20	45.44%	655.69	44.29%
合计	1,747.43	100.00%	1,659.76	100.00%	1,480.31	100.00%

公司通常会与点位出租方签署期限较长的租赁合同，并向对方支付一定金额的租赁保证金，该保证金在租赁期满时可全额收回或冲抵最后一期租金，因此公司部分其他应收款存在账龄较长的情况。

（C）其他应收款的可收回性分析

截至 2014 年 12 月 31 日，公司存在以下单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款项：

单位：万元

应收账款内容	账面金额	坏账准备	计提比例	理由
中国服装集团	50.00	50.00	100%	款项回收困难

按信用风险特征组合计提坏账准备的具体情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日			2013 年 12 月 31 日		
	账面余额	占比	坏账准备	账面余额	占比	坏账准备
6 个月以内	20.43	42.94%	-	132.65	71.64%	-
7-12 个月	0.04	0.08%	-	13.60	7.34%	0.41
1-2 年	-	-	-	11.20	6.05%	2.24
2-3 年	5.00	10.51%	2.50	-	-	-
3 年以上	22.12	46.48%	22.12	27.71	14.97%	27.71
总计	47.59	100.00%	24.62	185.16	100.00%	30.36

公司无风险组合的其他应收账款主要为缴纳的租赁保证金，不存在坏账风险。对于账龄组合中的其他应收款，公司已足额计提了坏账准备。

（D）其他应收款前五大客户情况

截至 2014 年 12 月 31 日，位列其他应收款余额前五名的款项均为租赁保证金，合计金额为 620.00 万元，占其他应收账款账面总额的 35.48%。明细如下表所示：

单位：万元

单位名称	内容	金额	年限	占其他应收款总额的比例
北京君太平洋百货有限公司	保证金	200.00	3 年以上	11.45%
东津房地产开发（天津）有限公司	保证金	120.00	2 年以内	6.87%
上海骏闾文化传播有限公司	保证金	100.00	3 年以上	5.72%
西安鑫泽广告有限公司	保证金	100.00	2-3 年	5.72%
广州市凤合凰文化传播有限公司	保证金	100.00	3 年以上	5.72%
合计	-	620.00	-	35.48%

（4）其他流动资产

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司其他流动资产分别为 3,165.76 万元、3,727.82 万元及 3,237.18 万元，占流动资产总额的比例分别为 10.11%、10.51%及 9.80%。待摊租金是其他流动资产最主要的构成部分，2012-2014 年各年末，待摊租金占其他流动资产余额的比例保持在 80%以上，主要是根据行业惯例以及公司与点位出租方签署的协议，本公司需预先向业主支付部分租赁费用所致。具体如下所示：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
待摊租金	2,801.70	86.55%	3,040.77	81.57%	2,572.39	81.26%
其他待摊费用	372.15	11.50%	431.78	11.58%	593.37	18.74%
其他	63.32	1.96%	255.28	6.85%	-	-
合计	3,237.18	100.00%	3,727.82	100.00%	3,165.76	100.00%

2、非流动资产分析

公司非流动资产主要由固定资产、在建工程、无形资产、长期待摊费用、递延所得税资产和其他非流动资产构成。报告期内，公司各类非流动资产金额及占非流动资产比例如下：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
投资性房地产	303.51	0.99%	-	-	-	-
固定资产	27,034.77	87.82%	26,850.49	88.53%	13,520.45	67.06%
在建工程	-	-	462.18	1.52%	557.29	2.76%
无形资产	83.50	0.27%	13.17	0.04%	17.71	0.09%
长期待摊费用	1,832.90	5.95%	1,869.90	6.17%	747.66	3.71%
递延所得税资产	1,528.78	4.97%	827.44	2.73%	563.20	2.79%
其他非流动资产	-	-	307.35	1.01%	4,756.80	23.59%
合计	30,783.46	100.00%	30,330.52	100.00%	20,163.11	100.00%

(1) 投资性房地产

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司投资性房地产账面价值分别为 0 元、0 元及 303.51 万元。

2011 年 8 月 2 日和 2012 年 9 月 29 日，本公司与南京元通置业有限公司签订两份《广告发布合同》，利用自身媒体为其进行 LED 广告投放。2011 年至 2013 年，南京元通置业有限公司的广告投放额合计为 439.35 万元。于 2013 年底，南京元通置业有限公司已支付广告费 132.00 万元，余款 307.35 万元以位于南京市溧水区金牛北路 666 号“溧都桂苑”两栋等额市值的房产进行支付。本公司将该两栋房产记入其他非流动资产。2014 年，公司计划持有该两处物业已备增值出售，根据会计准则将该资产转入投资性房地产并以成本法核算。

(2) 固定资产

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司固定资产账面价值分别为 13,520.45 万元、26,850.49 万元及 27,034.77 万元，占总资产的比例分别为 26.27%、40.81%及 42.37%。

(A) 固定资产的构成及变动情况分析

报告期内，本公司固定资产主要由 LED 屏幕、房屋建筑物、电子设备、运输设备及其它设备构成，报告期内本公司的固定资产构成如下：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原值	37,408.12	100.00%	34,639.48	100.00%	19,143.31	100.00%
LED 屏幕	24,916.70	66.61%	22,169.11	64.00%	18,774.23	98.07%
房屋建筑物	11,892.00	31.79%	11,892.00	34.33%	-	-
电子设备	154.24	0.41%	170.38	0.49%	160.77	0.84%
运输设备	91.24	0.24%	90.94	0.26%	90.94	0.48%
其它设备	353.93	0.95%	317.04	0.92%	117.36	0.61%
累计折旧	10,180.15	100.00%	7,655.58	100.00%	5,622.85	100.00%
LED 屏幕	9,543.93	93.75%	7,378.63	96.38%	5,421.42	96.42%
房屋建筑物	339.77	3.34%	26.14	0.34%	-	-
电子设备	107.77	1.06%	117.41	1.53%	89.15	1.59%
运输设备	70.69	0.69%	63.33	0.83%	50.32	0.89%
其它设备	117.99	1.16%	70.08	0.92%	61.96	1.10%
减值准备	193.20	100.00%	133.41	100.00%	-	-
LED 屏幕	193.20	100.00%	133.41	100.00%	-	-

房屋建筑物	-	-	-	-	-	-
电子设备	-	-	-	-	-	-
运输设备	-	-	-	-	-	-
其它设备	-	-	-	-	-	-
账面价值	27,034.77	100.00%	26,983.90	100.00%	13,520.45	100.00%
LED 屏幕	15,179.57	56.15%	14,790.49	54.81%	13,352.81	98.76%
房屋建筑物	11,552.23	42.73%	11,865.86	43.97%	-	-
电子设备	46.47	0.17%	52.97	0.20%	71.62	0.53%
运输设备	20.56	0.08%	27.61	0.10%	40.62	0.30%
其它设备	235.94	0.87%	246.96	0.92%	55.40	0.41%

LED 屏幕和房屋建筑物是公司最主要的固定资产。报告期内，本公司持续增加户外 LED 媒体资源的获取及建设，持续扩大户外 LED 媒体联播网规模，LED 屏幕的原值保持稳步增长。报告期内，LED 屏幕账面价值占公司固定资产净额的比例分别为 98.76%、54.81%及 56.15%。自 2013 年起，LED 屏幕账面价值占比大幅降低，主要是由于公司购置的凤凰国际传媒中心于 2013 年转固所致。

伴随着公司户外 LED 媒体资源的获取及建设，未来将持续增加对 LED 屏幕、技术研发设备、信息化设备等必要的业务投资，用以保证业务快速发展和扩张的需求。

（B）固定资产折旧年限的合理性分析

公司主要固定资产包括 LED 屏幕和房屋建筑物。本公司根据固定资产的性质和使用情况，合理确定固定资产的使用寿命，并于每年末对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。根据公司的会计政策，房屋建筑物的折旧年限为 35-45 年，LED 屏幕的折旧年限为 10 年。房屋建筑物的折旧年限符合资产的实际使用情况，能够合理反映资产的运营状况和经营成果，与其他上市公司也不存在显著差异。关于 LED 屏幕的折旧政策的合理性分析如下：

（a）LED 屏幕具有可重复利用的特点

LED 屏幕的安装及拆卸工程简单，虽然其可视面积达数百平方米，但整块 LED 屏幕是由若干面积较小的模块组成，可以便捷地根据需要进行拆装组合，在寿命期限内可重复利用。因此，即使 LED 屏幕无法继续安装在当前点位，亦

可移至其他点位继续使用。基于上述原因，本公司的 LED 屏幕主要根据其预计使用寿命确定折旧年限。

(b) LED 屏幕的使用寿命超过 10 年

LED 屏幕的寿命主要取决于关键器件 LED 发光管的寿命。本公司对于 LED 屏幕采购制订了极为严格的标准，所购置的 LED 屏幕均采用世界顶级 LED 发光管厂商（日本日亚化学工业株式会社和美国科锐 Cree, Inc.）生产的高品质 LED 发光管制造。两家厂商均在产品技术参数中明确提及，在常温条件下、额定电流（20mA）内 LED 发光管具有 10 万小时以上的使用寿命，以每天工作 14 小时计算，使用年限可达 19 年以上。而 LED 屏幕在实际工作时的平均电流只有额定电流的五分之一左右，故此 LED 屏幕实际寿命更长。

LED 屏幕除 LED 发光管以外的构成部件包括：AC/DC 转换器、刷新驱动板、信号处理及收发器、传输线缆、箱体及支撑钢结构等。上述部件虽相互联接，但物理上相互独立。上述部件具有价值低、寿命长、易更换的特点。综合考虑 LED 发光管及辅助元器件的使用寿命，公司将 LED 屏幕折旧年限确定为十年。

从 LED 屏幕实际运行情况来看，香港户外 LED 屏幕部分已正常运营 15 年以上，中国大陆户外 LED 屏幕商用起始于 2005 年，至今已达 10 年，大多数屏幕仍在正常运营。公司最早的 LED 屏幕建成于 2008 年，至今仍无影响正常使用的情况出现。近年来随着 LED 元件技术指标及屏幕工艺水平的进步，LED 屏幕的使用寿命更长。上述实际使用情况印证了公司折旧政策的合理性。

(c) 根据签署屏幕点位租赁协议，点位的租赁期限基本可与屏幕的折旧年限匹配

本公司通常向户外 LED 屏幕设置点位所在建筑物的业主、物业公司或其他授权经营单位签署租赁协议获得相关点位的使用权，该等租赁协议的有效期一般为 5-10 年，平均租期约 8 年；且均约定了租赁到期时，若该点位继续对外出租，本公司拥有优先承租权。截至 2015 年 2 月 28 日，本公司共计有 8 块屏幕点位租约到期，其中 7 块屏幕点位租约已完成续签，1 块由于主管机构尚未启动招拍

挂程序故尚未完成续约。租赁期限及优先承租权的约定有效保证了公司在租赁点位持续进行媒体运营的能力。

综上，LED 屏幕的折旧年限符合企业会计准则的谨慎性原则和实际使用情况，能够公允、合理反映公司的财务状况和经营成果。

（C）固定资产减值情况分析

报告期内，本公司分别计提固定资产减值准备 0 万元、133.41 万元及 59.79 万元。2013 年，本公司计提固定资产减值准备 133.41 万元，主要原因是由于受到建筑物遮挡等原因，本公司根据联播网的布局规划已于 2013 年 10 月停止运营深圳凤凰大厦 LED 屏幕，并拟将该屏幕转让给深圳凤凰大厦的业主方。根据公司与业主方协商的情况，并依照公司的会计政策，本公司将该 LED 屏幕的账面价值扣除意向转让价格后的余额 133.41 万元全部计提了资产减值损失。2014 年，本公司计提固定资产减值准备 59.79 万元，主要是由于为了提高 LED 媒体资源的播放效果，公司对苏州第一百货 LED 屏幕屏体改建，原钢结构部分由改建工程替代，因此全额计提减值准备所致。

公司构建的户外 LED 联播网具有显著的全国化、网络化特点，该联播网作为一个整体，其媒体价值已逐步得到客户的认可，长期看经营效益将不断提升。这使得户外 LED 联播网预计产生的未来现金流量现值大于其采购和建设成本。报告期内，除前述计提减值的屏幕外，公司现有固定资产均正常使用，未有证据表明固定资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏，也未发现资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置的情况。综上分析，除停运、改建所形成的，本公司的固定资产不存在减值迹象。

（D）固定资产折旧年限与同行业可比公司对比分析

本公司固定资产折旧年限与可比公司并无明显差别，具体如下：

单位：年

	本公司	香榭丽 传媒	郁金香 传媒	分众 传媒	白马 户外	大贺 传媒	航美 传媒	省广 股份	蓝色 光标
房屋建筑物	35-45	20-50	-	-	-	40	-	30-45	40

LED 屏幕	10	5-10 ^{注2}	注 2	-	-	-	5 ^{注2}	-	-
机器设备	-	-	-	-	-	8-14	-	-	-
电子设备	4-5	-	5	5	-	-	5	3-5	3-5
运输设备	5	8	5	5	5	6	-	5-10	4
办公及其他设备	5	5	5	5	5	-	-	-	3-5

注 1：由于可比公司固定资产的分类口径和所属大类略有不同，上表中对可比公司的部分固定资产所属分类名称进行了合理的调整。

注 2：目前，根据可比公司披露的公开资料，除香榭丽传媒、郁金香传媒、航美传媒外，未明确找到固定资产中包含 LED 屏幕的案例。其中，香榭丽传媒户外 LED 屏幕的折旧年限按固定资产的预计可使用年限（10 年）与阵地租期孰短确定；郁金香传媒户外 LED 屏幕的折旧年限按屏幕一般寿命 10 年和 LED 屏幕所占场地的剩余租赁期孰短确定；航美传媒对于其显示设备按照 5 年计提折旧。关于本公司 LED 屏幕折旧年限的分析请参见本章节“固定资产折旧年限的合理性分析”。

（3）在建工程

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，本公司在建工程账面价值分别为 557.29 万元、462.18 万元及 0 万元，占总资产的比例分别为 1.08%、0.70%及 0%。2014 年，公司在建工程净值为 0 万元，主要系公司于 2014 年内建设的 LED 屏幕全部转固所致。

（4）无形资产

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司无形资产净值分别为 17.71 万元、13.17 万元及 83.50 万元，均为公司运营所需的各类计算机软件。本公司无形资产净值的增加主要系软件使用权增加所致。

（5）长期待摊费用

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司长期待摊费用分别为 747.66 万元、1,869.90 万元及 1,832.90 万元，占总资产的比例分别为 1.45%、2.84%及 2.87%。报告期内，公司的长期待摊费用主要包括公司付给广告点位原经营者的广告位置转让费以及租赁办公用房装修改造费用。

（6）递延所得税资产

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司递延所得税资产分别为 563.20 万元、827.44 万元及 1,528.78 万元，占总资产的比例分别为 1.09%、1.26%及 2.40%。报告期内，本公司递延所得税资产的构成如下：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
资产减值准备	501.68	32.82%	397.89	48.09%	248.58	44.14%
可抵扣亏损	361.30	23.63%	95.10	11.49%	-	-
预提广告代理费	474.10	31.01%	334.44	40.42%	314.61	55.86%
预提工资、奖金	191.70	12.54%	-	-	-	-
合计	1,528.78	100.00%	827.44	100.00%	563.20	100.00%

2013 年 12 月 31 日，本公司递延所得税资产较上年末增加 264.24 万元，增幅 46.92%，主要是由于本公司于当年末计提了应收账款坏账准备 500.37 万元以及固定资产减值准备 133.41 万元形成递延所得税资产所致。

2014 年 12 月 31 日，本公司递延所得税资产较上年末增加 701.34 万元，增幅 84.76%，主要是可抵扣亏损形成的递延所得税资产增加所致。主要原因是本公司之子公司凤凰卫视都市传媒（上海）有限公司、凤凰都市传媒（广州）有限公司 2014 年亏损导致。根据对该等公司的盈利预测，该亏损于未来 5 年内能够足额弥补，因而根据企业会计准则的规定全额确认为递延所得税资产。

（7）其他非流动资产

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日，本公司其他非流动资产分别为 4,756.80 万元、307.35 万元、0 万元，占总资产的比例分别为 9.24%、0.47%和 0%。

2012 年 12 月 31 日，本公司其他非流动资产为 4,756.80 万元，该项资产是本公司与凤凰东方（北京）置业有限公司签订了《商品房预售合同》，购买其开

发的“凤凰国际传媒中心”3,964平方米用于办公。2012年12月本公司根据合同预付办公楼购置款4,756.80万元，并将其记入其他非流动资产。

2013年12月31日，公司其他非流动资产为307.35万元，该项资产的情况为：2011年8月2日和2012年9月29日，本公司与南京元通置业有限公司签订两份《广告发布合同》，利用自身媒体为其进行LED广告投放。2011年至2013年，南京元通置业有限公司的广告投放额合计为439.35万元。于2013年底，南京元通置业有限公司已支付广告费132.00万元，余款307.35万元以位于南京市溧水区金牛北路666号“溧都桂苑”两栋等额市值的房产进行支付。本公司将该两栋房产记入其他非流动资产。2014年，公司计划持有该两处物业已备增值出售，根据会计准则将该资产转入投资性房地产并以成本法核算，因此公司2014年末其他非流动资产余额为零。

3、资产减值准备提取情况

本公司根据《企业会计准则》的相关规定，结合自身业务特点，制定了资产减值准备计提的会计政策，各项减值准备的计提政策稳健、公允；同时，公司在会计期末严格执行上述会计政策，对可能发生的各项资产损失计提资产减值准备，与公司的资产质量状况相符。整体而言，公司资产减值准备提取政策稳健，未来不存在公司主要资产因减值准备计提不足而发生大额减值的风险。报告期内，公司主要减值类科目明细如下：

单位：万元

项目	2014年12月31日		2013年12月31日		2012年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
坏账准备	1,719.17	88.98%	1,443.70	90.71%	943.33	94.87%
其他流动资产跌价准备	19.73	1.02%	-	-	-	-
在建工程减值准备	-	-	14.45	0.91%	51.00	5.13%
固定资产减值准备	193.20	10.00%	133.41	8.38%	-	-
合计	1,932.11	100.00%	1,591.56	100%	994.33	100%

报告期内，本公司计提的资产减值准备主要为应收账款和其他应收款的坏账准备、其他流动资产跌价准备以及固定资产和在建工程减值准备。2012年12月31日、2013年12月31日及2014年12月31日，本公司资产减值准备余

额分别为 994.33 万元、1,591.56 万元及 1,932.11 万元，主要是公司应收账款的坏账准备增加所致。

（二）负债的主要构成及变动分析

报告期内，公司负债的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	8,932.64	57.82%	9,033.36	52.28%	884.15	11.39%
预收款项	2,703.03	17.50%	2,111.88	12.22%	1,440.31	18.56%
应付职工薪酬	810.62	5.25%	1,610.03	9.32%	986.47	12.71%
应交税费	1,003.19	6.49%	3,060.70	17.71%	3,028.10	39.03%
其他应付款	1,998.36	12.94%	1,463.59	8.47%	1,420.14	18.30%
流动负债合计	15,447.85	100.00%	17,279.56	100.00%	7,759.17	100.00%
非流动负债合计	-	-	-	-	-	-
负债总计	15,447.85	100.00%	17,279.56	100.00%	7,759.17	100.00%

报告期内，公司的负债全部由流动负债构成，主要包括应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款等。

1、应付账款

报告期内应付账款明细列示如下：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
购房款	7,135.20	7,135.20	-
LED 屏幕采购款	1,173.94	1,218.44	552.55
租金	337.72	459.65	262.62
其他	285.77	220.07	68.98
合计	8,932.64	9,033.36	884.15

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，本公司应付账款余额分别为 884.15 万元、9,033.36 万元及 8,932.64 万元，占当期末负债总额的比例为 11.39%、52.28%及 57.82%。公司应付账款余额主要包括应付

购房款、应付 LED 屏幕采购款及物业租赁费。其中，应付购房款主要系因购置凤凰传媒中心大楼而应支付给关联方凤凰东方（北京）置业有限公司的购房款。

（1）公司应付账款变动原因的分析

2013 年应付账款相比 2012 年末增幅较大，主要原因为公司于 2013 年因购置凤凰传媒中心大楼而应支付给关联方凤凰东方（北京）置业有限公司购房款 7,135.20 万元。

（2）报告期内公司应付账款的账龄分布

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	996.96	11.16%	8,776.98	97.16%	713.69	80.72%
1 至 2 年	7,820.45	87.55%	212.67	2.35%	46.27	5.23%
2 至 3 年	71.70	0.80%	9.33	0.10%	42.30	4.78%
3 年以上	43.52	0.49%	34.37	0.38%	81.89	9.26%
合计	8,932.64	100.00%	9,033.36	100.00%	884.15	100.00%

报告期内，本公司 1 年以内应付账款余额占比分别为 80.72%、97.16%、11.16%，系应付账款的主要构成部分。对于账龄超过 1 年的应付账款，除应付关联方凤凰东方（北京）置业有限公司购房款之外，主要是由于尚未到与供应商约定的结算期，公司尚未支付的款项。

2、预收款项

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，本公司预收款项余额分别为 1,440.31 万元、2,111.88 万元及 2,703.03 万元，占当期负债总额的比例为 18.56%、12.22%及 17.50%。

本公司预收款项主要为预收客户的广告款。本公司在与部分客户签署的业务合同中，约定客户需预先支付广告服务费。本公司 2013 年 12 月 31 日的预收款项余额较高，主要是 2013 年第四季度，交通银行股份有限公司和周生生（中国）商业有限公司因广告播放业务预先向公司支付了较大金额的广告服务费所致。本公司 2014 年 12 月 31 日的预收款项余额进一步上升，主要是根据合同约定，公

公司于 2014 年底收到某市广播电视台、某市新闻工作者协会等预付的广告款项所致。

报告期内公司预收账款的账龄分布如下：

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	2,506.21	92.72%	2,086.32	98.79%	1,288.82	89.48%
1 至 2 年	179.65	6.65%	18.71	0.89%	20.39	1.42%
2 至 3 年	17.18	0.64%	6.85	0.32%	129.57	9.00%
3 年以上	-	-	-	-	1.53	0.11%
合计	2,703.03	100.00%	2,111.88	100.00%	1,440.31	100.00%

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司预收账款期末余额中无应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位和关联方单位款项。

3、应付职工薪酬

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，本公司应付职工薪酬余额分别为 986.47 万元、1,610.03 万元及 810.62 万元，占当期负债总额的比例为 12.71%、9.32%及 5.25%。

2012 年末及 2013 年末，公司应付职工薪酬余额较上一年末增长的主要原因是公司销售收入增长，销售回款良好，支付的年终奖金和业务提成相应增加所致。另外，公司经营规模扩大、员工数量增长及员工工资提高也使应付职工薪酬总额增加。

2014 年末，公司应付职工薪酬余额较上年末减少 799.41 万元，降幅为 49.65%，主要原因是由于 2014 年公司经营业绩未达预期，公司计提的年终奖金大幅减少，以及员工业务提成相应减少所致。

4、应交税费

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，本公司应交税费余额分别为 3,028.10 万元、3,060.70 万元及 1,003.19 万元，占当期负

债总额的比例为 39.03%、17.71%及 6.49%。公司 2014 年 12 月 31 日应交税费比上年末减少 2,057.51 万元,降幅为 67.22%,主要是应交企业所得税减少所致,公司 2014 年度经营效益较 2013 年度有较大幅度的降低,导致本公司 2014 年应交企业所得税相应减少。

5、其他应付款

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日,本公司其他应付款余额分别为 1,420.14 万元、1,463.59 万元及 1,998.36 万元,占当期负债总额的比例为 18.30%、8.47%及 12.94%。本公司其他应付款主要包括预提的广告代理费等。报告期内公司其他应付款的账龄分布如下:

单位:万元

项目	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日		2012 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	1,998.28	100.00%	1,461.83	99.88%	1,405.38	98.96%
1 至 2 年	0.08	-	0.22	0.01%	14.16	1.00%
2 至 3 年	-	-	0.94	0.06%	0.60	0.04%
3 年以上	-	-	0.60	0.04%	-	-
合计	1,998.36	100.00%	1,463.59	100.00%	1,420.14	100.00%

截至 2014 年 12 月 31 日,本公司其他应付款期末余额中无应付持有本公司 5% (含 5%) 以上表决权股份的股东单位和关联方单位款项。

(三) 偿债能力分析

报告期内,反映公司偿债能力的主要财务指标

如下表所示:

单位:万元

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
流动比率	2.14	2.05	4.04
速动比率	1.93	1.84	3.63
利息保障倍数(注)	-	-	-
资产负债率(母公司口径)	41.33%	39.58%	27.58%
资产负债率(合并)	24.21%	26.26%	15.07%

项目	2014 年度	2013 年度	2012 年度
息税折旧摊销前利润	6,532.98	11,333.08	12,371.23
经营活动现金净流量	8,947.66	7,882.40	7,111.29

注：公司无利息费用，因此无利息保障倍数。

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司资产负债率（合并）分别为 15.07%、26.26%及 24.21%，2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司资产负债率较高，主要系公司因购置办公大楼而应付给关联方凤凰东方（北京）置业有限公司购房款 7,135.20 万元，导致负债大幅增加所致。

2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司流动比率分别为 4.04、2.05 及 2.14，速动比率分别为 3.63、1.84 及 1.93。2013 年末及 2014 年末，本公司流动比率和速动比率较 2012 年末下降较多，主要原因是公司因购置办公大楼而应付给关联方凤凰东方（北京）置业有限公司 7,135.20 万元购房款，导致流动负债大幅增加所致。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 12,371.23 万元、11,333.08 万元及 6,532.98 万元，无银行借款，具备良好的偿债能力。

总体而言，本公司的资产负债率维持在较低水平，具有较强的偿债能力，经营现金流充足，偿债风险较小。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司应收账款周转率和总资产周转率情况如下：

项目	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日	2012 年 12 月 31 日
应收账款周转率（次/年）	3.25	3.09	3.16
总资产周转率（次/年）	0.68	0.82	0.88

注：公司所处行业为户外 LED 媒体运营行业，无存货，因此不存在存货周转率。

1、应收账款周转率

2012 年至 2014 年，公司应收账款周转率分别为 3.16、3.09、3.25。本公司一贯重视应收账款和客户信用管理，积极评估应收账款的回款质量和回收风险，以充分保证公司资金流的良性循环。因此，与可比公司相比本公司应收账款周转率较高，具体如下：

可比公司	应收账款周转率		
	2014 年 ^{注 1}	2013 年	2012 年
香榭丽传媒	-	1.12	1.49
郁金香传媒	-	2.07	2.29
分众传媒 ^{注 2}	-	-	3.28
白马户外	2.79	3.54	3.17
大贺传媒	1.75	2.15	2.85
航美传媒	2.88	2.59	2.96
省广股份	5.29	8.43	11.58
蓝色光标	3.33	3.24	3.39
平均值	3.21	3.31	3.88
本公司	3.25	3.09	3.16

注 1：截至本招股说明书签署日，公开信息渠道未披露部分可比公司 2014 年的财务数据。

注 2：分众传媒已于 2013 年 5 月从美国纳斯达克退市。

2、总资产周转率

2012 年至 2014 年，本公司的总资产周转率分别为 0.88、0.82、0.68。2014 年，本公司总资产周转率较以前年度下降较多，主要原因包括：其一，受国内经济增速放缓、社会消费结构调整、户外 LED 市场竞争加剧以及客户需求变化等因素的持续影响，公司 2014 年营业收入较以前年度有较大幅度的下降；其二，面对 2014 年行业持续低迷的现状，公司积极实施逆市扩张策略，持续新增媒体网络布局，不断扩大户外 LED 媒体联播网的覆盖领域和密度。以上原因共同导致总资产周转率有所下降。未来，随着公司 LED 联播网的不断布局和网络价值持续提升，以及运营效率的持续提高，公司的经营效益将稳步提升，总资产周转率将稳步提升。

本公司报告期内总资产周转率与可比公司该指标的平均值水平不存在显著差异，具体如下：

可比公司	总资产周转率		
	2014 年 ^{注 1}	2013 年	2012 年
香榭丽传媒	-	0.60	0.65
郁金香传媒	-	0.74	0.73
分众传媒 ^{注 2}	-	-	0.50
白马传媒	0.47	0.43	0.39
大贺传媒	0.57	0.60	0.67
航美传媒	0.63	0.73	0.81
省广股份	1.59	1.95	1.97
蓝色光标	0.66	0.77	1.07
平均值	0.78	0.83	0.85
本公司	0.68	0.82	0.88

注 1：截至本招股说明书签署日，公开信息渠道未披露部分可比公司 2014 年的财务数据。

注 2：分众传媒已于 2013 年 5 月从美国纳斯达克退市。

二、盈利能力分析

本公司主要经营指标如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年		2013 年		2012 年
	金额	同比增长率	金额	同比增长率	金额
营业收入	44,087.02	-8.49%	48,179.57	14.35%	42,135.10
营业利润	2,990.30	-64.95%	8,532.00	-13.81%	9,898.77
利润总额	3,113.97	-63.95%	8,638.55	-13.32%	9,965.87
净利润	2,150.65	-66.08%	6,340.44	-10.98%	7,122.65
归属于母公司股东的净利润	2,150.65	-66.08%	6,340.44	-10.98%	7,122.65

（一）营业收入

2012 年、2013 年及 2014 年，本公司分别实现营业收入 42,135.10 万元、48,179.57 万元及 44,087.02 万元。2013 年及 2014 年，本公司营业收入分别较上年同比增长 14.35% 及下降 8.49%。

1、营业收入构成分析

（1）主营业务收入类别构成分析

报告期内，本公司的主营业务收入按类别构成情况如下所示。

单位：万元

类别	2014 年		2013 年		2012 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
户外 LED 媒体	42,348.34	96.45%	46,713.88	96.96%	41,129.41	97.61%
户外喷绘大牌及灯箱	1,558.09	3.55%	1,465.69	3.04%	1,005.69	2.39%
合计	43,906.43	100.00%	48,179.57	100.00%	42,135.10	100.00%

注：2014 年的营业收入为 44,087.02 万元，包括主营业务收入 43,906.43 万元和其他业务收入 180.58 万元。其他业务收入系对外销售广告置换取得的其他流动资产所形成。

报告期内，户外 LED 媒体收入是本公司主营业务收入最主要的组成部分。报告期内，户外 LED 媒体收入分别为 41,129.41 万元、46,713.88 万元及 42,348.3 万元，分别占同期主营业务收入的 97.61%、96.96%及 96.45%。

（2）主营业务收入地区构成分析

报告期内，本公司各地区主营业务收入见下表：

单位：万元

类别	2014 年		2013 年		2012 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
华东地区	11,933.42	27.18%	14,671.19	30.45%	13,126.58	31.15%
华南地区	8,012.74	18.25%	10,916.29	22.66%	10,158.17	24.11%
华北地区	11,466.81	26.12%	11,511.77	23.89%	11,718.63	27.81%
西南地区	8,742.90	19.91%	7,637.37	15.85%	4,378.51	10.39%
其他	3,750.56	8.54%	3,442.96	7.15%	2,753.22	6.53%
合计	43,906.43	100.00%	48,179.57	100.00%	42,135.10	100.00%

作为国内领先的户外 LED 媒体运营商，公司一直致力于于在全国范围内开拓市场。由上表可知，报告期内公司在各经济发达地区拥有较为均衡的业务分布。

公司进入华北、华南和华东等地区重点城市市场较早，已占据多处优质点位，形成了较好的媒体覆盖，公司在北京、上海等城市均拥有城市地标的核心屏幕资

源，对公司全部屏幕的地域销售均有带动效应，公司在上述地区拥有良好的区域优势。

同时，公司大力开拓以成都为首的西部重点城市的 LED 媒体运营业务，报告期内来自西南地区和其他地区等新兴市场的收入稳健提升。

除以上区域外，报告期内公司在华中、东北等区域中心城市进行战略布局，增加核心地段屏幕点位或延长签约时段，使公司主营业务的区域分布结构趋于优化。

2、营业收入的变化分析

2012 年、2013 年及 2014 年，本公司分别实现营业收入 42,135.10 万元、48,179.57 万元及 44,087.02 万元，2013 年及 2014 年分别较上年同比增长 14.35%及下降 8.49%。其中，户外 LED 媒体运营业务分别实现收入 41,129.41 万元、46,713.88 万元及 42,348.34 万元，2013 年及 2014 年分别较上年同期增加 5,584.47 万元及减少 4,365.54 万元。

通常情况下，我国企业广告开支呈现一定的季节波动性。一般而言，客户于每年上半年的投放会相对谨慎，广告开支较小，下半年客户通常会逐步加大广告开支。与此对应，通常情况下公司下半年的广告销售收入会高于上半年。

报告期内，本公司户外 LED 媒体收入波动较大，2013 年及 2014 年分别较上年同比增长 14.35%及下降 8.49%，呈现该等变化趋势的主要原因包括：

(1) 2013 年，公司主营业务收入较上年增长 14.35%，主要原因包括：

其一，公司通过持续新建媒体，不断扩张 LED 联播网规模，并在核心区域进行重点布局。公司作为行业领先的媒体运营公司之一，在媒体资源、客户资源、技术研发、人力资源等方面均具有竞争优势，媒体网络布局覆盖全国 20 个重点城市。公司抓住行业发展时机，在 2013 年新建屏幕 9 块（未抵减当年停运屏幕），新建媒体当年实现收入 3,886.92 万元，占当年收入增幅的 69.60%。LED 联播网规模的不断扩大将为公司收入提供保障，同时也对公司未来业绩的提升完成点位储备。

其二，随着联播网整体价值的提高及公司销售能力的增强，2013 年公司既有媒体实现的收入亦保持较好增长。户外 LED 联播网作为一个网络化媒体平台，其价值的提升既来自占据经济重点城市黄金点位的核心媒体发挥的战略支撑作用，也来自其他优质媒体带来的网络覆盖范围和密度的增加。随着联播网规模的不断扩大，网络价值对媒体价值的贡献将日益凸显，这将一定程度上减轻户外媒体对于个别稀缺点位资源的依赖和过度竞争，使公司的发展模式更具有可持续性。此外，公司持续加大营销力度，在充分了解客户所处行业、品牌状况和产品定位的基础上，根据客户的广告传播需求，为客户度身定制高效合理的媒介投放策略和投播计划。因此 2013 年，本公司既有媒体实现收入较上年同期增长 1,697.55 万元，占当年户外 LED 媒体新增收入的比例为 30.40%。

(2) 2014 年，公司主营业务收入较上年下降了 8.49%，主要原因包括：

其一，受国内经济增速放缓和社会消费结构调整等因素影响，2014 年以来如酒类、房地产等户外广告需求较为旺盛的部分行业进入持续调整期，导致该等行业的户外广告需求大幅减少，新签约合同额进一步降低。公司面对经营压力，积极拓展新客户群体，并重点突破个人用品、新兴金融、互联网等行业的新客户，鉴于该类客户尚处于拓展开发期，虽收入增幅较大但增长基数较小，收入贡献未能抵消部分酒类、房地产大客户收入降低的影响。

其二，国内城市 LED 户外显示屏终端数量呈快速增长趋势，一、二线核心城市的重点区域已基本完成首轮布局，导致一、二线核心城市中户外 LED 市场的竞争程度持续加剧。与此同时，2014 年客户对户外广告的需求也发生了一定的变化。一是户外广告投放需求从一、二线城市逐步下沉，对三、四线城市的户外 LED 媒体网络的覆盖面提出较高要求。尽管公司已在积极推进三、四线城市的 LED 媒体资源布局，但与客户要求尚有一定距离。二是客户对于 LED 媒体的价值定位和使用方式逐步呈现更有创意、互动以及与移动设备连接的要求，对传统投放方式的需求有所减少。行业竞争加剧和客户需求的变化导致 2014 年新签合同额和营业收入减少。

面对宏观经济、行业及社会环境、客户需求等诸多因素的变化，本公司陆续调整了部分管理岗位，及时调整经营策略和管理思路，积极应对外界环境的变化。该等调整，从中长期看将持续增强公司的核心竞争优势和盈利能力，但短期内效果仍较为有限，未能及时弥补 2014 年主营业务收入的下降。未来，随着公司 LED 联播网的不断扩大和网络价值持续提升，以及公司调整经营管理的效果逐步释放，本公司的盈利能力和经营效益将持续提升。

3、销售价格及销售量的变化分析

本公司系户外 LED 屏幕媒体运营商，主要向客户提供广告播放服务，因此本行业的销售价格、销售量等指标与一般生产行业有较大区别。本公司销售的基础产品为户外 LED 屏幕的广告播放时间。

报告期内，本公司销售价格及销售量相关信息如下：

项目	2014 年	2013 年	2012 年
可供销售总时长（秒）	1,073,411,820	1,012,529,700	848,228,190
商业广告时长（秒）	325,344,985	362,512,906	324,474,108
占播率	30.31%	35.80%	38.25%
每秒销售收入（元）	1.30	1.29	1.27

报告期内，本公司商业广告时长分别为 324,474,108 秒、362,512,906 秒及 325,344,985 秒，每秒销售收入分别为 1.27 元、1.29 元及 1.30 元。报告期内，本公司联播网的占播率分别为 38.25%、35.80%及 30.31%，总体呈现下降趋势，2013 年占播率下降，主要是由于伴随着公司媒体运营点位资源的逐步增加，新增媒体点位总体上处于培育期，占播率相对较低；2014 年占播率下降除以上原因外，主要是受国内经济增速放缓、社会消费结构调整、行业竞争加剧以及客户需求发生变化以及公司内部管理岗位调整等诸多因素的综合影响，原有屏幕占播率也出现一定程度降低。

（1）商业广告时间变化分析

本公司主要从事以户外 LED 媒体为载体的广告发布业务，与一般工业企业的产品不同，广告发布时间具有时效性和不可再生性的特点。若无法及时完成销售，则过期作废，而无法如一般工业企业形成库存进行后续销售。因此，商业广

告时间的增加除受网络规模扩张影响外，还取决于公司的营销情况。2013 年及 2014 年，本公司商业广告播放时长分别较上年同比增长 11.72%、同比下降 10.25%。2013 年，本公司商业广告播放时长增长较快，主要得益于各年新建屏幕和 2012 年中后期投入运营屏幕促使当年的广告播放时间增加所致；2014 年商业广告播放时长出现下滑，主要是受到宏观经济增速放缓、社会消费结构调整、行业竞争加剧、客户需求发生一定变化以及公司内部管理岗位调整等诸多因素的影响所致。

（2）每秒销售收入变化分析

本公司户外 LED 联播网作为一个网络化媒体平台，其核心网络价值体现为各类广告主对核心媒体的投放需求。报告期内，公司主要媒体均位于各经济重点城市的核心地段，其中部分媒体位于北京、上海、广州、深圳、成都等 5 个广告市场规模最大的城市。即使受到宏观经济增速放缓、社会消费结构调整、行业竞争加剧、客户需求发生一定变化等因素影响，2014 年本公司商业广告播放时长有所下滑，但重点城市核心地段的户外媒体仍对公司户外联播网的平均销售价格起到战略支撑作用。与此同时，公司一贯高度重视销售渠道的铺设和销售网络的搭建，销售能力持续增强。以上因素共同促使报告期内公司联播网平均每秒销售收入保持稳健增长。

4、销售模式与销售政策分析

（1）销售模式

本公司所提供的广告发布服务是以户外 LED 媒体的广告发布时段作为基础产品。公司目前采取直客销售和渠道销售相结合的销售模式。其中，直客销售是指公司直接对广告主进行营销，并最终与其签订合同的销售方式；渠道销售是指公司对广告公司营销，或与广告公司共同对广告主进行营销，并最终与广告公司签订合同的销售方式。从公司实际销售、付款、结算的情况来看，本公司直客销售和渠道销售的销售模式并无本质差异。

报告期内，主营业务收入按客户分类情况如下：

单位：万元

类别	2014 年		2013 年		2012 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接客户	14,284.81	32.53%	16,062.80	33.34%	17,716.65	42.05%
本土广告公司	10,728.22	24.43%	13,168.88	27.33%	13,614.61	32.31%
4A 公司	18,893.40	43.03%	18,947.89	39.33%	10,803.84	25.64%
合计	43,906.43	100.00%	48,179.57	100.00%	42,135.10	100.00%

本公司在开展业务过程中，部分直接客户会与公司直接签订合同；另有部分直接客户会根据自身需要，通过 4A 公司和本土广告公司与本公司签订合同。因此，大部分来自 4A 公司和本土广告公司的收入实质上仍属本公司针对直接客户进行营销的结果。

（2）销售政策

（A）基本销售单位和销售定价

本公司以周为基本销售单位，一个销售单位内单日播放 60 次，每次播放 5 秒、15 秒和 30 秒的广告时间。定价以 LED 媒体的点位价值为基础，参考同区域类似媒体的市场价格，同时综合考虑资源稀缺性、周边人车流量、客户接受度等因素，制定对外刊例价，并以一定的折扣进行销售。

（B）销售计划

本公司的广告销售业务实行全国统一管理，分级负责，公司总部的销售管理部门对价格、客户归属、区域间业务协调等日常业务做出决策。本公司依据上一年度的实际销售情况并结合市场情况制定本年度的销售计划，明确销售责任人员、业绩目标与考核要求，经公司总裁审批后，据此与销售人员进行绩效考核责任书。

（C）信用政策

本公司定期对客户的资信情况进行信用评估，通过核定客户的信用等级，确定该客户的信用额度及信用账期。信用评估主要综合考虑客户规模、财务状况、公众形象、与公司历史交易额、付款习惯等情况。对于本土代理公司，也会考虑

其代理的广告主情况等。本公司根据信用评估情况，针对不同的客户类型制定了适当的信用账期：**4A** 广告公司客户信用账期通常为 4 个月，本土广告公司客户信用账期通常为 2 个月，直接客户信用账期通常为 3 个月。

(D) 售后回款管理

本公司将应收账款回款质量和呆账情况纳入对销售人员的季度、年度考核，与销售人员的薪酬进行挂钩。通常情况下，对于本土广告公司在其广告播出前，公司要求本土广告公司需至少支付 10% 的预付款作为保证金。销售部门联合财务部门对每个客户的应收账款情况进行实施监控并定期分析回款情况，销售人员在合同约定的付款日前会督促客户付款，客户未能及时付款的，公司会积极跟踪并了解情况，及时与客户协商并确认付款安排。

5、销售收入的确认标准

本公司直客销售和渠道销售的收入确认标准一致。关于本公司销售收入确认的会计政策请参见本招股说明书“第十节财务会计信息”之“四、主要会计政策和会计估计”。

本公司相关广告或商业行为开始出现于公众面前时，按照签署的播放协议和广告排期表，广告播放的收入总额能够合理估计，相关经济利益很可能流入公司，已提供的播放服务按照实际播出量进行确认，且交易中已发生和将发生的相关成本项目（包括点位租赁费、屏幕折旧费、电费等）均能够可靠的计量，因此符合企业会计准则的相关规定。

6、主要客户的销售和应收账款情况

2014 年度前五大客户销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	占当年营业收入比例	应收账款余额	占年末应收账款余额的比例
1	WPP 集团下属公司	7,057.61	16.01%	2,870.42	23.03%
2	安吉斯集团下属公司	2,723.22	6.18%	1,059.50	8.50%
3	阳狮集团下属公司	1,547.82	3.51%	523.87	4.20%

4	太平人寿保险有限公司	1,415.09	3.21%	-	-
5	一汽-大众销售有限责任公司	1,303.64	2.96%	99.36	0.80%
合计		14,047.38	31.86%	4,553.15	36.52%

2013 年度前五大客户销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	占当年营业收入比例	应收账款余额	占年末应收账款余额的比例
1	WPP 集团下属公司	5,663.40	11.75%	3,483.50	19.57%
2	一汽-大众销售有限责任公司	2,559.28	5.31%	1,708.65	9.60%
3	北京恒美广告有限公司及其分公司	1,986.59	4.12%	978.13	5.50%
4	太平人寿保险有限公司	1,882.31	3.91%	-	-
5	安吉斯集团下属公司	1,632.58	3.39%	1,029.09	5.78%
合计		13,724.16	28.49%	7,199.37	40.45%

2012 年度前五大客户销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	占当年营业收入比例	应收账款余额	占年末应收账款余额的比例
1	WPP 集团下属公司	4,230.24	10.04%	2,538.23	16.17%
2	一汽-大众销售有限责任公司	1,765.83	4.19%	1,266.08	8.06%
3	阳狮集团下属公司	1,400.41	3.32%	1,172.08	7.47%
4	安吉斯集团下属公司	1,365.69	3.24%	164.32	1.05%
5	泸州老窖柒泉营销华北酒业股份有限公司	1,349.73	3.20%	166.47	1.06%
合计		10,111.90	24.00%	5,307.18	33.80%

注：WPP 集团下属公司包括凯帝珂广告（上海）有限公司和群邑（上海）广告有限公司等；安吉斯集团下属公司包括凯伦广告传媒（北京）有限公司、北京博视得广告有限公司、北京电通广告有限公司和广东凯络广告有限公司及其分公司等；阳狮集团下属公司包括盛世长城国际广告有限公司、上海李奥贝纳广告有限公司和阳狮广告有限公司等。

报告期内，WPP 集团下属公司连续三年一直位列本公司最大客户；一汽-大众销售有限责任公司和安吉斯集团下属公司分别为报告期连续三年前五大客户。各期前五大客户均与本公司保持着稳定的业务合作。

（二）营业成本

1、主营业务成本构成分析

报告期内，本公司主营业务成本主要构成如下表所示：

单位：万元

类别	2014 年		2013 年		2012 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
点位租金	15,521.22	80.09%	13,211.63	79.76%	10,517.30	74.68%
屏幕折旧	2,222.13	11.47%	2,049.19	12.37%	1,770.07	12.57%
电费	1,061.51	5.48%	943.62	5.70%	841.86	5.98%
其他	573.72	2.96%	360.47	2.18%	954.75	6.78%
合计	19,378.58	100.00%	16,564.91	100.00%	14,083.99	100.00%

注：2014 年的营业成本还包括其他业务成本 335.01 万元，系结转广告置换取得其他流动资产的入账价值。

公司营业成本主要包括媒体资源点位租金、屏幕折旧、电费及其他成本。点位租金和屏幕折旧是本公司最主要的两项营业成本，报告期内该两项主营业务成本合计占比分别为 87.25%、92.13%及 91.56%。

2、营业成本的变化分析

2012 至 2014 年，本公司营业成本分别为 14,083.99 万元、16,564.91 万元及 19,713.58 万元。2013 年及 2014 年，营业成本分别较上一年同比增加 2,480.92 万元及 3,148.67 万元，同比增长率为 17.62%及 19.01%。报告期内，本公司营业成本变动的主要原因是：

（1）点位租金的增长

媒体资源点位租金是公司营业成本中最主要的构成部分之一，报告期内点位租金占营业成本的比例保持在 74%以上且逐年提升。2013 年及 2014 年，媒体资源点位租金较上年同期分别增长 2,694.33 万元、2,309.59 万元，同比增幅分别为 25.62%和 17.48%，点位租金的增长主要由于：

其一，单个点位的年租赁成本带来的增长。主要原因是根据公司与主要点位资源供应方签署的租赁协议，租赁期限内租金总体上保持递增。同时，自 2013 年起，公司首次承租的部分点位陆续到期，在全社会各项成本大幅增长的环境下，部分核心点位租金续租价格有较大幅度的提升。

其二，公司户外媒体资源规模的快速扩大相应带来租赁点位数目或承包时段规模的增长。报告期内，公司紧抓行业发展时机，先后在全国多个重点城市持续新增媒体网络布局，公司的 LED 屏幕从 2012 年初的 46 块增加至 64 块，租赁的点位数量和支付的租金费用均相应增长。特别是 2014 年，公司抓住行业持续低迷的机会积极实行逆市扩张，积极抢占重点区域的优质点位资源，将部分核心点位由共同运营变更为独自运营，持续扩大潜在的市场占有份额，促使营业成本较快增加。

（2）屏幕折旧费用的增长

本公司一直致力于获取优质屏幕点位资源，不断提升 LED 媒体联播网的覆盖范围和密度，最终将形成全国范围内的户外 LED 媒体完善的综合服务体系。因此，报告期内，本公司持续不断的获取新的点位资源，屏幕规模整体上保持增长，导致屏幕折旧费用相应增加。

3、主要供应商采购情况

2014 年度前五大供应商的采购情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购额	占当年营业成本比例	应付账款余额	占应付账款余额的比例	采购种类
1	上海骏闻文化传播有限公司	1,739.18	8.82%	-	-	媒体时段承包
2	广州市恒智三利广告有限公司	1,530.00	7.76%	8.00	0.09%	媒体时段承包
3	嘉善三思光电技术有限公司	1,490.59	7.56%	834.48	9.34%	媒体建设
4	北京太运大厦有限公司	792.08	4.02%	-	-	媒体场地租赁
5	上海飞帆文化传播有限公司	687.50	3.49%	-	-	媒体时段承包
合计		6,239.34	31.65%	842.48	9.43%	-

2013 年度前五大供应商的采购情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购额	占当年营业成本比例	应付账款余额	占应付账款余额的比例	采购种类
1	嘉善三思光电技术有限公司	2,292.89	13.84%	532.77	5.90%	媒体建设
2	上海骏闯文化传播有限公司	1,193.50	7.20%	-	-	媒体时段承包
3	深圳市联建光电股份有限公司	1,014.36	6.12%	488.38	5.41%	媒体建设
4	广州市恒智三利广告有限公司	850.00	5.13%	-	-	媒体时段承包
5	北京太运大厦有限公司	783.33	4.73%	-	-	媒体场地租赁
合计		6,134.08	37.04%	1,021.15	11.30%	-

2012 年度前五大供应商的采购情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购额	占当年营业成本比例	应付账款余额	占应付账款余额的比例	采购种类
1	深圳市联建光电股份有限公司	1,349.95	9.58%	352.48	39.87%	媒体建设
2	上海骏闯文化传播有限公司	1,125.77	7.99%	-	-	媒体时段承包
3	北京太运大厦有限公司	783.33	5.56%	-	-	媒体场地租赁
4	广州市凤合凰文化传播有限公司	605.00	4.30%	-	-	媒体场地租赁
5	广州市新华书店集团有限公司	531.56	3.77%	-	-	媒体场地租赁
合计		4,395.61	31.21%	352.48	39.87%	-

报告期内，上海骏闯文化传播有限公司、北京太运大厦有限公司一直位列本公司前五大供应商，前五大中其余供应商也与本公司保持着较好业务往来关系。因此，报告期内，本公司主要的供应商整体上保持稳定。

（三）营业税金及附加

本公司的营业税金及附加主要为广告业务按照取得收入的 5% 计缴的营业税及按照收入 3% 计缴的文化事业建设费等。2012 年、2013 年及 2014 年，营业税金及附加分别为 2,287.70 万元、1,772.89 万元及 1,483.47 万元，占营业收入的比例分别为 5.43%、3.68% 及 3.36%。

2012 年以后营业税金及附加占收入的比例下降，主要是根据财政部、国家税务总局《营业税改征增值税试点方案》和《关于在北京等 8 省市开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点的通知》，自 2012 年 1 月 1 日起，

在交通运输业、部分现代服务业等生产性服务行业和试点地区推行营业税改征增值税。2013 年 5 月 24 日，财政部及国家税务总局发布《关于在全国开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点税收政策的通知》，明确自 2013 年 8 月 1 日起，在全国范围内开展交通运输业和部分现代服务业营改增试点。

本公司及各地子公司陆续自 2012 年 1 月起改为缴纳增值税，主要经营业务适用广告业 6% 的增值税税率。自本公司及各地子公司缴纳增值税后，本公司主营业务税金及附加仅包含附加税费。

（四）期间费用

2012 年、2013 年及 2014 年，本公司期间费用占营业收入的比例分别为 36.68%、42.88% 及 43.88%，公司业务规模扩大相应带来销售费用的快速增长和管理费用的相应增加。

报告期内，公司期间费用基本情况如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年		2013 年		2012 年
	金额	同比增长率	金额	同比增长率	金额
销售费用	13,071.47	-1.85%	13,318.19	52.12%	8,755.24
管理费用	6,726.07	-11.63%	7,611.65	8.32%	7,026.89
财务费用	-313.05	16.68%	-268.30	-18.26%	-328.23
合计	19,484.49	-5.70%	20,661.54	33.70%	15,453.90

1、销售费用

（1）销售费用构成及变化分析

本公司销售费用主要包括薪酬及福利、广告代理费和业务招待费等。2012 年、2013 年及 2014 年，本公司销售费用分别为 8,755.24 万元、13,318.19 万元及 13,071.47 万元，占当期营业收入的比例分别为 20.78%、27.64% 及 29.65%。

单位：万元

项目	2014 年		2013 年		2012 年
	金额	同比增长率	金额	同比增长率	金额
薪酬及福利	4,669.43	-4.56%	4,892.41	46.65%	3,336.02
广告代理费	5,598.98	7.33%	5,216.40	78.30%	2,925.59
业务招待费	708.32	-8.05%	770.30	18.10%	652.25
市场推广费	276.60	-9.06%	304.15	-18.66%	373.91
办公费	468.42	-13.02%	538.56	109.14%	257.51
交通费	330.24	1.79%	324.43	36.76%	237.22
差旅费	230.90	-20.23%	289.44	28.70%	224.89
市场调研费	255.01	95.63%	130.35	16.48%	111.91
其他	533.57	-37.39%	852.15	34.00%	635.93
合计	13,071.47	-1.85%	13,318.19	52.12%	8,755.24

2013 年，公司销售费用较上年增长 52.12%，高于同期营业收入增幅，主要原因是：

首先，广告代理费大幅增加。主要包括两方面：其一，2013 年公司持续加强 4A 公司及其他本土广告公司的渠道客户营销，公司当年通过渠道客户实现销售收入 32,116.77 万元，同比增长 11.31%，造成广告代理的渠道费用相应增加；其二，在宏观经济增速放缓、市场竞争日趋激烈的环境下，公司为巩固与 4A 公司的长期合作关系，提高了给予 4A 公司的销售佣金比例，促使广告代理费进一步增加。

其次，薪酬与福利大幅增加。一是随着公司业务规模较快增长，销售人员的业绩提成大幅提高；二是伴随公司经营规模的快速扩大，公司销售团队人数也相应增加。

2014 年，公司销售费用较上年略有下降，低于营业收入的同比降幅，主要是由于 2014 年户外广告行业整体景气程度持续下降，面对市场环境与客户的需求的变化，为更好的应对经营压力，公司相应提高了有长期合作关系或回款质量良好的 4A 公司和本土广告代理商的广告代理渠道费用，以进一步巩固加强与其的长期战略合作关系，并有助于改善公司的经营现金流状况。

（2）销售费用率与同行业可比公司比较分析

本公司销售费用率高于可比公司该指标的平均值水平，与分众传媒的指标水平基本相当，具体如下：

可比公司	销售费用率		
	2014 年 ^{注1}	2013 年	2012 年
香榭丽传媒	-	8.89%	10.03%
郁金香传媒	-	11.67%	11.87%
分众传媒 ^{注2}	-	-	20.93%
白马传媒	10.04%	9.97%	10.08%
大贺传媒	8.86%	9.31%	8.52%
航美传媒	7.95%	7.26%	6.14%
省广股份	7.49%	7.51%	6.87%
蓝色光标	10.97%	11.93%	13.47%
平均值	9.06%	9.51%	10.99%
本公司	29.65%	27.64%	20.78%

注1：截至本招股说明书签署日，公开信息渠道未披露部分可比公司2014年的财务数据。

注2：分众传媒已于2013年5月从美国纳斯达克退市。

报告期内，本公司销售费用率高于主要可比公司，主要系广告代理费用和销售人员薪酬福利较高所致，主要原因包括：

（1）较高的广告代理费用支出具有必要性和合理性，符合户外 LED 媒体行业惯例

本公司在经营过程中为获得广告投放业务，往往需向 4A 公司和本土广告公司支付广告代理费用，主要原因包括：

其一，4A 公司系加入美国广告代理商协会的会员公司，为规模较大的综合性广告代理公司，其主要职能为为广告主策划、设计及实施（含媒体采购）全方位的广告方案，包括但不限于采用电视、互联网、平面、广播和户外等各类媒体形式。知名企业通常有完善的营销和推广规划，往往会通过招标方式选择 4A 公司作为其年度广告方案提供商，为其策划、设计及实施（含媒体采购）各类型媒体的年度广告投放计划。因此，本公司作为户外 LED 广告服务商，须通过 4A 公司方可获得该等知名企业的户外 LED 广告投放业务。根据行业惯例，本公司

通过 4A 公司获得广告投放业务时，会与 4A 公司签署协议约定向其支付一定的佣金，即广告代理费用。

其二，本土广告公司主要系规模相对较小，区域性的国内广告代理公司。该等本土广告公司往往具备较强的区域性客户资源和客户粘性，主要职能为协助本公司与广告主接洽并促成本公司获得广告投放业务。为更快的拓展区域性业务机会、抢占市场份额，本公司会借助于本土广告公司拓展和发展部分客户资源。因此，本公司在获得该等广告投放业务时，需与该类本土广告公司签署协议支付一定的广告代理费用。

在发生广告代理费时，本公司是将支付的相关金额全额计入当期的广告代理费用，并根据权责发生制原则按照广告投放金额确认户外 LED 媒体收入，而不是按广告投放金额扣除广告代理费后的净额确认收入。该等会计处理符合企业会计准则的相关规定。

（2）本公司保持较高的广告代理费用支出，更有利于公司业务的长远发展

面对宏观经济形势下滑、客户需求变化以及行业竞争加剧等现状，本公司在经营业绩下滑的情况下仍保持较高的广告代理费用支出，主要考虑如下：

其一，伴随户外 LED 市场竞争程度的持续加剧，本公司为加快铺设营销渠道、抢占潜在市场份额，相应调增了广告代理商的代理佣金费率，亦有助于提升公司在业内的品牌影响力；其二，本公司合理调增广告代理佣金费率，不仅仅是为实现当前销售业绩，更是立足于公司业务的长远发展，有助于巩固强化与广告代理商的长期战略合作关系，有助于做大做强户外 LED 媒体市场，最终实现与广告代理商的共同发展壮大。

（3）为最大限度的争取业务机会，本公司建立了更有竞争力的销售激励机制，销售人员的薪酬福利较高

考虑到户外 LED 媒体行业特点和激烈的行业竞争情况，本公司一直推行积极的销售策略，即给予销售人员更有吸引力的激励机制，以充分发挥销售团队的主观能动性，最大限度的争取业务机会。因此，本公司综合考虑业内销售激励机

制等情况，制定了更有竞争力的销售人员薪酬体系，因而本公司销售人员的薪酬福利费用较高。

2、管理费用

本公司管理费用主要包括薪酬福利费、中介服务费、房租水电费和办公通讯费等。2012 年、2013 年及 2014 年，本公司管理费用分别为 7,026.89 万元、7,611.65 万元及 6,726.07 万元，占当期营业收入的比例分别为 16.68%、15.80% 及 15.26%。伴随着公司业务规模的不断扩大，本公司在提升管理效率的同时不断合理控制管理费用规模，管理费用占营业收入的比例逐年降低。

单位：万元

项目	2014 年		2013 年		2012 年
	金额	同比增长率	金额	同比增长率	金额
薪酬福利费	3,309.83	-31.04%	4,799.42	19.33%	4,022.08
中介服务费	934.97	77.71%	526.13	-24.57%	697.51
房租水电费	450.15	-17.49%	545.56	17.14%	465.74
办公通讯费	119.62	-32.90%	178.26	-52.47%	375.00
业务招待费	342.18	-16.48%	409.68	16.02%	353.11
差旅费	223.74	-24.97%	298.20	-13.81%	345.99
会议费	193.16	-25.88%	260.60	-24.32%	344.36
交通费	130.66	3.45%	126.30	6.52%	118.57
培训费	2.90	-57.23%	6.78	-91.19%	76.90
折旧费	555.62	254.03%	156.94	107.40%	75.67
其他	463.24	52.48%	303.80	99.91%	151.97
合计	6,726.07	-11.63%	7,611.65	8.32%	7,026.89

2013 年，公司管理费用较上一年同比增长 8.32%，主要是随着公司规模扩大和业务量的增加，非销售人员的人数相应增加，促使管理人员薪酬福利较快增长。

2014 年，公司管理费用同比减少了 885.58 万元，降幅为 11.63%，主要是管理人员薪酬福利减少所致。主要原因包括：其一，由于 2014 年公司经营业绩较上年有较大下降，公司为管理人员计提的年终奖金随之大幅减少，造成管理费用中薪酬福利大幅下降；其二，本公司根据实际经营的需要，于 2014 年对业务

统筹部的职责和定位进行了重新梳理，将其从管理职能归类为销售职能，由此导致该部门人员的薪酬自 2014 年开始计入销售费用而不再计入管理费用。

3、财务费用

报告期内，本公司财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2014 年		2013 年		2012 年
	金额	同比增长率	金额	同比增长率	金额
利息支出	-	-	-	-	-
减：利息收入	316.94	16.43%	272.21	-15.13%	320.75
减：汇兑收益	-	-	-	-100.00%	11.41
汇兑损失	-	-100.00%	0.04	-	0.00
其他	3.89	0.44%	3.87	-1.21%	3.92
合计	-313.05	16.68%	-268.30	-18.26%	-328.23

由于公司无银行贷款及带息应付票据，因此未发生利息支出。报告期内，财务费用均为负数，整体保持稳定。

报告期内，本公司财务费用占营业收入的比例分别为-0.78%、-0.56%及-0.71%，所占比例很低。

（五）资产减值损失

报告期内，本公司资产减值损失分别为 410.74 万元、648.23 万元、415.17 万元，占当期营业收入比例 0.97%、1.35%、0.94%，具体请见本节“一、（一）3. 资产减值准备提取情况”。

（六）营业外收支分析

2012 年、2013 年及 2014 年，本公司营业外收入分别为 132.00 万元、147.57 万元及 141.22 万元，分别占同期净利润的 1.85%、2.33%及 6.57%，所占比例很低。报告期内，政府补助是营业外收入的主要组成部分，主要是各地有关政府部门分别向本公司拨付了一定额度的文化产业扶持及产业发展专项补贴、以及北

京市朝阳区发改委给予公司一定的上市补助资金等。本公司享受政府补贴的基本情况如下：

补贴年限	序号	补助项目	拨款单位/部门	金额（元）	补贴依据	补贴持续时间
2014年度	1	文化产业扶持基金	上海市普陀区财政局	310,000.00	上海市普陀区文化发展专项资金实施办法》	2012.7.29 发布 30 日后实施
	2	上市补助资金	北京市朝阳区发展和改革委员会	1,000,000.00	1、《朝阳区推动企业上市工作办法（试行）》 2、《关于征集 2013 年朝阳区推动企业上市奖励扶持资金项目的通知》	2012.12.4 起实施-
	3	职工就业补助	上海市普陀区财政局	65,900.00	《关于进一步加强普陀区促进就业工作的实施意见》（2013-2015）	2013.1.1-2015.12.31
2013年度	1	产业扶持资金	上海市普陀区财政局	390,000.00	《上海普陀区文化发展专项资金使用管理试行办法》	2012.7.20-2014.5.9
	2	文化产业扶持基金	成都市武侯区财政局	100,000.00	《关于二〇一三年武侯区文化产业专项资金项目申报的通知》	2013.3.28-2013.12.31
	3	新办第一年、第二年财政扶持	成都市武侯区人民政府跳伞塔街道办事处	824,000.00	成武府发（2012）85 号《关于促进产业倍增若干政策的意见》（试行）	2012.11.27 起 5 年止
2012年度	1	产业发展专项补贴	上海市普陀区财政局	1,200,000	《上海普陀区文化发展专项资金使用管理试行办法》	2012.7.20-2014.5.9
	2	工商奖励资金	广州市工商行政管理局	20,000	关于划拨广告经营单位创文宣传补偿金的通知	2012.12.25-2012.12.31
	3	文化产业扶持基金	成都市武侯区财政局	100,000	《关于二〇一二年武侯区文化产业专项资金项目申报的通知》	2012.8.6-2012.12.31

2012 年、2013 年及 2014 年，本公司营业外支出分别为 64.90 万元、41.02 万元及 17.55 万元，分别占同期净利润的 0.91%、0.65%及 0.82%。报告期内营业外支出主要为固定资产及在建工程处置损失。

报告期内，公司营业外收支净额较小，未对公司的经营业绩产生显著重大影响。

（七）所得税费用

本公司报告期内合并报表反映的所得税情况如下：

单位：万元

税种	2014 年	2013 年	2012 年
按税法及相关规定计算的当期所得税	1,664.65	2,562.35	3,088.19
递延所得税调整	-701.34	-264.24	-244.97
合计	963.31	2,298.11	2,843.22

报告期内，本公司所得税费用分别为 2,843.22 万元、2,298.11 万元及 963.31 万元，占同期税前利润的比例分别为 28.53%、26.60%及 30.94%。

（八）净利润相关指标分析

1、净利润的变化分析

2012-2014 年，本公司净利润分别为 7,122.65 万元、6,340.44 万元及 2,150.65 万元，2013 年及 2014 年分别同比下降 10.98%及 66.08%。公司净利润呈现下滑态势，主要原因包括：

其一，公司 2013 年营业收入增速减缓，2014 年营业收入有所下滑。报告期内，受国内经济增速放缓和社会消费结构调整等因素影响，酒类、房地产等户外广告需求较为旺盛的部分行业因持续调整导致户外广告需求持续下降，以及户外 LED 媒体行业竞争程度持续加剧、客户需求也发生了一定的变化等原因，导致公司媒体占播率和新签合同额增速呈现下降趋势。面对行业的变化和客户需求的升级，一方面公司通过持续加强营销力度，积极强化与既有核心客户紧密的合作关系，另一方面公司积极拓展新客户群体，并重点突破个人用品、新兴金融、互联网等行业新客户。但鉴于该等客户尚处于拓展开发期，虽收入增幅较大但增长基数较小，收入贡献未能抵消部分酒类、房地产等大客户收入降低的影响。上

述原因导致 2013 年营业收入增速减缓，甚至造成 2014 年营业收入有所下滑，对报告期内净利润水平产生较大影响。

其二，营业成本持续较快增长。在收入增速减缓甚至下滑的情况下，公司 2013 年及 2014 年营业成本分别较上年增长 17.62%、19.01%，主要原因包括：一是，单个点位的年租赁成本较快增长。伴随着全社会各项成本的快速增长，公司新增点位的租赁成本较快增加，根据前期公司与主要点位资源供应方签署的协议，已有点位的租赁成本也整体保持各年递增的趋势。二是，公司户外媒体资源规模的扩大，促使租赁点位数目或承包时段规模也随之增加。点位资源、尤其是重点区域的资源是 LED 媒体行业最核心的价值所在，占据更多的核心资源则意味着增强公司的核心竞争优势和未来发展潜力。报告期内公司先后在全国多个重点城市持续新增媒体网络布局，特别是 2014 年，公司抓住行业持续低迷的机会积极实施逆市扩张，以承受盈利暂时性下降的短期代价，积极抢占重点区域的优质点位资源，将部分核心点位由原先的共同运营变更为独立运营，不断扩大潜在市场占有率和增强公司的盈利增长潜力。三是，报告期内公司持续不断的获取新的点位资源，屏幕规模整体上保持增长，导致屏幕折旧费用持续增加。上述原因共同导致报告期内公司营业成本逐年保持较快增长。

其三，2013 年及 2014 年销售费用均较以前年度大幅增加。2013 年公司销售费用较上年增长 3,945.31 万元，主要原因包括：一是 2013 年由于 4A 公司及其他本土广告公司等渠道客户的业务量较快增加，导致当年发生的广告代理费用较快提升；二是伴随公司业务规模的扩张，2013 年公司销售人员的业绩提成和人员规模相应增加，促使当年销售人员薪酬福利较上年增长较多。2014 年，公司仍保持较高水平的销售费用支出规模，主要是由于宏观经济预期进一步下降，LED 媒体行业竞争加剧，为更好的应对市场环境的变化与客户需求的升级，公司相应提高了有长期合作关系或回款质量良好的 4A 公司和本土广告代理商的广告代理渠道费用，以进一步巩固加强与该等广告代理公司的长期战略合作关系，造成当年广告代理费用仍保持较高水平。

面对外界诸多因素的变化和经营效益的下滑，本公司陆续调整了部分管理岗位，积极调整经营策略和管理思路，从中长期看将持续增加公司的核心竞争优势和盈利潜力，但短期内对经营效益的提升较为有限，因此报告期内公司的净利润仍呈现下降态势。未来，随着公司 LED 联播网的不断布局和网络价值持续提升，以及公司调整经营管理的效果逐步释放，将进一步增强公司的盈利能力和抵御各种风险的内在实力。

2、本公司的业务模式及收入、成本构成对净利润的影响

（1）本公司的业务模式

本公司主要从事户外 LED 媒体运营业务。本公司通过在城市核心地段获得户外 LED 媒体点位资源，以此为平台为客户提供媒体策划、广告创意、广告制作、广告发布及效果评估等一系列广告服务，并最终销售户外 LED 媒体广告发布时段实现收入。该等业务模式下，首先，本公司需根据其综合价值评估体系判断媒体资源点位的媒体价值，确定媒体点位目标；其次，本公司通过租赁媒体点位并搭建 LED 媒体形成 LED 媒体资源，或者购买、承包现有 LED 媒体时段；最后，本公司依托 LED 媒体资源向客户销售广告发布时段并获得广告收入。

（2）公司业务模式下收入及成本构成特点

（A）收入构成

按业务类型划分，本公司的销售收入主要为户外 LED 媒体运营收入及少量的户外喷绘大牌及灯箱收入，按客户类型划分，本公司的销售收入包括直接客户收入、渠道客户收入（包括 4A 公司和本土广告公司）。

（B）成本构成

按成本性质划分，本公司的营业成本主要包括点位租金、屏幕折旧、电费等项目，其中，点位租金和屏幕折旧是最主要的成本项目，报告期内该两项成本占营业成本的比例保持在 90%左右。

（3）业务模式、收入及成本构成对净利润的影响

本公司的客户包括直接客户和渠道客户两类，根据行业惯例，该等客户与本公司签署的广告投放合同一般为短期协议，广告投放金额主要参照市价、点位资源价值等协商确定。并且，本公司主要服务行业包括汽车、金融、酒类、高端消费品、通讯及 IT、快速消费品、家电、房地产等行业，大部分行业受宏观经济景气程度、社会消费结构调整等因素的影响体现出一定的周期性特征。该等行业的经营状况和景气程度势必会影响到其户外广告投放安排，进而影响到本公司的销售收入。

与此同时，本公司的供应商主要为媒体点位供应方和 LED 屏幕设备供应方。其中，本公司通过与物业业主及其授权经营单位等点位资源供应方签订租赁协议的方式采购媒体点位资源。媒体点位资源采购一般采取协商定价方式确定，协议有效期一般为 5-10 年，租金价格通常逐年保持递增。该等采购模式决定了本公司的主要成本（点位租金和屏幕折旧）具备较强的固定成本性态特征，即不会随收入的变化而增减变动。

因此，在公司的业务模式下，本公司成本呈现较强的刚性特征，而本公司收入直接受到广告主投放需求波动的影响。若宏观经济景气程度、行业及社会环境波动或其他原因导致广告客户需求和广告投放规模发生不利波动，则会对本公司的广告收入和净利润产生较大影响。报告期内，受国内经济增速放缓和社会消费结构调整、以及客户经营状况和投放规模等因素影响，本公司的营业收入有所下滑，而点位租赁成本、屏幕折旧等成本项目仍为较强的刚性支出，由此导致本公司 2014 年净利润大幅下滑。

（4）本公司针对业绩下滑所采取的应对措施

（A）紧跟行业发展趋势，充分挖掘新行业的业务机会

面对市场环境、客户需求的变化，本公司紧跟形势积极储备各行业客户资源，研究分析主流行业发展趋势，识别发展空间较大、发展速度较快的行业并积极拓展业务机会。报告期内，本公司逐步发掘金融、互联网、个人用品等行业的业务机会，持续增加新的盈利来源。该等行业处于快速发展阶段，户外广告投放预算将持续增加，将为本公司未来的业绩增长提供有力保障。

(B) 积极推进户外 LED 发展战略，通过整合国内户外 LED 媒体资源形成国内户外 LED 媒体资源交易平台，持续增强公司的发展空间和盈利能力

本公司一直在积极推进和实施户外 LED 发展战略，第一步，未来几年内打造覆盖约 30 个核心城市、运营 100 块屏幕以上的核心城市 LED 网络，进一步巩固和强化自有媒体资源优势，第二步，在核心城市 LED 网络基础上，通过与三、四线城市拥有媒体屏幕资源、综合实力较强的广告公司进行战略合作，构建全国户外 LED 媒体资源联盟，第三步，基于 LED 媒体平台向其他的户外数字化媒体进行延伸和扩张，建立一个户外数字化媒体销售网络。本公司通过整合国内户外 LED 媒体资源，持续增强规模优势和网络价值，将进一步提升公司及户外 LED 媒体行业的发展空间和议价能力，势必持续提升公司的盈利能力和经营效益。

(C) 坚持户外 LED 媒体的技术研发并保持领先优势，持续提升广告服务的核心竞争力

本公司在持续提升户外 LED 联播网覆盖范围的同时，积极通过技术研发深入挖掘户外 LED 媒体的价值，如通过技术创新实现了全国范围内屏幕的联播联控、以及通过人屏互动技术为客户实现新颖的广告发布策划等。本公司通过领先的核心技术优势，为客户提供更有价值的增值服务，不断扩充公司的盈利空间并提升议价能力，将持续提升公司的经营业绩。

本公司积极推进相关措施并已取得了一定的成效，截至 2015 年 4 月末，本公司已签约未完成合同金额已达 15,861.61 万元，较去年同期金额增长 10%。未来，随着本公司户外 LED 发展战略的不断推进和网络规模效应的持续显现，以及本公司客户资源的持续拓展和技术优势的不断增强，公司的盈利能力和经营效益将持续提升。

3、营业毛利及毛利率分析

(1) 营业毛利及毛利率变化分析

2012 年、2013 年及 2014 年，公司营业毛利分别为 28,051.11 万元、31,614.66 万元及 24,373.44 万元，其中 2013 年及 2014 年较上一年分别同比增长 12.70%、下降 22.90%。

公司 2014 年营业毛利较 2013 年下降了 7,241.22 万元，降幅达 22.90%，主要原因包括：

其一，2014 年营业收入有所下滑。主要是受国内经济增速放缓和社会消费结构调整等因素影响，酒类、房地产等户外广告需求较为旺盛的部分行业持续调整导致户外广告需求进一步下降，以及户外 LED 媒体行业竞争程度持续加剧、客户需求发生变化等原因，导致本公司 2014 年营业收入较 2013 年下降了 8.49%。

其二，公司的营业成本主要包括点位租金、屏幕折旧、电费等项目，其成本支出具备较强的刚性特征，与收入的变化并不存在明显的线性关系。在 2014 年营业收入下滑的情况下，公司的营业成本仍保持较快增长。主要原因包括：一是点位租赁成本较快增长。主要体现在：其一，由于全社会各项成本的较快增加，新增点位的租赁价格逐年增长较快，以及根据约定已有点位的租赁价格总体上也保持逐年增长的态势。其二，面对户外 LED 媒体行业持续低迷的现状，公司于 2014 年积极实施逆市扩张，以承受盈利暂时性下降的短期代价，持续新增媒体网络布局，并积极抢占重点区域的优质点位资源，将部分核心点位由原先的共同运营变更为独立运营，不断扩大公司潜在的市场份额和发展潜力，导致公司租赁点位数目和承包时段规模随之增加，促使点位租金成本较快增长。二是公司 2014 年持续不断的获取新的点位资源，屏幕规模整体上保持增长，导致屏幕折旧费用持续增加。以上原因共同导致公司 2014 年营业成本较上年增长了 19.01%。

报告期内，公司毛利率水平分别为 66.57%、65.62%及 55.28%。2014 年，公司毛利率较以前年度大幅下降，主要由于营业收入下滑、营业成本增长较快等原因共同导致。具体原因请参见本节“营业毛利及毛利率变化分析”相关内容。

（2）同行业可比公司毛利率对比分析

本公司毛利率水平高于可比公司该指标的平均值水平，与分众传媒的指标水平基本相当，具体如下：

可比公司	毛利率		
	2014 年 ^{注 1}	2013 年	2012 年
香榭丽传媒	-	51.78%	48.45%
郁金香传媒	-	35.14%	39.27%
分众传媒 ^{注 2}	-	-	65.54%
白马传媒	41.24%	40.44%	38.29%
大贺传媒	40.67%	36.73%	35.29%
航美传媒	6.59%	10.13%	12.60%
省广股份	20.01%	19.04%	15.81%
蓝色光标	31.75%	34.52%	35.35%
平均值	28.05%	32.54%	36.33%
本公司	55.82%	65.62%	66.57%

注 1：截至本招股说明书签署日，公开信息渠道未披露部分可比公司 2014 年的财务数据。

注 2：分众传媒已于 2013 年 5 月从美国纳斯达克退市。

报告期内，本公司毛利率水平高于可比公司的平均值水平。本公司毛利率较高的主要原因包括：

其一、本公司自主运营为主，承包代理为辅的媒体运营模式是其毛利率较高的主要原因。本公司户外 LED 媒体以自主运营为主，其自有屏体收入贡献占比较高、代理屏体收入贡献占比很低，而主要可比公司的代理屏体收入贡献占比高于本公司。由于代理模式下，媒体点位资源系业主租赁给广告代理商后再转租予本公司，中间环节的存在导致代理模式的毛利率通常低于自有屏体毛利率。

其二、优质的户外 LED 媒体点位资源是本公司毛利率高于可比公司的重要原因。本公司目前已建成国内领先的户外 LED 联播网，覆盖中国 20 个经济发达城市，媒体所处点位均具有重要、显著、稀缺的核心特征。本公司所构建的户外 LED 媒体，不仅普遍占据经济重点城市的核心点位，更通过联播联控构成统一的户外 LED 联播网，进一步加强了媒体点位资源的协同效应，使得本公司具有更强的议价能力，户外 LED 媒体资源的盈利能力更强。

其三、本公司领先的户外 LED 媒体技术优势亦促使本公司毛利率进一步提升。公司在持续提升户外 LED 联播网覆盖范围的同时，积极通过技术研发深入挖掘户外 LED 媒体的价值，如通过技术创新实现了全国范围内屏幕的联播联控、以及通过人屏互动技术为客户实现新颖的广告发布策划等。本公司凭借专业的媒体策划、创意制作与监测评估建立了完善的客户服务体系，并通过领先的核心技术优势，为客户提供更有价值的增值服务并相应获得更好的广告投放价格，促使本公司毛利率水平进一步提升。

4、同行业可比公司销售净利率对比分析

2012 年与 2013 年，本公司销售净利率水平略高于可比公司平均水平，2014 年本公司销售净利率水平与可比公司不存在显著差异。销售净利率对比结果如下：

可比公司	销售净利率		
	2014 年 ^{注1}	2013 年	2012 年
香榭丽传媒	-	17.37%	15.40%
郁金香传媒	-	9.49%	12.36%
分众传媒 ^{注2}	-	-	25.67%
白马户外	15.87%	12.20%	14.40%
大贺传媒	3.86%	1.42%	1.94%
航美传媒	-12.61%	-3.90%	-11.41%
省广股份	7.69%	6.20%	4.62%
蓝色光标	12.41%	13.50%	11.99%
平均值	5.44%	8.04%	9.37%
本公司	4.88%	13.16%	16.90%

注1：截至本招股说明书签署日，公开信息渠道未披露部分可比公司 2014 年的财务数据。

注2：分众传媒已于 2013 年 5 月从美国纳斯达克退市，亦无法获得其 2013 年及 2014 年数据。

5、主要会计估计对净利润的影响分析

本公司主要的会计估计包括坏账准备计提比例和固定资产折旧年限。

报告期内，本公司通盘考虑客户的资信状况、历史回款记录等因素，根据企业会计准则的相关规定，并借鉴了同行业的会计政策，制定了坏账准备计提比例。

经比较，本公司应收账款坏账准备计提比例与主要的可比公司不存在显著差异，具体请参见本节中“一、财务状况分析”之“坏账准备计提比例与同行业上市公司对比”。

报告期内，本公司主要固定资产包括 LED 屏幕和房屋建筑物。根据固定资产的性质和使用情况，本公司合理确定了固定资产的使用寿命，并于每年年终终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。根据公司的会计政策，房屋建筑物的折旧年限为 35-45 年，LED 屏幕的折旧年限为 10 年。经比较，本公司固定资产折旧年限与主要的可比公司并无明显差别。具体请参见本节中“一、财务状况分析”之“固定资产折旧年限与同行业上市公司对比分析”。

6、税收政策变化对净利润的影响

按财政部、国家税务总局《营业税改征增值税试点方案》和《关于在北京等 8 省市开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点的通知》，自 2012 年 1 月 1 日起，在交通运输业、部分现代服务业等生产性服务行业和试点地区推行营业税改征增值税。2013 年 5 月 24 日，财政部及国家税务总局发布《关于在全国开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点税收政策的通知》，明确自 2013 年 8 月 1 日起，在全国范围内开展交通运输业和部分现代服务业营改增试点。

本公司对 2012 年、2013 年营改增试点过渡期间，国家税收政策的变化对公司税负的影响进行测算：自实行“营改增”政策起，截至 2012 年 12 月 31 日，本公司应计增值税销项税额为 1,171.00 万元，可抵扣的增值税进项税额为 18.86 万元，应缴增值税为 1,152.14 万元。若按同样收入基础以公司历史上的税负水平测算缴纳营业税则将会增加税负支出 8.00 万元。截至 2013 年 12 月 31 日，公司应计增值税销项税额 2,882.37 万元，可抵扣的增值税进项税额为 1,583.05 万元，应缴增值税为 1,299.32 万元。若按同样收入基础以公司历史上的税负水平测试缴纳营业税则将会增加税负支出 28.16 万元。总体而言“营改增”对公司税负影响较小。

综上所述，营改增税收政策的变化对本公司的净利润没有显著重大影响。

（九）非经常性损益

非经常性损益明细请参见本招股说明书第十节之“七、非经常性损益”。

三、现金流状况分析

报告期内，本公司现金流量基本情况如下表：

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
经营活动现金流入小计	52,648.66	49,019.24	41,805.60
经营活动现金流出小计	43,701.00	41,136.84	34,694.31
经营活动产生的现金流量净额	8,947.66	7,882.40	7,111.29
投资活动现金流入小计	-	-	-
投资活动现金流出小计	3,351.81	4,525.98	8,236.19
投资活动产生的现金流量净额	-3,351.81	-4,525.98	-8,236.19
筹资活动现金流入小计	-	-	-
筹资活动现金流出小计	2,310.00	1,540.00	1,400.00
筹资活动产生的现金流量净额	-2,310.00	-1,540.00	-1,400.00
现金及现金等价物净增加额	3,285.86	1,816.42	-2,524.91

（一）经营活动现金流分析

公司报告期内经营活动现金流如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
销售商品、提供劳务收到的现金	52,066.75	48,601.63	39,784.80
收到其他与经营活动有关的现金	581.91	417.61	2,020.80
经营活动现金流入小计	52,648.66	49,019.24	41,805.60
购买商品、接受劳务支付的现金	17,226.97	14,553.45	12,825.36
支付给职工以及为职工支付的现金	8,647.85	9,033.42	6,891.10
支付的各项税费	7,003.86	6,342.59	5,626.47
支付其他与经营活动有关的现金	10,822.33	11,207.39	9,351.39
经营活动现金流出小计	43,701.00	41,136.84	34,694.31
经营活动产生的现金流量净额	8,947.66	7,882.40	7,111.29

2012 年、2013 年及 2014 年，本公司经营活动产生的现金流量分别为 7,111.29 万元、7,882.40 万元及 8,947.66 万元。主要系随着与 4A 公司和知名企业客户合作的深入，本公司相应加强了应收账款的催收管理，该类公司应收账款稳健回收，并且客户结构总体较为稳定，应收账款及回款步入正常滚动。

（二）投资活动现金流分析

公司报告期内投资活动现金流如下表所示：

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,351.81	4,525.98	8,236.19
投资活动现金流出小计	3,351.81	4,525.98	8,236.19
投资活动产生的现金流量净额	-3,351.81	-4,525.98	-8,236.19

2012 年、2013 年及 2014 年，本公司投资活动产生的现金流量主要为购建固定资产产生的投资支出，分别为 8,236.19 万元、4,525.98 万元及 3,351.81 万元。报告期内公司不存在投资活动现金流入。

2012 年，公司购建固定资产支出金额较高，主要是公司支付“凤凰国际传媒中心”购房款 4,756.80 万元所致。

（三）筹资活动现金流分析

单位：万元

项目	2014 年	2013 年	2012 年
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-

项目	2014 年	2013 年	2012 年
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,310.00	1,540.00	1,400.00
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	2,310.00	1,540.00	1,400.00
筹资活动产生的现金流量净额	-2,310.00	-1,540.00	-1,400.00

2012 年、2013 年及 2014 年，公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金分别为 1,400.00 万元、1,540.00 万元、2,310.00 万元，主要系公司根据股东会决议分配股利所致。

四、股东未来分红回报规划分析

根据本公司 2014 年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》及《公司股票发行上市后三年（含发行当年）股东分红回报规划》，在综合分析企业经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，公司充分考虑当期及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、银行信贷及债权融资环境等情况，制定未来分红回报规划。关于股东未来分红回报规划的具体内容请参见本招股说明书“第十四节股利分配政策”之“四、本次发行后的股利分配政策及上市后三年分红规划”。

报告期内，本公司主营业务发展较快，成为我国领先的户外 LED 媒体运营商。未来几年，鉴于户外 LED 媒体行业良好的发展前景，本公司将有能力持续为股东提供良好的回报。

本公司生产经营较为稳健，通过日常积累以及本次募集资金可以获得足额发展资金。本公司本次公开发行并上市后，将通过募集资金的运用提高本公司联播网规模、营运效率和客户服务水平，保障本公司的持续较快发展，进一步突出和提高本公司竞争优势，增强本公司的利润水平。基于上述理由，本公司未来利润分配规划具有可行性。

五、资本性支出分析

（一）公司报告期内的资本性支出情况

报告期内公司的资本性支出主要为购买固定资产及收购公司股权等。

其中，2012 年、2013 年及 2014 年，公司购建 LED 屏幕和房屋建筑物等固定资产所支付的现金分别为 8,236.19 万元、4,525.98 万元及 3,351.81 万元。报告期内，公司的资本性支出对公司经营规模的扩张产生了积极的影响。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

截至本招股说明书签署之日，除本次发行募集资金有关投资外，公司将根据业务实际发展需要，合理安排投资计划。未来，公司的自有资金可能用于户外 LED 媒体联播网建设、营销网络建设、信息化系统建设等方面，以满足业务的快速扩张需求。未来募集资金投资项目与公司现有业务相关，本次发行募集资金投资项目的具体情况请参见本招股说明书之“第十三节募集资金运用”的有关内容。

六、影响公司财务状况和盈利能力主要因素

从上述分析中可以看出，优质的媒体网络、稳健的财务结构、较强的盈利能力以及现金流量是本公司主要所选定的募集资金投资项目已的财务优势。预计未来影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素如下：

（一）宏观经济波动的影响

广告行业的发展水平和增长速度很大程度上依赖于国家和地区的宏观经济状况，与宏观经济的波动呈现明显的正相关性。我国宏观经济连续多年快速增长为中国广告业快速发展提供了经济基础；但另一方面，当宏观经济增速放缓时，广告客户可能会削减其广告投放，从而导致整体广告投放需求的减少。

本公司所处的户外 LED 媒体运营行业作为广告行业的子行业，同样会受到上述宏观经济波动带来的影响。因此，如果宏观经济增速放缓，将会影响本行业的发展，进而影响公司的经营业绩。

（二）优质点位资源的获取

在行业发展过程中，主要户外 LED 媒体运营商均以争取媒体资源作为经营重点。随着中国经济的持续发展以及城镇化进程的深化，具备发展户外 LED 媒体条件的城市将日益增多。公司未来能否保持稳定且持续的盈利能力，很大程度上取决于能否持续获得广告价值较高的点位资源。虽然公司具备丰富的媒体运营经验、较强的资源获取能力和良好的业内声誉，但对于优质点位资源的获取仍会受到竞争对手和当地广告市场情况等诸多因素的影响。

（三）既有媒体资源的利用效率

公司建设的户外 LED 联播网已经在全国范围内涵盖了一批具有较高广告价值的优质点位资源，随着广告主对户外 LED 媒体价值的认知度提升，公司已有屏幕的利用率还有较大的增长空间。未来公司能否通过加强营销力量和提高服务质量充分挖掘既有媒体资源的价值，将是影响公司盈利能力的重要因素。

（四）主要成本因素的影响

公司营业成本主要包括点位租金、屏幕折旧、电费及其他，其中点位租金占比达到 74%以上。此部分成本随着市场竞争日益激烈预计未来将逐步上涨。特别对于经济发达城市的繁华地段物业，点位租金的增速可能更高。在此背景下，公司营业成本将面临上涨压力，可能对公司的盈利能力造成一定影响。

第十二节 未来发展规划

一、发行人的业务发展目标

（一）公司发展战略

公司拟用三年时间成为“以数字化大媒体为主体的中国户外媒体行业领军企业”，实现 LED 媒体资源质量最优、覆盖最广、规模最大、收益最佳，并以规范的公司治理、强大的综合实力成为户外 LED 媒体行业整合者。公司未来愿景是成为“有竞争力的中国户外数字媒体行业的领军企业”。

（二）公司发展目标

围绕上述发展战略，公司制订未来三年内主要发展目标如下：

1、做大做强主业，打造中国最具影响力的户外 LED 媒体联播网

首先，公司以获取当地旗舰媒体资源为目标，计划于三年内凭借自主运营为主、承包代理为辅的运营模式，在目前覆盖 20 个城市、运营 64 块屏幕的基础上，打造覆盖约 30 个城市、运营 100 块屏幕以上的核心城市媒体联播网；其次，公司在一二线城市布局的 LED 联播网络基础上，向三四线城市延伸，与三、四线城市拥有媒体屏幕资源、综合实力较强的媒体运营方进行合作，搭建全国户外 LED 媒体资源联盟；再次，公司基于 LED 媒体平台向其他的户外数字化媒体进行延伸和扩张，借助大数据和程序化购买方式，建立一个户外数字化媒体销售网络，实现规模化的精准销售。

2、延伸服务范围，形成更加完善的综合服务体系

公司将发展更为全面和专业的综合服务体系。从服务城市的角度，公司将充分发挥户外 LED 媒体作为都市媒体的属性，满足国内城市日益增长的宣传城市形象、美化城市景观的需求，促进 LED 媒体与现代城市更加紧密的融合。从服务客户的角度，公司将利用自身技术优势进一步丰富 LED 媒体的表现形式和运

用能力，同时加强对广告创意和整合营销活动的设计、策划和实现能力，帮助客户实现更新颖的广告创意和更佳的营销效果。同时，公司加强在户外场景下以互动为核心的数字化传播，即通过“户外 O2O”形式建立基于户外媒体的线上线下融合。在户外场景下，以“互动”为核心的数字化传播作为引爆点并产生话题，同时用参与、体验的方式来推动购买，达到“无话题不传播，无体验不购买”的传播及体验效果。

（三）发行人的业务发展计划

1、业务发展计划

（1）媒体资源

媒体资源的质与量是媒体运营商的核心竞争力。公司在未来几年将继续致力于获取优质屏幕点位资源，凭借发行上市带来的资本实力进一步巩固和加强户外 LED 联播网的资源优势。

对于 LED 联播网来说，其价值来自于各媒体的点位价值和网络化运营带来的网络价值。就点位价值而言，公司将贯彻以往对资源点位的严格筛选标准，坚持选择各城市最具广告价值的旗舰点位进行布局，同时通过采购高标准的屏幕保障新增媒体资源的技术指标处于行业领先水平。就网络价值而言，公司将继续加强北京、上海、广州、深圳、成都等一线城市的媒体布局，并将核心点位资源扩张至约 30 个城市，同时择机延伸三四线城市屏幕资源及媒体覆盖范围。公司将进一步强化核心点位对于联播网整体的战略支撑作用。

综上所述，未来三年公司将继续坚持以自主运营为主、承包代理为辅的运营模式，努力打造最具影响力的户外 LED 联播网。

（2）技术研发

公司未来仍将致力于加强自身的技术研发实力，一是跟随上游 LED 显示技术的发展，逐步实现高清晰度屏，进一步提升 LED 屏幕的视觉体验；二是加强多样化屏体的设计和建设能力，以满足不同业主对屏体风格、形状、尺寸的要求，

同时更具城市美化作用；三是继续加强 LED 媒体运用技术的研发，优化联播联控系统和监播系统，开发出更加丰富灵活的人屏互动技术，强化与移动互联网技术等新兴技术及其他媒体的整合和衔接，使户外 LED 媒体的表现力进一步增强，拓展其创意空间。

2、人力资源发展计划

人力资源优势是公司的核心竞争力之一，也是公司实现发展战略的基础。公司将在对现有人力资源进行合理配置的基础上，不断调整、充实公司人才储备，改善员工队伍的文化结构和专业结构，形成高素质的人力资源队伍。公司将继续发扬职业经理人文化，建立和完善管理人员和核心人员的激励机制和约束机制，保持核心团队的稳定性并充分发挥其作用。公司将加强人才培养体系建设，提升员工的职业化素养，形成多层次的人才梯队。同时，公司将更加重视自身的品牌建设和文化建设，打造具有凝聚力的企业文化。

3、市场开发计划

公司未来三年的市场开发计划主要包括：一是将充实国际业务团队力量，推进和深化国际客户的服务工作，二是将深挖全国销售资源和渠道，充分利用公司的资源优势 and 品牌优势吸引和开拓更多的各个行业的全国客户，三是逐步扩充三四线城市的屏幕资源及媒体覆盖范围。此外，为充分挖掘和吸引客户投放需求，公司在媒体资源供应之外提供数据分析、行业研究、媒体策划等增值服务，延伸服务链条，增强服务的个性化和时效性，以高标准的差异化服务维系和拓展客户。

4、收购兼并计划

由于户外广告媒体行业的媒体点位资源具有稀缺性、不可复制性的特点，公司在未来业务拓展过程中除了自建新的媒体之外，也将结合公司发展需要和具体城市的媒体资源特点，积极收购既有的优质媒体资源。此外，公司亦考虑对产业链上下游合适的标的企业进行合作或整合。公司将积极寻找目标资源，合理利用各种并购方式实现优质资源整合，推动经营规模的扩大，持续增强公司竞争力，进一步提升公司 LED 联播网的媒体价值。

5、筹资计划

公司本次发行如能顺利实施,将有效增强公司资本实力、优化公司财务结构。未来公司将以可持续发展和维护股东权益为宗旨,根据业务发展需要适时采用各类股权及债权融资工具募集资金,保持稳健的资产负债结构,控制资金成本,推动公司长远发展。

二、拟定上述计划所依据的假设条件及实施计划的主要困难

(一) 拟定计划所依据的假设条件

- 1、公司遵循的国家及地方法律、法规和政策以及业务所在地区的社会政治、经济环境无重大变化;
- 2、公司所处行业处于正常发展状态,没有发生重大的市场突变;
- 3、公司本次发行股票募集资金能够及时到位,投资项目能够按计划完成;
- 4、公司主要管理层和核心人员不发生重大变化;
- 5、无其它人力不可抗拒因素及不可预见因素造成的重大不利影响。

(二) 实施计划可能面临的主要困难

- 1、国家对广告行业和户外 LED 媒体行业的鼓励政策及公司遵循的有关法律法规可能会发生不利变化,公司实施发展计划会受到外部环境的较大影响。
- 2、本公司未来发展计划的实现,需要大量的营运资金作为保障。如果营运资金不足可能会影响计划目标的实现。
- 3、广告行业具有知识密集、人才密集的特点。人才流失和不足将影响公司的竞争力和盈利能力,从而制约计划目标的如期实现。

三、发行人确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径

（一）充分发挥公司竞争优势

公司拥有领先的优质媒体资源和技术研发能力、良好的品牌优势和企业信誉、专业的服务体系和庞大的客户基础，具备进一步扩张业务规模的条件。同时，公司还拥有丰富的市场化竞争经验，市场开拓和业务创新能力较强，这些竞争优势构成了公司实现发展规划的基础。

（二）借助资本市场筹集发展资金

本次公开发行将使公司获得扩大业务规模所必需的资金，可以阶段性地解决公司的资金需求，增强公司的资本实力。公司将认真组织募集资金投资项目的实施，强化 LED 联播网的媒体价值，不断提高核心竞争力。本次公开发行股票募集资金将能有效保障公司实现上述业务目标。公司发行上市后，将视业务发展需要通过多种资本渠道和运作手段，为实施后续发展规划筹措所需资金。

（三）实施具有竞争力的人力资源策略

公司将继续优化现有的人力资源体系，完善薪酬制度，提高员工待遇，以多种方式吸引优秀业务人才和团队进入公司。同时，强化绩效考核，严格推行激励与约束机制，继续贯彻公司管理者和员工能上能下、能进能出的竞争性人力资源管理策略，充分挖掘和调动全体员工的潜力及积极性，保持公司整体的市场竞争力。

四、制订发展计划与现有业务的关系

上述业务发展规划是本公司在充分考虑国内户外广告行业的现状和未来发展趋势，结合本公司的实际情况制订的。本发展计划符合公司的长远发展目标，是对现有业务的巩固与强化。发展计划的实施，将使公司主营业务在广度和深度

上得到全方位的发展，有利于公司扩大业务规模、提升核心竞争力，进一步巩固和加强本公司在行业内的领先地位。

第十三节 募集资金运用

一、本次募金资金规模及投资项目概述

根据本公司2012年第一次临时股东大会决议及2014年第一次临时股东大会决议，公司本次拟向社会公开发行股票数量为5,134万股，占发行后总股本的25%。本次发行募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资 总额	募集资金年度使用计划			备案情况
			第一年	第二年	第三年	
1	户外 LED 屏幕联播网 建设项目	45,819.94	18,178.28	14,304.17	13,337.50	京朝阳发改（备） [2013]18 号
2	营销服务网络 建设项目	10,502.80	3,142.00	4,005.80	3,355.00	京朝阳发改（备） [2013]17 号
3	综合信息化 建设项目	1,472.00	393.00	666.00	413.00	京朝阳发改（备） [2013]16 号
4	补充流动资金	24,769.00	-	-	-	-
合计		82,563.74	21,713.28	18,975.97	17,105.50	

本次发行募集资金到位前，公司可根据市场形势及竞争态势，提前对募集资金投资项目组织实施，并可根据各项目的实际付款进度，通过自有资金或自筹资金支付项目款项。募集资金到位后，可用于支付项目剩余款项及置换先期自有资金或自筹资金投入。如果募集资金量不足，公司拟采用自有资金及银行贷款、间接融资等其他融资方式解决。具体使用安排由股东大会授权董事会确定。

二、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）户外 LED 屏幕联播网建设项目

1、项目概况

本项目拟在北京、上海、广州、成都、沈阳、长沙、天津、昆明、厦门、福州、太原、哈尔滨、长春、呼和浩特、济南、石家庄、合肥、南宁、南昌等 19 个城市投资建设 43 块户外 LED 屏幕，改建深圳、广州、南京、上海、郑州 5

块 LED 屏幕，承包代理北京、宁波两地的 5 块 LED 屏幕。本项目实施后，公司 LED 联播网将覆盖全国 30 个主要城市，运营屏幕数量将超过 100 块，显著增加联播网的覆盖范围和网络密度，提高公司的媒体资源优势，提升公司在行业中的地位和影响力。

具体屏幕投资建设情况如下表所示：

单位：个

序号	城市	新建	改建	承包代理	合计
1	北京	7	-	3	10
2	上海	9	1	-	10
3	广州	2	1	-	3
4	成都	5	-	-	5
5	沈阳	2	-	-	2
6	长沙	3	-	-	3
7	天津	2	-	-	2
8	昆明	2	-	-	2
9	厦门	1	-	-	1
10	福州	1	-	-	1
11	太原	1	-	-	1
12	哈尔滨	1	-	-	1
13	长春	1	-	-	1
14	呼和浩特	1	-	-	1
15	济南	1	-	-	1
16	石家庄	1	-	-	1
17	南宁	1	-	-	1
18	合肥	1	-	-	1
19	南昌	1	-	-	1
20	宁波	-	-	2	2
21	深圳	-	1	-	1
22	南京	-	1	-	1
23	郑州	-	1	-	1
合计		43	5	5	53

2、项目建设的必要性分析

（1）有利于拓展户外 LED 联播网覆盖范围，强化媒体网络价值

媒体资源是户外广告媒体运营公司的核心竞争力。目前，公司的户外 LED 联播网已经覆盖全国 20 个经济重点城市。本项目将在公司现有优质媒体资源的基础上，进一步增强公司的媒体资源优势。

公司在发展初期，为了集中力量抢占优质点位资源，媒体布局主要集中于北京、上海、广州、深圳、成都等一线城市以及南京、杭州、青岛等经济发达省份的重点城市。随着近年来国民经济水平的持续发展，居民的人均可支配收入和消费水平逐渐提高，广告客户对二三线城市的广告投放持续增加，使得越来越多的城市具备了发展户外 LED 媒体的条件。

公司在现有 20 个城市的基础上，计划通过新建、承包代理等方式进入昆明、厦门、福州、太原、哈尔滨、长春、呼和浩特、石家庄、合肥、南宁、南昌等城市。本项目实施后，公司 LED 联播网覆盖的城市数量将达到 30 个，屏幕数量将超过 100 块。对于网络化媒体而言，媒体点位的增加和覆盖范围的扩大一方面可以大幅提升 LED 联播网的网络价值，吸引客户增加全国范围内的广告投放；另一方面打开了新进入城市的本地客户市场，满足了房地产企业等注重产品所在地广告投放的客户需求。

（2）有利于巩固现有重点城市的资源优势

公司计划在北京、上海、广州、深圳、成都等五个城市通过新建及承包代理等方式取得 26 块屏幕。上述城市的户外广告市场容量在国内居于前列，并且仍有较大的发展空间。公司加强在这些重点城市的媒体布局将进一步巩固公司的区域资源优势，增强户外 LED 联播网的影响力，提高对消费力较高人群的覆盖能力，充分满足客户在重点城市的广告投放需求。

另一方面，公司计划通过对部分现有屏幕的改扩建进一步扩大其屏幕面积、提高清晰度、增加可视角度，从而给受众带来更好的视觉体验，通过技术升级充分挖掘点位资源价值。

3、项目建设的可行性分析

（1）户外 LED 媒体运营行业具有广阔的发展空间

改革开放以来，我国广告行业伴随着国民经济发展取得了快速增长，2000年至2013年间广告业营业额年均复合增长率达到16.20%，高于同期GDP年均复合增长率的14.62%。户外LED媒体行业作为新兴媒体形式，近年来得到了市场的逐步认可，呈现较快的增长态势。

随着未来我国城镇化进程的进一步深化，在现有经济发达城市的基础上将会有越来越多的城市产生户外LED媒体的发展需要和发展空间。同时，以户外喷绘大牌为代表的传统户外媒体由于无法适应现代都市景观和城市治理的需要，正面临产业升级。旧有大牌的拆除和升级也将为户外LED媒体让出广阔的发展空间。此外，移动媒体的发展会对交通枢纽和交通工具类的电子屏造成冲击，而基本不受此影响的户外LED媒体则有望获得更多发展空间。

（2）公司的专业评估能力有利于发掘最具媒体价值的点位资源

公司在发展过程中积累了丰富的户外LED媒体运营经验，形成了一套完整的点位资源价值评估体系。由于户外LED媒体的特征决定其最适于在繁华都市的核心地段使用，公司在选择点位资源时首先会评估城市经济发展水平及户外广告市场容量，在选定城市后将重点考察该城市的核心商圈、中央商务区以及交通主干道核心路段等区域，并结合周边人车流量、可视距离、可视角度、是否有遮蔽物等因素做出选择。

本项目涉及城市的主要经济情况和广告业发展情况如下表所示：

序号	城市	选择依据		
		区位优势	经济情况	广告发展
1	北京	北京是中华人民共和国的首都，中国的政治、文化和金融中心，是综合性产业城市，综合经济实力保持在全国前列。	2013年，北京市地区生产总值19500亿元人民币，同比增长7.6%；城镇居民可支配收入40321元；全年累计实现社会消费品零售额为8375.1亿元。	北京市世界500强企业数量居全球第二。北京广告行业发展势态良好，目前是全国最大的广告市场。
2	上海	上海是一座“以商兴港、以港兴市”的城市，位于长三角经济圈的中心，是我国最重要的经济中心。	2013年，上海市地区生产总值21602亿元人民币，同比增长7.7%；城镇居民可支配收入43851元；全年累计实现社会消费品零售额为8019.1亿元。	上海是我国最主要的广告经营中心之一，世博会后，上海广告业发展持续保持两位数的较快增长态势。
3	成都	成都市是四川省省会，交通发	2013年，成都市地区生产总值	成都的广告市场正处于快速发

	都	达,是西南地区最大的交通枢纽。其历史悠久,文化底蕴深厚,被称为“天府之国”。	9000 亿元人民币,同比增长 10%;城镇居民可支配收入 29968 元;全年累计实现社会消费品零售额为 3752.9 亿元。	展的进程中,它是西部广告市场发展的代表。
4	沈阳	沈阳是辽宁省的省会,东北地区的经济、文化、交通和商贸中心,中国的工业重镇和历史文化名城。	2013 年,沈阳市地区生产总值 29340 亿元人民币,同比增长 10%;城镇居民可支配收入 23320 元;全年累计实现社会消费品零售额为 3186.1 亿元。	沈阳市将大力发展广告业列入文化产业发展“十二五”规划,从政策上积极引导广告业快速发展。
5	长沙	长沙市是湖南省省会,地处我国中部,交通十分方便。长沙是个消费城市,商业繁荣,传媒业十分发达,被誉为娱乐之都。	2013 年,长沙市地区生产总值 7153.13 亿元人民币,同比增长 12%;城镇居民可支配收入 33662 元;全年累计实现社会消费品零售额为 2510 亿元。	得益于文化产业的发展,长沙市的广告业近年来发展势头良好,在全国广告业中占据着越来越重要的地位。
6	天津	天津市具有优越的地理位置和交通条件,尤其是滨海新区开发开放被纳入国家总体发展战略布局后,天津的区位优势更加凸显,成为区域发展的领跑者和带动者。	2013 年,天津市地区生产总值 14370.1 亿元人民币,同比增长 12.5%;城镇居民可支配收入 32658 元;全年累计实现社会消费品零售额为 4470.4 亿元。	目前已有多家外来广告公司在津建立分部,带动本土广告企业快速健康发展。
7	广州	广州是广东省省会,位于广东省中南部,珠江三角洲北缘,濒临南海,邻近香港特别行政区和澳门特别行政区,是中国通往世界的南大门。	2013 年,广州市地区生产总值 15123 亿元人民币,同比增长 11.6%;城镇居民可支配收入 42066 元;全年累计实现社会消费品零售额为 6882.8 亿元。	广州广告行业趁改革开放之先机,借毗邻香港之优势,比内陆快走一步,如今也有近 30 年历史。
8	厦门	厦门市是中国最早实行对外开放政策的四个经济特区之一,又是十个国家综合配套改革试验区之一,是东南沿海重要的中心城市。	2013 年,厦门市地区生产总值 3018 亿元人民币,同比增长 9.4%;城镇居民可支配收入 41360 元;全年累计实现社会消费品零售额为 975 亿元。	“十一五”期间,厦门市广告业发展迅速,成为厦门市最具活力的发展行业之一。
9	昆明	昆明市是云南省省会,首批国家级历史文化名城。云南省唯一的特大城市和西部第四大城市,是西部地区重要的中心城市和旅游、商贸城市之一。	2013 年,昆明市地区生产总值 3450 亿元人民币,同比增长 12%;城镇居民可支配收入 28354 元;全年累计实现社会消费品零售额 1153.7 亿元。	2013 年昆明市工商局下发推进广告战略实施工作方案,全面推进广告战略实施工作,从而带动该市广告业的有序发展。
10	福州	福州市是福建省会、中国历史文化名城、东南沿海重要都市、海西现代金融服务业中心。	2013 年,福州市地区生产总值 4700 亿元人民币,同比增长 11.5%;城镇居民可支配收入 32130 元;全年累计实现社会消费品零售额 2611.3 亿元。	福州市计划到 2015 年广告创意业年均增速达 38%,培育一批年营业额超过亿元的综合性广告公司,力争 2—3 家企业上市,成为海西广告创意传播中心。

11	太原	太原市是山西省省会，是中国华北地区最重要、最大的城市之一，在全国对外开放和经济发展布局中具有承东启西，连接南北的双向支撑作用。	2013 年，太原市地区生产总值 2412.87 亿元人民币，同比增长 8.1%；城镇居民可支配收入 24000 元；全年累计实现社会消费品零售额 1281.5 亿元。	近几年来，太原市全市广告业发展呈繁荣上升态势。
12	哈尔滨	哈尔滨市是黑龙江省省会，东北北部的政治、经济、文化和交通中心，东北四大中心城市之一，也是中国省辖市中陆地管辖面积最大、管辖总人口居第二位的特大城市。	2013 年，哈尔滨市地区生产总值 5000 亿元人民币，同比增长 9%；城镇居民可支配收入 25222 元；全年累计实现社会消费品零售额 2728.3 亿元。	在振兴东北经济的战略及城市改造过程中，哈尔滨市广告业得到蓬勃发展。
13	长春	长春市是吉林省省会，是东北亚区域大都会、中国区域中心城市，也是中国最大汽车工业城市。	2013 年，长春市地区生产总值 5000 亿元人民币，同比增长 9%；城镇居民可支配收入 20487 元；全年累计实现社会消费品零售额 1970 亿元。	长春市高度重视广告业发展，把广告作为转变发展方式、调整经济结构、发展现代文化产业的重要举措，纳入经济社会发展总体规划。
14	呼和浩特	呼和浩特市是内蒙古自治区的首府，位于华北西北部、内蒙古自治区中部的土默川平原，是自治区政治、经济、科技、文化、教育中心。	2013 年，呼和浩特市地区生产总值 2110 亿元人民币，同比增长 10%；城镇居民可支配收入 35629 元；全年累计实现社会消费品零售额 1142.3 亿元。	近年来呼和浩特市广告市场不断繁荣，各类广告经营主体纷纷进入市场，成为呼和浩特第三产业的重要组成部分。
15	济南	济南市是山东省省会，是中国环渤海地区南翼和黄河中下游地区中心城市，国家重要的政治、军事、文化中心，区域性金融中心。	2013 年，济南市地区生产总值 5200 亿元人民币，同比增长 9.6%；城镇居民可支配收入 35648 元；全年累计实现社会消费品零售额 2633.9 亿元。	近年来，随着市场经济的不断发展，济南市广告业迅猛发展，逐步形成了以广播电视、影视类和报刊、杂志等平面类为主体的多媒体网络信息传播技术。
16	石家庄	石家庄市是河北省省会，是全省政治、经济、科技、金融、文化和信息中心，是国务院批准实行沿海开放政策和金融对外开放的城市。	2013 年，石家庄市地区生产总值 4900 亿元人民币，同比增长 9.5%；城镇居民可支配收入 25000 元；全年累计实现社会消费品零售额 1301.4 亿元。	石家庄市广告业的发展近年有了长足的发展，并日益呈现出多样化、地域化的特点。
17	合肥	合肥市是安徽省省会，是全省政治、经济、文化、信息、金融和交通中心，具有承东启西、贯通南北的重要区位优势，是国家级皖江城市带承接产业转移示范区核心城市。	2013 年，合肥市地区生产总值 4650 亿元人民币，同比增长 11.5%；城镇居民可支配收入 27980 元；全年累计实现社会消费品零售额 1500 亿元。	近年来，合肥市积极培育、扶持大型广告企业，促进广告企业做强做大。
18	南宁	南宁市是广西壮族自治区首府，广西第一大城市，也是北部湾经济区核心城市，是一座历史悠久的边陲古城，具有深	2013 年，南宁市地区生产总值 2780 亿元人民币，同比增长 10.2%；城镇居民可支配收入 24817 元；全年累计实现社会	改革开放以来，南宁市广告业得到快速发展，通过南宁市政府的大力支持，未来将形成布局合理、结构优化的广告产业

	厚的文化积淀。	消费品零售额1450.8亿元。	体系。
19	南昌 南昌市是江西省省会，是全省政治、经济、文化、科技、交通中心，也是鄱阳湖生态经济区核心城市、中国重要的综合交通枢纽和现代制造业基地。	2013年，南昌市地区生产总值3336亿元人民币，同比增长10.7%；城镇居民可支配收入26151元；全年累计实现社会消费品零售额1116.5亿元。	南昌市大众广告、户外广告、公益广告等发展良好，已成为了城市经济发展、城乡市民生活的重要组成部分。
20	宁波 宁波市是浙江省第二大城市，是浙江的三大经济中心之一，也是长三角南翼经济中心。	2013年，宁波市地区生产总值7100亿元人民币，同比增长8%；城镇居民可支配收入41657元；全年累计实现社会消费品零售额1381.9亿元。	近几年来，随着经济的快速发展，宁波市广告业的年增长率基本都达到20%以上，从广告经营额总量上看，已经占到了浙江省广告总经营额的12%。
21	深圳 深圳市是中国第一个经济特区，全国经济中心城市，全国四大城市之一。深圳是中国南方重要的高新技术研发和制造基地，在中国经济中举足轻重的地位。	2013年，深圳市地区生产总值14500亿元人民币，同比增长11.6%；城镇居民可支配收入44650元；全年累计实现社会消费品零售额4433.5亿元。	深圳市是广告公司的创业摇篮，城市发展迅速，广告业繁荣，同时使国内地产广告的领导着。
22	郑州 郑州市是河南省省会，河南第一大城市，郑州是中原经济区建设的主要城市、是河南省政治、经济、教育、科研、文化中心。	2013年，郑州市地区生产总值6210亿元人民币，同比增长10%；城镇居民可支配收入24246元；全年累计实现社会消费品零售额2262.1亿元。	郑州市相关管理部门一方面积极推动广告业发展，另一方面大力加强广告业监管，为郑州市广告业的发展提供了良好的环境。

公司对于上述城市的选择均经过审慎评估，基于公司对屏幕点位的严格要求，最终的点位选择均具有较高的广告价值。

（3）公司专业的媒体运营能力及良好的品牌形象有利于推动点位资源的获取

户外 LED 媒体行业具有资源稀缺的特点，在资源获取方面具有极强的竞争性和排他性。本公司凭借自身专业的媒体运营能力以及良好的品牌形象和市场声誉，较易赢得点位资源供应方的信赖。同时公司的屏体设计能力和质量控制体系也能够满足点位资源供应方对屏幕设计和设置的要求。这一优势为本项目的顺利实施奠定了重要基础。

（4）公司拥有良好的供应商合作基础保证本项目顺利实施

公司长期与数家产品质量优良的 LED 屏幕供应商保持着良好的合作关系。在设备采购初期，公司会对屏幕元器件的具体型号、技术指标、数据接口、安全

性能等做出具体要求，并以招标方式选聘供应商进行生产。在保证屏幕质量、供货期满足公司要求的同时，也能够获得一定的价格优势。良好的供应商合作基础能够保证本项目的顺利进行。

4、项目投资概算

本项目投资总额共计 45,819.94 万元，其中：设备投资 28,078.81 万元，主要为 LED 屏幕资产购置、改建及安装费用；点位租金为屏幕建设期以及市场推广期间的租金费用，为 13,074.25 万元；铺底流动资金 4,666.88 万元，主要用于建设期内的 LED 媒体电费、运维费用、配套员工工资以及员工培训费用等。下表为本项目设备与场地租金总体投资概算：

单位：万元

项目	新建屏幕投资	改扩建屏幕投资	承包代理屏幕投入	合计	占比
设备投资	25,098.81	2,980.00	-	28,078.81	61.28%
点位租金	9,587.50	411.75	3,075.00*	13,074.25	28.53%
铺底流动资金		4,666.88		4,666.88	10.19%
合计				45,819.94	100%

注：对于承包代理屏幕，点位租金包括该媒体承包权的转让费。

其中，新建屏幕投资明细如下：

单位：万元

城市	数量	总投资
北京	7	7,874.50
上海	9	9,256.81
广州	2	1,700.00
成都	5	4,492.50
沈阳	2	817.50
福州	1	900.00
哈尔滨	1	517.50
合肥	1	305.00
呼和浩特	1	562.50
济南	1	750.00
昆明	2	1,425.00
南昌	1	525.00

城市	数量	总投资
南宁	1	525.00
厦门	1	405.00
石家庄	1	562.50
太原	1	625.00
天津	2	825.00
长春	1	730.00
长沙	3	1,887.50
合计	43	34,686.31

改建、扩建屏幕投资明细如下：

单位：万元

城市	数量	总投资
深圳	1	720.00
广州	1	960.00
南京	1	240.00
郑州	1	700.00
上海	1	360.00
合计	5	3,391.75

承包代理屏幕投资明细如下：

单位：万元

城市	数量	总投资
北京	3	2,925.00
宁波	2	150.00
合计	5	3075.00

5、项目实施方案或要点

（1）总体目标和原则

本项目计划用三年时间，在北京、上海、成都、沈阳、长沙、天津、广州、昆明、厦门、福州、太原、哈尔滨、长春、呼和浩特、济南、石家庄、合肥、南宁、南昌投资建设 43 块 LED 屏幕，改建深圳、广州、南京、上海、郑州 5 块 LED 屏幕，承包代理北京、宁波 5 块 LED 屏幕，从而进一步完善公司的屏幕资

源布局。投资资金拟通过公司上市募集，如募集资金不能满足投资项目的需要，不足部分则由企业自筹资金解决。

（2）项目的组织方式

项目的实施由本公司及各地子、分公司根据屏幕所在地进行建设和日常运营管理。若由子公司建设投资，本公司将预先通过增资方式提供必要的资金支持。公司媒体资源开发与管理中心负责与点位供应方商谈合作，及向各政府主管部门申请行政许可事宜；媒体资源建设与运营中心进行设备采购、现场施工管理、安装调试及验收。

根据本公司 2014 年第一次临时董事会及 2014 年第一次临时股东大会决议，董事会及股东大会授权公司管理层根据行业发展、市场形势、竞争态势等因素，可对户外 LED 屏幕联播网项目中投资金额小于 1,000 万元的单一媒体资源建设项目的具体实施方案进行调整，包括城市布局、具体建设点位、投资方式以及建设时间等；投资金额不低于 1000 万元的单一媒体资源建设项目的实施方案调整由公司董事会审批。如上述具体实施方案的调整涉及募集资金投资项目的变更，还需遵守相关法律法规的审批要求。

（3）项目建设进度

本项目计划用三年时间新建、改扩建及承包代理 53 块户外 LED 屏幕，其中具体屏幕建设规划如下：

	城市	数量	预计建设时间
新建	北京	2	第一年
		2	第二年
		3	第三年
	上海	3	第一年
		3	第二年
		3	第三年
	广州	2	第一年
	成都	1	第一年
		2	第二年
		2	第三年
	沈阳	1	第一年

	城市	数量	预计建设时间
		1	第二年
	福州	1	第二年
	哈尔滨	1	第三年
	合肥	1	第三年
	呼和浩特	1	第三年
	济南	1	第三年
	昆明	1	第一年
		1	第二年
	南昌	1	第三年
	南宁	1	第三年
	厦门	1	第一年
	石家庄	1	第二年
	太原	1	第三年
	天津	1	第一年
		1	第二年
	长春	1	第三年
	长沙	1	第一年
		2	第二年
承包代理	北京	1	第一年
		2	第二年
	宁波	2	第一年
改扩建	深圳	1	第一年
	广州	1	第一年
	南京	1	第一年
	郑州	1	第一年
	上海	1	第一年

(4) 项目经济效益分析

经济效益指标		
年均销售收入	42,795.52	万元
年均净利润	6,331.20	万元
净现值(Ic=12%，所得税后)	5,987.25	万元
净现值(Ic=12%，所得税前)	16,026.57	万元
内部收益率（所得税后）	14.70	%
内部收益率（所得税前）	19.00	%
投资回收期（所得税后）	7.40	年
投资回收期（所得税前）	6.44	年

（二）营销服务网络建设项目

1、项目概述

本项目拟在三年建设期内，在北京、上海、深圳、广州、成都、西安、宁波、长沙、天津、昆明、厦门、福州、太原、哈尔滨、长春、呼和浩特、济南、石家庄、合肥、南宁、南昌等 20 个全国主要城市建设营销、客服、展示中心，在公司媒体资源集中地区更好地贴近客户，进行售前引导与售后维护，同时对公司的 LED 媒体运用技术进行展示，提升公司形象，带动本地区的销售业绩。

本项目的预计总投资额为 10,502.80 万元，其中办公场地购置投资 7,402.00 万元，装修费用 260.00 万元，租金 192.00 万元，办公设备购置投资 805.00 万元，营销、媒介/行政管理人員工资 1,738.80 万元，铺底流动资金 105.00 万元。

2、项目建设的必要性分析

（1）完善公司营销网络全国布局的需要

目前，公司营销网点主要覆盖包括北京、上海、广州、深圳、成都、南京、杭州、武汉、重庆、青岛、郑州、沈阳、天津等 13 个城市。未来，随着公司户外 LED 联播网建设项目的实施，公司媒体资源将进一步覆盖全国市场，其中部分新建媒体资源位于新进入城市，公司现有的营销网络将难以有效、全面的覆盖该等城市，对媒体资源销售造成不利影响。

在这样的背景下，公司需要在新进入城市建设营销服务中心，支持当地 LED 媒体销售与客户服务工作，同时加强北京、上海、广州、深圳、成都五个市场规模较大城市的营销网点建设，从而形成覆盖全国主要城市的营销服务网络。

（2）通过强化营销能力提升盈利能力的需要

公司虽然近年来在国内户外 LED 媒体领域拓展迅速，但面对激烈的市场竞争，如果仅注重获取媒体资源，而没有形成与之相匹配的销售体系和销售实力，将难以充分挖掘 LED 联播网的媒体价值。

因此，公司需要利用本次发行募集资金加快营销网络布局，形成与公司 LED 联播网覆盖范围相匹配的营销网络，一方面大力争取当地优质客户资源，另一方面配合公司总部对全国客户的营销，挖掘市场潜力，提高媒体的销售收入及利润，巩固公司在户外 LED 媒体行业的领先地位。

（3）提升服务时效性及促进服务精细化的需要

经过多年的发展与积累，公司形成了具有自身特色的销售服务模式。公司全程为客户提供精细化、专业化的客户服务，在售前环节，公司注重与客户的沟通，在充分了解客户所处行业、品牌状况和产品定位的基础上，为客户按需定制高效合理的媒介投放策略；在售中环节，公司为客户提供专业的广告制作、广告发布以及媒体播控监测服务，最大程度地提升广告投放效果；在售中环节，公司重视广告效果评估标准和体系的建立，并根据广告客户的反馈意见改进后续服务。

上述营销和服务模式需要营销人员尽可能贴近终端客户，从而更精确的把握客户需求，更及时的为客户提供服务。为此需要公司在屏幕资源集中及市场空间较大的地区建设营销服务中心，增强客户服务体验，引领行业销售模式的精细化发展。

（4）提升公司品牌形象的需要

品牌竞争是市场竞争的关键因素之一，随着我国户外 LED 媒体市场竞争日趋激烈，行业参与者已经不仅局限于点位资源、媒体资源数量、服务质量等层面的竞争，日益重视公司品牌形象的塑造。

在这样的背景下，公司除了在新进入城市建设营销服务中心外，还计划在北京、上海、广州、深圳、成都五个重点城市建设营销展示中心。一方面可向客户展示人屏互动等最新的 LED 媒体应用技术，进行体验式营销；另一方面可向客户展示为其量身定制的广告创意片，并配合市场营销部门举办各种推介活动提升客户体验。通过与竞争对手的差异化竞争，增强公司品牌形象与品牌知名度。

3、项目建设的可行性分析

（1）成功的市场拓展经验为营销网络的建设奠定基础

公司成立以来，凭借专业的媒体运营能力和良好的品牌声誉，迅速在全国获取了 64 块 LED 屏幕，完成了对北京、上海、广州、深圳、成都等城市的营销网点布局，承担了各地市场拓展和销售的主要职能。经过多年积累，公司原有的销售网点业绩良好，且在所在地区内形成了一定的品牌知名度和服务口碑。现有营销网点的运营经验，为扩张全国其他区域网点提供了可复制的成功模式。

本项目实施后，既有城市销售的加强和新兴市场销售的推广将共同提升对公司业绩的正面驱动效果。

（2）公司拥有丰富的管理经验和成熟的管理制度

公司核心管理团队拥有多年相关行业从业经验，熟悉行业的运营和管理模式，具备丰富的营销及服务管理经验。此外，本次募集资金投资项目中信息化建设项目的实施将使管理模式一体化、数字化，可协助公司管理层及时收到各地营销团队的信息反馈，并作出科学和正确的管理决策。这些经验及信息化系统的实施，为营销服务网络的建设提供重要保障。

（3）良好的客户基础为营销网络的建设提供强有力的支持

户外 LED 媒体经过几年发展，以其视觉冲击力强、表现形式多样、对都市高消费力受众定位精准等特性，逐步获得了客户及消费者的认可。本公司凭借领先的媒体运营能力和完善的服务体系，已经在业内建立良好声誉，与一批优质客户建立了长期合作关系。良好的客户基础为公司营销网络的建设提供了强有力的支持，这一优势可以帮助公司迅速切入当地市场，在将原有客户带入新进入市场的同时，也帮助公司赢得当地客户的信赖，降低与客户之间的沟通成本。

4、项目投资概算

本项目的预计总投资额为 10,502.80 万元，其中办公场地购置投资 7,402.00 万元，装修费用 260.00 万元，租金 192.00 万元，办公设备购置投资 805.00 万元，营销、媒介/行政管理人員工资 1,738.80 万元，铺底流动资金 105.00 万元。

下表为本项目设备与场地租金总体投资概算：

单位：万元

项目	投资金额
办公场地购置	7,402.00
办公场地租金	192.00
装修费	260.00
办公设备购置	805.00
人员工资	1,738.80
铺底流动资金	105.00
合计	10,502.80

其中，办公场地的购置、租赁及装修具体投资明细如下：

房产投资	面积 (平方米)	单价 (万元)	办公场地购置总 价 (万元)	办公场地租金 (万元)	装修费 (万元)
北京	-	-	-	-	30.00
上海	560.00	4.50	2,520.00	-	45.00
广州	420.00	4.00	1,680.00	-	40.00
深圳	420.00	4.50	1,890.00	-	35.00
成都	410.00	3.20	1,312.00	-	30.00
西安	-	-	-	12.00	5.00
宁波	-	-	-	12.00	5.00
长沙	-	-	-	12.00	5.00
天津	-	-	-	12.00	5.00
昆明	-	-	-	12.00	5.00
厦门	-	-	-	12.00	5.00
福州	-	-	-	12.00	5.00
太原	-	-	-	12.00	5.00
哈尔滨	-	-	-	12.00	5.00
长春	-	-	-	12.00	5.00
呼和浩特	-	-	-	12.00	5.00
济南	-	-	-	12.00	5.00
石家庄	-	-	-	12.00	5.00
合肥	-	-	-	12.00	5.00
南宁	-	-	-	12.00	5.00
南昌	-	-	-	12.00	5.00
合计	1,810.00	-	7,402.00	192.00	260.00

设备投资中，除上海、广州、深圳及成都四处需要购置房屋的城市外，其余每个网点的设备投资金额均为 3.00 万元。

北京、上海、广州、深圳、成都的设备投资明细如下：

单位：元

设备投资	分类	明细	型号	数量	单价	总价
北京	全彩显示屏	LED 全彩高清显示屏	PH3mm(日本日亚)	10	180,000.00	1,800,000.00
	控制系统	发送卡	联建光电	8	1,100.00	8,800.00
		接收卡+转接卡	联建光电	288	270.00	77,760.00
		功能卡	联建光电	1	550.00	550.00
		显卡	迈创	1	25,000.00	25,000.00
	外设	视频处理器	迈普视通	9	9,300.00	83,700.00
		电脑	联想	1	6,000.00	6,000.00
		配电柜	核心部件施耐德	1	7,200.00	7,200.00
		机柜	19 寸	1	1,250.00	1,250.00
		避雷器	德国盾	1	2,800.00	2,800.00
		操作系统	windows	1	800.00	800.00
		UPS 电源	山特	1	810.00	810.00
		音响	英特尔	2	670.00	1,340.00
		功放	英特尔	1	2,700.00	2,700.00
		前置放大器	英特尔	1	630.00	630.00
	工程结构			1	180,660.00	180,660.00
	小计					2,200,000.00
上海	全彩显示屏	LED 全彩高清显示屏	PH3mm(日本日亚)	6	180,000.00	1,080,000.00
	控制系统	发送卡	联建光电	4	1,100.00	4,400.00
		接收卡+转接卡	联建光电	168	270.00	45,360.00
		功能卡	联建光电	1	550.00	550.00
		显卡	迈创	1	25,000.00	25,000.00
	外设	视频处理器	迈普视通	4	9,300.00	37,200.00
		电脑	联想	1	6,000.00	6,000.00
		配电柜	核心部件施耐德	1	7,200.00	7,200.00
		机柜	19 寸	1	1,250.00	1,250.00
		避雷器	德国盾	1	2,800.00	2,800.00
		操作系统	windows	1	800.00	800.00

设备投资	分类	明细	型号	数量	单价	总价
广州		UPS 电源	山特	1	810.00	810.00
		音响	英特尔	1	670.00	670.00
		功放	英特尔	2	2,700.00	5,400.00
		前置放大器	英特尔	1	630.00	630.00
	工程结构			1	161,930.00	161,930.00
	小计					1,380,000.00
	全彩显示屏	LED 全彩高清显示屏	PH3mm(日本日亚)	6	180,000.00	1,080,000.00
	控制系统	发送卡	联建光电	4	1,100.00	4,400.00
		接收卡+转接卡	联建光电	168	270.00	45,360.00
		功能卡	联建光电	1	550.00	550.00
		显卡	迈创	1	25,000.00	25,000.00
	外设	视频处理器	迈普视通	4	9,300.00	37,200.00
		电脑	联想	1	6,000.00	6,000.00
		配电柜	核心部件施耐德	1	7,200.00	7,200.00
		机柜	19 寸	1	1,250.00	1,250.00
		避雷器	德国盾	1	2,800.00	2,800.00
		操作系统	windows	1	800.00	800.00
		UPS 电源	山特	1	810.00	810.00
		音响	英特尔	1	670.00	670.00
		功放	英特尔	2	2,700.00	5,400.00
		前置放大器	英特尔	1	630.00	630.00
	工程结构			1	131,930.00	131,930.00
	小计					1,350,000.00
深圳	全彩显示屏	LED 全彩高清显示屏	PH3mm(日本日亚)	6	180,000.00	1,080,000.00
	控制系统	发送卡	联建光电	4	1,100.00	4,400.00
		接收卡+转接卡	联建光电	168	270.00	45,360.00
		功能卡	联建光电	1	550.00	550.00
		显卡	迈创	1	25,000.00	25,000.00
	外设	视频处理器	迈普视通	4	9,300.00	37,200.00
		电脑	联想	1	6,000.00	6,000.00
		配电柜	核心部件施耐德	1	7,200.00	7,200.00

设备投资	分类	明细	型号	数量	单价	总价
		德				
		机柜	19 寸	1	1,250.00	1,250.00
		避雷器	德国盾	1	2,800.00	2,800.00
		操作系统	windows	1	800.00	800.00
		UPS 电源	山特	1	810.00	810.00
		音响	英特尔	1	670.00	670.00
		功放	英特尔	2	2,700.00	5,400.00
		前置放大器	英特尔	1	630.00	630.00
	工程结构			1	101,930.00	101,930.00
	小计					1,320,000.00
	全彩显示屏	LED 全彩高清显示屏	PH3mm(日本日亚)	6	180,000.00	1,080,000.00
	控制系统	发送卡	联建光电	4	1,100.00	4,400.00
		接收卡+转接卡	联建光电	168	270.00	45,360.00
		功能卡	联建光电	1	550.00	550.00
		显卡	迈创	1	25,000.00	25,000.00
成都	外设	视频处理器	迈普视通	4	9,300.00	37,200.00
		电脑	联想	1	6,000.00	6,000.00
		配电柜	核心部件施耐德	1	7,200.00	7,200.00
		机柜	19 寸	1	1,250.00	1,250.00
		避雷器	德国盾	1	2,800.00	2,800.00
		操作系统	windows	1	800.00	800.00
		UPS 电源	山特	1	810.00	810.00
		音响	英特尔	1	670.00	670.00
		功放	英特尔	2	2,700.00	5,400.00
		前置放大器	英特尔	1	630.00	630.00
	工程结构			1	101,930.00	101,930.00
	小计					1,320,000.00
其余网点						450,000.00
合计						8,050,000.00

公司人员工资投入为各网点建设期内每年新增人员在当年度工资的总和，具体投资明细如下：

单位：万元

地区	第一年	第二年	第三年	合计
北京	-	75.00	105.00	180.00
上海	30.00	75.00	75.00	180.00
广州	-	120.00	120.00	240.00
深圳	-	-	270.00	270.00
成都	-	96.00	120.00	216.00
西安	40.80	-	-	40.80
宁波	40.80	-	-	40.80
长沙	40.80	-	-	40.80
天津	40.80	-	-	40.80
昆明	40.80	-	-	40.80
厦门	-	40.80	-	40.80
福州	-	-	40.80	40.80
太原	-	-	40.80	40.80
哈尔滨	-	-	40.80	40.80
长春	-	-	40.80	40.80
呼和浩特	-	-	40.80	40.80
济南	-	-	40.80	40.80
石家庄	-	-	40.80	40.80
合肥	-	-	40.80	40.80
南宁	-	-	40.80	40.80
南昌	-	-	40.80	40.80
合计	234.00	406.80	1098.00	1738.80

项目铺底流动资金主要为各个网点日常运营的流动资金，21 个网点的总铺底流动资金为 105.00 万元。

5、项目实施方案或要点

（1）项目建设内容与目标

公司营销服务网络建设项目计划在北京、上海、广州、深圳、成都建设营销展示中心，向客户展示最新的户外 LED 媒体运用技术与广告创意，并配合市场营销部门的业务开拓举办各种推介活动，提升公司品牌知名度；同时，项目计划在公司新建 LED 媒体城市建设营销服务中心，以促进当地媒体的销售业绩，提升公司收入与利润水平。

本项目以公司的市场布局 and 战略发展为依据,加强对核心销售区域的控制力度,持续增强销售区域辐射作用,开辟新的市场。在扩大市场占有率的基础上,提升对屏幕终端的管理控制能力,巩固公司在户外 LED 媒体运营领域的优势地位,保证公司的可持续发展。

(2) 项目选址主要考虑因素及建设地点

公司选择营销网络的位置综合考虑了公司现有及未来媒体资源拓展计划。其中,展示中心的建设主要位于市场规模较大、媒体资源集中的北京、上海、深圳、广州、成都五个城市。新建营销服务中心主要位于公司新建屏幕所在地还没有配套营销中心的城市,为客户提供完善的服务体验,从而带动本地区的销售业绩。

6、项目经济效益分析

本项目不单独核算投资效益,建成后将为公司现有媒体资源及户外 LED 联播网建设项目提供销售及服务支持,提高公司整体盈利能力。

(三) 综合信息化建设项目

1、项目概述

本公司为了进一步提高公司的信息化管理经营效率,提升公司的户外 LED 媒体运用水平,拟建设综合信息化项目。本项目主要包括视频处理系统、联播联控管理系统、媒体智能监控管理系统、客户关系及服务管理系统、协同办公自动化系统以及办公操作系统及软件等等。项目建设周期为 3 年。

本项目的预计总投资额为 1,472.00 万元,其中设备与软件投资 1,293.00 万元,人员工资 79.00 万元,铺底流动资金 100.00 万元。

2、项目建设的必要性分析

(1) 有利于提升公司媒体运用能力

户外 LED 媒体行业虽然应用了先进的 LED 显示技术,但行业的发展和媒体价值的深入发掘仍需持续的技术创新和升级。本公司一直致力于户外 LED 媒体

运用技术的开发和探索，依靠领先的技术实力，自主研发了 LED 媒体联播联控系统、网络监控系统等构成运营模式基础的技术。同时，公司率先将互动技术与户外 LED 媒体结合，使得各种独特的互动式广告创意得以实现，实现了媒体与受众的双向传播。

但是，LED 技术及数字技术、网络技术的发展日新月异，户外 LED 媒体运用的进一步发展要求公司具备更强大的研发能力和更专业的研发设备，而本项目的实施可以帮助公司对现有的 LED 联播联控系统、网络监控系统、互动技术等进行优化升级，进一步巩固公司行业领先的技术研发实力。

（2）有利于更好的满足客户播放需求

不同于传统的电视媒体、报纸媒体等，户外 LED 媒体对信息化的要求更高，这主要表现在：第一，媒体运营公司需要根据客户的广告诉求完成广告创意、活动策划、广告制作等一系列工作，并且随着互动营销、整合营销等营销概念的兴起，对媒体运营商的技术开发能力、创意制作能力提出了更高要求；第二，若客户希望播放已制作完成的广告视频，由于户外 LED 媒体的广告发布效果与屏幕形状、尺寸、分辨率等因素密切相关，需将广告片针对不同的 LED 屏幕进行剪辑和编辑方可实现最佳的播放效果，这也要求媒体运营商具有一定的视频处理能力。

通过本项目的实施，公司可购置先进设备、招聘专业人才，从而提高媒体运用能力，更好的满足客户个性化的广告需求。

（3）有利于提高公司的市场营销与决策管理能力

公司在全国范围内从事户外 LED 媒体运营业务，现已建有 13 个营销服务中心。未来随着募投项目的实施，公司将新建 16 个营销服务中心，从而对公司的经营管理能力提出新的考验。同时，公司经过多年的发展，积累了丰富的客户资源和运营数据，如何对现有资源进行有效管理，深度挖掘客户价值，对进一步提升公司盈利能力具有重要作用。

通过公司综合信息化建设项目的实施，搭建高性能的信息化平台，可以提升公司整体信息互通和流程协作水平。一方面，通过构建统一的、各部门协作的客户资料与客户关系管理平台，方便公司及各营销网点随时查询客户基本信息及客户行业分类、客户开发团队、播出额、账龄、区域统计等细节信息，使销售人员能够有的放矢地开展营销活动；另一方面，公司应用统一的办公系统，优化行政管理、审批管理等与行政办公有关的各项业务流程，可优化公司管理，提升效率。

3、项目建设的可行性分析

（1）严谨的管理体系为公司信息化建设奠定了基础

信息化系统是对公司的物流、资金流、信息流等进行一体化管理的系统，其应用将跨越公司不同部门，实现管理的集成化。而信息化系统建设是否能够顺利实施往往取决于公司的基本管理体系是否结构清晰，制度严谨。

本公司在全国拥有上海、广州、深圳、四川、江苏、浙江六家子公司及湖北、重庆、山东、河南、辽宁五家分公司，经过数年发展已建立了一套较为完善的管理体系，包括战略发展规划、业务流程管理、人力资源管理、财务制度管理等。公司严谨的管理体系为信息化建设的成功实施提供了有力保障。

（2）健全的人才培养机制和内部培训体系为信息化建设提供了人才保障

公司自成立以来，一直致力于人才的培养，在信息化建设方面，培养了一批既通晓信息化技术又对公司业务了解全面的技术骨干，为公司全面信息化管理提供了人才储备与技术保障。未来在项目实施过程中新加入的技术人员可在技术骨干的指导下，迅速、有效、安全地协助进行项目实施工作。

（3）持续不断的信息化建设投入为公司积累了丰富的经验

公司自创立之初就将技术开发实力定位为自身的核心竞争力之一，为此设立了专业技术部门负责 LED 媒体运用技术的开发以及公司的信息化运作。经过数年发展，公司已经开发出户外 LED 屏幕联播联控系统、网络监控系统及人屏互动技术等多项领先技术，在技术研发和信息化建设方面积累了丰富的经验。这有助于公司在本项目实施过程中将现有的技术研发水平发展至一个新的高度。

4、项目投资概算

本项目投资总额共计 1,472.00 万元，其中：项目软、硬件投资投资 1,293.00 万元；人员工资 79.00 万元，主要用于支付相关项目人员一年的工资费用；铺底流动资金 100.00 万元，主要用于建设期内的运维费用、办公费用以及员工培训费用等。下表为本项目总体投资概算：

单位：万元

项目名称	募集资金投入				建设期
	总投资	固定资产	人员工资	铺底流动资金	
综合信息化建设项目	1,472.00	1,293.00	79.00	100.00	3 年

其中，项目主要硬件设备及软件具体投资明细如下：

单位：万元

设备投资	明细	型号	单价	数量	总价
视频处理设备 及软件	工作站	强氧 4732	15.00	6	90.00
	录像机	Sony-hdw1800	20.00	2	40.00
	服务器	OceanStorage S2600T 48T	40.00	1	40.00
	配件	机柜, KVM 切换台, 视频信号 切换矩阵, 监视器	10.00	1	10.00
	软件	Adobe Master Conllection	3.00	10	30.00
		Autodesk	20.00	1	20.00
		其他	-	-	10.00
小计				240.00	
联播联控 管理系统	硬件数据备份系统	DBS 数据备份 (定制服务器备 份模块)	13.50	2	27.00
	远程屏体控制模块	PHX_RC_V2	0.20	50	10.00
	服务器硬件	IBM System x3850 X5(7145N08)	16.50	3	49.50
	网络播控平台软件	PHXLED_BC system V2	120.00	1	120.00
	视频加密存储/传输模块	视频加密系统	10.00	3	30.00
	显示屏播控信号加密模块	PHX_SEC_V2	0.80	50	40.00
	互动素材制作硬件	DELL 图形工作站 T5500	2.50	3	7.50
	播出数据分析系统	PhX_DBA_V2	15.00	1	15.00
	无线微波传输硬件	GIGAWARE x500	14.50	2	29.00
	互动硬件编译软件	BonDev tool 3.22	50.00	1	50.00
	互动视频处理器	唯奥 v603S 定制	4.00	3	12.00

设备投资	明细	型号	单价	数量	总价
	小计	390.00			
媒体智能 监控管理 系统	高清摄像头硬件	海康威视 892-PF-定制	0.40	60	24.00
	监控中心显示硬件	夏普 LCD-60X50A	2.0	7	14.00
	监控服务器	IBM System x3850 X5(7145N08)	16.50	2	33.00
	监控服务平台软件	Monitor_control_v1 服务平台	85.00	1	85.00
	自动报警系统模块	定制模块	0.20	60	12.00
	视频硬件录像机	三星 SRN-1671P	2.50	2	5.00
	小计				173.00
客户关系 及服务管 理系统	业务合同管理系统	自行开发	57.00	1	57.00
	客户管理系统	用友 TurboCRM	76.40	1	76.40
	业务分析软件	用友 TurboDSS	43.20	1	43.20
	企业应用集成系统	用友 TurboEAI	3.00	1	3.00
	机架式服务器	IBM System x3750 M4	16.00	2	32.00
	数据库	SQL Server 2012	3.60	1	3.60
	服务器操作系统	Windows Server 2008 Enterprise	2.40	2	4.80
	小计				220.00
协同办公 自动化系 统	协同办公系统	SharePoint 2007	63.00	1	63
	机架式服务器	IBM System x3750 M4	17.50	1	17.5
	服务器操作系统	Windows Server 2008 Enterprise	2.40	1	2.4
	移动办公设备	IPAD	0.34	21	7.1
	小计				90.00
操作系统 及办公软 件	操作系统	Windows	0.18	300	54.00
	办公软件	Office	0.36	300	108.00
	绘图、广告制作	Photoshop	0.50	14	7.00
	杀毒软件	Norton 360	0.037	300	11.00
	小计				180.00
合计					1,293.00

项目人员工资支付情况如下表所示：

单位：万元

	人员工资	第一年	第二年	第三年	合计
播控	负责人	-	-	-	0.00
	高级技术人员	-	10.00	-	10.00
	中级技术人员	-	8.00	-	8.00

人员工资		第一年	第二年	第三年	合计
	初级技术人员	-	-	-	0.00
	合计	-	18.00	-	18.00
	负责人	-	-	-	0.00
	高级技术人员	-	-	10.00	10.00
	中级技术人员	-	-	8.00	8.00
监控	初级技术人员	-	-	5.00	5.00
	合计	-	-	23.00	23.00
	负责人	-	-	-	0.00
	高级技术人员	-	10.00	-	10.00
	中级技术人员	-	-	-	0.00
视频	初级技术人员	-	5.00	-	5.00
	合计	-	15.00	-	15.00
	负责人	-	-	-	0.00
	高级技术人员	10.00	-	-	10.00
	中级技术人员	8.00	-	-	8.00
信息化	初级技术人员	5.00	-	-	5.00
	合计	23.00	-	-	23.00
	负责人	-	-	-	0.00
	高级技术人员	10.00	-	-	10.00
	中级技术人员	8.00	-	-	8.00
	初级技术人员	5.00	-	-	5.00
	合计	23.00	-	-	23.00
合计		23.00	33.00	23.00	79.00

5、项目实施方案或要点

（1）项目建设目标

公司综合信息化建设项目的目标，一是形成更加专业和全面的技术研发能力以保持公司在技术方面的领先地位，二是建立稳定、高效的信息平台以满足公司内部不断提高的管理需求。

在联播联控系统以及网络监控系统方面，公司将针对不断扩展的 LED 联播网规模对系统进行升级，同时不断扩展其功能，使媒体运用精细化，监控智能化。

在互动技术方面，公司将加大软硬件投入，开发更为多样化的表现形式，拓展营销活动的创意空间。

（2）项目建设内容

序号	项目名称	功能	建设内容
1	视频处理设备	将客户广告片制作成适合 LED 媒体播放的数字化媒体格式；将视频长、宽比进行切割从而适合屏幕具体情况；在客户提供素	配备性能较高设备，未来随着工作量加大需要专门工作站以及专业视频处理软件

序号	项目名称	功能	建设内容
		材基础上将图片、动画文件进行艺术加工	
2	联播联控管理系统	通过总控台将每个屏要播的视屏制作 playlist（播放目录），playlist 与视频文件对应，将 playlist 与视频文件传到当地要播放屏幕的控制系统，从而在总控台统一管理媒体视频播放。	通过研发专门软件将 playlist 制作得更加便于使用，满足客户不同播放要求；对联播联控管理系统进行加密等保护措施
3	媒体智能监控管理系统	对各类播出内容及播出形式进行监控、管理。使客户能够通过公司系统实时了解屏幕播放状态。公司也能实时监控屏幕运行情况从而快速进行维护	摄像头（要求具备智能开关、对转角度的远程控制等功能）；信号、视频文件的传输；系统的建设从而让客户更好的监测；升级服务器设备
4	客户关系及服务管理系统	构建统一的客户资料平台，建立各部门协作的客户服务管理平台。在前端能反映客户基本信息及公司特性，如客户行业分类、重要程度分类以及客户属于何地团队开发及其播出额、账龄、区域统计等信息	委托开发软件、购买软件服务器
5	协同办公自动化系统	实现公司统一的办公系统、行政管理、审批管理等与行政办公有关的各项业务流程	需要采购终端硬件、服务器以及系统
6	操作系统及办公软件	对操作系统及主要办公软件进行更新	主要包括 Windows、Office、Photoshop 以及内网、外网数据库软件采购

6、项目经济效益分析

本项目不单独核算投资效益，建成后将提高公司整体运营与管理效率，进一步发挥公司 LED 联播网的联播联控优势，确保屏幕运行安全。

（四）补充流动资金的合理性及必要性

1、户外 LED 媒体行业整合对公司提出了较高的资金需求

随着 LED 显示技术的普及，全国各地出现了一批地方性的中小型户外 LED 媒体运营企业。此类企业销售能力和技术研发能力较弱，不具备向外省市或全国范围扩张的实力，企业经营主要依赖本地资源，市场竞争力较弱。随着具有全国资源优势 and 资金实力较强的媒体运营企业的发展壮大，针对此类规模较小的地方性媒体运营商的行业整合将会陆续发生，行业集中度将逐步提升。

本公司作为户外 LED 媒体运营的龙头企业，目前在全国多个重点城市已完成了 64 块点位资源的布局，伴随着公司全国点位资源优势的不断增强，公司迫切需要通过兼并收购二、三线城市的中小型户外 LED 媒体运营企业实现规模的持续扩张，以进一步增加联播网的覆盖范围和网络密度，因而对公司提出了较高的营运资金需求。

2、本公司的自有资金无法满足媒体产业链延伸带来的资金缺口

根据公司的长期发展战略，伴随着户外 LED 媒体联播网全国布局的逐步完成，本公司会根据发展的需要延伸媒体产业链，适时开拓其他相关媒体业务（如互联网媒体资源），通过不同媒体资源的优势互补，实现协同效应和规模效应。为实现延伸媒体产业链的战略目标，本公司需大量资金用于收购相关媒体运营公司或资产，同时考虑到公司的营运资金主要用于满足日常业务运营的需要，因此媒体产业链的延伸和新业务的开拓存在着较大的资金缺口。

3、公司的商业模式和固定资产特点决定了传统债务融资的效率较低

本公司主要从事户外 LED 媒体运营业务。公司通过与媒体点位供应方（包括物业业主、物业公司及其授权经营单位）签订租赁协议的方式获取点位资源，并以招标方式选定 LED 屏幕设备供应商建设屏幕，最终形成 LED 媒体资源。LED 显示屏是公司最主要的固定资产，2012-2014 年 LED 显示屏净值分别占到固定资产净值的 98.76%、54.81%、56.15%。鉴于主要固定资产 LED 显示屏的特点以及考虑到媒体点位资源主要系租赁获得，本公司 LED 显示屏若作为抵押物进行融资时抵押率较低，导致本公司传统债务融资效率较为低下，即公司业务发展和规模扩张带来的资金缺口将主要通过股权融资的方式给予补充。

综上，为满足公司业务持续增长的需要，缓解公司面临的流动资金缺口，本公司计划募集 24,769.00 万元用于补充营运资金。

三、募集资金运用对本公司经营和财务状况的影响

（一）对公司整体竞争力的影响

本次募集资金投资项目实施后，公司的户外 LED 媒体数量将大幅增加，覆盖范围和密度也将显著提高。公司率先占领各地优质点位资源，有利于保障公司的行业领先地位；通过在全国一线城市布局建设营销展示中心，进一步提升公司品牌形象；在公司新进入城市建设营销服务中心，为客户提供本地化服务，有利于带动当地媒体销售业绩的增长；综合信息化系统可巩固公司的技术研发优势，并加强公司管理及运营水平。总体而言，通过实施上述项目，将全面提高公司的整体竞争力。

（二）对销售收入及盈利能力的影响

若募集资金投资项目能够顺利实施，将显著增强公司的媒体资源实力，并提高公司在研发、服务、销售等各方面的实力，从而进一步提升公司的媒体经营水平。募集资金投资项目全部建成后，公司的盈利能力将得到全面提升，公司业务将更具可持续发展能力。

（三）对净资产收益率的影响

本次募集资金到位后，公司的净资产将大幅增加。而募集资金投资项目由于存在一定的建设期和市场导入期，难以立刻实现较高的效益水平，因此净资产收益率在短期内可能出现一定下降。随着募集资金投资项目建成、新建媒体销售逐渐步入正轨，公司的营业收入和利润水平将会增加，净资产收益率也将逐渐回升。

（四）折旧摊销对未来经营成果的影响

本次募集资金投资项目实施后，公司非流动资产将有较大规模增长。由于募集资金投资项目效益的实现需要一定时间，因此短期内利润会受到一定的影响。按照公司现行的折旧摊销政策，在本项目建成投产后，年增加折旧摊销情况如下表所示：

单位：万元

项目	房屋建筑物、设备年折旧额	无形资产年摊销额	小计
户外 LED 屏幕联播网建设项目	2,807.88	-	2,807.88
营销服务网络建设项目	323.13	-	323.13
综合信息化项目	-	129.30	129.30
合计	3,131.01	129.30	3,260.31

根据上表结果，本次募集资金投资项目正常运行后，非流动资产增幅较大，在完全不考虑项目实施效益而仅从增加的折旧和摊销来看，每年将相应减少利润总额 3,260.31 万元。但随着项目实施后效益的逐步显现，新增折旧摊销对未来经营业绩的影响有限。

第十四节 股利分配政策

一、本次发行前的股利分配政策

本公司根据中国财务会计制度、相关法律法规和《公司章程》的规定制订了以下股利分配政策：

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。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但公司章程规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润；

2、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，资本公积金不得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不得少于转增前公司注册资本的 25%；

3、公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项；

4、公司实行持续、稳定的利润分配政策，具体分配政策由公司董事会根据中国证监会的有关规定和公司实际情况确定，由股东大会审议决定。在有条件的情况下，公司可根据实际盈利情况进行中期现金分红。

公司的利润分配应充分重视投资者的利益，但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。

二、报告期内股利分配情况

根据第一届董事会第三次会议及 2011 年度股东大会决议，公司 2011 年实现可供分配的未分配利润 4,931.75 万元，实际应分配给股东的利润为 1,400 万元，由股东按持股比例进行现金分配。

根据第一届董事会第六次会议及 2012 年度股东大会决议，公司 2012 年度利润分配方案为：提取公司未分配利润中的人民币 1,540 万元，以公司股本总额 1.54 亿股为基数，按股东的持股比例进行分配（含税），其余未分配利润结转下一年度。

根据第一届董事会第九次会议及 2013 年度股东大会决议，公司 2013 年度利润分配方案为：提取公司未分配利润中的人民币 2,310 万元，以公司股本总额 1.54 亿股为基数，按股东的持股比例进行分配（含税），其余未分配利润结转下一年度。

根据第二届董事会第三次会议及 2014 年度股东大会决议，公司 2014 年度利润分配方案为：提取公司未分配利润中的人民币 6,160 万元，以公司股本总额 1.54 亿股为基数，按股东的持股比例进行分配（含税），其余未分配利润结转下一年度。

除上述股利分配外，报告期内无其他股利分配事项。

三、本次发行前滚存利润分配方案和已履行的决策程序

根据公司于 2013 年 2 月 28 日召开的第一届董事会第六次会议决议以及 2013 年 3 月 20 日召开的 2012 年度股东大会的审议结果，本次发行完成前的滚存未分配利润余额由新老股东按本次发行后各自持有公司的股份比例享有。

四、本次发行后的股利分配政策及上市后三年分红规划

（一）本次发行后的股利分配政策

根据公司于 2014 年 6 月 5 日召开的 2014 年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司股票发行后的股利分配政策主要包括：

1、利润分配原则

公司利润分配将基于以下两项基本原则：

着眼于长远和可持续发展，综合考虑公司实际情况、发展目标，重视对社会公众股东的合理投资回报，以可持续发展和维护股东权益为宗旨，应保持利润分配政策的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定。

2、利润分配的形式

公司可采用现金、股票或者现金与股票相结合或者法律许可的其他方式分配股利，并优先采用现金分红的利润分配方式。具备现金分红条件的，应当优先采取现金分红进行利润分配。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

3、利润分配的条件

公司当年如实现盈利且该年度实现的可供分配利润为正时，原则上应当进行年度利润分配。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

（1）现金分红的条件

公司实施现金分红须同时满足以下条件：

- 1) 公司当年盈利且该年度实现的可供分配利润为正值；
- 2) 审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
- 3) 公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）；
- 4) 公司现金流为正值，能满足公司正常生产经营的资金需求，实施现金分红不会影响公司后续持续经营和长远发展。

公司当年经营活动产生的现金流量净额为负时可以不进行现金分红。

（2）现金分红的比例

在满足现金分红的条件下，公司每年以现金分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%，且最近三年以现金方式累计分配的利润应不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%，因特殊情况无法达到上述比例的，董事会应做出特别说明，由股东大会审批。如果董事会在公司满足现金分红条件的情况下拟不进行现金分红，董事会应当在决议中说明不进行现金分红的原因。

4、现金分红的时间间隔

原则上公司按年度将可供分配的利润进行分配，必要时董事会可以结合公司实际盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并充分听取股东（特别是中小股东及公众投资者）、独立董事和监事的意见，提议进行中期利润分配，并经公司股东大会表决通过后实施。

5、发放股票股利的具体条件

在满足上述现金分配股利之余，结合公司股本规模和公司股票价格情况，发

放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，公司可以由董事会拟定股票股利分配预案，经股东大会审议通过后，进行股票股利分配。公司采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

6、利润分配政策及具体利润分配方案的调整

公司因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，公司董事会应以保护股东权益为出发点，详细论证其原因及合理性，在股东提案中详细论证和说明利润分配政策调整的原因，注重对投资者利益的保护并给予投资者稳定回报。公司制订或修改利润分配政策时，独立董事应发表独立意见。独立董事可以征集中小股东对分红政策调整方案的意见，并直接提交董事会审议。

董事会应就制订或修改利润分配政策做出预案，该预案应经全体董事过半数以上表决通过方可提交股东大会审议。股东大会审议制订或修改利润分配政策的议案时，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 $\frac{2}{3}$ 以上通过，且调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和公司上市的证券交易所的有关规定。股东大会对利润分配调整方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（二）上市后三年的分红规划

2014 年 6 月 5 日，本公司 2014 年第一次临时股东大会审议通过了《股票发行上市后三年（含发行当年）股东分红回报规划》的议案，约定了上市后 3 年股东回报规划。

1、公司制定本规划考虑的因素

（1）着眼于公司长远和可持续发展，综合考虑公司实际情况、发展目标、股东意愿和要求以及外部融资成本等因素；

(2) 充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、所处发展阶段、项目投资资金需求、银行信贷及债权融资环境等情况；

(3) 平衡股东的合理投资回报和公司的长远发展；

(4) 保证利润分配政策的连续性和稳定性。

2、本规划的制定原则

公司董事会根据公司章程确定的利润分配政策制定规划。公司应保持利润分配政策的连续性和稳定性，重视对投资者的合理投资回报，兼顾公司的可持续发展，以可持续发展和维护股东权益为宗旨，并符合法律、法规的相关规定。在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司将积极采取现金方式分配利润。公司董事会和股东大会对利润分配政策作出调整的具体条件、决策程序和论证过程中应充分听取独立董事和中小股东的意见，并严格履行信息披露义务。

3、公司上市后三年的股东回报规划

公司在上市后三年（含当年）计划将为股东提供以下投资回报：

(1) 未来三个年度内，在满足现金分红条件时，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%，且最近三年以现金方式累计分配的利润应不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%，因特殊情况无法达到上述比例的，董事会应做出特别说明，由股东大会审批。如果董事会在公司满足现金分红条件的情况下拟不进行现金分红，董事会应当在决议中说明不进行现金分红的原因。

(2) 公司目前发展阶段属于成长期且未来有重大资金投入支出安排，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

(3) 在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配。公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并交付股东大会审议。公司将接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

公司确定本最低现金分红比例主要考虑下述因素：

（1）未来几年，我国户外 LED 媒体运营行业预计将处于快速增长的阶段，公司需要保持一定的内生资本增长以应对业务规模扩张带来的资金需求。

（2）目前，全球经济仍未明显复苏，中国经济面临结构性调整等因素，导致未来我国金融市场形势、社会资金成本和外部融资环境具有一定的不确定性，公司亦需要维持一定规模的权益性资本。

随着公司屏幕媒体资源和基础设施的不断完善，募集资金投资项目效益的逐步显现，公司将综合分析企业经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素，充分考虑公司当期及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、银行信贷及债权融资环境等情况，逐步增大现金分红比例，为投资者带来更大的投资回报。

4、利润分配政策及具体利润分配方案的论证、决策及调整程序

（1）利润分配政策研究论证程序和决策机制

1）公司因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，公司董事会应以保护股东权益为出发点，详细论证其原因及合理性，在股东提案中详细论证和说明利润分配政策调整的原因，注重对投资者利益的保护并给予投资者稳定回报。公司制订或修改利润分配政策时，独立董事应发表独立意见。独立董事可以征集中小股东对分红政策调整方案的意见，并直接提交董事会审议。

2）监事会应当对利润分配调整方案提出明确书面意见，同意利润分配调整方案的，应经全体监事过半数通过；如不同意利润分配调整方案的，监事应提出不同意的事实、理由，并可建议董事会重新制定利润分配调整方案。

3）董事会应就制订或修改利润分配政策做出预案，该预案应经全体董事过半数以上表决通过方可提交股东大会审议。股东大会审议制订或修改利润分配政策的议案时，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过，且调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和公司上市的证券交易

所的有关规定。股东大会对利润分配调整方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（2）具体利润分配方案的制定及审议

1) 公司董事会应根据公司利润分配政策以及公司的实际情况制定当年的利润分配方案。董事会在制定利润分配方案和现金分红具体方案时，应当以保护股东权益为出发点，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜。独立董事应对利润分配方案发表明确意见。公司利润分配具体方案由董事会全体董事审议过半数表决通过并提交股东大会。

2) 监事会应当就利润分配的提案提出明确书面意见，同意利润分配提案的，应经全体监事过半数通过；如不同意利润分配提案的，应载明不同意的的事实、理由，并可建议董事会重新制定利润分配提案。

3) 利润分配方案经上述程序后，由董事会提议召开股东大会，并报股东大会批准。利润分配方案应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 $\frac{2}{3}$ 以上通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

5、股东回报规划的制定周期和相关决策机制

（1）公司董事会需确保每三年重新审阅一次本规划，并根据形势或政策变化进行及时、合理地修订，确保其内容不违反相关法律法规和公司章程确定的利润分配政策。

（2）未来三年，如因外部经营环境或自身经营状态发生重大变化而需要对本规划进行调整的，新的股东回报规划应符合相关法律法规和公司章程的规定。

（3）调整或变更股东回报规划的相关议案由董事会起草制定，并经独立董事认可后方能提交董事会审议，独立董事及监事会应当对利润分配政策的调整或

变更发表意见；相关议案经董事会审议后提交股东大会，并经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过。

（4）有关公司审议调整或者变更股东回报规划的股东大会，董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露与投资者服务

（一）责任机构

负责信息披露和投资者关系的部门：董事会办公室

联系人：刘莉

电话：010-65207526

传真：010-65207526

电子信箱：ir@pmm.cn

地址：北京市朝阳区朝阳公园南路凤凰国际传媒中心南楼五层

（二）信息披露

1、根据《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则（2008 年修订）》、《上市公司信息披露管理办法》和公司章程的规定，本公司结合公司实际情况，制定了《凤凰都市传媒科技股份有限公司信息披露管理办法》。本公司上市后将严格按照有关规定披露信息，确保信息披露真实、准确、完整、及时、合法，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2、公司及其全体董事、监事、高级管理人员应当保证公司披露信息的真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

3、公司信息披露形式包括定期报告、临时报告以及相关法律、法规规定的其他信息披露形式。公司定期报告和临时报告以及相关信息披露义务人的公告经上海证券交易所登记后，应当在中国证监会指定的媒体上披露。

4、公司信息披露义务人在公司网站及其他媒体发布信息的时间不得先于指定媒体，不得以新闻发布或者答记者问等任何形式代替应当履行的报告、公告义

务，不得以定期报告形式代替应当履行的临时报告义务。信息披露义务人应当将信息披露公告文稿和相关备查文件报送中国证券监督管理委员会北京监管局，并置备于公司住所供社会公众查阅。

5、本公司的信息披露事务管理制度由董事会负责建立和实施，由董事长作为实施信息披露事务管理制度的第一责任人，并由董事会秘书负责具体协调。董事会办公室为公司信息披露事务的管理部门。

（三）投资者关系

1、为促进本公司诚信自律、规范运作，保持本公司诚信、公正、透明的对外形象，加强与投资者之间的信息沟通，促进投资者对本公司的了解和认同，更好地服务于投资者，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《上市公司与投资者关系工作指引》、《上海证券交易所股票上市规则（2012 年修订）》及其他适用法律、法规、规范性文件以及公司章程的规定，结合本公司实际情况，本公司制定了《凤凰都市传媒科技股份有限公司投资者关系管理办法制度》。

2、本公司投资者关系管理遵循合规披露信息原则、充分披露信息原则、公平披露信息原则、诚实守信原则、高效低耗原则、互动沟通原则及保密性原则等基本原则。

3、董事长是公司投资者关系管理工作全面负责人，从宏观上领导和指导公司投资者关系管理工作，主持、参加重大投资者关系活动。董事长不能出席的情况下，除法律法规或《公司章程》另有规定外，由总裁主持参加重大投资者关系活动。

4、董事会秘书为投资者关系管理具体负责人，具体负责策划、安排和组织各类投资者关系管理活动。董事会办公室为公司与投资者沟通的常设部门，在董事会秘书的领导下负责投资者关系管理的日常工作。

二、重大商务合同

（一）重大广告投放合同

截至 2015 年 2 月 28 日，本公司正在执行（包含尾款尚未完全收到的）合同标的额或累计销售金额在 500 万元以上的广告投放合同如下：

序号	合同名称	合同对方	签约主体	内容摘要	合同金额	投放期限
1	《凤凰都市传媒广告投放代理合同》	深圳市中港文化传播有限责任公司	本公司	根据中国移动的要求在本公司的户外媒体资源上投放广告	不超过 1,000 万元	2013 年 7 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日
2	《广告投放合同》	北京联合双赢广告有限公司	本公司	按照约定的播放时段、频次，在合同约定的户外媒体上投放客户广告	900 万元	2013 年 12 月 1 日至 2016 年 11 月 30 日
3	《广告投放合同》	四川福斯广告有限公司	本公司	按照约定的播放时段、频次，在合同约定的户外媒体上投放客户广告	661.51 万元	2013 年 11 月 11 日至 2016 年 11 月 10 日
4	《广告投放合同》	米诺广告（天津）有限公司	本公司	按照约定的播放时段、频次，在合同约定的户外媒体上投放客户广告	600 万元	2014 年 5 月 1 日至 2017 年 4 月 15 日
5	《广告发布合同》	广汽本田汽车有限公司	本公司	按照约定的广告媒体形式、发布期等，在合同约定的媒体上投放客户广告	1,000 万元	2014 年 5 月 1 日至 2015 年 4 月 30 日
6	《广告投放合同》	传讯（北京）广告有限公司	本公司	按照约定的播放时段、频次，在合同约定的户外媒体上投放客户广告	1,000 万元	2014 年 6 月 20 日至 2015 年 6 月 19 日
7	《广告投放合同》	交通银行股份有限公司	本公司	按照约定的播放时段、频次，在合同约定的户外媒体上投放客户广告	600 万元	2014 年 7 月 28 日至 2015 年 7 月 31 日
8	《户外 LED 广告发布	苏酒集团贸易股份有	本公司	按照约定的播放时段、频次，在合同约定的户	1,000 万元	2014 年 9 月 8 日至

序号	合同名称	合同对方	签约主体	内容摘要	合同金额	投放期限
	合同》	限公司		外媒体上投放客户广告		2015 年 9 月 7 日
9	《广告投放合同》	湖北劲牌保健酒业有限公司	本公司	按照约定的播放时段、频次，在合同约定的户外媒体上投放客户广告	1,200 万元	2014 年 9 月 5 日至 2015 年 9 月 4 日
10	《电子屏幕广告发布合同》	泸州老窖股份有限公司	本公司	按照约定的播放时段、频次，在合同约定的户外媒体上投放客户广告	731.9177 万元	2014 年 6 月 9 日至 2015 年 4 月 27 日
11	《房地产行业独家代理合同》	深圳市凤翔九天传媒有限公司	本公司	按照约定的播放时段、频次，在合同约定的户外媒体上投放客户广告	2,522 万元	2015 年 2 月 1 日至 2018 年 1 月 31 日
12	《天时大屏苏宁屏行业代理合同》	南京华谦广告有限公司	本公司	按照约定期限内，在合同约定的户外媒体上投放特定行业的客户广告	1,033 万元	2015 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日
13	《广告投放合同》	仁德企业有限公司	本公司	按照约定的播放时段、频次，在合同约定的户外媒体上投放客户广告	1,259.98 万元	2015 年 2 月 9 日至 2015 年 5 月 9 日

（二）重大采购合同

1、重大 LED 屏幕采购合同

截至 2015 年 2 月 28 日，本公司正在执行的（包含尾款尚未全部支付的）合同标的额或累计发生的采购成本超过 500 万元的采购合同如下表所示。

序号	合同名称	合同对方	签约主体	合同内容摘要	合同金额	预计交付时间	验收条款
1	《广州太古 LED 显示屏项目供货及服务合同》及《补充协议书》、《补充	深圳市联建光电股份有限公司	本公司	制造本公司位于广州市天河东路的 LED 显示屏及显示屏系统，并负责显示屏及系统的安装、调试与维护；迁移	596.86 万元	2012 年 1 月 10 日	本公司在验收合格满一年后支付合同总额的 5%

序号	合同名称	合同对方	签约主体	合同内容摘要	合同金额	预计交付时间	验收条款
协议书（II）》							
2	《深圳南山中国电信南 油通信机楼 LED 显示屏 项目供货及服务合同》	深圳市联建光电 股份有限公司	本公司	为本公司制造位于深圳市南山区中国电信南 油通信机楼楼面 LED 显示屏及系统，并负责 显示屏及系统的安装、调试与维护	539.05 万元	2013 年 3 月 15 日	本公司在验收合格 满一年后支付合同 总额的 5%
3	《大连南航宾馆 LED 显 示屏项目供货及服务合 同》	嘉善三思光电技 术有限公司	本公司	大连南航宾馆项目的户外全彩大屏的制造、 安装、调试与维护	573.21 万元	2013 年 7 月 15 日	本公司在验收合格 满一年后支付合同 总额的 5%
4	《北京国旅大厦 LED 显 示屏项目供货及服务合 同》	嘉善三思光电技 术有限公司	本公司	位于北京市金宝街国旅大厦观光电梯幕墙五 至十层户外全彩 LED 显示屏系统的制造、安 装、调试与维护	590.99 万元	2014 年 8 月 20 日	本公司在验收合格 满一年后支付 5% 的合同尾款

2、与 LED 媒体资源相关的合同

（1）自主运营媒体资源的相关协议

截至 2015 年 2 月 28 日，本公司自主运营的媒体资源中，正在执行的合同标的额超过 500 万元的合同共 55 项，如下表所示：

序号	所在城市	物业位置	签约主体	合同对方
1	北京	西单君太百货	本公司	北京太运大厦有限公司、北京君太太平洋百货有限公司
2	北京	西直门交通枢纽	本公司	北京公共交通控股（集团）有限公司鸿运承物业管理中心
3	北京	中关村鼎好电子大厦	本公司	北京鼎固房地产开发有限公司
4	北京	崇文门搜秀商城	本公司	北京搜秀商业管理有限公司
5	北京	王府井世纪大厦	本公司	北京大华环球广告有限公司
6	北京	中服大厦	本公司	中国服装集团公司
7	北京	国旅大厦	本公司	中国国旅集团有限公司
8	上海	南京西路静安寺百乐门	上海公司	上海百乐门大酒店有限公司
9	上海	人民广场来福士广场	上海公司	上海华庆房地产开发有限公司
10	上海	淮海路恒积大厦	上海公司	上海佰腾光电科技有限公司
11	上海	大沪饭店	上海公司	上海元君广告传播有限公司
12	上海	中山公园上海书城	上海公司	上海优动广告传播有限公司
13	上海	淮海中路新华联商厦	上海公司	上海飞帆广告有限公司
14	上海	南京东路东方商厦	上海公司	上海飞帆广告有限公司
15	上海	浦东世纪大道金茂大厦	本公司	上海骏闾广告传播有限公司

序号	所在城市	物业位置	签约主体	合同对方
16	广州	北京路潮楼	广州公司	广东潮楼商业有限公司、广州永业酒店投资管理有限公司
17	广州	海珠广场缤缤时装	广州公司	广东海印缤缤广场商业有限公司
18	广州	江南西广百新一城	广州公司	广州市广百新一城商贸有限公司
19	广州	上下九赛博广场	广州公司	广州市新丽东投资有限公司
20	广州	天河广晟大厦	广州公司	广州市国翔置业有限公司
21	广州	天河广晟大厦	广州公司	广州俊翔物业管理有限公司
22	广州	天河路购书中心	广州公司	广州市新华书店集团有限公司
23	广州	天河北中石化大厦	广州公司	广州金贸房地产开发有限公司
24	广州	太古汇	广州公司	广州市凤合凰文化传播有限公司
25	广州	天河万菱汇广场	本公司	广州市恒智三利广告有限公司
26	深圳	CBD 中心区凤凰大厦	深圳公司	深圳市润时投资有限公司
27	深圳	深南大道东门振华大厦	深圳公司	深圳振华集团有限公司
28	深圳	罗湖口岸联检楼	深圳公司	深圳市口岸广告公司
29	深圳	华强北赛博数码广场	深圳公司	深圳市零七物业管理有限公司
30	深圳	深南大道中电大厦	深圳公司	深圳中电投资股份有限公司
31	深圳	深南大道万象城	深圳公司	南方电网传媒有限公司
32	深圳	南山商圈电信大厦	深圳公司	中国电信股份有限公司深圳分公司
33	成都	春熙路阳光百货	四川公司	成都蜀工投资中心
34	成都	跳伞塔数码大厦	四川公司	上海佰腾光电科技有限责任公司
35	成都	人民南路仁恒广场	四川公司	四川利远置业有限公司
36	成都	天府广场远东百货*	四川公司	成都百扬实业有限公司
37	重庆	解放碑重庆百货	本公司	重庆百货大楼股份有限公司

序号	所在城市	物业位置	签约主体	合同对方
38	青岛	香港中路新闻中心	本公司	青岛无极传媒有限公司
39	青岛	流亭机场	本公司	青岛国际机场集团有限公司
40	南京	湖南路苏宁环球国际广场	江苏公司	南京苏宁房地产开发有限公司苏宁环球购物中心
41	南京	新街口天时大厦	本公司	南京创想广告有限公司 基泰房地产开发（南京）有限公司
42	苏州	第一百货	江苏公司	苏州第一百货有限责任公司
43	杭州	延安路杭州百货大楼	杭州公司	百大集团股份有限公司杭州百货大楼
44	沈阳	市府大路恒盟商厦	本公司	辽宁恒盟房屋开发有限公司
45	沈阳	人才市场	本公司	沈阳人才交流服务经营管理中心
46	沈阳	桃仙机场	本公司	辽宁省机场管理集团有限公司广告分公司
47	天津	南京路津汇广场	本公司	天津市佰扬兆俊广告有限公司
48	天津	凯德大厦	本公司	东津房地产开发（天津）有限公司
49	济南	泉城路彩云大厦	本公司	济南坤容广告传媒有限公司/济南甫臣信息技术有限公司
50	郑州	二七广场商城大厦	本公司	河南省商城大厦有限责任公司
51	大连	大连国际机场	本公司	大连新瑞广告有限公司
52	武汉	汉口江汉路平安大厦	本公司	武汉昌隆广告发展有限公司
53	武汉	中建三局	本公司	中建三局房地产开发有限公司
54	无锡	中山路大洋百货	江苏公司	无锡市户外广告阵地（设施）使用权出让管理领导小组办公室
55	无锡	三阳百盛	江苏公司	无锡市户外广告阵地（设施）使用权出让管理领导小组办公室

注：根据协议，本公司拥有上述媒体资源的播控权。

（2）承包代理协议

截至 2015 年 2 月 28 日，本公司承包代理的媒体资源中，正在执行的合同标的额超过 500 万元的协议共 2 项，如下表所示。

序号	所在城市	物业位置	签约主体	合同对方
1	大连	中山路天安国际大厦	本公司	大连新瑞广告有限公司
2	宁波	三江口邮政大厦	本公司	浙江联合动力传媒广告有限公司

（三）重大贷款授信合同

截至 2015 年 2 月 28 日，本公司获得超过 500 万元的重大贷款授信合同共 1 项，如下表所示。

序号	合同名称	签约主体	授信人	授信金额	授信期限
1	《授信协议》	本公司	招商银行股份有限公司 北京亚运村支行	5,000 万元	2014 年 10 月 13 日- 2015 年 10 月 12 日

三、对外担保情况

截至 2014 年 12 月 31 日，本公司不存在任何对外担保行为。

四、重大诉讼与仲裁

（一）本公司重大诉讼、仲裁事项

截至本招股书签署日，除下述诉讼、仲裁案件外，本公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动以及未来发展前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项：

1、本公司与深圳市九维广告有限公司（以下简称“九维广告”）广告合同纠纷诉讼案

本公司于与深圳市九维广告有限公司（以下简称“九维广告”）广告合同纠纷诉讼案，深圳市福田区人民法院于 2013 年 9 月 10 日作出（2013）深福法民二初字第 2645 号《民事判决书》判决：九维广告支付广告费 24.72 万元，并承担案件受理费及保全费。《民事判决书》生效后，九维广告拒不履行付款义务，2013 年 12 月 18 日深圳市福田区人民法院受理了本公司强制执行申请。2014 年 11 月 4 日，深圳市福田区人民法院出具（2013）深福法执字第 741、854 号《财产分配方案》，本公司、参与分配申请人深圳雅仕城广告有限公司对九维广告的债权均无优先受偿权。据此，本公司根据债权比例获得参与分配金额为 126,920.19 元，余下债权 120,279.81 元尚未执行到位。截至本招股说明书出具之日，该案件已中止执行。

上述诉讼案件中，本公司与九维广告的权利义务关系已经生效判决确认，且本公司已计提坏帐准备比例 50%。

本公司律师认为，案件已经法院强制执行，余下款项未能偿付，但该金额对本公司的经营及业绩影响不大，不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响，亦不会对本次发行上市构成实质性障碍。

2、广州公司与广州宏城广告有限公司（以下简称“广州宏城”）合作合同纠纷仲裁案

广州公司于 2012 年 2 月 7 日向广州仲裁委员会提请仲裁，请求裁决：广州宏城支付广告费 3,531,170 元及违约金 1,361,836 元，并承担仲裁费用、保全费用。

2012 年 5 月 4 日，广州宏城向广州仲裁委员会提起反请求，请求裁决：广州公司提供广州天河路广晟大厦 LED 电子显示屏自 2010 年 8 月 20 日至 2012 年 5 月 4 日的播放记录及全部第三方广告播出监测报告；并支付 2010 年 8 月 20 日至 2011 年 8 月 19 日的部分广告费结算费用款 400 万元整；同时承担本案的全部仲裁费用。

广州市仲裁委员会于 2012 年 8 月 30 日作出(2012)穗仲案字第 278 号《裁决书》，裁决：广州宏城向广州公司支付广告费 3,464,974 元；对广州公司的其他仲裁请求不予支持；对广州宏城的仲裁反请求不予支持。

《裁决书》生效后，广州宏城拒不履行付款义务，广州公司于 2012 年 10 月 22 日，向广州市中级人民法院申请强制执行。2012 年 11 月 14 日，广州市中级人民法院作出（2012）穗中法执字第 2200 号《执行裁决书》，指定广州市天河区人民法院执行。截至招股说明书签署之日，该款项尚未执行到位。

上述仲裁案件中，本公司与广州宏城的权利义务关系已经生效判决确认，并进入执行程序。本公司已全额计提坏帐准备。

本公司律师认为，上述仲裁案件对过往经营和业绩的财务数据所产生的影响已在审计报告中如实披露；上述诉讼、仲裁案件所涉及的交易时间较早，根据本公司当前的法人治理结构和内部控制制度，上述诉讼、仲裁案件不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响。

3、本公司与北京斐思态广告有限公司（以下简称“斐思态”）广告合同纠纷诉讼案

本公司分别于 2009 年 12 月 30 日、2010 年 2 月 1 日、2010 年 3 月 5 日与斐思态签订《广告投放合同》（合同编号分别为：BJ091230S238、BJ100201S46、BJ100301S81，斐思态拖欠广告费分别为 70 万元、115 万元、90 万元）。根据前述合同，本公司于 2012 年 2 月 7 日向北京市朝阳区人民法院分别提起诉讼，请求斐思态支付前述拖欠的广告费并支付违约金、承担诉讼费用。

2012 年 5 月 17 日，北京市朝阳区人民法院分别作出（2012）朝民初字第 09256 号、（2012）朝民初字第 09257 号、（2012）朝民初字第 09258 号《民事调解书》，双方达成协议，斐思态于 2012 年 8 月 1 日前向本公司支付前述广告费（合计 275 万元）；如斐思态未如期足额支付上述款项，须赔偿利息损失。2012 年 8 月 2 日，本公司向北京市朝阳区人民法院分别申请强制执行。截至招股说明书签署之日，该款项尚未执行到位。

上述诉讼案件中，本公司与斐思态的权利义务关系已经生效判决确认，并进入执行程序。本公司已全额计提坏帐准备。

本公司律师认为，上述诉讼、仲裁案件对过往经营和业绩的财务数据所产生的影响已在审计报告中如实披露；上述诉讼、仲裁案件所涉及的交易时间较早，根据本公司当前的法人治理结构和内部控制制度，上述诉讼、仲裁案件不会对公司的持续经营能力产生实质性影响。

4、本公司与南京元通置业有限公司（以下简称“元通置业”）广告合同纠纷诉讼案

本公司于 2013 年 5 月 14 日向南京市江宁区人民法院提起诉讼，请求元通置业支付拖欠的广告费 264 万元，支付逾期付款的利息 38 万元；并承担诉讼费。2013 年 7 月，本公司与元通置业、南京金塔溧都房地产开发有限公司（以下简称“南京金塔”）签署《和解协议》，约定：本公司与南京金塔签署溧房预售合字 2013501805 号、溧房预售合字 2013501806 号《溧水县商品房预售合同》，南京金塔将洪蓝镇金牛北路 666 号溧都桂苑 01 幢 06、03 室办理房产冲抵广告费，并到南京市溧水区房地产管理所办理商品房预告登记。剩余房产价值 763,543

元，本公司与元通置业签订新的广告投放合同抵销，截至本招股说明书出具之日，该等房产尚未完成过户，广告投放合同已经履行完毕。

本公司律师认为，上述诉讼案件本公司已与对方达成和解协议，对方已通过商品房抵偿该项诉讼所涉及的债务并已执行完毕，不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响。

5、本公司与北京瑞和信达企业形象顾问有限公司（以下简称“瑞和信达”）广告合同纠纷诉讼案

2013 年 11 月 27 日，本公司向北京市朝阳区人民法院提起诉讼，请求瑞和信达支付拖欠的广告费 639,977 元及支付逾期付款的利息 25,051.59 元；并承担诉讼费。北京市朝阳区人民法院于 2014 年 2 月 28 日作出（2013）朝民初字第 41830 号《民事判决书》判决：瑞和信达支付广告费 639,977 元，并支付自 2013 年 6 月 1 日至实际支付之日止的利息（按银行同期贷款利率计算）。2015 年 4 月 1 日，经法院强制执行回款 27,070.4 元，余下款项尚未执行到位，截至招股说明书签署日，该案件已中止执行。

上述诉讼案件中，本公司与瑞和信达的权利义务关系已经生效判决确认，且本公司已全额计提坏帐准备。

本公司律师认为，该诉讼案件已经法院作出的判决，并已生效，本公司的权利已经明确，且涉及金额对本公司的经营及业绩影响不大，不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响，不会对本次发行上市构成实质性障碍。

6、本公司与青岛海鲨游艇旅游有限公司（以下简称“海鲨游艇”）广告合同纠纷诉讼案

2014 年 2 月 28 日，本公司向青岛市崂山区人民法院提起诉讼，请求海鲨游艇支付拖欠的广告费 224,250 元及支付逾期付款的利息 9,805 元；并承担诉讼费。青岛市崂山区人民法院于 2015 年 3 月 11 日作出（2014）崂民二商初字第 145 号《民事判决书》判决：海鲨游艇支付广告费 224,250 元，并支付利息（按银行同期贷款利率计算，但以 9,805 元为限）。2015 年 4 月 3 日，海鲨游艇

以争议标的额 9,805 元为由，向青岛市中级人民法院提起上诉，截至招股说明书签署日，本案尚在审理中。

上述诉讼案件中，本公司已全额计提坏帐准备。本公司律师认为，该诉讼案件当事人双方权利义务关系明确，且诉讼金额对本公司的经营及业绩影响不大，不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响，亦不会对本次发行上市构成实质性障碍。

7、本公司与上海彰明广告有限公司（以下简称“上海彰明”）广告合同纠纷诉讼案

本公司于 2013 年 5 月 14 日向上海市嘉定区人民法院提起诉讼，请求上海彰明支付拖欠的广告费 13 万元，支付逾期付款的利息 1.56 万元，并承担诉讼费。上海市嘉定区人民法院于 2013 年 11 月 21 日作出（2013）嘉民二（商）初字第 1290 号《民事判决书》判决：上海彰明支付广告费 13 万元，并支付自 2011 年 5 月 16 日至判决生效之日的利息。截至本招股说明书出具之日，上海彰明尚未支付该款项。

上述诉讼案件中，本公司与上海彰明的权利义务关系已经生效判决确认，且本公司已全额计提坏帐准备。

本公司律师认为，该诉讼案件已经法院作出的判决，并已生效，本公司的债权已经确认，且涉及金额对本公司的经营及业绩影响不大，不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响，亦不会对本次发行上市构成实质性障碍。

8、本公司与南京窗外广告有限公司（以下简称“窗外广告”）广告合同纠纷诉讼案

2014 年 6 月 30 日，本公司向南京市秦淮区人民法院提起诉讼，请求窗外广告支付拖欠的广告费 100,000 元及支付截至 2014 年 6 月 30 日的利息 26,251 元；并承担诉讼费。截至本招股说明书出具之日，本案尚在审理中。

上述诉讼案件中，本公司已全额计提坏帐准备。本公司律师认为，该诉讼案件当事人双方权利义务关系明确，且诉讼金额对本公司的经营及业绩影响不大，

不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响，亦不会对本次发行上市构成实质性障碍。

9、本公司与玛花纤体（上海）健身有限公司（以下简称“玛花纤体”）广告合同纠纷诉讼案

2014 年 7 月 25 日，本公司向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，请求玛花纤体支付拖欠的广告费 1,115,080 元及支付欠款利息 123,911 元；并承担诉讼费。截至本招股说明书出具之日，本案尚未开庭审理。2014 年 12 月 26 日，上海市徐汇区人民法院作出（2014）徐民二（商）初字第 1907 号《民事判决书》判决玛花纤体支付 1,115,080 元及按中国人民银行同期公布的一年流动资金贷款基准利率的标准支付利息。截至本招股说明书出具之日，玛花纤体尚未支付该款项。

上述诉讼案件中，本公司与玛花纤体的权利义务关系已经生效判决确认，且本公司已全额计提坏帐准备。

本公司律师认为，该诉讼案件已经法院作出的判决，并已生效，本公司的债权已经确认，且涉及金额对本公司的经营及业绩影响不大，不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响，亦不会对本次发行上市构成实质性障碍。

10、本公司与上海帛丰广告有限公司（以下简称“帛丰广告”）广告合同纠纷诉讼案

2014 年 7 月 25 日，本公司向上海市徐汇区人民法院提起诉讼，请求帛丰广告支付拖欠的广告费 812,360 元及支付欠款利息 72,912 元；并承担诉讼费。2014 年 12 月 18 日，上海市徐汇区人民法院作出（2014）徐民二（商）初字第 1906 号《民事判决书》判决帛丰广告支付 812,360 元及依法支付逾期付款利息损失。截至本招股说明书出具之日，帛丰广告尚未支付该款项。

上述诉讼案件中，本公司与帛丰广告的权利义务关系已经生效判决确认，且本公司已全额计提坏帐准备。

本公司律师认为，该诉讼案件已经法院作出的判决，并已生效，本公司的债权已经确认，且涉及金额对本公司的经营及业绩影响不大，不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响，亦不会对本次发行上市构成实质性障碍。

11、本公司与河南似水年华广告有限公司（以下简称“似水年华”）广告合同纠纷诉讼案

2014 年 8 月 27 日，本公司向郑州高新技术产业开发区人民法院提起诉讼，请求似水年华支付拖欠的广告费 396,000 元及支付逾期付款的利息 39,826 元，并承担诉讼费。2015 年 1 月 27 日，法院作出（2014）开民初字第 6310 号《民事判决书》判决似水年华支付 39.6 万元及依法支付利息。本招股说明书出具之日，似水年华尚未支付该款项。

上述诉讼案件中，本公司与似水年华的权利义务关系已经生效判决确认，且本公司已计提坏帐准备比例 50%。

本公司律师认为，该诉讼案件已经法院作出的判决，并已生效，本公司的债权已经确认，且涉及金额对本公司的经营及业绩影响不大，不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响，亦不会对本次发行上市构成实质性障碍。

12、本公司与青岛德睿文化传播有限公司（以下简称“德瑞传播”）广告合同纠纷诉讼案

2015 年 1 月 4 日，本公司向青岛市市南区人民法院提起诉讼，请求德瑞传播支付拖欠的广告费 2,110,000 元及支付逾期付款的利息 161,498 元；并承担诉讼费。截至本招股说明书出具之日，本案尚在审理中。

上述诉讼案件中，本公司已计提坏帐准备比例 50%。本公司律师认为，该诉讼案件当事人双方权利义务关系明确，且诉讼金额对本公司的经营及业绩影响不大，不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响，亦不会对本次发行上市构成实质性障碍。

13、本公司与青岛扬帆启航传媒有限公司（以下简称“扬帆传媒”）广告合同纠纷诉讼案

2015 年 1 月 4 日，本公司向青岛市市南区人民法院提起诉讼，请求扬帆传媒支付拖欠的广告费 100,000 元及支付逾期付款的利息 9,312 元；并承担诉讼费。截至本招股说明书出具之日，本案尚在审理中。

上述诉讼案件中，本公司已全额计提坏帐准备。本公司律师认为，该诉讼案件当事人双方权利义务关系明确，且诉讼金额对本公司的经营及业绩影响不大，不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响，亦不会对本次发行上市构成实质性障碍。

14、本公司与米诺广告（天津）有限公司（以下简称“天津米诺”）广告合同纠纷诉讼案

2015 年 1 月 13 日，本公司向北京市朝阳区人民法院提起诉讼，请求天津米诺支付拖欠的广告费 42 万元及支付逾期付款的利息 36,225 元；并承担诉讼费。截至本招股说明书出具之日，本案尚在审理中。

本公司律师认为，该诉讼案件当事人双方权利义务关系明确，且诉讼金额对本公司的经营及业绩影响不大，不会对本公司的持续经营能力产生实质性影响，亦不会对本次发行上市构成实质性障碍。

（二）控股股东或实际控制人的重大诉讼和仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，本公司的控股股东文化公司及本公司实际控制人刘长乐先生不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动以及未来发展前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

（三）董事、监事、高级管理人员的重大诉讼、仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员均未涉及任何诉讼或仲裁事项，也不存在本公司的董事、监事、高级管理人员作为一方当事人涉及刑事诉讼的情况。

第十六节 董事、监事、高级管理人员 及有关中介机构声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。若本公司首次公开发行 A 股招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者因本次交易遭受的损失。

公司全体董事签字：

崔强

杨家强

何大光

刘作庚

梁云波

王彦军

黄昇民

顾庆伟

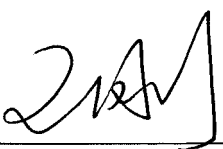
潘晓东

凤凰都市传媒科技股份有限公司

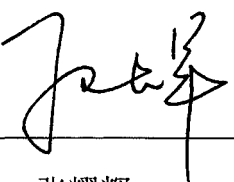
2015年5月19日



公司全体监事签字：



王刚



张耀辉



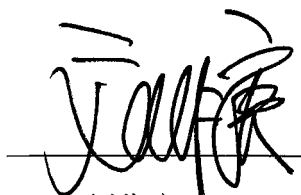
李晓雯



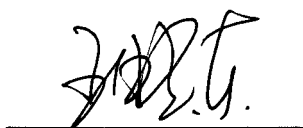
凤凰都市传媒科技股份有限公司

2015年5月19日

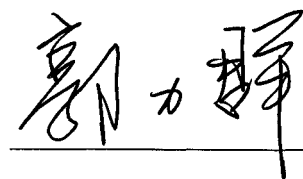
公司全体高级管理人员签字：



刘作庚



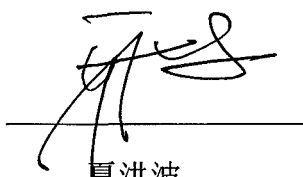
王晓东



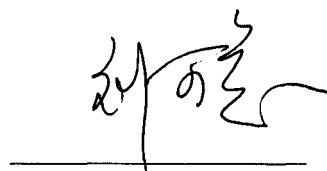
郭力群



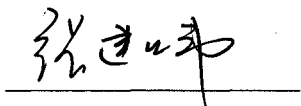
杜劲松



夏洪波



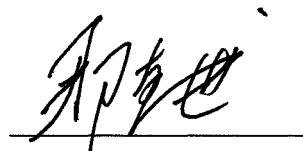
刘可意



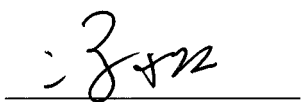
张建炜



鲁冀



那乾进



冯小庆

凤凰都市传媒科技股份有限公司

2015年5月18日



保荐人声明

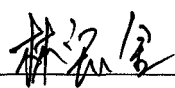
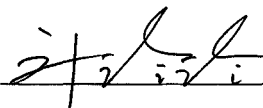
本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本公司为凤凰都市传媒科技股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。

法定代表人：


王东明

保荐代表人：


林宏金
计玲玲

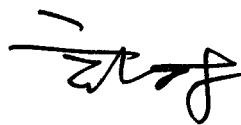
项目协办人：


丛孟磊

发行人律师声明

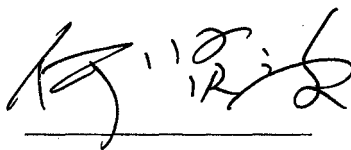
本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

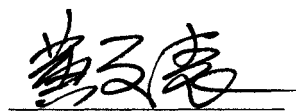


高 树

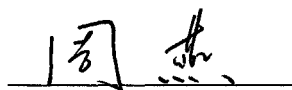
签字律师：



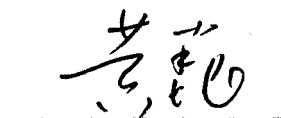
何贤波



黄文表



周 燕



黄 巍

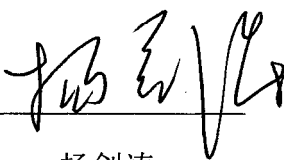


2015 年 5 月 19 日

会计师声明

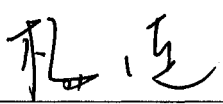
本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：


杨剑涛

签字注册会计师：


朱子武


杨涟

瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）

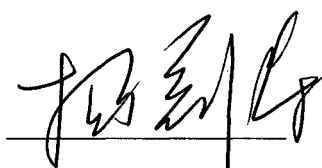


2015年5月19日

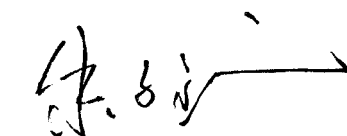
验资复核机构声明

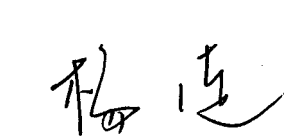
本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本所复核的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人:


杨剑涛

签字注册会计师:


朱子武


杨涟

瑞华会计师事务所(特殊普通合伙)



资产评估机构声明

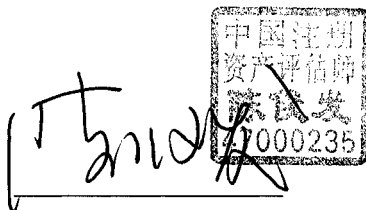
本机构及注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人：

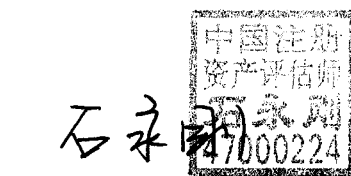


王鸣志

经办注册资产评估师：

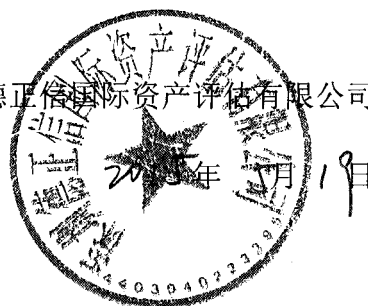


陈俊发



石永刚

深圳德正信国际资产评估有限公司



第十七节 备查文件

一、本招股说明书的备查文件

- (一) 发行保荐书及发行保荐工作报告；
- (二) 按照中国会计准则编制的财务报表及审计报告；
- (三) 内部控制鉴证报告；
- (四) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- (五) 法律意见书及律师工作报告；
- (六) 公司章程（草案）；
- (七) 中国证监会核准本次发行的文件；
- (八) 其他与本次发行有关的重要文件。

以上文件将在上海证券交易所网站披露，网址为 www.sse.com.cn，并将陈放于本公司和保荐人（主承销商）的办公场所，以备投资者查阅。

二、查阅时间和地点

（一）查阅时间

每周一至周五上午 9:00-11:00，下午 2:30-4:30。

（二）查阅地点

1、发行人：凤凰都市传媒科技股份有限公司

联系地址：北京市朝阳区朝阳公园南路凤凰国际传媒中心南楼五层

联系人：刘莉

联系电话：010-65207526

信息披露网址: www.pmm.cn

2、保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

联系地址：北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦

联系人：丛孟磊

联系电话：010-60838583