

杭州星推网络科技有限公司



公开转让说明书

主办券商

江海证券有限公司



二零一五年十一月

声 明

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

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

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

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

重大事项提示

公司在经营过程中，由于所处行业及自身特点所决定，特提示投资者应对公司以下重大事项或可能出现的风险予以关注：

一、报告期内实际控制人变更事项

2011年5月，来罡、张友宏、张振英、邓峰、罗仙林共同出资设立有限公司，由于股权比较分散，有关公司日常经营的重大事项都由五人共同决定，五人共同控制有限公司。2014年10月，来罡通过受让原股东股权，持股比例达到85%，成为有限公司实际控制人。虽然来罡在2015年5月、6月对外进行了股权转让，2015年6月有限公司增资进一步稀释了其股权比例，但此期间，来罡一直为有限公司第一大股东并担任执行董事兼总经理，且新进投资者未参与公司日常经营，来罡仍为有限公司的控股股东、实际控制人。因此，报告期内公司控股股东、实际控制人由来罡、张友宏、张振英、邓峰、罗仙林五人变更为来罡一人。公司实际控制人发生变更，可能会影响公司原有的管理机构和治理理念，从而给公司的生产经营带来不利影响。

二、公司治理和内部控制风险

2015年6月，有限公司收购北京推智网络科技有限公司为其全资子公司；2015年8月，公司参与设立深圳市艺推信息科技有限公司，持股66%；2015年8月，参与设立杭州推特文化传播有限公司，持股30%；2015年10月，子公司北京推智收购北京佰鼎聚众影视文化传媒有限公司，持股80%。子公司和参股公司数量的增加，对公司治理和内部控制提出了更高的要求。虽然通过股份制改制，公司已经建立了相对完善的《公司章程》、三会议事规则

和内部控制体系，并且针对内部控制中的不足已经采取积极的改进措施，但公司治理层和管理层尚缺乏对子公司和参股公司管理的经验，公司未来经营中存在因公司治理不善或内部控制未能有效执行而影响公司持续稳定发展的风险。

三、客户集中度较高的风险

2013年、2014年、2015年1-7月公司向销售前五名客户的销售金额合计占当期营业收入的比重分别为76.94%、50.62%、50.63%，其主要客户浙江广播电视集团报告期内的占比42.91%、15.08%、11.93%，虽然近年来公司积极开拓新客户，对浙江广播电视集团等主要客户的销售比重有所下降，但如果未来公司发生主要客户流失，或客户需求发生较大不利波动的情况，将可能对公司的经营造成重大不利影响。

四、供应商集中度较高的风险

2013年、2014年、2015年1-7月公司向采购前五名供应商的采购金额合计占当期营业成本的比重分别为73.09%、56.67%、44.48%，虽然近年来公司不断拓展业务渠道，增加合作供应商，对单个供应商的采购比重有所下降，且与供应商多签订长期合作协议，但由于主要供应商多为掌握渠道资源或重要技术资源，如果未来供应商发生较大不利波动的情况，将可能对公司的经营造成重大不利影响。

五、市场竞争风险

数字营销，尤其是社会化营销，处于发展初期，竞争格局分散，延续了传统营销发展初期“大市场、小公司”的格局，市场份额较为分散，而且运营网络广告公司没有政策牌照限制，目前处于一种完全竞争状态。虽然公司目前处于细分行业的领导者地位，但随着市场被不断挖掘，市场的整体竞争日趋激烈，并可能存在无需竞争的风险，如果公司不能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不利影响。

六、高端专业人才资源不足风险。

由于数字营销行业为新兴产业，处在早期的高速发展阶段，因此相关的策划、创意、制作、数据挖掘等领域的高端人才缺口较为严重，同时伴随着行业内核心企业的高速扩张，易造成行业内人才紧缺的局面，随着人力成本的不断推高，整个行业的服务成本也水涨船高，成为限制行业发展的一大不利因素。如果公司不能招聘到足够的高素质人才，可能会对公司经营产生不利影响。

目 录

声 明.....	2
重大事项提示.....	3
一、报告期内实际控制人变更事项.....	3
二、公司治理和内部控制风险.....	3
三、客户集中度较高的风险.....	4
四、供应商集中度较高的风险.....	4
五、市场竞争风险.....	4
六、高端专业人才资源不足风险。.....	5
目 录.....	6
释 义.....	9
第一节基本情况.....	12
一、公司基本概况.....	12
二、股票挂牌情况.....	13
三、公司股份情况.....	15
四、董事、监事、高级管理人员情况.....	40
五、最近两年主要会计数据和财务指标.....	43
六、本次挂牌有关机构.....	44
第二节 公司业务.....	46
一、公司主要业务、主要产品及用途.....	46
二、公司内部及服务流程.....	51
三、与业务相关的关键资源要素.....	55

四、业务经营情况.....	62
五、公司商业模式.....	71
六、所处行业基本情况.....	72
第三节 公司治理.....	46
一、公司三会建立健全及运行情况.....	94
二、董事会对公司治理机制执行情况的评估.....	95
三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年一期内是否存在违法违规及受处罚的情况.....	98
四、公司独立运营情况.....	99
五、同业竞争情况.....	101
六、公司最近两年一期内关联方资金占用、对关联方的担保及关联交易情况.....	103
七、董事、监事、高级管理人员情况.....	105
八、公司董事、监事、高级管理人员在近两年一期内的变动情况和原因.....	106
九、公司管理层的诚信状况.....	107
第四节 公司财务.....	108
一、最近两年一期经审计的财务报表.....	108
二、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况.....	126
三、公司采用的主要会计政策和会计估计.....	127
四、最近两年一期主要财务指标.....	140
五、报告期利润形成的有关情况.....	141
六、公司最近两年一期主要资产情况.....	147

七、公司最近两年一期主要债务情况.....	157
八、报告期内股东权益情况.....	164
九、资产负债表日后事项、或有事项和其他重要事项.....	164
十、公司设立时和最近两年一期的资产评估情况.....	164
十一、关联方、关联方关系及关联交易.....	165
十二、股利分配政策和报告期分配情况.....	169
十三、控股子公司或纳入合并报表的其他企业基本情况.....	169
十四、管理层对公司报告期内财务状况、经营成果和现金流量状况的分析.....	170
十五、可能对公司持续经营产生不利影响的风险因素.....	173
第五节 有关声明.....	176
第六节 附件.....	178
一、主办券商推荐报告.....	182
二、财务报表及审计报告.....	182
三、法律意见书.....	182
四、公司章程.....	182
五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见及中国证监会核准文件.....	182
六、其他与公开转让有关的重要文件.....	182

释 义

在本公开转让说明书中，除非另有所指，下列词语具有如下含义：

星推网络/股份公司/公司	指	杭州星推网络科技有限公司
有限公司、推特网络	指	杭州推特网络科技有限公司
嘉兴长天	指	嘉兴长天是成推特网络十五号投资管理合伙企业（有限合伙）
北京长天	指	北京长天资产管理有限公司
杭州推信	指	杭州推信投资管理合伙企业（有限合伙）
上海推星	指	上海推星投资管理中心（有限合伙）
上海星传	指	上海星传投资管理中心（有限合伙）
北京推智	指	北京推智网络科技有限公司
北京佰鼎	指	北京佰鼎聚众影视文化传媒有限公司
深圳艺推	指	深圳市艺推信息科技有限公司
推特文化	指	杭州推特文化传播有限公司
《发起人协议》	指	《杭州星推网络科技有限公司发起人协议书》
《公开转让说明书》	指	主办券商编制的《杭州星推网络科技有限公司公开转让说明书》
主办券商/江海证券	指	江海证券有限公司
全国股份转让系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
股票挂牌	指	股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让
杭州市工商局	指	杭州市工商行政管理局
《公司章程》	指	最近一期由股东大会通过的《杭州星推网络科技有限公司章程》
三会	指	杭州星推网络科技有限公司的股东大会、董事会、监事会
元/万元	指	人民币元/人民币万元
最近两年一期	指	2013年、2014年、2015年1-7月
《审计报告》	指	中兴财光华审会字（2015）第15023号
《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》

《管理办法》	指	《非上市公司监督管理办法》
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则》（试行）
社会化媒体	指	<p>社交媒体（Social Media）指互联网上基于用户关系的内容生产与交换平台。</p> <p>社交媒体是人们彼此之间用来分享意见、见解、经验和观点的工具和平台，现阶段主要包括社交网站、微博、微信、博客、论坛、播客等等。社交媒体在互联网的沃土上蓬勃发展，爆发出令人炫目的能量，其传播的信息已成为人们浏览互联网的重要内容，不仅制造了人们社交生活中争相讨论的一个又一个热门话题，更进而吸引传统媒体争相跟进。</p>
新媒体	指	<p>新媒体（NewMedia）是一个相对的概念，是报刊、广播、电视等传统媒体以后发展起来的新的媒体形态，包括网络媒体、手机媒体、数字电视等。新媒体亦是一个宽泛的概念，利用数字技术、网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态。严格地说，新媒体应该称为数字化新媒体。</p>
自媒体	指	<p>自媒体(外文名：We Media)又称“公民媒体”或“个人媒体”，是指私人化、平民化、普及化、自主化的传播者，以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。自媒体平台包括：博客、微博、微信、百度官方贴吧、论坛/BBS等网络社区。</p>
广告主	指	<p>广告主是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。它是市场经济及广告活动的重要参与者，它的主体是资格是自身组织形态有密切关联。它可以是法人，也可以是自然人。</p>
富媒体	指	<p>富媒体，即Rich Media的英文直译，本身并不是一种具体的互联网媒体形式，而是指具有动画、声音、视频和/或交互性的信息传播方法。</p>

注：本公开转让说明书中合计数与各单项加总不符均由四舍五入所致。

第一节基本情况

一、公司基本情况

中文名称：杭州星推网络科技股份有限公司

英文名称：Hangzhou Supernova Network Technologies Co.,Ltd.

法定代表人：来罡

有限公司成立日期：2011年5月13日

股份公司成立日期：2015年10月21日

注册资本：2500万

邮编：310000

注册地址：杭州市江干区新城时代广场2幢910室

办公地址：杭州市上城区西湖大道259号清波商厦

经营范围：服务：计算机网络、计算机软件、电子产品、通信设备的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；承办展览展示服务；设计、制作、代理、发布国内广告；批发、零售；计算机软件、电子产品、通信设备（除专控）。

所属行业：根据《上市公司行业分类指引》(2012年修订)，公司所属行业属于科学研究和技术服务业(I):I64-互联网和相关服务；根据《国民经济行业分类标准》，公司所属行业属于互联网信息服务(I6490)。根据股转系统《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为信息传输、软件和信息技术服务业(I)——互联网和相关服务(I64)——其他互联网服务(I6490)；根据股转系统《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为非日常生活消费品(13)——媒体(1313)——媒体(131310)——广告(13131010)。

主营业务：网络推广、代运营服务、线下活动推广、平台运营、大数据分析。

董事会秘书：周婷婷

电话：0571-85265500

网址：<http://www.tuitew.com/>

电子邮箱：sofizhou@foxmail.com

统一社会信用代码：91330100574370414B

二、股票挂牌情况

(一) 股票代码：【】

(二) 股票简称：【】

(三) 股票种类：人民币普通股

(四) 每股面值：1.00 元

(五) 股票总量：2500 万股

(六) 挂牌日期：【】

(七) 转让方式：协议转让

(八) 本次股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司的股份作出其他限制性规定。”

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第 2.8 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开

展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

《公司章程》第二十五条规定：发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起 1 年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起 1 年内不得转让。

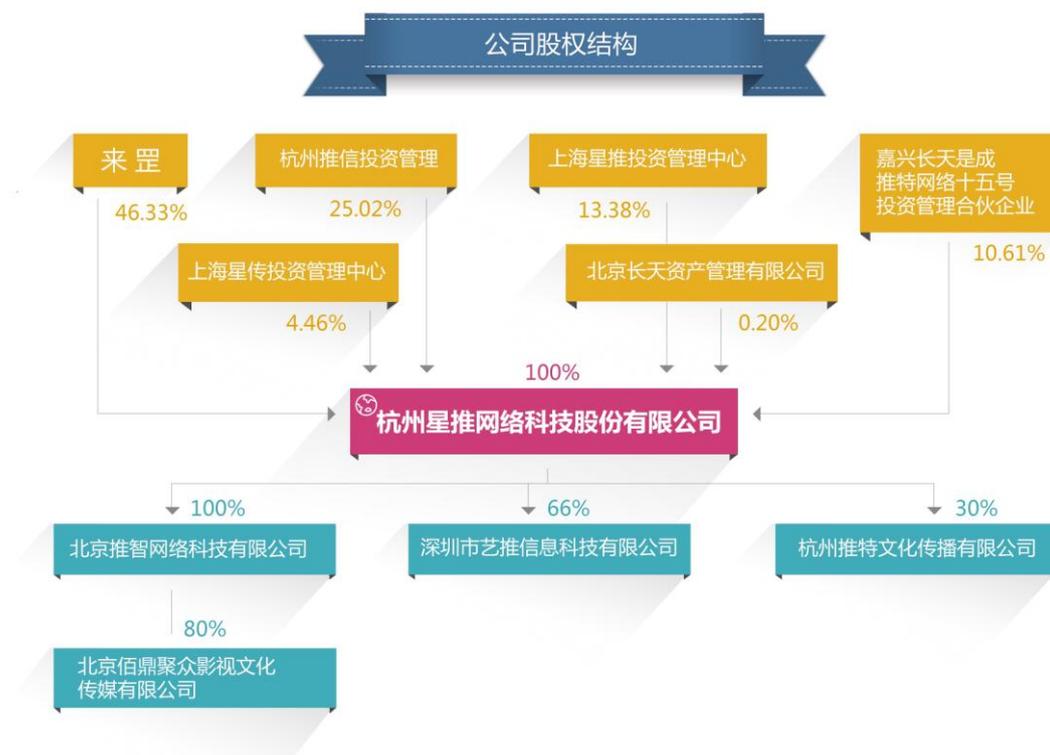
公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起 1 年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。

股份公司于 2015 年 10 月 21 日成立，截至本公开转让说明书出具日，股份公司设立未满一年，根据相关法律法规及公司章程的规定，公司股东无股份可进行公开转让。

除上述情况外，公司全体股东所持股份无冻结、质押或其他转让限制情况。

三、公司股份情况

(一) 公司股权结构图



(二) 公司前十名股东及持有 5%以上股份股东情况

序号	股东	折合成股份公司股份数量 (股)	可流通股股份数量 (股)	出资比例 (%)
1	来罡	11,584,125.00	0.00	46.33
2	杭州推信投资管理合伙企业 (有限合伙)	6,254,750.00	0.00	25.02
3	上海星推投资管理中心 (有限合伙)	3,344,800.00	0.00	13.38
4	嘉兴长天是成推特网络十五号投资管理合伙企业 (有限合伙)	2,651,850.00	0.00	10.61
5	上海星传投资管理中心 (有限合伙)	1,114,925.00	0.00	4.46

6	北京长天资产管理有限公司	49,550.00	0.00	0.20
合计		25,000,000.00	0.00	100.00

（三）公司控股股东、实际控制人基本情况

1、公司控股股东、实际控制人认定

截至本公开转让说明书出具之日，来罡持有星推网络 46.33%的股权，为公司第一大股东。杭州推信持有公司 25.02%的股权，为公司第二大股东，来罡为杭州推信的执行事务合伙人。此外，来罡担任公司董事长及总经理，为公司法定代表人，足以对公司股东大会决议产生重大影响。

因此，来罡为公司控股股东、实际控制人。

2、公司控股股东、实际控制人变动情况

（1）变更情况与原因：

报告期内，公司控股股东、实际控制人由来罡、张友宏、张振英、邓峰、罗仙林五人变更为来罡一人，具体情况如下：

2011年5月，来罡、张友宏、张振英、邓峰、罗仙林共同出资设立推特网络，持股比例分别为25%、20%、20%、15%和20%。虽然来罡担任执行董事兼总经理，但由于股权比较分散，有关公司日常经营的重大事项都由五人共同决定，五人共同控制有限公司。

2014年10月，来罡通过受让原股东股权，持股比例达到85%，成为公司实际控制人。虽然来罡在2015年5月、6月对外进行了股权转让，2015年6月公司增资进一步稀释了其股权比例，在此期间，来罡一直为公司第一大股东并担任执行董事兼总经理，且新来的投资者未参与公司日常经营，来罡仍为公司的控股股东、实际控制人。

（2）实际控制人变更对公司业务经营、管理层稳定、持续经营能力的影响

虽然报告期内公司实际控制人在发生变更，但对公司业务经营、公司治理、管

理层稳定、持续经营能力方面未产生不利影响。

①业务经营

自有限公司设立起，公司主营业务未发生变化。公司立足于通过娱乐核心要素的内容再造、专有技术手段设计传播方案，结合新媒体与传统媒体资源为娱乐项目和企业品牌提供整合营销服务。

因此，控股股东、实际控制人变更未对公司业务经营产生不利影响。

②管理层稳定

自有限公司设立起，来罡就一直担任公司执行董事兼总经理。股份公司成立后，公司董事会聘任来罡为总经理、金恕为首席运营官、周婷婷为董事会秘书、王涤平为财务负责人。除王涤平 2015 年进入公司工作时间不满一年外，其余高级管理人员在公司工作时间都超过一年。

因此，控股股东、实际控制人变更未对公司管理层的稳定造成不利影响。

③持续经营能力

公司 2013 年营业收入为 5,119,381.40 元、2014 年营业收入为 8,479,778.86 元、2015 年 1-7 月营业收入为 16,609,698.60 元，2014 年的收入较 2013 年度增加 65.64%，2015 年 1-7 月的收入较 2014 年度增加 8,129,919.74 元，增长 95.87%，由此可见公司收入呈现一个快速增长的趋势。

因此，在原有管理团队和公司现阶段实际控制人来罡的经营管理下，公司正进入快速发展的阶段，具备良好的持续经营能力。

经核查，主办券商认为公司股权结构清晰，报告期内不存在股权委托持股情况；报告期内公司管理层未发生重大变动，日常经营活动始终由管理层负责，公司实际控制人变更并不影响公司治理的有效性和经营管理的连续性；股份公司成立后，公司根据《公司法》规范了董事会，并设立了监事会，公司治理结构得到了完善；公司经营范围及主营业务在实际控制人变更前后亦未发生重大变化，公司生产经营稳定，业绩增长较快。

因此，虽然报告期内公司实际控制人发生变更，但是对公司的持续经营无重大

不利影响。

3、公司控股股东、实际控制人简历

来罡：董事长、总经理，男，1975年出生，中国籍，无境外永久居留权，研究生学历。1997年7月至2002年2月，在杭州萧山国际机场有限公司任人力资源专员；2002年3月至2005年2月，在中国联通浙江分公司任市场营销中心主任；2005年3月至2013年1月在中国电信浙江分公司任培训主管；2011年5月至2015年10月在杭州推特网络科技有限公司任执行董事兼总经理，2015年10月至今在杭州星推网络科技股份有限公司任董事长、总经理，直接持有公司46.33%股份，为公司控股股东。所持股份不存在质押或权属争议。在上海微勋网络科技有限公司中持股5%，未担任任何职位，在杭州维时科技有限公司中持股5.8%，担任董事，近亲属未持有公司股份，不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况。

（三）公司其他股东情况

1、杭州推信投资管理合伙企业（有限合伙）

成立时间：2015年4月24日

营业执照：330105000361350

主要经营场所：杭州市拱墅区沈半路298号二楼269室

执行事务合伙人：来罡

出资总额：35万

经营范围：一般经营项目：投资管理；投资咨询（除证券、期货）、经济信息咨询。

合伙期限：2015年4月24日至2035年4月23日

杭州推信合伙人出资情况如下：

序号	合伙人名称	出资方式	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
----	-------	------	---------------	----------

1	来罡	货币	1.6975	4.85
2	沈文萍	货币	4.6655	12.12
3	张振英	货币	1.5925	4.55
4	邓峰	货币	0.532	1.52
5	周莉萍	货币	3.1815	9.09
6	王沁欣	货币	12.726	36.36
7	段俊凯	货币	6.363	18.18
8	浙江爱秀星艺影视制作有限公司	货币	4.242	12.12
合计			35.00	100.00

2、上海星推投资管理中心（有限合伙）

成立时间：2015年5月27日

营业执照：310230000799462

主要经营场所：上海市崇明县北沿公路2111号3幢211-4室（上海崇明森林旅游园区）

执行事务合伙人：王军

出资总额：100万

经营范围：投资管理、咨询，资产管理，企业管理，工程项目管理，实业投资，企业形象策划，市场营销策划，会务服务，展览展示服务，计算机技术、信息技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

合伙期限：2015年5月27日至2035年5月26日

上海星推合伙人出资情况如下：

序号	合伙人名称	出资方式	认缴出资额（万元）	认缴比例（%）
1	王军	货币	50.00	50.00
2	薛艳红	货币	50.00	50.00
合计			100.00	100.00

3、嘉兴长天是成推特网络十五号投资管理合伙企业（有限合伙）

成立时间：2015年6月18日

营业执照：330402000180988

主要经营场所：浙江省嘉兴市广益路 705 号嘉兴世界贸易中心 1 号楼 2201 室

-140

执行事务合伙人：北京是成资本管理有限公司

出资总额：2121.5 万

经营范围：一般经营项目：投资管理

合伙期限：2015 年 06 月 18 日至 2025 年 06 月 17 日

嘉兴长天合伙人出资情况如下：

序号	合伙人名称	出资方式	认缴出资额 (万元)	认缴比例 (%)
1	何诚	货币	35.00	1.6498
2	谭劲民	货币	50.00	2.3568
3	沈杰	货币	35.00	1.6498
4	李宝奇	货币	35.00	1.6498
5	深圳深投行创业投资有限公司	货币	35.00	1.6498
6	傅枫	货币	35.00	1.6498
7	吴晗	货币	35.00	1.6498
8	黄荣波	货币	35.00	1.6498
9	苗永春	货币	35.00	1.6498
10	魏兆阳	货币	35.00	1.6498
11	揣柏文	货币	40.00	1.8855
12	林敬	货币	35.00	1.6498
13	郭子	货币	35.00	1.6498
14	史育松	货币	35.00	1.6498
15	陆峰	货币	35.00	1.6498
16	司成林	货币	35.00	1.6498
17	颜书远	货币	40.00	1.8855
18	于帆	货币	35.00	1.6498
19	潘涛	货币	105.00	4.9493
20	李爱红	货币	35.00	1.6498
21	欧增华	货币	38.80	1.8289
22	李华林	货币	35.00	1.6498
23	王智勇	货币	35.00	1.6498
24	陆南	货币	35.00	1.6498
25	赵健	货币	35.00	1.6498
26	张启胤	货币	35.00	1.6498
27	李荣军	货币	35.00	1.6498
28	张华	货币	35.00	1.6498

29	吴昆	货币	50.00	2.3568
30	李梅花	货币	40.00	1.8855
31	陈长征	货币	35.00	1.6498
32	李文胜	货币	35.00	1.6498
33	强国兴	货币	35.00	1.6498
34	李胜军	货币	2.00	0.0943
35	龙飞平	货币	35.00	1.6498
36	陈光明	货币	3.20	0.1508
37	陈培华	货币	1.50	0.0707
38	高骏珑	货币	1.00	0.0471
39	芜湖斯托克纺织器材有限公司	货币	1.00	0.0471
40	朱永香	货币	2.00	0.0943
41	朱丹	货币	1.00	0.0471
42	连志生	货币	1.00	0.0471
43	张颜	货币	339.00	15.9793
44	刘微	货币	360.00	16.9686
45	杨新艳	货币	100.00	4.7136
46	北京是成资本管理有限公司	货币	1.00	0.0471
合计			2,121.50	100.00

4、上海星传投资管理中心（有限合伙）

成立时间：2015年5月28日

营业执照：310230000800841

主要经营场所：上海市崇明县北沿公路2111号3幢211-15室（上海崇明森林旅游园区）

执行事务合伙人：王军

出资总额：500万

经营范围：投资管理、咨询，资产管理，企业管理，建设工程项目管理，实业投资，企业形象策划，市场营销策划，会务服务，展览展示服务，（计算机、信息）科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

合伙期限：2015年5月28日至2035年5月27日

上海星传合伙人出资情况如下：

序号	合伙人名称	出资方式	认缴出资额 (万元)	认缴比例 (%)
1	王军	货币	30.00	6.00
2	吴月莲	货币	50.00	10.00
3	李坚	货币	100.00	20.00
4	王远洋	货币	10.00	2.00
5	穆迎春	货币	70.00	14.00
6	罗桃萍	货币	120.00	24.00
7	祝福欢	货币	120.00	24.00
合计			500.00	100.00

5、北京长天资产管理有限公司

成立时间：2015年02月10日

营业执照：110108018635920

住所：北京市海淀区阜成路73号18层1815号

法定代表人：刘强东

出资总额：10000万

经营范围：资产管理；投资管理；项目管理；投资咨询；财务咨询（不得开展审计、验资、查帐、评估、会计咨询、代理记账等需经专项审批的业务，不得出具相应的审计报告、验资报告、查帐报告、评估报告等文字材料）；产品设计；设计、制作、代理、发布广告；技术开发、技术咨询、技术服务、技术推广；软件开发；软件咨询。（1、不得以公开方式募集资金；2、不得公开交易证券类产品和金融衍生品；3、不得发放贷款；4、不得向所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）

营业期限：2015年02月10日至2065年02月09日

北京长天出资情况如下：

序号	股东名称	出资方式	认缴出资额 (万元)	认缴比例 (%)
1	北京京东尚博广益投资管理有限公司	货币	10,000.00	100.00
合计			10,000.00	100.00

（四）公司股东关联关系情况

杭州推信执行事务合伙人作为公司控股股东、实际控制人来罡，上海星推和上海星传执行事务合伙人均为王军，除此之外，公司其他股东之间不存在关联关系。

（五）私募基金备案情况

公司现有一名自然人股东、一名公司法人股东、四名合伙企业股东。经核查自然人股东提供的身份证明文件，都不属于私募投资基金或基金管理人。

经检索中国基金业协会公示信息，杭州推信投资管理合伙企业（有限合伙）、上海星推投资管理中心（有限合伙）、上海星传投资管理中心（有限合伙）和嘉兴长天是成推特网络十五号投资管理合伙企业（有限合伙）未以私募基金或管理人身份进行公示，通过检索全国企业信用信息公示系统公示的营业范围及股东出资信息，其不属于以非公开方式向投资者募集资金设立的投资基金，不属于私募基金或私募基金管理人，无需向中国基金业协会备案。

（六）公司股本演变情况

1、有限公司设立

2011年5月3日，杭州市工商行政管理局核发了“(杭)名称预核[2011]第681219号”《企业名称预先核准通知书》，预核准企业名称为“杭州推特网络科技有限公司”。

2011年5月13日，来罡以人民币25万元、张友宏以人民币20万元、张振英以人民币20万元、邓峰以人民币15万元、罗仙林以人民币20万元共同出资设立杭州推特网络科技有限公司。

杭州英泰会计师事务所出具“杭英验字（2011）第718号”《验资报告》：确认截至2011年5月13日止，公司已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币壹佰万元整，各股东均以货币出资。

公司经营范围：许可经营项目：无；一般经营项目：服务；计算机网络、计算机软件、电子产品、通信设备的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；批发、

零售；计算机软件、电子产品、通信设备（除专控）；承办展览展示服务；其他无需报经审批的合法项目。

公司住所：杭州市江干区新城时代广场 2 幢 910 室。法定代表人：来罡。

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	来罡	货币	25.00	25.00
2	张友宏	货币	20.00	20.00
3	张振英	货币	20.00	20.00
4	罗仙林	货币	20.00	20.00
5	邓峰	货币	15.00	15.00
合计			100.00	100.00

2、第一次股权转让

2014 年 10 月 22 日，有限公司召开全体股东会，同意股东邓峰将持有有限公司的 10 万元股权转让给来罡；同意股东罗仙林将持有有限公司的 20 万元股权转让给来罡；同意股东张振英将持有有限公司的 15 万元股权转让给来罡；同意股东张友宏将持有有限公司的 15 万元股权转让给来罡；同意修改有限公司章程。

2014 年 10 月 22 日，来罡与邓峰、罗仙林、张振英和张友宏分别签订了《股权转让协议》，股权转让价款分别为 10 万元、20 万元、15 万元、15 万元。

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	来罡	货币	85.00	85.00
2	张友宏	货币	5.00	5.00
3	张振英	货币	5.00	5.00
4	邓峰	货币	5.00	5.00
合计			100.00	100.00

3、第二次股权转让

2015 年 5 月 4 日，有限公司召开全体股东会，同意来罡将持有有限公司的 18 万元股权转让给杭州推信；同意张友宏将持有有限公司的 5 万元股权转让给杭州推信；同意邓峰将持有有限公司的 5 万元股权转让给杭州推信；同意张振英将持有有限公司的 5 万元股权转让给杭州推信；同意修改有限公司章程。

2015 年 5 月 4 日，杭州推信与来罡、张友宏、邓峰和张振英分别签订了《股权

转让协议》，股权转让价款分别为 18 万元、5 万元、5 万元、5 万元。

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	来罡	货币	67.00	67.00
2	杭州推信投资管理合伙企业（有限合伙）	货币	33.00	33.00
合计			100.00	100.00

4、第三次股权转让

2015 年 6 月 5 日，有限公司召开全体股东会，同意来罡将持有有限公司的 5 万元股权转让给上海星传；同意来罡将持有有限公司的 10.05 万元股权转让给上海星推；同意杭州推信将持有有限公司的 4.95 万元股权转让给上海星推；同意修改有限公司章程。

2015 年 6 月 5 日，来罡与上海星传、上海星推分别签订了《股权转让协议》，杭州推信与上海星推签订了《股权转让协议》，股权转让价款分别为 5 万元、10.05 万元、4.95 万元。

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	来罡	货币	51.95	51.95
2	杭州推信	货币	28.05	28.05
3	上海星推	货币	15.00	15.00
4	上海星传	货币	5.00	5.00
合计			100.00	100.00

5、第一次增资

2015 年 6 月 29 日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意与投资方嘉兴长天、北京长天签订《关于杭州推特网络科技有限公司之增资协议》；同意增加新股东北京长天、嘉兴长天；同意增加注册资本至 112.1147 万元，其中嘉兴长天向有限公司出资人民币 2,121.50 万元，11.8925 万元计入注册资本，2,109.6075 万元计入资本公积，北京长天向有限公司出资人民币 39.645 万元，0.2222 万元计入注册资本，39.4228 计入资本公积；同意修改公司章程。

2015 年 7 月 2 日，投资方嘉兴长天、北京长天与有限公司及股东杭州推信、来罡、上海星推、上海星传签订了《关于杭州推特网络科技有限公司之增资协议》。

杭州中联天和会计师事务所有限公司出具了“杭中联验字 15120013 号”《验资报告》，经审验：截至 2015 年 7 月 9 日止，贵公司已收到北京长天资产管理有限公司和嘉兴长天是成推特网络十五号投资管理合伙企业（有限合伙）缴纳的新增注册资本合计人民币 12.1147 万元。

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	来罡	货币	51.95	46.33
2	杭州推信	货币	28.05	25.02
3	上海星推	货币	15.00	13.38
4	嘉兴长天	货币	11.8925	10.61
5	上海星传	货币	5.00	4.46
6	北京长天	货币	0.2222	0.20
合计			112.1147	100.00

注：2015 年 7 月 2 日，投资方嘉兴长天、北京长天与有限公司及股东杭州推信、来罡、上海星推、上海星传签订了《关于杭州推特网络科技有限公司之增资协议之补充协议》（以下简称补充协议一），补充协议一涉及到公司履行相关义务，相关条款如下：

一、业绩保障

1.1 原股东和标的公司共同承诺，公司应实现以下经营目标：

1.1.1 投资完成后的当年度，2015 年度与 2016 年度累计扣除非经常性损益的合并报表按照具有上市资格会计师事务所所确认的收入确认原则，实现税后净利润达到 3500 万元。

1.2 鉴于本次交易是以公司 2015 年度与 2016 年平均净利润的 1750 万净利润的 11.42 倍为作价依据，如果标的公司 2015 年度和 2016 年度经审计的平均净利润低于 1400 万元，则视为未完成经营指标，应以 2015 年度经审计的实际平均净利润为基础，按照 11.42 倍市盈率重新调整本次交易的投资估值，投资方有权选择：

1.2.1 调整后标的公司所有股东所持有的股权比例保持不变，公司应以现金方式退还各投资方相应多付的投资款。此时，标的公司估值（设为“A”） $[A = \text{实际完成平均净利润} \times 11.42 \text{ 倍市盈率}]$ 。标的公司需将投资方多投的投资款（设为“B”）退还投资方。 $[B = “2161.145 \text{ 万元} - A \times (\text{投资时的所占的股权比例})”]$ 。

1.2.2 原股东向投资方无偿转让部分股权（或以法律允许的投资方成本最低的其他方式），使投资方所占的股权比例如实反映公司经调整的全面稀释投资后估值；为避免疑问，调整后投资方的股权比例 = $[(2161.145 \text{ 万元} \div A) \times 100\%]$ 。

二、股权回购

2.1 当出现以下情况时，投资方有权要求标的公司和/或原股东回购投资方所持有的全部公司股权：

2.1.1 不论任何主观或客观原因，公司在 2016 年 12 月 31 日之前未在“全国中小企业股份转让系统”（以下简称“新三板”）挂牌上市；

2.1.2 在 2019 年 12 月 31 日之前的任何时间，原股东或公司明示放弃本协议下的标的公司上市安排或工作；

2.1.3 当公司累计新增亏损达到投资方进入时以 2015 年 6 月 30 日为基准日公司当期净资产的 20%；

2.1.4 原股东或标的公司实质性违反本协议及附件的相关条款，或公司原股东出现重大个人诚信问题损害公司利益，包括但不限于公司出现投资方不知情的大额账外现金销售收入等情形；

2.1.5 标的公司的生产经营、业务范围发生实质性调整，并且不能得到投资方的同意；

2.1.6 标的公司的有效资产（包括土地、房产或设备等）因行使抵押权被拍卖等原因导致所有权不再由公司持有或者存在此种潜在风险，并且在合理时间内（不超过三个月）未能采取有效措施解决由此给公司造成重大影响；

2.1.7 原股东所持有的标的公司之股权因行使质押权等原因，所有权发生实质性转移或者存在此种潜在风险；

2.1.8 原股东或者原股东（如系法人股东）的股东因婚姻、继承原因导致目标公司的股权或控股股东的股权发生动荡，从而对目标公司 IPO 造成障碍或潜在障碍；

2.1.9 其他根据一般常识性的、合理的以及理性的判断，因投资方受到不平等、不公平的对待等原因，继续持有标的公司股权将给投资方造成重大损失或无法实现

投资预期的情况。

2.2 本协议股份回购价格应按以下两者较高者确定：

2.2.1 按投资方的全部出资额及自实际缴纳出资日起至原股东或者公司实际支付回购价款之日按年复合利率 12% 计算的利息。

2.2.2 回购时投资方所持有股份所对应的经审计的公司净资产。

三、新投资者进入的限制

3.3 如新投资者根据某种协议或安排导致其最终投资价格或者成本低于本协议投资方的投资价格或者成本，则投资方享有如下选择权：（1）要求原股东无偿转让部分股权给投资方，直至投资方的投资价格与新投资者的投资价格相同。（2）要求标的公司和/或原股东退还相应投资款项，直至投资方的投资价格与新投资者的投资价格相同。

2015 年 10 月，投资方嘉兴长天、北京长天与有限公司及股东杭州推信、来罡、上海星推、上海星传签订了《关于杭州推特网络科技有限公司之增资协议之补充协议二》（以下简称补充协议二），补充协议二协议约定如下：

1、自标的公司向全国中小企业股份转让系统申报挂牌材料之日或向相关主管部门提交首次公开发行股票并上市材料之日起，投资方放弃根据《补充协议一》第一条业绩保障、第二条股权回购、第四条新投资者进入的限制等约定可向原股东及标的公司主张的全部权利，上述条款均自动失效，不再履行。

2、若标的公司最终未能在全国中小企业股份转让系统挂牌或未能首次公开发行股票并上市或未能被上市公司或其控股公司收购的，投资者所放弃的前述《补充协议一》第一条业绩保障、第二条股权回购、第四条新投资者进入的限制等约定均自动恢复，各方继续履行。

3、本协议自各方签字、盖章后成立并生效。本协议与《增资协议》、《补充协议一》为一个不可分割的整体，具有同等法律效力。如三者约定不一致的地方，则以本协议为准。

经核查，《补充协议一》中涉及到公司以现金方式退还投资方投资款、回购投资方股权的条款，但《补充协议二》中已约定自公司向全国中小企业股份转让系统

申报挂牌材料或向相关主管部门提交首次公开发行股票并上市材料之日起，投资方放弃根据《补充协议一》第一条业绩保障、第二条股权回购、第四条新投资者进入的限制等约定可向原股东及公司主张的全部权利。

因此，主办券商认为签订《补充协议二》后，公司无需履行任何义务，公司权益未受到损害。

6、股份有限公司设立

2015年10月12日，有限公司取得杭州市市场监督管理局核发的《企业名称变更核准通知书》【企业名称变更核准[2015]第330100578456号】，准予核准企业名称变更为：杭州星推网络科技有限公司，名称有效期为6个月，企业名称保留期至2016年4月11日。

2015年7月31日，有限公司通过股东会决议，一致通过《本公司由有限责任公司整体变更为股份有限公司的议案》。

2015年9月30日，中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）出具中兴财光华审会字（2015）第15023号《审计报告》，截至2015年7月31日，杭州推特网络科技有限公司经审计后的账面净资产值为25,364,974.14元，折合成股份有限公司股本2500万元，折股比例为1.01:1。

2015年10月8日，北京国融兴华资产评估有限责任公司出具国融兴华评报[2015]第100012号《评估报告》，截至评估基准日2015年7月31日，杭州推特网络科技有限公司的净资产评估值2,570.59万元。

2015年10月13日，北京中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（中兴财光华审验字（2015）第15014号），截至2015年10月13日止，贵公司（筹）已收到全体股东以其拥有的杭州推特网络科技有限公司截至2015年7月31日止审计后的净资产25,364,974.14元折合股本人民币2500万元，折合股份的每股面值为人民币1元，净资产折股后剩余部分364,974.14元计入资本公积，由贵公司（筹）全体股东以原持股比例分别享有。

2015年10月13日，杭州星推网络科技有限公司召开创立大会暨第一次股

东大会，通过以下决议：（1）审议通过了《关于杭州星推网络科技股份有限公司筹办情况的议案》；（2）审议通过了《关于杭州推特网络科技有限公司依法整体变更为杭州星推网络科技股份有限公司及各发起人出资情况的议案》；（3）审议通过了《关于杭州星推网络科技股份有限公司筹办费用开支情况的议案》；（4）审议通过了《关于确认、批准杭州推特网络科技有限公司的权利义务以及为筹建股份公司所签署的一切有关文件、协议等均由杭州星推网络科技股份有限公司承继的议案》；（5）审议通过了《杭州星推网络科技股份有限公司章程（草案）的议案》；（6）审议通过了《关于选举杭州星推网络科技股份有限公司第一届董事会董事的议案》；（7）审议通过了《关于选举杭州星推网络科技股份有限公司第一届监事会股东监事的议案》；（8）审议通过了《杭州星推网络科技股份有限公司股东大会议事规则的议案》；（9）审议通过了《杭州星推网络科技股份有限公司董事会议事规则的议案》；（10）审议通过了《杭州星推网络科技股份有限公司监事会议事规则的议案》；（11）审议通过了《杭州星推网络科技股份有限公司关联交易管理办法的议案》；（12）审议通过了《杭州星推网络科技股份有限公司对外担保管理办法的议案》；（13）审议通过了《杭州星推网络科技股份有限公司对外投资管理办法的议案》；（14）审议通过了《杭州星推网络科技股份有限公司投资者关系管理办法的议案》；（15）审议通过了《关于聘任江海证券有限公司为杭州星推网络科技股份有限公司财务顾问的议案》；（16）审议通过了《关于聘任中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）为杭州星推网络科技股份有限公司2015年度财务审计机构的议案》；（17）审议通过了《关于授权董事会办理杭州星推网络科技有限公司工商登记登记手续等一切有关事宜的议案》；（18）审议通过了《杭州星推网络科技股份有限公司成立工作报告及议案》；（19）审议通过了《杭州星推网络科技股份有限公司章程》；（20）选举来罡、薛奕珊、杨成、段俊凯、金愨为杭州星推网络科技股份有限公司第一届董事会董事；（21）选举宋晓艳为杭州星推网络科技股份有限公司非职工代表监事，与由职代会选举产生的职工代表俞晓、周杭健组建第一届监事会监事。

2015年10月13日，杭州星推网络科技股份有限公司第一届监事会第一次会议决议，审议通过了《选举俞晓担任本届公司监事会主席的议案》，一致选举俞晓为公司第一届监事会主席。

2015年10月13日，杭州星推网络科技有限公司第一届董事会第一次会议通过以下决议：（1）审议通过选举来罡为公司董事长，担任公司法定代表人；（2）聘任来罡为公司总经理，聘任金恕为公司首席营销官，聘任王涤平为公司财务负责人，聘任周婷婷为公司董事会秘书；（3）审议通过《关于制定杭州星推网络科技有限公司总经理工作细则的议案》；（4）审议通过《关于制定杭州星推网络科技有限公司信息披露管理办法的议案》；（5）审议通过《关于公司内部管理机构设置的议案》。

2015年10月21日，杭州星推网络科技有限公司领取股份公司营业执照。

本次股份公司改制设立，公司发起人认购的股份数量和股份比例为：

序号	股东	折合成股份公司股份数量（股）	持股比例（%）
1	来罡	11,584,125.00	46.33
2	杭州推信	6,254,750.00	25.02
3	上海星推	3,344,800.00	13.38
4	嘉兴长天	2,651,850.00	10.61
5	上海星传	1,114,925.00	4.46
6	北京长天	49,550.00	0.20
	合计	25,000,000.00	100.00

注：有限公司整体变更为股份公司时，涉及到未分配利润、盈余公积转增注册资本，公司已计提代扣代缴的个税部分，将于2015年11月进行申报缴纳。

（八）子公司、分公司、子公司控股公司、参股公司基本情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司无分公司。公司子公司、子公司控股公司、参股公司基本情况如下：

1、北京推智网络科技有限公司

（1）公司的基本情况

公司名称	北京推智网络科技有限公司
公司住所	北京市朝阳区鑫兆佳园15号楼4层566
法定代表人	来罡
注册资本	100万元

注册号	110105016787778		
企业类型	一人有限责任公司		
成立时间	2014年02月27日		
经营范围	技术推广服务；软件设计；计算机系统服务；数据处理；计算机技术培训；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；承办展览展示活动；企业策划；经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动（不含演出）；销售电子产品、五金交电、建材、机械设备、汽车配件、服装。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）		
股权结构	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
	杭州推特网络科技有限公司	100	100
	合计	100	100

（2）设立及历次股权变更

北京推智成立

2013年12月20日，北京推智取得（京朝）名称预核（内）字[2013]第0174806号《企业名称预先核准通知书》。

2014年2月26日，来罡、王沁欣、金双双、谈雅芬、段俊凯、浙江爱秀星艺影视制作有限公司6名股东共同签署《公司章程》，规定：公司注册资本为人民币100万元，于2月26日全部缴付到位。来罡为北京推智执行董事、总经理、法定代表人。

2014年2月27日，北京嘉明拓新会计师事务所出具京嘉验字[2014]0721号《验资报告》，经审验：截至2014年2月26日止，贵公司（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币壹佰万元。

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	来罡	货币	51.00	51.00
2	王沁欣	货币	14.00	14.00
3	金双双	货币	11.00	11.00
4	浙江爱秀星艺影视制作有限公司	货币	10.00	10.00
5	谈雅芬	货币	8.00	8.00
6	段俊凯	货币	6.00	6.00
合计			100.00	100.00

注：主办券商从北京推智工商档案中未看到成立时股东会、董事会、监事会会议决议文件，北京推智未保存公司成立时的会议记录文件，但通过查阅北京推智成立时的工商档案可以得知北京推智已

按照北京市工商行政管理局朝阳分局的要求提供了成立时所需的材料并办理完相关工商变更。

北京推智第一次股权转让

1.1 股东会决议

2015年6月22日，有限公司召开股东会，一致同意：收购来罡、王沁欣、金双双、谈雅芬、段俊凯、浙江爱秀星艺影视制作有限公司等6名股东所持的北京推智全部股权，收购价格分别为51万元、14万元、11万元、8万元、6万元、10万元。

2015年6月23日，北京推智召开股东会，一致同意：来罡、王沁欣、金双双、谈雅芬、段俊凯、浙江爱秀星艺影视制作有限公司6名股东将各自所持北京推智全部股权转让给杭州推特网络科技有限公司；同意修改后的公司章程。

2015年6月23日，北京推智召开第二届第一次股东会，形成如下决议：公司变更为一人有限公司，变更后注册资本为100万元，其中杭州推特网络科技有限公司货币以出资100万元。

2015年6月23日，朝阳工商局向北京推智下发了变更后的《企业法人营业执照》。

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	杭州推特网络科技有限公司	货币	100.00	100.00
合计			100.00	100.00

1.2 股权转让协议

2015年6月23日，来罡、王沁欣、金双双、谈雅芬、段俊凯、浙江爱秀星艺影视制作有限公司分别与杭州推特网络科技有限公司签订了《股权转让协议》，收购价格分别为51万元、14万元、11万元、8万元、6万元、10万元。

1.3 收购目的

此次收购主要为了整合业务体系、提升综合竞争实力，解决控股股东、实际控制人来罡的同业竞争问题。

1.4 收购价格

北京推智经审计的2015年5月31日财务状况和2015年1-5月经营成果如下：

单位：元

项目	2015年5月31日
资产总计(元)	4,912,348.66
股东权益合计(元)	733,423.22
项目	2015年1-5月
营业收入(元)	3,800,298.01
净利润(元)	393,049.65

截至2015年5月31日，北京推智每股净资产为0.73元。考虑到北京推智在北京地区发展一年多已积累部分客户资源，故收购价格定为1元/股，收购总价款为100万元。本次收购北京推智的价格公允、合理。

1.5 是否构成重大资产重组

有限公司2014年度经审计的财务会计报表期末资产总额为8,509,135.46元。本次购买的资产总额以被投资企业的资产总额和成交金额二者中的较高者为准，即为4,912,348.66元，该资产总额占有限公司2014年度经审计的财务会计报表期末资产总额的比例达到50%以上，构成重大资产重组。有限公司于2015年6-7月支付了上述股权收购款。

(3) 公司股东、董事、监事、高级管理人员与北京推智的关联关系

2015年6月北京推智第一次股权转让前，公司控股股东、实际控制人来罡原为北京推智控股股东、实际控制人、执行董事、总经理、法定代表人，公司董事段俊凯为北京推智副总经理。股权转让后，来罡、段俊凯不再持有北京推智任何股份，北京推智成为公司全资子公司，同时来罡担任北京推智执行董事、总经理，为其法定代表人，段俊凯任北京推智副总经理。

2、深圳市艺推信息科技有限公司

(1) 公司的基本情况

公司名称	深圳市艺推信息科技有限公司
公司住所	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室
法定代表人	来罡
注册资本	500万元
注册号	440301113704388

企业类型	有限责任公司		
成立时间	2015年08月19日		
经营范围	计算机软硬件技术开发、销售；计算机技术咨询、技术服务；在网上从事商贸活动（不含限制项目）；文化学术交流策划；市场营销策划；大型礼仪庆典活动策划；企业形象设计；商务信息咨询、投资咨询，文化信息咨询；信息咨询；会务策划；展览展示策划；平面及立体设计制作；网页设计；服装、影视器材的出租、销售（不含限制项目）；从事广告业务（法律、行政法规、国务院决定规定需另行办理广告经营项目审批的，需取得许可后方可经营）；国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）模特演出经纪；装饰装潢设计。		
股权结构	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
	杭州推特网络科技有限公司	330	66.00
	张力	50	10.00
	刘龙华	40	8.00
	倪春	40	8.00
	李先睿	40	8.00
合计		500	100.00

（2）设立及历次股权变更

2015年8月19日，杭州推特网络科技有限公司、张力、刘龙华、倪春、李先睿等五名股东分别出资330万元、50万元、40万元、40万元、40万元共同出资设立深圳市艺推信息科技有限公司。

2015年8月19日，五名股东共同签署《公司章程》，规定：公司注册资本为人民币500万元，于五年内全部缴付到位。

2015年8月19日，深圳艺推取得深圳市市场监督管理局颁发的《营业执照》。

深圳艺推自成立以来，不存在增资或股权转让的情形，其股权结构和注册资本未发生变更。深圳艺推目前有效存续，不存在依法律法规及公司章程规定需要终止的情形。

（3）是否构成重大资产重组

有限公司2014年度经审计的财务会计报表期末资产总额为8,509,135.46元，期末净资产额11,682.49元。有限公司于2015年8月19日取得深圳艺推控制权，有限公司认缴出资资产总额占有限公司2014年度经审计的财务会计报表期末净资产额的比例达到50%以上，且购买的资产总额占有限公司2014年度经审计的期末资

产总额的比例达到 30% 以上，构成重大资产重组。

(4) 公司股东、董事、监事、高级管理人员与深圳艺推的关联关系

公司控股股东、实际控制人来罡担任深圳艺推董事长。

3、北京推智控股子公司：北京佰鼎聚众影视文化传媒有限公司

(1) 公司的基本情况

公司名称	北京佰鼎聚众影视文化传媒有限公司		
公司住所	北京市朝阳区广渠路 39 号院 2 号楼二层(双井孵化器 184 号)		
法定代表人	李华中		
注册资本	300 万元		
注册号	110105015939815		
企业类型	有限责任公司		
成立时间	2013 年 5 月 28 日		
经营范围	组织文化艺术交流活动（不含演出）；会议服务；承办展览展示活动；舞台灯光音响设计；企业管理咨询；工艺美术设计；体育运动项目经营（高危险性体育项目除外）；设计、制作、代理、发布广告；企业策划；文艺创作；产品设计；技术推广服务；劳务派遣。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）		
股权结构	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
	北京推智网络科技有限公司	240	80
	李华中	60	20
合计		300	100.00

(2) 设立及历次股权变更

1北京佰鼎成立

2013 年 5 月 6 日，北京佰鼎取得（京朝）名称预核（内）字[2013]第 0063541 号《企业名称预先核准通知书》。

2013 年 5 月 27 日，李志翔、朱子业两名股东共同签署《公司章程》，规定：公司注册资本为人民币 100 万元，于 2013 年 5 月 27 日全部缴付到位。李志翔为北京佰鼎执行董事、总经理、法定代表人。

2013 年 5 月 27 日，北京润鹏冀能会计师事务所出具京润(验)字[2013]-211812

号《验资报告》，经审验：截至 2013 年 5 月 27 日止，贵公司（筹）已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币壹佰万元，股东以货币出资 100 万元。

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	李志翔	货币	82.00	82.00
2	朱子业	货币	18.00	18.00
合计			100.00	100.00

注：主办券商从北京佰鼎工商档案中未看到成立时股东会、董事会、监事会会议决议文件，北京佰鼎未保存公司成立时的会议记录文件，但通过查阅北京佰鼎成立时的工商档案可以得知北京佰鼎已按照北京市工商行政管理局朝阳分局的要求提供了成立时所需的材料并办理完相关工商变更。

北京佰鼎第一次股权转让

2014 年 1 月 25 日，朱子业与李志翔签订《出资转让协议书》，约定朱子业将北京佰鼎 18 万元货币出资转让给李志翔，但未及时办理工商变更手续。

2015 年 2 月，北京佰鼎召开股东会，一致同意：朱子业将北京佰鼎 18 万元货币出资转让给李志翔；同意修改后的公司章程。北京佰鼎于 2015 年 2 月办理了工商变更，公司变更为一人有限责任公司。

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	李志翔	货币	100.00	100.00
合计			100.00	100.00

北京佰鼎第二次股权转让、第一次增资

2015 年 4 月 13 日，北京佰鼎召开股东会，一致同意：李志翔将北京佰鼎 100 万元货币出资转让给李华中；注册资本由 100 万元增加至 300 万元，其中李华中新增货币投资 200 万元；变更公司住所为北京市朝阳区广渠路 39 号院 2 号楼二层(双井孵化器 184 号)；同意修改后的公司章程。

2015 年 4 月 13 日，李华中与李志翔签订《出资转让协议书》，约定李志翔将北京佰鼎 100 万元货币股权转让给李华中。

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	李华中	货币	300.00	100.00
合计			300.00	100.00

北京佰鼎第三次股权转让

1.1 股东会决议

2015年10月15日，有限公司召开股东会，一致同意：收购李华中所持的北京佰鼎80%股权，收购价格为200万元。

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	北京推智网络科技有限公司	货币	240	80.00
2	李华中	货币	60	20.00
合计			300	100.00

1.2 股权转让协议

2015年10月15日，北京推智网络科技有限公司与李华中签订了股权转让协议，股权转让价格为200万元。

1.3 收购目的

北京佰鼎在传统媒体推广中具有一定优势，而有限公司的业务目前主要集中在新媒体推广，为了整合业务体系、提升综合竞争实力，公司决定收购北京佰鼎。

1.4 收购价格

北京佰鼎2015年9月30日财务状况和2015年1-9月经营成果（未审计）如下：

单位：元

项目	2015年9月30日
资产总计(元)	4,109,639.66
股东权益合计(元)	1,098,357.30
项目	2015年1-9月
营业收入(元)	3,547,766.98
净利润(元)	84,538.67

截至收购基准日2015年9月30日，北京佰鼎每股净资产为0.37元。考虑到北京佰鼎在在传统媒体推广领域里积累了较为丰富的资源，具有一定优势，故收购价格定为0.83元/股，收购总价款为200万元。此外，北京推智与北京佰鼎股东李华中签订的《股权转让协议》中约定如果北京佰鼎未完成协议约定的2015年度、2016年度税后净利润指标时，李华中将按约定比例向公司返还多支付的股权转让款。

综上，本次收购北京佰鼎的价格公允、合理。

1.5 是否构成重大资产重组

有限公司 2014 年度经审计的财务会计报表期末资产总额为 8,509,135.46 元，期末净资产额 11,682.49 元。有限公司于 2015 年 10 月 16 日取得北京佰鼎控制权，本次购买的资产总额以被投资企业的资产总额和成交金额二者中的较高者为准，即资产总额为 4,109,639.66 元，该资产总额占有限公司 2014 年度经审计的财务会计报表期末资产总额的比例达到 50% 以上，构成重大资产重组。

(3) 公司股东、董事、监事、高级管理人员与北京佰鼎的关联关系

公司股东、董事、监事、高级管理人员与北京佰鼎不存在任何关联关系。

4、参股公司：杭州推特文化传播有限公司

(1) 公司的基本情况

公司名称	杭州推特文化传播有限公司		
公司住所	杭州市上城区西湖大道 259 号办公 406 室		
法定代表人	来罡		
注册资本	200 万元		
注册号	330102000155075		
企业类型	有限责任公司		
成立时间	2015 年 8 月 19 日		
经营范围	一般经营项目：服务：文化艺术策划（除演出中介），公关活动策划，品牌策划，品牌推广，企业形象策划，商务信息咨询（除商品中介），影视策划，礼仪服务，承办会展，摄影摄像，网站建设。		
股权结构	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
	杭州推特网络科技有限公司	60	30.00
	贾乃亮	20	10.00
	张力	90	45.00
	虞怡	30	15.00
	合计	200	100.00

(2) 是否构成重大资产重组

有限公司 2014 年度经审计的财务会计报表期末资产总额为 8,509,135.46 元，期末净资产额 11,682.49 元。有限公司本次出资资产总额占有限公司 2014 年度经审计的财务会计报表期末净资产额的比例达到 50% 以上，但购买的资产总额占有限公司 2014 年度经审计的期末资产总额的比例未达到 30% 以上，不构成重大资产重组。

四、董事、监事、高级管理人员情况

（一）公司董事基本情况

1、来罡：董事长

其基本情况参见本节“三、公司股份情况”之“（三）公司控股股东、实际控制人基本情况”。

2、段俊凯：副董事长

男，1975年出生，中国籍，无境外永久居留权，大专学历。1998年9月至2000年9月，在广州威旗科技有限公司任市场部经理；2000年10月至2005年10月，在网之易信息技术（北京）有限公司先后任文化频道编辑、主编；2005年10月至2007年10月，自由职业；2007年10月至2009年3月，在腾讯北京分公司任文化频道主编；2009年3月至2010年4月，在互动在线（北京）科技有限公司任主编；2010年5月至2013年3月，在星时东方文化发展有限公司任运营总监；2013年4月至2014年2月，在环时互动（北京）科技有限公司任客户总监；2014年2月至今在北京推智网络科技有限公司任副总经理；2015年10月至今在杭州星推网络科技股份有限公司任副董事长，未直接持有公司股份，近亲属未持有公司股份，不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况。

3、薛奕珊：董事

女，1991年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2014年8月至2015年10月就职于深圳市广深医药集团电子商务部，未担任职务。2015年10月至今在杭州星推网络科技股份有限公司任董事。未持有公司股份，近亲属未持有公司股份，不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况。

4、杨成：董事

男，1981年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2004年7月至2005年6月，在北京龙迹天地科技有限公司任产品经理；2005年7月至2007年2月，在北京梦天游信息技术有限公司任产品运营总监；2007年3月至2012年11月，在中盛投资集团有限公司任投资经理、执行董事；2012年12月至2014年3月，在游

艺星际(北京)科技有限公司任市场部总经理；2014年4月至2015年3月，在维西伟业（北京）资本管理有限公司任董事总经理；2015年3月至今在北京是成资本管理有限公司担任董事、总经理。2015年10月至今在杭州星推网络科技股份有限公司任董事，未持有公司股份，近亲属未持有公司股份，不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况。

5、金愨：董事

女，1981年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2004年6月至2006年3月，在浙江TCL电器销售有限公司任市场部主管；2006年3月至2010年5月，在杭州西城文化传播有限公司任项目总监；2010年5月至2012年5月，在浙江文广集团FM104.5十二星座女主播电台任主播；2012年5月至2015年10月，在杭州推特网络科技有限公司任首席营销官；2015年10月至今在杭州星推网络科技股份有限公司任董事、首席营销官，未持有公司股份，近亲属未持有公司股份，不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况。2014年7月投资成立杭州咖拉莱芙文化创意有限公司，持有40%股权，担任执行董事兼总经理，为其法定代表人，该公司正在注销中。

（二）公司监事基本情况

1、俞晓：监事会主席

女，出生于1979年9月2日出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。1999年7月至2005年7月，在中国国际航空传媒股份有限公司浙江分公司任综合办公室副主任；2005年7月至2009年12月，自由职业；2009年12月至2011年5月，在杭州玖熙广告有限公司任办公室主任。2011年5月至2015年10月，在杭州推特网络科技有限公司任办公室主任。2015年10月至今在杭州星推网络科技股份有限公司任监事会主席，未持有公司股份，近亲属未持有公司股份，不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况。

2、宋晓艳：监事

女，1980年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。1998年10月至2004

年 8 月，在杭州之江国际广告有限公司任财务负责人；2004 年 8 月至 2005 年 12 月在，杭州青少年文化交流中心任办公室主任；2005 年 12 月至 2015 年 3 月，在杭州玖熙广告有限公司任副总经理；2015 年 3 月至 2015 年 10 月，在杭州推特网络科技有限公司任会计；2015 年 10 月至今在杭州星推网络科技股份有限公司任会计，未持有公司股份，近亲属未持有公司股份，不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况。

3、周杭健：监事

男，1983 年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005 年 7 月至 2015 年 9 月，在杭州萧山国际机场有限公司任传媒中心助理；2015 年 10 月至今，在杭州星推网络科技股份有限公司任监事。近亲属未持有公司股份，不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况。

（三）高级管理人员

1、来罡：总经理

来罡先生简历参见本节“三、公司股份情况”之“（三）公司控股股东、实际控制人基本情况”。

2、王涤平：财务负责人

男，1980 年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2003 年 6 月至 2007 年 2 月，在浙江五星五金机电有限公司任财务助理；2007 年 3 月至 2007 年 11 月，在浙江金元家电有限公司任财务经理；2007 年 12 月至 2013 年 3 月，在温州美的制冷产品销售有限公司任财务总监；2013 年 4 月至 2015 年 4 月，在浙江联达进出口有限公司任财务总监；2015 年 5 月至 2015 年 10 月，在杭州推特网络科技有限公司任会计。2015 年 10 月至今在杭州星推网络科技股份有限公司任财务负责人，未持有公司股份，近亲属未持有公司股份，不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况。

3、周婷婷：董事会秘书

女，1988 年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2011 年 7 月至 2014 年 9 月，在墨西哥驻华大使馆新闻任媒体处、政治处专员；2014 年 9 月至 2015 年

10月，在杭州推特网络科技有限公司任客户总监。2015年10月至今在杭州星推网络科技有限公司任董事会秘书，未持有公司股份，近亲属未持有公司股份，不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况。

4、金恕：首席营销官

其基本情况参见本节“四、董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）公司董事基本情况”之“5”。

五、最近两年主要会计数据和财务指标

有限公司最近两年主要会计数据和财务指标情况如下：

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总额（元）	29,942,146.16	8,509,135.46	3,307,018.41
股东权益合计（元）	25,881,695.65	11,682.49	1,568,076.07
归属于申请挂牌公司股东权益合计（元）	25,881,695.65	11,682.49	1,568,076.07
每股净资产（元）	23.09	0.01	1.57
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	23.09	0.01	1.57
资产负债率	13.56%	99.86%	52.58%
流动比率（倍）	7.12	0.89	1.83
速动比率（倍）	7.12	0.89	1.83
项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
营业收入（元）	16,609,698.60	8,479,778.86	5,119,381.40
净利润（元）	4,258,763.16	-1,556,393.58	249,552.72
归属于申请挂牌公司股东的净利润（元）	4,258,763.16	-1,556,393.58	249,552.72
扣除非经常性损益后的净利润（元）	4,266,742.98	-1,551,142.55	249,588.82
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	4,266,742.98	-1,551,142.55	249,588.82
毛利率（%）	49.22%	44.53%	39.73%
净资产收益率（%）	199.00%	-197.00%	17.00%
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	199.00%	-196.00%	17.00%
基本每股收益（元/股）	4.26	-1.56	0.25
稀释每股收益（元/股）	4.26	-1.56	0.25
应收帐款周转率（次）	3.58	4.71	5.01
存货周转率（次）	N/A	N/A	N/A

经营活动产生的现金流量净额(元)	-1,041,973.24	144,235.47	73,981.47
每股经营活动产生的现金流量净额 (元/股)	-1.04	0.14	0.07

六、本次挂牌有关机构

(一) 主办券商

机构名称：江海证券有限公司

法定代表人：孙名扬

住所：黑龙江省哈尔滨市香坊区赣水路 56 号

联系电话：010-59355737

传真：010-56437017

项目小组负责人：谭怡

项目小组成员：肖婧、吴英文

(二) 律师事务所

机构名称：北京汉马律师事务所

机构负责人：付晓东

联系地址：北京市丰台区广安路 9 号国投财富广场 2 号楼 15A02

联系电话：（010）63300381

经办律师：吴姿虹、董国文

(三) 会计师事务所

机构名称：中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：姚庚春

住所：北京市西城区复兴门内大街 28 号 5 层 F4 层东座 929 室

联系电话：010-88000092

传真：010-82254518-812

经办会计师：姚庚春、李晓斐

（四）资产评估机构

机构名称：北京国融兴华资产评估有限公司

法定代表人：赵向阳

住所：北京市西城区裕民路 18 号北环中心 7 层 703

联系电话：010-82253743

传真：010-51667811

经办评估师：袁威、曲金亭

（五）证券登记结算机构

股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司北京分公司

联系地址：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层

联系电话：010-50939980

传真：010-50939716

（六）证券交易场所

名称:全国中小企业股份转让系统有限责任公司

地址:北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦

电话:010-63889512

传真:010-63889514

第二节 公司业务

一、公司主要业务、主要产品及用途

公司通过娱乐核心要素的内容再造，通过专有技术手段设计传播方案，结合新媒体与传统媒体资源为娱乐项目和企业品牌提供整合营销服务。通过自有娱乐自媒体平台、独立研发的娱乐新媒体大数据系统、专业新媒体品牌策划团队为国内知名品牌和一线媒体服务。

经过5年发展，公司已经成为国内娱乐推广最有影响力的新媒体营销服务公司，为国内众多知名企业提供品牌整合新媒体服务。公司拥有一批深刻理解互联网传播的年轻创作人才，他们有很强的娱乐解读能力，能够迅速将客户需求转化为网络传播语言；同时，通过自有大数据的筛选匹配，找到精准的渠道进行传播；在自有自媒体平台上，有上万个基于社交自媒体资源和传统媒体资源可以用于网络传播。公司为国内各大卫视、视频网站、知名综艺节目、各大品牌企业做的新媒体推广都获得了亿级的点击量。公司独有的以娱乐营销为切入口，分解娱乐内容，分析数据结构，为企业品牌增加流量的营销方式具有很强的市场竞争力。公司为5大卫视和数家电影公司53档娱乐节目做了网络宣推服务，2014制作的网络宣推内容创造了120亿的网络点击量，为《奔跑吧兄弟》《一步之遥》《十二道锋味》等在内的国内一线娱乐节目创作大量网络传播内容。随着综艺电影市场高速发展，迅速占领国内娱乐营销领军位置。

（一）网络推广-娱乐新媒体推广

公司以独有的系统性新媒体推广方法，加上广泛的娱乐圈渠道资源，为娱乐节目设计推广方案、制作宣传内容并以自身媒体渠道为娱乐节目制造话题，扩大娱乐节目的传播范围，提高节目的影响力及关注度。



(二) 网络推广-企业新媒体推广

通过娱乐内容再造和大数据分析，可以精准为企业客户带来大量流量，通过特有的数据分析模型和渠道分发平台，给企业带来品牌提升和销售流量，公司现有长期大客户包括香飘飘、水星家纺等国内知名品牌。通过传统媒体发布，加新媒体公关，加品牌再塑造，加精准投放，形成独特的，适合新媒体的企业品牌提升方法。

(三) 代运营服务

公司代客户运营客户的公众帐号，包括通过微博、微信的双微战略营销行为，发展新用户，维护老客户；借助不定期的营销活动和策划，达到用户的二次转化和强关系营销。公司代运营客户包括香飘飘、携程特价机票等。



(四) 线下活动推广

线下活动推广是营销活动的闭环，它能在短的时期内聚集起用户群，帮助用户与品牌、用户与用户之间实现进一步交流与接触；同时随着推介活动的扩大，还可以用媒体跟踪报道来扩大舆论的注意并形成传播，持续提高活动的主题与品牌人气，增大扩散性营销通路。公司主要提供音乐会、跑步、创意市集、赛车、party等线下活动的筹办及推广，并将线上与线下推广相结合，为企业提供最大限度的宣传推广。



(五) 娱乐帮

娱乐帮是首个专注于“综艺+电商”的娱乐消费平台，以大量一手娱乐内容为依

托，对全国热门综艺节目进行一体化社区整合，融入个性娱乐消费的电商平台，通过综艺娱乐消费电商大数据优化，实现全民娱乐快乐电商诉求，致力于打造“我的娱乐消费帮”。

娱乐帮云集娱乐创意、风格独特、价格合理的娱乐消费品。热门综艺节目、制片方、播出平台、明星、赞助商、粉丝、幕后推手、娱乐达人的个性小店，为全民娱乐消费者提供紧跟娱乐潮流的消费商品和服务。网罗全球娱乐资讯，极具个性的娱乐消费技巧，令娱乐消费的快乐体验触手可及。

娱乐帮由子公司深圳艺推全力打造，计划在 2015 年 11 月上线，目前正在内部测试中。



（六）星推网（明星自媒体平台）

星推网成立于 2015 年 8 月——首个娱乐营销推广资源交易平台,拥有海量的明星自媒体资源，网络红人自媒体资源、地方媒体自媒体资源，合力打造业界最顶尖的媒介资源交易、互推平台。现有微博自媒体 10000 余个，微信自媒体 10000 余个，签约艺人自媒体 160 个。星推网为广告主提供多媒体报价、广告投放、详细指导、

宣传策划、效果分析等专业服务。

星推网由公司与参股公司推特文化共同搭建的资源交易平台，目前域名注册于推特文化，公司与推特文化对星推网产生的收益按照 3：7 的比例进行分配。



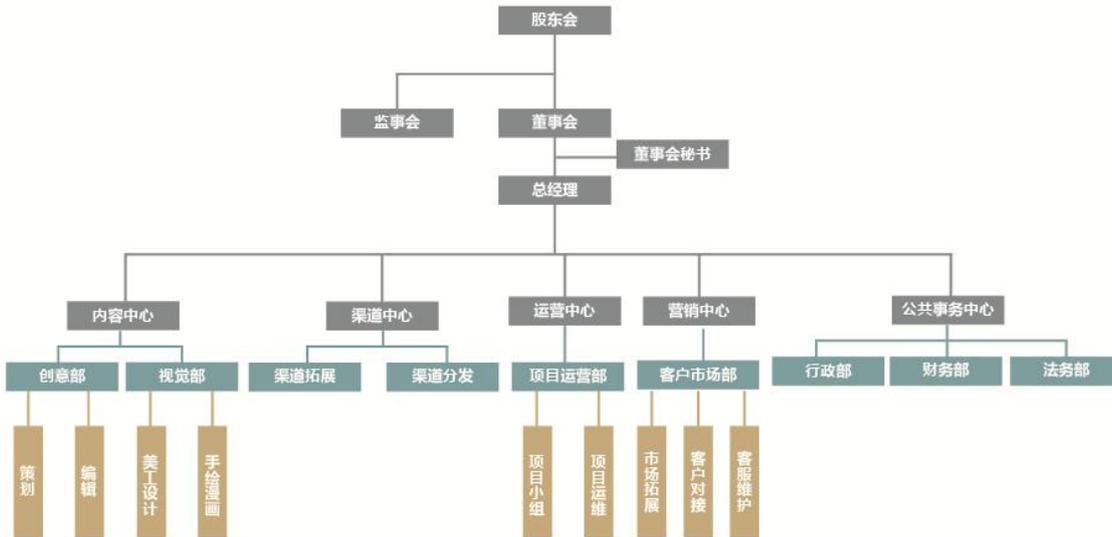
（七）推特大数据

通过专业系统监控全国 10 万个主要微博，99 万个微信公众号，对全国各娱乐项目、明星个人、企业品牌在各社交媒体的活跃度进行监控，并进行统计计算，自有研发算法，预测网络事件热度，明星关注度，对电影及综艺娱乐节目制片方选择题材、挑选艺人、确定推广方式等提供专业的咨询顾问服务以及为企业客户设计制造产品、实现精准营销提供咨询顾问服务。

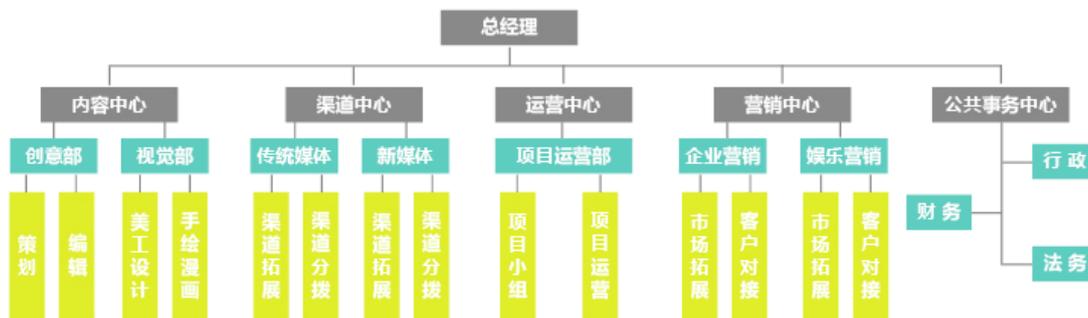
二、公司内部及服务流程

(一) 公司组织架构

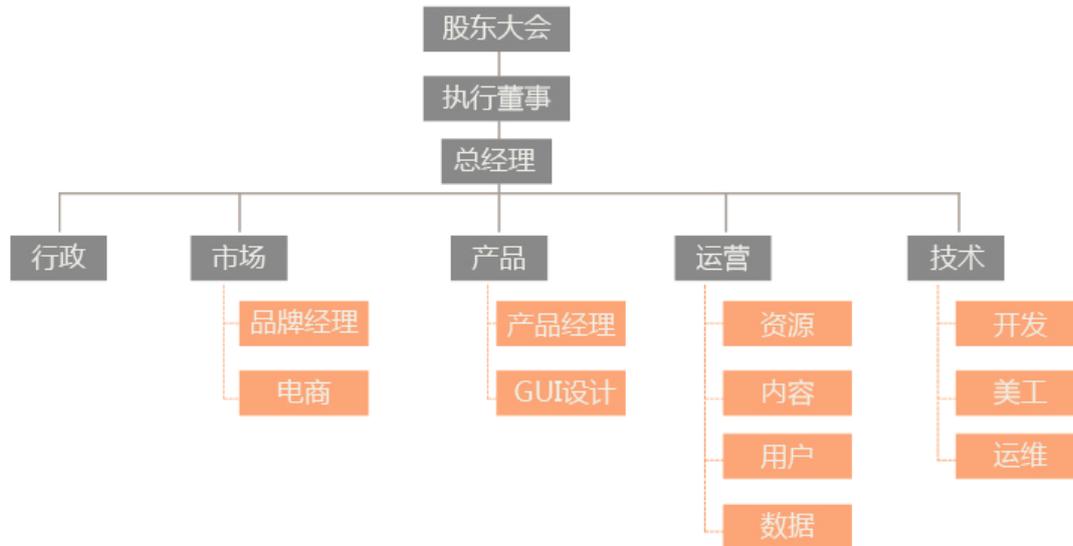
1、截至本说明书签署日，公司的组织架构图如下所示：



2、截至公开转让说明书出具之日，北京推智组织结构如下：



3、截至公开转让说明书出具之日，深圳艺推组织结构如下：



（二）公司各部门职责

1、内容中心

内容中心根据公司发展战略，执行公司研发战略和年度研发计划，负责公司产品的设计、研发、运维以及针对用户增值服务的开发运营。下设创意部和视觉部两个部门。创意部负责为客户制定专业的营销解决方案，并通过分析解读营销数据，策划制定互联网推广方案与策略，促进客户营销工作。视觉部负责推广营销计划中的平面设计，根据具体诉求制定符合产品气质的整体视觉方案，包括创意海报与原创手绘漫画，扩大传播感染力，促进计划更加有效地执行。

2、渠道中心

渠道中心负责掌握媒体资源，协调公司与媒体的动态联系，完成计划下的媒体投放。下设渠道拓展和渠道分发两个部门。渠道拓展部门负责掌握相关媒体的各类信息，维系公司同媒体的良好关系，并根据客户的要求完成媒介计划、谈判、购买工作。渠道分发部门负责媒体计划的下单执行，完成服务及异常情况处理工作。

3、运营中心

运营中心负责营销项目的具体创意、执行和维护。下设项目运营部。项目运营部负责客户诉求的具体对接和立体化，设定一系列符合项目调性的创意推广计划，并合理整合多方面资源进行细化执行和后续维护，使营销效果最大化。

4、营销中心

营销中心负责维护和拓展客户关系，以及客户的完整对接。下设客户市场部。客户市场部负责公司针对市场客户的策划、销售以及客户关系服务，包括市场客户的开发与维护，并通过与客户良性的对接，评估项目服务效果，不断优化推广计划。

5、公共事务中心

负责公司对外的公共关系和平等合作、对内的公共支撑及安全保障。公共事务中心下设行政部、财务部和法务部。行政部负责公司行政事务管理、人力资源管理、员工关系管理、对外公共关系维护等。财务部负责公司的财务管理工作、包括财务制度的制定与实施、工资与福利的发放、预算与成本统计、以及与财务工作有关的外部及政府相关部门的联络与沟通工作等。法务部负责对公司生产经营过程中的风险管控，审查待签订的合同、提供有关法律问题的意见，对外部律师事务所的意见予以确认，涉及诉讼时与外部律师协作解决问题，合理性地监控、监督公司良性地运行。

（三）公司营销管理流程

1、业务营销管理

营销中心通过各种渠道分析用户特点,确定受众人群,寻找商业价值,锁定目标客户。确定目标客户后,营销中心负责与客户进行业务洽谈,并起草合同文本,交由营销总监及法务进行审查,订立相关业务合同。合同订立后,如涉及广告业务的,由营销客户经理与客户确定项目计划与排期表,后交予渠道中心负责分发;如非渠道业务,由内

容运营中心进行项目立项,成立项目组,协同各部门进行项目的策划执行,由项目组统筹出具项目执行报告。

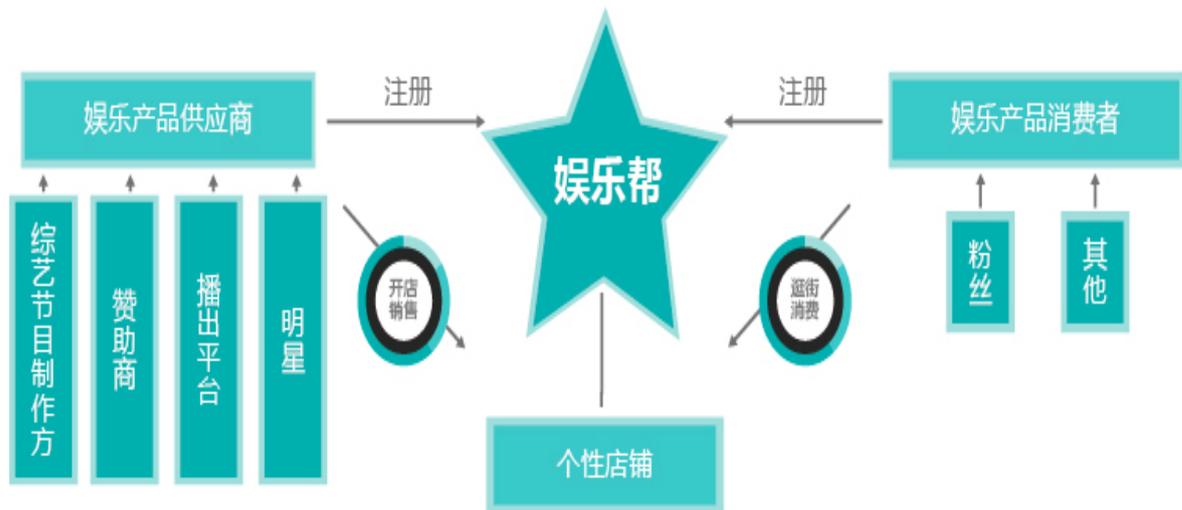
业务营销管理流程如下图所示:



2、娱乐帮

娱乐节目制片方、赞助商、明星等在娱乐帮APP平台注册开设个性店铺,出售当季最流行、最具话题性的娱乐消费产品(如跑男服装等);消费者在关注综艺娱乐节目的同时,在线光顾不同的个性店铺,选购心仪的娱乐消费产品,最终通过第三方交易平台完成交易。

娱乐帮业务流程如下:



三、与业务相关的关键资源要素

(一) 产品或服务所使用的主要技术

1、大数据采集技术

当前在新媒体领域，微信、微博和 APP 客户端是最主要代表，发展十分迅猛，受到政府、企业、高校、传统媒体等各方关注。在这样的大背景下，2014 年 10 月，推特大数据分析系统应运而生。该系统以清华新媒体指数大数据平台为核心，依托业界学术资源，衍生出新媒体影响力排榜、数据分析、舆情监控系统、API 调用、宣传推广、广告分发、线下沙龙培训等产品和服务。

(1) 技术核心：新媒体指数 www.gsdata.cn——中国最大的新媒体数据平台。

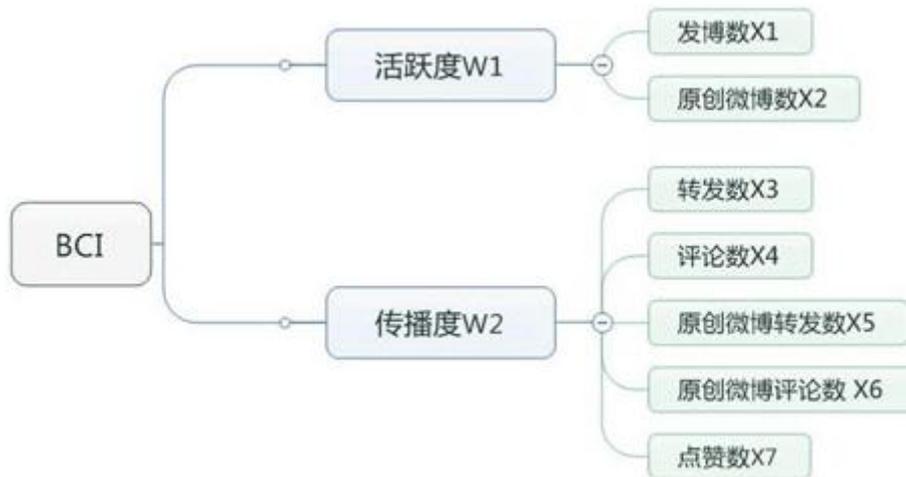
“新媒体指数”由是一个以大数据为参考和依托，为广大新媒体/自媒体用户提供大数据挖掘和服务的平台，是国内最大的“两微一端”数据平台，数据完全自有，同时也是中国唯一免费、公开、共享的两微一端数据平台。

(2) 自有数据资源：

平台目前共收录 1.5 亿个微博、94 万个微信公号 and 84 万个 APP 数据，是目前

国内最大的第三方微信数据库，日常监测的微信公号超过 32 万个，监测数量超过同类平台一半以上。平台提供微信账号和文章搜索，对于每个微信公号给出包括总阅读数、头条阅读数、平均阅读数、点赞数等超过 20 多项的不同数据，满足用户各种不同的数据分析及排榜需求。根据新媒体传播规律，我们研发了微信传播指数（WCI）和微博传播指数（BCI），已成为应用最广泛的微信影响力权威评价指标。

WCI 测算 V11.3			
一级指标	二级指标	权重	标准化方法
阅读指数 (80%)	总阅读数 R	40%	Ln (R+1)
	平均阅读数 R/n	45%	Ln (R/n+1)
	最高阅读数 Rmax	15%	Ln (Rmax+1)
点赞指数 (20%)	总点赞数 Z	40%	Ln (10*Z+1)
	平均点赞数 Z/n	45%	Ln (10*Z/n+1)
	最高点赞数 Zmax	15%	Ln (10*Zmax+1)
$WCI = \left\{ \begin{aligned} &80\% \times [40\% \times \ln(R+1) + 45\% \times \ln(\frac{R}{n}+1) + 15\% \times \ln(R_{max}+1)] \\ &+ 20\% \times [40\% \times \ln(10*Z+1) + 45\% \times \ln(10*\frac{Z}{n}+1) + 15\% \times \ln(10*Z_{max}+1)] \end{aligned} \right\}^2 \times 10$			



$$BCI = (20\% \times W_1 + 80\% \times W_2) \times 160$$

$$W_1 = 30\% \times \ln(X_1 + 1) + 70\% \times \ln(X_2 + 1)$$

$$W_2 = 20\% \times \ln(X_3 + 1) + 20\% \times \ln(X_4 + 1) + 25\% \times \ln(X_5 + 1) + 25\% \times \ln(X_6 + 1) + 10\% \times \ln(X_7 + 1)$$

2、娱乐帮平台技术

娱乐帮平台采用 nativeapp 开发模式，基于分布式服务，并通过 mongodb+redis 提升服务器数据处理性能，再配合优质的 UI 设计，给用户带来极佳的体验。

平台提供众多综艺节目的视频、资讯、独家爆料花絮，更有海量娱乐视频短片资源，好玩的视频弹幕。用户可以通过 lucene 索引检索，从海量资源中快速而精准地查找想要的数 据，为喜爱的节目或明星进行打赏点赞，也可通过吐槽发表自己独特的观点。

官方通过多用户商城系统，采用 B2C 和 C2C 模式，提供明星同款、签名照片、现场道具等追星必备的限量商品。

用户还可以通过娱乐贴吧，观看全宇宙最逗逼的综艺资讯、娱乐八卦、新闻糗事、美女图片、内涵段子、搞笑视频和有最逗趣的娱乐神回复。

3、星推网平台技术

星推网网站后端技术采用比较流行的三层架构模式，分为数据访问层（DAL）、业务逻辑层（BLL）和界面表示层（UI）层，三层之间传递数据通过 Model 层来实现。

数据访问层：封装了所有与数据库的交互操作。

业务逻辑层：所有网站通过 BLL 层完成业务实现，实现业务与数据操作的分类，相互不受影响。后期只需通过更改 DAL 层就可以实现数据库的切换和服务器的扩展。

界面表示层：负责界面展示处理，后期增加不同设备展示，可以省去业务及数据层的更改。

网站前端用户管理后台采用主流的前端开发框架（Angular, Backbone, ReactJS）。该框架是一种特殊的 WEB 应用，补足 HTML 本身在构建应用方面的缺陷。AngularJS 通过我们称为标识符（directives）的结构，让浏览器能够实识别新的语法。

网站前台采用动静态分离，静态缓存，动态压缩处理，合并 CSS 样式、JS 脚本

及图片元素，提升网站性能并做好搜索引擎优化。

（二）公司主要无形资产

公司的无形资产包括商标、域名以及公司购置的软件等。

1、商标

序号	商标名称	商标注册证号	类别	核定服务项目	注册有效期
1		17987072	42	软件运营服务[SaaS]；云计算；提供互联网搜索引擎；计算机软件咨询；计算机硬件设计和开发咨询；把有形的数据或文件转换成电子媒体；替他人研究和开发新产品；计算机软件设计；计算机系统分析；计算机软件安装	待审中
2		17987292	41	学校（教育）；培训；演出制作；组织教育或娱乐竞赛；安排和组织会议；俱乐部服务（娱乐或教育）；在线电子书籍和杂志的出版；在计算机网络上提供在线游戏；娱乐；假日野营娱乐服务	待审中
3		17987072	35	广告；商业中介服务；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；替他人推销；人事管理咨询；计算机录入服务；会计；药品零售或批发服务；为销售者提供商业	待审中

				信息和建议（消费者建议机构）； 通过网站提供商业信息	
4		17987245	35	广告；商业中介服务；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；替他人推销；人事管理咨询；计算机录入服务；会计；药品零售或批发服务；为销售者提供商业信息和建议（消费者建议机构）；通过网站提供商业信息	待审中
5		17987257	41	学校（教育）；培训；演出制作；组织教育或娱乐竞赛；安排和组织会议；俱乐部服务（娱乐或教育）；在线电子书籍和杂志的出版；在计算机网络上提供在线游戏；娱乐；假日野营娱乐服务	待审中
6		17987403	42	软件运营服务[SaaS]；云计算；提供互联网搜索引擎；计算机软件咨询；计算机硬件设计和开发咨询；把有形的数据或文件转换成电子媒体；替他人研究和开发新产品；计算机软件设计；计算机系统分析；计算机软件安装	待审中

2、公司购置的软件

公司与建德用安软件有限公司于2015年5月12日签订的《用友管理软件使用许可销售服务合同》，购买用友软甲集团开发、生产的软件的使用许可，合同期为一年，费用总计为13200元。

（三）取得的业务许可资格或资质情况

截至本公开转让说明书出具之日，公司所属行业无需业务许可资格。

（四）特许经营权情况

截至本公开转让说明书出具之日，公司不存在特许经营权。

（五）主要固定资产的情况

1、截至2015年7月31日，公司固定资产情况如下：

单位：元

固定资产类别	折旧年限	固定资产账面原值	累计折旧(%)	固定资产账面净值	成新率(%)
电子设备	3	316,571.07	145,780.84	170,790.23	53.95
运输设备	4	399,000.00	134,246.96	264,753.04	66.35
办公家具	5	63,660.00	9,768.16	53,891.84	84.66
合计		779,231.07	289,795.96	489,435.11	

公司各项主要固定资产处于良好状态，可以满足公司目前生产经营活动需要。

2、公司主要固定资产如下：

序号	资产类别	资产名称	使用年限	取得时间	原值（元）	净值（元）	成新率
1	运输设备	奔驰车	4年	2014年2月	399,000.00	264,753.04	66.35%
合计					399,000.00	264,753.04	66.35%

（六）员工情况

截至2015年7月31日，公司共有员工49人，结构情况如下：

1、员工岗位结构：

专业分工	人数	占比
高级管理人员	5	10.20%
内容中心	18	36.73%
渠道中心	2	4.08%
运营中心	13	26.53%
营销中心	5	10.20%
公共事业中心	6	12.24%
合计	49	100.00%

注：此处高级管理人员包括公司高管及北京推智总经理、副总经理。

2、员工受教育程度：

受教育程度	人数	占比
专科及以下	14	28.57%

本科	33	67.35%
硕士及以上	2	4.08%
合计	49	100.00%

3、员工年龄分布

年龄分布	人数	占比
21-30	38	77.55%
31-40	11	22.45%
合计	49	100.00%

(七) 核心技术人员及持股情况

公司目前拥有核心技术人员2名，具体如下：

1、来罡：其基本情况参见第一节“四、董事、监事、高级管理人员情况”之“(一) 公司董事基本情况”之“1”。

2、金恕：其基本情况参见第一节“四、董事、监事、高级管理人员情况”之“(一) 公司董事基本情况”之“5”。

四、业务经营情况

(一) 收入构成

报告期内，公司营业收入主要为网络推广、代运营以及线下活动。具体情况如下：

产品名称	2015年1-7月份		2014年度		2013年度	
	营业收入	比例	营业收入	比例	营业收入	比例
网络推广	14,328,509.95	86.27%	5,211,437.91	61.46%	2,695,378.03	52.65%
代运营	2,009,764.13	12.10%	2,182,293.33	25.74%	1,717,229.58	33.54%
线下活动	271,424.52	1.63%	1,086,047.62	12.81%	706,773.79	13.81%
合计	16,609,698.60	100.00%	8,479,778.86	100.00%	5,119,381.40	100.00%

报告期内，公司的业务收入主要是新媒体推广服务收入、微博及微信等代运营服务收入、线下推广活动收入。2013年度、2014年度和2015年1-7月，公司的收入主要来自网络推广收入。随着互联网在社会生活中占据越来越高的地位，使用互联网新媒体推广的市场规模也在不断扩大，公司抓住时代发展机遇，不断扩大公司规模，业务收入也逐年提升，并有持续增长态势，2015年1-7月公司收入已接近公司成立至今的总收入。报告期内，网络推广占当期营业收入的比例分别为52.65%、61.46%和86.27%，占比逐步提高，主要是公司在娱乐新媒体推广方面具有较为成熟的经验，近期合作的《爸爸回来了》《十二道锋味》等推广效果明显，为公司树立了良好的品牌形象，得到了业内广泛认可，公司承接业务的水平和议价能力都有所增强。

（二）公司客户情况

1、2015年1-7月公司前五名客户情况

客户名称	金额	比例（%）
上海异草投资咨询有限公司	2,228,773.59	13.42
浙江广播电视集团	1,981,132.03	11.93
杭州瓦杰科技有限公司	1,886,792.44	11.36

合宝娱乐传媒有限公司	1,179,245.26	7.10
象山泽悦文化传播有限公司	1,132,075.46	6.82
合计	8,408,018.77	50.63

2、2014年公司前五名客户情况

客户名称	金额	比例 (%)
浙江广播电视集团	1,278,393.49	15.08
北京蓝光讯媒科技有限公司	1,070,009.88	12.62
上海睿冠贸易有限公司	872,641.48	10.29
上海聚硕文化传媒有限公司	627,509.43	7.40
杭州瓦杰科技有限公司	443,212.99	5.23
合计	4,291,767.27	50.62

3、2013年公司前五名客户情况

客户名称	金额	比例 (%)
浙江广播电视集团	2,196,601.95	42.91
上海睿冠贸易有限公司	706,814.43	13.81
北京世熙创意国际文化传媒有限公司	423,300.98	8.27
浙江新蓝网络传媒有限公司	368,932.04	7.21

浙江蓝巨星国际传媒有限公司	242,718.45	4.74
合计	3,938,367.85	76.94

报告期内，公司前五大客户收入合计均超过当期收入的 50%，其中，浙江广播电视集团连续三年均为公司前五大客户并占比较高，公司成立时以浙江广播电视集团为主要合作对象，随着近年来公司业务不断发展，公司的打造的各项娱乐节目均得到了普遍的认可，在业内积攒了较好的口碑及知名度，公司业务拓展的能力持续增强，虽然前五大客户占公司营业收入的比重仍然较大，但对浙江广播电视集团等重要客户的依赖程度也明显下降，不存在对单一客户形成依赖的情况。

（三）公司主要供应商

1、2015 年 1-7 月公司前五名供应商情况

供应商名称	金额	比例（%）
杭州卡赛科技有限公司	1,087,239.62	12.89
杭州德悦文化创意有限公司	853,514.56	10.12
温州瓯鼎广告有限公司	838,367.96	9.94
杭州巨腾科技有限公司	640,776.70	7.60
优尼科（北京）国际广告有限公司	339,805.83	4.03
合计	3,759,704.67	44.57

2、2014 年公司前五名供应商情况

供应商名称	金额	比例（%）
-------	----	-------

杭州中茂商务咨询服务有限公司	840,000.00	31.52
温州瓯鼎广告有限公司	838,367.96	31.46
成都途播未来文化传播有限公司	444,660.19	16.68
杭州康业企业管理咨询有限公司	350,000.00	13.13
杭州德悦文化创意有限公司	192,233.01	7.21
合计	2,665,261.16	67.75

3、2013 年公司前五名供应商情况

供应商名称	金额	比例 (%)
杭州中茂商务咨询服务有限公司	1,010,660.00	32.75
杭州康业企业管理咨询有限公司	720,720.00	23.36
温州瓯鼎广告有限公司	200,000.00	6.48
台州市正和通信产品有限公司	174,000.00	5.64
厦门飞博共创网络有限公司	150,000.00	4.86
合计	2,255,380.00	73.09

公司报告期内前五大供应商的采购金额占公司营业成本的比例较高，且前五大供应商较为集中，主要由于公司成立之初，多承接金额较小的推广服务合同，公司主要需要供应商的渠道、媒介资源、网络技术服务等并不对应单一服务项目，公司与主要供应商温州瓯鼎广告有限公司、杭州德悦文化创意有限公司、杭州中茂商务咨询服务有限公司等均签订两至三年的框架服务协议，根据公司实际发生的业务情况按年度进行结算，导致公司报告期内供应商集中。随着公司规模的不不断扩大，逐

渐建立了自有渠道和服务技术，以及增加了新的合作方，公司目前对单一供应商不存在明显依赖。

（四）公司主要成本构成

1、公司成本分类情况

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
网络推广	7,357,516.60	2,594,514.36	1,405,134.38
代运营	941,212.74	1,362,195.29	1,167,066.01
线下活动	136,037.97	746,657.74	513,444.87
合计	8,434,767.31	4,703,367.39	3,085,645.26

2、公司主营业务成本构成情况

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
工资	930,963.18	597,591.98	360,552.89
社保	159,467.94	123,408.02	86,437.81
公积金	50,507.65	42,711.72	5,194.56
技术服务费	2,572,012.39	1,741,994.70	1,470,630.00
网络服务费	2,125,607.58	967,060.00	788,000.00

网络制作费	1,159,847.58	1,038,367.96	280,000.00
策划费	1,154,484.99	192,233.01	
其他	281,876.00	47,200.00	94,830.00
合计	8,434,767.31	4,703,367.39	3,085,645.26

（五）报告期内对持续经营有重大影响的业务合同

报告期内，对持续经营有重大影响的业务合同主要包括重大采购合同（合同金额 20.00 万元以上）、重大销售合同（合同金额 50.00 万元以上）；公司报告期内不存在借款及担保事项。公司重大业务合同均正常履行，不存在纠纷情况。

1、重大销售合同

报告期内公司签订的单笔超过50万元的销售合同履行情况如下：

序号	签订日期	合同内容	客户名称	合同金额	完成情况
1	2013年3月15日	浙江卫视中国梦想秀网络推广服务协议	浙江广播电视集团	880,000.00	已完成
2	2013年7月1日	浙江卫视节目中心网络推广服务协议	浙江广播电视集团	900,000.00	已完成
3	2013年10月15日	公众号运营协议	华东医药宁波有限公司	560,000.00	已完成
4	2013年12月10日	浙江卫视网络推广	浙江广播电视	650,000.00	已完成

		服务协议	集团		
5	2014年1月1日	官方微博、公共微信社会化媒体运营推广服务协议	上海睿冠贸易有限公司	540,000.00	已完成
6	2014年4月1日	商业品牌发布及活动执行合同	北京蓝光讯媒科技有限公司	1,155,000.00	已完成
7	2014年12月1日	电视节目微博宣推网络推广服务协议	杭州瓦杰科技有限公司	1,800,000.00	已完成
8	2015年1月1日	泽越文化《我看你有戏》节目新媒体推广服务协议	象山泽悦文化传播有限公司	1,200,000.00	已完成
9	2015年1月1日	跑男视频剪辑采购服务协议	杭州瓦杰科技有限公司	500,000.00	已完成
10	2015年4月10日	香飘飘微博微信代运营协议	香飘飘食品股份有限公司	1,685,500.00	已执行合同的33.33%
11	2015年1月15日	《中国超模（暂定）》网络推广服务协议（与八麟创意策划为同一合同，变更合同主体）	上海异草投资咨询有限公司	3,500,000.00	已执行合同66.7%
12	2015年4月1日	比亚酶社会化媒体运营框架协议	湖南森根比亚销售有限公司	4,127,640.00	已执行合同5%

13	2015年6月1日	蒋瑶嘉《爸爸》歌曲社会化媒体公关推广协议	上海巨音文化传媒有限公司	750,000.00	已完成
14	2015年6月1日	真心英雄推广协议	合宝娱乐传媒有限公司	2,500,000.00	已执行合同的50%
15	2015年7月13日	《十周嫁出去》新媒体推广服务协议	乐视网信息技术(北京)股份有限公司	2,000,000.00	已执行合同的50%
16	2015年7月15日	十二道锋味第二季	浙江蓝天下影视传媒有限公司	2,200,000.00	已执行合同的15%
17	2015年7月	《vivo花样姐姐&花儿与少年》新媒体推广合作协议	上海聚硕文化传媒有限公司	529,460.00	已完成

2、报告期内公司签订的单笔超过 20 万元的采购合同履行情况如下：

序号	签订日期	供应商名称	合同金额	完成情况
1	2013年1月1日	杭州中茂商务咨询有限公司	框架协议	已完成
2	2013年1月4日	杭州康业企业管理咨询有限公司	框架协议	已完成

3	2013年1月8日	温州瓯鼎广告有限公司	框架协议	2013年结算金额200,000.00元；2014年结算金额838,367.96元；2015年结算金额830,694.18元；合同仍在履行。
4	2013年1月12日	杭州德悦文化创意有限公司	框架协议	2013年未执行；2014年结算金额192,233.01元；2015年结算金额853,514.56元；合同仍在履行。
5	2014年11月27日	成都途播未来文化传播有限公司	458,000.00	已完成
6	2014年2月27日	杭州巨腾科技有限公司	1,050,000.00	已执行合同的65%
7	2015年4月25日	杭州卡赛科技有限公司	10,000,000.00	已执行合同的10%
8	2015年6月29日	优尼科（北京）广告有限公司	350,000.00	已完成

五、公司商业模式

公司通过专有技术手段设计传播方案，结合新媒体与传统媒体资源，致力于为娱乐项目和企业品牌提供互联网整合营销服务。公司商业模式主要包括以下三类：

（一）互联网品牌营销服务

公司通过整合新媒体及传统媒体资源，依托自身互联网品牌营销专业团队，迅速、准确地将客户需求转化为网络传播语言，为客户提供包括品牌策划创意，网络广告发布、自媒体代理运营（包括明星自媒体运营）、网络舆情监控、软文推广、论坛全案营销、品牌口碑塑造等服务在内的互联网品牌营销服务。加速新娱乐产品及新企业品牌的市场认知，维护和提高成熟娱乐产品及企业品牌的市场占有率，通过创意服务收取客户企业的服务费用。

（二）新媒体渠道代理

公司通过自有的微博、微信等自媒体渠道资源和公司下属的全国首个娱乐营销推广资源交易平台所掌握的明星自媒体、网络红人自媒体以及地方媒体自媒体资源、互推平台。同时结合电视、报纸、广播等传统媒体的广告代理发布，为客户提供广告投放、宣传策划、效果分析等专业服务。为企业品牌及产品推广赢得超高的关注度，实现推广收益的最大化。通过渠道的代理费用获得利润。

（三）商品直接销售

公司通过自有的基于网络，移动互联网微的大数据分析系统以及网络热点、话题创造，为企业客户带来大量流量，通过特有的数据分析模型和渠道分发平台，提高企业产品销售量。在此基础上开展线下推广活动，在短时期内聚集用户群，促进用户与品牌、用户与用户之间的沟通。将线上与线下相结合，达到产品推广的最佳效果，实现产品销售最大化。

六、所处行业基本情况

（一）公司所处行业分类

公司主要从事围绕电视综艺娱乐节目开展的社会化媒体营销，属于互联网营销方式的一种。根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2011)，属于其他互联网服务行

业(行业代码 6490); 根据《上市公司行业分类指引(2012 年修订)》, 属于互联网和相关服务(行业代码 I64)。

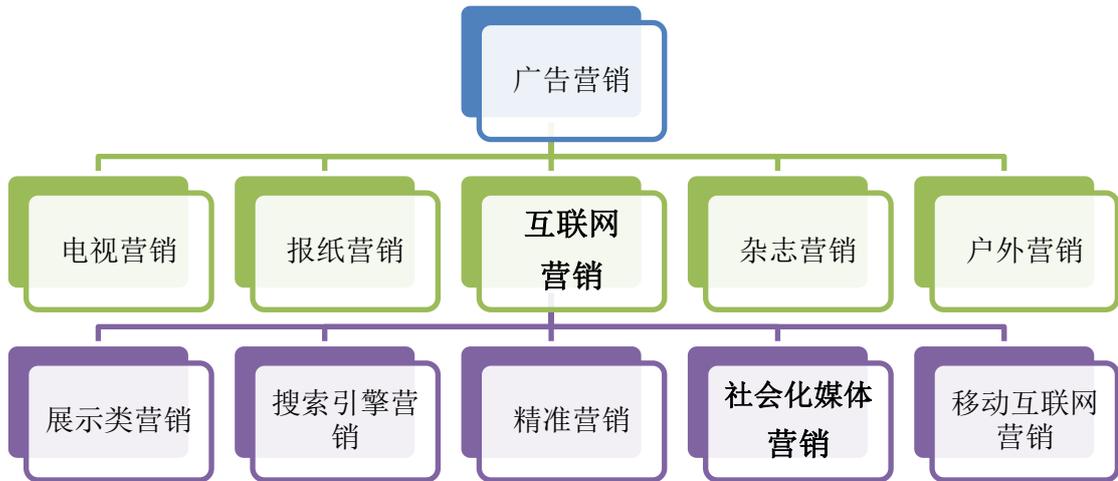
1、行业发展概况

(1) 行业简介、发展状况和发展前景

互联网营销就是狭义上的数字化营销, 是指借助于互联网络、电脑通信技术和数字交互式媒体来实现营销目标的一种营销方式。互联网营销是一个随着互联网科技的产生和发展而诞生出来的新业态、新服务, 它主要作用于信息的交换、网上购物、网上出版、电子货币、网上广告、企业公关等方面。而数字营销行业则是指行业内的企业接受客户的委托, 依托数字化媒介, 以数字化的方式提供专业的品牌规划、市场调研、策划、创意、设计、实施和媒体代理等各种服务, 并从中获取利润。

随着互联网的日益普及, 越来越多的人开始将“上网”当做每天生活中不可缺少的内容。国外Facebook、Twitter、YouTube等社交媒体大行其道, 国内开心网、人人网、微博、微信、视频媒体风靡一时, 数字化时代的到来不仅改变了人们的传统社交、生活习惯, 更是让商家看到了无限商机。网络使得商品信息能够以更快捷的方式传送给消费者, 数字化媒体已经成为品牌推广的便捷平台, 在这数字信息爆炸的时代, 数字营销正在席卷全球。拥有6亿网民的中国, 正在经历一次前所未有的数字变革。这种变革并不是简单地摒弃以往借助纸媒、电视、广播以及广告牌开展的营销活动, 而是需要考虑在数字媒体时代如何更有效的开展全方位的整合营销。如今的品牌客户和终端消费者面对这种变革都较为积极主动并乐于参与, 这种变化对于营销策略将产生极其深远的影响。在数字化营销的新时代, 企业之间的营销战不再是比预算, 而是比智慧、比创意。

互联网营销又可细分为展示类营销、搜索引擎营销、精准营销、内容营销、移动互联网营销等业务类别。



①展示类营销

展示类营销是在综合门户网站、垂直门户网站等主流网站上通过文字、图形、富媒体、视频贴片广告等形式展示营销内容的营销方式。互联网用户在浏览网站页面时即可看到营销活动的展示内容。主流网站的信息权威性强，用户浏览量大，广告展示空间丰富、形式灵活，特别适合营销客户品牌的传播，因此展示类广告一直是互联网营销领域最常见、市场份额最大的营销展示形式之一，是互联网营销的重要方式。

②搜索引擎营销

搜索引擎营销通常是在互联网用户搜索特定关键词时，向其展示相关的营销内容的营销方式。搜索引擎营销通常可分为关键词搜索和垂直搜索。其中，关键词搜索是通过专门的搜索引擎网站实现的营销方式，如在百度、Google 上实现的关键词搜索；垂直搜索通常是指在电子商务网站上实现的营销方式，如在淘宝网、京东商城等网站上进行的商品搜索。该方式成本低廉、用户量大，而且与用户的搜索目标有直接关系，因此广告效果相对较好，是近年来增速最快的互联网营销方式。

③精准营销

精准营销是借助互联网行为定向技术，通过对互联网用户的上网习惯进行跟踪、

分析，并根据分析结果对互联网用户进行分类，实施更加有针对性的营销。

④社会化媒体营销

社会化媒体营销亦有称社会化营销，又称社会媒体营销、社交媒体营销、社交媒体整合营销、大众弱关系营销，是利用社会化网络，在线社区，博客，百科或者其他互联网协作平台媒体来进行营销、公共关系和客户服务维护开拓的一种方式。

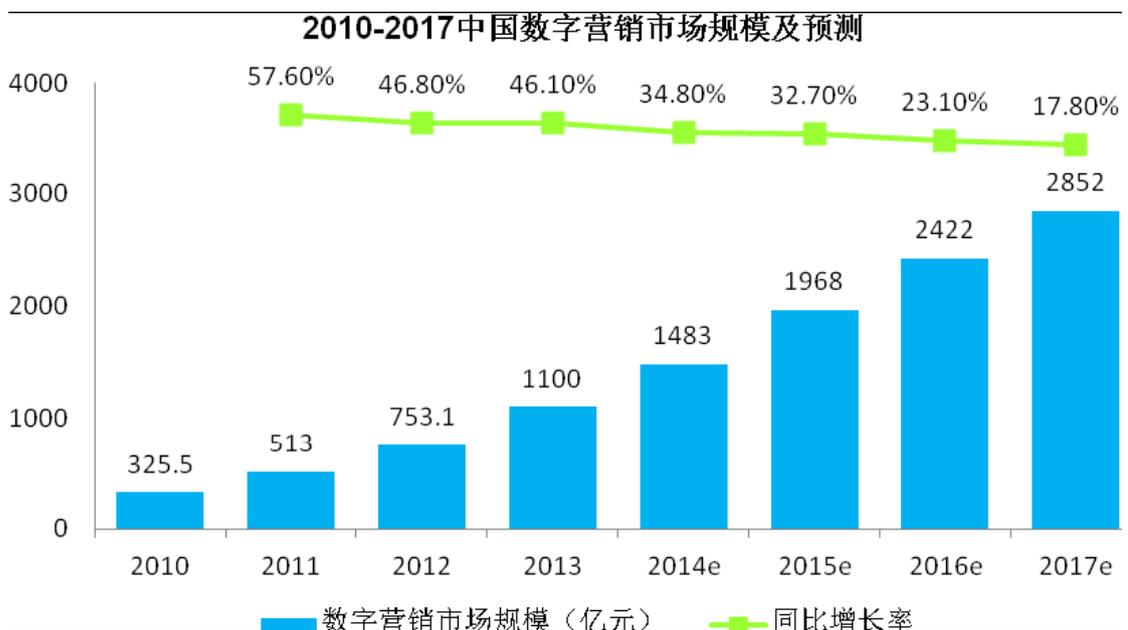
公司即属于社会化媒体营销的范畴。

⑤移动互联网营销

移动互联网营销是通过基于移动互联网的网站、浏览器、APP 客户端等进行的营销，通常是针对使用智能手机或平板电脑等移动终端上网的用户。

中国互联网营销市场规模上千亿，并处于高速发展时期。

目前中国互联网营销市场正在经历高速发展阶段，根据iResearch《中国网络广告行业年度监测报告2014年》，2013年，我国互联网营销市场整体规模达1,100亿元，同比增长46.1%。2004至2013年之间，除2009年受金融危机影响增速有所放缓外，我国互联网营销市场规模的增速均保持在45%以上，一直处于高速发展期。



未来几年，我国数字营销的市场规模仍将保持持续稳定增长态势，在规模突破千亿大关后，随着市场成熟度不断提高，预计未来增速将稍有放缓，但与我国广告

市场整体规模增速、传统营销方式规模增速相比，仍保持相对较高的增速。

（2）社会化媒体营销行业发展现状及前景

社会化媒体营销是互联网营销下的一个细分类别，是内容营销一种形式，主要利用社会化的媒体和通讯工具，在持续沟通的基础上建立品牌与消费者之间的关系，利用大数据来支持品牌的消费者洞察、沟通、销售和服务等策略，形成影响力优势。

一般社会化媒体营销工具包括论坛、微博、微信、博客、SNS 社区、图片和视频通过自媒体平台或者组织媒体平台进行发布和传播。

从 2010 年的微博营销开始，社会化媒体营销进入企业视野已有五年，微博、贴吧、豆瓣、人人、微信等社会化媒体都在这一过程中不断发展和演变。如果说 2010 年的社会化营销只是数字营销众多表现形态中的一种，而如今社会化媒体营销已经成为互联网营销的必备工具。

社会化媒体营销的特点和优势主要有以下几点：

① 由于社会化媒体可以精准定向目标客户，投放效果优于传统媒体

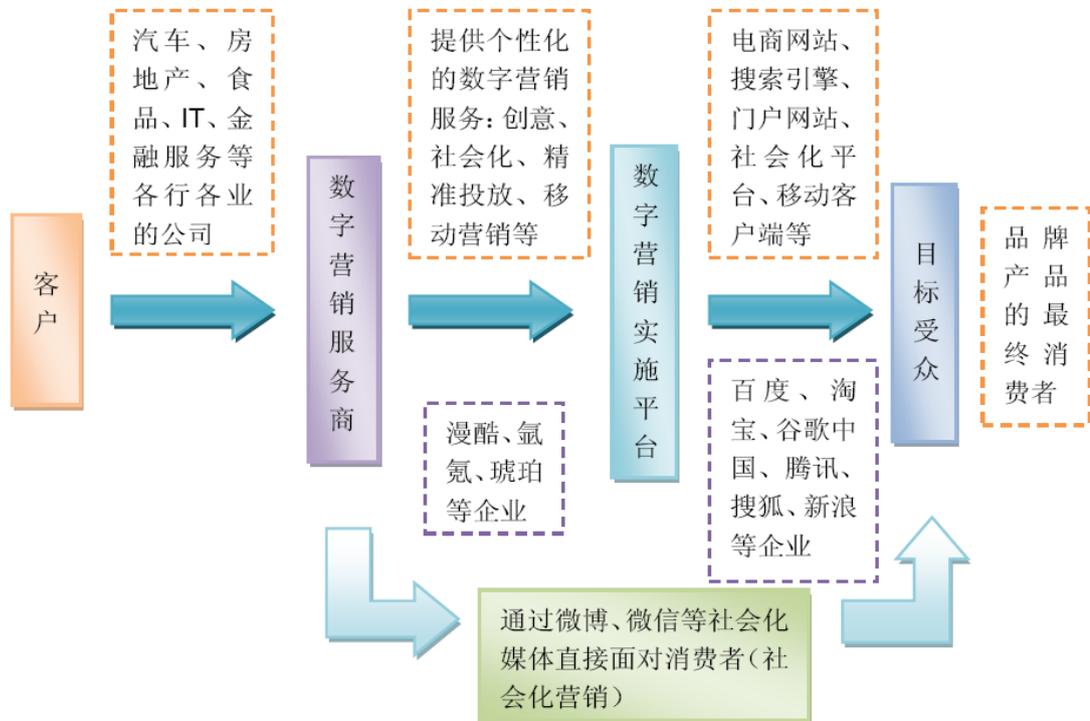
社交网络掌握了用户大量的信息，通过对用户发布和分享内容分析，可以有效判断出用户的喜好、消费习惯及购买能力等信息。此外，随着移动互联网的发展，社交用户使用移动终端的比例越来越高，移动互联网基于地理位置的特性也将给营销带来极大的变革。这样通过对目标用户的精准人群定向以及地理位置定向，在社交网络投放广告自然能收到比在传统网络媒体更好的效果。

② 社会化媒体的互动特性可以拉近企业跟用户的距离，利于企业良性建立良好的品牌形象

社会化媒体的崛起，企业和顾客都是用户，先天的平等性和社交网络的沟通便利特性使得企业和顾客能更好的互动，打成一片，形成良好的企业品牌形象。社交媒体是一个天然的客户关系管理系统，通过寻找用户对企业品牌或产品的讨论或者埋怨，可以迅速的作出反馈，解决用户的问题，与顾客或者潜在顾客形成良好的关系。

（3）行业与行业上下游的关系

基于行业产业链分析，数字营销行业涉及上游品牌客户、中游数字营销服务商和数字营销实施平台、下游目标受众四大行业主体。



①上游：品牌客户

包括各类具有品牌营销服务需求的企业，包括品牌企业（包括汽车、房地产、食品饮料、快速消费、通讯服务等）、电影电视剧、综艺娱乐节目等各类公司。

本案公司的业务主要以综艺娱乐节目为主。

②中游：数字营销服务公司

以各自擅长的业务特点为上游品牌客户提供多样化的产品、品牌营销服务，以满足其多样化的产品、品牌推广需求。

本案中的公司即为数字营销服务公司。

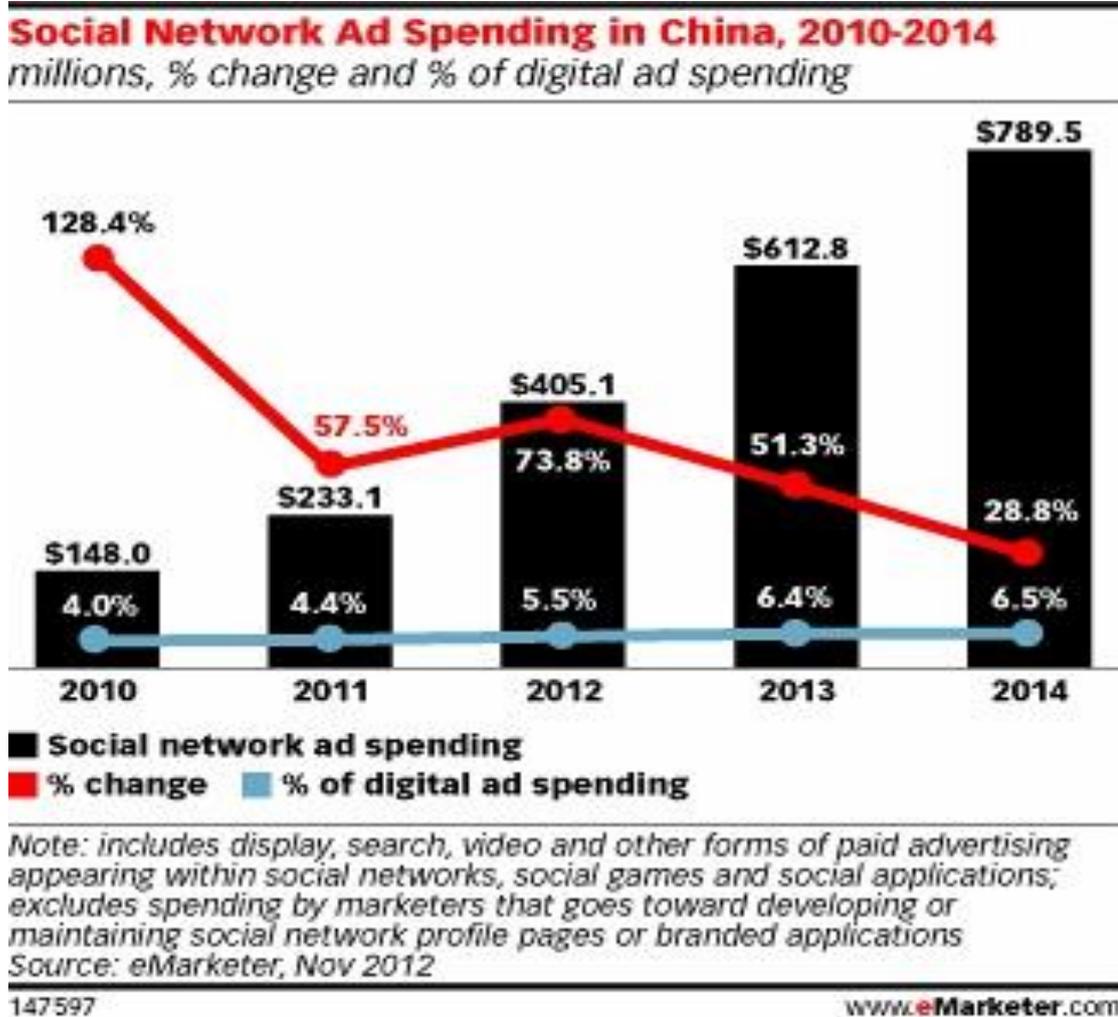
③中游：数字营销实施平台

是数字化营销创意最终的实现平台，包括了社交媒体、电子商务网站、搜索引擎等，涉及的行业内的企业有微博、微信、百度、知乎、淘宝等。

④下游：目标受众

是各个品牌产品的最终消费者。

目前中国社会化营销市场整体约为 50 亿规模，并将不断增长。据 eMarketer 的数据显示，2013 年中国社会化营销的市场规模约为 6.3 亿美元，占整体数字营销市场规模的 6.4%，比 2012 年增长约 51%。2014 年，预计中国社会化营销的市场规模为 7.89 亿美金（约合人民币 48 亿），占整体数字营销市场规模的 6.5%，比 2013 年增长约 29%。



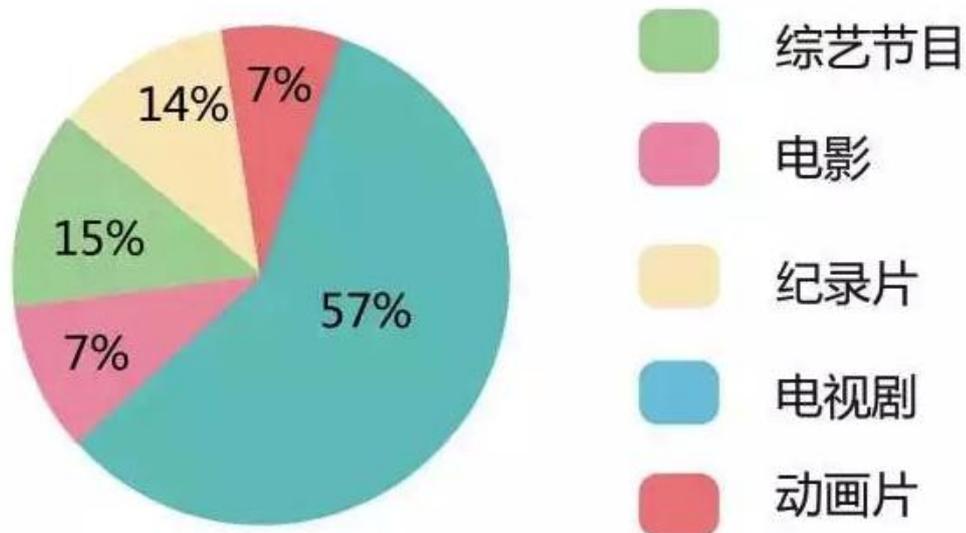
(4) 电视综艺娱乐节目发展现状及趋势

①中国电视综艺娱乐节目播出比逐年上升，目前已达到15%，未来仍存在较大提升空间

中国电视娱乐节目发端于九十年代的《综艺大观》，二十多年间，中国电视娱乐节目先后经历了晚会时期、娱乐时期、竞猜时期和真人秀四个阶段，到2005年的《超级女声》创造收视率奇迹，把综艺娱乐节目又推向了新一波的高潮。

综艺节目收视比重由 2008 年的 7.3% 增至 2009 年的 9.2%，到 2014 年达到了 15%。但对比日本、韩国、中国台湾、中国香港主要电视频道的综艺娱乐节目的 15%-42% 的播出比重，内地目前综艺娱乐节目在中国电视上的播出比重还明显偏低，未来仍存在较大的提升空间。

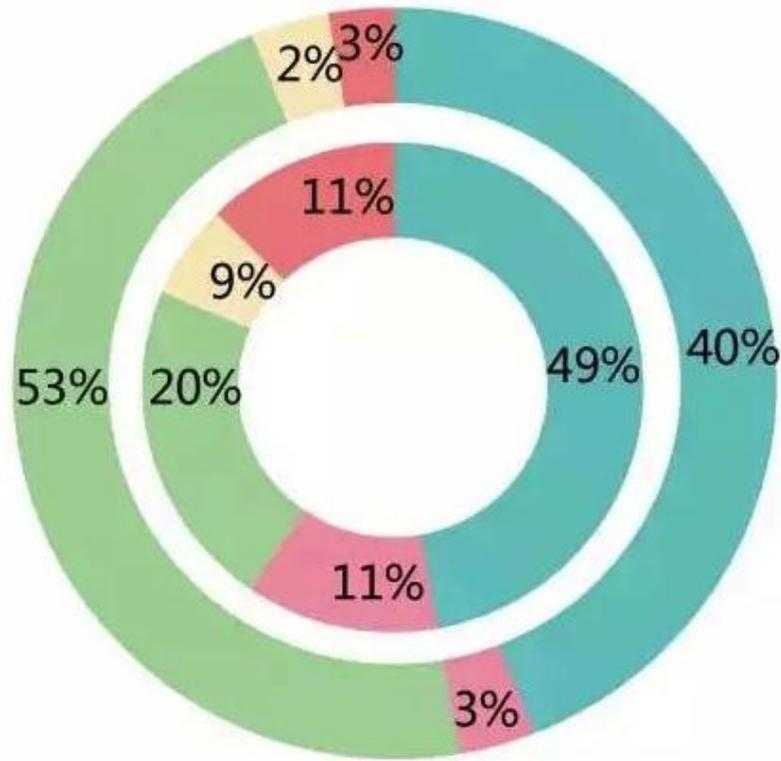
电视平台节目类型播出比重



②电视综艺娱乐节目具有明显的话题性，具有很强的社交媒体传播性

2014 年，综艺节目播出比重虽只有 15%，但收视占比达 20%，显示出综艺娱乐节目受到观众的喜爱。此外，综艺娱乐节目在微博的提及占比更超五成，呈现出抢眼的话题效果，更利于在节目自身以及广告主在社会化媒体上的传播。

节目类型电视平台收视比重与微博平台 微博提及量对比



内环：收视比重

外环：微博提及比重

③中国电视综艺娱乐节目已经成为广告主投放的热点

随着 2014 年多档现象级综艺节目的产生，其冠名权也被广告主争先哄抢。天价冠名也由此诞生，从 2014 年开始，综艺冠名进入亿时代。而随着 2015 年电视媒体招标会的进行，部分综艺节目冠名也尘埃落定。继韩束 5 亿元天价冠名江苏卫视的《非诚勿扰》后，伊利同样 5 亿元冠名湖南卫视《爸爸去哪儿》第三季，这也宣布了综艺冠名正式进入 5 亿元时代。

平台	节目名称	时段	冠名费用	品牌
湖南卫视	爸爸去哪儿冠名 +全面战略合作伙伴	2015年	5亿	伊利
	爸爸去哪儿	2014年	3.1亿	伊利
	变形计+金鹰剧场	2015年	4亿	滋源
	一年级	2014年4季度	8000万	香飘飘
江苏卫视	非诚勿扰	2015年	5亿	韩束
		2014年1—3季度	3亿	韩束
		2014年4季度	7500万	途牛网
	一站到底	2015年	6400万	天喔
		2014年	5200万	天喔
明星到我家	2014年4季度	7000万	OPPO	
浙江卫视	奔跑吧兄弟	2014年4季度	1.3亿	上海大众
天津卫视	音从天降	2014年4季度	7000万	途牛网
江西卫视	带着爸妈去旅行	2015年	8000万	生命力
深圳卫视	极速前进	2014年4季度	8000万	英菲尼迪
腾讯娱乐	Hi歌	2014年4季度	6000万	上海MG GT

除冠名费以外，综艺节目的其他各类广告价格也都水涨船高，单个综艺节目的累计广告收入已进入十亿时代。《爸爸去哪儿》第三季总广告费达11.7亿元，这表示综艺节目广告费已经进入10亿时代。此外，浙江卫视招牌节目《中国好声音》第二季的广告招标总额达10亿元，而第三季的广告费则在该基础上再增长30%，达到13亿元。

综艺节目	播出平台	广告招商价格
《两天一夜》	东方卫视	1. 独家冠名 7500万/季 2. 特约赞助 3800万/季 3. 指定产品 2000万/季
《奔跑吧，兄弟》	浙江卫视	1. 独家冠名 1.3亿/季 2. 联合特约 (2家) 6000万/季 3. 互动合作 (1家) 4800万/季 4. 深度植入 (2家) 5000万/季 5. 自然植入 (3家) 3000万/季 6. 单期产品纯植入 300万/期
《星星的密室》	浙江卫视	1. 独家冠名 8000万/季 2. 特约赞助 4000万/季 3. 指定产品 2800万/季 4. 短信、微博互动 2800万/季
《明星到家》	江苏卫视	1. 独家冠名 8000万/季 2. 特约赞助 4000万/季 3. 战略合作 3000万/季 4. 硬广套播15s/10s/5s 20万/14万/8万
《造梦者》	北京卫视	1. 独家冠名 1.2亿/季 2. 特约赞助 5500万/季 3. 指定合作 3500万/季 4. 中插5s/15s/30s 15万/30万/60万
《急速前进》	深圳卫视	1. 独家冠名 8000万/季 2. 联合特约 3000万/季 3. 互动合作 1500万/季
《带着父母去旅行》	江西卫视	1. 独家冠名 6000万/季 2. 特约赞助 2000万/季 3. 指定产品 1200万/季 4. 互动合作 1000万/季 5. 创意字幕条 600万/季 6. 植入合作 300万/季
《囍从天降》	天津卫视	1. 独家冠名 8000万/季 2. 特约播映 4000万/季 3. 唯一指定 2800万/季
《百万粉丝》	天津卫视	1. 独家冠名 8800万/季 2. 特约播映 5800万/季 3. 战略合作 4500万/季 4. 唯一指定 2500万/季

(5) 行业发展前景

①娱乐作为最容易被社会化媒体传播的热点话题，可以带来大规模的流量，未来包括综艺娱乐节目、艺人明星在内的娱乐资源将成为社会化媒体营销公司的关键

垄断性资源

现代人们需要茶余饭后与人舒缓气氛的谈资与八卦，所以对于“话题”的需求是永恒不变的。根据统计发现，大部分的热门话题其实都产自于微博。许多用户每天起床、睡觉之前都会刷一下当天最新鲜、最八卦的热门话题榜。而这些话题来自于军事、财经、股市、娱乐各行各业，但从明星、作家、导演、电影等娱乐行业的话题是最多的，也拥有占比最大的点击量和传播。

②在综艺娱乐节目中投放广告的企业品牌广告主会越来越重视社交媒体营销的作用，已经开始划分一定比例的广告费用用于与广告投放相配合的社交媒体营销来放大广告投放效果，未来这一趋势将更明显，达到百亿规模市场

根据针对企业品牌广告主的调研研究显示，在 2015 年广告费用分配中，75% 的企业表示社会化媒体营销费用占比将会增加。



超过一半的企业会考虑减少电视上硬广的广告投入费用，转而增加互联网上的营销费用。



根据相关测算，电视综艺娱乐节目广告市场规模在 500 亿至 600 亿之间，未来企业约会拿出其中 17.5% 的费用用于社会化媒体营销，所以品牌企业的社会化媒体营销市场规模约为百亿。

③ 社会化媒体营销公司所拥有的用户和流量，可以在更广阔的市场范围内实现变现和增值

社会化营销企业通过各个社交媒体向广大用户群进行传播，能够直达上亿用户，企业把这些用户资源沉淀下来，将会是一个蕴含巨大潜力的宝库。

一方面，社会化营销企业可以通过对用户背景和行为数据的沉淀，不断加深对用户的理解，指导自己的营销目标定位和方案策划；同时，还可以面向客户，为品牌提供对用户的详细深入描述，为品牌的产品策划和宣传推广策划提供依据。

另外一方面，社会化营销企业通过不断积累沉淀的海量用户库，还可以支撑各类 2C 业务（电子商务等）的导流，成为未来各类业务发展的关键制胜法宝。

总之，由于社会化营销企业有机会接触用户、沉淀客户，如果能够将用户存留在自身平台中，企业将有机会由营销企业转型为互联网企业，拥有更广阔的发展空间。

2、行业监管情况及法律法规

公司属于互联网行业的子行业，受工信部主管。公司从事的业务涉及广告和公关业务，同时受国家工商总局主管。作为新兴产业，目前全国人民代表大会及其常委会就该行业的专门立法较少，相关法规主要是由国务院颁布的《互联网信息服务管理办法》等行政法规以及各政府部门颁布的部门规章、其他规范性文件。

公司从事互联网营销服务，包括互联网广告服务和互联网公关服务。公司所属行业协会为中国互联网协会下属的“网络营销工作委员会”。中国互联网协会是2001年由国内从事互联网行业的网络运营商、服务提供商、设备制造商、系统集成商以及科研、教育机构等70多家互联网从业者共同发起成立，是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿结成的行业性的全国性的非营利性的社会组织，该协会受工信部主管。

主要法规和产业政策

(1) 《互联网信息服务管理办法》

2000年9月25日国务院颁布并实施的《互联网信息服务管理办法》规定，互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。依照法律、行政法规以及国家有关规定，从事新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务及互联网视听节目服务的，在申请经营许可或者履行备案手续前，应当依法经有关主管部门审核同意，并取得相关许可证。

(2) 《信息网络传播权保护条例》

2006年7月1日国务院第468号令公布实施《信息网络传播权保护条例》，著作权人、表演者、录音录像制作者享有的信息网络传播权受著作权法和本条例保护。除法律、行政法规另有规定的外，任何组织或者个人将他人的作品、表演、录音录像制品通过信息网络向公众提供，应当取得权利人许可，并支付报酬。

(3) 《互联网电子公告服务管理规定》

2000年11月6日原中华人民共和国信息产业部颁布并实施的《互联网电子公告服务管理规定》规定，提供电子公告服务的经营者应当在申请互联网信息服务经营许可时向有关行政管理部门提出专项申请，否则不得提供电子公告服务。另外，经营者还需要对用户发布的电子公告内容进行监管，及时删除不符合《互联网信息服务管理办法》规定的内容。

(4)《产业结构调整指导目录(2011年本)》(2013年修订)

国家发改委出台《产业结构调整指导目录(2011年本)》(2013年修订)，将“科技服务业”中的“信息技术外包、业务流程外包、知识流程外包等技术先进型服务”确定为鼓励类产业。“商务服务业”中的“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”为鼓励类产业。

(5)《关于深入贯彻落实科学发展观、积极促进经济发展方式加快转变的若干意见》

2010年3月，国家工商总局研究出台《关于深入贯彻落实科学发展观、积极促进经济发展方式加快转变的若干意见》，提出“支持和引导互联网、移动网、楼宇视频等新兴媒体发挥自身优势，开发新的广告发布形式，提升广告策划、创意、制作水平，拓展广告产业新的增长点等”的重要指导意见。

(6)《关于加快发展服务业的若干政策措施的实施意见》

为促进“十一五”时期服务业发展主要目标的实现和任务的完成，2008年3月，国务院在《关于加快发展服务业的若干政策措施的实施意见》中提出了：加强规划和产业政策引导、深化服务领域改革、大力培育服务领域领军企业和知名品牌、加大服务领域资金投入力度、加强服务业基础工作等指导性意见。

(7)《网络公关服务规范》(指导意见)

2010年3月16日中国国际公共关系协会公关公司工作委员会发布《网络公关服务规范》(指导意见)，有针对性地制定网络公关服务规范和从业行为准则，不断提高专业技术水平并提升从业人员专业素养，以确保网络公关行业的可持续、健康发展，以其原则性规范网络公关服务的标准。

(8) 《关于加强网络信息保护的决定》

为了保护网络信息安全，保障公民、法人和其他组织的合法权益，维护国家安全和社会公共利益，2012年12月28日全国人民代表大会常务委员会第十一届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议通过《关于加强网络信息保护的决定》，明确国家保护能够识别公民个人身份和涉及公民个人隐私的电子信息，任何组织和个人不得窃取或者以其他非法方式获取公民个人电子信息，不得出售或者非法向他人提供公民个人电子信息。

(9) 《信息安全技术:公共及商用服务信息系统个人信息保护指南》

随着信息技术的广泛应用和互联网的不断普及，个人信息在社会、经济活动中的地位日益凸显，滥用个人信息的现象随之出现，给社会秩序和个人切身利益带来了危害。为促进个人信息的合理利用，指导和规范利用信息系统处理个人信息的活动，中国工业和信息化部制定该指导性技术文件，该指南于2013年2月1日起实施。

(10) 《关于深入贯彻落实科学发展观、积极促进经济发展方式加快转变的若干意见》

2010年3月，国家工商总局研究出台《关于深入贯彻落实科学发展观、积极促进经济发展方式加快转变的若干意见》，提出“支持广告企业跨行业、跨地区、跨媒体和跨所有制进行资产重组，支持符合条件的优质广告公司上市融资，优先推动科技型、创新型广告公司在创业板上市”和“支持和引导互联网、移动网、楼宇视频等新兴媒体发挥自身优势，开发新的广告发布形式，提升广告策划、创意、制作水平，拓展广告产业新的增长点等”的重要指导意见。

(11) 《关于促进广告业发展的指导意见》

为推动我国广告业发展，2008年4月国家工商行政管理总局和国家发展和改革委员会在《关于促进广告业发展的指导意见》中提出：支持数字化音视频、动漫和网络等实用新技术在广告策划、创意、制作和发布等方面的应用推广；支持互联网、楼宇视频等新兴广告媒介健康有序发展，使其成为广告业新的增长点。

(12) 《中华人民共和国广告法》

1995年2月1日正式生效执行。中华人民共和国广告法，是一部国家法规，针对涉及广告多方面的事宜进行法律规范，主要目的在于规范广告市场，促进广告业的健康发展，保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，发挥广告在社会主义市场经济中的积极作用。广告主、广告经营者、广告发布者在中华人民共和国境内从事广告活动，应当遵守本法。

2014年2月21日，国务院法制办公室就《中华人民共和国广告法(修订草案)(征求意见稿)》公开征求意见。

(13)《文化产业振兴规划》

2009年7月，《文化产业振兴规划》明确了文化产业振兴的指导思想。为确保各项任务落到实处，必须深化文化体制改革，激发全社会的文化创造活力；要降低准入门槛，积极吸收社会资本和外资进入政策允许的文化产业领域，参与国有文化企业股份制改造，形成公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局；要加大政府投入和税收、金融等政策支持，大力培养文化产业人才，完善法律体系，规范市场秩序，为规划实施和文化产业发展提供强有力的保障。

对发行人经营发展的影响

行业政策及法规的制定和实施，鼓励和推动了行业的发展，为发行人的经营发展创造了规范、积极的政策环境。

3、行业发展的有利因素和不利因素

(1) 行业发展有利因素

①宏观经增长的推动效应

目前我国的宏观经济保持稳定增长，反映出我国各行各业的繁荣发展，而随着各行业中各企业收入利润的增长，其相应的营销需求也在不断攀升，从而在宏观层面推动数字营销行业的发展。我国《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》指出，未来五年我国宏观经济将保持平稳较快发展，国内生产总值年均增长7%，城镇新增就业4500万人，城镇登记失业率控制在5%以内，价格总水平基本稳定，国际

收支趋向基本平衡，经济增长质量和效益明显提高。由此可见国民经济的持续增长将有效的拉动数字营销行业的持续发展。

②互联网产业的高速发展

2013年，随着全国互联网基础建设的“光进铜退”，光纤入户覆盖范围快速扩大，10M、20Mbps的高速宽带进入普及阶段，用户的网络接入宽带成倍提速。全年互联网用户规模比上年增加5358万人，达到6.18亿。互联网已经全面渗透到我国经济社会的各个领域，成为生产建设、经济贸易、科技创新、公共服务、文化传播、生活娱乐的新型平台和变革力量，推动着我国向信息社会发展。

近年来，我国互联网行业规模快速扩大，《互联网行业“十二五”发展规划》显示，我国互联网服务已经形成千亿元级市场，2010年，全行业收入规模超过2000亿元，在网络门户、即时通信、搜索引擎、电子商务、网络游戏等领域，具备了一定的国际影响力。规划指出，在“十二五”期间，互联网服务业收入年均增长将超过25%，突破6000亿元。

因此，在互联网行业大发展的背景之下，数字营销行业也将迎来蓬勃发展的重大机遇。

③客户需求的持续增长

客户的需求是行业发展的微观直接驱动，所以各行业的企业对于自身品牌形象的塑造、品牌效应的追求以及相关的品牌推广诉求，形成了数字营销行业的主要市场需求。如今我国消费者的品牌意识日益强烈，各行业的企业对自身品牌形象的追求也随之日益强烈，伴随着互联网行业的蓬勃发展，数字营销服务对企业业绩增长的推动效应对比传统营销的优势不断凸显，使得近年来数字营销行业的需求呈现井喷状态，并将伴随着产业的数字化革命持续增长，为数字营销行业带来空前的发展机遇。

(2) 行业发展不利因素

高端专业人才资源不足是行业发展的不利因素。由于数字营销行业为新兴产业，处在早期的高速发展阶段，因此相关的策划、创意、制作、数据挖掘等领域的高端

人才缺口较为严重，同时伴随着行业内核心企业的高速扩张，易造成行业内人才紧缺的局面，随着人力成本的不断推高，整个行业的服务成本也水涨船高，成为限制行业发展的一大不利因素。

当然随着行业的蓬勃发展，会有越来越多的新人投身数字营销领域，行业人才的紧缺也会随之逐步缓解，人才规模和增速最终将与行业发展相匹配。

4、行业内企业竞争态势及致胜关键因素分析

行业竞争态势

数字营销，尤其是社会化营销，处于发展初期，竞争格局分散，延续了传统营销发展初期“大市场、小公司”的格局，市场份额较为分散。

目前阶段，社会化营销的进入壁垒并不高，主要是因为：

首先，在传统营销下，媒体属于稀缺资源，与媒体保持良好合作关系构成了行业进入壁垒，但在互联网背景下，一方面海量的网站构成了丰富的媒体广告资源库，另外一方面主流门户网站之间竞争激烈，存在营收压力，致使其在选择合作广告公司时也越来越多地将收益放在第一位。

其次，运营网络广告公司没有政策牌照限制，资金要求也较低，这些都进一步降低了数字营销行业进入壁垒。

但是与此同时，在行业中成为优秀企业仍存在一定的壁垒：

（1）人力资源

高素质的专业人才是数字营销行业中各个企业的核心资源，目前数字营销高端人才紧缺是行业基本现况，相关高端人才的价格也随着行业的蓬勃发展不断攀升。因此，人力资源壁垒是数字营销行业主要的行业壁垒之一，新进入行业的企业无法在短时间内培养出一支高素质的专业人才队伍，而从同行业其他企业聘请则往往需要付出高昂的成本。

（2）品牌效应

目前国内的数字营销行业尚处于早期发展阶段，品牌效应对客户的影响力是较

为明显的。早期的品牌积累不但可以增加老客户的粘性，更给予新客户对企业的足够信任。因此早期具有先发优势的企业，较早的建立起品牌优势，在业内形成一定的品牌效应，将成较为明显的壁垒。

（3）资金实力

在数字营销行业中，公司最重要的资产就是营运资金，企业的资金实力和现金流情况往往可以反映出公司业务量的大小，资金实力强大的数字营销服务商可以获得更多的需要资金垫付的客户合同。因此，资金实力在某种程度上决定了公司的业务扩张速度和发展潜力。如果企业的资金实力较为薄弱，对于许多有媒体垫资或者销售一体化需求的业务无法承接，则会限制高速增长，此为数字营销行业的资金实力壁垒。

（4）客户资源

在数字营销行业中，客户资源既是各服务商过去经营的积累和实力的体现，也是未来业绩的重要保障。目前行业中的优秀企业往往积累了一大批各行业的优质客户资源，这些客户未来持续的品牌营销需求，以及公司由此在行业中建立的业务口碑和品牌影响力，均会成为未来增量业绩的重要保障。如果企业缺少存量客户，而新增单一客户的订单往往因企业营销费用预算的限制，金额并不会太大，因此业绩增长并不像其他行业那样明显，此为数字营销行业的客户资源壁垒。

（5）媒介资源

作为产业链中的重要一环，数字营销实施平台是数字营销服务商的直接下游，服务商掌握了越多的媒介资源，其在为品牌客户提供营销服务时就有越多的创意选择，从一定程度上可以影响服务商的服务内容和品质；另外，与媒介资源保持良好的合作关系，可以使服务商保持在行业中的相对成本优势。但随着媒介的价格透明化和渠道多样化，各数字营销实施平台之间的竞争日益激烈，媒介资源不再是服务商的核心资源，因此媒介资源壁垒正在随着行业的发展逐渐减弱。

5、企业发展模式

随着社会化营销行业的发展，相关企业慢慢演变为三类主要的经营模式：以客

户为核心的综合服务模式，以技术为核心的专项服务模式、以媒体资源为核心的媒介代理模式。每个模式的服务提供商所提供服务的侧重点不同，核心竞争力的立足点也不同，分析比较如下：

项目	以客户需求为核心的综合服务模式	以技术为核心的专项服务模式	以媒体资源销售为核心的代理模式
主要特点	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 以全面满足客户的各种营销需求为业务导向 ➢ 除营销投放收入外，还向客户收取服务佣金 ➢ 业务规模较大，资源整合能力强，对媒体的影响力较强 ➢ 采用“以销定采”的媒体资源采购模式 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 满足客户特定的媒体计划和采购需求为主，少量提供创意、监测与评估等服务，不提供内容、产品平台等深入整合服务 ➢ 业务规模相对较小，缺乏资源整合能力 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 以售出所集中购入的媒体资源为业务导向 ➢ 采用“先采后销”的媒体资源采购模式 ➢ 主要通过媒体资源买卖差价获取收入 ➢ 业务规模相对较小，缺乏资源整合能力
存在基础	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 互联网媒体资源具有非稀缺性，与媒体之间的关系不再是行业竞争的决定因素 ➢ 能够持续为客户提供富有价值和创新性的综合营销服务，全面满足客户的互联网营销需求 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 部分大型客户有多家营销服务商，其营销策略、创意、监测与评估等服务内容分别由不同机构提供 ➢ 部分人力营销服务价格较高，低端客户购买力有限 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 存在大量中小型、区域性的互联网媒体 ➢ 互联网媒体存在不易销售的冷门资源 ➢ 新的互联网媒体形式尚未形成成熟的盈利模式
制胜要素	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 具备提供整体解决方案的综合服务能力 ➢ 优秀、稳定的人才团队 ➢ 持续为客户创造价值 ➢ 持续的创新能力 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 对互联网媒体采购有高效率的管理，在新媒体发展过程中不断捕捉利润点 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 较强的媒体资源销售能力 ➢ 对不成熟的互联网媒体资源具有判断和把控能力
经营风险	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 丧失持续为客户创造价值的能力 ➢ 丧失创新能力 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 商业推广有一定难度 ➢ 服务范围狭窄，需与综合服务商配合 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 购入资源无法售出 ➢ 客户对新媒体资源不认同
发展趋势	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 发展成为行业龙头企业 ➢ 实现行业整合 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 仅局限于特定领域 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 以媒体资源的发现和售出能力保持业务的可持续性
代表企业	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 华扬联众、群邑集团、安吉斯集团 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 传漾科技、晶赞科技 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 好耶、易传媒、传漾传媒

致胜关键因素分析

通过以上对比分析我们可以发现，企业如果想要在数字营销领域发展成为行业龙头企业，实现行业整合，需要基于以客户需求为核心的综合服务模式，同时把握以下成功关键要素：

①精准定位

首先，根据所服务企业的定位和目标群体，以及不同的社交平台的用户群特征，判断和选择适合企业的社交平台。

②客户中心

从客户的实际需求出发，一切围绕着提升客户的用户体验和满意度，不断地超越客户的预期。

③创意为先

对于社会化营销来说，创意的好坏直接决定了一起营销策划案的成功与否，一条创意既要能够充分抓住目标受众的眼球，又要能够避免不必要的麻烦，这是考验创意团队的重要标准。

④执行为重

再好的创意如果没有得到有效的执行，最终呈现出来的效果也将大打折扣。

第三节 公司治理

一、公司三会建立健全及运行情况

2011年5月13日，杭州推特网络科技有限公司成立，有限公司按照《公司法》及《公司章程》的规定，设立股东会，执行董事或董事会，设监事一人。执行董事或董事会成员及监事由股东会选举产生。有限公司股权转让、增资、修改公司章程等重大事项都履行了股东会决议程序，相关决议均得到全体股东的同意，且履行了工商登记程序，符合法律法规和有限公司章程的规定。但有限公司治理仍存在一定的瑕疵，如三会会议记录不健全，有限公司阶段未建立对外担保、重大投资、委托理财及关联交易等相关制度，对于部分无需在工商行政管理部门备案的事项股东会未履行决议程序等，但以上瑕疵不足以影响有限公司的正常合法经营。

2015年10月21日，有限公司整体变更为股份有限公司后，公司按照《公司法》等相关法律法规的要求，建立了由股东大会、董事会、监事会和管理层组成的公司治理结构，并制订了股份公司《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》、《对外担保管理办法》、《对外投资管理办法》、《关联交易管理办法》、《投资者关系管理办法》等规范公司经营的规章制度。公司上述机构的相关人员均符合《公司法》的任职要求，并能够按照《公司章程》及《三会议事规则》的要求勤勉、诚信地履行职责。由于股份公司成立至今时间较短，虽然建立了较为完善的公司治理制度，在实际运作中仍需要管理层不断深化公司治理理念，加强相关知识的学习，提高规范运作的意识，以保证公司治理机制的有效运行。

股份公司设立后至本公开转让说明书出具之日，股份公司共召开两次股东大会、两次董事会、一次监事会。公司依据有关法律法规和公司章程发布通知并按期召开股东大会、董事会；会议文件完整，会议记录中时间、地点、出席人数等要件齐备，会议文件已归档保存；会议记录正常签署；召开程序合法合规，决议内容均得到有效执行，公司三会建立健全运行良好。

二、董事会对公司治理机制执行情况的评估

针对公司现有治理机制，公司董事会在第一届第二次董事会上进行了充分的讨论与评估，形成了《关于公司治理机制讨论评估结果的议案》。

（一）董事会对现有公司治理机制的建设情况

公司依据《公司法》、《非上市公众公司监督管理办法》等法律法规及规范性文件的规定制定了《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》、《总经理工作细则》、《重大投资决策管理制度》、《关联交易管理办法》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《董事会秘书工作细则》等内部治理制度。《公司章程》及各项内部治理制度从制度层面上保证了现有公司治理机制能为所有股东提供合适的保护，保证了股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权，建立了投资者管理制度，约定了纠纷解决机制。

（二）公司治理机制对股东权利保障的规定

根据《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》等相关制度，公司建立了相对健全的股东保障机制。公司的治理机制给股东提供了合适的保护，为了保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利，《公司章程》第二十九条规定公司股东享有下列权利：（一）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；（二）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；（三）对公司的经营管理有知情权、依法参与权、监督权、提出建议或者质询的权利；（四）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；（五）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；（六）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；（七）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；（八）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

（三）公司内部管理制度的建设情况

截至本公开转让说明书出具之日，公司已建立内部管理的相关制度和机制，如投资者关系管理制度、纠纷解决机制、累积投票制、关联股东和董事回避制度等，具体建设情况如下：

1、投资者关系管理制度

公司在《公司章程》第九章投资者关系管理一章中对投资者关系管理进行了具体规定，明确投资者关系管理的内涵、工作内容与工作方式，以规范公司投资者关系管理工作，进一步保护投资者的合法权益，建立公司与投资者之间及时、互信的良好沟通关系，完善公司治理。同时，公司董事会通过《投资者关系管理制度》，对公司投资者关系管理进行细化。

2、纠纷解决机制

公司在《公司章程》第八条、第三十二条、第三十三条、第三十四条对股东享有的纠纷解决方式进行了详细规定，明确股东享有的救济方法及措施。

3、累积投票制

公司在《公司章程》第八十一条规定：“股东大会就选举董事或股东代表监事进行表决时，根据本章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。”并在第八十一条中明确了累积投票制的操作细则。

4、关联股东和董事回避制度

公司在《公司章程》第七十七条对股东大会在涉及有关股东关联交易事项表决时采用回避制度：

“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；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。”

公司在《公司章程》第一百一十五条对董事会在涉及关联董事关联事项表决时适用回避制度：

“董事会审议关联交易事项时，关联董事不应当参与投票表决，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。”

5、公司财务及业务风险管理制度

公司在《公司章程》第八章对财务会计制度、利润分配和审计进行了详细规定，有利于加强公司财务管理，促进公司业务发展和提高公司经济效益。

（四）公司治理机制的改进

经认真自查，公司存在以下几方面尚需进一步提高改进：

公司虽然已经建立了较为健全的内部控制管理制度，但随着公司业务不断发展，在新的政策和外部环境下，公司的内控体系需进一步补充和完善，需要制定或更新现有制度与之相配套。公司将根据新颁布的法律、法规和规范性文件，以及监管部门的监管要求，结合公司的实际情况，相应补充完善新的内部控制制度或对现有的内部控制制度进行修订和细化，为公司健康、快速发展奠定良好的制度基础和管理基础。

公司董事、监事、高级管理人员等相关人员需进一步加强对相关法律、法规及政策的学习和培训。由于公司董事、监事及高级管理人员等相关人员对相关法律法规的了解和熟悉程度还有待进一步加强，且随着中国证券市场的发展和完善，相关主管部门不断完善和出台管理法规、制度，对董事、监事及公司高级管理人员学习各项法律法规提出了更高的要求。为加强公司的规范运作和对控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员的有效监督，公司需进一步加强上述人员的法律、法规、政策以及证券常识等方面的学习，提高其勤勉履责意识、规范运作意识和公司治理的自觉性。

持续吸引社会专业人才，提高专业人才在董事会、监事会、高级管理人员中的比例。近年来公司不断吸引社会专业人才，提高公司管理水平；未来公司会持续吸引具有专业能力的职业经理人，不断提高公司的整体管理水平。

公司投资者关系管理工作需要进一步加强。公司董事长为公司投资者关系管理工作第一责任人。董事会秘书是公司的对外发言人。公司董事会秘书应加强重视投资者关系管理工作，应严格按照《公司章程》中有关投资者关系管理的规定对公司日常经营中出现的应当披露的事项进行及时披露。公司应建立健全相关投资者接待制度，及时有效的处理通过网络、电话、电子邮件等方式来访的投资者，加强与投资者的沟通与交流，在合法合规的前提下尽可能地回答投资者的问询。

综上，经公司董事会对公司目前治理机制的评估得出如下结论：

股份公司建立了股东大会、董事会、监事会和经理层“三会一层”的法人治理结构，制定了“三会”议事规则以及《总经理工作细则》，明确决策、执行、监督等方面的职责权限，形成科学有效的职责分工和制衡机制。

股东大会对董事会在公司投资、资产的收购处置、担保等方面有了明确的授权，董事会对董事长及总经理在日常经营业务中也都具有具体明确的授权。公司建立了《关联交易管理办法》，保证公司与关联方之间的关联交易符合公平、公正、公开的原则，确保公司的关联交易行为不损害公司和非关联股东的合法权益，并在一定程度上起到了控制经营风险的作用，进一步完善了公司的治理结构。

根据《公司章程》、《股东大会议事规则》的规定，公司建立了相对健全的股东保障机制。公司的治理机制给股东提供了合适的保护，为了保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。

董事会应采取定期与不定期的方式对公司的治理机制进行评估。公司董事会应不断在公司经营中深化公司经营目标及战略规划，不断建立健全股份公司的治理机制，董事会应当与公司管理层及监事会定期或不定期关于公司日常经营中出现的问题及可能存在的问题进行交流，及时制定符合公司发展、有利于保障公司股东利益的管理制度，从制度上为公司治理机制提供保障。

三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年一期內是否存在违法违规及受处罚的情况

有限公司成立于2011年5月13日，有限公司存续期间经历三次股权转让。报告

期内的控股股东、实际控制人最近两年一期均不存在重大违法违规行为，未发生因违反国家法律、行政法规、部门规章等而受处罚的情况。

有限公司因未及时缴纳社保、税金，于2013年7月、2013年9月、2014年3月、2014年4月、2014年5月、2014年8月、2014年10月分别支付了34.33元、1.77元、16.30元、14.24元、11.79元、109.96元、13.99元的滞纳金。

经调查，上述税收缴纳违规事实因有限公司财务人员工作疏忽未及时缴纳相关税款所致，非公司主观故意所为，主办券商认为该事实与公司主营业务无关且行为情节较轻，涉及到的滞纳金金额较小，并未受到行政处罚，也未造成其他严重不利后果。同时，公司出具了《关于税收滞纳金情况说明及承诺》，承诺公司将做好报税工作，严格按照法律法规的要求及时进行纳税。

除此之外，公司最近两年一期不存在违法违规及受处罚的情况。

股份有限公司成立于2015年10月21日，股份有限公司成立至本公开转让说明书出具之日控股股东及实际控制人未发生变化，且股份有限公司及其控股股东、实际控制人最近两年不存在重大违法违规行为，未发生因违反国家法律、行政法规、部门规章等而受处罚的情况。

四、公司独立运营情况

公司成立以来，产权明晰、权责明确、运作规范，在业务、资产、人员、财务、机构方面均遵循了《公司法》、《证券法》及《公司章程》的要求规范运作，具有独立、完整的业务体系及面向市场自主经营的能力。

（一）业务独立情况

公司是一家具有独立法人资格，通过娱乐核心要素的内容再造、专有技术手段设计传播方案，结合新媒体与传统媒体资源为娱乐项目和企业品牌提供整合营销服务的企业。公司通过自有娱乐自媒体平台、独立研发的娱乐新媒体大数据系统、专业新媒体品牌策划团队为国内知名品牌和一线媒体提供服务。

公司下设内容中心、渠道中心、运营中心、营销中心和公共事务中心，主要负

责公司产品的设计、研发、运维以及针对用户增值服务的开发运营，掌握媒体资源，营销项目的具体创意、执行和维护，维护和拓展客户关系，公司对外的公共关系和平等合作、对内的公共支撑及安全保障。公司具有完整的业务流程，独立的生产经营场所以及供应、销售部门和渠道。公司能独立支配和使用人、财、物等生产要素，顺利组织和开展经营活动。公司不存在频繁的关联方交易，业务独立，与控股股东之间不存在依赖关系。

（二）资产独立情况

公司由有限公司整体变更设立而来，承继了有限公司的全部资产，具有独立完整的资产结构。但由于公司整体改制完成时间较短，公司部分财产权属证明文件所登记名称依旧为有限公司。公司名下共有一辆车，公司名下无房产，公司已承诺从股份公司成立之日起六个月之内将以上资产的变更手续办理完毕。

截至本公开转让说明书签署之日，公司未以资产、信用为公司股东及其他关联方的债务提供担保，也未将公司的借款或授信额度转借给公司股东及其他关联方。公司对所有资产有完全的控制支配权，不存在资产、资金和其他资源被公司股东及其关联方占用而损害公司利益的情况。

（三）人员独立情况

公司独立招聘员工，建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度，根据《劳动法》和公司《人事规定》等有关文件与公司员工签订劳动合同，公司已办理了独立的社保登记。

公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生和任职，不存在控股股东及实际控制人超越公司董事会和股东大会做出人事任免的情形；公司除同时担任董事外的高级管理人员、财务人员、核心技术人员等均是公司专职人员，且在本公司领薪，均未在控股股东及实际控制人控制的其他公司及关联公司任职及领取报酬；公司的人事及工资管理与股东控制的其他公司及关联公司严格分离，公司建立了员工聘用、考评、晋升等完整的劳动用工制度，公司的劳动、人事及工资管理完全独立。

（四）财务独立情况

公司设独立的财务部门，配备了专业的财务人员，建立了独立的会计核算体系，并制订了相应的财务管理制度；公司在银行单独开立账户，拥有独立的银行账号，不存在与控股股东、实际控制人控制的其他企业共用银行账户的情形；公司作为独立的纳税人，持有统一的社会信用代码，依法独立纳税；公司独立做出财务决策，独立对外签订合同，不受股东或其他单位干预或控制。

（五）机构独立情况

公司已建立健全股东大会、董事会、监事会等决策机构和监督机构，聘任总经理、董事会秘书、首席营销官、财务负责人等高级管理人员，组成了完整的法人治理结构。同时，在股份公司内部相应的设立了内容中心、渠道中心、运营中心、营销中心和公共事务中心职能部门，有一套较为完整的内部控制体系。公司经营管理机构、生产经营机构及办公场所根据自身的经营需要设立，并按照各自的规章制度行使各自的职能，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混同的情形。

五、同业竞争情况

（一）控股股东、实际控制人控制或参股的其他企业

截至本公开转让说明书出具之日，来罡先生持有公司 46.33% 的股权，担任公司法定代表人、董事长，为公司控股股东及实际控制人。

来罡先生除持有本公司股份外，在杭州推信（公司股东）持有 4.85% 份额并担任执行事务合伙人。

来罡曾在上海推智信息科技咨询有限公司中持股 70%，担任董事，该公司经营范围为：（信息技术、计算机网络科技）专业领域内的技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务，会务会展服务，网络工程，通信工程，机电工程，软件开发，企业管理咨询，商务信息咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），市场营销策划，企业形象策划。该公司经营范围与公司经营范围存在部分相似，来罡已于 2015 年 9 月将该部分股权转让给无关联关系的第

三方。

来罡曾在杭州玖熙广告有限公司中持股 20%，未担任任何职位，该公司经营范围为：一般经营项目：服务：设计、制作、代理国内广告，图文设计、制作（除制版），企业管理咨询，企业形象策划，品牌管理及歌华，投资管理（除证券、期货），礼仪服务，会展、会务服务，市场调查，市场营销策划，文化艺术活动策划（除演出中介），婚庆策划，物业管理，舞台设计，工艺美术品设计，室内外装饰设计及施工，包装设计，计算机软件、电子产品、通信设备的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；批发、零售；工艺美术品、办公用品、电子产品、日用百货。该公司经营范围与公司经营范围存在部分相似，来罡已于 2015 年 9 月将该部分股权转让给无关联关系的第三方。

来罡目前在杭州维时科技有限公司中持股 5.8%，担任董事。该公司经营范围：一般经营项目：服务：电子产品、计算机软硬件的技术开发、技术服务、电子产品维修（限现场）；批发、零售：电子产品、通讯设备（除专控），数码产品。该公司主要经营计算机软硬件的维修和销售，与公司经营范围不存在重合之处，不存在同业竞争情况。

来罡目前在上海微勋网络科技有限公司中持股 5%，未担任任何职位。该公司经营范围：网络科技（不得从事科技中介），计算机科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务，计算机网络工程，网页设计制作，计算机维修，计算机信息系统集成服务，工业产品设计（除特种设备），电脑图文设计制作，电子产品、服装服饰、鞋帽、化妆品、箱包、美容美发用品（除美容及整容植入器械及材料）、旅游用品、体育用品、日用百货、文化办公用品、家居用品销售，室内外装饰工程，设计制作各类广告，商务信息咨询（除经纪），婚庆服务，礼仪服务，会议及展览服务，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），摄影摄像服务，食品流通（凭许可证经营）。经营范围与公司经营范围不存在重合之处，且来罡除持有该公司股份外未参与实际经营，不存在同业竞争情况。

除此之外，公司控股股东、实际控制人不存在对外投资及在其他公司担任董事、高管的情况，不存在控制的其他企业，因此，与本公司不存在同业竞争关系。

（二）同业竞争情况及后续安排

为了避免未来可能发生的同业竞争，公司控股股东、实际控制人、持股 5% 及以上股权的股东、董事、监事、高级管理人员出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺内容如下：

1、本人及本人控制和可以施加重大影响的其他企业目前没有以任何形式从事与股份公司及股份公司控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

2、本人在作为股份公司的股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员期间，保证本人及本人控制和可以施加重大影响的其他企业不在中国境内、外以任何形式直接或间接从事与股份公司主营业务或者主营产品相竞争或者构成竞争威胁的业务活动，包括但不限于在中国境内、外投资、收购、兼并与股份公司主营业务或者主要产品相同或者相似的公司、企业或者其他经济组织。

3、本人将不会利用股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的地位，通过任何途径或方式损害股份公司及其他股东的合法利益。

六、公司最近两年一期内关联方资金占用、对关联方的担保及关联交易情况

（一）资金占用情况

2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日，公司其他应收款中控股股东来罡欠款金额分别为 530,000.00 元、2,900,000.00 元。截至 2015 年 7 月 31 日，公司已将上述款项全部清理。有限公司阶段，公司相关治理机制并不完善，存在股东占用资金的情形。股份公司成立后，股份公司的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理办法》，对关联方的认定、关联交易的认定、关联交易的决策权限、关联交易信息披露、关联方表决权回避等内容进行了具体的规定，从公司制度层面避免日后类似情形的发生。

截至本公开转让说明书出具日，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。

（二）对外担保情况

截至本公开转让说明书出具日，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。

（三）公司为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生所采取的具体安排

公司为了防止控股股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产以及其他资源的行为的发生，在《公司章程》第三十七条、第三十八条、第七十七条做了详细的规定：

第三十七条公司应按照关联交易决策制度等规定，规范实施公司与控股股东、实际控制人及其关联方通过购买、销售等生产经营环节产生的关联交易行为。发生关联交易行为后，应及时结算，不得形成非正常的经营性资金占用。

公司应制定防止控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金制度，建立资金的长效机制，杜绝控股股东、实际控制人及其关联方资金占用行为的发生，保障公司和中小股东利益。

第三十八条公司的控股股东、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，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。

第七十七条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；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

七、董事、监事、高级管理人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属直接或间接持有公司股份的情况

1、直接持股情况

序号	姓名	职务	持有方式	持股数量（股）	持股比例(%)
1	来罡	董事长、总经理	直接持有	11,584,125.00	46.33
2	段俊凯	副董事长	——	——	——
3	薛奕珊	董事	——	——	——
4	杨成	董事	——	——	——
5	金恕	董事、首席营销官	——	——	——
6	俞晓	监事会主席	——	——	——
7	宋晓艳	监事	——	——	——
8	周杭健	监事	——	——	——
10	王涤平	财务负责人	——	——	——
11	周婷婷	董事会秘书	——	——	——
合计				11,584,125.00	46.33

2、间接持股情况

来罡和段俊凯在公司股东杭州推信分别持有4.85%和18.18%的份额，二者通过杭州推信间接持有公司股份。

公司董事、监事、高级管理人员直系亲属未直接或间接持有公司股份。

（二）公司董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员不存在亲属关系。

（三）公司董事、监事、高级管理人员与公司签订的重要协议及作出的重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员未与公司签订过重要协议。公司董事、监事及高级管理人员签署了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺内容参见本节“五、同

业竞争”之“（二）关于避免同业竞争的承诺”。

（四）公司董事、监事、高级管理人员兼职情况

公司董事、总经理来罡在杭州推信（公司股东）担任执行合伙事务人；在全资子公司北京推智担任执行董事兼总经理；在控股子公司深圳艺推担任董事长；在参股公司推特文化担任执行董事兼总经理。公司董事段俊凯在北京推智担任副总经理；董事杨成在北京是成资本管理有限公司担任董事、总经理。其他人员不存在兼职情况，均在公司专职工作，在公司领取薪酬并缴纳社会保险。

（五）公司董事、监事、高级管理人员的对外投资与公司存在利益冲突情况

公司董事、监事、高级管理人员的对外投资情况不存在与公司利益冲突、损害公司利益的情况。

（六）公司董事、监事、高级管理人员最近两年受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况

公司董事、监事及高级管理人员最近两年未受到过中国证监会的处罚，未被采取市场禁入措施，也不存在受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况。

八、公司董事、监事、高级管理人员在近两年一期内的变动情况和原因

项目	变更前	变更后	变更时间	变更原因
董事	来罡	来罡、段俊凯、薛奕珊 杨成、金恕	2015年10月	有限公司改制成股份有限公司
监事	罗仙林	张振英	2014年10月	股权转让
	张振英	俞晓、宋晓艳、周杭健	2015年10月	有限公司改制成股份有限公司

高管	来罡	来罡、王涤平、周婷婷、 金恕	2015年10月	有限公司改制成 股份有限公司
----	----	-------------------	----------	-------------------

九、公司管理层的诚信状况

公司全体董事、监事、高级管理人员近两年不存在因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则等受到刑事、民事、行政处罚或纪律处分的情形；不存在因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情形；不存在对所任职（包括现任职和曾任职）的公司因重大违法违规行为而被处罚负有责任的情形；不存在负有数额较大债务到期未清偿的情形；不存在欺诈或其他不诚实行为等。

第四节 公司财务

公司聘请具有证券、期货相关业务资格的中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日和 2015 年 7 月 31 日的资产负债表，2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-7 月的利润表、现金流量表、股东权益变动表及财务报表附注进行了审计，并出具了“中兴财光华审会字(2015) 第 15023 号”标准无保留意见审计报告。本节的财务会计数据及有关分析引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报表。

一、最近两年一期经审计的财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项 目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	20,623,682.52	490,866.00	763,625.53
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产			
应收票据			
应收账款	6,651,217.63	2,615,160.95	985,292.15
预付款项	978,409.34	68,020.00	37,500.00
应收利息			
应收股利			
其他应收款	451,161.50	4,318,118.10	1,401,976.71
存货			
被划分为持有代售的非流动资产及被划分为持有代售的处置组中的资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	209,195.43	91,664.17	
流动资产合计	28,913,666.42	7,583,829.22	3,188,394.39
非流动资产：			
可供出售金融资产			

持有至到期投资			
长期应收款			
长期股权投资			
投资性房地产			
固定资产	489,435.11	384,038.27	92,905.09
在建工程			
工程物资			
固定资产清理			
生产性生物资产			
油气资产			
无形资产			
开发支出			
商誉	266,576.78		
长期待摊费用			
递延所得税资产	272,467.85	541,267.97	25,718.93
其他非流动资产			
非流动资产合计	1,028,479.74	925,306.24	118,624.02
资产总计	29,942,146.16	8,509,135.46	3,307,018.41
流动负债：			
短期借款			
以公允价值计量且变动 计入当期损益的金融负债			
应付票据			
应付账款	969,648.00	5,405,126.97	1,099,040.00
预收款项	857,125.01	1,454,501.67	402,628.34
应付职工薪酬	236,658.84		
应交税费	664,947.88	186,324.33	237,274.00
应付利息			
应付股利			
其他应付款	1,332,070.78	1,451,500.00	
一年内到期的非流动负 债			
其他流动负债			
流动负债合计	4,060,450.51	8,497,452.97	1,738,942.34
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
专项应付款			
预计负债			

递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计			
负债合计	4,060,450.51	8,497,452.97	1,738,942.34
所有者权益（或股东权益）：			
实收资本（或股本）	1,121,147.00	1,000,000.00	1,000,000.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积	21,490,103.00		
减：库存股			
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积	56,807.61	56,807.61	56,807.61
一般风险准备			
未分配利润	3,213,638.04	-1,045,125.12	511,268.46
所有者权益合计	25,881,695.65	11,682.49	1,568,076.07
负债和所有者权益总计	29,942,146.16	8,509,135.46	3,307,018.41

（二）合并利润表

单位：元

项 目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
一、营业收入	16,609,698.60	8,479,778.86	5,119,381.40
减：营业成本	8,434,767.31	4,703,367.39	3,085,645.26
营业税金及附加	95,938.33	41,643.72	23,786.89
销售费用	700,292.80	608,949.17	354,520.39
管理费用	1,729,055.70	5,020,990.05	1,246,330.88
财务费用	-1,663.94	-175.35	-376.26
资产减值损失	-44,726.38	170,167.22	45,769.72
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）			
投资收益（损失以“-”号填列）			
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	5,696,034.78	-2,065,163.34	363,704.52
加：营业外收入	560.01		

其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出	10,533.10	6,779.28	36.10
其中：非流动资产处置损失			
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	5,686,061.69	-2,071,942.62	363,668.42
减：所得税费用	1,427,298.53	-515,549.04	114,115.70
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	4,258,763.16	-1,556,393.58	249,552.72
五、其他综合收益的税后净额			
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益			
1.重新计量设定收益计划净负债或净资产的变动			
2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额			
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益			
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额			
2.可供出售金融资产公允价值变动损益			
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益			
4.现金流量套期损益的有效部分			
5.外币财务报表折算差额			
六、综合收益总额	4,258,763.16	-1,556,393.58	249,552.72
七、每股收益			
基本每股收益	4.26	-1.56	0.25
稀释每股收益	4.26	-1.56	0.25

(三) 合并现金流量表

单位：元

项 目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	12,600,757.79	8,249,280.23	5,686,432.50
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	5,542,339.94	29,983.35	5,016.26
经营活动现金流入小计	18,143,097.73	8,279,263.58	5,691,448.76
购买商品、接受劳务支付的现金	9,819,184.77	3,382,282.65	2,245,014.00
支付给职工以及为职工支付的现金	1,504,670.69	1,005,494.91	501,342.37
支付的各项税费	908,325.86	377,863.85	230,368.01
支付其他与经营活动有关的现金	6,952,889.65	3,369,386.70	2,640,742.91
经营活动现金流出小计	19,185,070.97	8,135,028.11	5,617,467.29
经营活动产生的现金流量净额	-1,041,973.24	144,235.47	73,981.47
二、投资活动产生的现金流量：			
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			
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	67,497.41	416,995.00	44,190.00
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	368,962.83		
支付其他与投资活动有关的现金			

投资活动现金流出小计	436,460.24	416,995.00	44,190.00
投资活动产生的现金流量净额	-436,460.24	-416,995.00	-44,190.00
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	21,611,250.00		
取得借款收到的现金			
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	21,611,250.00		
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金			
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计			
筹资活动产生的现金流量净额	21,611,250.00		
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	20,132,816.52	-272,759.53	29,791.47
加：期初现金及现金等价物余额	20,132,816.52	-272,759.53	29,791.47
六、期末现金及现金等价物余额	20,623,682.52	490,866.00	763,625.53

(四) 合并股东权益变动表

单位：元

项目	2015年1-7月				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00		56,807.61	-1,045,125.12	11,682.49
加：会计政策变更					
前期差错更正					
其他					
二、本年初余额	1,000,000.00		56,807.61	-1,045,125.12	11,682.49
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）				4,258,763.16	25,870,013.16
（一）净利润				4,258,763.16	4,258,763.16
（二）其他综合收益					
上述（一）和（二）小计				4,258,763.16	4,258,763.16
（三）股东投入和减少资本	121,147.00	21,490,103.00			21,611,250.00
1. 股东投入普通股	121,147.00	21,490,103.00			21,611,250.00
2. 其他权益工具持有者投入资本					
3. 股份支付计入股东权益的金额					
4. 其他					
（四）利润分配					
1. 提取盈余公积					
2. 提取一般风险准备					
3. 对所有者（股东）的分配					
4. 其他					
（五）股东权益内部结转					
1. 资本公积转增股本					
2. 盈余公积转增股本					
3. 盈余公积弥补亏					

损					
4. 其他					
(六) 专项储备					
1. 本期提取					
2. 本期使用					
(七) 其他					
四、本期期末余额	1,121,147.00	21,490,103.00	56,807.61	3,213,638.04	25,881,695.65

单位：元

项目	2014年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00		56,807.61	511,268.46	1,568,076.07
加：会计政策变更					
前期差错更正					
其他					
二、本年年初余额	1,000,000.00		56,807.61	511,268.46	1,568,076.07
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）				-1,556,393.58	-1,556,393.58
（一）净利润				-1,556,393.58	-1,556,393.58
（二）其他综合收益					
上述（一）和（二）小计				-1,556,393.58	-1,556,393.58
（三）股东投入和减少资本					
1. 股东投入普通股					
2. 其他权益工具持有者投入资本					
3. 股份支付计入股东权益的金额					
4. 其他					
（四）利润分配					
1. 提取盈余公积					
2. 提取一般风险准备					
3. 对所有者（股东）的分配					
4. 其他					
（五）股东权益内部结转					
1. 资本公积转增股					

本					
2. 盈余公积转增股本					
3. 盈余公积弥补亏损					
4. 其他					
(六) 专项储备					
1. 本期提取					
2. 本期使用					
(七) 其他					
四、本期期末余额	1,000,000.00		56,807.61	-1,045,125.12	11,682.49

单位：元

项目	2013年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00			318,523.35	1,318,523.35
加：会计政策变更					
前期差错更正					
其他					
二、本年初余额	1,000,000.00			318,523.35	1,318,523.35
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）			56,807.61	192,745.11	249,552.72
（一）净利润				249,552.72	249,552.72
（二）其他综合收益					
上述（一）和（二）小计				249,552.72	249,552.72
（三）股东投入和减少资本					
1. 股东投入普通股					
2. 其他权益工具持有者投入资本					
3. 股份支付计入股东权益的金额					
4. 其他					
（四）利润分配			56,807.61	-56,807.61	
1. 提取盈余公积			56,807.61	-56,807.61	
2. 提取一般风险准备					
3. 对所有者（股东）的分配					

4. 其他					
(五) 股东权益内部结转					
1. 资本公积转增股本					
2. 盈余公积转增股本					
3. 盈余公积弥补亏损					
4. 其他					
(六) 专项储备					
1. 本期提取					
2. 本期使用					
(七) 其他					
四、本期期末余额	1,000,000.00		56,807.61	511,268.46	1,568,076.07

(五) 母公司资产负债表

单位：元

项 目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产：			
货币资金	20,426,592.53	490,866.00	763,625.53
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产			
应收票据			
应收账款	5,786,717.63	2,615,160.95	985,292.15
预付款项	38,420.00	68,020.00	37,500.00
应收利息			
应收股利			
其他应收款	332,297.50	4,318,118.10	1,401,976.71
存货			
被划分为持有代售的非流动资产及被划分为持有代售的处置组中的资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	190,190.57	91,664.17	
流动资产合计	26,774,218.23	7,583,829.22	3,188,394.39
非流动资产：			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			

长期应收款			
长期股权投资	1,000,000.00		
投资性房地产			
固定资产	345,483.54	384,038.27	92,905.09
在建工程			
工程物资			
固定资产清理			
生产性生物资产			
油气资产			
无形资产			
开发支出			
商誉			
长期待摊费用			
递延所得税资产	88,348.89	541,267.97	25,718.93
其他非流动资产			
非流动资产合计	1,433,832.43	925,306.24	118,624.02
资产总计	28,208,050.66	8,509,135.46	3,307,018.41
流动负债：			
短期借款			
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债			
应付票据			
应付账款	212,748.00	540,512.97	1,099,040.00
预收款项	473,125.01	1,454,501.67	402,628.34
应付职工薪酬			
应交税费	1,125,132.73	186,324.33	237,274.00
应付利息			
应付股利			
其他应付款	1,032,070.78	1,451,500.00	
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计	2,843,076.52	8,497,452.97	1,738,942.34
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
专项应付款			
预计负债			
递延所得税负债			
其他非流动负债			

非流动负债合计			
负债合计	2,843,076.52	8,497,452.97	1,738,942.34
所有者权益（或股东权益）：			
实收资本（或股本）	1,121,147.00	1,000,000.00	1,000,000.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积	21,490,103.00		
减：库存股			
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积	56,807.61	56807.61	56807.61
一般风险准备			
未分配利润	2,696,916.53	-1,045,125.12	511,268.46
所有者权益合计	25,364,974.14	11682.49	1568076.07
负债和所有者权益总计	28,208,050.66	8,509,135.46	3,307,018.41

（六）母公司利润表

单位：元

项 目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
一、营业收入	12,615,359.06	8,479,778.86	5,119,381.40
减：营业成本	5,249,947.8	4,703,367.39	3,085,645.26
营业税金及附加	64,772.88	41,643.72	23,786.89
销售费用	657,650.88	608,949.17	354,520.39
管理费用	1,557,448.36	5,020,990.05	1,246,330.88
财务费用	-1279.95	-175.35	-376.26
资产减值损失	80,352.58	170,167.22	45,769.72
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）			
投资收益（损失以“-”号填列）			
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	5,006,466.51	-2,065,163.34	363,704.52
加：营业外收入	560.00		

其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出	10,233.1	6,779.28	36.10
其中：非流动资产处置损失			
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	4,996,793.41	-2,071,942.62	363,668.42
减：所得税费用	1,254,751.76	-515,549.04	114,115.70
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	3,742,041.65	-1,556,393.58	249,552.72
五、其他综合收益的税后净额			
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益			
1.重新计量设定收益计划净负债或净资产的变动			
2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额			
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益			
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额			
2.可供出售金融资产公允价值变动损益			
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益			
4.现金流量套期损益的有效部分			
5.外币财务报表折算差额			
六、综合收益总额	3,742,041.65	-1,556,393.58	249,552.72
七、每股收益			
基本每股收益	3.70	-1.56	0.25
稀释每股收益	3.70	-1.56	0.25

(七) 母公司现金流量表

单位：元

项 目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	9,186,268.01	8,249,280.23	5,686,432.5
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	4,682,537.75	29,983.35	5,016.26
经营活动现金流入小计	13,868,805.76	8,279,263.58	5,691,448.76
购买商品、接受劳务支付的现金	6,524,715.11	3,382,282.65	2,245,014.00
支付给职工以及为职工支付的现金	1,036,228.64	1,005,494.91	501,342.37
支付的各项税费	403,259.06	377,863.85	230,368.01
支付其他与经营活动有关的现金	6,640,534.42	3,369,386.70	2,640,742.91
经营活动现金流出小计	14,604,737.23	8,135,028.11	5,617,467.29
经营活动产生的现金流量净额	-735,931.47	144,235.47	73,981.47
二、投资活动产生的现金流量：			
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			
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	39,592.00	416,995.00	44,190.00
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	900,000.00		
支付其他与投资活动有关的现金			

投资活动现金流出小计	939,592.00	416,995.00	44,190.00
投资活动产生的现金流量净额			
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	21,611,250.00		
取得借款收到的现金			
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	21,611,250.00		
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金			
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计			
筹资活动产生的现金流量净额	21,611,250.00		
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	19,935,726.53	-272,759.53	29,791.47
加：期初现金及现金等价物余额	490,866.00	763,625.53	733,834.06
六、期末现金及现金等价物余额	20,426,592.53	490,866.00	763,625.53

(八) 母公司股东权益变动表

单位：元

项目	2015年1-7月				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00		56,807.61	-1,045,125.12	11,682.19
加：会计政策变更					
前期差错更正					
其他					

二、本年年初余额	1,000,000.00		56,807.61	-1,045,125.12	11,682.19
三、本期增减变动金额（减少以“一”号填列）	121,147.00	21,490,103.00		3,742,041.65	25,353,291.65
（一）净利润				3,742,041.65	3,742,041.65
（二）其他综合收益					
上述（一）和（二）小计				3,742,041.65	3,742,041.65
（三）股东投入和减少资本	121,147.00	21,490,103.00			21,611,250.00
1. 股东投入普通股	121,147.00	21,490,103.00			21,611,250.00
2. 其他权益工具持有者投入资本					
3. 股份支付计入股东权益的金额					
4. 其他					
（四）利润分配					
1. 提取盈余公积					
2. 提取一般风险准备					
3. 对所有者（股东）的分配					
4. 其他					
（五）股东权益内部结转					
1. 资本公积转增股本					
2. 盈余公积转增股本					
3. 盈余公积弥补亏损					
4. 其他					
（六）专项储备					
1. 本期提取					
2. 本期使用					
（七）其他					
四、本期期末余额	1,121,147.00	21,490,103.00	56,807.61	2,696,916.53	25,364,974.14

单位：元

项目	2014年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计

一、上年年末余额	1,000,000.00		56,807.61	511,268.46	1,568,076.07
加：会计政策变更					
前期差错更正					
其他					
二、本年年初余额	1,000,000.00		56,807.61	511,268.46	1,568,076.07
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）				-1,556,393.58	-1,556,393.58
（一）净利润				-1,556,393.58	-1,556,393.58
（二）其他综合收益					
上述（一）和（二）小计				-1,556,393.58	-1,556,393.58
（三）股东投入和减少资本					
1. 股东投入普通股					
2. 其他权益工具持有者投入资本					
3. 股份支付计入股东权益的金额					
4. 其他					
（四）利润分配					
1. 提取盈余公积					
2. 提取一般风险准备					
3. 对所有者（股东）的分配					
4. 其他					
（五）股东权益内部结转					
1. 资本公积转增股本					
2. 盈余公积转增股本					
3. 盈余公积弥补亏损					
4. 其他					
（六）专项储备					
1. 本期提取					
2. 本期使用					
（七）其他					
四、本期期末余额	1,000,000.00		56,807.61	-1,045,125.12	11,682.49

单位：元

项目	2013年度				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00			318,523.35	1,318,523.35
加：会计政策变更					
前期差错更正					
其他					
二、本年年初余额	1,000,000.00			318,523.35	1,318,523.35
三、本期增减变动金额（减少以“一”号填列）			56,807.61	192,745.11	249,552.72
（一）净利润				249,552.72	249,552.72
（二）其他综合收益					
上述（一）和（二）小计				249,552.72	249,552.72
（三）股东投入和减少资本					
1. 股东投入普通股					
2. 其他权益工具持有者投入资本					
3. 股份支付计入股东权益的金额					
4. 其他					
（四）利润分配			56,807.61	-56,807.61	
1. 提取盈余公积			56,807.61	-56,807.61	
2. 提取一般风险准备					
3. 对所有者（股东）的分配					
4. 其他					
（五）股东权益内部结转					
1. 资本公积转增股本					
2. 盈余公积转增股本					
3. 盈余公积弥补亏损					
4. 其他					
（六）专项储备					

1. 本期提取					
2. 本期使用					
(七) 其他					
四、本期期末余额	1,000,000.00		56,807.61	511,268.46	1,568,076.07

二、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

(一) 财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部于 2014 年 7 月 23 日颁布的《企业会计准则—基本准则》和陆续颁布与修订的 41 项具体会计准则、以及其后颁布的企业会计准则应用指南、企业会计准则解释以及其他相关规定（以下简称“企业会计准则”）、以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》(2010 年修订)的披露规定编制财务报表。

(二) 合并财务报表范围及变化情况

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司和其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，按照权益法调整对子公司的长期股权投资后，由母公司按照《企业会计准则第33号——合并财务报表》编制。

子公司名称	注册资本（万元）	持股比例	合并期间	变更原因
北京推智网络科技有限公司	100.00	100.00%	2015年6-7月	非同一控制下企业合并

注：公司 2015 年 6 月收购来罡控股的北京推智，虽然公司收购北京推智时两个公司的实际控制人均为来罡，但由于来罡于 2014 年 10 月取得公司 85% 的股份成为公司实际控制人，对公司的控制尚未达到 1 年，且截至 2015 年 7 月 31 日，来罡个人对公司直接持股比例 46.33%，虽然为公司实际控制人但持股比例未达到 50%，所以对北京推智的收购按照非同一控制下企

业合并处理。

三、公司采用的主要会计政策和会计估计

（一）会计期间

公司以公历年度为会计期间，即每年从1月1日起至12月31日止。本报告期间为2013年1月1日至2015年7月31日。

（二）记账本位币

公司采用人民币作为记账本位币。

（三）计量属性

公司财务报表项目采用历史成本为计量属性，对于符合条件的项目，采用公允价值计量。

公司采用公允价值计量的项目包括交易性金融工具和可供出售金融资产。

公司本期报表项目的计量属性未发生变化。

（四）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（五）金融工具

金融工具分为金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融资产的分类

管理层按照取得持有金融资产和承担金融负债的目的，将其划分为：以公允价

值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融资产的确认和计量

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

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

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

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

（2）持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

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

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

（3）应收款项

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

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

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

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入资本公积（其他资本公积）。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部

分；本公司若与债权人签定协议，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，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（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。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给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。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

本公司采用公允价值计量的金融资产和金融负债全部直接参考活跃市场中的报价。

6、金融资产（不含应收款项）减值

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

（1）可供出售金融资产的减值：

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

对于可供出售金融资产由于下列损失事项影响其预计未来现金流量减少,并且能够可靠计量，将认定其发生减值：

①债务人发生严重财务困难；

②债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；

③本公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人做出让步；

④债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

⑤因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；

⑥权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

⑦权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌。

⑧认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不得通过损益转回。

(2) 持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

(六) 应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

期末如果有客观证据表明应收款项发生减值，则将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。可收回金额是通过对其未来现金流量（不包括尚未发生的信用损失）按原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（扣除预计处置费用等）。原实际利率是初始确认该应收款项时计算确定的实际利率。短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小，在确定相关减值损失时，不对其预计未来现金流量进行折现。

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：

应收款项余额在 100 万元以上的款项

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：

本公司期末对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备，未发生减值将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备应收款项

对于单项金额非重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收账款组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定本期各项组合计提坏账准备的比例，据此计算本期应计提的坏账准备。

项目	确定组合的依据	计提方法
按账龄分析法计提坏账准备的组合	不同账龄段的应收款项发生坏账损失的可能性存在差异	账龄分析法
同一最终控制方控制的关联方组合	该关联方组合的各会计主体之间的应收款项，除非有证据表明不能收回，一般不计提坏账准备	一般不计提坏账准备

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5	5
1—2 年	10	10
2—3 年	15	15
3—4 年	20	20
4—5 年	50	50
5 年以上	100	100

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款

单项计提坏账准备的理由：指期末单项金额未达到上述（1）标准的，或依据公

司收集的信息证明该债务人已经出现资不抵债、濒临破产、债务重组、兼并收购等情形的，影响该债务人正常履行信用义务的客户应收款项确认为组合风险较大的应收款项。

坏账准备的计提方法期末对该组合的应收款项单独进行减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。未发生减值将其归入相应组合计提坏账准备。

（七）固定资产

1、固定资产的初始确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用年限超过一年的有形资产。固定资产分类为：仪器设备、运输设备、电子及办公设备。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

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

2、固定资产的初始计量

固定资产取得时按照实际成本进行初始计量。

（1）外购固定资产的成本，以购买价款、相关税费、使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可归属于该项资产的运输费、装卸费、安装费和专业人员服务费等确定。

（2）购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

（3）自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

3、固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出，在相关的经济利益很可能流入公司且其成本能够

可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；其他后续支出于发生时计入当期损益。

4、固定资产的折旧方法

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

各类固定资产预计使用寿命和年折旧率如下：

固定资产类别	预计使用年限	净残值率（%）	年折旧率（%）
电子设备	3	5.00	31.67
运输设备	4	5.00	23.75
办公家具	5	5.00	19.00

每年年度终了，应对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。必要时，作适当调整。

5、固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

公司在每期末判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象。

固定资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与固定资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当固定资产的可收回金额低于其账面价值的，将固定资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为固定资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的固定资产减值准备。

固定资产减值损失确认后，减值固定资产的折旧在未来期间作相应调整，以使该固定资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的固定资产账面价值（扣除预计净残值）。

固定资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项固定资产可能发生减值的，企业以单项固定资产为基础估计其可收回金额。企业难以对单项固定资产的可收回金额进行估计的，以该固定资产所

属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

6、固定资产的处置

固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（八）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

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

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益；

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

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

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

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用年限
非专利技术	3-10年
软件	10年

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

经复核，本年期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

3、使用寿命不确定的无形资产的判断依据

无法预见无形资产为本公司带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。每期末，对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。

经复核，该类无形资产的使用寿命仍为不确定。

4、无形资产减值准备的计提

对于使用寿命确定的无形资产，如有明显减值迹象的，期末进行减值测试。

对于使用寿命不确定的无形资产，每期末进行减值测试。

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

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

当无形资产的可收回金额低于其账面价值的，将无形资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为无形资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。

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

无形资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

5、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

6、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

- (1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- (2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

(3) 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。

开发阶段的支出，若不满足上列条件的，于发生时计入当期损益。研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

(九) 职工薪酬

除因解除与职工的劳动关系而给予的补偿外，本公司在职工提供服务的会计期间，将应付的职工薪酬确认为负债。

本公司按规定参加由政府机构设立的职工社会保障体系，包括基本养老保险、医疗保险、住房公积金及其他社会保障制度，相应的支出在职工提供服务的会计期间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，如果本公司已经制定正式的解除劳动关系计划或提出自愿裁减建议并即将实施，同时本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议的，确认因解除与职工劳动关系给予补偿产生的预计负债，并计入当期损益。

(十) 资产减值准备

除存货、投资性房地产及金融资产外，其他主要类别资产的资产减值准备确定方法如下：

对于固定资产、在建工程、无形资产、长期股权投资等长期资产，公司在每期末判断相关资产是否存在可能发生减值的迹象。因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据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较高者确定。当资产的可收回金额低于其账面价值的，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金

额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。固定资产、在建工程、无形资产、长期股权投资等长期资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

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。

（十一）收入

1、销售商品收入确认时间的具体判断标准

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

2、提供劳务收入的确认方法

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

本公司在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

（1）已发生的劳务成本预计能够得到补偿，应按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

（2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

3、确认让渡资产使用权收入的依据

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时，

本公司确认收入。

4、本公司收入确认方法

本公司业务收入主要为新媒体推广服务收入、微博及微信等代运营服务收入、线下推广活动收入，具体确认收入的方法为：

(1) 新媒体推广服务收入，其中有合同约定结算方式的按照实际结算来确认收入，无合同约定结算方式的按照已提供服务的期间占服务总期间的比例来确认当期收入；

(2) 微博及微信等代运营服务收入，按照与客户签订的合同期限分期确认收入；

(3) 线下推广活动收入，按照与客户实际结算的工作量确认收入。

(十二) 所得税

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、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。

3、所得税的汇算清缴方式

本公司根据主管税务机关核定，所得税采取分季预缴年终汇算清缴方式。在年终汇算清缴时，少缴的所得税税额，在下一年度内缴纳；多缴纳的所得税税额，在下一年度内抵缴。

四、最近两年一期主要财务指标

财务指标	2015年1-7月	2014年度	2013年度
营业毛利率	49.22%	44.53%	39.73%
净资产收益率	199.00%	-197.00%	17.00%
净资产收益率（扣除非经常性损益）	199.00%	-196.00%	17.00%
每股收益（元/股）	4.26	-1.56	0.25
每股收益（扣除非经常性损益）	4.27	-1.55	0.25
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-1.04	0.14	0.07
应收账款周转率（次/年）	3.58	4.71	5.01
存货周转率（次/年）	N/A	N/A	N/A
财务指标	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产负债率	13.56%	99.86%	52.58%
流动比率	7.12	0.89	1.83
速动比率	7.12	0.89	1.83
每股净资产（元/股）	23.09	0.01	1.57

注：主要财务指标分析见本股份报价转让说明书“第四节公司财务”之“十四、管理层对公司最近两年一期财务状况、经营成果和现金流量状况的分析”

上述指标的计算公式说明如下：

- a. 毛利率=（营业收入-营业成本）÷营业收入；
 - b. 净资产收益率=净利润÷平均净资产；
 - c. 净资产收益率（扣除非经常性损益）=净利润（扣除非经常性损益）÷平均净资产；
 - d. 每股收益（加权平均）=P÷S；
- 其中：P为归属于公司普通股股东的净利润；S为公司股改净资产折合股本112.1147万股；
- e. 每股收益（全面摊薄）=归属于公司普通股股东的净利润÷公司股改净资产折合股本；
 - f. 每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动现金净流入÷公司股改净资产

折合股本；

- g. 应收账款周转率 = 营业收入 ÷ 平均应收账款；
- h. 存货周转率 = 营业成本 ÷ 平均存货；
- i. 每股净资产 = 期末净资产 ÷ 期末股本；
- j. 资产负债率 = 负债总额 ÷ 资产总额；
- k. 流动比率 = 流动资产 ÷ 流动负债；
- l. 速动比率 = (流动资产 - 存货) ÷ 流动负债。

五、报告期利润形成的有关情况

(一) 营业收入、营业毛利的主要构成、变动趋势及原因

1、营业收入、营业毛利构成

报告期内营业收入、营业毛利按产品列示如下：

单位：元

2015年1-7月				
项目	营业收入	营业成本	毛利额	毛利率
网络推广	14,328,509.95	7,357,516.60	6,970,993.35	48.65%
代运营	2,009,764.13	941,212.74	1,068,551.39	53.17%
线下活动	271,424.52	136,037.97	135,386.55	49.88%
合计	16,609,698.60	8,434,767.31	8,174,931.29	49.22%
网络推广占比	86.27%	87.23%		
2014年				
项目	营业收入	营业成本	毛利额	毛利率
网络推广	5,211,437.91	2,594,514.36	2,616,923.55	50.22%
代运营	2,182,293.33	1,362,195.29	820,098.04	37.58%
线下活动	1,086,047.62	746,657.74	339,389.88	31.25%
合计	8,479,778.86	4,703,367.39	3,776,411.47	44.53%
网络推广占比	61.46%	55.16%		
2013年				

项目	营业收入	营业成本	毛利额	毛利率
网络推广	2,695,378.03	1,405,134.38	1,290,243.65	47.87%
代运营	1,717,229.58	1,167,066.01	550,163.57	32.04%
线下活动	706,773.79	513,444.87	193,328.92	27.35%
合计	5,119,381.40	3,085,645.26	2,033,736.14	39.73%
网络推广占比	52.65%	45.54%		

报告期内，公司的业务收入主要是新媒体推广服务收入、微博及微信等代运营服务收入、线下推广活动收入。2013年度、2014年度和2015年1-7月，公司的收入主要来自网络推广收入。随着互联网在社会生活中占据越来越高的地位，使用互联网新媒体推广的市场规模也在不断扩大，公司抓住时代发展机遇，不断扩大公司规模，业务收入也逐年提升，并有持续增长态势，2015年1-7月公司收入已接近公司成立至今的总收入。报告期内，网络推广占当期营业收入的比例分别为52.65%、61.46%和86.27%，占比逐步提高，主要是公司在娱乐新媒体推广方面具有较为成熟的经验，近期合作的《爸爸回来了》《十二道锋味》等推广效果明显，为公司树立了良好的品牌形象，得到了业内广泛认可，公司承接业务的水平和议价能力都有所增强。

2013年度、2014年度和2015年1-7月份，公司综合毛利率分别为39.73%、44.53%和49.22%，综合毛利率逐步提高，主要由于毛利率最高的网络推广服务收入增幅明显，占比不断增加，导致综合毛利率提升较快，2013年、2014年、2015年1-7月网络推广服务占收入比重分别为52.65%、61.46%、86.27%；同时，公司代运营项目稳定，运营人员对企业客户的熟悉度逐渐增强，效率增加使代运营成本降低，毛利率增加。2013年度、2014年度和2015年1-7月份代运营毛利率分别为32.04%、37.58%和53.17%，其中2015年1-7月代运营毛利率较2014年度增加15.59个百分点。

公司的毛利率水平保持在40%-50%左右，毛利率水平比较稳定且整体保持在较高水平，主要是公司现阶段不断扩大市场份额，市场知名度不断提升，新媒体推广项目不断增加；且公司自2011年成立以来，对新媒体推广项目更加熟悉，工作效率不断提高，成本逐步降低。

2、公司各类收入确认的具体方法

目前，公司主要营业收入为新媒体推广服务收入、微博及微信等代运营服务收入、线下推广活动收入。

(1) 新媒体推广服务收入，其中有合同约定结算方式的按照实际结算来确认收

入，无合同约定结算方式的按照已提供服务的期间占服务总期间的比例来确认当期收入；（2）微博及微信等代运营服务收入，按照与客户签订的合同期限分期确认收入；（3）线下推广活动收入，按照与客户实际结算的工作量确认收入。

3、营业收入、盈利的变动趋势和原因

单位：元

项目	2015年1-7月份	2014年度		2013年度
	金额	金额	增长率	金额
营业收入	16,609,698.60	8,479,778.86	65.64%	5,119,381.40
营业利润	5,696,034.78	-2,065,163.34	-667.81%	363,704.52
利润总额	5,686,061.69	-2,071,942.62	-669.73%	363,668.42
净利润	4,258,763.16	-1,556,393.58	-723.67%	249,552.72

2013年、2014年和2015年1-7月公司的营业收入分别为5,119,381.40元、8,479,778.86元和16,609,698.60元。2015年1-7月的收入较2014年度增加8,129,919.74元，增长95.87%，主要原因包括：①以及公司业务不断扩大，接单量和单个合同金额不断增加，其中与上海异草投资咨询有限公司签订的《中国超模（暂定）》网络推广服务协议增加本期收入2,228,773.59元，与杭州瓦杰科技有限公司签订电视节目微博宣推网络推广服务协议导致本期收入增加1,415,094.34元；②收购子公司北京推智，子公司2015年6-7月收入为4,198,113.12元。2014年度收入较2013年度增加3,360,397.46元，增长65.64%，主要是新媒体推广服务收入增长迅速，签单金额逐步提高。

2014年度营业利润-2,065,163.34元，较2013年减少2,428,867.86元，下降667.81%；2014年度利润总额-2,071,942.62元，较2013年度减少2,435,611.04元，下降669.73%；2014年度净利润-1,556,393.58元，较2013年度减少1,805,946.30元，下降723.67%，主要由于2014年度公司为提升公司对数据的捕捉力及分析能力，提高公司竞争力，加大对网络营销平台研发投入，与北京拓铭科技有限公司签订研发合同，为公司研发两个平台及提供数据挖掘、数据分析服务，2014年度研发费用增加4,162,641.51元，导致公司研发性亏损，由于数据挖掘属于服务性内容，合同无法准确提供平台开发和数据挖掘的具体金额，未能将研发费用进行资本化处理，导致公司研发性亏损。

（二）主要费用情况

1、公司最近两年一期销售费用如下：

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
差旅费	420,263.00	378,385.33	285,499.70
招待费	13,900.60	22,700.50	50,793.30
路桥费	40,968.00		
通讯费	100.00		
会务费		50,000.00	
工资	181,567.00	123,525.50	14,533.73
社保	33,358.61	25,509.10	3,484.27
公积金	10,135.59	8,828.74	209.39
合计	700,292.80	608,949.17	354,520.39

公司的销售费用主要是因销售而发生的差旅费和工资等。2013年度、2014年度和2015年1-7月份销售费用分别为354,520.39元、608,949.17元和700,292.80元。2014年度销售费用较2013年度增加254,428.78元，增长71.77%，与收入的增长比例基本持平。

2015年1-7月差旅费较2014年度增加41,877.67元，增长9.96%，工资增加58,041.50元，增长46.99%，主要是公司经营规模扩大，项目不断增加，尤其在合并了北京推智后，销售人员增加，导致差旅费、工资增加。

2、公司最近两年一期管理费用如下：

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
顾问费	404,009.43		
装修费	300,000.00	95,000.00	
房租	263,478.04	121,500.00	60,000.00
办公费	199,279.69	410,311.44	257,632.81
会务费	186,200.00	1,580.00	96,641.00
工资	128,981.05	69,082.52	24,713.38
折旧费	83,066.76	125,861.82	35,834.02
业务招待费	43,930.50		
差旅费	32,659.00		
社保费	24,108.99	14,113.86	5,850.62

服务费	18,358.95		
交通费	12,887.00		
公积金	7,339.36	4,937.54	356.05
水电费	7,035.12		
快递费	6,189.00		
残保金	5,839.00	8,923.53	5,243.00
通讯费	2,439.75		
福利费	1,619.76		
税金	1,134.30	6,037.83	60.00
汽油费	400.00		
制作费	100.00		
广告费		1,000.00	
研发费		4,162,641.51	760,000.00
合计	1,729,055.70	5,020,990.05	1,246,330.88

公司的管理费用主要为顾问费、装修费、房租、办公费、会务费以及工资。

2014 年度管理费用较 2013 年度增加 3,774,659.17 元，增长 302.86%，增长原因主要是公司为加强自身的竞争优势，扩大品牌影响力，加大对网络营销平台研发投入，与北京拓明科技有限公司签订研发合同，导致 2014 年度研发费用较 2013 年度增加 3,402,641.51 元，具体情况如下：与北京拓明科技有限公司签订微博数据分析技术服务合同，金额 2,278,000.00 元，服务期间 2013 年 9 月 1 日-2014 年 11 月 30 日；签订社会化网络媒体数据分析服务合同，金额 2,134,400.00 元，服务期间 2013 年 9 月 15 日-2014 年 12 月 15 日。上述两项研发合同致力于社会化网络媒体整合，大数据挖掘分析，搭建微博大数据挖掘分析平台，通过微博数据采集、传播路径分析、舆情热点分析、用户画像及个性化推荐等技术，为综艺类节目微博推销策划、广告投放、效果统计等活动提高数据服务。

2015 年 1-7 月份顾问费为 404,009.43 元，主要是公司本年进行股改、挂牌产生的咨询服务费。

2015 年 1-7 月装修费为 300,000.00 元，主要是公司本年人员增多，新租位于杭州市西湖大道 259 号清波商厦办公楼 406 室，对其进行装修产生的费用。

2015 年房屋租赁费较 2014 年度增加 141,978.04 元，增长 116.85%，主要是公司本年业务量增加，招聘人员增加，扩大办公场所，导致房屋租赁费增加。

3、公司最近两年一期财务费用如下：

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
利息支出			
减：利息收入	2,474.94	583.35	516.26
手续费	811.00	408.00	140.00
合计	-1,663.94	-175.35	-376.26

4、主要费用及变动情况

公司最近两年一期主要费用及其变动情况如下：

单位：元

项目	2015年1-7月		2014年度			2013年度	
	金额（元）	占营业收入比	金额（元）	占营业收入比	增幅	金额（元）	占营业收入比
销售费用	700,292.80	4.22%	608,949.17	7.18%	71.77%	354,520.39	6.93%
管理费用	1,729,055.70	10.41%	5,020,990.05	59.21%	302.86%	1,246,330.88	24.35%
财务费用	-1,663.94	-0.01%	-175.35	-0.01%	-53.40%	-376.26	-0.01%
期间费用合计	2,427,684.56	14.62%	5,629,763.87	66.38%	251.76%	1,600,475.01	31.29%

2014年公司费用总额较2013年增长251.76%，费用增长幅度较大，销售费用和管理费用均有所增加。

（三）重大投资收益和非经常性损益情况

1、重大投资收益情况

报告期内公司无重大投资收益情况。

2、非经常性损益情况

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
非流动资产处置损益			
计入当期损益的政府补助	560.00		
其他营业外收入和支出	-10,533.09	-6,779.28	-36.10
非经常性损益合计	-9,973.09	-6,779.28	-36.10

减：所得税影响金额	-2,493.28	-1,528.25	
非经常性损益净额	-7,979.82	-5,251.03	-36.10
当期净利润	4,258,763.1	-1,556,393.	249,552.72
扣除非经常性损益后的净利润	4,266,742.9	-1,551,142.	249,588.82
非经常性损益占当期净利润的比例	-0.19%	0.34%	-0.01%

(四) 主要税项和享受的税收优惠政策

1、主要税种及税率

税种	计税依据	税率 (%)
增值税	应税收入	3.00、6.00
城市维护建设税	应纳流转税额	7.00
教育费附加	应纳流转税额	3.00
地方教育费附加	应纳流转税额	2.00
水利建设基金	应税收入	0.10
企业所得税	应纳税所得税	25.00

公司 2014 年 6 月 1 日起变为增值税一般纳税人。

六、公司最近两年一期主要资产情况

(一) 货币资金

报告期内，公司货币资金分类列示如下：

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
现金	43,552.60	183,553.49	117,979.01
银行存款	20,580,129.92	307,312.51	645,646.52
合计	20,623,682.52	490,866.00	763,625.53

截至 2015 年 7 月 31 日，公司不存在质押、冻结，或有潜在收回风险的款项。

公司最近一期货币资金增加原因为 2015 年 7 月 9 日吸收投资所致，其中股东嘉兴长天是成推特网络十五号投资管理合伙企业（有限合伙）以货币缴付出资 2,121.48 万元，股东北京长天资产管理有限公司以货币缴付出资 39.645 万元。

（二）应收账款

1、应收账款及坏账准备分析

报告期内，公司应收账款及坏账准备列示如下：

单位：元

类别	2015年7月31日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例(%)	
1年以内(含1年)	6,557,110.66	93.26	327,855.53
1年至2年(含2年)	377,000.00	5.36	37,700.00
2年至3年(含3年)	97,250.00	1.38	14,587.50
合计	7,031,360.66	100.00	380,143.03
净额	6,651,217.63		
类别	2014年12月31日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例(%)	
1年以内(含1年)	2,511,187.00	90.76	125,559.35
1年至2年(含2年)	246,537.00	8.91	24,653.70
2年至3年(含3年)	9,000.00	0.33	1,350.00
合计	2,766,724.00	100.00	151,563.05
净额	2,615,160.95		
类别	2013年12月31日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例(%)	
1年以内(含1年)	972,757.00	93.47	48,637.85
1年至2年(含2年)	67,970.00	6.53	6,797.00
2年至3年(含3年)			
合计	1,040,727.00	100.00	55,434.85
净额	985,292.15		

2013年末、2014年末和2015年7月末，公司应收账款余额分别为1,040,727.00元、2,766,724.00元和7,031,360.66元，与公司收入增幅基本保持同步。

应收账款余额2015年7月末比2014年12月末增加4,264,636.55元，主要是未

约定结算方式的新媒体推广服务项目确认收入时点和阶段性收款时点差异所致；另外，北京推智 2015 年 7 月末应收账款余额为 910,000.00 元。

2013 年末，2014 年末和 2015 年 7 月末，账龄在 1 年以内的应收账款占当期应收账款余额的比例分别为 93.47%，90.76%和 93.26%，客户的资信状况良好，不能收回款项的风险较小，且公司坏账准备政策稳健，公司应收账款质量良好。截至 2015 年 9 月 30 日，应收账款回款 2,414,660.00 元。

2、报告期内应收账款金额前五名单位情况

2015年7月末应收账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	是否是关联方	金额	性质	年限	占应收账款总额的比例 (%)
乐视网信息技术（北京）股份有限公司	否	1,000,000.00	网络服务费	1年以内	14.22
上海异草投资咨询有限公司	否	962,500.00	网络服务费	1年以内	13.69
上海巨音文化传媒有限公司	否	750,000.00	网络服务费	1年以内	10.67
象山泽悦文化传播有限公司	否	600,000.00	网络服务费	1年以内	8.53
上海聚硕文化传媒有限公司	否	529,460.00	网络服务费	1年以内	7.53
合计		3,841,960.00			54.64

2014年末应收账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	是否是关联方	金额	性质	年限	占应收账款总额的比例 (%)
上海睿冠贸易有限公司	否	745,932.00	网络服务费	1年以内	26.96
上海聚硕文化传媒有限公司	否	665,160.00	网络服务费	1年以内	24.04
北京蓝光讯媒科技有限公司	否	287,710.00	网络服务费	1年以内	10.40
中国电信股份有限公司安徽分公司	否	123,500.00	代运营费	1年以内	4.46
中国电信股份有限公司安徽分公司	否	63,750.00	代运营费	1至2年	2.30

杭州起码科技有限公司	否	183,385.00	网络服务费	1年以内	6.63
合计		2,069,437.00			74.79

2013年末应收账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	是否是关联方	金额	性质	年限	占应收账款总额的比例(%)
上海睿冠贸易有限公司	否	730,000.00	网络服务费	1年以内	70.14
北京福莱希乐国际传播咨询有限公司	否	82,179.68	网络服务费	1年以内	7.90
中国电信股份有限公司安徽分公司	否	63,750.00	代运营费	1年以内	6.13
上海克顿伙伴管理顾问有限公司	否	50,000.00	代运营费	1至2年	4.80
新丽传媒股份有限公司浙江东阳分公司	否	35,442.00	代运营费	1年以内	3.41
合计	--	961,371.68			92.38

截至2015年7月31日，应收账款余额前五名客户金额合计为3,841,960.00元，占期末应收账款总额的54.64%。报告期末应收账款余额中不含持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位及个人款项。

（三）预付账款

1、预付账款账龄分析

报告期内，公司预付账款列示如下：

单位：元

类别	2015年7月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内（含1年）	958,889.34	98.00	30,520.00	44.87	7,500.00	20.00
1年至2年（含2年）	19,520.00	2.00	7,500.00	11.03	30,000.00	80.00
2年至3年（含3年）			30,000.00	44.10		
合计	978,409.34	100.00	68,020.00	100.00	37,500.00	100.00

2015年7月末预付账款较2014年12月末增加910,389.34元，增加原因是北京

推智 2015 年 7 月末预付账款余额为 939,989.34 元，是预付房屋租赁费以及预付北京微梦广告公司、杭州瓦杰科技有限公司网络服务费。

2、报告期内预付账款金额前五名单位情况

2015年7月31日预付账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	是否是关联方	金额	性质	年限	占预付账款总额的比例 (%)
北京微梦广告有限公司	否	301,010.00	网络服务费	1年以内	30.77
杭州瓦杰科技有限公司	否	275,943.40	网络服务费	1年以内	28.20
温州瓯鼎广告有限公司	否	191,665.42	网络服务费	1年以内	19.59
门熹	否	167,270.52	房屋租赁费	1年以内	17.10
北京仕春华迪体育文化发展有限公司	否	16,900.00	赛事服务费	1年以内	1.73
合计		952,789.34			97.39

2014年末预付账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	是否是关联方	金额	性质	年限	占预付账款总额的比例 (%)
北京华艺百创传媒科技有限公司	否	30,000.00	网络服务费	2至3年	44.10
北京市十月印刷有限公司	否	11,520.00	印刷费	1年以内	16.94
上海微勋网络科技有限公司	否	8,000.00	网络服务费	1年以内	11.76
中版集团数字传媒有限公司	否	7,500.00	网络服务费	1至2年	11.03
合肥学堂信息技术有限公司	否	7,500.00	网络服务费	1年以内	11.03
合计		64,520.00			94.86

2013年末预付账款金额前二名单位情况：

单位：元

单位名称	是否是关联方	金额	性质	年限	占预付账款总额的比例 (%)
北京华艺百创传媒科技有限公司	否	30,000.00	往来款	1至2年	80.00
中版集团数字传媒有限公司	否	7,500.00	往来款	1年以内	20.00
合计	--	37,500.00			100.00

截至2015年7月31日，预付账款余额前五名客户金额合计952,789.34元，占期末应收账款总额的97.39%。报告期末预付账款余额中不含持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位及个人款项。

（四）其他应收款

1、其他应收款及坏账准备分析

（1）报告期内，公司其他应收款及坏账准备按账龄列示如下：

单位：元

类别	2015年7月31日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例(%)	
1年以内(含1年)	452,170.00	94.96	22,608.50
1-2年(含2年)	24,000.00	5.04	2,400.00
合计	476,170.00	100.00	25,008.50
净额	451,161.50		
类别	2014年12月31日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例(%)	
1年以内(含1年)	2,419,598.00	54.50	32,479.90
1-2年(含2年)	2,020,000.00	45.50	89,000.00
合计	4,439,598.00	100.00	121,479.90
净额	4,318,118.10		
类别	2013年12月31日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例(%)	
1年以内(含1年)	1,420,017.59	0.98	44,500.88
1年至2年(含2年)	29,400.00	0.02	2,940.00
合计	1,449,417.59	100.00	47,440.88
净额	1,401,976.71		

（1）报告期内，公司其他应收款按性质列示如下：

单位：元

款项性质	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
------	------------	-------------	-------------

保证金	24,000.00	24,000.00	29,400.00
押金	142,988.00		
往来款	300,000.00	4,410,000.00	1,420,000.00
代垫款	9,182.00	5,598.00	17.59
合计	476,170.00	4,439,598.00	1,449,417.59

(3) 报告期内其他应收款金额前五名情况

2015年7月31日其他应收款金额前五名情况：

单位：元

名称	是否关联方	欠款金额	账龄	占总额比例(%)	欠款性质及原因
李先睿	否	300,000.00	1年以内	63.00	往来款
门熹	否	105,938.00	1年以内	22.25	房租押金
杭州市残疾人康复中心	否	24,000.00	1至2年	5.04	保证金
E507 房东-何智慧	否	15,250.00	1年以内	3.20	房租押金
北京住邦物业酒店管理有限公司	否	10,000.00	1年以内	2.10	装修押金
合计	--	455,188.00		95.59	

2014年末其他应收款金额前五名情况：

单位：元

名称	是否关联方	欠款金额	账龄	占总额比例(%)	欠款性质及原因
来罡	是	2,370,000.00	1年以内	53.38	往来款
来罡	是	530,000.00	1至2年	11.94	往来款
俞晓	否	620,000.00	1年以内	13.97	往来款
俞晓	否	890,000.00	1至2年	20.05	往来款
杭州市残疾人康复中心	否	24,000.00	1年以内	0.54	保证金
公积金	否	5,598.00	1年以内	0.12	代扣代缴
合计	--	4,439,598.00		100.00	--

2013年末其他应收款金额前五名情况：

单位：元

名称	是否关	欠款金额	账龄	占总额比例	欠款性质及
----	-----	------	----	-------	-------

	关联方			(%)	原因
俞晓	否	890,000.00	1 年以内	61.40	往来款
来罡	是	530,000.00	1 年以内	36.57	往来款
杭州市残疾人康复中心	否	29,400.00	1 至 2 年	2.03	保证金
社保	否	17.59	1 年以内	-	代扣代缴
合计	--	1,449,417.59		100.00	

报告期内，持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位其他应收款情况：

名称	与公司关系	款项性质	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
来罡	关联方	备用金		2,900,000.00	530,000.00
合计				2,900,000.00	530,000.00

2013 年末、2014 年末来罡欠款分别为 530,000.00 元和 2,900,000.00 元，其中 2014 年 12 月 29 日向公司借款 1,800,000.00 元用于项目支出，由于公司创立初期，公司财务制度尚未健全，公司对股东欠款疏于管理，企业在 2015 年逐步完善原有的内控制度和财务管理制度，积极处置股东占用资金的情况，来罡将相关费用进行了报销，并清理了所有借款事项，截至报告期末已不存在股东占用资金情况。

（五）其他流动资产

报告期内其他流动资产变动情况表如下：

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
待抵扣进项税额	41,445.43	91,664.17	
待摊房租	167,750.00		
合计	209,195.43	91,664.17	

公司 2015 年 7 月末其他流动资产余额较 2014 年末增加 117,531.26 元，主要是 2015 年待摊的房屋租赁费。2015 年 7 月 3 日公司与何智慧签订房屋租赁合同，承租其位于杭州市西湖大道 259 号清波商厦办公楼 506、507 室，租赁期限 3 年，自 2014 年 7 月 4 日至 2017 年 7 月 3 日，年租金为 183,000.00 元，企业将两年的房租挂账长期待摊费用核算，因属于一年以内的待摊费用，将其挂账其他流动资产核算。

（六）固定资产

报告期内固定资产及折旧变动情况表如下：

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
一、账面原值合计：	779,231.07	567,233.00	150,238.00
其中：电子设备	316,571.07	159,733.00	144,838.00
运输设备	399,000.00	399,000.00	
办公家具	63,660.00	8,500.00	5,400.00
二、累计折旧合计：	289,795.96	183,194.73	57,332.91
其中：电子设备	145,780.84	101,683.35	56,307.01
运输设备	134,246.96	78,968.80	
办公家具	9,768.16	2,542.58	1,025.90
三、固定资产账面净值合计	489,435.11	384,038.27	92,905.09
其中：电子设备	170,790.23	58,049.65	88,530.99
运输设备	264,753.04	320,031.20	
办公家具	53,891.84	5,957.42	4,374.10
四、减值准备合计			
其中：电子设备			
运输设备			
办公家具			
五、固定资产账面价值合计	489,435.11	384,038.27	92,905.09
其中：电子设备	170,790.23	58,049.65	88,530.99
运输设备	264,753.04	320,031.20	
办公家具	53,891.84	5,957.42	4,374.10

公司的固定资产主要系电子设备、运输设备以及办公家具，各报告期末公司固定资产账面价值占总资产的比重较低，与公司的业务情况相符合。截至2015年7月末各项固定资产使用状况良好，不存在减值迹象，未计提固定资产减值准备。

（七）商誉

报告期内商誉变动情况表如下：

单位：元

形成商誉事项	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
企业合并	266,576.78		
合计	266,576.78		

公司的商誉为购买子公司北京推智网络科技有限公司形成，购买价款1,000,000.00元，截至2015年5月31日北京推智经审计的净资产为733,423.22元，形成商誉266,576.78元。

截至2015年7月31日，商誉没有减值迹象。

（八）递延所得税资产

项目	2015年7月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异
资产减值准备	101,287.88	405,151.53	68,260.74	273,042.95	25,718.93	102,875.73
可抵扣亏损			473,007.23	1,892,028.92		
未抵扣的职工教育经费	171,179.97	684,719.87				
合计	272,467.85	1,089,871.40	541,267.97	2,165,071.87	25,718.93	102,875.73

报告期内递延所得税资产由资产减值准备、未抵扣亏损和未抵扣的职工教育经费造成的暂时性差异所致。

其中，2014年末因未抵扣亏损形成可抵扣暂时性差异1,892,028.92元，形成暂时性差异473,007.23元。公司预计2014年可弥补亏损可在未来5年内有足够的应纳税所得额弥补，因此确认递延所得税资产。

2015年7月末因未抵扣的职工教育经费形成递延所得税资产171,179.97元，形成原因主要为：2014年北京推智发生的职工培训费726,000.00元，根据2014年实际发放工资2.5%计算的扣除限额为17,983.23元，2014年末结转以后年度继续抵扣的职工教育经费708,016.77元，从而形成可抵扣暂时性差异708,016.77元；2015年1-7月按照实际发放工资的2.5%的计算的职工教育经费的扣除限额为23,296.90元，所以截至2015年7月末可以在以后纳税年度继续抵扣的职工教育经费为684,719.87元，从而形成递延所得税资产171,179.97元。2014年度的职工教育经费支出超过税前扣除限额是特殊情况，在可遇见的未来不会成为常态。公司预计在可预见的未来，公司需结转以后年度税前扣除的职工教育经费实际使用数，可利用以后年度的税前扣

除额度获得税前扣除。

（九）资产减值准备

1、应收款项坏账准备计提情况

（1）应收账款坏账准备计提情况

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
账面余额（元）	7,031,360.66	2,766,724.00	1,040,727.00
坏账准备（元）	380,143.03	151,563.05	55,434.85

（2）其他应收账款坏账准备计提情况

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
账面余额（元）	476,170.00	4,439,598.00	1,449,417.59
坏账准备（元）	25,008.50	121,479.90	47,440.88

2、固定资产减值准备计提情况

报告期内，公司的固定资产不存在减值情形，故未提取固定资产减值准备。

七、公司最近两年一期主要债务情况

（一）应付账款

1、应付账款账龄分析表

单位：元

账龄	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内（含1年）	826,702.00	5,106,086.97	1,099,040.00
1年至2年（含2年）	142,946.00	299,040.00	
合计	969,648.00	5,405,126.97	1,099,040.00

公司2015年7月末应付账款主要为网络服务费、咨询费、线下活动材料款等。

应付账款2014年末较2013年末增加4,306,086.97元，主要为应付北京拓明科技有限公司研发费3,750,540.00元，占应付账款总额比例69.39%。

截至2015年7月31日，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的款项。

截至2015年7月31日，应付账款金额前五名单位情况如下：

单位：元

单位名称	金额	账龄	占总额比例 (%)	欠款性质
杭州巨腾科技有限公司	652,500.00	1年以内	67.29	网络服务费
杭州卡赛科技有限公司	121,402.00	1年以内	12.52	网络服务费
杭州千讯企业管理咨询有限公司	100,000.00	1至2年	10.31	咨询费
杭州通信器材市场程荣威通信器材经营部	42,400.00	1至2年	4.37	线下活动材料
杭州色际服装有限公司	24,000.00	1年以内	2.48	跑步活动材料
合计	940,302.00		96.97	

截至2014年12月31日，应付账款金额前五名单位情况如下：

单位：元

单位名称	金额	账龄	占总额比例%	欠款性质
北京拓明科技有限公司	3,750,540.00	1年以内	69.39	研发费
温州瓯鼎广告有限公司	838,367.96	1年以内	15.51	网络服务费
温州瓯鼎广告有限公司	200,000.00	1至2年	3.70	网络服务费
成都途播未来文化传播有限公司	229,000.00	1年以内	4.24	网络服务费

单位名称	金额	账龄	占总额比例%	欠款性质
杭州德悦文化创意有限公司	192,233.01	1年以内	3.56	网络服务费
厦门飞博共创网络有限公司	50,000.00	1年以内	0.93	研发费
厦门飞博共创网络有限公司	99,040.00	1至2年	1.83	研发费
合计	5,359,180.97		99.16	

截至2013年12月31日，应付账款金额前四单位情况如下：

单位名称	金额	账龄	占总额比例%	款项内容
中茂商务咨询有限公司	500,000.00	1年以内	45.49	网络服务费
胡佩佩	300,000.00	1年以内	27.30	研发费
温州瓯鼎广告有限公司	200,000.00	1年以内	18.20	网络服务费
厦门飞博共创网络有限公司	99,040.00	1年以内	9.01	研发费
合计	1,099,040.00		100.00	

（二）预收账款

1、预收账款账龄分析表

单位：元

账龄	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内（含1年）	250,000.01	1,358,710.00	339,503.34
1年至2年（含2年）	604,000.00	32,666.67	63,125.00
2年至3年（含3年）	3,125.00	63,125.00	
合计	857,125.01	1,454,501.67	402,628.34

公司预收账款主要为预收客户的网络服务费、代运营费用等

截至2015年7月31日，期末预收账款中无预收持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位。

截至2015年7月31日，预收账款金额前四单位情况如下

单位：元

单位名称	期末余额	年限	占总额比例%	款项内容
北京东翰玉林文化传媒有限公司	384,000.00	1至2年	44.80	网络服务费
上海百丽丝家纺有限公司	250,000.00	1年以内	29.17	代运营费
杭州业禾生态科技有限公司	120,000.00	1至2年	14.00	网络服务费
广州高置机电安装有限公司	100,000.00	1至2年	11.67	网络服务费
合计	854,000.00		99.64	

截至2014年12月31日，预收账款金额前五单位情况如下：

单位名称	期末余额	年限	占总额比例%	款项内容
杭州瓦杰科技有限公司	900,000.00	1年以内	61.88	网络服务费
北京推智网络科技有限公司	150,000.00	1年以内	10.31	网络服务费
杭州业禾生态科技有限公司	120,000.00	1年以内	8.25	网络服务费
广州高置机电安装有限公司	100,000.00	1年以内	6.88	网络服务费
西湖之声广播电台	78,000.00	1年以内	5.36	网络服务费
合计	1,348,000.00		92.68	

截至2013年12月31日，预收账款金额前五单位情况如下：

单位名称	期末余额	年限	占总额比例%	款项内容
------	------	----	--------	------

单位名称	期末余额	年限	占总额比例%	款项内容
杭州瓦杰科技有限公司	165,000.00	1年以内	40.98	网络服务费
浙江广播电视集团有限公司	77,500.00	1年以内	9.04	网络服务费
杭州业禾生态科技有限公司	60,000.00	1至2年	7.00	网络服务费
杭州东南化工有限公司	43,740.00	1年以内	5.10	代运营费
杭州市残疾人康复职业培训中心	32,666.67	1年以内	3.81	代运营费
合计	378,906.67		65.93	

(三) 其他应付款

单位：元

账龄	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内(含1年)	1,032,070.78	1,451,500.00	-
1年至2年(含2年)	300,000.00		
合计	1,332,070.78	1,451,500.00	

报告期内，公司其他应付款主要为往来款和代垫款。

截至2015年7月末，公司其他应付款金额前五名单位情况如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	期末余额	年限	占总额比例%	款项内容
来罡	关联方	500,000.00	1年以内	37.54	往来款
E507 房东何智慧	非关联方	366,000.00	1年以内	27.48	往来款
浙江爱秀星艺影视制作有限公司	非关联方	300,000.00	1至2年	22.52	往来款
浙江爱秀星艺影视制作有限公司	非关联方	100,000.00	1年以内	7.51	收购转让款

单位名称	与公司关系	期末余额	年限	占总额比例%	款项内容
E406 房东曹鲁江	非关联方	44,000.00	1 年以内	3.30	往来款
上海睿冠贸易有限公司	非关联方	9,068.00	1 年以内	0.68	往来款
合计		1,319,068.00		99.03	

截至 2014 年末，公司其他应付款金额前四单位名称情况如下：

单位：元

单位名称	与公司关系	期末余额	年限	占总额比例%	款项内容
杭州康业企业管理咨询有限公司	非关联方	350,000.00	1 年以内	24.12	往来款
中茂商务咨询有限公司	非关联方	840,000.00	1 年以内	57.87	往来款
尚层装饰（北京）有限公司杭州分公司	非关联方	170,000.00	1 年以内	11.71	往来款
E507 房东 何智慧	非关联方	91,500.00	1 年以内	6.30	往来款
合计		1,451,500.00		100.00	

截至 2015 年 7 月 31 日，其他应付款中应付持有公司 5%(含 5%)以上表决权股份的股东单位或关联方的款项情况：

单位：元

单位名称	款项内容	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
来罡	往来款	500,000.00		
合计		500,000.00		

（四）应交税费

单位：元

税种	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
增值税	102,568.97	-18,572.90	4,226.63

税种	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
城市维护建设税	21,729.03	-909.12	524.21
教育费附加	9,312.45	-389.62	224.66
地方教育费附加	6,208.29	-259.74	149.77
水利建设基金	5,048.62	2,446.98	183.59
个人所得税	7,732.24	2,832.90	
企业所得税	512,348.28	201,175.83	231,965.14
合计	664,947.88	186,324.33	237,274.00

2013 年末、2014 年末和 2015 年 7 月末，公司应交税费分别为 237,274.00 元，186,324.33 元和 664,947.88 元，主要是各期末应交企业所得税增加所致。2013 年因调整以前年度及本期收入成本等增加应交企业所得税 231,965.14 元；2014 年因调整以前年度及本期收入成本等增加应交企业所得税 201,175.83 元；2015 年因调整以前年度及本期收入成本等增加企业所得税 815,572.08 元，另外北京推智 2015 年 7 月末应交企业所得税-307,821.59 元。

（五）应付职工薪酬

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
工资、奖金、津贴和补贴	236,658.84		
职工福利费			
社会保险费			
工会经费和职工教育经费			
补充医疗保险			
合计	236,658.84		

2015年7月31日末应付职工薪酬为236,658.84元，主要是北京推智2015年7月计提工资尚未发放所致。

（六）公司的担保、保证、抵押、质押、票据贴现等其他或有债务，其他逾期未偿还债项情况

截至 2015 年 7 月 31 日，公司无其他担保、保证、抵押、质押、票据贴现等或有债务，或其他逾期未偿还债项情况。

八、报告期内股东权益情况

报告期内股东权益情况如下：

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
股本（实收资本）	1,121,147.00	1,000,000.00	1,000,000.00
资本公积	21,490,103.00		
盈余公积	56,807.61	56,807.61	56,807.61
未分配利润	3,213,638.04	-1,045,125.12	511,268.46
所有者权益合计	25,881,695.65	11,682.49	1,568,076.07

九、资产负债表日后事项、或有事项和其他重要事项

截至本报告出具之日，公司重大资产负债表日后事项具体如下：

1、公司于 2015 年 8 月 19 日成立深圳市艺推信息科技有限公司，详见第一节“三、公司股份情况”之“（八）子公司、分公司、子公司控股公司、参股公司基本情况”之“2”

2、公司的全资子公司北京推智于 2015 年 10 月收购北京佰鼎聚众影视文化传媒有限公司，详见第一节“三、公司股份情况”之“（八）子公司、分公司、子公司控股公司、参股公司基本情况”之“3”

十、公司设立时和最近两年一期的资产评估情况

根据工商登记的有关规定，为有限公司整体变更为股份有限公司并进行工商登记提供价值参考依据，北京国融兴华资产评估有限责任公司接受公司委托，按照资产基础法进行评估。评估确定公司经审计的净资产在评估基准日 2015 年 7 月 31 日的市场公允价值。2015 年 10 月 8 日，北京国融兴华资产评估有限责任公司出具国

融兴华评报字[2015]第 100012 号《杭州推特网络科技有限公司拟整体变更为股份有限公司评估项目评估报告》。报告中截至 2015 年 7 月 31 日公司资产负债评估结果如下：

项 目	账面价值(万元)	评估价值(万元)	增减值(万元)	增值率(%)
流动资产	2,677.42	2,677.42		
非流动资产	143.38	177.47	34.09	23.78
其中：长期股权投资	100.00	125.34	25.34	25.34
固定资产	34.55	43.30	8.75	25.33
递延所得税资产	8.83	8.83		
资产总计	2820.81	2854.90	34.09	1.21
流动负债	284.31	284.31		
长期负债				
负债总计	284.31	284.31		
净资产(所有者权益)	2536.50	2570.50	34.09	1.34

上述资产评估只是公司股改时工商登记价值参考依据，公司未根据该评估值调整账面金额。

十一、关联方、关联方关系及关联交易

(一) 存在控制关系的关联方

关联方名称	关联方与公司关系	持股比例	表决权比例
来罡	控股股东、董事长、总经理	46.34%	46.34%
北京推智网络科技有限公司	公司全资子公司		
深圳市艺推信息科技有限公司	公司控股子公司		
北京佰鼎聚众影视文化传媒有限公司	北京推智网络科技有限公司之控股子公司		

来罡为公司控股股东、实际控制人。关于公司控股股东、实际控制人的认定，详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、公司股份情况”之“（三）公司控股股东、实际控制人基本情况”。

报告期内纳入合并报表的子公司、子公司控制的情况详见本公开转让说

说明书“第四节 公司财务”之“十三、控股子公司或纳入合并报表的其他企业基本情况”。

报告期内未纳入合并报表的子公司、子公司控制的公司的情况详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、公司股份情况”之“八) 子公司、分公司、子公司控股公司、参股公司基本情况”。

(二) 不存在控制关系的关联方

关联方名称	关联方与公司关系	持股比例	表决权比例
杭州推信投资管理合伙企业（有限合伙）	持有公司 5% 以上股份的股东	25.02%	25.02%
上海星推投资管理中心（有限合伙）	持有公司 5% 以上股份的股东	13.38%	13.38%
嘉兴长天是成推特网络十五号投资管理合伙企业	持有公司 5% 以上股份的股东	10.60%	10.60%
杭州推特文化传播有限公司	公司有重大影响的其他公司		
杭州玖熙广告有限公司	公司控股股东、实际控制人曾参股公司		
上海推智信息科技咨询有限公司	公司控股股东、实际控制人曾控股公司		
杭州维时科技有限公司	公司控股股东、实际控制人参股并担任董事的公司		
上海微勋网络科技有限公司	公司控股股东、实际控制人参股的公司		
北京是成资本管理有限公司	公司董事杨成担任董事、高管的其他公司		
杭州咖拉莱芙文化创意有限公司	公司董事金恕曾担任董事、高管的其他公司		
段俊凯	副董事长		
薛奕珊	董事		
杨成	董事		
金恕	董事、首席营销官		
俞晓	监事会主席、职工监事		
宋晓艳	监事		
周杭健	职工监事		
周婷婷	董事会秘书		

王涤平	财务负责人		
-----	-------	--	--

（三）报告期内经常性关联交易事项

报告期内，公司与关联方无经常性关联交易。

（四）报告期内偶发性关联交易事项

1. 关联方交易事项

销售商品、提供劳务的关联交易

有限公司向北京推智网络科技有限公司提供微博推广，具体交易金额如下：

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年	2013年
微博推广	203,773.58		
合计	203,773.58		

截至2015年7月31日，本公司无其他关联方交易事项。

2. 关联方应收应付款项

项目名称	关联方	2015年7月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
其他应收款	来罡			2,900,000.00		530,000.00	
其他应付款	来罡	500,000.00					

（五）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司与关联方发生的关联交易事项不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况，对公司的财务状况和经营成果影响很小。

（六）关联交易决策权限及程序

1、《公司章程》对关联交易的规定

《公司章程》第七十七条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

2、《关联交易管理制度》对关联交易的规定

第十一条 公司董事会就关联交易表决时，有利害关系的当事人属下列情形的，不得参与表决：

（一）与董事个人利益有关的关联交易；

（二）董事个人在关联企业任职或对关联企业有控股权的，该等企业与公司的关联交易；

（三）按照法律法规和《公司章程》规定应当回避。

第十二条 根据本制度批准实施的关联交易，公司关联人在公司签署涉及关联交易的协议时，应当采取必要的回避措施：

（一）任何个人只能代表一方签署协议；

（二）关联人不得以任何方式干预公司的决定。

（七）关联交易决策程序执行情况

有限公司整体变更前，在《公司章程》中没有就关联交易决策程序作出规定，也没有专门的制度对关联交易的决策程序作出规定。报告期内发生的关联交易虽未经过公司董事会或股东会决议，但不存在损害公司及其他股东利益的情形。

2015年10月股份公司成立后，除《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》对关联交易决策作出规定外，公司还专门制定了《关联交易管理制度》，严格规范关联交易行为。

十二、股利分配政策和报告期分配情况

（一）股利分配政策

公司缴纳所得税后形成的净利润，按照下列顺序进行分配：

- （1）弥补以前年度的亏损；
- （2）提取 10%法定公积金；
- （3）经股东大会决议，可以提取任意盈余公积金；
- （4）支付股东股利。

（二）公司报告期内的股利分配情况

报告期内公司没有进行股利分配。

十三、控股子公司或纳入合并报表的其他企业基本情况

（一）子公司的基本情况

截至 2015 年 7 月 31 日子公司的基本情况参见第一节“三、公司股份情况”之“（八）子公司、分公司、子公司控股公司基本情况”之“1”。

（二）子公司的财务数据

单位：元

2015 年 7 月 31 日/2015 年 6-7 月

公司名称	资产总额	负债总额	所有者权益总额	营业收入	利润总额	净利润
北京推智	2,467,518.72	1,214,385.43	1,253,133.29	4,198,113.12	689,268.28	519,710.07

十四、管理层对公司报告期内财务状况、经营成果和现金流量状况的分析

（一）盈利能力分析

财务指标	2015年1-7月	2014年度	2013年度
主营业务毛利率	49.22%	44.53%	39.73%
净资产收益率	199.00%	-197.00%	17.00%
净资产收益率(扣除非经常性损益)	199.00%	-196.00%	17.00%
每股收益(元/股)	4.26	-1.56	0.25
每股收益(扣除非经常性损益)	4.27	-1.55	0.25

从上表可以看出，2013年度、2014年度和2015年1-7月份，公司综合毛利率分别为和39.73%、44.53%和49.22%，综合毛利率保持在较高水平，且呈现稳步上升趋势。主要是公司所处行业毛利率较高，且公司规模不断增加，收入不断增加，与现阶段公司业务开展的实际情况相符合。

2013年度、2014年度和2015年1-7月，净资产收益率分别为17.00%、-197.00%和199.00%。2014年度公司净资产收益率为-197.00%，主要是公司为提供竞争力，扩大品牌影响力，加大对网络营销平台研发投入，增加研发费用4,162,641.51元，导致净利润为-1,556,393.58元。2015年1-7月公司净资产收益率为199.00%，主要是公司积极开拓市场，公司规模不断扩大，增加网络推广收入，从而使得净利润和净资产收益率上升。

（二）偿债能力分析

财务指标	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产负债率	13.56%	99.86%	52.58%
流动比率	7.12	0.89	1.83
速动比率	7.12	0.89	1.83

2013年末、2014年末和2015年7月末，公司的资产负债率分别为52.58%、99.86%和13.56%，波动较大。2014年末公司资产负债率达到99.86%，主要原因是公司2014年增加研发支出，导致净利润和未分配利润为负数，净资产减少，使资产负债率大

幅度提高。2015年7月末资产负债率降低至13.56%，主要是2015年7月9日股东增资21,611,250.00元，导致净资产增加；同时偿还以前年度的欠款，导致经营性负债减少。公司的负债主要是经营性负债，未从金融机构借款，公司资产负债率水平与现阶段经营情况相符合，长期偿债能力较强。

2013年末、2014年末、2015年7月末的流动比率分别为1.83、0.89、7.12，速动比率分别为1.83、0.89、7.12，公司短期偿债能力较强。2014年出现较大幅度下降，主要是公司2014年应付账款出现较大幅度的上升所致；2015年7月末上升幅度较大，主要是公司股东的增资行为导致货币资金增加，以及偿还以前年度的欠款导致应付账款减少，公司短期偿债风险较低。

（三）营运能力分析

财务指标	2015年1-7月	2014年度	2013年度
应收账款周转率（次/年）	3.58	4.71	5.01
存货周转率（次/年）			

2013年度、2014年度和2015年1-7月，公司的应收账款周转率分别为5.01、4.71和3.58，呈现下降趋势。公司2014年度应收账款周转率较2013年减少0.3次，主要是收入增加，应收账款增加所致；但公司销售模式为签订合同时支付项目金额的50%，项目验收合格后支付剩余50%，公司的整体回款情况较好，周转速度较快，且应收账款账龄较短。

公司是非生产性企业，无存货，不适用存货周转率分析。

（四）现金流量分析

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	-1,041,973.24	144,235.47	73,981.47
投资活动产生的现金流量净额	-436,460.24	-416,995.00	-44,190.00
筹资活动产生的现金流量净额	21,611,250.00		
现金及现金等价物净增加额	20,132,816.52	-272,759.53	29,791.47

1、经营活动现金流量分析

公司 2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-7 月经营活动现金流量净额分别为 73,981.47 元、144,235.47 元和 -1,041,973.24 元，波动较大。2015 年 1-7 月经营活动产生的现金流量净额为 -1,041,973.24 元（其中北京推智 6-7 月经营活动产生的现金流量净额为 -306,041.77 元）。

公司 2015 年 1-7 月销售商品、提供劳务收到的现金 12,600,757.79 元，较 2014 年度增加 4,351,477.56 元，其中北京推智 6-7 月金额 3,414,489.78 元。

公司 2015 年 1-7 月收到其他与经营活动有关的现金 5,542,339.94 元，较 2014 年度增加 5,512,356.59 元，其中北京推智 6-7 月金额 859,802.19 元，另外收到控股股东来罡往来款 3,890,000.00 元，俞晓个人备用金 760,000.00 元。

公司 2015 年购买商品、接受劳务支付的现金 9,819,184.77，较 2014 年度增加 6,436,902.12 元，其中北京推智 6-7 月金额 3,294,469.66 元，另外支付以前年度的欠款 2,553,465.97 元。

公司 2015 年支付给职工以及为职工支付的现金 1,504,670.69 元，较 2014 年度增加 499,175.78 元，其中北京推智 6-7 月金额 468,442.05 元。

公司 2015 年支付的各项税费 908,325.86 元，较 2014 年度增加 530,462.01 元，其中北京推智 6-7 月金额 505,066.80 元。

公司 2015 年支付其他与经营活动有关的现金 6,952,889.65 元，较 2014 年度增加 3,583,502.95 元，其中北京推智 6-7 月金额为 312,355.23 元，另外来罡、邓锋、俞晓备用金借款共计 1,500,000.00 元，深圳艺推李先睿暂借款 300,000.00 元。

2、投资活动现金流量分析

公司 2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-7 月投资活动现金流量净额分别为 -44,190.00 元、-416,995.00 元和 -436,460.24 元。2014 年度投资活动支出主要是购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付现金 -416,995.00 元。2015 年投资支出主要是取得子公司及其他营业单位支付的现金净额 368,962.83 元，因支付北京推智收购款 900,000.00 元，购买时点北京推智持有的货币资金为 531,037.17 元。

3、筹资活动现金流量分析

公司 2015 年 1-7 月筹资活动金额为 21,611,250.00 元，主要是公司吸收投资 21,611,250.00 元所致。其中股东嘉兴长天是成推特网络十五号投资管理合伙企业（有限合伙）以货币缴付出资 2,121.48 万元，股东北京长天资产管理有限公司以货币缴

付出资 39.645 万元。

综上，公司目前的现金流量能够满足公司正常生产经营活动的需要，公司的资金运转情况良好。

十五、可能对公司持续经营产生不利影响的风险因素

（一）报告期内实际控制人变更事项

2011 年 5 月，来罡、张友宏、张振英、邓峰、罗仙林共同出资设立有限公司，由于股权比较分散，有关公司日常经营的重大事项都由五人共同决定，五人共同控制有限公司。2014 年 10 月，来罡通过受让原股东股权，持股比例达到 85%，成为有限公司实际控制人。虽然来罡在 2015 年 5 月、6 月对外进行了股权转让，2015 年 6 月有限公司增资进一步稀释了其股权比例，但此期间，来罡一直为有限公司第一大股东并担任执行董事兼总经理，且新进投资者未参与公司日常经营，来罡仍为有限公司的控股股东、实际控制人。因此，报告期内公司控股股东、实际控制人由来罡、张友宏、张振英、邓峰、罗仙林五人变更为来罡一人。公司实际控制人发生变更，可能会影响公司原有的管理机构和治理理念，从而给公司的生产经营带来不利影响。

（二）公司治理和内部控制风险

2015 年 6 月，有限公司收购北京推智网络科技有限公司为其全资子公司；2015 年 8 月，公司参与设立深圳市艺推信息科技有限公司，持股 66%；2015 年 8 月，参与设立杭州推特文化传播有限公司，持股 30%；2015 年 10 月，子公司北京推智收购北京佰鼎聚众影视文化传媒有限公司，持股 80%。子公司和参股公司数量的增加，对公司治理和内部控制提出了更高的要求。虽然通过股份制改制，公司已经建立了相对完善的《公司章程》、三会议事规则和内部控制体系，并且针对内部控制中的不足已经采取积极的改进措施，但公司治理层和管理层尚缺乏对子公司和参股公司管理的经验，公司未来经营中存在因公司治理不善或内部控制未能有效执行而影响公司持续稳定发展的风险。

（三）客户集中度较高的风险

报告期内，公司向销售前五名客户的销售金额合计占当期营业收入的比重分别为76.94%、50.62%、50.63%，其主要客户浙江广播电视集团报告期内的占比42.91%、15.08%、11.93%，虽然近年来公司积极开拓新客户，对浙江广播电视集团等主要客户的销售比重有所下降，但如果未来公司发生主要客户流失，或客户需求发生较大不利波动的情况，将可能对公司的经营造成重大不利影响

（四）供应商集中度较高的风险

报告期内，公司向采购前五名供应商的采购金额合计占当期营业成本的比重分别为73.09%、56.67%、44.48%，虽然近年来公司不断拓展业务渠道，增加合作供应商，对单个供应商的采购比重有所下降，且与供应商多签订长期合作协议，但由于主要供应商多为掌握渠道资源或重要技术资源，如果未来供应商发生较大不利波动的情况，将可能对公司的经营造成重大不利影响

（五）市场竞争风险

数字营销，尤其是社会化营销，处于发展初期，竞争格局分散，延续了传统营销发展初期“大市场、小公司”的格局，市场份额较为分散，而且运营网络广告公司没有政策牌照限制，目前处于一种完全竞争状态。虽然公司目前处于细分行业的领导者地位，但随着市场被不断挖掘，市场的整体竞争日趋激烈，并可能存在无需竞争的风险，如果公司不能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不利影响。

（六）高端专业人才资源不足风险。

由于数字营销行业为新兴产业，处在早期的高速发展阶段，因此相关的策划、创意、制作、数据挖掘等领域的高端人才缺口较为严重，同时伴随着行业内核心企业的高速扩张，易造成行业内人才紧缺的局面，随着人力成本的不断推高，整个行业的服务成本也水涨船高，成为限制行业发展的一大不利因素。如果公司不能招聘

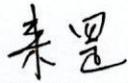
到足够的高素质人才，可能会对公司经营产生不利影响。

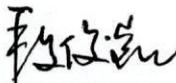
第五节 有关声明

全体董事、监事和高级管理人员声明

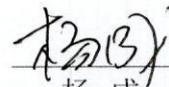
本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本公开转让说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

董事签名（共计5人）：


来 昱


段俊凯

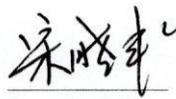

薛奕珊

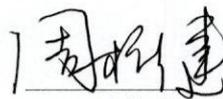

杨 成


金 愬

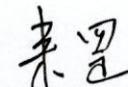
监事签名（共计3人）：

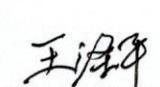

俞 晓

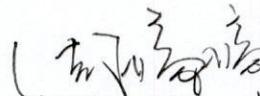

宋晓艳

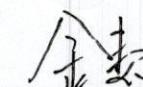

周杭健

高级管理人员签名（共计4人）：


来 昱


王浣平


周婷婷


金 愬

杭州星推网络科技有限公司

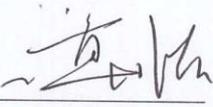
2015年10月28日



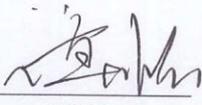
主办券商声明

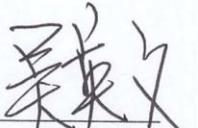
本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目负责人：


谭怡

项目小组成员：


谭怡


吴英文


肖婧

法定代表人：


孙名扬



2015年10月28日

审计机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读《杭州星推网络科技股份有限公司“新三板”项目-公开转让说明书》，确认公开转让说明书与本机构出具的审计报告无矛盾之处。本机构及经办人员对杭州星推网络科技股份有限公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：



春桃印成

签字注册会计师：



姚序



李晓雯

中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）

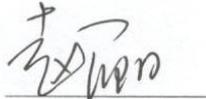


2015年10月28日

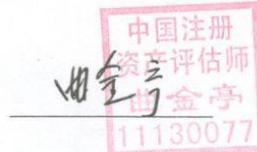
评估机构声明

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

资产评估机构负责人签名：



签字注册资产评估师签名：



北京国融兴华资产评估有限责任公司

2015年10月28日



律师声明

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

律师事务所负责人：

付晓冲

经办律师：

吴海虹

李心



2015年10月28日

第六节 附件

一、主办券商推荐报告

二、财务报表及审计报告

三、法律意见书

四、公司章程

五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见及中国证监会核准文件

六、其他与公开转让有关的重要文件