

广东房掌柜网络股份有限公司 公开转让说明书（申报稿）

房掌柜 | 掌柜的，
FZG360.COM | 更懂房子



主办券商



申万宏源证券有限公司
SHENWAN HONGYUAN SECURITIES CO., LTD

（住所：上海市徐汇区长乐路989号45层）

二零一五年十二月

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

（一）市场竞争加剧的风险

近年来，随着国民经济的快速发展和城镇化水平的不断提高，国内房地产行业投资与销售规模均实现了较快的增长，房地产互联网营销公司在房地产行业的快速发展过程中，随着销售模式的创新，传播面更广、更经济的互联网营销方式取得了较快的发展，进入该领域的全国性与区域性房地产互联网公司数量大幅增加，使得房地产网络营销服务行业的市场竞争日趋激烈。

根据Alexa提供的中国房地产门户网站各月访问数据显示，房掌柜近一个月网站日平均排名在全国房地产垂直门户网站中位居前列，但是公司在经营规模及市场占有率上与搜房网、新浪乐居、搜狐焦点等房地产网站相比仍有一定差距，而且，公司在全国范围内的主要竞争对手如搜房网、新浪乐居、三六五网等已先后登陆境内外资本市场，并借助资本市场的力量实现快速扩张，房地产互联网具有较强的互联网规模经济效应，规模较大、资本实力较强的企业具有较为明显的竞争优势，反之则可能被市场淘汰，从而加剧了行业的竞争。如果公司不能持续增强核心竞争力，将面临落后于竞争对手的风险。

（二）房地产行业宏观调控带来的风险

房掌柜目前所服务的行业主要以房地产及下游相关行业为主，这些行业受国家宏观调控政策影响较大，因此公司的发展与国家房地产宏观调控政策密切相关。从国家房地产宏观调控政策的执行上看，过松或过紧的调控措施，都不利于房地产互联网营销公司的发展，因为过松的调控政策将导致房价上涨过快，投机与投资行为过度，造成供不应求，房地产开发商将减少营销推广力度；同时过紧的调控政策将导致市场低迷、房价下跌，造成供大于求，房地产开发商甚至出现资金链断裂，导致缺少资金投入市场营销。

目前来看，国家对房地产宏观调控政策总体处于中性偏好的状态，过去一段时间，房地产行业相对低迷，国家及各地政府都采取了相应的房地产积极刺激措施，这种情况下房地产开发商销售回笼资金的意愿比较强烈，而消费者的购房需求也处于摇摆的临界状态，此时非常有利于房地产互联网营销业务的开展。未来，

若国家房地产宏观调控政策导致房地产行业过度低迷或过度放松的不利变化，公司若未能对此有合理预期并相应调整经营策略，则公司的经营业绩存在下滑风险。

（三）公司的快速发展与管理能力不匹配的风险

公司自2008年成立以来就制定了“3+X”的城市圈业务布局战略规划，即3年内完成珠三角核心城市的布点，5年内完成长三角以及环渤海的跨区域布局，8年内基本实现中西部等多个省会城市或直辖市的支点架构。房掌柜在经过7年的耕耘与积累之后，公司全国性的业务布局已初具雏形，公司的销售规模、市场份额等呈现较快增长，处于前所未有的快速发展阶段。房地产互联网营销行业属于技术密集型、人力资本密集型的产业，公司规模快速扩张，将在战略管理、市场营销、技术研发、资本运作、财务管理等方面对经营管理提出更高要求，公司需要培养大量的业务骨干，并不断吸纳更多优秀专业人士加盟房掌柜。若公司经营管理层的业务素质、管理水平和专业能力不能适应公司迅速发展壮大的需要，将制约公司的业务扩张速度和经营业绩的提升。

（四）互联网营销业务季节性波动风险

公司作为专业的房地产互联网O2O营销平台公司，目前的主要客户是全国范围内的房地产开发商。房地产开发商楼盘销售受第一季度农历新年及气候的影响，新房营销时段主要集中在每年4月至11月之间，尤其是下半年的“金九银十”更是旺季，受上述房地产开发与销售特点的影响，公司新房电商与互联网推广业务也呈现较为明显的季节性特征，营业收入主要集中在下半年，由此影响业绩收入和利润增长也呈现季节性分布特征。由于成本费用在年度内较为均衡地发生，而收入主要在下半年实现，因此可能会造成公司在第一季度、上半年度出现亏损，投资者不宜以第一季度或半年度的财务数据推测全年的盈利状况。

目 录

声 明	1
重大事项提示	2
（一）市场竞争加剧的风险	2
（二）房地产行业宏观调控带来的风险	2
（三）公司的快速发展与管理能力不匹配的风险	3
（四）互联网营销业务的季节性波动风险	3
释 义	6
第一节 基本情况	8
一、公司基本情况	8
二、股份挂牌情况	9
三、公司股东及股权变动情况	12
四、公司董事、监事、高级管理人员基本情况	28
五、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表	32
六、本次挂牌的有关机构情况	34
第二节 公司业务	37
一、公司主营业务	37
二、公司组织结构及主要业务流程	40
三、公司业务相关的关键资源要素	45
四、公司的具体业务情况	56
五、公司商业模式	63
六、公司所处行业情况、风险特征及公司在行业中所处的地位	65
第三节 公司治理	84
一、最近两年内股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况	84
二、董事会对公司治理机制执行情况评估结果	85
三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年内是否存在违法违规及受处罚的情况	86
四、公司的独立性	86
五、同业竞争情况及其承诺	88
六、公司权益是否被控股股东、实际控制人及其控制的其它企业损害的说明	90
七、董事、监事、高级管理人员有关情况说明	95
八、公司董事、监事、高级管理人员最近两年内发生变动情况及原因	98

第四节 公司财务	99
一、报告期的审计意见	99
二、报告期内财务报表	99
三、公司报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更	111
四、报告期利润形成的有关情况	130
五、公司最近两年及一期主要资产情况	143
六、公司最近两年及一期主要负债情况	156
七、公司股东权益情况	164
八、主要财务指标分析	166
九、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况	168
十、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其它重要事项	172
十一、报告期内的资产评估情况	172
十二、股利分配政策和最近两年分配及实施情况	173
十三、控股子公司或纳入其合并财务报表的其它企业的基本情况	173
十四、特有风险提示及公司的应对措施	174
十五、公司的未来发展战略	178
第五节 有关声明	182
一、主办券商声明	182
二、律师事务所声明	183
三、会计师事务所声明	184
四、资产评估机构声明	185
第六节 附件	186
一、主办券商推荐报告	186
二、财务报表及审计报告	186
三、法律意见书	186
四、公司章程	186
五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见	186
六、其它与公开转让有关的重要文件	186

释 义

本公开转让说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下含义：

房掌柜、本公司、公司、股份公司	指	广东房掌柜网络股份有限公司
房掌柜有限、有限公司	指	东莞市房掌柜网络信息服务有限公司，公司前身
发起人	指	房掌柜的全部发起人
广州房掌柜	指	广州市房掌柜网络技术有限公司
上海乐家	指	上海乐家网络科技有限公司
上海道杉	指	上海道杉房地产经纪有限公司
深圳房掌柜	指	深圳市房掌柜网络科技有限公司，注销中
西藏房掌柜	指	西藏房掌柜投资有限公司
深圳前海掌柜投资	指	深圳前海掌柜投资管理中心（有限合伙）
搜房网	指	房地产家居网络平台公司，美股上市公司
新浪乐居	指	乐居控股有限公司，美股上市公司
三六五网	指	江苏三六五网络股份有限公司，A 股上市公司
亿房信息	指	武汉亿房信息股份有限公司
楼市通	指	西安楼市通网络科技股份有限公司
域名	指	互联网上对应于计算机 IP 地址的文本地址，也是连接在互联网网络上计算机的正式名字
O2O	指	Online To Offline，将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台
WAP	指	Wireless Application Protocol，一项全球性的网络通信协议
CMS	指	Content Management System，内容管理系统
SOA	指	Service-Oriented Architecture，面向服务的体系结构，是一个组件模型。它将应用程序的不同功能单元通过这些服务之间定义良好的接口和契约联系起来

APP	指	Application，智能手机的第三方应用程序
独家电商	指	房地产开发商将新房电商业务交由一家电商单独完成，该电商称为独家电商
联合电商（收款方）	指	房地产开发商将新房电商业务交由多家电商协同完成，其中收取购房者预交服务费并在项目结算后将款项支付给联合电商（非收款方）的一方称为联合电商（收款方）
联合电商（非收款方）	指	房地产开发商将新房电商业务交由多家电商协同完成，其中待项目结算后收取联合电商（收款方）支付电商分款的一方称为联合电商（非收款方）
《公司章程》	指	房掌柜公司章程
股东大会	指	房掌柜股东大会
董事会	指	房掌柜董事会
监事会	指	房掌柜监事会
高级管理人员	指	总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书
《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》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
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
报告期、最近二年及一期	指	2013 年、2014 年和 2015 年 1-8 月
申万宏源证券、主办券商	指	申万宏源证券有限公司
律师	指	北京大成（广州）律师事务所
会计师	指	中汇会计师事务所（特殊普通合伙）
评估师	指	北京大正海地人资产评估有限公司
元、万元	指	人民币元、人民币万元

注：本公开转让说明书除特别说明外所有数值保留两位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第一节 基本情况

一、公司基本情况

公司名称	广东房掌柜网络股份有限公司
英文名称	Fzg360 Network Co.,Ltd
法定代表人	张毅
有限公司成立日期	2008 年 7 月 22 日
股份公司设立日期	2015 年 9 月 16 日
注册资本	1015.23 万元
公司住所	东莞市南城区鸿福路 200 号海德广场 2 栋办公 2904 号
邮政编码	523000
电话	0769-23022899
传真	0769-21687196
网址	www.fzg360.com
信息披露事务负责人（董事会秘书）	刘晓云
所属行业	根据国家统计局发布的《国民经济行业分类（GB/T4754-2011）》，公司所处的行业属于互联网信息服务（分类代码：I6420）；根据证监会发布的《上市公司行业分类指引》，公司所处的行业属于互联网和相关服务（分类代码：I64）；根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处的行业属于互联网信息服务（分类代码：I6420）；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处的行业属于互联网软件与服务（分类代码：17101010）
主要业务	公司主营业务为房地产互联网 O2O 营销业务，具体包括新房电商业务、新房互联网推广业务、二手房交易服务、家居装修互联网营销业务和其它衍生业务
经营范围	计算机网络技术研发、咨询及技术转让、技术服务；房地产中介服务；投资咨询服务，设计、制作、发布、代理：各类广告；市场调研；商品信息咨询，市场营销策划服务，文化活动组织策划；批发、零售：电子产品、计算机零配件
统一社会信用代码	91441900677117032X

二、股份挂牌情况

（一）股票代码、股票简称、股票种类、每股面值、股票总量、挂牌日期和转让方式

股票代码：

股票简称：房掌柜

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00元

股票总量：10,152,300股

挂牌日期：

转让方式：协议转让

（二）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：“发起人持有的公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让”、“公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

《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》第二十六条规定：“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

公司股份总数的 25%。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

依据上述规定，公司控股股东、实际控制人张毅及其关联股东张伟、深圳前海掌柜投资、西藏房掌柜承诺：

1、本人/本公司遵守全国中小企业股份转让系统关于控股股东及实际控制人直接或间接持有公司股份解限售的相关规定，即本人/本公司所持房掌柜股份分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

2、除前述锁定期外，本人/本公司持有的房掌柜股份自房掌柜成立之日起一年内不转让。本人在担任公司董事、高级管理人员期间，每年转让的房掌柜股份不超过直接或者间接持有房掌柜股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让直接或者间接持有的房掌柜股份。

3、及时向房掌柜申报本人/本公司持有股份数量及变动情况。

4、如全国中小企业股份转让系统公司等对上述股份上市流通事项有新规定，本人承诺按新规定执行。

公司股东陈俊、陈国海、梅劲、萧伟坚、夏慧玲、季燕平承诺：

1、本人持有的房掌柜股份自房掌柜成立之日起一年内不转让。本人在担任公司董事、高级管理人员期间，每年转让的房掌柜股份不超过直接或者间接持有房掌柜股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让直接或者间接持有的房掌柜股份。

2、若本人持有的房掌柜股份为张毅、张伟、西藏房掌柜、深圳前海掌柜投资转让所得，且自受让之日起至挂牌之日未满一年，则该部分股份分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为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。

3、及时向房掌柜申报本人持有股份数量及变动情况。

4、如全国中小企业股份转让系统公司等对上述股份上市流通事项有新规定，本人承诺按新规定执行。

公司股东所持股票的上述限售安排及自愿锁定承诺符合《公司法》第 141 条、《业务规则（试行）》第 2.8 条及《公司章程》的规定。

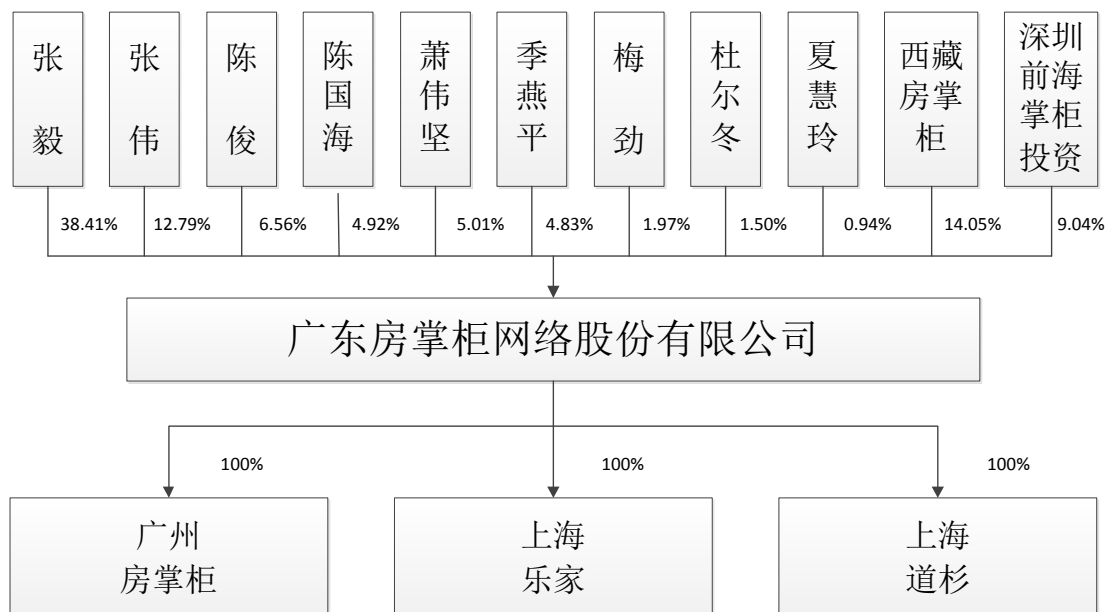
公司股东所持股份不存在被冻结、质押或其它任何形式的转让限制情形，也不存在任何形式的股权纠纷或潜在纠纷的情形。公司全体股东已对此作了书面声明并签字承诺。

综上所述，公司现有股东持股情况及本次可进入股份转让系统转让的股份数量如下：

序号	股东姓名	职务	持股数量 (股)	持股比例 (%)	本次可进入股份 转让系统转让的 股份数量(股)
1	张毅	董事长、总经理	3,899,100	38.41	-
2	西藏房掌柜	-	1,426,500	14.05	-
3	张伟	董事	1,298,100	12.79	-
4	深圳前海掌柜投资	-	917,700	9.04	-
5	陈俊	董事、副总经理	665,700	6.56	-
6	萧伟坚	董事	508,800	5.01	-
7	陈国海	-	499,300	4.92	-
8	季燕平	-	490,000	4.83	-
9	梅劲	-	199,700	1.97	-
10	杜尔冬	-	152,300	1.50	152,300
11	夏慧玲	-	95,100	0.94	-
合 计		-	10,152,300	100.00	152,300

三、公司股东及股权变动情况

(一) 公司股权结构图



(二) 控股股东、实际控制人、前十名股东及持有 5%以上股份股东情况

1、控股股东、实际控制人、前十名股东及持有5%以上股份股东情况

序号	股东姓名或名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)	股东性质	持股方式	股份质押 情况
1	张毅	3,899,100	38.41	自然人	直接持有	否
2	西藏房掌柜	1,426,500	14.05	法人	直接持有	否
3	张伟	1,298,100	12.79	自然人	直接持有	否
4	深圳前海掌柜投资	917,700	9.04	法人	直接持有	否
5	陈俊	665,700	6.56	自然人	直接持有	否
6	萧伟坚	508,800	5.01	自然人	直接持有	否
7	陈国海	499,300	4.92	自然人	直接持有	否
8	季燕平	490,000	4.83	自然人	直接持有	否
9	梅劲	199,700	1.97	自然人	直接持有	否
10	杜尔冬	152,300	1.50	自然人	直接持有	否
合 计		10,057,200	99.06	-	-	-

为了长期激励核心员工，提高其积极性、归属感和创新性，保证投资者长期稳定的收益回报，五名创始股东共同出资设立西藏房掌柜投资有限公司（以下简称“西藏房掌柜”）和深圳前海掌柜投资管理中心（有限合伙）（以下简称“深圳前海掌柜投资”），作为股权激励的员工持股平台。

2、西藏房掌柜基本情况

西藏房掌柜成立于2015年1月6日，注册资本500万元，法定代表人为张毅，公司住所：拉萨市金珠西路158号世通阳光新城18幢8号。经营范围：对房地产业、影视业、文化业、商业、广告业、新闻业、城市基础建设的投资；计算机、互联网信息技术服务；计算机软硬件开发；投资咨询、投资管理（不含金融和经纪业务）；商务信息咨询服务；企业形象策划、产品包装；市场营销策划；活动组织策划；电子产品的批发、零售。

西藏房掌柜的股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张毅	货币	300.00	60.00
2	张伟	货币	97.50	19.50
3	陈俊	货币	50.00	10.00
4	陈国海	货币	37.50	7.50
5	梅劲	货币	15.00	3.00
合 计		-	500.00	100.00

截至本公开转让说明书签署之日，西藏房掌柜持有本公司14.05%股权。

3、深圳前海掌柜投资基本情况

深圳前海掌柜投资成立于2015年3月6日，出资总额500万元，企业类型为有限合伙企业，执行合伙人为张伟，公司住所：深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室。经营范围：一般经营项目：投资管理、投资咨询（以上均不含限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）；在合法取得使用权的土地上从事房地产开发经营；投资影视产业（具体项目另行申报）；投资文化产业（具体项目另行申报）；计算机软硬件的技术开发与技术服务；商务信息咨询；企业形象策

划；市场营销策划；文化活动策划；电子产品的销售。许可经营项目：经营性互联网信息服务。

深圳前海掌柜投资的出资情况如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张毅	货币	300.00	60.00
2	张伟	货币	97.50	19.50
3	陈俊	货币	50.00	10.00
4	陈国海	货币	37.50	7.50
5	梅劲	货币	15.00	3.00
合 计		-	500.00	100.00

截至本公开转让说明书签署之日，深圳前海掌柜投资持有本公司9.04%股权。

（三）股东之间的关联关系

公司股东之间的关联关系如下：

序号	股东姓名或名称	股东之间的关联关系
1	张毅	张毅与张伟为兄弟关系
2	张伟	张毅与张伟为兄弟关系
3	西藏房掌柜	张毅为控股股东、实际控制人
4	深圳前海掌柜投资	张毅为实际控制人

除上述情况外，其它股东之间无关联关系。

（四）公司控股股东、实际控制人基本情况以及实际控制人最近两年内发生变化情况

截至本公开转让说明书签署之日，张毅直接持有公司389.91万股股份，持股比例为38.41%，并通过西藏房掌柜、深圳前海掌柜投资分别间接控制公司14.05%、9.04%的股权，合计控制公司61.50%股票表决权。根据《公司法》中“控股股东，是指其出资额占有限责任公司资本总额百分之五十以上或者其持有的股份占股份有限公司股本总额百分之五十以上的股东；出资额或者持有股份的比例虽然不

足百分之五十，但依其出资额或者持有的股份所享有的表决权已足以对股东会、股东大会的决议产生重大影响的股东”的规定，认定张毅为公司的控股股东。

张毅自有限公司成立以来一直担任公司董事和高级管理人员，现为股份公司董事长、总经理，为公司核心管理层成员，对公司的经营管理和决策施予重大影响，可实际控制公司的发展方向，因此认定张毅为公司实际控制人。

张毅简历参见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“四、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）董事会成员”。

公司实际控制人最近两年内未发生变化。

（五）股本的形成及其变化和重大资产重组情况

1、股本的形成及其变化

（1）有限公司的设立

2008年7月22日，东莞市房掌柜网络信息服务有限公司（以下简称“房掌柜有限”）由东莞市掌柜无线网络技术有限公司、张毅、林震霞和陈俊以现金出资设立，注册资本200万元，法定代表人为张毅。2008年7月18日，经东莞市东诚会计师事务所有限公司出具东诚内验字[2008]320456号《验资报告》验证确认，截至2008年7月17日止，房掌柜有限已收到全体股东缴纳的注册资本，合计人民币200万元。2008年7月22日，房掌柜有限在东莞市工商行政管理局办理了工商登记手续，取得了注册号为441900000349887的《企业法人营业执照》。

公司设立时股本结构如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张毅	货币	90.00	45.00
2	林震霞	货币	70.00	35.00
3	陈俊	货币	20.00	10.00
4	东莞市掌柜无线网络技术有限公司	货币	20.00	10.00
合 计		-	200.00	100.00

注：东莞市掌柜无线网络技术有限公司成立时间为2007年8月8日，注册资本10万元，法

定代表人为袁灶娇。

(2) 有限公司第一次股权转让

2009年8月21日，经房掌柜有限召开股东会审议通过，林震霞和东莞市掌柜无线网络技术有限公司将其持有的房掌柜有限全部出资转让给张毅和张伟两名自然人，本次股权转让的转让价格为1元/股。本次股权转让情况如下：

序号	出让方	出资额（万元）	出资比例（%）	转让价格（万元）	受让方
1	林震霞	20.00	10.00	20.00	张伟
		50.00	25.00	50.00	张毅
2	东莞市掌柜无线网络技术有限公司	20.00	10.00	20.00	张毅

本次股权转让后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张毅	货币	160.00	80.00
2	张伟	货币	20.00	10.00
3	陈俊	货币	20.00	10.00
合 计		-	200.00	100.00

2009年9月8日，公司就上述事项在东莞市工商行政管理局办理了变更登记手续。

(3) 有限公司第二次股权转让

2014年11月28日，经房掌柜有限召开股东会审议通过，张毅将其持有的房掌柜有限部分出资转让给张伟、陈国海、梅劲，本次股权转让的转让价格为1元/股。本次股权转让情况如下：

序号	出让方	出资额（万元）	出资比例（%）	转让价格（万元）	受让方
1	张毅	19.00	9.50	19.00	张伟
		15.00	7.50	15.00	陈国海

序号	出让方	出资额（万元）	出资比例（%）	转让价格（万元）	受让方
		6.00	3.00	6.00	梅劲

本次股权转让后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张毅	货币	120.00	60.00
2	张伟	货币	39.00	19.50
3	陈俊	货币	20.00	10.00
4	陈国海	货币	15.00	7.50
5	梅劲	货币	6.00	3.00
合 计		-	200.00	100.00

2014年12月23日，公司就上述事项在东莞市工商行政管理局办理了变更登记手续。

（4）有限公司第三次股权转让

2015年3月9日，经房掌柜有限召开股东会审议通过，张毅、陈俊、张伟、陈国海、梅劲分别将其持有的房掌柜有限部分出资转让给西藏房掌柜、深圳前海掌柜投资，本次股权转让的转让价格为1元/股。本次股权转让情况如下：

序号	出让方	出资额(万元)	出资比例（%）	转让价格（万元）	受让方
1	张毅	18.00	9.00	18.00	西藏房掌柜
		18.00	9.00	18.00	深圳前海掌柜投资
2	陈俊	3.00	1.50	3.00	西藏房掌柜
		3.00	1.50	3.00	深圳前海掌柜投资
3	张伟	5.85	2.93	5.85	西藏房掌柜
		5.85	2.93	5.85	深圳前海掌柜投资
4	陈国海	2.25	1.13	2.25	西藏房掌柜
		2.25	1.13	2.25	深圳前海掌柜投资

5	梅劲	0.90	0.45	0.90	西藏房掌柜
		0.90	0.45	0.90	深圳前海掌柜投资

本次股权转让后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张毅	货币	84.00	42.00
2	深圳前海掌柜投资	货币	30.00	15.00
3	西藏房掌柜	货币	30.00	15.00
4	张伟	货币	27.30	13.65
5	陈俊	货币	14.00	7.00
6	陈国海	货币	10.50	5.25
7	梅劲	货币	4.20	2.10
合 计		-	200.00	100.00

2015年3月13日，公司就上述事项在东莞市工商行政管理局办理了变更登记手续。

（5）有限公司第四次股权转让

2015年3月31日，经房掌柜有限召开股东会审议通过，深圳前海掌柜投资将其持有的房掌柜有限5.35%的股权以205,975.00元的价格转让给萧伟坚，张毅将其持有的房掌柜有限1.00%的股权以38,500.00元的价格转让给夏慧玲，本次股权转让价格以2014年12月31日的净资产（1.69元/股）作为参考，实际转让价格为1.93元/股。本次股权转让对象萧伟坚和夏慧玲与公司实际控制人张毅系朋友，基于对张毅的了解也看好行业的发展前景，所以选择投资公司。本次股权转让溢价部分已经缴纳个人所得税。

本次股权转让后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张毅	货币	82.00	41.00

2	西藏房掌柜	货币	30.00	15.00
3	张伟	货币	27.30	13.65
4	深圳前海掌柜投资	货币	19.30	9.65
5	陈俊	货币	14.00	7.00
6	萧伟坚	货币	10.70	5.35
7	陈国海	货币	10.50	5.25
8	梅劲	货币	4.20	2.10
9	夏慧玲	货币	2.00	1.00
合 计		-	200.00	100.00

注：上述股权转让所得已经缴纳个人所得税。

2015年4月27日，公司就上述事项在东莞市工商行政管理局办理了变更登记手续。

（6）有限公司第一次增资

2015年5月15日，房掌柜有限股东会作出决议，同意季燕平对公司增资800万元，并取得公司4.90%股权，其中10.31万元计入股本，789.69万元计入资本公积。本次增资全部以货币资金出资，增资后，公司的注册资本从人民币200万元增加至210.31万元，本次增资经双方协商确定，对房掌柜有限的整体估值为1.63亿元。

本次增资后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张毅	货币	82.00	38.99
2	西藏房掌柜	货币	30.00	14.26
3	张伟	货币	27.30	12.98
4	深圳前海掌柜投资	货币	19.30	9.18
5	陈俊	货币	14.00	6.66
6	萧伟坚	货币	10.70	5.09
7	陈国海	货币	10.50	4.99

8	季燕平	货币	10.31	4.90
9	梅劲	货币	4.20	2.00
10	夏慧玲	货币	2.00	0.95
合 计		-	210.31	100.00

2015年5月26日，公司就上述事项在东莞市工商行政管理局办理了变更登记手续。

(7) 有限公司第二次增资

2015年7月8日，房掌柜有限股东会作出决议，同意以资本公积金转增注册资本。本次增资后，公司注册资本增加至1,000万元。

本次增资后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张毅	货币	389.91	38.99
2	西藏房掌柜	货币	142.65	14.26
3	张伟	货币	129.81	12.98
4	深圳前海掌柜投资	货币	91.77	9.18
5	陈俊	货币	66.57	6.66
6	萧伟坚	货币	50.88	5.09
7	陈国海	货币	49.93	4.99
8	季燕平	货币	49.00	4.90
9	梅劲	货币	19.97	2.00
10	夏慧玲	货币	9.51	0.95
合 计		-	1,000.00	100.00

2015年7月29日，公司就上述事项在东莞市工商行政管理局办理了变更登记手续。

(8) 有限公司整体变更设立股份公司

2015年7月15日，有限公司股东会作出决议，房掌柜有限以中汇会计师事务所（特殊普通合伙）2015年7月12日出具的中汇会审[2015]3098号《审计报告》中房掌柜有限截至2015年5月31日经审计的净资产人民币11,107,935.32元为基础，整体变更为广东房掌柜网络股份有限公司。

经北京大正海地人资产评估有限公司于2015年7月14日出具的大正海地人评报字(2015)第291C号《资产评估报告》评估，房掌柜有限截至2015年5月31日的净资产评估结果为1,679.91万元。

2015年8月17日，公司发起人召开股份公司创立大会暨首次股东大会，审议通过相关决议和公司章程，选举股份公司董事会及监事会成员，有限公司全体股东作为发起人，签署了《发起人协议》，同意有限公司以2015年5月31日经审计的净资产折股1,000万股，每股一元，公司注册资本1,000万元，余额计入资本公积。各股东以各自所持有限公司的股权比例作为在股份公司的持股比例。

经中汇会计师事务所（特殊普通合伙）出具的中汇验字[2015]135号《验资报告》审验，股份公司成立时股权结构如下：

序号	股东姓名	持有股份数量（万股）	持有股份比例（%）
1	张毅	389.91	38.99
2	西藏房掌柜	142.65	14.27
3	张伟	129.81	12.98
4	深圳前海掌柜投资	91.77	9.18
5	陈俊	66.57	6.66
6	萧伟坚	50.88	5.09
7	陈国海	49.93	4.99
8	季燕平	49.00	4.90
9	梅劲	19.97	2.00
10	夏慧玲	9.51	0.95
合 计		1,000.00	100.00

2015年9月16日，公司就上述事项在东莞市工商行政管理局办理了变更登记

记手续，取得股份公司营业执照。

（9）股份公司第一次增资

2015年9月24日，房掌柜股东大会作出决议，同意杜尔冬对公司增资400万元，并取得公司1.50%股权，其中15.23万元计入股本，384.77万元计入资本公积。本次增资全部以货币资金出资，增资后，公司的注册资本从人民币1,000万元增加至1,015.23万元。本次增资经双方协商确定，股份公司的整体估值为2.67亿元，系杜尔冬看好公司未来发展前景和新三板挂牌预期。

公司增资后的股权结构如下：

序号	股东姓名	持有股份数量（万股）	持有股份比例（%）
1	张毅	389.91	38.41
2	西藏房掌柜	142.65	14.05
3	张伟	129.81	12.79
4	深圳前海掌柜投资	91.77	9.04
5	陈俊	66.57	6.56
6	萧伟坚	50.88	5.01
7	陈国海	49.93	4.92
8	季燕平	49.00	4.83
9	梅劲	19.97	1.97
10	杜尔冬	15.23	1.50
11	夏慧玲	9.51	0.94
合 计		1,015.23	100.00

2015年10月9日，公司就上述事项在东莞市工商行政管理局办理了变更登记手续。

2、重大资产重组情况

报告期内，公司的重大资产重组及收购兼并情况如下：

（1）收购广州房掌柜

截至本公开转让说明书签署之日，广州房掌柜基本情况如下：

公司名称	广州市房掌柜网络技术有限公司
公司住所	广州市天河区天河路 242 号 1804-1805 室
法定代表人	张鹏
注册资本	1,000 万元
企业类型	有限责任公司（法人独资）
经营范围	房地产中介服务，房地产估价，房地产咨询服务，网络技术的研究、开发，投资咨询服务，移民咨询服务（不含就业、留学咨询），计算机技术开发、技术服务，信息技术咨询服务，信息电子技术服务，数据处理和存储服务，移动通信业务代理服务，代办按揭服务，包装服务，软件服务，市场调研服务，商品信息咨询，企业形象策划服务，公共关系服务，策划创意服务，市场营销策划服务，广告业，多媒体设计服务，电子产品零售，电子产品批发，计算机零配件零售，新闻业，大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营），无线广播电视传输服务，国内广播节目播出服务，广播电视节目制作（具体经营范围以《广播电视节目制作经营许可证》为准），互联网出版业，期刊出版，跨地区增值电信业务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）
成立日期	2013 年 3 月 1 日
统一社会信用代码	91440106063308483K
登记机关	广州市工商行政管理局天河分局

广州市房掌柜网络技术有限公司（以下简称“广州房掌柜”）主要从事新房电商业务、新房互联网推广业务、家居装修互联网营销及其它房地产衍生业务。为消除同业竞争，同受实际控制人张毅控制的房掌柜有限公司于2014年12月30日收购广州房掌柜100%的股权。广州房掌柜历史沿革情况如下：

①广州房掌柜的设立

2013年3月31日，广州房掌柜由张毅、陈俊、张伟、陈国海、梅劲共同出资设立，注册资本100万元，法定代表人为张鹏，注册号为440106000739212。

2013年2月21日，经广州惠建会计师事务所有限公司出具惠验字(2013)YZ0040号《验资报告》验证确认，截至2013年2月18日止，广州房掌柜已收到全体股东缴纳的首期注册资本20万元，出资方式为货币出资。首次出资后，实收资本占注

册资本的20%。

公司设立时的股本结构如下：

序号	股东名称	出资方式	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	出资比例(%)
1	张毅	货币	74.00	14.80	74.00
2	陈俊	货币	10.00	2.00	10.00
3	张伟	货币	10.00	2.00	10.00
4	梅劲	货币	3.00	0.60	3.00
5	陈国海	货币	3.00	0.60	3.00
合 计		-	100.00	20.00	100.00

②广州房掌柜缴纳第二期出资

2014年4月20日,经东莞市鑫成会计师事务所(普通合伙)出具鑫成验字(2014)第0001号《验资报告》验证确认,截至2014年4月2日止,广州房掌柜已收到全体股东缴纳的第二期注册资本80万元,出资方式为货币出资。本次变更后,实收资本增加至100万元,实收资本占注册资本的100%。

本次变更完成后,广州房掌柜的股东出资情况如下:

序号	股东名称	出资方式	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	出资比例(%)
1	张毅	货币	74.00	74.00	74.00
2	陈俊	货币	10.00	10.00	10.00
3	张伟	货币	10.00	10.00	10.00
4	梅劲	货币	3.00	3.00	3.00
5	陈国海	货币	3.00	3.00	3.00
合 计		-	100.00	100.00	100.00

③广州房掌柜第一次股权转让

2014年12月20日,经广州房掌柜股东会审议通过,张毅、张伟、陈俊、陈国海、梅劲分别将其持有的广州房掌柜74%、10%、10%、3%、3%的股权转让给房

掌柜有限，本次股权转让价格为原始出资额。

2014年12月30日，公司就上述事项在广州市工商行政管理局天河分局办理了变更登记手续。

本次股权转让后，广州房掌柜成为房掌柜有限的全资子公司。

④广州房掌柜第一次增资

2015年8月3日，广州房掌柜股东会作出决议，同意公司注册资本由100万元增加至1,000万元，实收资本增加到675万元。

本次增资后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资方式	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	出资比例(%)
1	房掌柜有限	货币	1,000.00	675.00	67.50
合 计		-	1,000.00	675.00	67.50

2015年8月12日，公司就上述事项在广州市工商行政管理局天河分局办理了变更登记手续。

(2) 收购上海乐家

截至本公开转让说明书签署之日，上海乐家基本情况如下：

公司名称	上海乐家网络科技有限公司
公司住所	上海市张江高科技园区达尔文路 88 号 3 幢 211 室
法定代表人	陈国海
注册资本	200 万元
企业类型	有限责任公司（法人独资）
经营范围	网络技术、互联网软件技术的开发，并提供相关的技术咨询、技术服务，网站的设计与开发，网页制作，图文设计、制作，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），广告的设计、制作、利用自有媒体发布，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），房地产咨询，投资咨询（以上咨询除经纪）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
成立日期	2012 年 5 月 8 日

统一社会信用代码	9131000059479103XU
登记机关	上海市工商行政管理局自贸试验区分局

上海乐家主要从事其它房地产衍生业务。为消除同业竞争，同受实际控制人张毅控制的房掌柜有限公司于2014年12月29日收购上海乐家100%的股权。上海乐家历史沿革情况如下：

①上海乐家的设立

2012年5月8日，上海乐家网络科技有限公司由张毅、陈国海出资设立，注册资本200万元，法定代表人为陈国海，注册号为310115001964801。

2012年7月18日，经上海君开会计师事务所有限公司出具沪君会验（2012）YN4-448号《验资报告》验证确认，截至2012年4月19日止，上海乐家已收到全体股东缴纳的首期注册资本40.00万元，出资方式为货币出资。首次出资后，实收资本占注册资本的20%。

公司设立时的股本结构如下：

序号	股东名称	出资方式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	张毅	货币	160.00	32.00	80.00
2	陈国海	货币	40.00	8.00	20.00
合 计		-	200.00	40.00	100.00

②上海乐家第一次股权转让

2014年12月20日，经上海乐家股东会决定，张毅、陈国海分别将其持有的上海乐家80%、20%的股权均以1元的作价转让给房掌柜有限。

2014年12月29日，公司就上述事项在上海市工商行政管理局自贸试验区分局办理了变更登记手续。

本次股权转让后，上海乐家成为房掌柜有限的全资子公司。

③上海乐家缴纳第二期出资

2015年7月14日，上海乐家收到房掌柜有限缴纳的第二期注册资本160万元，

出资方式为货币出资。本次变更后，上海乐家实收资本增加至200万元，实收资本占注册资本的100%。

（3）收购上海道杉

截至本公开转让说明书签署之日，上海道杉基本情况如下：

公司名称	上海道杉房地产经纪有限公司
公司住所	上海市浦东新区三林路 1611 号地下 1、1-2 层
法定代表人	徐远方
注册资本	100 万元
企业类型	有限责任公司（法人独资）
经营范围	房地产经纪，商务信息咨询、投资咨询、企业管理咨询（以上咨询均除经纪），物业管理，企业形象策划，会展服务，收费停车场服务，民用水电安装、维修，室内装潢。【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】
成立日期	2014 年 5 月 23 日
统一社会信用代码	91310115301438698G
登记机关	浦东新区市场监管局

上海道杉主要从事房地产经纪业务。为消除同业竞争，同受实际控制人张毅控制的房掌柜有限公司于2014年12月29日收购上海道杉100%的股权。上海道杉历史沿革情况如下：

①上海道杉的设立

2014年5月23日，上海道杉房地产经纪有限公司由张毅、陈国海出资设立，注册资本100万元，法定代表人为徐远方，注册号为310115002324900。

公司设立时的股本结构如下：

序号	股东名称	出资方式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	张毅	货币	80.00	0.00	80.00
2	陈国海	货币	20.00	0.00	20.00

合 计	-	100.00	0.00	100.00
-----	---	--------	------	--------

②上海道杉第一次股权转让

2014年12月20日，经上海道杉股东会决定，张毅、陈国海分别将其持有的上海道杉80%、20%的股权均以1元的作价转让给房掌柜有限。

2014年12月29日，公司就上述事项在上海市浦东新区市场监督管理局办理了变更登记手续。

本次股权转让后，上海道杉成为房掌柜有限的全资子公司。

③上海道杉缴纳出资

2015年7月14日，上海道杉收到房掌柜有限缴纳的注册资本100万元，出资方式为货币出资。本次变更后，上海道杉实收资本增加至100万元，实收资本占注册资本的100%。

（六）公司控股子公司基本情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司拥有3家全资子公司，基本情况如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	房掌柜持股 比例 (%)
1	广州房掌柜	2013 年 3 月 1 日	1,000.00	675.00	100.00
2	上海乐家	2012 年 5 月 8 日	200.00	200.00	100.00
3	上海道杉	2014 年 5 月 23 日	100.00	100.00	100.00

三家子公司基本情况请参见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、公司股东及股权变动情况”之“（五）股本的形成及其变化和重大资产重组情况”之“2、重大资产重组情况”。

四、公司董事、监事、高级管理人员基本情况

（一）董事会成员

姓名	职务	性别	出生年月	是否持有本公司股票及债券
张毅	董事长、总经理	男	1976 年 8 月	是

张伟	董事	男	1981 年 7 月	是
陈俊	董事、副总经理	男	1982 年 11 月	是
萧伟坚	董事	男	1956 年 8 月	是
王平	独立董事	男	1958 年 1 月	否
刘青	独立董事	女	1969 年 12 月	否
吴龙	独立董事	男	1977 年 9 月	否

公司董事会由7名董事组成，其中张毅任董事长。董事会成员简历如下：

张毅先生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于武汉大学。2000年3月至2001年5月任厦门来雅百货企划课助理，2001年6月至2002年2月任沈阳兴隆大家庭购物中心企划部主管，2002年2月至2003年3月任北京今久广告传播创作部助理，2003年3月至2006年4月任广东慧谷集团策划部经理，2006年4月至2008年1月任东莞市万科房地产有限公司营销管理部资深营销经理，2008年2月至2015年8月任房掌柜有限执行董事、总经理，2010年2月至今任深圳房掌柜总经理，2015年1月至今任西藏房掌柜执行董事，2015年8月至今任公司董事长、总经理，2015年11月至今任北京掌柜影业投资有限公司执行董事、经理。

张伟先生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于湖北工业大学。2005年7月至2008年8月任广发证券上海西藏南路营业部客户经理，2008年8月至2009年10月任分众传媒上海分公司市场经理，2009年10月至2010年9月任房掌柜有限深圳分公司总经理，2010年9月至今任深圳房掌柜执行董事、副总经理，2013年11月至今任广州房掌柜深圳分公司总经理，2015年1月至今任西藏房掌柜监事，2015年3月至今任深圳前海掌柜投资执行合伙人，2015年8月至今任公司董事。

陈俊先生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于江西师范大学。2002年2月至2003年1月任职于中国制造协作网技术部，2003年2月至2005年5月任职于东莞市房讯资讯有限公司技术部，2005年6月至2007年12月任东莞丫丫信息科技有限公司技术总监，2008年1月至2013年6月任房掌柜有限技术总监，2013年6月至今任广州市房掌柜网络技术有限公司技术总监，2015年8月至今任公司董事、副总经理。

萧伟坚先生，中国籍，无境外永久居留权，大专学历。1976年1月至1984年12

月在中国人民解放军服役，任师参谋，1985年1月至2014年4月任工商银行东莞分行支行长，2014年5月至2015年2月任广东凯盈企业管理有限公司顾问，2015年3月至今任荔波县金鼎旅游开发有限公司法定代表人兼执行董事，2015年8月至今任公司董事。

王平先生，中国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，毕业于清华大学。1981年10月至1988年2月任中国房屋建设开发公司综合计划部业务代表，1988年3月至1991年2月任中国房地产开发公司北京公司办公室主任，1991年3月至2006年9月任中国房协城市开发专业委员会秘书长，2006年10月至今任中国房地产业协会副秘书长，2015年8月至今任公司独立董事。

刘青女士，中国籍，无境外永久居留权，高级会计师、本科学历，毕业于暨南大学。1989年9月至1995年3月任深圳国际信托投资有限公司会计科科长，1995年3月至2002年3月任深圳信托房地产开发有限公司财务部经理，2002年3月至2009年8月历任深圳水榭花都房地产有限公司财务部经理、总经理助理，2009年8月至今历任莱蒙国际集团有限公司财务部总经理、集团副总裁，2015年8月至今任公司独立董事。

吴龙先生，中国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，毕业于华南理工大学。2000年8月至2002年10月任华为技术有限公司工程师，2002年10月至2011年12月任微软中国有限公司经理，2012年5月至2015年3月任万科物业发展有限公司总监，2015年4月至今任深圳市卓越不动产运营管理有限公司副总经理，2015年8月至今任公司独立董事。

（二）监事会成员

姓名	职务	性别	出生年月	是否持有本公司股票及债券
乔鑫	监事会主席	女	1981年6月	否
曾丽	监事、财务经理	女	1979年2月	否
严晓风	监事、行政总监	女	1980年11月	否

公司监事会由3名监事组成，其中乔鑫任监事会主席。监事会成员简历如下：

乔鑫女士，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于吉林大学。2005

年1月至2007年3月任东方家园家居建材商业有限公司网络专员，2007年4月至2010年12月任搜房网家居集团城市运营总监，2011年7月至2013年4月任江苏三六五网络股份有限公司苏州分公司运营总监，2014年3月至今任广州房掌柜战略中心总经理，2015年8月至今任公司监事会主席。

曾丽女士，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于西南财经大学。2000年3月至2004年6月任东莞市德信康会计师事务所会计，2004年6月至2006年10月任东莞市东亚融通担保有限公司会计主管，2006年11月至2010年1月任东莞市万科房地产有限公司会计，2010年1月至2011年4月任兴业银行东莞市分行南城支行客户经理，2012年4月至2015年8月任房掌柜有限财务经理，2015年8月至今任公司监事、财务经理。

严晓风女士，中国籍，无境外永久居留权，大专学历，毕业于中国科学院管理学院。2001年7月至2007年5月任广州达博生物制品有限公司综合管理部部长，2007年5月至2010年4月任广州市沃博贸易有限公司行政经理，2010年5月至2013年10月任广东美穗实业发展有限公司行政副总监，2014年1月至2014年3月任香港锦龙汽车集团行政经理，2014年4月至2015年8月任房掌柜有限行政总监，2015年8月至今任公司监事、行政总监。

（三）高级管理人员

姓名	职务	性别	出生年月	是否持有本公司股票及债券
张毅	董事长、总经理	男	1976 年 8 月	是
陈俊	董事、副总经理	男	1982 年 11 月	是
金朝	财务总监	男	1978 年 11 月	否
刘晓云	董事会秘书、采编中心总编	女	1970 年 9 月	否

高级管理人员简历如下：

张毅先生、陈俊先生的简历，具体情况参见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“四、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）董事会成员”。

金朝先生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于北京物资学院。2001年7月至2004年7月任北京华统信息咨询有限公司财务助理，2004年12月至2013年5月任瑞华会计师事务所高级审计经理，2013年5月至2014年12月任联想控股股份有限公司财务经理，2015年1月至2015年8月任房掌柜有限财务总监，2015年8月至今任公司财务总监。

刘晓云女士，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于南昌大学。1991年8月至1995年12月任职于江西赣中化工厂，1998年5月至2002年6月任新华社江西分社记者，2003年8月至2015年7月任中国房地产报社华南新闻中心主任兼深圳事业部总经理，2014年1月至2015年8月任房掌柜有限采编中心总编，2015年8月至今任公司董事会秘书、采编中心总编。

五、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表

财务指标	2015年8月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
总资产（万元）	3,667.84	2,967.86	884.41
股东权益合计（万元）	780.93	245.04	195.95
归属于申请挂牌公司股东的股东权益合计（万元）	780.93	245.04	195.95
每股净资产（元/股）	0.78	1.23	0.98
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	0.78	1.23	0.98
母公司资产负债率（%）	35.29	41.00	43.42
流动比率（倍）	1.09	0.95	1.10
速动比率（倍）	1.09	0.95	1.10
财务指标	2015年1-8月	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	5,023.05	5,187.68	1,634.64
净利润（万元）	-264.11	69.09	-43.87
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-264.11	69.09	-43.87

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（万元）	-263.77	12.67	-6.58
毛利率（%）	50.35%	57.85	66.22
加权平均净资产收益率（%）	-63.95	24.34	-20.45
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	-63.87	6.05	-3.19
应收账款周转率（次）	3.99	5.79	4.36
存货周转率（次）	247.43	414.18	-
基本每股收益（元/股）	-0.88	0.35	-0.22
稀释每股收益（元/股）	-0.88	0.35	-0.22
扣除非经常性损益后的每股收益（元/股）	-0.88	0.06	-0.03
经营活动产生的现金流量净额（万元）	556.13	165.89	-239.78
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.56	0.83	-1.20

注：报告期内公司尚处于有限公司阶段，上述财务指标每股数据中的股数按照实收资本数计算，财务指标计算公式如下：

（1）毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入

（2）加权平均净资产收益率/扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率= $P0 / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)$

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

（3）应收账款周转率=营业收入/平均应收账款

（4）存货周转率=营业成本/平均存货

（5）基本每股收益=归属于公司普通股股东的净利润/加权平均股本或注册资本

股数按照有限责任公司实收资本计算，最近两年及一期分别为 200 万元、200 万元和 1000 万元

（6）稀释每股收益=归属于公司普通股股东的净利润/（加权平均股本或注册资本+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

（7）扣除非经常性损益后的每股收益=扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净

利润/加权平均股本或注册资本

(8) 每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本或注册资本

(9) 每股净资产=净资产/期末股本或注册资本

(10) 归属于申请挂牌公司股东的每股净资产=归属于申请挂牌公司股东权益/期末股本或注册资本

(11) 母公司资产负债率=(母公司负债总额/母公司资产总额)×100%

(12) 流动比率=流动资产/流动负债

(13) 速动比率=速动资产/流动负债

六、本次挂牌的有关机构情况

(一) 主办券商

名称：申万宏源证券有限公司

法定代表人：李梅

住所：上海市徐汇区长乐路989号45层

联系地址：北京市西城区太平桥大街 19 号

邮政编码：100033

电话：010-88085937

传真：010-88085256

项目负责人：酆勇强

项目小组成员：占小平、酆勇强、徐鸿宇

(二) 律师事务所

名称：北京大成（广州）律师事务所

负责人：卢跃峰

联系地址：广州市天河区体育西路103号维多利广场A塔51楼

邮政编码：510620

电话：（020）85277006/7004

传真：（020）85277002

经办律师：李波、杨金柱

（三）会计师事务所

名称：中汇会计事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：余强

联系地址：杭州市江干区钱江新城新业路8号UDC时代大厦A座5-8、12层

邮政编码：310016

电话：0571-88879996

传真：0571-88879000-9000

经办注册会计师：王甫荣、章归鸿

（四）资产评估机构

名称：北京大正海地人资产评估有限公司

法定代表人：陈冬梅

联系地址：北京市朝阳区八里庄西里 100 号住邦 2000 商务中心 1 号楼 A 区
707 室

邮政编码：100025

电话：010-85868816

传真：010-85868385

经办资产评估师：袁秀莉、信娜

（五）证券登记结算机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司北京分公司

负责人：戴文桂

营业场所：北京市海淀区地锦路 5 号 1 幢 401

电话：010-50939980

传真：010-50939716

(六) 拟挂牌场所

名称：全国中小企业股份转让系统有限责任公司

法定代表人：杨晓嘉

住所：北京市西城区金融大街丁 26 号

邮编：100033

电话：010-63889512

第二节 公司业务

一、公司主营业务

（一）主营业务

房掌柜是一家以新房互联网营销为主导、二手房线上线下交易为依托，辅以社区金融服务等房地产衍生业务的全国性房地产互联网O2O营销平台公司。作为国内仅有的几家全国性房地产网络营销平台公司之一，房掌柜紧紧围绕“北上广深”等国内一线城市，将业务范围覆盖珠三角、长三角、环渤海三大经济圈和中西部等多个省会城市和经济发达城市。公司通过将自身线上业务与线下资源相结合，形成了能够为房地产行业消费者和房地产开发商提供360度房地产交易服务链的O2O闭环。

公司主营业务为房地产互联网O2O营销业务，具体包括新房电商业务、新房互联网推广业务、二手房交易服务、家居装修互联网营销和其它衍生业务。自公司设立以来，公司的主营业务未曾发生重大变化。

（二）公司主营业务介绍

自公司设立以来，自主开发、运营房地产垂直门户平台“FZG360.COM（房掌柜）”，网站由北京、上海、广州、深圳、东莞、佛山、武汉、重庆、南京、杭州、成都、重庆、西安、天津、苏州等55个城市分站组成，业务覆盖珠三角、长三角、环渤海和中西部等多个省会城市和经济发达城市。经过多年的发展，公司已成为国内最具竞争力和影响力的房地产互联网营销服务提供商之一。

公司的主营业务介绍如下：

1、新房电商业务

公司的新房电商业务通过自身房地产垂直门户平台、移动互联网APP、微信、微博平台等媒介发布新房信息资讯，促成房地产开发商与购房者的购房交易，并从中收取费用。

公司将已有的线上线下多平台及多年来积累的用户资源作为筹码与房地产

开发商洽谈，为购房者争取最大程度上的购房优惠，并以此购房优惠来吸引更多的购房者选择公司的平台作为购房渠道，两者形成良性循环。同时，公司通过自有产品进行信息的整合分析处理，对大量的购房者资源与房地产开发商的购房优惠进行精准定位与匹配，使购房者与房地产开发商更为便捷、高效的达成购房交易。

在与房地产开发商约定的合作期内，公司为房地产开发商楼盘提供营销宣传服务，购房者通过向公司交纳一定金额的服务费以获取房地产开发商的购房优惠，公司以购房成交量为基础，从购房者向公司支付的服务费或活动费中获取服务收入。这种业务模式既能使购房者得到真正的购房优惠，又能使房地产开发商真正感受到公司为其所开发楼盘进行推广的实际营销效果，在降低房地产交易成本的同时有效提升了房地产交易成交量。

公司可作为独家电商、联合电商（收款方）或联合电商（非收款方）与房地产开发商签订新房电商业务合同。公司作为独家电商时，房地产开发商将新房电商业务交由公司单独完成。公司作为联合电商（收款方）时，房地产开发商将新房电商业务交由多家电商协同完成，各电商分别通过网站、微信、微博等平台或其他合同约定形式面向购房者进行营销推广，形成优势互补，其中公司作为收款方负责收取购房者预交服务费，并在项目结算后将联合电商（非收款方）应得款项支付给联合电商（非收款方）。公司作为联合电商（非收款方）时，房地产开发商将新房电商业务交由多家电商协同完成，待项目结算后公司将收取该项目联合电商（收款方）支付的电商分款。

2、新房互联网推广业务

公司新房互联网推广业务通过自身房地产垂直门户平台、移动互联网APP、微信、微博平台等媒介为房地产开发商在指定的时间、发布位置、推广内容及发布方式进行新房的推广宣传，并向房地产开发商收取一定的推广费用。

公司所拥有的房地产垂直门户平台经过长期的经营与发展，已经建立了一定的优势和地位，与行业内其它较为知名的房地产垂直门户网站相比，房掌柜网站的综合排名、日均PV、日均IP等各项指标均排名靠前。同时，房掌柜网站各项排名指标均远高于同行业股转系统挂牌公司和其它区域性房地产网络营销网站。公

司能够以优秀的平台和优质的服务吸引房地产开发商在公司的网站平台进行房地产项目的营销推广，提高客户房地产项目的成交量。

3、二手房交易服务

公司二手房交易服务业务通过自身房地产垂直门户平台和线下经纪门店为购房或租房客户提供二手房源买卖、租售信息搜索和查询，求租或求购信息发布等服务，并通过撮合成交收取一定的交易佣金。

北京、上海、广州、深圳等一线城市有着日趋活跃的二手房交易市场，房地产投资市场活跃和不断增加的二手房存量市场，需要越来越多的房地产互联网营销企业涉足二手房交易。公司通过设立线下社区门店，以及在自有房地产垂直门户网站中设置二手房板块的方式参与二手房O2O交易。公司为拓宽自身的营销渠道，形成完整的线上、线下相结合的二手房O2O交易布局，将线下社区门店作为重要的信息收集与发布渠道。线下社区门店的布局还可以协助公司与房地产开发商进行电商谈判，在新房电商业务中为购房者谋求更多的购房优惠。

4、家居装修互联网营销

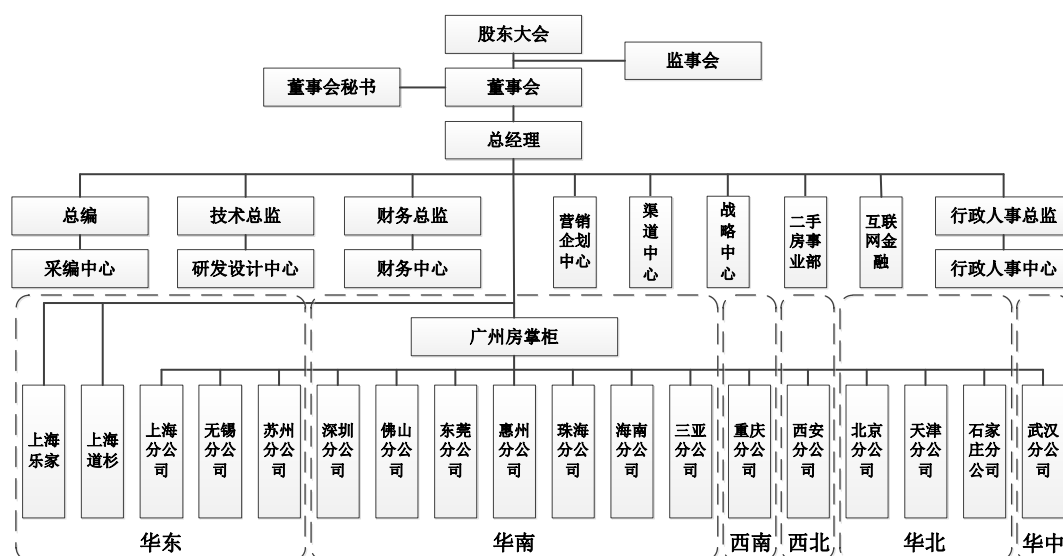
公司借助其房地产垂直门户平台、移动互联网APP等媒介形式，多平台发布与家居装修相关的免费信息资讯服务，以此增加用户聚集程度，并通过公司庞大的已购买新房和二手房的客户大数据，为房地产下游产业链中的家居装修建材商、家居用品供应商和家居装修公司提供信息发布、品牌推广等在线营销服务。

5、其它衍生业务

公司在通过房地产垂直门户平台进行房地产互联网营销的同时，还通过资讯栏目、业主论坛、掌柜帮办和微博等互动平台为用户提供全方位的信息交流服务，使各平台用户不简单地局限于购房者和房地产开发商，而是扩大到各平台所接触到的全部互联网用户，由此极大地提高了用户黏性，增强了房掌柜在行业中的竞争力。根据客户的不同需要，公司还为房地产开发商提供看房团、圈层活动策划等线下房地产营销服务，并依据活动规模向房地产开发商收取一定的服务费。

二、公司组织结构及主要业务流程

（一）内部组织结构图



（二）公司主要部门的职责

公司主要部门包括采编中心、研发设计中心、财务中心、营销企划中心、战略中心和行政人事中心。公司主要部门的职责如下：

1、营销企划中心

公司营销企划中心负责开发新房电商业务、新房互联网推广业务和家居装修互联网营销业务的新客户。营销企划员工通过网络、电话、上门拜访等方式销售房掌柜的服务，在与客户达成初步合作意向后，营销企划中心将在采编中心的协助下设计合作方案。营销企划中心通过收集客户的需求，并结合采编中心提供的最新行业咨询，寻求为公司客户提供深度专业的服务，以保持长期合作关系。

2、研发设计中心

公司研发设计中心负责公司网站、手机APP、微信二次开发等产品的相关研发设计工作和技术管理，和对公司技术迭代、研发进度的总体把握，同时，研发设计中心需对公司研发设计工作进行成本控制。

3、采编中心

公司采编中心负责网站的总体采编规划及实施，同时，采编中心需协助营销与企划中心撰写合作方案并进行客户洽谈。

4、渠道中心

主要针对新房电商业务，开展相应楼盘目标客户群的线下渠道拓展，通过开拓大中型企业购房客户、渗透客户常出入场地的LBS广告、带动同行房地产经纪转介客户、实施创意派单公关活动、管控电商驻场收款等方式，提升电商成交率。

5、财务中心

公司财务中心负责制定和建立健全公司财务、会计核算管理制度等有关制度，督促各项制度的实施和执行；负责定期分析公司的经营效益和财务情况，编制财务报表、财务报告和财务预算；组织会计核算；调配公司资金使用，进行成本控制、成本计算和资产盘点；根据公司业务发展需要为公司投融资业务提供决策支持等。

6、战略中心

公司战略中心负责制定房掌柜中长期发展战略目标，在对市场情况、用户情况、行业竞争对手及自身情况等研究分析的基础上，制定公司发展策略，不断优化公司的商业模式、业务模块和业务竞争力。在公司战略制定完成后，战略中心负责公司战略的分解、落实，并对公司战略的实施情况进行验收和检查。

7、行政人事中心

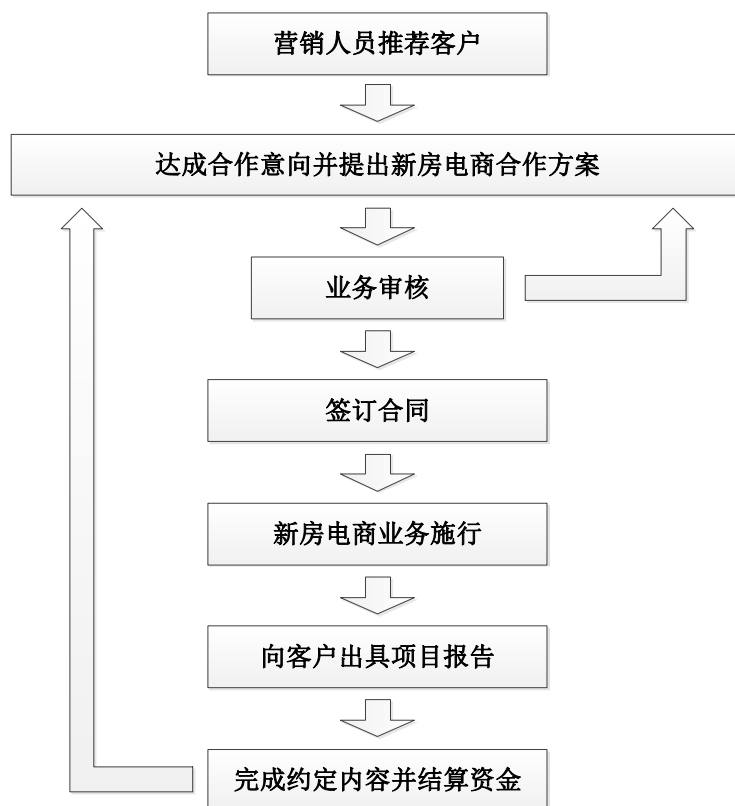
公司行政人事中心严格按照公司规章制度负责公司的团队建设、行政合同管理、人力资源供给、员工培训、劳动关系管理、自动化办公、企业文化建设、安全保密等工作。

（三）主营业务流程及服务方式

1、新房电商业务

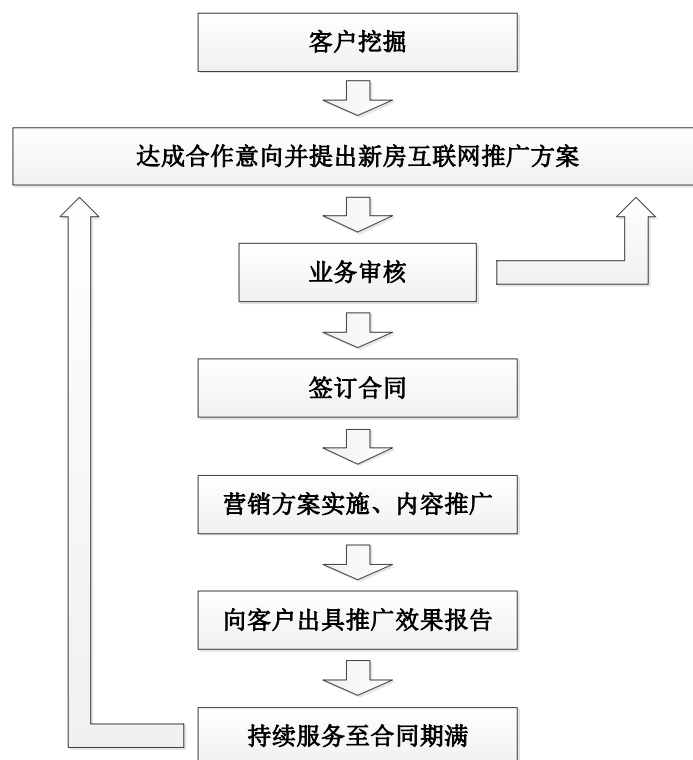
公司凭借自身的平台及业务优势，向目标客户推荐公司的新房电商业务，待公司与客户达成初步合作意向后，进一步为客户制定详细的新房电商执行方案。公司通过业务审核后将与客户签署合作合同，并根据合同条款为客户进行营销推广。在新房电商业务营销推广期间，公司的营销企划人员、渠道人员和采编人员将持续与客户保持沟通，并根据客户的反馈意见及时调整具体的实施方案。待合

作方案完成后，公司向客户出具项目结案报告，完成合约并最终确认业绩收入。具体服务流程如下图所示：



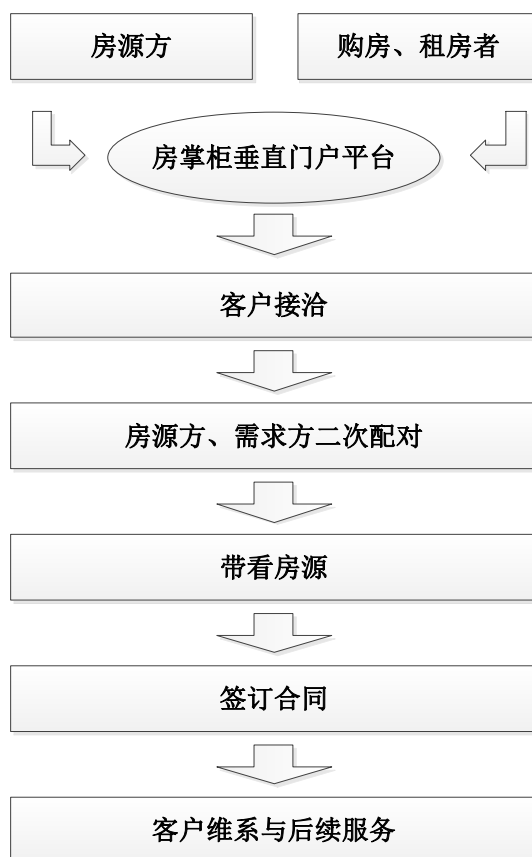
2、新房互联网推广业务

公司营销人员负责客户的挖掘与接洽工作，待公司与客户达成合作意向后，公司将制定详细的营销推广方案。公司通过方案审核后将与客户签订合同，并实施推广内容的制作与发布。在新房推广内容发布期间，公司营销企划人员、渠道人员和采编人员将持续保持与客户的沟通，并根据客户及时反馈的信息作出相应业务调整。推广方案完成后，公司将向客户出具推广效果报告，并寻求与客户达成进一步的业务合作。具体服务流程如下图所示：



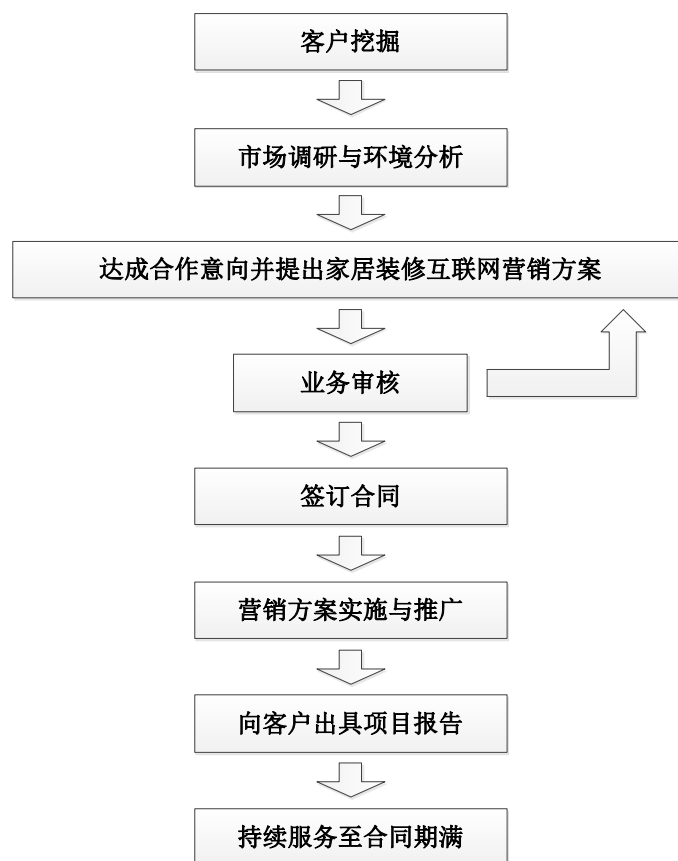
3、二手房交易服务

公司通过自有二手房APP和房地产垂直门户平台，实现购房者、租房者与房源方的初次匹配，随后通过进一步了解客户的需求，公司营销人员将为客户实现二次匹配，并带客户实地看房。待需求方客户与房源方客户达成交易意向后，公司将与双方签订合同，完成二手房交易服务。后期，公司营销人员保持与客户的持续沟通，针对客户的需求进一步提供后续服务。具体服务流程如下图所示：



4、家居装修互联网营销

公司营销人员负责客户挖掘与接洽工作，通过对客户产品进行市场调研与环境分析后，公司将与客户洽谈并制定详细的家居装修互联网营销方案。公司通过方案审核后将与客户签订合同，并实施营销方案。在方案实施期间，公司营销人员保持与客户的持续沟通，并根据客户及时反馈的信息作出相应业务调整。营销方案完成后向客户出具项目报告。具体服务流程如下图所示：



三、公司业务相关的关键资源要素

（一）公司业务所使用的主要技术

截至本公开转让说明书签署之日，公司拥有的主要技术如下：

技术名称	产品应用	技术特点	技术来源
房掌柜网站 cms 管理系统 1.0	房掌柜门户网站管理	高效管理网站数据	原始创新
房掌柜新房管理系统 1.0	房掌柜门户网站新房房源管理	灵活管理发布	原始创新
房掌柜 wap 管理系统 1.0	房掌柜门户网站无线网络接入	兼容性强	原始创新
房掌柜社区管理系统 1.0	房掌柜门户网站 BBS 论坛	性能稳定	原始创新
房掌柜二手房管理系统 1.0	房掌柜门户网站二手房房源管理	灵活管理发布	原始创新
房掌柜团购管理系统 1.0	房掌柜门户网站电商项目	灵活管理发布	原始创新

技术名称	产品应用	技术特点	技术来源
掌销宝 2.0	移动互联网营销服务	高效管理	原始创新
案场宝	移动互联网营销服务	高效管理	原始创新
房掌柜 APP2.0	移动互联网信息服务	灵活管理发布	原始创新
微海报发布系统	移动互联网信息服务	灵活管理发布	原始创新

1、房掌柜网站cms管理系统1.0

房掌柜网站cms管理系统1.0采用了多维度、多版本的信息资源整合与管理，全方位、全过程的安全控制和高性能的发布引擎功能。网站管理系统基于SOA架构开发，使得内容管理平台更加弹性化，成为不同层级应用系统访问与交互的平台。内容管理主要采用基于模板的静态内容发布与动态发布相结合的机制，能够满足各种信息表现的需求，有效提高发布性能。同时，产品支持发布引擎的集群式部署，满足海量内容发布的需要。

2、房掌柜新房管理系统1.0

房掌柜新房管理系统1.0是房掌柜网站的核心管理系统之一，有着强大的后台管理和前台阅读功能，包括线上新闻资讯发布、楼盘发布管理、信息检索、内容推广等功能。结合线下的专业营销、企划、渠道团队，系统将整合线上线下360度资源，打造同行业最具资源整合能力的房产电商平台。

3、房掌柜wap管理系统1.0

房掌柜wap管理系统1.0适用于移动互联网端浏览阅读，提供新闻资讯、新房查询、掌柜团购等相关应用服务。

4、房掌柜社区管理系统1.0

房掌柜社区管理系统1.0是一个通用的BBS论坛管理系统，包括用户登录和注册功能、用户和角色管理功能、论坛目录及版主管理功能、主题发帖管理功能、主题回复管理功能、运营管理功能等，前台功能完善，后台操作便捷，具有卓越的访问速度和负载能力，用户体验良好。

5、房掌柜二手房管理系统1.0

房掌柜二手房管理系统1.0是房产中介、业主、消费者三方通用的互动管理系统，前台功能强大，后台操作方便。该系统除了提供二手房相关咨询阅读、房源发布、房源搜索、委托交易、论坛互动等功能外，还提供针对房地产网络营销服务行业特性的数据接口，自动管理房源信息发布，并通过权限的分析管理实现房产中介企业内部管理的信息化，为房产中介发展需求提供数据参考。

6、房掌柜团购管理系统1.0

房掌柜团购管理系统1.0是公司自主研发的房地产电商团购优惠平台，能够实现新房产品在线团购的自动化服务。该系统能够提供给开发商与购房者实现团购互动，使其可以通过这一系统实现线上团购与线下交易的有效结合。该系统可提供移动互联网端或PC端用户的线上团购报名、线上咨询互动等功能。

7、掌销宝2.0

掌销宝2.0是由房掌柜自主开发的一款提供移动互联网营销服务的手机APP，通用于手机iOS和Android系统。掌销宝拥有房源展示、资讯浏览、客户管理、团队管理等板块和功能。

8、案场宝

案场宝是房掌柜自主研发的一项技术，实现了掌销宝APP线上数据到线下业务的无缝连接，可快速处理房地产交易的相关业务信息。

9、房掌柜APP2.0

房掌柜APP2.0为房掌柜自主开发的一款手机APP，该APP能让客户通过移动互联网平台，找到差异化的最有价值的地产资讯和及时有效的房产信息。

10、微海报发布系统

微海报发布系统能够在云端以图片、文字、视频、音频等形式，通过营销活动、智能数据分析识别等交互体验实现信息的可视化传播。系统通过多模板设计，可实现信息实时预览，即可视化操作。

（二）主要无形资产

公司主要无形资产包括国际域名、著作权和商标权等，具体情况如下：

1、已注册的互联网国际域名

截至本公开转让说明书签署之日，公司拥有注册的国际域名1项，具体情况如下表所示：

序号	域名	注册国家/地区	有效期	ICP 备案许可证号	所有权人
1	fzg360.com	中国	2011 年 3 月 6 日至 2016 年 3 月 6 日	粤 ICP 备 13073648 号-1	广州房掌柜

2、已完成登记的计算机软件著作权

截至本公开转让说明书签署之日，公司已取得8项计算机软件著作权，具体情况如下表所示：

序号	软件名称	首次发表日期	登记号	有效期	取得方式	著作权人
1	微掌柜网站后台管理系统【简称：微掌柜后台管理】V1.0	2014 年 1 月 8 日	2014SR081849	50 年	原始取得	广州房掌柜
2	房掌柜个人会员管理系统【简称：个人会员管理系统】V1.0	2014 年 1 月 8 日	2014SR070240	50 年	原始取得	广州房掌柜
3	房掌柜论坛后台管理系统【简称：论坛管理后台】V1.0	2014 年 1 月 8 日	2014SR070745	50 年	原始取得	广州房掌柜
4	房掌柜论坛个人中心管理系统【简称：个人中心管理系统】V1.0	2014 年 1 月 8 日	2014SR070747	50 年	原始取得	广州房掌柜
5	房掌柜后台咨询管理系统【简称：后台咨询管理系统】V1.0	2014 年 1 月 8 日	2014SR070669	50 年	原始取得	广州房掌柜
6	房掌柜掌柜团后台管理系统【简称：掌柜团后台管理系统】V1.0	2014 年 1 月 8 日	2014SR082976	50 年	原始取得	广州房掌柜
7	微掌柜网站用户管理系统【简称：微掌柜用户管理】V1.0	2014 年 1 月 8 日	2014SR081435	50 年	原始取得	广州房掌柜
8	房掌柜经纪人管理系统【简称：经纪人管理系统】V1.0	2014 年 1 月 8 日	2014SR076392	50 年	原始取得	广州房掌柜

3、已注册的商标

截至本公开转让说明书签署之日，公司已取得5项商标权，具体情况如下表所示：

序号	注册商标	商标注册号	有效期	类别	所有人	备注
1		6967359	2010年6月21日至 2020年6月20日	第38类	广州房掌柜	由房掌柜有限公司于2014年10月21日转让
2		10659804	2013年5月21日至 2023年5月20日	第37类	广州房掌柜	由房掌柜有限公司于2014年10月21日转让
3		7140489	2010年9月14日至 2020年9月13日	第36类	广州房掌柜	由房掌柜有限公司于2014年10月21日转让
4		10659606	2013年7月7日至 2023年7月6日	第35类	广州房掌柜	由房掌柜有限公司于2014年10月21日转让
5		10659716	2013年7月7日至 2023年7月6日	第36类	广州房掌柜	由房掌柜有限公司于2014年10月21日转让

（三）公司业务许可、资质情况

序号	证书名称	证书编号	所有权人	到期时间
1	增值电信业务经营许可证	粤 B2-20150304	广州房掌柜	2020年7月7日
2	广州市房地产中介服务机构资质证书	20147468（1）	广州房掌柜	2015年12月31日
3	上海市房地产经纪企业备案证书	沪房管经（浦东）第1256号	上海道杉	2016年8月13日

（四）主要固定资产情况、租赁房产情况

1、公司主要固定资产情况

截至2015年8月31日，公司的固定资产情况如下：

类别	账面原值（万元）	累计折旧（万元）	账面价值（万元）	成新率（%）
----	----------	----------	----------	--------

办公设备及其他	287.75	83.27	204.48	71.06
合 计	287.75	83.27	204.48	-

2、公司租赁房产情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司租赁房产情况如下：

序号	承租方	出租方	位置	面积 (平方米)	房屋产权证号	租赁期限	月租金 (元)
1	广东房掌柜网络股份有限公司	黎晓峰	东莞市南城区 鸿福路 200 号 海德广场 2 栋 办公 2904	259.84	粤房地权证 莞字第 0400627182 号	2015.01.21 至 2019.12.31	20,485.00
2	广州市房掌柜网络技术有限公司	郑钟荣、张凤玲	广州市天河区 天河东路保利 丰兴广场 B 座 1804-05	324.71	0120041695、 0120041696、 0120041699、 0120041700	2014.03.16 至 2016.03.15	39,939.00
3	广州市房掌柜网络技术有限公司深圳分公司	国益有限公司	广东省深圳市 福田区深南中 路求是大厦 301W	386	3000391685	2014.12.05 至 2017.12.04	54,040.00
4	广州市房掌柜网络技术有限公司东莞分公司	刘小明	东莞市东城区 东城中路君豪 商业中心 1201、1202 号	657	粤房地证字第 C7212279 号	2013.05.01 至 2018.04.30	26,000.00
5	广州市房掌柜网络技术有限公司惠州分公司	陈艳娴	惠州市江北文 昌一路 7 号华 贸大厦 2 座 301	163.41	1100182324	2014.02.15 至 2016.04.09	9,805.00
6	广州市房掌柜网络技术有限公司佛山分公司	马倩雯	佛山市禅城区 文华北路 181 号城央大厦 703、705	308	-	2015.10.1 至 2018.9.30	26,180.00
7	广州市房掌柜网络技术有限公司珠海分公司	珠海市科诚实业有限公司	珠海市吉大海 滨南路 47 号 光大国际贸易 中心 2911	193.99	粤房地证第 C3942079 号	2015.03.16 至 2016.03.31	14,355.00

8	广州市房掌柜网络技术有限公司苏州分公司	苏州柳溪机电工程有限公司	苏州工业园区苏州大道东381号商旅大厦6幢1702室	338.34	苏工园国用(2008)第26413号	2015.04.16至2017.04.15	24,698.82
9	广州市房掌柜网络技术有限公司无锡分公司	应志燕	无锡市新区湘江路2-2号金源国际大厦B座903-904	206	锡房权证字第XQ1000637978号; 锡房权证字第XQ1000638129号	2014.10.25至2016.10.24	9,125.00
10	广州市房掌柜网络技术有限公司上海分公司	陈晓蕾	上海市浦东新区三林路1607-1613(单)号地下1/1-2层	410.43	沪房地浦字(2012)第032495号	2014.02.15至2020.05.15	9,000.00
11	广州市房掌柜网络技术有限公司武汉分公司	王浩	武汉市世贸广场5009	197.89	-	2014.12.16至2015.12.15	14,841.70
12	广州市房掌柜网络技术有限公司重庆分公司	寇维敏、刘均	重庆市渝北区新溉大道中渝都会9号25-1	305	房地证2012字第011223号	2014.08.01至2017.7.30	22,875.00
13	广州市房掌柜网络技术有限公司北京分公司	王习	北京市朝阳区建国路93号院10号楼1002号	222.18	京房权证朝私06字第162130号	2015.07.06至2017.07.05	56,766.99
14	广州市房掌柜网络技术有限公司天津分公司	金融街津塔(天津)置业有限公司	天津市和平区大沽北路2号津塔写字楼4612	245.77	-	2015.03.01至2016.03.31	30,967.02
15	广州市房掌柜网络技术有限公司三亚分公司	张秀松	海南三亚迎宾路183号阳光名邸F302	107.98	-	2015.01.26至2016.01.25	4,000.00

16	广州市房掌柜网络技术有限公司海南分公司	陈剑虎	海口市金贸中路1号半山花园第21层海天阁2318房屋	184.46	HK102722	2015.04.16至2016.04.15	8,000.00
17	广州市房掌柜网络技术有限公司西安分公司	王天海	西安市高新区唐延路35号1幢21404号房	153.6	1050104005-11-1-21404-1	2015.06.01至2016.05.31	10,000.00
18	广州市房掌柜网络技术有限公司石家庄分公司	刘彦磊、刘新国	桥东区中山路11号乐汇城1-2-701	89.51	230070061	2015.06.14至2016.06.13	7,900.00
19	上海乐家网络科技有限公司	陈晓蕾	上海市浦东新区三林路1607-1613(单)号地下1/1-2层	410.43	沪房地浦字(2012)第032495号	2014.02.15至2020.05.15	9,000.00
20	上海乐家网络科技有限公司苏州分公司	文本进	苏州市工业园区通园路339号2幢302室	66.91	-	2014.02.16至2016.03.15	3,000.00
21	上海道杉房地产经纪有限公司	陈晓蕾	上海市浦东新区三林路1607-1613(单)号地下1/1-2层	410.43	沪房地浦字(2012)第032495号	2014.02.15至2020.05.15	9,000.00

(五) 公司员工、核心技术人员及研发投入情况

1、公司员工整体情况

截至2015年8月31日，公司共有员工421人，全部是与房掌柜签署劳动合同的正式员工。公司员工的具体构成如下：

(1) 按年龄分布：

年龄区间	人数（人）	占员工总数的比例（%）
20岁以下	11	2.61
20至-25岁	176	41.81
25-30岁	154	36.58

30 岁以上	80	19.00
合 计	421	100.00

公司员工年龄结构偏年轻化，30岁及以下员工人数占公司员工总数的81.00%。公司主营业务为房地产互联网O2O营销业务，属于互联网信息服务业，年轻化的年龄结构与公司主营业务有着较好的匹配性。

(2) 按学历分布：

学 历	人数（人）	占员工总数的比例（%）
研究生以上	3	0.71
大学本科	173	41.09
大专	195	46.32
高中或中专	50	11.88
合 计	421	100.00

公司员工全部具有中专及以上学历，且公司大专及以上学历员工人数占公司员工总数的88.12%，公司员工平均受教育程度良好，与公司主营业务有着良好的匹配性。

(3) 按岗位分布：

分 工	人数（人）	占员工总数的比例（%）
营销、企划和渠道人员	236	56.06
采编人员	101	23.99
研发人员	43	10.21
行政人员	15	3.56
财务人员	26	6.18
合 计	421	100.00

公司企划营销人员、采编人员、研发人员等占员工总数的比例较为合理，各类人员可以满足公司未来业务开展的需要，与公司主营业务有较好的匹配性。

2、核心技术人员

(1) 公司核心技术人员、研发人员占员工总数的比例

人员类别	人数（人）	占员工总数的比例（%）
研发人员	43	10.21
其中：核心技术人员	5	1.19

研发设计中心现有研发人员43名，主要负责公司的网站平台搭建和移动客户端产品的研发工作。

(2) 核心技术人员介绍

公司核心技术人员团队由陈俊等5人组成，公司核心技术人员均具有大专及以上学历，拥有多年的网络技术服务、研发工作经验，与公司主营业务匹配性良好。公司核心技术人员介绍如下：

陈俊，具体情况请参见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“四、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）董事会成员”。

杨益强先生，本科学历。2009年10月至2010年4月任职于天泽检测仪器，从事网站开发工作，2010年5月至2012年4月任东莞市鼎点网络科技有限公司技术主管，从事研发工作，2012年5月至今任公司技术主管，从事研发工作。

赵梓贺先生，本科学历。2010年8月至2011年6月任职于东莞市睿客电子商务技术有限公司，从事研发工作，2011年7月至今任公司技术主管，从事研发工作。

陈国强先生，大专学历。2003年8月至2004年12月任职于韶关清华同方，从事计算机网络技术服务工作，2005年3月至2006年10月任韶关雅虎搜索技术主管，从事Web2.0研发设计工作，2007年3月至2008年4月任中国压铸网技术经理，从事Web2.0研发设计工作，2008年5月至今任公司网页设计经理，从事Web2.0等研发设计工作。

江夏女士，大专学历。2011年10月至2013年5月任广州金燕达观广告有限公司助理美术指导，2013年6月至今任公司美术指导，从事设计指导工作。

(3) 核心技术人员变动情况及持股情况

公司核心技术人员团队最近两年未发生重大变动，除陈俊外，其他研发人员未持有公司股份。

3、研发费用及占营业收入的比重

公司一直注重研发投入，研发费用主要用于公司的网站平台搭建和移动客户端产品的研发。为保持公司在行业中的技术领先优势，公司研发投入稳定上升，报告期内研发费用占营业收入比重一直维持在较高水平。报告期内，公司研发投入情况如下：

项目	2015 年 1-8 月	2014 年度	2013 年度
研发费用（元）	1,884,857.73	2,522,179.09	1,065,395.20
营业收入（元）	50,230,494.12	51,876,800.82	16,346,399.03
研发费用占营业收入比重（%）	3.75	4.86	6.52

（六）行业协会资质证书和高新技术企业认证

2013年5月，广州房掌柜取得了广东省信息网络服务协会颁发的会员证书，有效期限为2013年5月至2018年5月。

2013年12月，广州房掌柜取得了广州互联网协会会员证书，批准广州房掌柜为协会常务理事单位，有效期限为2013年12月至2018年7月。

2015年4月15日，广州房掌柜取得了广东省互联网协会颁发的会员证，任命广州房掌柜为协会商务理事单位，张毅为协会常务理事，证书编号015031，有效期限为2015年4月15日至2017年4月16日。

2015年4月15日，广州房掌柜取得了中国房地产业协会会员证，批准广州房掌柜为协会会员，证书编号为中国房协会员证第200378号，发证日期为2015年4月15日。

2015年8月12日，广州房掌柜取得了广州市软件行业协会颁发的单位会员证书，批准广州房掌柜为协会单位会员，证书编号2015GZSAP0060，有效期限为2015年8月12日至2016年8月13日。

2015年10月，广州市网络文化协会为广州房掌柜颁发了会员证书，并聘任张

毅为第二届广州市网络文化协会理事。

2015年10月10日，广东省科技厅公布的2015年第二批拟认定高新技术企业认证的名单中包含广州房掌柜。

四、公司的具体业务情况

（一）公司收入结构及前五名客户情况

1、公司收入结构

报告期内，公司营业收入情况如下：

项目		2015年1-8月		2014年度		2013年度	
		金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
房 地 产 互 联 网 O2O 营 销 业 务	新房电商收入	3,697.73	73.62	1,983.28	38.23	17.48	1.07
	新房互联网推广收入	1,101.06	21.92	3,017.23	58.16	1,596.87	97.69
	二手房交易服务收入	24.20	0.48	10.33	0.20	-	-
	其它衍生业务收入	200.06	3.98	176.83	3.41	20.29	1.24
合 计		5,023.05	100.00	5,187.68	100.00	1,634.64	100.00

公司主营业务为房地产互联网O2O营销业务，具体包括新房电商业务、新房互联网推广业务、二手房交易服务和其它衍生业务。其中新房电商业务收入在主营业务收入中的占比逐年上升，新房互联网推广业务收入在主营业务收入中的占比逐渐下降，具体变动原因参见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“（三）按产品（服务）类别列示的收入、毛利率及变动分析”之“1、收入分析”。

2、公司前五名客户情况

报告期内，公司对前五名客户销售额及占营业收入的比例如下：

年	主要客户	销售金额（万元）	占当期营业收入
---	------	----------	---------

度			的比例（%）
2015年1-8月	北京宏岸图升网络技术有限公司广州分公司	56.89	1.13
	深圳市恒丰浩森房地产有限公司	50.78	1.01
	东莞市光大房地产开发有限公司	48.91	0.97
	东莞厚街万达广场投资有限公司	45.69	0.91
	中山市雅建房地产发展有限公司	42.72	0.85
	合 计	244.99	4.88
2014年	富居网络科技（上海）有限公司	238.46	4.60
	深圳市恒丰浩森房地产有限公司	141.99	2.74
	上海华坚置业有限公司	117.52	2.27
	北京宏岸图升网络技术有限公司广州分公司	116.66	2.25
	万科企业股份有限公司	102.96	1.98
	合 计	717.59	13.83
2013年	东莞市桃源商住建造有限公司	85.40	5.22
	东莞市广源房地产开发有限公司	84.25	5.15
	上海浦东古北置业有限公司	62.82	3.84
	保利（东莞）房地产开发有限公司	58.56	3.58
	上海绿地邻森置业有限公司	52.78	3.23
	合 计	343.80	21.03

公司董事、监事、高级管理人员和其它核心人员及其关联方或持有公司5%以上股份的股东在上述客户中不占有权益。

报告期内主要客户的基本情况如下：

客户类型	名 称	基本情况	与公司是否存在关联关系
房地产开	东莞市光大房地	东莞市光大房地产开发有限公司成立于 2002 年 8	无

发商	产开发有限公司	月 22 日, 注册资本 4.08 亿元, 法定代表人陈润光	
	东莞厚街万达广场投资有限公司	东莞厚街万达广场投资有限公司成立于2013年9月5日, 注册资本8亿元, 法定代表人齐界	无
	中山市雅建房地产发展有限公司	中山市雅建房地产发展有限公司成立于2003年11月6日, 注册资本1.23亿元, 法定代表人郑建强	无
	深圳市恒丰浩森房地产有限公司	深圳市恒丰浩森房地产有限公司成立于2006年9月7日, 注册资本5,000万元, 法定代表人卢暖培	无
	上海华坚置业有限公司	上海华坚置业有限公司成立于2010年9月17日, 注册资本1.02亿元, 法定代表人周水林	无
	万科企业股份有限公司	万科企业股份有限公司(股票代码: 000002)成立于1984年5月30日, 注册资本1,099,521.0218万元, 法定代表人王石	无
	东莞市桃源商住建造有限公司	东莞市桃源商住建造有限公司成立于2005年6月21日, 注册资本1亿元, 法定代表人陈润光	无
	东莞市广源房地产开发有限公司	东莞市广源房地产开发有限公司成立于2004年5月27日, 注册资本2.22亿元, 法定代表人赵智谋	无
	上海浦东古北置业有限公司	上海浦东古北置业有限公司成立于2007年11月19日, 注册资本5亿元, 法定代表人李越峰	无
	保利(东莞)房地产开发有限公司	保利(东莞)房地产开发有限公司成立于2010年11月23日, 注册资本5,000万元, 法定代表人余英	无
	上海绿地邻森置业有限公司	上海绿地邻森置业有限公司成立于2009年12月28日, 注册资本5.6亿元, 法定代表人费军	无
联合电商 (收款方)	富居网络科技(上海)有限公司	富居网络科技(上海)有限公司成立于2014年1月16日, 注册资本500万元, 法定代表人郑佳。 经营范围: 网络科技、信息科技、通信科技、自动化科技领域内的技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询, 计算机软件开发, 计算机系统集成, 网络工程, 电子商务(不得从事增值电信、金融业务), 计算机软硬件的销售, 图文设计制作, 设计、制作各类广告, 利用自有媒体发布广告, 摄影服务(除扩印), 翻译服务, 展览展示服务, 企业形象策划, 市场营销策划, 投资咨询, 企业管理咨询, 商务信息咨询, 房地产经纪	无
	北京宏岸图升网络技术有限公司广州分公司	北京宏岸图升网络技术有限公司成立于2010年11月15日, 注册资本15万美元, 法定代表人代建功。 北京宏岸图升网络技术有限公司广州分公司成立于2011年8月12日, 负责人代建功。	无

		经营范围：计算机软硬件的技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询；数据处理；销售自行开发的产品；批发日用杂货、五金、针纺织品、家具、建筑材料（钢材除外）、家用电器、厨房用具	
--	--	---	--

报告期内，各年度之间前五名客户、前五名客户销售额及占营业收入的比例有较大变化，主要原因如下：

（1）营业收入结构的变化导致前五名客户发生较大变化。公司新房互联网推广业务收入占营业收入比例逐期下降，2013年、2014年和2015年1-8月占比分别为97.69%、58.16%和21.92%，同期新房电商业务收入占营业收入比例逐期上升，分别为1.07%、38.23%和73.62%。

（2）业务范围扩张导致前五名客户发生较大变化。公司近年来业务范围逐渐由珠三角地区扩张至全国，伴随着公司业务范围的扩张和公司营业收入的增加，公司新增客户数量不断增加。

（3）经营规模迅速扩张导致前五名客户销售占比逐年下降。公司业务正处于高速发展期，2013年、2014年和2015年1-8月公司营业收入分别为1,634.64万元、5,187.68万元和5,023.05万元，公司经营规模持续稳健地扩张，导致前五名客户销售额占营业收入的比重逐期下降。

（二）公司成本结构及前五名供应商情况

1、公司成本结构

公司报告期内营业成本情况如下：

序号	业务名称	2015 年 1-8 月		2014 年度		2013 年度	
		金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
房地产互联网O2O营销业务	新房电商	2,031.28	81.44	1,100.22	50.31	11.98	2.17
	新房互联网推广	323.30	12.56	964.31	44.10	530.40	96.07
	二手房交易服务	3.89	0.16	7.63	0.35	-	-
	其他	135.66	5.44	114.69	5.24	9.75	1.77
合 计		2,494.13	100.00	2,186.85	100.00	552.13	100.00

公司新房电商业务成本在营业成本中的占比逐年上升，新房互联网推广业务成本在营业成本中的占比逐渐下降，这与公司收入结构变化情况相一致。

2、公司对前五名供应商的采购情况

报告期内，公司向前五名供应商的采购情况如下表所示：

年度	供应商	采购金额(万元)	占当期营业成本的比例 (%)
2015年1-8月	东莞市九棵松广告有限公司	243.76	9.77
	东莞乐居广告有限公司	187.10	7.50
	重庆耀度置业代理有限公司	154.53	6.20
	广东中典传媒有限公司	41.34	1.66
	北京怡然居客科技发展有限公司	22.55	0.90
	合 计	649.28	26.03
2014年	东莞市九棵松广告有限公司	197.09	9.01
	广东省南方广告有限公司	66.93	3.06
	北京搜狐新媒体信息技术有限公司	51.78	2.37
	广州敏信广告有限公司	49.38	2.26
	广东新快报媒体广告有限公司	45.95	2.10
	合 计	411.13	18.80
2013年	深圳市房掌柜网络科技有限公司	97.13	17.59
	东莞市鸿仁文化传播有限公司	17.05	3.09
	东莞市康帝国际酒店有限公司	16.11	2.92
	广州市京穗房地产开发有限公司圣丰索菲特大酒店	15.12	2.74
	深圳市盛仕康投资发展有限公司	15.00	2.72
	合 计	160.41	29.06

除深圳市房掌柜网络科技有限公司外，公司董事、监事、高级管理人员和其

它核心人员及其关联方或持有公司5%以上股份的股东在上述供应商中不占有权益。

（三）重大业务合同及履行情况

报告期内，对公司持续经营有重大影响的业务合同主要包括信息服务、广告劳务采购合同，新房电商业务和新房互联网推广销售合同等。

1、报告期内重大采购合同及履行情况如下：

报告期内，公司选取金额大于50万元的采购合同作为重大采购合同。由于部分采购合同为框架性协议，直至合同期结束才能确认具体合同金额，因此公司还选取可能涉及金额较大或已确认支出金额较大的框架性协议采购合同披露如下：

序号	合同对手方	合同名称	合同内容	合同金额（万元）	合同有效期或合同签订日期	履行情况
1	深圳市房掌柜网络科技有限公司	房地产营销服务协议	服务采购	97.13	2013年1月1日-2013年12月31日	履行完毕
2	北京搜狐新媒体信息技术有限公司、东莞市九棵松广告有限公司	中央公园大宅项目媒体联合电商合作协议	电商分款	51.78	2014年3月9日-2014年6月8日	履行完毕
3	重庆耀度置业代理有限公司	房产销售成交合作协议书	电商分款	框架协议	2014年10月1日-2015年9月30日；2015年10月1日-2016年9月30日	履行中
4	东莞市九棵松广告有限公司、东莞乐居广告有限公司、北京怡然居客科技发展有限公司	卓越商业广场电商服务合同	电商分款	563.91	2014年10月16日-2015年1月15日	履行完毕

注：在公司作为联合电商（收款方）签订的合同中，可能包含多家联合电商（非收款方），因此前五名供应商统计中的各期采购金额较小，但单个电商服务合同的合同总采购金额较大。

2、报告期内重大销售合同及履行情况如下：

报告期内，公司选取合同金额大于100万元的销售合同作为重大销售合同披露如下：

序号	合同对手方	合同名称	合同内容	合同金额 (万元)	合同有效期或合 同签订日期	履行 情况
1	诺楠紫乐轩置业 (惠州)有限公司	推广信息服 务合同	新房互联 网推广	120	2015年5月1日 -2017年4月30 日	履行 中

注：公司各期前五名客户当中，部分客户的单期销售金额较大，但由于客户在当期与公司签订多个合同，而单个合同金额较小，未予以披露。

3、报告期内其他重大业务合同及履行情况如下：

报告期内，公司选取合同金额大于70万元的新房电商业务合同和房屋认购合同作为其他重大合同进行披露，由于部分新房电商业务合同为框架性协议，直至合同期结束才能确认具体合同金额，因此还选取可能涉及金额较大或已确认收入金额较大的框架性协议合同披露如下：

序号	合同对手方	合同名称	合同内容	合同金额 (万元)	合同有效期或合 同签订日期	履行情 况
1	无锡盛联房产开 发有限公司	绿地西水东项目 房掌柜团购合作 协议	新房电 商	框架协 议	2015年1月16 日-2015年4月 15日；2015年 4月16日-2015 年7月15日	履行完 毕
2	广州市新碧房地 产开发有限公司	合作电商项目合 作备忘录	新房电 商	230.19	2015年7月11 日-2015年8月 31日	履行完 毕
3	上海华坚置业有 限公司	君逸国际公馆项 目电商合同	新房电 商	117.52	2014年6月15 日-2014年9月 30日	履行完 毕
4	富居网络科技 (上海)有限公 司	富居网络电子商 务推广合作协议	新房电 商	238.46	2014年7月31 日-2014年10 月31日	履行完 毕
5	惠东县莱洋天置 业有限公司	莱蒙水榭湾-房掌 柜电商服务合同	新房电 商	框架协 议	2015年6月1 日-2015年12 月31日	履行中
6	中交四航局第二 工程有限公司	中交港湾国际项 目电商服务合同	新房电 商	框架协 议	2015年4月13 日至项目所有 房屋售罄	履行中
7	无锡国盛房产开	房屋认购书	房产认	648.36	2015年2月21	履行完

	发有限公司	000291、000292、 000293、000294、 000296	购权		日	毕，认购 权已更 名至实 际购房 人名下
--	-------	--	----	--	---	----------------------------------

五、公司商业模式

作为一家全国性房地产互联网营销O2O平台公司，房掌柜立足于房地产网络营销服务行业，拥有包括新房电商业务、新房互联网推广、家居装修互联网营销、二手房交易服务和其它衍生业务的线上线下一体化复合型商业模式。公司通过自主研发的房地产垂直门户平台和移动互联网APP，将自身线上业务与线下业务相结合，形成了能够为房地产及其衍生行业的客户和消费者提供全方位服务的O2O闭环。公司通过自身的不断发展，使得自身所打造的房掌柜O2O闭环更加完整，真正能够实现360度房地产交易服务链。

报告期内公司的销售毛利率、期间费用率、销售净利率与同行业公司对比情况如下：

年份	项 目	房掌柜	楼市通网	亿房信息	三六五网	新浪乐居	搜房网
2013 年	营业收入 (万元)	1,634.64	729.58	2,881.96	37,659.83	207,960.40	395,175.60
	销售毛利率 (%)	66.22	51.93	80.77	94.31	80.92	83.92
	期间费用 率 (%)	68.32	32.94	62.98	58.83	67.74	27.02
	销售净利 率 (%)	-2.68	14.75	16.98	29.04	12.68	46.84
2014 年	营业收入 (万元)	5,187.68	4,199.46	3,159.52	47,618.20	307,532.40	435,785.60
	销售毛利率 (%)	57.85	49.16	82.58	93.66	89.69	79.27
	期间费用 率 (%)	54.28	34.26	63.33	57.80	73.59	31.57
	销售净利 率 (%)	1.33	11.49	7.81	30.90	13.38	36.03

2013年和2014年房掌柜销售毛利率分别为66.22%和57.85%，较同行业上市公司和股转系统挂牌公司相对偏低，具体原因参见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“（三）按产品（服务）类别列示的收入、毛利率及变动分析”之“3、同行业上市公司比较分析”。

2013年和2014年房掌柜期间费用率分别为68.32%和54.28%，与同行业上市公司和股转系统挂牌公司平均期间费用率基本持平，具体原因参见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“（四）主要费用及变动情况”之“2、同行业上市公司比较分析”。

公司的商业模式有着良好的可持续性，随着新开展业务地区业务量的上升，公司的销售利润率将逐渐上升，公司预期盈利能力良好。

（一）采购模式

公司属于轻资产公司，公司为正常运营所采购的固定资产（如服务器、电脑等）、常规性办公用品、员工福利品等物品，均由各部门根据实际需要向公司行政中心提出申请并批准后，由行政中心统一采购。

当公司作为独家电商与房地产开发商签订新房电商业务合同时，公司可能向其他房地产营销公司采购营销推广服务。当公司作为联合电商（收款方）与房地产开发商签订新房电商业务合同时，公司将作为收款方统一收取购房者预交的服务费，待项目结算后公司将支付给联合电商（非收款方）合同约定的款项，公司将这部分电商分款作为公司采购联合电商（非收款方）进行联合电商推广服务的支出。

（二）销售模式

公司主要通过下设分公司的营销企划员工通过垂直门户网站、移动客户端产品、电话、上门拜访等方式开发新房电商业务、新房互联网推广和家居装修互联网营销业务的客户，为客户制定详细的新房、家居装修互联网线上线下推广方案，另外公司营销企划员工还在拓展新客户的同时与原有客户保持长期合作关系，及时有效的收集客户反馈的信息并寻求进一步的合作，保证客户续约率维持在较高水平。

（三）采编模式

公司拥有着一百余人的采编团队，全面负责公司对行业资讯集中采编的需要，并负责各地网站、微信公众号和官方微博等平台文章的编写工作。同时，采编中心需协助营销和企划中心撰写合作方案、进行客户洽谈。

公司自主开发并运营的房地产垂直门户平台目前已发展为由北京、上海、广州、深圳、东莞、佛山、武汉等55个城市分站组成的全国性大型垂直门户网站。公司采编团队针对各地区的房地产市场情况，为各分站和APP进行大量行业资讯采集整合、文章撰写及内容编辑工作。经过7年多的发展，房掌柜网站已成为了拥有众多访问者和广泛影响力的房地产垂直门户平台。

（四）研发模式

公司自成立以来通过自主研发已取得8项计算机软件著作权，自主开发多项应用于公司网站平台搭建和移动客户端产品的相关技术。

公司拥有针对产品核心软件、硬件开发和技术更新迭代的自主研发团队，核心技术主要用于公司网站平台的搭建和移动客户端产品的研发。公司研发模式如下图所示：



六、公司所处行业情况、风险特征及公司在行业中所处的地位

（一）行业分类、管理体制、法规及政策

1、公司所处行业分类

公司属于房地产网络营销服务行业。公司主营业务为房地产营销O2O业务，具体包括新房电商业务、新房互联网推广业务、二手房交易服务、家居装修互联网营销和其它衍生业务。

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类（GB/T4754-2011）》，公司所处的行业属于互联网信息服务（分类代码：I6420）。

根据证监会发布的《上市公司行业分类指引》，公司所处的行业属于互联网和相关服务（分类代码：I64）。

根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处的行业属于互联网信息服务（分类代码：I6420）。

根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处的行业属于互联网软件与服务（分类代码：17101010）。

2、行业主管部门、监管体制

我国政府对房地产网络营销服务行业的管理采用法律约束、行政管理和行业自律相结合的管理体制。房地产网络营销服务行业的主要监管部门为国家工信部和中国互联网协会。

中华人民共和国工业和信息化部主要负责制订房地产网络营销服务行业的产业政策、产业标准、产业规划，对行业的发展进行宏观调控，总体把握互联网信息服务内容。各地通信管理局对互联网信息服务业务实施政府监督管理职能。

中国互联网协会以及各地互联网协会是行业的自律性组织，主要作用是组织制定行业规定，维护行业整体利益，实现行业自律；协调行业与政府主管部门的交流与沟通；提高我国互联网技术的应用水平和服务质量，保障国家利益和用户利益；普及网络知识，引导用户健康上网；参与国际交流和有关技术标准的研究；促进我国互联网产业的发展，发挥互联网对我国社会、经济、文化发展和社会主义精神文明建设的积极推动作用。

3、行业主要法律法规及部门规章

我国目前针对房地产网络营销服务行业的专门立法较少，行业相关法规与部门规章主要以国务院颁布的《中华人民共和国电信条例》、《互联网信息服务管

理办法》等行政法规为基础。作为典型的新兴产业，房地产网络营销服务行业的相关政策正随着行业的不断发展而不断完善，相关主要内容如下：

法律法规及规章名称	发布年份	发布部门	主要内容及对本行业影响
《中华人民共和国电信条例》	2000 年 9 月 20 日（2015 年 3 月 25 日修订）	国务院	互联网行业的基础性行政法规，规范电信市场秩序，维护电信用户和电信业务经营者的合法权益，保障电信网络和信息的安全，促进电信业的健康发展。从事房地产网络营销服务的企业需根据条例取得《增值电信业务经营许可证》后方可从事经营
《互联网信息服务管理办法》	2000 年 9 月 25 日	国务院	互联网行业的基础性行政法规，规定对经营性互联网信息服务实行许可制度，企业应向省、自治区、直辖市电信管理机构或者工信部申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证
《信息网络传播权保护条例》	2006 年 5 月 18 日	国务院	条例规定“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。”房地产网络营销所涉及内容来源需合法合规
《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》	2000 年 12 月 28 日	全国人大常委	该决定是为了“兴利除弊，促进我国互联网的健康发展，维护国家安全和社会公共利益，保护个人、法人和其它组织的合法权益”
《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》	2012 年 12 月 28 日	全国人大常委	决定为了“保护网络信息安全，保障公民、法人和其它组织的合法权益，维护国家安全和社会公共利益”
《互联网电子公告服务管理规定》	2000 年 11 月 6 日	信息产业部	电子公告服务提供者开展服务活动，应当遵守法律、法规，加强行业自律，接受信息产业部及省、自治区、直辖市电信管理机构和其它有关主管部门依法实施的监督检查
《中国互联网络域名管理办法》	2004 年 11 月 5 日	信息产业部	在中华人民共和国境内设置域名根服务器及设立域名根服务器运行机构，应当经信息产业部批准；域名注册管理机构应当根据本办法制定相应的域名注册实施细则，报信息产业部备案后施行

《互联网视听节目服务管理规定》	2004 年 12 月 20 日	国家广播电影电视总局、信息产业部	规定“在中华人民共和国境内向公众提供互联网视听节目服务活动的经营者需要取得《信息网络传播视听节目许可证》
《通信网络安全防护管理办法》	2010 年 1 月 21 日	工业和信息化部	办法规定“通信网络运行单位应当在通信网络定级评审通过后三十日内，将通信网络单元的划分和定级情况按照规定向电信管理机构备案”

4、相关产业政策

房地产网络营销服务行业作为近年来发展迅速的新兴产业，受到国家政策的大力扶持，我国政府出台了一系列促进行业健康发展的产业政策，相关政策介绍如下：

（1）《2006-2020年国家信息化发展战略》

2006年3月19日，中共中央办公厅和国务院办公厅联合发布《2006-2020年国家信息化发展战略》，将大力推进我国信息化进程，并将发展网络增值服务、电子商务作为我国信息化发展的重点战略布局。

（2）《关于加快电子商务发展的若干意见》

2008年3月28日国务院办公厅发布《关于加快电子商务发展的若干意见》，提出发挥企业的主体作用，大力推进电子商务应用，继续推进企业信息化建设，重点推进骨干企业电子商务应用。

（3）《电子信息产业调整和振兴规划》

2009年3月，国务院颁发了《电子信息产业调整和振兴规划》，将加快培育信息服务新模式新业态，把握软件服务化趋势，促进信息服务业务和模式创新，综合利用公共信息资源，进一步开发适应我国经济社会发展需求的信息服务业。

（4）《产业结构调整指导目录（2011年本）》

2011年3月27日，国家发改委发布《产业结构调整指导目录（2011年本）》，继续将第二十八类信息产业项下的12小类增值电信业务平台建设产业作为我国重点扶持的鼓励类产业。

(5) 《关于下一代互联网“十二五”发展建设的意见》

2012年3月27日，国家发改委、工信部等多家单位联合发布了《关于下一代互联网“十二五”发展建设的意见》，将努力发展地址资源足够丰富、设施先进、节能泛在、安全可信的下一代互联网，提供更大信息量和多样化的业务应用。预计在“十二五”期间，我国互联网普及率达到45%以上，推动实现三网融合，IPv6宽带接入用户数超过2500万，实现IPv4和IPv6主流业务互通，IPv6地址获取量充分满足用户需求。

(6) 《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》

2015年5月7日，国务院发布《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》，提出我国应充分认识电子商务对国民经济和社会发展的作用，完善政策法规环境，规范电子商务发展，发挥企业的主体作用，大力推进电子商务应用。目标到2020年，统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠的电子商务大市场基本建成。

(7) 《关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见》

2015年5月20日，国务院办公厅发布《关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见》，提出要加快基础设施建设，大幅提高网络速率，有效降低网络资费，持续提升服务水平。

(二) 行业现状及未来发展趋势

1、房地产网络营销服务行业介绍

房地产网络营销是指以互联网为平台，将互联网营销模式应用于房地产领域，对房地产产品的售前、售中、售后等环节进行全方面的服务，是以现代营销理论为基础的一种新型市场营销模式。由于互联网具有传播广、速度快、创新迅速等特点，房地产网络营销不仅仅是将提供方的信息传播给受众的传播媒体，还起到了信息提供方和受众之间交流媒介的作用，而且，以互联网作为平台使得这种媒介比传统媒体具有更多的优势。

房地产网络营销服务企业通过建立自身的网络信息平台，调查和分析消费者的浏览习惯和使用习惯，使得房地产相关信息得到广泛的传播，并使得目标购房者根据自身习惯浏览相关信息。通过不断的用户积累，房地产网络营销服务平台

的网站域名也得到不断推广，网站知名度不断提高。不同于传统媒体，互联网营销过程中消费者点击网站推广内容等行为具有很大的主动性，包括其浏览网页的时间、内容等。

2、房地产网络营销服务行业发展历程

我国房地产营销起步较晚，在互联网出现以前，我国房地产营销主要包括在杂志、报纸、电视的推广内容投放，印发传单，悬挂宣传路牌和售楼现场的宣传资料印发等传统营销模式。这一模式下的营销都是简单的由房地产开发商向购房者单向的传递信息，购房者被动的接受信息。在这一阶段，房地产开发商的营销力度很大，营销成本较高，而营销效果直接与营销力度与成本有着线性相关关系。

在1999年，互联网在中国迎来了第一波巨浪，这时一些有着敏锐市场嗅觉的互联网人开始涉足房地产网站的建设。中国的房地产网络营销服务行业可以说是从这一刻开始出现的。搜房网、搜狐焦点网、新浪乐居网这些日后的房地产网络营销服务网站在这一时期纷纷成立。这一时期的房地产网络营销通常为房地产开发商自建网站宣传，或是在各大房地产网络营销平台上建立专题页面，并以图文并茂的形式，定期更新宣传。

2003年前后，论坛BBS这一形式在中国大陆得到了普遍的认识，以搜狐博客为代表的博客网站在2003年初具规模后，在2005年左右达到了巅峰状态，微博这一形式也随后出现。此类社交网络平台一改以往的单向信息传递模式，这类交互式、全方位的媒体平台，使得从前的信息接受者也可以转变为信息传播者进行信息传播，每一个单独的人都可以是网络营销的一个重要媒介。社交媒体营销的概念在这一阶段被提出，住房销售作为与网民生活息息相关的问题，开始越来越多的在此类社交网络平台上出现。此时，房地产网络营销服务行业进入了以社交媒体网络平台为基础的信息互通时代。

2011年1月21日腾讯公司推出了移动端社交软件“微信”，标志着中国网络社交媒体全面进入移动时代。凭借着腾讯公司网络社交媒体QQ庞大的用户群体基础，截至2014年第二季度，微信月度活跃用户数量已达到4.38亿。对房地产网络营销服务行业的工作人员来说，微信的出现使得他们可以更加频繁、快捷的与客户进行沟通。在微信产生初期，其便捷的连接功能弥补了以往营销过程中信息

传达不充分和信息沟通不到位的缺陷。微信发展至今，房地产网络营销服务企业更是可以通过其微信公众号、公共服务平台账号和朋友圈文章发布等功能，以涵盖售前、售中、售后的全方位服务建立起牢固的“营销圈”，再结合线上、线下联合营销的模式，房地产网络营销服务企业已经形成了全方位的“微信营销矩阵”。同时，在房地产网络营销模式逐渐多元化的情况下，房地产网络营销服务企业如何利用自身及他人的渠道进行自身品牌的宣传，以树立企业自身的良好形象这一问题，也逐渐成为各房地产网络营销服务企业重点研究的课题之一。

随着搜房网和新浪乐居登陆美国纽交所，三六五网在A股创业板上市，房地产网络营销服务企业通过资本市场上市融资扩大企业知名度，建立良好企业品牌形象这一方法逐渐被房地产网络营销服务企业所认同。

2011年4月，房产电商这一名字突然进入到公众视野，随着“国八条”的出台，房产市场受宏观政策影响，逐渐走向低迷。在此背景下，新浪乐居联合SOHO中国首次合作推出网上卖房，将房地产电子商务这一概念纳入房地产领域。紧随其后的搜房网、搜狐焦点网等房地产网络营销服务网站纷纷加入这一领域，在众多互联网运营商的共同推动下，开发商与代理商也逐渐认识并参与到房地产电商领域中，经过近几年的发展，房地产电商模式已经成为拉动房产销售的有力渠道。房产电商是对增值电信服务业务的进一步延伸，推动了房产行业进一步发展，在房地产网络营销领域形成了完整的服务链条。

回顾我国房地产网络营销服务行业的发展，随着植入式营销、平台式营销、互通式营销、移动营销、房地产电商营销等模式的日益成熟，企业将在满足目标购房群体的多样需求基础上，进一步探索多维度房地产网络营销服务模式。

3、房地产新房网络营销市场规模分析

面对过去几年房地产行业的高速发展，房地产网络营销服务行业产生了巨大的市场需求。而目前国内现存的房地产网络营销服务平台尚不能提供全面和综合的信息来服务于中国房地产市场的购房者、开发商和其它主要行业参与者。近年来，中国房地产营销主要是通过电视、报纸、杂志、传单等离线媒体，而在线推广所具有的成本低、传播速度快、传播范围广的特点使得房地产网络推广内容投放量近年来显著增加。

2012年至2014年我国房地产新房网络营销市场规模情况如下：



数据来源：易观国际

根据易观国际统计，2014年中国房地产新房网络营销市场规模达到88.60亿元，同比增长26.75%，依然保持着较快的增长速度。尽管房地产网络营销市场规模的增速有所放缓，但总体来说，我国房地产网络营销市场仍处于较为快速的发展阶段。

4、我国房地产网络营销服务分类及现状

根据国家统计局数据显示，截至2014年底，中国网民数量达到6.49亿，互联网普及率为47.43%。中国互联网行业迅猛的发展势头，使得互联网用户将越来越多的资源分配到互联网的各个方面，这为中国房地产网络营销服务提供了良好的基础。网络的高效、全面和交互性等特点，实现了企业与用户的良好沟通，促进企业运营效率与用户信息获取效率的提高。良好的网络环境带动了社会全局的变革，当然也带动了房地产开发商特别是房地产网络营销服务行业的发展。

目前，我国房地产网站主要有两种类型，一是房地产开发商自建企业网站，二是房地产垂直门户平台，三是综合类网站下设的房地产板块。

房地产开发商自建网站目前还不能完全独立于传统营销发展，网站首先必须借助于传统营销方式的宣传，立足自身房地产产品与服务的质量，树立品牌形象。企业以传统营销模式建立的品牌知名度对企业网络营销的开展至关重要。有了良好的品牌知名度后，房地产开发商自建网站才能够引导消费者进入网站，使企业

的产品以网络营销的形式呈现在消费者面前。万科地产、华润置地的官方网站就是此类网站的代表。

房地产垂直门户平台大致分为两类。第一类是地方性房地产垂直门户网站，此类网站主要以社区BBS为客户交流的主要平台，结合对房地产政策、新闻的及时更新发布，吸引用户访问，如楼市通、亿房信息等。第二类是全国性房地产垂直门户网站，如搜房网、三六五网、房掌柜等。这类网站不再只是房地产新闻与信息的发布平台，而是通过对大量房地产相关信息的整合分析，包括各类房地产产品的基础信息、销售情况、企业新闻与业主论坛等，对新房销售、二手房销售及租房各业务进行全方面综合性服务。网站通过多样的服务形式与信息内容，来加强房地产开发商与消费者的互动交流。

国内大型综合类网站均设有独立的房地产板块，如新浪乐居、搜狐焦点等。该类网站凭借着综合类网站用户较多、访问量较大的优势，将部分用户分流至房地产板块，从而开展自身房地产网络营销业务。

5、房地产网络营销服务行业未来发展趋势分析

尽管我国房地产网络营销规模的增速有所放缓，但房地产网络营销模式作为房地产营销领域的创新模式，依然受到房地产开发商的青睐。房地产网络营销在满足目标购房群体的多样需求基础上，将会进一步探索多维度房地产网络营销服务模式，在未来可见的时间里，房地产网络营销服务行业将向着以下几个方向发展：

（1）技术专业化

现阶段，房地产网络营销模式中对于房地产产品主要以文字、图片的形式进行宣传，这样的宣传使得消费者缺乏良好的体验与感知。目前互联网相关技术在多媒体领域已经相当成熟，将计算机领域的专业技术引入房地产网络营销，比如模拟3D沙盘、视音频结合的短片、全景地图等，将会给消费者带来身临其境地体验和感受。

互联网的共享性和开放性，决定了网络营销信息不分地域、时间的传播，决定了网络营销是从全国乃至世界范围去寻找客户。更加专业的行业技术必然会给房地产网络营销服务行业带来不断的变化

（2）分工明确化

房地产网络营销分工明确化体现在两个方面，一是房地产市场网站之间的分工明确化，二是房地产网络营销企业内部分工明确化。目前，三类房地产网络营销网站基本涵盖了房地产网络营销的市场分工，但这一市场分工的界限还比较模糊，不同网站之间随着房地产网络营销的不断发展成熟，各房地产网络营销企业必将更加合理的利用各自的资源，使企业品牌推广、综合信息服务与网络销售、网上交易的目标更加明确。与此同时，各房地产网络营销企业也将逐渐将团队内部分工细化，如不同地域分工或不同职能部门的专业化分工等。通过专业化的分工，房地产网络营销将更加便于消费者获取透明完备的信息，更大程度减少房地产销售各方参与者的各项成本。

（3）运营最优化

在房地产网络营销服务行业逐渐发展起来的同时，众多的房地产网络营销企业也产生了激烈的竞争。房地产网络营销的成本优化必将成为房地产网络营销企业的重要策略之一。比如将大数据概念引入房地产网络营销，点对点、高针对性的进行产品网络营销，将会很大程度上节约房地产网络营销企业的运营成本。企业可以借助互联网将不同的传播营销渠道进行统一设计规划和协调整合，以统一不同传播渠道向客户传达的信息。

（4）市场导向化

由于宏观调控的原因，房地产营销领域内的高档住宅、别墅类项目将被适当降低营销规模，而普通住宅开发和商业地产开发则会成为未来房地产网络营销的主要标的。在网络宣传方面，房地产营销应把眼光投向大中型城市，关注大中型城市的消费者的消费习惯，制定相应的网络营销策略。二手房的购房客户也将成为房地产开发商拓展的重要对象，网络营销势必会配合未来大势有所调整。另一方面，随着消费者受教育程度逐渐提升，“80后”、“90后”、“00后”逐渐成为未来房地产市场消费的主力军，此类消费者非常习惯通过互联网来获取信息，这将给房地产网络营销带来深远影响。同时新一代的购房者越来越强调个性化和个人体验，基于计算机技术和网络技术的发展，房地产网络营销服务行业也许不久就将实现个人定制服务。

（三）影响行业发展的有利与不利因素

1、影响行业发展的有利因素

（1）国家产业政策支持

《产业结构调整指导目录（2011年本）》中在鼓励类第二十八条“信息产业”中将“增值电信业务平台建设”列入其中。国家发改委、工信部等多家单位联合发布了《关于下一代互联网“十二五”发展建设的意见》，将努力发展地址资源足够丰富、设施先进、节能泛在、安全可信的下一代互联网，提供更大信息量和多样化的业务应用。国务院在2015年政府工作报告中表示“着力培育新的增长点，促进服务业加快发展，支持发展移动互联网等战略性新兴产业”。

2015年5月7日，国务院发布《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》，提出我国应充分认识电子商务对国民经济和社会发展的作用，完善政策法规环境，规范电子商务发展，发挥企业的主体作用，大力推进电子商务应用。目标到2020年，统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠的电子商务大市场基本建成。

2015年5月20日，国务院办公厅发布《关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见》，提出要加快基础设施建设，大幅提高网络速率，有效降低网络资费，持续提升服务水平。互联网基础设施和网络安全措施的完善将极大的促进房地产网络营销的发展与变革。

（2）宏观经济的持续健康发展

2014年我国国内生产总值为63.65万亿元，按可比价格计算同比增长7.4%，虽然较往年略有降低，但总体来说仍保持着较高的增长速度。伴随着经济的快速发展，中国城镇人口总数从2008年的62,403万人增加到2014年的74,916万人。高速的城市化进程带来了强劲的住房需求，推动了房地产行业的发展。与此同时，城市家庭的消费能力也在不断增长，2013年中国城镇居民家庭人均可支配收入为26,955.1元，同比增长9.73%。代表较高的购买力的中国城市家庭可支配收入的提高，使得城市化进程中的新增城市家庭的住房需求有了可靠的经济支撑。

（3）新的互联网用户群体对网络营销接受程度较高

目前，“80后、90后”已成为房地产市场的主力购买群体，可以预见未来几

年，更加年轻化的“95后、00后”群体也将开始产生大量的购房需求。而这一代年轻人相较于上一代购房群体，对于互联网更加熟悉，也更加善于运用网络获取信息。房地产网络营销服务平台在迎来这些年轻的购房者后，必将迎来新一波的发展势头。

2、影响行业发展的不利因素

（1）法律法规制度落后

我国互联网产业目前还没有一套关于网络营销的完备的法律体系。作为互联网产业的新生事物，目前我国对于房地产网络营销服务行业的相关法律法规和产业政策并不完善，对购房者的权益缺乏相应的保障措施，容易损害购房者的利益。行业相关法律法规的不断完善是电商在未来广泛应用的必要条件。房地产网络营销所涉及的电子支付、电子签名等方面，由于法律法规还未标准化，网络营销还存在一定的法律风险。

（2）网络技术与网络安全问题

房地产网络营销服务行业现阶段遇到了网络技术瓶颈，目前的房地产网络营销方式过于简单化，在近几年内没有实质性的突破创新。同时，在网络交易、网络拍卖等环节的相关技术也尚未发展成熟，技术性问题时有发生，这极大地影响了购房者的网上购房体验。

（3）行业内企业盈利模式与运营模式单一

我国的房地产网络营销服务企业的经营范围普遍雷同，营销模式也大同小异，缺乏个性化的服务。整个房地产网络营销行业还有待进一步分化，使企业具有独特的经营优势。同时，企业在进行房地产网络营销时缺乏全局把控，一些企业将网站维护外包，使得网络运营与网络维护分离，造成网络更新与信息传递的不及时。

（四）进入本行业的障碍分析

1、企业的品牌和信誉壁垒

房地产行业具有单个产品价值较高，购买周期较长的特点，因此购房者在选择房地产网络营销服务平台的时候往往将其品牌的口碑和信誉作为重要的考虑

因素。企业良好的品牌、口碑和信誉伴随着企业长期持续健康经营而产生，这会直接影响购房者对产品的选择和购买。由于我国房地产行业规模巨大、地域辽阔、购房者差异性较大，行业新进入者难以在短时间内在行业内树立起品牌形象并产生用户粘性。

2、人才和技术壁垒

房地产网络营销服务行业属于创新型服务行业，要求行业内企业能够建立并持续维护复杂的网络信息平台。这要求企业中既有传统房地产营销行业中对业务专精的工作人员，又需要同时具有互联网思维、市场营销知识和房地产知识的管理层。行业需要企业员工将互联网、市场营销和房地产知识相融合，对企业员工的素质和从业经验要求较高。目前行业内领先的房地产网络营销企业已经招揽了大批具有以上素质要求的从业人员，由此产生的人才壁垒使市场新进入者较难在短期内拥有较快的发展速度。

（五）行业与上下游行业的相关性

1、本行业与上游行业的联系

房地产网络营销服务行业的上游行业为信息产业。根据国家发改委发布的《产业结构调整指导目录（2011年本）》，信息产业继续作为国家重点扶持的重点产业之一，具有良好的发展前景。信息技术服务业为本行业提供硬件、软件及相关的技术服务，是互联网相关行业的基础。从长远来看，信息产业如果能够保持良好的发展势头，使得互联网行业产生突破性变革，则可能会极大的促进房地产网络营销服务业的发展。

2、本行业与下游行业的关系

房地产网络营销服务行业的下游行业为房地产及下游相关行业。房地产行业的市场规模和发展速度会直接影响到房地产营销规模和发展，具体情况参见本公开转让说明书“第二节 公司业务”之“六、公司所处行业情况、风险特征及公司在行业中所处的地位”之“（六）所处行业风险特征”之“2、受房地产行业波动影响的风险”。

（六）所处行业风险特征

1、行业监管和产业政策风险

我国互联网产业发展落后于西方发达国家，目前还没有一套关于网络营销的完备的法律体系，网络营销跨地域的特性也为立法带来了一定难度，世界各国目前尚无针对网络营销行业的一套完整的法律体系。有形合同相关的法律很难适用于网络营销所涉及的电子支付、电子签名等方面，由于法律法规还未标准化，网络营销还存在一定的法律风险。

2、受房地产行业波动影响的风险

通过对中国房地产网络营销市场规模与房地产竣工面积、商品房销售额等数据的相关性进行分析发现，房地产网络营销行业与房地产行业有着极强的相关性，且影响直接，并无较长的滞后期。



数据来源：国家统计局网站。

2008年的金融危机之后，由于国家政策的导向，中国房地产行业在2009年产生了巨大的反弹，全年商品房销售额同比上涨76.94%，2008年至2013年期间，中国商品房销售额年复合增长率高达28.65%。2014年我国商品房销售额为7.63万亿元，同比减少6.31%，与2013年相比同比增速大幅下降。总体来说，房地产网络营销服务行业的发展受房地产行业影响较大，房地产行业波动所带来的风险不可忽视。

3、知识产权诉讼风险

近年来，随着互联网在我国的不规范发展以及网络知识产权方对其知识产权保护意识的逐渐加强，房地产网络营销服务的相关信息获取渠道是否合法成为房地产网络营销企业不得不考虑的问题之一。如若信息获取渠道不合法，企业将

面临知识产权诉讼风险。

4、技术创新风险

近几年，房地产网络营销模式无较大创新，如果未来网络技术更新放缓，或针对房地产网络营销领域的网络技术创新不能够满足下游市场需求，行业将面临传统房地产营销和线下房地产营销等诸多竞争对手的竞争压力。

（七）公司所处行业地位

1、公司所处市场地位

我国房地产网络营销服务行业市场竞争者众多，搜房网、新浪乐居、搜狐焦点等为目的业务覆盖城市较多的行业内领先企业，但从市场占比等数据看来，国内的房地产网络营销服务行业尚未形成单个企业垄断的市场格局。目前我国房产网络营销服务行业的主要公司情况如下：

项 目	房掌柜	新浪乐居	搜狐焦点	搜房网	三六五网	安居客
业务模式	专业服务与房地产网络营销的垂直门户网站	综合性门户网站下的多元房地产营销服务网站	综合性门户网站下的多元房地产营销服务网站	专业服务与房地产网络营销的垂直门户网站	专业服务与房地产网络营销的垂直门户网站	专业服务与房地产网络营销的垂直门户网站
服务标的	新房、二手房	新房、二手房、家居	新房、二手房、家居	新房、二手房、家居	新房、二手房、家居	新房、二手房
成立时间	2008 年	1998 年	1999 年	1999 年	2006 年	2007 年
业务起源地	珠三角	北京	北京	北京	南京	上海
业务主要范围	全国	全国	全国	全国	全国	全国

2014年全年中国房地产新房网络营销市场规模达到88.60亿元，同比增长26.75%。中国房地产新房网络营销的规模增长，一方面是由于2014年中国房地产市场仍保持较大规模，直接带动了房地产推广内容的营销需求，从而实现了规模增长；另一方面房地产行业在下行压力下，更加重视互联网营销及房地产营销效果的提升、房产电商的快速发展也为规模增长做出贡献。

2、网站数据排名

（1）行业内老牌企业网站排名对比

项 目	房掌柜	搜房网	三六五网	安居客	搜狐焦点	新浪乐居
网站首页网址	www.fzg360.com	www.fang.com	www.house365.com	www.anjuke.com	house.focus.cn	house.sina.com.cn
网站综合排名（一月平均）	3,273	1,586	2,261	1,526	1,060	-

数据来源：www.alexa.cn；数据获取日期：2015年8月13日。新浪乐居网为综合性网站下设子网站平台，ALEXA排名查询无法单独获取新浪乐居网的相关数据。

尽管公司一月平均网站综合排名已处于行业内较高水平，但较行业内老牌企业网站排名仍有一定差距。

（2）行业内新秀企业网站排名对比

项 目	房掌柜	房多多	好屋	Q房网
网站首页网址	www.fzg360.com	www.fangdd.com	www.haowu.com	www.qfang.com
网站综合排名（一月平均）	3,273	93,755	1,740,879	20,151

数据来源：www.alexa.cn；数据获取日期：2015年8月13日。

在与房地产网络营销行业内的新秀企业相比，公司一月平均网站综合排名处于领先水平。房掌柜网站经过长期的经营与发展，已经建立了一定的优势和地位。

（3）行业内挂牌公司网站排名对比

项 目	房掌柜	楼市通网	亿房信息	华燕房盟
网站首页网址	www.fzg360.com	www.95191.com	www.fdc.com.cn	www.hyhouse.com
网站综合排名（一月平均）	3,273	53,752	52,700	5,922,384

数据来源：www.alexa.cn；数据获取日期：2015年8月13日。

公司一月平均网站综合排名均远高于同行业挂牌公司网站，在网站综合实力与影响力排名对比上公司拥有绝对优势。

（八）公司在行业中的竞争优势和劣势

1、主要竞争优势

（1）国内仅有的几家全国性房地产网络营销垂直门户网站和丰富的产品线组合优势

公司所拥有的线上房地产垂直门户网站“FZG360.COM”经过长期的经营与发展，已经建立了相当的优势和地位，与行业内成立时间较长的房地产网络营销网站如搜房网、新浪乐居等相比，房掌柜网站综合排名、日均PV、日均IP等各项排名指标紧随其后，与同行业挂牌公司和其它区域性房地产网络营销网站相比，公司的各项排名指标拥有较大优势。

公司依托其线上房地产垂直门户平台、移动互联网APP及其它媒介形式对公司新房电商业务、新房互联网推广业务等进行营销推广，并通过线下二手房门店和渠道中心，开拓大中型企业购房客户、渗透客户常出入场地的LBS广告、带动同行房地产经纪人转介客户、实施创意公关活动等，提升线上线下互动的O2O平台营销效果。

与此同时，公司根据房地产开发商及其衍生行业客户与消费者的需求，不断进行服务与技术创新，丰富房掌柜移动互联网产品的研发设计，提升产品的用户体验，使用户对公司产品具有较大粘性。

（2）良好的业务网络建设优势

为满足公司自身发展需求，公司自成立以来就确立了“3+X”的城市圈布局规划，在3年内实现了珠三角布点，5年内完成了长三角以及环渤海的跨区域布局，8年内将实现中西部等多个省会城市或直辖市的支点架构。公司已与万科企业股份有限公司、保利（东莞）房地产开发有限公司等多家国内大型房地产开发企业保持了多年的合作，保持着良好的战略合作关系。公司还加入了中国房地产业协会、广东省互联网协会等行业协会，使公司可以更加便利地开展自身业务。截至本公开转让说明书签署之日，公司已完成了7年55城的上线目标，未来三年，公司将实现全国“3+X”城市圈的全线业务落地布局。

未来，公司将充分发挥自身已有的业务网络优势，进一步完善市场开发和营销网络建设，继续完善以市场为导向、双向互动的营销模式，建立科学、适用、实效的营销管理体系和营销网络。公司将更加积极的与房地产开发商、同行业公司等各方沟通交流，在拓宽公司业务网络的同事，也搭建起公司与房地产开发商、同行业公司之间紧密合作的关系。

（3）区域品牌优势

公司自成立以来，重点布局珠三角城市的房地产互联网营销服务领域，以熟悉珠三角房地产市场与当地购房者需求为基础，及时准确地针对不同的市场情况变化制定应对策略。

珠三角是中国房地产市场发展的风向标，珠三角城市群中的广州和深圳，是全国知名大型房企设立总部最多的两个城市，中国房企销售总金额排名 TOP20 名单中，超过 50% 房地产开发商的总部位于广州和深圳，房掌柜均与其从总部层面，在全国范围内建立了长期友好的战略合作关系。相较于长三角、环渤海地区，珠三角的房地产行业整体情况较好，在房地产销售面积、销售套数、销售价格等方面，均处于全国经济圈的领跑地位，公司深耕珠三角将获得较好的收益和回报率。

（4）人才优势

房地产网络营销服务业属于轻资产行业，稳定的人才团队是公司持续健康发展的关键因素。公司拥有稳定的人才队伍与全面的管理体系，公司董事和管理层有着在国内上市公司和海外上市公司任职的工作经历。管理团队中大部分人是多年在中国房地产营销领域工作的经验丰富的资深人士，管理团队中的总编、财务总监、区域负责人、主编等分别在各自专业领域有着多年的从业经验，给公司提供了专业的采编规划经验以及规范的财务管理经验，为公司扩大自身的规模打下了良好的基础。

公司各分站的营销和企划中心共拥有二百余名经验丰富的房地产网络营销专业人才，能够为客户和消费者提供专业高效的营销推广与客户关系维系服务。公司团队专业的服务能力与丰富的项目经验为公司带来了长期、稳定的合作关系，实现员工、公司、合作客户及社会效益的和谐与共赢。

2、主要竞争劣势

（1）资本规模较小

截至 2015 年 8 月 31 日，公司总资产 3,667.84 万元，净资产 780.93 万元，与成立初期相比，资产规模已经有所提升。但是，由于公司门户网站、移动互联网 APP 等产品的研发投入，以及公司业务在全国范围内的新城市布局，均需要投入大量资金，公司仍有较大的资金需求。

公司自 2008 年成立以来就制定了“3+X”的城市圈业务布局战略规划，在经过 7 年的耕耘与积累之后，其全国性的业务布局已初具雏形，业务范围已拓展至北京、上海、武汉、天津、西安、海南等地，公司现有的资本规模显然无法满足其快速扩张的需要。

（2）人才短缺

目前，公司正处于持续布局全国主要经济发达地区的发展阶段，公司快速的发展急需快速引进大量营销、采编和研发人员。为进一步提升公司经营能力、研发能力和抗风险能力，公司仍需进一步引进大量专业人才。

第三节 公司治理

一、最近两年内股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

（一）最近两年内股东大会、董事会、监事会的建立健全情况

公司成立以来，根据《公司法》、《证券法》以及《非上市公众公司监督管理办法》等法律、法规的要求，逐步健全了股东大会、董事会和监事会，建立了比较科学和规范的法人治理结构。

2015年8月17日，股份公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举产生了公司第一届董事会、第一届监事会，审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》等相关制度规则。公司第一届董事会由7名董事组成，其中包括3名独立董事，第一届监事会由3名监事组成，其中包括2名职工代表监事。自此，公司建立了较为规范的公司治理结构。

同日，公司创立大会暨第一次股东大会还审议通过了《对外担保管理制度》、《关联交易管理制度》、《对外投资管理制度》、《控股子公司管理办法》等制度，进一步健全了公司的法人治理结构。

（二）最近两年内股东大会、董事会、监事会的运行情况

最近两年，公司依照《公司法》、《公司章程》和三会议事规则等规章制度规范运行，公司股东、董事、监事和高级管理人员均能按照各自的议事规则或工作细则规范运作，履行勤勉忠诚的义务，未发生损害股东、债权人及其它第三人合法权益的情形。

1、股东大会制度的运行情况

自公司整体变更设立以来，历次股东大会的召开程序均按照《公司法》、《公司章程》的要求规范运行，分别对公司创立、董事和监事的选举、公司治理制度的制定和申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌转让的决策等重大事宜做出了有效决议。

2、董事会制度的运行情况

报告期内，公司历次董事会的召开程序均按照《公司法》、《公司章程》的要求规范运行，分别对公司高级管理人员的选聘、公司主要管理制度的制订、公司重大经营政策等事宜做出了有效决议。

3、监事会制度的运行情况

报告期内，公司历次监事会的召开程序均按照《公司法》、《公司章程》的要求规范运行，分别对公司董事会、高级管理人员工作的监督、主要管理制度的制订、公司重大经营政策等事宜实施了有效监督。

二、董事会对公司治理机制执行情况评估结果

报告期内，公司能够依照《公司法》及《公司章程》、三会议事规则等公司规章制度的要求规范运行，公司管理层注重提升规范运作意识，确保公司各项制度有效执行。

公司已经建立起了由股东大会、董事会、监事会、管理层组成的比较科学规范的法人治理结构，并一直按照相关规定和制度规范运作。公司制定了《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》、《董事会秘书工作细则》、《对外担保管理制度》、《关联交易管理制度》等多项规章制度，建立健全公司治理结构，逐步完善公司内部控制体系。

公司不断完善股东保护相关制度，注重保护股东表决权、知情权、质询权及参与权，在制度层面切实完善和保护股东尤其是中小股东的权利。《公司章程》及《股东大会议事规则》对股东大会的召集、召开及表决程序、股东参会资格及董事会的授权原则做了明确规定，在制度设计方面确保中小股东与大股东享有平等权利；《公司章程》明确规定了纠纷解决机制，确定公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间涉及章程规定的纠纷，应当先行协商解决，协商不成的，依法通过诉讼方式解决；制定《关联交易管理制度》等制度，对公司关联交易的程序及内容作了细致规定，进一步明确了关联股东及董事回避制度，确保公司能独立于控股股东规范运行。

公司董事会认为，公司已建立较为规范的治理机制，相关治理机制能够有效

运行，提高了公司的治理水平，能够保护公司股东尤其中小股东的各项权利。同时，公司内部控制制度的建立，基本能够适应公司现行管理的要求，能够预防公司运营过程中的经营风险，提高公司经营效率、实现经营目标。公司已初步建立了规范的法人治理结构、合理的内部控制体系，但随着国家法律法规的逐步深化及公司业务经营的需要，公司内部控制体系仍需不断调整与优化，以满足公司发展的要求。

三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年内是否存在违法违规及受处罚的情况

（一）最近两年公司违法违规及受处罚情况。

公司最近两年不存在重大违法违规行为及因违法违规而被处罚的情况。

（二）最近两年控股股东、实际控制人违法违规及受处罚情况。

最近两年公司的控股股东、实际控制人不存在重大违法违规行为及因违法违规而被处罚的情况。

四、公司的独立性

公司在资产、人员、财务、机构和业务等方面均具有完全的独立性，并拥有独立、完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

（一）资产独立完整

公司是由房掌柜有限整体变更设立的股份公司。公司设立时，房掌柜有限的全部资产由本公司承继，相关资产的权属变更手续已经完成。公司主营业务为房地产互联网O2O营销业务，具体包括新房电商业务、新房互联网推广业务、二手房交易服务、家居装修互联网营销和其它衍生业务。公司拥有的互联网域名、注册商标权、软件著作权等财产权属明晰，均由公司实际控制和使用。截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在资产被股东占用的情况。

（二）人员独立

公司根据《公司法》、《公司章程》等有关规定选举产生公司董事、监事并聘用高级管理人员，公司劳动、人事及工资管理与控股股东、实际控制人及其控制的其它企业完全独立，公司建立了独立的人事档案、人事聘用和任免、考核、

奖惩制度，与员工签订了劳动合同，建立了独立的工资管理、福利与社会保障体系。

截至本公开转让说明书签署之日，公司总经理、副总经理、财务总监等高级管理人员专职在本公司工作和领薪，除张毅在深圳房掌柜（注销中）担任总经理职务，在北京掌柜影业投资有限公司担任经理职务外，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其它企业中担任除董事、监事以外的其它职务的情形，也未在实际控制人及其控制的其它企业领薪；公司财务人员未在实际控制人及其控制的其它企业兼职。

（三）财务独立

公司设有独立的财务会计部门，配备专职财务管理人员，公司财务总监及财务人员均专职在本公司工作并领取薪酬。公司建立了独立的财务核算体系、财务会计制度和子公司财务管理制度。公司独立在银行开户，不存在与控股股东、实际控制人控制的其它企业共用银行账户的情况。公司独立办理纳税登记，依法独立纳税。

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在为股东及其下属单位、其它关联企业提供担保的情况。公司的财务活动、资金运用由经营管理层、董事会、股东大会在各自职权范围内独立作出决策。

（四）机构独立

公司根据《公司法》、《公司章程》等有关规定建立健全了股东大会、董事会、监事会以及经营管理层的运作体系，制定了相关议事规则和工作细则，并规范运作。公司建立了适应自身发展需要的完整、富有效率的组织结构，成立了独立的管理部门和业务部门。各职能部门和子公司在生产经营场所等方面不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其它企业混合经营、合署办公的情形。

（五）业务独立

公司主营业务为房地产互联网 O2O 营销业务。公司拥有独立完整的业务运营体系，拥有必要的人员、资金和技术储备，拥有按照分工协作和职权划分建立起来的一套完整组织，能够独立支配和使用人、财、物等生产要素，组织和实施

生产经营活动。公司业务与控股股东、实际控制人及其控制的其它企业相互独立，不存在依赖股东及其它关联方的情况，具备独立面向市场自主经营的能力。此外，公司的控股股东、实际控制人出具了避免同业竞争的承诺函，承诺不从事任何与公司构成同业竞争的业务。

五、同业竞争情况及其承诺

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其它企业之间同业竞争情况

截至本公开转让说明书签署之日，控股股东、实际控制人张毅控制的其它公司具体情况如下：

序号	单位名称	注册资本（万元）	持股比例（%）	经营范围	主要从事的业务
1	深圳房掌柜	200.00	80.00	互联网技术开发，网络营销策划与咨询，房地产经纪及营销策划，投资咨询（以上均不含证券、保险、基金、银行、金融业务、人才中介服务及其它限制项目）；信息服务业务	房地产网络营销业务； 2015年开始未实际经营； 注销中
2	西藏房掌柜	500.00	60.00	对房地产业、影视业、文化业、商业、广告业、新闻业、城市基础建设的投资；计算机、互联网信息技术服务；计算机软硬件开发；投资咨询、投资管理（不含金融和经纪业务）；商务信息咨询服务；企业形象策划、产品包装；市场营销策划；活动组织策划；电子产品的批发、零售	对外股权投资
3	深圳前海掌柜投资	500.00	60.00	一般经营项目：投资管理、投资咨询（以上均不含限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）；在合法取得使用权的土地上从事房地产开发经营；投资影视产业（具体项目另行申报）；投资文化产业（具体项目另行申报）；计算机软硬件的技术开发与技术服务；商务信息咨询；企业形象策划；市场营销策划；文化活动策划；电子产品的销售。许可经营项目：经营性互联网信息服务	对外股权投资
4	北京掌柜影业投资有限公司	2,000.00	100.00	项目投资；投资咨询；经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动（不含演出）；租赁服装、音响设备、影视设备；销售机械设备、工艺品、文具用品、玩具、电子产品；摄影摄像	尚未开展实际业务

				服务；音乐技术培训（不得面向全国招生）；舞蹈技术培训（不得面向全国招生）；美术技术培训（不得面向全国招生）；文艺创作；从事文化经纪业务；版权贸易；舞台灯光音响设计；技术进出口、代理进出口；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；礼仪服务；基础软件服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外）；会议及展览服务；电影摄制；电影发行；电影放映。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对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”；电影发行、电影放映、电影摄制以及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。）	
--	--	--	--	--	--

根据公司业务发展规划的整体布局，公司房地产互联网O2O营销业务均由广州房掌柜及其分公司承担。由于深圳房掌柜与广州房掌柜深圳分公司所从事的业务相同，为了缩减管理半径、消除同业竞争，2015年深圳房掌柜不再实际经营，注销工作正在进行中，2015年8月，深圳房掌柜已经在全国企业信用信息公示系统披露了注销公示，并在深圳晶报披露了清算公告。

西藏房掌柜和深圳前海掌柜投资作为公司员工的股权激励平台，仅对房掌柜进行股权投资，不从事其它业务，房掌柜与上述两个公司不存在同业竞争的情形。

北京掌柜影业投资有限公司成立于2015年11月6日，法定代表人为张毅，截至本公开转让说明书签署之日，北京掌柜影业投资有限公司尚未开展实际业务。

（二）避免同业竞争承诺函

为避免今后出现同业竞争情形，实际控制人张毅出具了《避免同业竞争承诺函》，具体内容如下：

承诺人就避免与广东房掌柜网络股份有限公司产生同业竞争做出以下承诺：

1、自本承诺函出具之日起，本人及本人所控制的其它企业在中国境内外将继续不直接或通过其它企业间接从事构成与广东房掌柜网络股份有限公司业务有同业竞争的经营活动，并愿意对违反上述承诺而给广东房掌柜网络股份有限公司造成的经济损失承担赔偿责任；

2、对本人直接或间接控股的企业，本人将通过派出机构及人员（包括但不限于董事、经理）在该等企业履行本承诺项下的义务，并愿意对违反上述承诺而给广东房掌柜网络股份有限公司造成的经济损失承担赔偿责任；

3、自本承诺函签署之日起，如广东房掌柜网络股份有限公司进一步拓展其产品和业务范围，本人及本人所控制的其它企业将不与广东房掌柜网络股份有限公司拓展后的产品或业务相竞争；可能与广东房掌柜网络股份有限公司拓展后的产品或业务发生竞争的，本人及本人所控制的其它企业将按照如下方式退出与广东房掌柜网络股份有限公司的竞争：A、停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品或服务；B、停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；C、将相竞争的业务纳入到广东房掌柜网络股份有限公司来经营；D、将相竞争的业务转让给无关联的第三方；

4、在本人不再持有广东房掌柜网络股份有限公司5%及以上股份前，本承诺为有效之承诺。

（三）同业竞争不会影响公司的持续经营

截至本公开转让说明书签署之日，除深圳房掌柜外，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业未从事相同或相似的业务；目前深圳房掌柜正在办理注销手续，且2015年未实际从事生产经营，控股股东、实际控制人采取消除同业竞争的措施充分、合理、有效；另外，控股股东和实际控制人就避免同业竞争做出了具有法律效力的承诺函，公司后续经营中能有效防范同业竞争可能引致的风险。

六、公司权益是否被控股股东、实际控制人及其控制的其它企业损害的说明

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其它企业占款情况

截至本公开转让说明书签署之日，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其它企业占用的情况。

公司已经建立严格的资金管理制度，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其它企业以借款、代偿债务、代垫款项或其它方式占用的情形，控股股东、实际控制人及其控制的其它企业承诺不占用公司及其控股子公司的资金。

（二）为控股股东、实际控制人及其控制的其它企业提供担保的情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司未对控股股东、实际控制人及其控制的其它企业提供担保。

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

股份公司成立时，股东大会审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》等具体规定，制定了《关联交易管理制度》等管理制度，公司在各项制度中明确规定了关联交易、对外担保决策的审批权限和召集、表决程序，明确规定了关联方回避制度及相关决策未能有效执行的救济措施，可以有效保护公司及中小股东的利益。具体规定如下：

1、《公司章程》的有关规定如下

第三十六条 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。违反相关法律、法规及本章程的规定，给公司及其他股东造成损失的，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。

第三十七条 公司积极采取措施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。

公司不得无偿向股东或者实际控制人提供资金、商品、服务或者其他资产；不得以明显不公平的条件向股东或者实际控制人提供资金、商品、服务或者其他资产；不得向明显不具有清偿能力的股东或者实际控制人提供资金、商品、服务或者其他资产；不得为明显不具有清偿能力的股东或者实际控制人提供担保，或者无正当理由为股东或者实际控制人提供担保；不得无正当理由放弃对股东或者实际控制人的债权或承担股东或者实际控制人的债务。

公司与股东或者实际控制人之间提供资金、商品、服务或者其他资产的交易，应当严格按照有关关联交易的决策制度履行董事会、股东大会的审议程序，关联

董事、关联股东应当回避表决。

公司董事、监事、高级管理人员有义务维护公司资产不被控股股东及其附属企业占用。公司董事、高级管理人员协助、纵容控股股东及其附属企业侵占公司资产时，公司董事会应当视情节轻重对直接责任人给予通报、警告处分，对于负有严重责任的董事应提请公司股东大会予以罢免。

第三十八条 股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：……（十三）审议批准应由股东大会审议的担保事项；……（十六）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

第三十九条 公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过。（一）公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产50%以后提供的任何担保；（二）为资产负债率超过70%的担保对象提供的担保；（三）单笔担保额超过最近一期经审计净资产10%的担保；（四）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；（五）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的30%以后提供的任何担保；（六）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的50%且绝对金额超过3000万元人民币；（七）证券监管部门或公司章程规定的其他担保情形。

股东大会审议前款第（四）项担保事项时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。股东大会审议前款第（五）项担保事项时，必须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

第七十六条 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。

参与股东大会的股东均与审议的交易事项存在关联关系的，全体股东无需回避。

股东大会关联关系股东的回避和表决程序如下：（一）股东大会审议的某一事项与某股东有关联关系，该股东应当在股东大会召开之日前，向公司董事会披露其关联关系；（二）股东大会在审议有关关联交易事项时，大会主持人宣布有

关联关系的股东，并解释和说明关联股东与关联交易事项的关联关系；（三）大会主持人宣布关联股东回避，由非关联股东对关联交易事项进行审议、表决；（四）关联事项形成决议，必须由出席会议的非关联股东有表决权的股份数的半数以上通过；如该交易事项属特别交易范围，应由出席会议的非关联股东有表决权的股份数的三分之二以上通过；（五）关联股东未就关联事项按上述程序进行关联关系披露或回避的，有关该关联事项的决议无效。

第一百零二条 董事会行使下列职权：……（八）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保、委托理财、关联交易等事项……。

第一百一十四条 董事会审议关联交易的，关联董事不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足三人的，应将该事项提交股东大会审议。

2、《股东大会议事规则》的有关规定如下

第五条 公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过。该部分条款与《公司章程》第三十九条基本一致。

第二十二条 股东大会拟讨论董事、监事选举事项的，股东大会通知中应当充分披露董事、监事候选人的详细资料，至少包括以下内容：……（二）与公司或公司控股股东及实际控制人是否存在关联关系……。

第四十一条 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说明非关联股东的表决情况。审议关联交易事项，关联股东的回避和表决程序如下。该部分条款与《公司章程》第七十六条基本一致。

第四十五条 股东大会对提案进行表决前，应当推举两名股东代表参加计票和监票。审议事项与股东有利害关系的，相关股东及代理人不得参加计票、监票。股东大会对提案进行表决时，应当由股东代表与监事代表共同负责计票、监票，并当场公布表决结果，决议的表决结果载入会议记录。

3、《董事会议事规则》的有关规定如下

第五条 董事会行使以下职权：……（八）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、委托理财、关联交易、资产抵押及对外担保事项……。

第七条 董事会应当确定其对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。

第二十三条 委托和受托出席董事会会议应当遵循以下原则：（1）在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托；……。

第三十八条 董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足三人的，应将该事项提交股东大会审议。

4、《独立董事工作制度》的有关规定如下

第二十三条 赋予了独立董事在重大关联交易上的特别职权。

第二十五条 独立董事应当对公司重大事项及以下事项发表独立意见：（1）对外担保；（2）重大关联交易；……。

5、《关联交易管理制度》的有关规定如下

第十条 关联交易的决策权限：（1）公司与关联自然人发生的交易金额低于30万元人民币的关联交易以及公司与关联法人发生的交易金额低于人民币300万元，或低于公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%的关联交易，由总经理办公会议审议批准后执行；（2）公司与关联自然人发生的交易金额在30万元人民币以上低于3,000万元人民币的关联交易（公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款）以及公司与关联法人发生的交易金额在300万元人民币以上低于3,000万元人民币，且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上低于5%的关联交易，由公司董事会审议批准后方可实施，但公司与其控股子公司的关联交易除外；（3）公司与关联人发生的交易金额在人民币3,000万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易，经由公司董事

会审议通过后提交股东大会审议，该关联交易在获得公司股东大会审议批准后方可实施，但公司获赠现金资产和提供担保除外。

第十一条 董事会就关联交易进行决策的程序如下：董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会会议的非关联董事人数不足三人的，公司应当将交易提交股东大会审议。

第十二条 股东大会审议关联交易事项时，关联股东应当回避表决。

第十三条 公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

公司为持股5%以下的股东提供担保的，参照前述规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

七、董事、监事、高级管理人员有关情况说明

（一）董事、监事、高级管理人员持股情况

序号	姓 名	任职情况	直接持股数量 (股)	持股比例 (%)
1	张毅	董事长、总经理	3,899,100	38.41
2	张伟	董事	1,298,100	12.79
3	陈俊	董事、副总经理	665,700	6.56
4	萧伟坚	董事	508,800	5.01
5	王平	独立董事	-	-
6	刘青	独立董事	-	-
7	吴龙	独立董事	-	-

8	乔鑫	监事会主席	-	-
9	曾丽	监事、财务经理	-	-
10	严晓风	监事、行政总监	-	-
11	金朝	财务总监	-	-
12	刘晓云	董事会秘书、采编中心总编	-	-
合 计			6,371,700	62.76

（二）相互之间存在亲属关系情况

公司董事长、总经理张毅与董事张伟为兄弟关系，除此之外，公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

（三）与申请挂牌公司签订重要协议或做出重要承诺情况

公司董事、监事、高级管理人员出具《董事、监事、高级管理人员声明及承诺》：本人及直系亲属不存在自营或为他人经营与公司同类业务的情况，不存在与公司利益发生冲突的对外投资的情况，并承诺在任期内避免与公司产生任何新的或潜在的同业竞争。

公司高级管理人员出具《高级管理人员承诺函》：除张毅在深圳房掌柜（注销中）担任总经理职务、在北京掌柜影业投资有限公司担任经理职务外，未在公司股东单位及公司控股股东控制的其它企业中担任除董事、监事以外的职务，并承诺在担任公司高级管理人员职务期间将不在公司股东单位及控股股东控制的其它企业担任除董事、监事以外的职务，若违反承诺，自愿承担给公司造成的一切经济损失。

公司董事、监事及高级管理人员出具诚信状况的书面说明，参见本公开转让说明书“第三节 公司治理”之“七、董事、监事、高级管理人员有关情况说明”之“（六）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情况”。

（四）在其它单位兼职情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司的董事、监事和高级管理人员在其他单位的兼职情况如下：

姓名	股份公司 职务	兼职公司及职务	是否领取 薪酬
张毅	董事长、总经理	西藏房掌柜投资有限公司执行董事	否
		深圳威登装饰设计有限公司监事	否
		深圳市房掌柜网络科技有限公司总经理	否
		北京掌柜影业投资有限公司执行董事、经理	否
张伟	董事	深圳市房掌柜网络科技有限公司执行董事、副总经理	否
		西藏房掌柜投资有限公司监事	否
		深圳前海掌柜投资管理中心（有限合伙）执行合伙人	否
陈俊	董事、副总经理	深圳市房掌柜网络科技有限公司监事	否
萧伟坚	董事	荔波县金鼎旅游开发有限公司执行董事	否
王平	独立董事	中国房地产业协会副秘书长	是
刘青	独立董事	莱蒙国际集团有限公司财务部总经理、集团副总裁	是
吴龙	独立董事	深圳市卓越不动产运营管理有限公司副总经理	是

除上述兼职情况以外，董事、监事、高级管理人员未在其它外部单位任职的情况。除张毅在深圳房掌柜（注销中）担任总经理职务，在北京掌柜影业投资有限公司担任经理职务外，公司高级管理人员不存在在控股股东、实际控制人控制的其它企业及其它关联方担任除董事、监事以外职务的情况，也未在控股股东、实际控制人及其控制的其它企业领取报酬。

（五）对外投资与申请挂牌公司存在利益冲突的情况

除董事和高级管理人员张毅、张伟、陈俊、萧伟坚持有深圳房掌柜、西藏房掌柜、深圳前海掌柜投资、深圳威登装饰设计有限公司和荔波县金鼎旅游开发有限公司、北京掌柜影业投资有限公司的股权投资外，其他董事、监事、高级管理人员不存在对外投资行为。公司董事、监事、高级管理人员对外投资企业不存在与公司存在利益冲突的情况。

公司控股股东、实际控制人张毅作出的避免同业竞争的承诺参见本公开转让说明书“第三节 公司治理”之“五、同业竞争情况及其承诺”之“（一）公司

与控股股东、实际控制人及其控制的其它企业之间的同业竞争情况”。

（六）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情况

公司董事、监事、高级管理人员均严格按照《公司法》、《证券法》、《公司章程》等有关法律法规及其它规范性文件规定进行任免，同时，董事、监事、高级管理人员出具《承诺函》：

本人不存在《中华人民共和国公司法》第147条规定的禁止任职情形；不存在《中华人民共和国证券法》第233条规定的并被证监会确定为证券市场禁入者的情形。

最近两年内本人未受到中国证监会行政处罚、未被采取证券市场禁入措施、未受到全国股份转让系统公司公开谴责等情况。

八、公司董事、监事、高级管理人员最近两年内发生变动情况及原因

（一）董事的变化情况

自整体变更设立股份公司以来，公司董事未发生变动。

（二）监事的变化情况

自整体变更设立股份公司以来，公司监事未发生变动。

（三）高级管理人员的变化情况

自整体变更设立股份公司以来，公司高级管理人员未发生变动。

第四节 公司财务

本节未作特别说明，财务会计信息数据单位均为人民币元，占比和增长率等比例单位均为%。

一、报告期的审计意见

公司报告期的财务报告业经具有证券期货相关业务资格的中汇会计师事务所审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（中汇会审（2015）3691号）。

二、报告期内财务报表

（一）财务报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则》进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

（二）报告期的资产负债表、利润表、现金流量表以及所有者权益变动表

1、公司合并报表范围确定原则、最近两年及一期合并财务报表范围

公司合并财务报表按照2014年2月修订的《企业会计准则第33号—合并财务报表》编制。最近两年及一期需纳入合并范围的子公司为广州房掌柜、上海道杉和上海乐家。

2、主要财务报表

合并资产负债表

项 目	2015 年 8 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	14,662,092.56	3,687,091.06	1,124,466.11
应收账款	12,066,493.68	13,124,000.34	4,806,021.91
预付款项	2,563,133.59	3,729,061.60	-
其它应收款	2,111,950.51	5,257,910.39	1,643,646.32
存货	96,000.00	105,600.00	-
流动资产合计	31,499,670.34	25,903,663.39	7,574,134.34

非流动资产：			
固定资产	2,044,812.39	1,539,415.64	793,886.45
无形资产	251,213.20	-	-
长期待摊费用	175,427.54	-	-
递延所得税资产	2,707,285.98	2,235,478.68	476,119.50
非流动资产合计	5,178,739.11	3,774,894.32	1,270,005.95
资产总计	36,678,409.45	29,678,557.71	8,844,140.29

合并资产负债表（续）

项 目	2015 年 8 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动负债：			
应付账款	4,322,146.40	517,496.40	133,734.90
预收款项	18,005,896.14	8,719,591.05	319,669.38
应付职工薪酬	4,302,412.43	2,479,138.19	1,221,478.14
应交税费	1,991,744.54	3,695,100.16	588,759.96
其它应付款	246,926.14	11,816,857.13	4,620,982.49
流动负债合计	28,869,125.65	27,228,182.93	6,884,624.87
非流动负债：			
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	28,869,125.65	27,228,182.93	6,884,624.87
所有者权益：			
实收资本	10,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
资本公积	399,996.00	399,996.00	600,000.00
盈余公积	22,450.36	22,450.36	9,783.86
未分配利润	-2,613,162.56	27,928.42	-650,268.44
归属于母公司所有者权益	7,809,283.80	2,450,374.78	1,959,515.42
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	7,809,283.80	2,450,374.78	1,959,515.42
负债和所有者权益总计	36,678,409.45	29,678,557.71	8,844,140.29

母公司资产负债表

项 目	2015 年 8 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	22,686.74	272,435.84	9,421.39
应收账款	759,216.30	1,229,592.40	1,493,149.25
预付款项	-	43,872.00	-
其它应收款	4,972,171.75	1,786,797.11	1,873,217.13
流动资产合计	5,754,074.79	3,332,697.35	3,375,787.77
非流动资产：			
长期股权投资	10,578,359.42	2,228,359.42	-
固定资产	191,516.79	162,447.97	196,740.71
长期待摊费用	175,427.54	-	-
递延所得税资产	176,735.54	16,787.90	18,328.54
非流动资产合计	11,122,039.29	2,407,595.29	215,069.25
资产总计	16,876,114.08	5,740,292.64	3,590,857.02

母公司资产负债表（续）

项 目	2015 年 8 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动负债：			
应付账款	-	29,770.70	133,734.90
预收款项	4,000,000.00	-	-
应付职工薪酬	56,570.00	93,136.00	783,688.00
应交税费	87,692.25	143,567.38	116,658.29
其它应付款	1,810,641.24	2,087,223.88	525,201.54
流动负债合计	5,954,903.49	2,353,697.96	1,559,282.73
非流动负债：			
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	5,954,903.49	2,353,697.96	1,559,282.73
所有者权益：			
实收资本（或股本）	10,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
资本公积	1,228,355.42	1,228,355.42	-
盈余公积	22,450.36	22,450.36	9,783.86
未分配利润	-329,595.19	135,788.90	21,790.43
所有者权益合计	10,921,210.59	3,386,594.68	2,031,574.29
负债和所有者权益总计	16,876,114.08	5,740,292.64	3,590,857.02

合并利润表

项 目	2015 年 1-8 月	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	50,230,494.12	51,876,800.82	16,346,399.03
减：营业成本	24,941,296.43	21,868,482.61	5,521,279.44
营业税金及附加	669,189.71	556,584.17	69,196.88
销售费用	12,696,561.83	15,044,889.50	5,856,697.18
管理费用	14,131,708.44	13,002,519.47	5,306,830.85
财务费用	203,708.10	109,809.36	4,530.02
资产减值损失	611,016.60	208,074.41	68,348.50
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	-3,022,986.99	1,086,441.30	-480,483.84
加：营业外收入	8,879.17	64,864.53	251.06
减：营业外支出	10,299.84	10,098.35	527.63
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	-3,024,407.66	1,141,207.48	-480,760.41
减：所得税费用	-383,316.68	450,344.12	-42,051.46
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	-2,641,090.98	690,863.36	-438,708.95
归属于母公司股东的净利润	-2,641,090.98	690,863.36	-438,708.95
少数股东损益	-	-	-
五、综合收益总额	-2,641,090.98	690,863.36	-438,708.95
归属于母公司股东的综合收益总额	-2,641,090.98	690,863.36	-438,708.95
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

母公司利润表

项 目	2015 年 1-8 月	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	222,169.82	2,523,131.14	7,258,017.84
减：营业成本	71,005.23	635,073.70	2,209,962.33
营业税金及附加	1,083.86	13,407.20	46,475.39
销售费用	12,976.49	872,527.65	2,669,418.93
管理费用	561,295.15	824,737.25	2,269,752.07
财务费用	723.52	23.65	-629.64
资产减值损失	214,876.10	-6,162.55	60,734.50
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	-639,790.53	183,524.24	2,304.26
加：营业外收入	-	-	-
减：营业外支出	-	-	500.00
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	-639,790.53	183,524.24	1,804.26
减：所得税费用	-174,406.44	56,859.27	68,068.58
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	-465,384.09	126,664.97	-66,264.32
五、综合收益总额	-465,384.09	126,664.97	-66,264.32

合并现金流量表

项目	2015 年 1-8 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	57,875,439.61	53,167,583.58	14,696,589.83
收到的税费返还	5,382.67	-	-
收到其它与经营活动有关的现金	1,097,215.92	133,395.41	57,585.33
经营活动现金流入小计	58,978,038.20	53,300,978.99	14,754,175.16
购买商品、接受劳务支付的现金	12,302,036.83	18,971,761.33	2,891,059.71
支付给职工以及为职工支付的现金	20,454,125.49	17,638,962.35	6,815,390.36
支付的各项税费	4,151,150.39	1,192,945.26	668,496.69
支付其它与经营活动有关的现金	16,509,433.81	13,838,392.43	6,777,059.53
经营活动现金流出小计	53,416,746.52	51,642,061.37	17,152,006.29
经营活动产生的现金流量净额	5,561,291.68	1,658,917.62	-2,397,831.13
二、投资活动产生的现金流量：			
收到其他与投资活动有关的现金	1,639,806.65	-	-
投资活动现金流入小计	1,639,806.65	-	-
购建固定资产、无形资产和其它长期资产支付的现金	1,278,297.41	1,039,818.34	695,454.92
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	1,000,004.00	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	1,976,467.87	612,389.50
投资活动现金流出小计	2,278,301.41	3,016,286.21	1,307,844.42
投资活动产生的现金流量净额	-638,494.76	-3,016,286.21	-1,307,844.42
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	12,000,000.00	800,000.00	200,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	3,119,993.54	3,780,570.95
筹资活动现金流入小计	12,000,000.00	3,919,993.54	3,980,570.95
支付其它与筹资活动有关的现金	5,947,795.42	-	-
筹资活动现金流出小计	5,947,795.42	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	6,052,204.58	3,919,993.54	3,980,570.95
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	10,975,001.50	2,562,624.95	274,895.40
加：期初现金及现金等价物余额	3,687,091.06	1,124,466.11	849,570.71
六、期末现金及现金等价物余额	14,662,092.56	3,687,091.06	1,124,466.11

母公司现金流量表

项 目	2015 年 1-8 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	491,000.00	2,944,238.40	8,078,451.60
收到的税费返还	5,382.67		
收到其它与经营活动有关的现金	1,730,390.61	438,162.37	1,170.65
经营活动现金流入小计	2,226,773.28	3,382,400.77	8,079,622.25
购买商品、接受劳务支付的现金	105,350.11	502,696.09	822,144.96
支付给职工以及为职工支付的现金	340,024.21	1,537,015.20	3,035,416.07
支付的各项税费	57,242.58	168,911.11	492,223.73
支付其它与经营活动有关的现金	4,365,335.98	1,230,492.64	4,541,438.11
经营活动现金流出小计	4,867,952.88	3,439,115.04	8,891,222.87
经营活动产生的现金流量净额	-2,641,179.60	-56,714.27	-811,600.62
二、投资活动产生的现金流量：			
处置固定资产、无形资产和其它长期资产收回的现金净额	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	-	-
购建固定资产、无形资产和其它长期资产支付的现金	258,565.50	26,292.00	104,548.00
投资支付的现金	9,350,004.00		
投资活动现金流出小计	9,608,569.50	26,292.00	104,548.00
投资活动产生的现金流量净额	-9,608,569.50	-26,292.00	-104,548.00
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	12,000,000.00		
收到其他与筹资活动有关的现金		346,020.72	150,000.00
筹资活动现金流入小计	12,000,000.00	346,020.72	150,000.00
筹资活动现金流出小计	-	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	12,000,000.00	346,020.72	150,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-249,749.10	263,014.45	-766,148.62
加：期初现金及现金等价物余额	272,435.84	9,421.39	775,570.01
六、期末现金及现金等价物余额	22,686.74	272,435.84	9,421.39

2015 年 1-8 月合并所有者权益变动表

项 目	归属于母公司所有者权益				少数股东权益	所有者权益合计
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上期期末余额	2,000,000.00	399,996.00	22,450.36	27,928.42	-	2,450,374.78
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-
其它	-	-	-	-	-	-
二、本期期初余额	2,000,000.00	399,996.00	22,450.36	27,928.42	-	2,450,374.78
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	8,000,000.00	-	-	-2,641,090.98	-	5,358,909.02
（一）综合收益总额	-	-	-	-2,641,090.98	-	-2,641,090.98
（二）所有者投入和减少资本	103,050.00	7,896,950.00	-	-	-	8,000,000.00
1. 股东投入的资本	103,050.00	7,896,950.00	-	-	-	8,000,000.00
2. 其它权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-
4. 其它	-	-	-	-	-	-
四、所有者权益内部结转	7,896,950.00	-7,896,950.00	-	-	-	-
其他	7,896,950.00	-7,896,950.00	-	-	-	-
五、本期期末余额	10,000,000.00	399,996.00	22,450.36	-2,613,162.56	-	7,809,283.80

2014 年合并所有者权益变动表

项 目	归属于母公司所有者权益				少数股东权益	所有者权益合计
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上期期末余额	2,000,000.00	600,000.00	9,783.86	-650,268.44	-	1,959,515.42
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-200,004.00	-	-	-	-200,004.00
其它	-	-	-	-	-	-
二、本期期初余额	2,000,000.00	399,996.00	9,783.86	-650,268.44	-	1,759,511.42
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	12,666.50	678,196.86	-	690,863.36
（一）综合收益总额	-	-	-	690,863.36	-	690,863.36
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入的资本	-	-	-	-	-	-
2. 其它权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-
4. 其它	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	12,666.50	-12,666.50	-	-
1.提取盈余公积	-	-	12,666.50	-12,666.50	-	-
四、本期期末余额	2,000,000.00	399,996.00	22,450.36	27,928.42	-	2,450,374.78

2013 年合并所有者权益变动表

项 目	归属于母公司所有者权益				少数股东权益	所有者权益合计
	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
一、上期期末余额	2,000,000.00	-	9,783.86	-211,559.49	-	1,798,224.37
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	600,000.00	-	-	-	600,000.00
其它	-	-	-	-	-	-
二、本期期初余额	2,000,000.00	600,000.00	9,783.86	-211,559.49	-	2,398,224.37
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-438,708.95	-	-438,708.95
（一）综合收益总额	-	-	-	-438,708.95	-	-438,708.95
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入的资本	-	-	-	-	-	-
2. 其它权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-
4. 其它	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	2,000,000.00	600,000.00	9,783.86	-650,268.44	-	1,959,515.42

2015 年 1-8 月母公司所有者权益变动表

项 目	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上期期末余额	2,000,000.00	1,228,355.42	22,450.36	135,788.90	3,386,594.68
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
其它	-	-	-	-	-
二、本期期初余额	2,000,000.00	1,228,355.42	22,450.36	135,788.90	3,386,594.68
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	8,000,000.00	-	-	-465,384.09	7,534,615.91
（一）综合收益总额	-	-	-	-465,384.09	-465,384.09
（二）所有者投入和减少资本	103,050.00	7,896,950.00	-	-	8,000,000.00
1. 股东投入的资本	103,050.00	7,896,950.00	-	-	8,000,000.00
2. 其它权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-
4. 其它	-	-	-	-	-
四、所有者权益内部结转	7,896,950.00	-7,896,950.00	-	-	-
其他	7,896,950.00	-7,896,950.00	-	-	-
五、本期期末余额	10,000,000.00	1,228,355.42	22,450.36	-329,595.19	10,921,210.59

2014 年母公司所有者权益变动表

项 目	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上期期末余额	2,000,000.00	-	9,783.86	21,790.43	2,031,574.29
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
其它	-	-	-	-	-
二、本期期初余额	2,000,000.00	-	9,783.86	21,790.43	2,031,574.29
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	1,228,355.42	12,666.50	113,998.47	1,355,020.39
（一）综合收益总额	-	-	-	126,664.97	126,664.97
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-
1. 股东投入的资本	-	-	-	-	-
2. 其它权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	12,666.50	-12,666.50	-
1.提取盈余公积	-	-	12,666.50	-12,666.50	-
（四）其他	-	1,228,355.42	-	-	1,228,355.42
四、本期期末余额	2,000,000.00	1,228,355.42	22,450.36	135,788.90	3,386,594.68

2013 年度母公司所有者权益变动表

项 目	实收资本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上期期末余额	2,000,000.00	-	9,783.86	88,054.75	2,097,838.61
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
其它	-	-	-	-	-
二、本期期初余额	2,000,000.00	-	9,783.86	88,054.75	2,097,838.61
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-66,264.32	-66,264.32
（一）综合收益总额	-	-	-	-66,264.32	-66,264.32
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-
1. 股东投入的资本	-	-	-	-	-
2. 其它权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-
4. 其它	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	2,000,000.00	-	9,783.86	21,790.43	2,031,574.29

三、公司报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变更

(一) 报告期内采用的主要会计政策、会计估计

1、财务报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则》进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

2、会计期间

公司会计年度为公历1月1日起至12月31日止。本财务报表所载财务信息的会计期间为2013年1月1日起至2015年8月31日止。

3、记账本位币

公司记账本位币为人民币。

4、营业周期

正常营业周期是指本公司从购买用于加工的资产起至实现现金或现金等价物的期间。本公司以12个月作为一个营业周期，并以其作为资产和负债的流动性划分标准。

5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理

(1) 同一控制下企业合并的会计处理

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司取得的被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

(2) 非同一控制下企业合并的会计处理

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；对于合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

如果在购买日或合并当期期末，因各种因素影响无法合理确定作为合并对价付出的各项资产的公允价值，或合并中取得被购买方各项可辨认资产、负债的公允价值，合并当期期末，公司以暂时确定的价值为基础对企业合并进行核算。自购买日算起12个月内取得进一步的信息表明需对原暂时确定的价值进行调整的，则视同在购买日发生，进行追溯调整，同时对以暂时性价值为基础提供的比较报表信息进行相关的调整；自购买日算起12个月以后对企业合并成本或合并中取得的可辨认资产、负债价值的调整，按照《企业会计准则第28号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》的原则进行处理。

公司在企业合并中取得的被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日不符合递延所得税资产确认条件的，不予以确认。购买日后12个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产，计入当期损益。

通过多次交易分步实现的非同一控制下企业合并，根据企业会计准则判断该多次交易是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；原持有的股权投资为可供出售金融资产的，原计入其它综合收益的累计公允价值变动转入购买日所属当期损益；原持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其它综合收益以及除净损益、其它综合收益和利润分配外的其它所有者权益变动的，与其相关的其它综合收益、其它所有者权益变动转为购买日所属当期收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其它综合收益除外。

6、合并财务报表的编制方法

公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司均纳入合并财务报表。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本

公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。合并财务报表以本公司及子公司的财务报表为基础，根据其它有关资料，由本公司编制。

合并财务报表时抵销本公司与各子公司、各子公司相互之间发生的内部交易对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并所有者权益变动表的影响。

子公司少数股东应占的权益和损益分别在合并资产负债表中所有者权益项目下和合并利润表中净利润项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

报告期若因同一控制下企业合并增加子公司的，则调整合并资产负债表的合并当期期初数；将子公司合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

报告期若因非同一控制下企业合并增加子公司的，则不调整合并资产负债表的合并当期期初数；将子公司自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

报告期本公司处置子公司，则该子公司处置当期期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司处置当期期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。因处置部分股权投资或其它原因丧失了对原有子公司控制权时，对于处置后的剩余股权投资，本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其它综合收益，在丧失控制权时转为当期投资收益。

对于分步处置股权至丧失控制权过程中的各项交易，各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况时，本公司将多次交易事项作为一揽子交

易，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其它综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益：

- (1) 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- (2) 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- (3) 一项交易的发生取决于其它至少一项交易的发生；
- (4) 一项交易单独看是不经济的，但是和其它交易一并考虑时是经济的。

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资成本与按照新增持股比例计算应享有子公司的可辨认净资产份额之间的差额，以及在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产的差额，均调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

7、现金等价物的确定标准

现金等价物是指公司持有的期限短（一般是指从购买日起3个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

8、金融工具的确认和计量

(1) 金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其它金融负债。

(2) 金融资产和金融负债的确认依据和计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认

金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其它类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：①持有至到期投资以及应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；②在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；②与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；③不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数与初始确认金额扣除按照实际利率法摊销的累计摊销额后的余额两项金额之中的较高者进行后续计量。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：①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公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动损益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额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可供出售金融资产的公允价值变动计入其它综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入资本公积的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认

所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；②未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

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之和。

（4）金融资产和金融负债的终止确认条件

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现实义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

（5）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术（包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其它金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等）确定其公允价值；初始取得或源生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

（6）金融资产的减值测试和减值准备计提方法

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，公司在每个资产负债表日对其它金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。

公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行

行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

①持有至到期投资、贷款和应收款项减值

以成本或摊余成本计量的金融资产将其账面价值减记至预计未来现金流量现值，减记金额确认为减值损失，计入当期损益；短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小的，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。金融资产在确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，金融资产转回减值损失后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

②可供出售金融资产减值

可供出售金融资产出现下列情形之一表明该资产发生减值：发行方或债务人发生了严重财务困难；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等；债权人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作出让步；债务人很可能倒闭或进行其它财务重组；因发行方发生重大财务困难，该可供出售金融资产无法在活跃市场继续交易；无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，如该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化，或债务人所在国家或地区失业率提高，担保物在其所在地区的价格明显下降、所处行业不景气等；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；权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；其它表明可供出售金融资产发生减值的客观依据。

当综合相关因素判断可供出售权益工具投资公允价值下跌是严重或非暂时性下跌时，表明该可供出售权益工具投资发生减值。

可供出售金融资产发生减值时，将原计入其它综合收益的因公允价值下降形

成的累计损失予以转出并计入当期损益，该转出的累计损失为该资产初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

在确认减值损失后，期后如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，可供出售权益工具投资的减值损失转回确认为其它综合收益，可供出售债务工具的减值损失转回计入当期损益。

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产的减值损失，不予转回。

9、应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

(1) 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	单项金额重大的应收账款确认标准为单笔金额达到人民币 100 万元及以上的款项、单项金额重大的其它应收款确认标准为单笔金额达到人民币 50 万元及以上的款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	经单独进行减值测试有客观证据表明发生减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备；经单独进行减值测试未发生减值的，将其划入具有类似信用风险特征的若干组合计提坏账准备。

(2) 按组合计提坏账准备的应收款项

组合名称	确定组合的依据	坏账准备的计提方法
账龄组合	以账龄为信用风险组合确认依据	账龄分析法
押金、备用金组合	生产经营中提供的押金、保证金以及员工备用金等	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备
关联方组合	应收本公司关联方款项	

以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备计提方法：

账龄	应收账款计提比例（%）	其它应收款计提比例（%）
6 个月以内（含 6 个月,下同）	-	-
6 个月-1 年	5	5

1—2 年	30	30
2—3 年	50	50
3 年以上	100	100

(3) 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	有确凿证据表明可收回性存在明显差异
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

(4) 对于其它应收款项（包括应收票据、预付款项、应收利息、长期应收款等），根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

10、存货的确认和计量

(1) 存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

(2) 公司取得存货按实际成本计量。外购存货的成本即为该存货的采购成本，通过进一步加工取得的存货成本由采购成本和加工成本构成。

(3) 公司发出存货的成本计量采用月末一次加权平均法。

(4) 资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其它部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

(5) 存货的盘存制度为永续盘存制。

(6) 低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品按照一次转销法进行摊销。包装物按照一次转销法进行摊销。

11、长期股权投资的确认和计量

(1) 长期股权投资的投资成本确定

①同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

②非同一控制下的企业合并形成的，公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。合并成本为购买日购买方为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。购买方为企业合并而发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其它相关管理费用于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。本公司将合并协议约定的或有对价作为企业合并转移对价的一部分，按照其在购买日的公允价值计入企业合并成本。

通过多次交易分步实现的非同一控制下企业合并，根据企业会计准则判断该多次交易是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在个别财务报表中，按照原持有被购买方的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的长期股权投资的初始投资成本；原持有的股权采用权益法核算的，相关其它综合收益暂不进行会计处理；原持有股权投资为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其它综合收益的累计公允价值变动转入当期损益。

③除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本，与发行权益性证券直接相关的费用，按照《企业会计准则第37号——金融工具列报》的有关规定确定；通过非货币性资产交换取得的长期股权投资，其初始投资成本按照《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》

的有关规定确定；通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照《企业会计准则第12号——债务重组》的有关规定确定。

（2）长期股权投资的后续计量及收益确认方法

①对实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。

②采用成本法核算的长期股权投资按照初始投资成本计价。追加或收回投资应当调整长期股权投资的成本。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告发放的现金股利或利润外，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

③采用权益法核算的长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额应当计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。取得长期股权投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其它综合收益的份额，分别确认投资收益和其它综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其它综合收益和利润分配以外所有者权益的其它变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。被投资单位采用的会计政策及会计期间与公司不一致的，按照公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资损益和其它综合收益等。公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益予以抵销。

④公司因追加投资等原因对非同一控制下的被投资单位实施控制的，在个别财务报表中，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。购买日之前持有的股权采用权益法核算的，相关其它综合收益在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因被投资方除净损益、其它综合收益和利润分配以外的其

它所有者权益变动而确认的所有者权益，在处置该项投资时相应转入处置期间的当期损益。其中，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，其它综合收益和其它所有者权益按比例结转，处置后的剩余股权改按《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》进行会计处理的，其它综合收益和其它所有者权益全部结转。购买日之前持有的股权投资采用《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》进行会计处理的，原持有股权的公允价值与账面价值之间的差额以及原计入其它综合收益的累计公允价值变动全部转入改按成本法核算的当期投资收益。

⑤公司因处置部分股权投资或其它原因丧失了对原有子公司控制权的，在个别财务报表中，对于处置的股权按照《企业会计准则第2号——长期股权投资》的相关规定进行会计处理；处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

（3）确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制；对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其它方一起共同控制这些政策的制定的，认定为重大影响。

（4）长期股权投资减值测试及减值准备计提方法

资产负债表日，关注长期股权投资的账面价值是否大于享有被投资单位所有者权益账面价值的份额等类似情况。出现类似情况时，按照《企业会计准则第8号——资产减值》对长期股权投资进行减值测试。如果可收回金额的计量结果表明，该长期股权投资的可收回金额低于其账面价值的，将差额确认为减值损失，计提长期股权投资减值准备。

12、固定资产的确认和计量

（1）固定资产确认条件

固定资产是指同时具有下列特征的有形资产：①为生产商品、提供劳务、出租或经营管理持有的；②使用寿命超过一个会计年度。

固定资产同时满足下列条件的予以确认：①与该固定资产有关的经济利益很可能流入公司；②该固定资产的成本能够可靠地计量。与固定资产有关的后续支出，符合上述确认条件的，计入固定资产成本；不符合上述确认条件的，发生时计入当期损益。

（2）固定资产的初始计量

固定资产按照成本进行初始计量。

（3）固定资产分类及折旧计提方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提。各类固定资产预计使用寿命、预计净残值率和年折旧率如下：

固定资产类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
办公设备及其他	5	5.00	19.00

（4）固定资产减值测试及减值准备计提方法

资产负债表日，有迹象表明固定资产发生减值的，以单项资产为基础估计其可收回金额；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为基础确定其可收回金额。

单项资产的可收回金额低于其账面价值的，按单项资产的账面价值与可收回金额的差额计提相应的资产减值准备。资产组的可收回金额低于其账面价值的，确认其相应的减值损失，减值损失金额先抵减分摊至资产组中商誉的账面价值，再根据资产组中除商誉之外的其它各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其它各项资产的账面价值；以上资产账面价值的抵减，作为各单项资产（包括商誉）的减值损失，计提各单项资产的减值准备。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（5）其它说明

①因开工不足、自然灾害等导致连续3个月停用的固定资产确认为闲置固定

资产（季节性停用除外）。闲置固定资产采用和其它同类别固定资产一致的折旧方法。

②若固定资产处于处置状态，或者预期通过使用或处置不能产生经济利益，则终止确认，并停止折旧和计提减值。

13、无形资产的确认和计量

（1）无形资产的初始计量

无形资产按成本进行初始计量。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。

（2）无形资产使用寿命及摊销

根据无形资产的合同性权利或其他法定权利、同行业情况、历史经验、相关专家论证等综合因素判断，能合理确定无形资产为公司带来经济利益期限的，作为使用寿命有限的无形资产；无法合理确定无形资产为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。

对使用寿命有限的无形资产，估计其使用寿命时通常考虑以下因素：①运用该资产生产的产品通常的寿命周期、可获得的类似资产使用寿命的信息；②技术、工艺等方面的现阶段情况及对未来发展趋势的估计；③以该资产生产的产品或提供劳务的市场需求情况；④现在或潜在的竞争者预期采取的行动；⑤为维持该资产带来经济利益能力的预期维护支出，以及公司预计支付有关支出的能力；⑥对该资产控制期限的相关法律规定或类似限制，如特许使用期、租赁期等；⑦与公司持有其他资产使用寿命的关联性等。

使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销，但每年均对该无形资产的使用寿命进行复核，并进行减值测试。

（3）无形资产减值测试及减值准备计提方法

资产负债表日，有迹象表明无形资产可能发生减值的，以单项资产为基础估计其可收回金额；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

产组为基础确定其可收回金额。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，每年年末都进行减值测试。

单项资产的可收回金额低于其账面价值的，按单项资产的账面价值与可收回金额的差额计提相应的资产减值准备。资产组的可收回金额低于其账面价值的，确认其相应的减值损失，减值损失金额先抵减分摊至资产组中商誉的账面价值，再根据资产组中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值；以上资产账面价值的抵减，作为各单项资产（包括商誉）的减值损失，计提各单项资产的减值准备。上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（4）内部研究开发项目支出的确认和计量

内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。划分研究阶段和开发阶段的标准：为获取新的技术和知识等进行的有计划的调查阶段，应确定为研究阶段，该阶段具有计划性和探索性等特点；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、产品等阶段，应确定为开发阶段，该阶段具有针对性和形成成果的可能性较大等特点。

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，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，可证明其有用性；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。

14、长期待摊费用的确认和摊销

长期待摊费用按实际支出入账，在受益期或规定的期限内平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。其中：

预付经营租入固定资产的租金，按租赁合同规定的期限平均摊销。

经营租赁方式租入的固定资产改良支出，按剩余租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期限平均摊销。

15、职工薪酬

（1）短期薪酬的会计处理方法

公司在职工为其提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，或根据其它相关会计准则要求或允许计入资产成本。

（2）离职后福利的会计处理方法

公司对员工的离职后福利采取设定提存计划的形式。设定提存计划指由公司向单独主体缴存固定费用后，不再承担进一步支付义务的离职后福利计划。对于设定提存计划，公司根据在资产负债表日为换取职工在会计期间提供的服务而应向单独主体缴存的提存金，确认为职工薪酬负债，并计入当期损益或相关资产成本。

16、收入确认原则

（1）提供服务

①收入确认的总体原则

提供服务收入同时满足下列条件时予以确认：A、收入的金额能够可靠地计量；B、相关的经济利益很可能流入公司；C、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时。

②收入确认的具体原则

公司营业收入主要包括新房电商业务、新房互联网推广业务、二手房交易服务以及其他推广业务，收入确认的具体原则如下：

A、新房电商业务：公司的新房电商业务依托于公司的房地产垂直门户平台、移动互联网APP、微信平台等媒介形式，将已有的线上线下多平台及多年来积累的用户资源作为筹码与房企洽谈，为购房者争取最大程度上的购房优惠，并以此购房优惠来促使购房人选择公司的平台作为购房渠道。根据电商合同的约定，购

房人通过公司网站或公司的移动终端平台获取优惠券或直接到相关的楼盘参加购房的优惠活动并缴纳一定的预付款，购房者缴纳的预付款可以在其与开发商签订购买合同时享受一定的购房优惠。根据不同的业务类型，收入确认具体原则分别为：

a公司为独家电商或联合电商收款方的收入：根据电商合同的约定，在购房者与开发商签订购房合同，并取得开发商签字盖章确认的成交明细表后，确认为收入；

b公司为联合电商非收款方的收入：根据电商合同的约定，在购房者与开发商签订购房合同，并取得经联合电商收款方盖章确认的电商合作结算凭证，确认为收入。

B、新房互联网推广：公司依托自有垂直门户平台的优势，为房地产开发商在房掌柜的网络平台进行内容推广。公司对于新房互联网推广业务收入，按合同约定将相关推广内容见诸于指定网站位置、并取得经客户签字盖章的《推广发布确认单》后，按照合同约定的服务期限分摊确认收入。

C、二手房交易服务：公司通过设立线下社区门店，以及在自有房地产垂直门户平台中设置二手房板块的方式参与二手房O2O交易，根据合同的约定，本公司对于二手房业务收入按照内容的不同，划分为二手房租赁佣金收入和二手房销售佣金收入。

a二手房租赁收入：在业主与租赁方签订房屋租赁合同并办理房屋交接手续后，按合同约定的佣金比率计算应收取的佣金，确认收入的实现；

b二手房销售收入：在业主与购买方签订房屋买卖合同并办理完房屋过户手续，取得新的房产证后，按房屋成交价格与合同约定的佣金比率计算应收取的佣金，确认收入的实现。

D、其他推广业务：公司根据客户的不同需要，为房地产开发商提供看房团、圈层活动策划等线下房地产营销服务，公司在已经按照合同约定完成相关劳务，并且取得客户的确认，相关的收入成本能可靠计量的情况下确认收入。

（2）提供劳务

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。

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：若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照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；若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）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入的金额能够可靠地计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入金额，按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

17、政府补助的确认和计量

（1）政府补助在同时满足下列两个条件时予以确认：①能够满足政府补助所附条件；②能够收到政府补助。

（2）政府补助为货币性资产的，按收到或应收的金额计量；为非货币性资产的，按公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按名义金额计量。

（3）政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

公司取得的用于购建或以其它方式形成长期资产的政府补助，划分为与资产相关的政府补助；公司取得的用于补偿以后期间或已经发生的费用或损失的政府补助，划分为与收益相关的政府补助；公司取得的既用于设备等长期资产的购置，也用于人工费、购买服务费、管理费等费用化支出的补偿的政府补助，属于与资产和收益均相关的政府补助，需要将其分解为与资产相关的部分和与收益相关的部分，分别进行会计处理，若无法区分，则将整项政府补助归类为与收益相关的政府补助。

公司取得与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。公司取得与收益相关的政府补助，分别下列情况进行处理：①用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益；②用于补偿公司已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

18、递延所得税资产和递延所得税负债的确认和计量

（1）根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

（2）确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

（3）资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

（4）公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：①企业合并；②直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（5）当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，公司递延所得税资产及递延所得税负债以抵销

后的净额列报。

（二）报告期内主要会计政策、会计估计的变更情况

报告期内主要会计政策、会计估计未变更。

四、报告期利润形成的有关情况

（一）营业收入的具体确认方法

具体内容参见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“三、公司报告期内采用的主要会计政策”之“（一）报告期内采用的主要会计政策、会计估计”之“16、收入确认原则”。

（二）业务收入的主要构成

1、按产品种类划分的营业收入

报告期内，营业收入按产品种类划分的构成情况如下：

项 目		2015年1-8月		2014年度		2013年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
房 地 产 互 联 网 O2O 营 销 业 务	新房电商收入	36,977,271.05	73.62	19,832,838.61	38.23	174,757.28	1.07
	新房互联网推广收入	11,010,628.72	21.92	30,172,344.67	58.16	15,968,709.71	97.69
	二手房交易服务收入	242,011.60	0.48	103,285.00	0.20	-	-
	其它衍生业务收入	2,000,582.75	3.98	1,768,332.54	3.41	202,932.04	1.24
合 计		50,230,494.12	100.00	51,876,800.82	100.00	16,346,399.03	100.00

公司所属行业为房地产网络营销服务行业，主营业务为房地产互联网O2O营销业务，具体包括新房电商业务、新房互联网推广、二手房交易服务、家居装修互联网营销业务和其它衍生业务。相应地，公司的营业收入分为新房电商收入、新房互联网推广收入、二手房交易服务收入和其他衍生业务收入，家居装修互联网营销业务尚处于开拓期，尚未产生营业收入。

报告期内，新房电商业务和互联网推广业务在公司外延与内涵双轮驱动下经

营规模持续扩张，营业收入取得较快增长。未来，随着新落地公司展业阶段的完成，新房电商业务和互联网推广业务的规模经济效应将更为明显，相关业务有望持续增长；另外，公司将加大对二手房交易业务、家居装修互联网营销业务和其他衍生品业务领域的投资力度，未来上述业务有望成为公司新的业绩增长点。

2、按区域划分的营业收入

报告期内，营业收入按区域划分的构成情况如下：

地域名称	2015年1-8月		2014年度		2013年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华南	34,871,011.74	69.42	38,913,769.81	75.01	10,691,017.85	65.40
华东	10,164,162.28	20.24	11,544,498.00	22.25	5,544,458.84	33.92
华中	525,145.63	1.05	1,082,524.27	2.09	110,922.34	0.68
华北	1,106,914.27	2.20	49,563.11	0.10	-	-
西南	3,563,260.20	7.09	286,445.63	0.55	-	-
合 计	50,230,494.12	100.00	51,876,800.82	100.00	16,346,399.03	100.00

注：上述地理区域定义如下：华南地区指广东、广西和海南；华东地区指山东、江苏、安徽、浙江、福建和上海；华中地区指湖北、湖南、河南和江西；华北地区指北京、天津、河北、山西和内蒙古；西南地区指四川、云南、贵州、西藏和重庆。

本公司营业收入均来源于国内市场，且主要集中于华南和华东等经济发展水平较高、房地产市场推广力度相对较大的地区，上述地区最近两年及一期实现的营业收入占比均超过89%。

（三）按产品（服务）类别列示的收入、毛利率及变动分析

1、收入分析

报告期内，营业收入及其增减变动情况如下：

项 目		2015年1-8月	2014年度		2013年度
		金额	金额	增减比例	金额
房地 产互 联网	新房电商收入	36,977,271.05	19,832,838.61	11248.79%	174,757.28
	新房互联网推广收入	11,010,628.72	30,172,344.67	88.95%	15,968,709.71

O2O 营 销 业务	二手房交易服 务收入	242,011.60	103,285.00	-	-
	其它衍生业务 收入	2,000,582.75	1,768,332.54	771.39%	202,932.04
合 计		50,230,494.12	51,876,800.82	217.36%	16,346,399.03

(1) 营业收入增减变动总体原因分析

报告期内，营业收入快速增长，2014 年度较 2013 年增长 2.17 倍，2015 年 1-8 月较上年同期增长 2.37 倍，主要原因是：

①国家宏观经济持续健康发展，房地产网络营销产业政策支持为公司经营规模扩张提供了基本面支撑。报告期内，我国国内生产总值总体保持着较高的增长速度，互联网行业的产业支持政策不断落地，互联网行业已经成为政府着力培育的新的经济增长点和战略新兴产业，本公司所处的房地产网络营销行业借助于改革和产业支撑发展的东风，获得了较快发展。

②房地产网络营销的低成本、高效率、创新性和立体性等特点，使其逐步成为全球房地产营销不可或缺的重要手段，并被中国的房地产场所接受。目前，房地产网络营销在美国等发达国家已经非常成熟，并成为房地产销售的最重要渠道，经过多年的发展，房地产网络营销也已经被国内的开发商和消费者所普遍接受，逐步成为了房地产销售的重要渠道，主要原因是：A、相对于房地产行业的传统营销模式，房地产网络营销不论在营销成本上，还是在营销效果上都比传统的营销模式具有较强的优势；B、相对于传统营销模式，网络营销具有更强的创新能力，比如2013年前一般采取房地产开发商在互联网营销平台投入楼盘广告的前端付费模式，在2013年后随着国家楼市调控政策的加强、开发商营销投入的减少，逐步演变成为创新的电商销售模式，较好地适应了房地产调控政策的变化；C、房地产网络营销模式不仅仅是线上的营销，而是线上线下紧密结合的O2O立体营销模式。

③报告期内，公司按照成立之初确立的“3+X”城市圈布局规划，在较短的时间内实现了业务范围的全国性布局，带动了公司营业收入的外延式增长。即自公司 2008 年成立以来，就确立了在 3 年内实现珠三角六大核心城市布点，已经完成珠三角范围深莞惠（东线——深圳、东莞、惠州）与穗珠佛（西线——广州、珠海、佛山）两大片区的布局，东莞、深圳、惠州等 10 个城市分站依次上线，

落地城市公司 7 家；5 年内完成长三角以及环渤海的跨区域布局，上海、苏州、无锡、北京等 17 个分站已依次上线，落地城市公司 8 家；8 年内将实现中西部等多个省会城市、直辖市和其他重点城市的支点架构，武汉、重庆、海南等 28 个分站已依次上线，落地公司 6 家。目前，公司 55 个分站已经全部上线，未来三年，公司将实现全国“3+X”城市圈的全线业务布局。本公司城市站点和落地公司的基本布局情况如下：

项 目	珠三角区域	长三角区域	环渤海区域	省会城市/直辖市/ 其他重点城市
2008 年 至 2012 年	2008.07.01 房掌柜 总站上线； 2009.07.01 佛山、珠 海站上线； 2009.10.01 深圳站 上线； 2010.03.01 广州站 上线； 2010.05.01 惠州站 上线	2011.07.01 上海站 上线	-	2011.07.01 武汉站上线； 2012.03.01 重庆、长沙站上线
2013 年	-	2013.02.01 苏州站 上线； 2013.07.08 杭州、 无锡站上线； 2013.11.01 南京站 上线	2013.02.01 北京站 上线； 2013.09.01 天津站 上线； 2013.11.25 青岛、 大连站上线	2013.09.01 厦门站上线； 2013.11.01 成都站上线
2014 年	-	2014.06.21 宁波站 上线； 2014.10.27 扬州站 上线	2014.05.15 沈阳站 上线； 2014.07.04 济南上 线； 2014.09.04 烟台上 线	2014.01.20 西安、南宁站 上线； 2014.03.14 南昌、合肥站 上线； 2014.05.15 海南站上线； 2014.07.04 郑州、石家庄 站上线； 2014.09.04 徐州、昆明 站、太原站上线； 2014.09.19 澳门站 上线；

				2014.10.27 福州、保定、宜昌 上线； 2014.11.14 香港站上线
2015 年 1-8 月	2015.02.13 肇庆站 上线； 2015.04.03 潮州、中 山站上线； 2015.05.15 江门站 上线	2015.01.16 昆山、 南通站上线； 2015.07.01 绍兴站 上线	-	2015.02.13 咸阳站上线； 2014.12.27 三亚站上线； 2015.05.15 泉州站上线； 2015.07.01 桂林、柳州站 上线； 2015.08.01 绵阳、洛阳、襄阳 站上线
城市站 点个数 (55 个)	10 个	10 个	7 个	28 个
其中：落 地城市 公司 (21 个)	7 个 房掌柜； 广州房掌柜； 广州房掌柜深圳 分公司、东莞分公 司、惠州分公司、 佛山分公司、珠海 分公司	6 个 广州房掌柜上海 分公司、苏州分公 司、无锡分公司； 上海乐家；上海乐 家苏州分公司； 上海道杉	2 个 广州房掌柜北京 分公司、天津分公 司	6 个 广州房掌柜武汉分公司、重 庆分公司、石家庄分公司、 西安分公司、三亚分公司、 海口分公司

报告期内，随着公司的营销网络在全国范围内实现良性布局，尤其是珠三角和长三角落地城市公司在经过较长时间的业务开拓后，在区域内知名度不断提升，新增客户不断增加，营业收入取得较快增长。2013年上述区域的营业收入为1,623.55万元，2014年上升至5,045.83万元，增长幅度达2.11倍。其具体情况请参见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“（二）业务收入的主要构成”之“2、按区域划分的营业收入”。

④报告期内，产品线的逐步丰富、业务创新能力的增强和快速适应营销模式变化的能力等保证了公司营业收入的内涵式增长。公司根据网络营销的最新发展动态，不断消化吸收和再创新营销模式，向房地产开发商提供立体的营销方案，利用公司全国性垂直门户网站“房掌柜”，针对新开楼盘采取房掌柜会员购房优惠、新房互联网推广、线下亲子或老业主互动等暖场活动、公益活动、开盘活动、讲座、地产沙龙等方式逐步丰富了公司的产品线和服务能力，取得了良好的立体

营销效果，吸引了大量客户。

报告期内，新房电商和互联网推广等业务营业收入快速增长，2014年实现营业收入5,187.68万元较2013年增加3,553.04万元，增幅高达217.36%。

（2）营业收入增减变动的具体原因分析

报告期内，新房电商收入占比快速上升，逐步成为公司的核心业务，由2013年的1.07%，上升到2015年1-8月的73.62%，主要原因是随着房地产网络营销模式的逐步转变，公司快速适应调整服务模式，导致营业收入结构相应变化。2013年以前，房地产网络营销一般采取房地产开发商前端付费模式，2013年后由于房地产行业处于相对低迷、部分区域甚至出现房价的大幅下跌，房地产开发商的经营压力和资金回笼压力不断增加，市场营销资金缺乏，在这种情况下，房地产推广采取创新的电商销售模式出现了快速发展，导致新房电商业务收入持续增长。

报告期内，新房互联网推广收入占比逐年下降，由2013年的97.69%，下降到2015年1-8月的21.92%，主要原因是新房网络营销模式的变化，导致该类收入占比大幅下降。

报告期内，二手房交易服务收入在2014年开始出现，并呈增长态势。2013年之前，公司的人财物等资源相对有限，优先发展客均收入较高的新房网络营销业务，该业务板块未产生营业收入；2014年开始，公司经营管理层意识到，虽然我国目前的房地产销售仍然以新房销售为主，二手房交易占整个房地产交易市场的份额还很低，新房网络营销市场空间要大于二手房交易服务，但是该项业务是公司O2O闭环的重要组成部分，而且随着房地产行业的发展，尤其是在一线城市，由于其土地资源的稀缺性，新开发楼盘可能不断减少，未来存量房的交易可能超过新房交易。因此二手房交易业务无论是从客户的角度考虑还是公司未来的发展战略，该业务是公司未来发展的主要方向之一。

报告期内，其它衍生业务收入占比快速增长，由2013年的1.24%，上升到2015年1-8月的3.98%，主要原因是房地产网络营销方案往往是线上线下一体化营销方案的有机组合，在新房网络营销大幅增长的情况下，与其相关的衍生业务相应增长。

2、毛利率分析

项 目		2015年1-8月		2014年度		2013年度	
		毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
房 地 产 互 联 网 O2O 营 销 业 务	新房电商	16,664,481.72	45.07%	8,830,653.76	44.53%	54,980.59	31.46%
	新房互联网推广	7,777,672.84	70.64%	20,529,207.72	68.04%	10,664,671.41	66.78%
	二手房交易服务	203,083.60	83.91%	27,012.60	26.15%	-	-
	其它衍生业务	643,959.38	32.19%	621,444.14	35.14%	105,467.59	51.97%
合 计		25,289,197.69	50.35%	30,008,318.21	57.85%	10,825,119.59	66.22%

报告期内，公司的综合毛利率分别为66.22%、57.85%和50.35%，逐年下降，但总体处于较高水平，主要原因是：①公司属于网络营销服务行业，该行业属于“轻资产”行业，不涉及制造环节，主营业务成本相对较低；②销售毛利率较高的新房互联网推广业务占营业收入的比重逐年下降，由2013年的97.69%下降到2015年1-8月的21.92%，拉低了综合毛利率。

新房电商业务毛利率总体呈上升趋势，主要原因是新房电商业务随着业务规模的持续扩大，规模效应开始显现，销售毛利率有所上升。

新房互联网推广业务毛利率相对较高且总体略有上升，主要原因是公司利用自身优秀的垂直门户网站为优质的房地产开发商发布楼盘发售信息，并收取一定的费用，由于该项业务的成本相对可控，毛利率相对稳定。

二手房交易业务毛利率增幅较快，主要原因是二手房交易业务的成本较为固定，随着该类收入的增加，毛利率快速上升。

衍生业务毛利率总体呈下降趋势，主要原因是微信二次开发和线下活动等衍生业务的进入门槛相对较低，市场竞争有所加剧，毛利率有所下降。

3、同行业上市与挂牌公司比较分析

报告期内，同行业上市与挂牌公司综合毛利率比较如下：

公司名称	2014 年度	2013 年度
搜房网	79.27%	83.92%
新浪乐居	89.69%	80.92%
三六五网	93.66%	94.31%
亿房信息	82.58%	80.77%
楼市通网	49.16%	51.93%
平均值	78.87%	78.37%
本公司	57.85%	66.22%

数据来源：房掌柜、上市公司、挂牌公司的财务数据；同行业上市公司和挂牌公司未披露 2015 年 1-8 月财务数据。

2013年和2014年，公司综合毛利率低于同行业平均值，但高于楼市通，主要原因是：①相对于搜房网、新浪乐居、三六五网等全国布局的房地产网络营销公司，公司进入本行业的时间相对较晚，为了开拓市场，往往需要较高的运营成本才能维持一定的竞争优势，导致主营业务成本相对较高，毛利率下降；②相对于区域性公司楼市通，其在西部地区拥有较深厚的资源，但西部地区总体经济欠发达，综合毛利率相对较低；相对于亿房信息，由于其在湖北以武汉为中心的区域深耕细作十多年，积聚了明显的品牌优势、本地资源优势 and 平台优势，而且就土地市场而言，武汉属于全国的1.5线城市、“中三角”地区的核心城市，经济发展水平较高，对外来人口的吸引力较强，另外，亿房信息的产品结构以互联网推广业务为主，其销售毛利率相对较高。

经核查，主办券商和申报会计师认为，公司综合毛利率和主要业务毛利率保持较高水平具有合理性。

（四）主要费用及变动情况

1、期间费用及其变动及占营业收入的比重

报告期内，公司期间费用情况如下：

项 目	2015年1-8月	2014年度		2013年度
	金额	金额	增长率	金额

销售费用	12,696,561.83	15,044,889.50	156.88	5,856,697.18
管理费用	14,131,708.44	13,002,519.47	145.01	5,306,830.85
财务费用	203,708.10	109,809.36	2324.04	4,530.02
营业收入	50,230,494.12	51,876,800.82	217.36	16,346,399.03
销售费用占营业收入的比重（%）	25.28		29.00	35.83
管理费用占营业收入的比重（%）	28.13		25.06	32.46
财务费用占营业收入的比重（%）	0.41		0.21	0.03
期间费用占营业收入的比重（%）	53.82		54.28	68.32

报告期内，公司期间费用占营业收入的比重分别为68.32%、54.28%和53.82%，总体呈现下降。

2015年1-8月，期间费用占营业收入的比重为53.82%，较上年度略有下降，但总体变动不大，主要原因是销售规模扩大。

2014年度，期间费用占营业收入的比重为54.28%，较上年度大幅下降，主要原因是新房电商和新房互联网推广等业务收入较上年度大幅增加，其中新房电商业务收入较上年增加1,965.81万元，增幅112.49倍，新房互联网推广业务收入较上年增加1,420.36万元，增幅88.95%，导致期间费用率大幅下降。

2013年，期间费用率占营业收入的比重为68.32%，主要原因是：①当期销售规模相对较少；②当期新增落地城市公司8个，人员工资、办公室租金等固定费用较高，导致期间费用率较高。

2、同行业上市与挂牌公司比较分析

报告期内，同行业上市与挂牌公司期间费用率比较如下：

单位：%

项 目	2014 年度	2013 年度
搜房网	31.57	27.02

新浪乐居	73.59	67.74
三六五网	57.8	58.83
亿房信息	63.33	62.98
楼市通网	34.25	32.93
平均期间费用率	52.11	49.90
本公司	54.28	68.32

数据来源：房掌柜、上市公司、挂牌公司的财务数据；同行业上市公司和挂牌公司未披露2015年1-8月财务数据。

2013年度和2014年度，公司期间费用率与同行业上市公司平均期间费用率差异不大，2013年期间费用率较同行业上市公司高，主要系当期营业收入规模相对较小，2014期间费用率基本与同行业上市公司基本持平。

3、销售费用分析

报告期内，公司销售费用结构及其变动情况如下：

项 目	2015年1-8月		2014年度		2013年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	5,845,986.11	46.04	5,495,332.37	36.53	2,299,347.55	39.26
市场费用	5,455,629.11	42.97	7,708,040.69	51.23	2,484,589.89	42.42
业务招待费	638,492.14	5.03	1,087,613.15	7.23	596,255.20	10.18
差旅费	200,470.49	1.58	354,172.66	2.35	101,816.19	1.74
其 他	555,983.98	4.38	399,730.63	2.66	374,688.35	6.40
合 计	12,696,561.83	100.00	15,044,889.50	100.00	5,856,697.18	100.00
销售费用增减额	-2,348,327.67		9,188,192.32		-	
增减率	-15.61%		156.88%		-	

公司的销售费用主要包括职工薪酬、市场费用和业务招待费用等。

2015年1-8月销售费用达到上年的84.39%，主要原因是：①公司的经营规模持续扩张，2015年1-8月的营业收入达到上年的96.83%；②落地公司增加、经营规模

扩张，当期企划营销人员平均人数为202人，较上年增长38.36%，相关人员薪酬水平也较上年有所上涨，职工薪酬增加。

2014年度销售费用较上年增加918.82万元，增幅1.57倍，主要原因是：①2014年营业收入较上年增加3,553.04万元，增长2.17倍，市场费用相应增加；②2014年公司企划营销人员平均人数为145人，较上年70人增长107.14%，相关人员薪酬水平也较上年有所上涨，职工薪酬增加。

4、管理费用分析

报告期内，公司管理费用结构及其变动情况如下：

项 目	2015年1-8月		2014年度		2013年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	5,679,988.85	40.19	4,720,769.40	36.31	1,902,659.45	35.85
研发费	1,884,857.73	13.34	2,522,179.09	19.40	1,065,395.20	20.08
房租及物业管理费	3,146,989.18	22.27	2,812,495.62	21.63	1,080,348.36	20.36
办公费	555,666.39	3.93	587,146.21	4.52	335,188.44	6.32
差旅交通费	425,930.03	3.01	626,926.60	4.82	134,154.05	2.53
装修费	259,202.60	1.83	308,024.51	2.37	73,125.00	1.38
折旧费	306,107.74	2.17	253,687.30	1.95	88,719.27	1.67
业务招待费	164,251.10	1.16	92,694.72	0.71	90,758.90	1.71
专业服务费	243,882.93	1.73	361,961.80	2.78	37,735.85	0.71
其 他	1,464,831.89	10.37	716,634.22	5.51	498,746.33	9.40
合 计	14,131,708.44	100.00	13,002,519.47	100.00	5,306,830.85	100.00
管理费用增减额	1,129,188.97		7,695,688.62		-	
增减率	8.68%		145.01%		-	

公司的管理费用主要包括职工薪酬、研发费、房租及物业管理费等。

2015年1-8月管理费用达到上年的108.68%，主要原因是：①2015年1-8月落地

公司增加，管理和研发人员平均人数增加到83人，较上年增长31.75%，相关人员薪酬水平较上年有所上涨，且根据权责发生制当期预提2015年第一、二季度的绩效奖金，导致职工薪酬增加；②2015年1-8月新增落地城市公司4家、部分公司租赁高档写字楼等，房租及物业管理费增加。

2014年度管理费用较上年增加769.57万元，增幅1.45倍，主要原因是：①2014年公司加强管理和加大移动互联网等方面的研发投入，当期管理人员和研发人员平均人数达63人，较上年增长65.79%，相关人员薪酬尤其是研发人员的薪酬水平较上年涨幅较大，职工薪酬增加；②2013年11月-2014年12月，新增落地城市公司广州房掌柜上海、无锡、北京和天津等8家分公司，由于分公司数量较之前增长1.14倍，导致房租及物业管理、办公费费等固定费用相应增加。

5、财务费用分析

报告期内，公司财务费用结构及其变动情况如下：

项 目	2015年1-8月	2014年度	2013年度
手续费支出	207,740.85	118,020.44	6,664.29
减：利息收入	4,032.75	8,211.08	2,134.27
合 计	203,708.10	109,809.36	4,530.02
财务费用增减额	93,898.74	105,279.34	-
增减率	85.51%	2,324.04%	-

公司财务费用主要为新房电商业务刷卡手续费和银行存款产生的利息收入。

报告期内，财务费用中的手续费支出增幅较大，主要是新房电商业务增长较快，刷卡手续费支出增加。

（五）重大投资收益

报告期内，公司无重大投资收益。

（六）非经常性损益情况

报告期内，公司非经常性损益明细表如下：

项 目	2015年1-8月	2014年度	2013年度
-----	-----------	--------	--------

同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	564,198.39	-372,444.63
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1,420.67	-	-500
小 计	-1,420.67	564,198.39	-372,944.63
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	1,966.81	-	-
①非经常性损益净额对净利润的影响	-3,387.48	564,198.39	-372,944.63
②归属于公司普通股股东的净利润	-2,641,090.98	690,863.36	-438,708.95
③扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润=②-①	-2,637,703.50	126,664.97	-65,764.32
④非经常性损益净额对净利润的影响=①/②	0.13%	81.67%	85.01%

2015年1-8月份，非经常性损益对净利润的影响较小；2013年和2014年非经常性损益对净利润的影响较大，主要原因是同一控制下企业合并广州房掌柜、上海乐家和上海道杉，三家公司期初至合并日的当期净损益计入非经常性损益。

（七）报告期内适用税率及主要财政税收优惠政策

1、主要税种及税率

公司适用的主要税种及税率情况如下：

主要税种	计税基础	税率（%）
营业税	应税劳务	5
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额或销售额	6、3
城市维护建设税	应缴流转税税额	7、1
教育费附加	应缴流转税税额	3
地方教育附加	应缴流转税税额	2

企业所得税	应纳税所得额	25
-------	--------	----

注：公司的二手房中介服务费和广告发布费适用的营业税税率为 5%；除房掌柜和广州房掌柜深圳分公司外，其他分公司均为小规模纳税人，适用的增值税税率为 3%；除上海乐家外，其他分公司的城建税税率均为应缴流转税税额的 7%；企业所得税税率均为 25%。

2、税收优惠及批文

截至本公开转让说明书签署之日，公司未享受税收优惠。

五、公司最近两年及一期主要资产情况

最近两年及一期期末，公司资产结构如下：

项 目	2015 年 8 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产：	-	-	-	-	-	-
货币资金	14,662,092.56	39.97	3,687,091.06	12.42	1,124,466.11	12.71
应收账款	12,066,493.68	32.90	13,124,000.34	44.22	4,806,021.91	54.34
预付款项	2,563,133.59	6.99	3,729,061.60	12.56	-	-
其它应收款	2,111,950.51	5.76	5,257,910.39	17.72	1,643,646.32	18.58
存货	96,000.00	0.26	105,600.00	0.36	-	-
流动资产合计	31,499,670.34	85.88	25,903,663.39	87.28	7,574,134.34	85.64
非流动资产：	-	-	-	-	-	-
固定资产	2,044,812.39	5.57	1,539,415.64	5.19	793,886.45	8.98
无形资产	251,213.20	0.68	-	-	-	-
长期待摊费用	175,427.54	0.48	-	-	-	-
递延所得税资产	2,707,285.98	7.38	2,235,478.68	7.53	476,119.50	5.38
非流动资产合计	5,178,739.11	14.12	3,774,894.32	12.72	1,270,005.95	14.36
资产总计	36,678,409.45	100.00	29,678,557.71	100.00	8,844,140.29	100.00

报告期内，公司资产规模呈现波动，主要原因是公司经营规模持续扩张、引进新股东等导致资产规模相应变动。

2015 年 8 月末资产总额较 2014 年末增加 699.99 万元，增幅 23.59%，主要原因是货币资金增加。

2014 年末资产总额较 2013 年末增加 2,083.44 万元，增幅 2.36 倍，主要原因是货币资金、应收账款、预付账款、其它应收款、固定资产和递延所得税资产增加。

最近两年及一期期末，资产主要项目增减变化分析如下：

（一）货币资金

最近两年及一期期末，公司货币资金结构及其增减变动情况如下：

项 目	2015 年 8 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金	125,531.22	0.86	310,881.95	8.43	182,859.88	16.26
银行存款	14,536,561.34	99.14	3,376,209.11	91.57	941,606.23	83.74
合 计	14,662,092.56	100.00	3,687,091.06	100.00	1,124,466.11	100.00
货币资金增减额	10,975,001.50		2,562,624.95		-	
增减率	297.66%		227.90%		-	

公司的货币资金为现金和银行存款。

报告期内，货币资金快速增长，主要原因是为了优化股权结构引进新股东，及随着新房电商业务规模的持续扩张预收款项增加。

2015 年 8 月末货币资金较 2014 年末增加 1,097.50 万元，增幅 2.98 倍，主要原因是：①为优化股权结构、完善法人治理结构，筹集业务经营发展资金，公司引进新股东筹集资金 1,200 万元；②偿还关联方净拆借资金 430.80 万元；③最近一期新房电商业务规模持续增长，预收款项增加，经营活动净现金流入 556.13 万元。

2014 年货币资金较 2013 年末增加 256.26 万元，增幅 2.28 倍，主要原因是：①向股东净拆借资金 114.35 万元；②经营活动净现金流入 165.89 万元。

(二) 应收款项

1、应收账款及坏账准备情况

账 龄	坏账准备计 提比率	2015 年 8 月 31 日			
		余额	占比	坏账准备	净额
0 至 6 个月	0	7,490,855.94	59.18	-	7,490,855.94
6 个月至 1 年	5	3,963,093.63	31.31	198,154.68	3,764,938.95
1 至 2 年	30	1,058,798.27	8.36	317,639.48	741,158.79
2 至 3 年	50	139,080.00	1.10	69,540.00	69,540.00
3 年以上	100	5,935.00	0.05	5,935.00	-
合 计	-	12,657,762.84	100.00	591,269.16	12,066,493.68

账 龄	坏账准备计 提比率	2014 年 12 月 31 日			
		余额	占比	坏账准备	净额
0 至 6 个月	0	11,563,926.05	86.21	-	11,563,926.05
6 个月至 1 年	5	1,073,730.00	8.00	53,686.50	1,020,043.50
1 至 2 年	30	758,661.85	5.66	227,598.56	531,063.29
2 至 3 年	50	17,935.00	0.13	8,967.50	8,967.50
合 计	-	13,414,252.90	100.00	290,252.56	13,124,000.34

账 龄	坏账准备计 提比率	2013 年 12 月 31 日			
		余额	占比	坏账准备	净额
0 至 6 个月	0	4,352,502.06	89.04	-	4,352,502.06
6 个月至 1 年	5	324,605.00	6.64	16,230.25	308,374.75
1 至 2 年	30	197,993.00	4.05	59,397.90	138,595.10
2 至 3 年	50	13,100.00	0.27	6,550.00	6,550.00
合 计	-	4,888,200.06	100.00	82,178.15	4,806,021.91

公司的应收账款主要为应收房地产开发商互联网推广销售款和联合电商（非收款方）分销款。

报告期内，应收账款增长较快，2015年8月末应收账款较2013年末增加776.96万元，增长1.59倍，主要原因是随着公司房地产网络营销业务的持续扩张，联合电商（非收款方）分销项目和互联网推广服务取得较好销售业绩，应收账款相应增加，公司的主要客户为房地产开发企业和联合电商（收款方），其资信情况良好，且通过长期合作建立了良好、稳定的业务关系，应收账款收回的可能性大。

2014年末应收账款较上年增加852.61万元，增长1.74倍，主要原因是：①2014年公司新房电商业务在珠三角、长三角地区展业情况良好，新房电商业务实现营业收入1,983.28万元，较上年增长112.49倍；②随着“房掌柜”垂直电商门户网站品牌知名度的提升，当期新房互联网推广业务营业收入达到3,017.23万元，较上年增长88.95%。

2、报告期内无实际核销的应收账款

3、截至2015年8月31日，应收账款余额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	账龄	比例
上海良伟置业有限公司	非关联方	592,500.00	6个月-1年	4.68
东莞市光大房地产开发有限公司	非关联方	542,137.00	6个月内 52.29万元/6个月-1年 1.92万元	4.28
中山市雅建房地产发展有限公司	非关联方	415,169.00	6个月内	3.28
佛山市长信宏龙房地产有限公司	非关联方	364,320.00	6个月内	2.88
上海绿地青浦置业有限公司	非关联方	286,750.00	6个月-1年	2.27
合 计	-	2,200,876.00	-	17.39

4、截至2014年12月31日，应收账款余额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	账龄	比例
上海羽岑信息技术有限公司	非关联方	735,000.00	6个月内	5.48

上海良伟置业有限公司	非关联方	592,500.00	6 个月内	4.42
东莞市晶隆实业发展有限公司	非关联方	511,000.00	6 个月内 25.90 万元/ 6 个月-1 年 25.20 万元	3.81
广州市粤锐恒星房地产有限公司	非关联方	348,000.00	6 个月内	2.59
上海绿地青浦置业有限公司	非关联方	306,750.00	6 个月内	2.29
合 计	-	2,493,250.00	-	18.59

5、截至2013年12月31日，应收账款余额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	账龄	比例
东莞市广源房地产开发有限公司	非关联方	582,000.00	6 个月内	12.75
东莞市桃源商住建造有限公司	非关联方	553,811.00	6 个月内 49.50 万元/ 6 个月-1 年 5.88 万元	12.14
上海绿地邻森置业有限公司	非关联方	543,600.00	6 个月内	11.91
绿地集团（昆山）东城置业有限公司	非关联方	203,700.00	6 个月内	4.46
东莞市中天广场建造有限公司	非关联方	189,540.00	6 个月内 13.05 万元/ 1-2 年 5.90 万元	4.15
合 计	-	2,072,651.00	-	45.41

6、期末无应收关联方款项

（三）预付账款

1、预付账款结构及增减变动情况

最近两年及一期期末，公司预付款项结构及其增减变动情况如下：

项 目	2015 年 8 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	2,563,133.59	100.00	3,729,061.60	100.00	-	-
合 计	2,563,133.59	100.00	3,729,061.60	100.00	-	-
预付账款增减额	-1,165,928.01		3,729,061.60		-	

增减率	-31.27%	-	-
-----	---------	---	---

公司预付账款主要为预付房地产开发商预售商品房的认购权款和办公场所的租金等。

报告期内，预付账款呈现波动，主要是公司开展房地产网络营销业务过程中存在支付预售商品房认购权的情形，由于该类业务在各年度之间的发生具有不确定性，导致预付账款呈现波动。

2015年8月末预付账款较2014年末减少116.59万元，减幅31.27%，主要原因是：①根据公司与重庆融创启洋置业有限公司签订的补充协议，收回上年支付的预售商品房认购权款202.37万元；②预付无锡国盛房地产开发有限公司绿地西水东项目五套预售商品房认购权款117.80万元，截至本公开转让说明书签署日，五套预售商品房已经全部变更到他人名下，并收回预付款项；③截至本公开转让说明书签署日，公司已经与重庆金科郡威房地产开发有限公司解除相关合同，预售商品房认购权款150.82万元已经收回。

2014年末预付账款较2013年末增加372.91万元，主要原因是：①预付重庆融创启洋置业有限公司欧麓花园城项目预售商品房认购权款202.37万元；②预付重庆金科郡威房地产开发有限公司金科天宸项目预售商品房认购权款150.82万元。

2、截至2015年8月31日，预付账款余额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	账龄	未结算原因
重庆金科郡威房地产开发有限公司	非关联方	1,508,172.00	1年以内	合同未到期
无锡国盛房产开发有限公司	非关联方	929,385.00	1年以内	合同未到期
王艳	非关联方	56,766.99	1年以内	租约未到期
寇维敏	非关联方	49,410.00	1年以内	租约未到期
刘彦磊	非关联方	7,900.00	1年以内	租约未到期
合 计	-	2,551,633.99	-	-

3、截至2014年12月31日，预付账款余额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	账龄	未结算原因
重庆融创启洋置业有限公司	非关联方	2,023,688.60	1 年以内	合同未到期
重庆金科郡威房地产开发有限公司	非关联方	1,508,172.00	1 年以内	合同未到期
深圳市金斧头装饰设计工程有限公司	非关联方	90,000.00	1 年以内	项目未完结
陈剑虎	非关联方	44,525.00	1 年以内	租约未到期
东莞新世界花园商住建造有限公司	非关联方	25,290.00	1 年以内	项目未完结
合 计	-	3,691,675.60	-	-

4、期末无账龄超过1年且金额重大的预付款项

5、期末无预付关联方款项

(四) 其它应收款

1、其它应收款及坏账准备情况

组 合	2015 年 8 月 31 日			
	余额	占比	坏账准备	净额
押金、备用金组合	2,071,950.51	85.55	-	2,071,950.51
小 计	2,071,950.51	85.55	-	2,071,950.51
期末单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款				
重庆金科郡威房地产开发有限公司	200,000.00	8.26	160,000.00	40,000.00
东莞市天平广告有限公司	150,000.00	6.19	150,000.00	-
小 计	350,000.00	14.45	310,000.00	40,000.00
合 计	2,421,950.51	100.00	310,000.00	2,111,950.51

注：公司预付重庆金科郡威房地产开发有限公司 100 套商品房销售保证金 20 万元（每套 2 千元），根据合同约定，以 2015 年 8 月 31 日为截止日，公司未完成销售部分对应的保证金将不予退还，故预付账款转入其他应收款，并单独计提坏账准备 16 万元；2014 年，公

司支付东莞市天平广告有限公司广告经营合作款 15 万元，根据合作协议约定，若广告代理项目在协议期内意外中止，被告需全额退回原告合作款，由于被告最终未履行合同且未退回合作款，公司已经提起诉讼，经法院判决，被告应返还原告合作款 15 万元，截至本公开转让说明书签署日，公司尚未收回上述款项，根据谨慎性原则全额计提坏账准备。

组 合	2014 年 12 月 31 日			
	余额	占比	坏账准备	净额
押金、备用金组合	1,940,133.13	36.90	-	1,940,133.13
关联方组合	3,317,777.26	63.10	-	3,317,777.26
合 计	5,257,910.39	100.00	-	5,257,910.39

组 合	2013 年 12 月 31 日			
	余额	占比	坏账准备	净额
押金、备用金组合	302,336.93	18.39	-	302,336.93
关联方组合	1,341,309.39	81.61	-	1,341,309.39
合 计	1,643,646.32	100.00	-	1,643,646.32

公司的其它应收款主要为押金、备用金和关联方往来款项。

报告期内，其它应收款呈现波动，主要原因是押金、备用金和关联方往来款变动所致。

2015年8月末其它应收款较上年末减少283.60万元，减幅53.94%，主要原因是收回关联方占用的资金。

2014年末其它应收款较上年末增加361.43万元，增长219.89%，主要原因是押金、备用金和关联方资金占用增加。

2、报告期内无实际核销的其它应收款

3、截至2015年8月31日，其它应收款余额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	款项性质	账龄	比例
重庆金科郡威房地	非关联方	200,000.00	保证金	1 年以内	8.26

产开发有限公司					
东莞市天平广告有限公司	非关联方	150,000.00	保证金	1-2 年	6.19
通联支付网络服务股份有限公司天津分公司	非关联方	117,545.74	押金	1 年以内	4.85
郑理	非关联方	111,016.00	员工借款	1 年以内	4.58
愉景湾物业管理（深圳）有限公司	非关联方	108,169.03	押金	1 年以内	4.47
合 计	-	686,730.77	-	-	28.35

4、截至2014年12月31日，其它应收款余额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	款项性质	账龄	比例
深圳市房掌柜网络科技有限公司	同受控股股东控制	2,907,059.85	关联方往来	1 年以内	55.29
重庆金科郡威房地产开发有限公司	非关联方	200,000.00	保证金	1 年以内	3.80
愉景湾物业管理（深圳）有限公司	非关联方	162,209.03	押金	1 年以内	3.09
东莞市天平广告有限公司	非关联方	150,000.00	保证金	1 年以内	2.85
张伟	公司股东	150,000.00	关联方往来	1 年以内	2.85
合 计	-	3,569,268.88	-	-	67.88

5、截至2013年12月31日，其它应收款余额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	款项性质	账龄	比例
深圳市房掌柜网络科技有限公司	同受控股股东控制	1,341,309.39	关联方往来	1 年以内	81.61
东莞公司办公室押金—刘小明	非关联方	78,000.00	押金	1 年以内	4.75
毛晓敏	非关联方	74,321.00	员工借款	1 年以内	4.52
上海都市工业设计中心有限公司	非关联方	22,028.00	押金	1 年以内	1.34

顾翔芸	非关联方	11,000.00	押金	1 年以内	0.67
合 计	-	1,526,658.39	-	-	92.88

6、截至2015年8月31日，应收关联方款项参见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“八、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“（三）报告期关联方往来余额”

（五）存货

最近两年及一期期末，公司存货构成及增减变动情况如下：

项 目	2015 年 8 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
库存商品	96,000.00	100.00	105,600.00	100.00	-	-
合 计	96,000.00	100.00	105,600.00	100.00	-	-
存货增减额	9,600.00		105,600.00		-	
增减率	9.09%		-		-	

公司存货为库存商品。

2014年12月公司从纳恩博科技有限公司购入Ninebot E平衡车11台，上述平衡车在2015年1-8月的线下活动中对外出售一台，单台售价9,600.00元。

（六）固定资产

固定资产类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）	原值	累计折旧	净值
办公设备及其他	5	5	19.00	2,877,523.34	832,710.95	2,044,812.39
合 计	-	-	-	2,877,523.34	832,710.95	2,044,812.39

公司的固定资产为电脑、打印机和复印机等。

报告期内，固定资产增长较快，2015年8月末固定资产较2013年末增加125.09万元，增幅1.58倍，主要原因是随着公司业务规模的扩大，落地城市公司的增加，购置的办公设备有所增加。

(七) 递延所得税资产

最近两年及一期期末，公司递延所得税资产结构及增减变动情况如下：

项 目	2015 年 8 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	递延所得 税资产	可抵扣或应 纳税暂时性 差异	递延所得 税资产	可抵扣或 应纳税暂 时性差异	递延所得 税资产	可抵扣或 应纳税暂 时性差异
坏账准 备的所 得税影 响	225,317.30	901,269.16	72,563.14	290,252.56	20,544.54	82,178.15
未弥补 亏损的 所得 税影响	2,481,968.68	9,927,874.68	2,162,915.54	8,651,662.11	455,574.96	1,822,299.75
合 计	2,707,285.98	10,829,143.84	2,235,478.68	8,941,914.67	476,119.50	1,904,477.90
递延所 得税资 产增减 额	471,807.30		1,759,359.18		-	
增减率	21.11%		369.52%		-	

公司的递延所得税资产均为坏账准备和未弥补亏损产生的暂时性差异。

(八) 资产减值准备计提情况

1、坏账准备：坏账准备计提的范围包括应收账款、其它应收款。

(1) 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	单项金额重大的应收账款确认标准为单笔金额达到人民币 100 万元及以上的款项、单项金额重大的其它应收款确认标准为单笔金额达到人民币 50 万元及以上的款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	经单独进行减值测试有客观证据表明发生减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备；经单独进行减值测试未发生减值的，将其划入具有类似信用风险特征的若干组合计提坏账准备。

(2) 按组合计提坏账准备的应收款项

①单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据	
个别认定法组合	合并范围内关联方款项
账龄分析法组合	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征
按组合计提坏账准备的计提方法	
个别认定法组合	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备
账龄分析法组合	账龄分析法

②按组合计提坏账准备的应收款项

组合名称	确定组合的依据	坏账准备的计提方法
账龄组合	以账龄为信用风险组合确认依据	账龄分析法
押金、备用金组合	生产经营中提供的押金、保证金以及员工备用金等	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备
关联方组合	应收本公司关联方款项	

以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备计提方法：

账 龄	应收账款计提比例（%）	其它应收款计提比例（%）
6个月以内（含6个月,下同）	0	0
6个月-1年	5	5
1—2年	30	30
2—3年	50	50
3年以上	100	100

③单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	有确凿证据表明可收回性存在明显差异
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

④对于其它应收款项（包括应收票据、预付款项、应收利息、长期应收款等），根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

2、存货跌价准备

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

3、长期股权投资减值准备

资产负债表日，关注长期股权投资的账面价值是否大于享有被投资单位所有者权益账面价值的份额等类似情况。出现类似情况时，按照《企业会计准则第8号——资产减值》对长期股权投资进行减值测试。如果可收回金额的计量结果表明，该长期股权投资的可收回金额低于其账面价值的，将差额确认为减值损失，计提长期股权投资减值准备。

4、固定资产减值准备

资产负债表日，有迹象表明固定资产发生减值的，以单项资产为基础估计其可收回金额；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为基础确定其可收回金额。

单项资产的可收回金额低于其账面价值的，按单项资产的账面价值与可收回金额的差额计提相应的资产减值准备。资产组的可收回金额低于其账面价值的，确认其相应的减值损失，减值损失金额先抵减分摊至资产组中商誉的账面价值，再根据资产组中除商誉之外的其它各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其它各项资产的账面价值；以上资产账面价值的抵减，作为各单项资产（包括商誉）的减值损失，计提各单项资产的减值准备。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

5、无形资产减值准备

资产负债表日，有迹象表明无形资产可能发生减值的，以单项资产为基础估计其可收回金额；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为基础确定其可收回金额。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，每年年末都进行减值测试。

单项资产的可收回金额低于其账面价值的，按单项资产的账面价值与可收回金额的差额计提相应的资产减值准备。资产组的可收回金额低于其账面价值的，确认其相应的减值损失，减值损失金额先抵减分摊至资产组中商誉的账面价值，再根据资产组中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值；以上资产账面价值的抵减，作为各单项资产(包括商誉)的减值损失，计提各单项资产的减值准备。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

6、减值准备实际计提情况

截至2015年8月31日，除计提坏账准备外，公司其它资产使用情况良好，不存在减值情况，未计提减值准备。具体计提的减值准备情况如下：

项 目	2014 年末	本期计提	本期减少		2015 年 8 月末
			转回	转销	
应收款项坏账准备	290,252.56	611,016.60	-	-	901,269.16
合 计	290,252.56	611,016.60	-	-	901,269.16
项 目	2013 年末	本期计提	本期减少		2014 年末
			转回	转销	
应收款项坏账准备	82,178.15	208,074.41	-	-	290,252.56
合 计	82,178.15	208,074.41	-	-	290,252.56

六、公司最近两年及一期主要负债情况

最近两年及一期期末，公司负债结构如下：

项 目	2015 年 8 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
-----	-----------------	------------------	------------------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债：						
应付账款	4,322,146.40	14.97	517,496.40	1.90	133,734.90	1.94
预收款项	18,005,896.14	62.37	8,719,591.05	32.02	319,669.38	4.64
应付职工薪酬	4,302,412.43	14.90	2,479,138.19	9.11	1,221,478.14	17.74
应交税费	1,991,744.54	6.90	3,695,100.16	13.57	588,759.96	8.55
其它应付款	246,926.14	0.86	11,816,857.13	43.40	4,620,982.49	67.12
流动负债合计	28,869,125.65	100.00	27,228,182.93	100.00	6,884,624.87	100.00
非流动负债合计	-	-	-	-	-	-
负债总额	28,869,125.65	100.00	27,228,182.93	100.00	6,884,624.87	100.00

报告期内，公司负债呈现快速增长，2015年8月末负债总额较2013年末增加2,198.45万元，主要原因是业务规模的扩张导致资产规模相应增长，本公司除引进新股东外，还通过商业信用解决营运资金需求，导致负债规模增加。

2015年8月末负债总额较2014年末增加266.93万元，增幅10.19%，主要原因是应付账款、预收账款和应付职工薪酬增加，应交税费和其它应付款减少。

2014年末负债总额较2013年末增加2,034.36万元，增幅2.95倍，主要原因是预收账款、应付职工薪酬、应交税费和其它应付款增加。

最近两年及一期期末，负债主要项目增减变化分析如下：

（一）应付账款

1、应付账款账龄情况

最近两年及一期期末，公司应付账款账龄构成及增减变化情况如下：

账 龄	2015年8月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	4,322,146.40	100.00	517,496.40	100.00	133,734.90	100.00
合 计	4,322,146.40	100.00	517,496.40	100.00	133,734.90	100.00
应付账款增减额	3,804,650.00		383,761.50		-	

增减率	735.20%	286.96%	-
-----	---------	---------	---

公司的应付账款为应付宣传推广费、广告制作费、线下活动劳务费等款项。

报告期内，应付账款快速增长，2015年8月末应付账款余额较2013年末增加418.84万元，增长31.32倍，主要原因是公司作为联合电商（收款方）推广的楼盘数量增加、规模较大，期末应付分销商的电商分款有所增加。

2015年末8月应付账款余额较2014年末增加380.47万元，增幅7.35倍，主要是应付东莞市九棵松广告有限公司和深圳市鼎尚文化传播有限公司等宣传推广费、广告费等增加所致。

2014年末应付账款余额较2013年末增加38.38万元，增幅2.87倍，主要是应付上海熙城商务咨询有限公司和昆山多广益房产经纪有限公司分销劳务费27.35万元所致。

2、截至2015年8月31日，应付账款欠款金额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	款项性质	账龄	比例
东莞市九棵松广告有限公司	非关联方	1,112,434.00	广告费	一年以内	25.74
哈尔滨万事胜意文化传媒有限公司	非关联方	582,250.00	宣传推广费	一年以内	13.47
东莞乐居广告有限公司	非关联方	532,592.00	广告费	一年以内	12.32
深圳市鼎尚文化传播有限公司	非关联方	296,173.00	宣传推广费	一年以内	6.85
东莞市烽火文化传播有限公司	非关联方	236,514.00	宣传推广费	一年以内	5.47
合 计	-	2,759,963.00	-	-	63.86

3、截至2014年12月31日，应付账款欠款金额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	款项性质	账龄	比例
上海熙城商务咨询有限公司	非关联方	140,500.00	劳务费	一年以内	27.15
昆山多广益房产经	非关联方	133,000.00	劳务费	一年以内	25.70

纪有限公司					
深圳市众和智汇广告有限公司	非关联方	66,010.60	广告费	一年以内	12.76
昆山恒大管家房产咨询服务有限公司	非关联方	44,000.00	劳务费	一年以内	8.50
昆山新乐居房地产营销策划有限公司	非关联方	21,500.00	劳务费	一年以内	4.15
合 计	-	405,010.60	-	-	78.26

4、截至2013年12月31日，应付账款欠款金额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	款项性质	账龄	比例
东莞市信誉印刷有限公司	非关联方	47,600.00	印刷费	一年以内	35.59
深圳市聚成企业管理顾问股份有限公司	非关联方	40,000.00	劳务费	一年以内	29.91
东莞市盈联印刷有限公司	非关联方	24,200.00	印刷费	一年以内	18.10
东莞市鸿仁文化传播有限公司	非关联方	10,200.00	活动费	一年以内	10.46
东莞市大兴印刷有限公司	非关联方	5,500.00	印刷费	一年以内	10.02
合 计	-	127,500.00	-	-	95.34

5、截至2015年8月31日，应付账款中不含应付关联方的款项

(二) 预收账款

1、预收账款账龄情况

最近两年及一期期末，公司预收款账龄构成及增减变化情况如下：

账 龄	2015 年 8 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	18,005,896.14	100.00	8,719,591.05	100.00	319,669.38	100.00

合计	18,005,896.14	100.00	8,719,591.05	100.00	319,669.38	100.00
预收账款增减额	9,286,305.09		8,399,921.67		-	
增减率	106.50%		2,627.69%		-	

公司的预收账款为公司作为独家电商或联合电商（收款方）预收购房人会员信息服务费（电商款），上述人员可以享受购房额外优惠折扣。

报告期内，预收账款快速增加，2015年8月末预收账款较2013年末增加1,768.62万元，增长55.33倍，主要原因是随着公司业务规模的扩张、市场竞争力的增强，公司品牌知名度在业内不断提升，公司承担的独家电商和联合电商（收款方）项目不断增加，预收的电商款项持续增加。

2015年8月末预收账款较2014年末增加928.63万元，增幅1.07倍，主要是：①预收股权投资款400万元，2015年9月该款项已经转入股本和资本公积；②公司作为独家电商收和联合电商（收款方）的项目规模较大且数量增加（如深圳金融街项目、重庆乾珑湾项目、深圳莱蒙水榭湾项目等），导致预收的电商款增加。

2014年末预收账款较2013年末增加839.99万元，增长26.28倍，主要是公司收款的电商项目增加，收取的电商预收款增加所致。

2、截至2015年8月31日，预收账款金额前五名情况

项目名称	与公司关系	金额	款项性质	账龄	比例
杜尔冬	非关联方	4,000,000.00	预收投资款	一年以内	22.21
深圳金融街	非关联方	2,430,000.00	预收电商款	一年以内	13.50
重庆乾和珑湾	非关联方	1,525,000.00	预收电商款	一年以内	8.47
深圳莱蒙水榭湾	非关联方	1,500,000.00	预收电商款	一年以内	8.33
上海海伦堡	非关联方	1,065,000.00	预收电商款	一年以内	5.91
合 计	-	10,520,000.00	-	-	58.43

3、截至2014年12月31日，预收账款金额前五名情况

项目名称	与公司关系	金额	款项性质	账龄	比例
东莞卓越时代广场	非关联方	2,542,199.13	预收电商款	一年以内	29.16
东莞王洲湾一号	非关联方	1,135,000.00	预收电商款	一年以内	13.02
东莞东方银座	非关联方	1,120,000.00	预收电商款	一年以内	12.84
广州丰泰城市公馆	非关联方	340,000.00	预收电商款	一年以内	3.90
深圳莱蒙水榭湾	非关联方	335,000.00	预收电商款	一年以内	3.84
合 计	-	5,472,199.13	-	-	62.76

4、截至2013年12月31日，预收账款金额前五名情况

项目名称	与公司关系	金额	款项性质	账龄	比例
无锡润泽十八区	非关联方	319,669.38	预收电商款	一年以内	100.00
合 计	-	319,669.38	-	-	100.00

5、截至2015年8月31日，预收账款中不含预收关联方的款项

(三) 应付职工薪酬

最近两年及一期期末，公司应付职工薪酬及其增减变动情况如下：

项目	2015年8月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
应付职工薪酬	4,302,412.43	2,479,138.19	1,221,478.14
应付职工薪酬增减额	1,823,274.24	1,257,660.05	-
增减率	73.54%	102.96%	-

注：期末应付工资已于2015年9月发放。

公司的应付职工薪酬为应付职工的工资、奖金、津贴和补贴。

报告期内，应付职工薪酬快速增加，2015年8月末应付职工薪酬余额较2013年末增加308.09万元，增长2.52倍，主要原因是公司逐步完成了互联网营销平台的全国性布局，业务规模和人员规模均迅速扩张，应付职工薪酬相应增加。

（四）应交税费

最近两年及一期期末，公司应交税费结构及其增减变动情况如下：

项 目	2015 年 8 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
增值税	114,928.25	5.77	584,446.35	15.82	149,500.12	25.39
企业所得税	1,154,886.57	57.98	2,540,806.96	68.76	421,314.63	71.56
代扣代缴个人所得税	394,339.44	19.80	89,497.72	2.42	1,321.74	0.22
营业税	164,890.36	8.28	361,814.25	9.79	-	-
城市维护建设税	89,014.74	4.47	60,750.68	1.64	5,569.60	0.95
教育费附加	39,790.83	2.00	28,248.56	0.76	2,823.29	0.48
地方教育附加	26,788.48	1.34	18,861.50	0.51	2,900.29	0.49
其他税费	7,105.87	0.36	10,674.14	-	5,330.29	0.91
合 计	1,991,744.54	100.00	3,695,100.16	100.00	588,759.96	100.00
应交税费增减额	-1,703,355.62		3,106,340.20		-	
增减率	-46.10%		527.61%		-	

公司的应交税费主要是应交的企业所得税、增值税和个人所得税。

报告期内，公司应交税费呈现波动，主要原因是报告期内各期间经营规模和税费实际缴纳情况导致应交税费的波动。

2015 年 8 月末应交税费较 2014 年末减少 170.34 万元，减幅 46.10%，主要原因是当期完成 2014 年度所得税汇算清缴等工作，应交企业所得税减少 214.65 万元。

2014 年末应交税费较 2013 年末增加 310.63 万元，增长 5.28 倍，主要原因是随着营业收入和利润总额的增长，公司应交企业所得税和增值税相应增加。

（五）其它应付款

1、其它应付款性质分类情况

最近两年及一期期末，公司其它应付款按性质分类构成情况如下：

性质或内容	2015年8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
关联方往来	-	-	8,655,770.03	73.25	4,505,772.49	97.51
预提费用	223,608.40	90.56	3,125,567.30	26.45	110,010.00	2.38
押金保证金及其它	23,317.74	9.44	35,519.80	0.30	5,200.00	0.11
合 计	246,926.14	100.00	11,816,857.13	100.00	4,620,982.49	100.00
其它应付款增减额	-11,569,930.99		7,195,874.64		-	
增减率	-97.91%		155.72%		-	

注：期末无账龄超过1年的大额其他应付款。

公司的其它应付款主要是关联方往来款、预提费用、押金和保证金等。

报告期内，其它应付款呈现波动，主要原因是关联方往来和预提费用增减变动所致。

2015年8月末其它应付款较2014年末减少1,156.99万元，减幅97.91%，主要是关联往来减少所致。

2014年末其它应付款较2013年末增加719.59万元，增幅1.56倍，主要是随着经营规模的扩大，公司需要的营运资金增加，向关联方拆借的资金和预提的活动经费增加。

2、截至2015年8月31日，其它应付款余额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	款项性质	账龄	比例
预提无锡绿地西水东电商项目分款	非关联方	99,025.00	活动费	一年以内	40.10
预提惠州佳兆业壹号电商项目分款	非关联方	50,564.40	活动费	一年以内	20.48
预提广州丰泰城市公馆电商项目分款	非关联方	26,750.00	活动费	一年以内	10.83
预提苏州丰隆城市中心电商项目分款	非关联方	8,536.00	活动费	一年以内	3.46
东莞市长德实业投资有限公司	非关联方	5,000.00	暂收款	一年以内	2.02
合 计	-	189,875.40	-	-	76.90

3、截至2014年12月31日，其它应付款余额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	款项性质	账龄	比例
深圳市房掌柜网络科技有限公司	关联方	5,459,869.11	活动费	一年以内	46.20
张毅	关联方	2,876,248.92	往来款	一年以内	24.34
预提东莞卓越时代广场电商项目分款	非关联方	1,318,650.00	活动费	一年以内	11.16
预提东莞王洲湾一号电商项目分款	非关联方	299,000.00	活动费	一年以内	2.53
预提东莞嘉华星际湾电商项目分款	非关联方	105,000.00	活动费	一年以内	0.89
合 计	-	10,058,768.03	-	-	85.12

4、截至2013年12月31日，其它应付款余额前五名情况

单位名称	与公司关系	金额	款项性质	账龄	比例
深圳市房掌柜网络科技有限公司	关联方	4,455,772.49	往来款	一年以内	96.42
预提线下活动分款	非关联方	110,010.00	活动费	一年以内	2.38
张伟	关联方	50,000.00	往来款	一年以内	1.08
姜华	非关联方	5,200.00	往来款	一年以内	0.12
合 计	-	4,620,982.49	-	-	100.00

5、截至2015年8月31日，应付关联方款项参见本公开转让说明书“第四节 公司财务”节之“八、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“（三）报告期关联方往来余额”

七、公司股东权益情况

最近两年及一期期末，公司所有者权益的结构如下：

项 目	2015 年 8 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
-----	-----------------	------------------	------------------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
实收资本	10,000,000.00	128.05	2,000,000.00	81.62	2,000,000.00	102.07
资本公积	399,996.00	5.12	399,996.00	16.32	600,000.00	30.62
盈余公积	22,450.36	0.29	22,450.36	0.92	9,783.86	0.50
未分配利润	-2,613,162.56	-33.46	27,928.42	1.14	-650,268.44	-33.19
所有者权益合计	7,809,283.80	100.00	2,450,374.78	100.00	1,959,515.42	100.00

报告期内，公司所有者权益快速增长，2015 末 8 月末所有者权益较 2013 年末增加 584.98 万元，增长 2.99 倍，主要原因是报告期内为优化股权结构、完善法人治理结构，筹集业务经营发展资金，引进新股东。

2015 年 8 月末所有者权益较 2014 年末增加 535.89 万元，增长 2.19 倍；主要原因是股本增加、未分配利润减少。

2014 年末所有者权益较 2013 年末增加 49.09 万元，增长 25.05%；主要原因是未分配利润增加。

最近两年及一期期末，所有者权益主要项目增减变化分析如下：

（一）股本

2015年8月末股本较2014年末增加800.00万元，增长4倍，主要原因是公司净资产转增股本所致。

（二）资本公积

2014年末资本公积较2013年末减少20万元，减幅33.33%，主要原因是同一控制下企业合并调整资本公积。

（三）盈余公积

2014年末盈余公积较2013年末增加1.27万元，增长1.29倍，主要原因是母公司根据当期实现净利润的10%计提法定盈余公积所致。

（四）未分配利润

最近两年及一期期末的未分配利润呈现波动，主要原因是当期盈利或亏损所致。

八、主要财务指标分析

（一）盈利能力分析

项 目	2015 年 1-8 月	2014 年度	2013 年度
营业收入	50,230,494.12	51,876,800.82	16,346,399.03
净利润	-2,641,090.98	690,863.36	-438,708.95
扣除非经常性损益后的净利润	-2,637,703.50	126,664.97	-65,764.32
毛利率	50.35%	57.85%	66.22%
净资产收益率	-63.95%	24.34%	-20.45%
扣除非经常性损益后的净资产收益率（%）	-63.87%	6.05%	-3.19%
基本每股收益（元/股）	-0.88	0.35	-0.22

注：基本每股收益，股数按照有限责任公司实收资本计算，最近两年及一期末分别为 200 万元、200 万元和 1000 万股，按实收资本的加权平均数计算。

2013 年度和 2014 年度，房地产网络营销服务行业快速成长，公司基于多年来对“房掌柜”门户网站品牌知名度的推广、网络技术的迭代升级、营销网络和服务体系的建设，业务规模近两年迅速增长。

2015 年 1-8 月，公司亏损较大，主要系季节性因素及新落地城市公司尚处投入与展业期，期间费用增幅较大，具体分析参见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“四、报告期内利润形成的有关情况”之“（四）主要费用及变动情况”。

由于公司净资产和股本规模相对较小，随着公司经营成果的较大变化，计算出的净资产收益率和每股收益报告期内呈现大幅变动，该现象是由于公司现阶段规模较小且处于迅速发展阶段造成的，未来随着公司业务的稳定增长，净资产收益率和每股收益等盈利指标将趋于稳定。

（二）偿债能力分析

项 目	2015 年 8 月 31 日	2014 年度	2013 年度
资产负债率（母公司）	35.29%	41.00%	43.42%

资产负债率（合并）	78.71%	91.74%	77.84%
流动比率（倍）	1.09	0.95	1.10
速动比率（倍）	1.09	0.95	1.10

最近两年及一期期末，公司合并口径的资产负债率分别为 77.84%、91.74%和 78.71%，资产负债率处于较高水平，主要系公司处于业务快速拓展阶段、新落地公司不断增加，预收的电商款增幅较大，导致负债规模增加。公司的流动比率和速动比率基本正常，无明显短期偿债风险。

报告期内，公司主要通过商业信用和引进新股东补充营运资金，未来公司将根据市场变化和经营战略择机通过资本市场直接融资，优化资本结构，降低资产负债率和财务风险。

（三）营运能力分析

项 目	2015 年 1-8 月	2014 年度	2013 年度
应收账款周转率（次）	3.99	5.79	4.36
存货周转率（次）	247.43	414.18	-

报告期内，公司应收账款周转率和存货周转率处于较好水平，资产营运能力较强。房地产网络营销行业一般没有存货，导致存货周转率相对较高。

（四）获取现金能力分析

单位：万元

项 目	2015 年 1-8 月	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	556.13	165.89	-239.78
投资活动产生的现金流量净额	-63.85	-301.63	-130.78
筹资活动产生的现金流量金额	605.22	392.00	398.06
现金及现金等价物净增加额	1,097.50	256.26	27.49
销售收现比率	115.22%	102.49%	89.91%

注：销售收现比率=销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-239.78万元、165.89万元和556.13万元，经营活动产生的现金流量金额相对较小，主要是公司尚处于快

速成长阶段，经营规模呈快速扩张但总体规模偏小，报告期内新落地城市公司较多，人员规模不断增加，固定运营成本等支出相对较大。另外，报告期内公司销售收现比率分别为89.91%、102.49%和115.22%，呈逐年上升趋势，说明公司销售回款情况良好，具备持续经营的能力和条件，未来随着新落地公司逐步进入投资回收期，经营活动产生现金流的能力将进一步增强。

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-130.78万元、-301.63万元和-63.85万元，主要系公司根据经营需要购买固定资产，收购控股股东、实际控制人控制的子公司，关联方占用资金归及归还所致。

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 398.06 万元、392.00 万元和 605.22 万元，主要系吸收股东投资及股东向公司提供资金支持所致。

九、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况

（一）关联方及关联方关系

根据《公司法》和《企业会计准则》的相关规定，报告期内，本公司的关联方及关联关系如下：

1、本公司控股股东、实际控制人及其关联股东

本公司控股股东、实际控制人为张毅，控股比例 61.5%，其关联股东为张伟、西藏房掌柜、深圳前海掌柜投资，本公司控股股东、实际控制人及其关联股东之间的关系及持股情况如下：

关联方	持股比例（%）	关联股东之间关系
张毅	38.41	-
张伟	12.79	系张毅胞弟
西藏房掌柜	14.05	张毅控制
深圳前海掌柜投资	9.04	张毅控制

2、持有本公司 5%以上股份的其它股东

截至本公开转让说明书签署之日，直接持有本公司 5%以上股份的其它股东为陈俊和萧伟坚，具体情况参见“第一节 基本情况”之“四、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）董事会成员”。

3、本公司的控股子公司和参股公司

报告期内，公司拥有三家控股子公司，无参股公司，具体情况如下：

子公司名称	注册资本（万元）	持股比例（%）	表决权比例（%）
广州市房掌柜网络技术有限公司	1,000.00	100.00	100.00
上海乐家网络科技有限公司	200.00	100.00	100.00
上海道杉房地产经纪有限公司	100.00	100.00	100.00

4、本公司的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

本公司董事、监事和高级管理人员的具体情况参见“第一节 基本情况”之“四、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”相关内容。

5、持有本公司 5%以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制、共同控制和重大影响的其它企业

报告期内，持有本公司 5%以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制、共同控制和重大影响的其它企业情况如下：

序号	公司名称	注册资本（万元）	关联关系	其它关联关系	备注
1	深圳威登装饰设计有限公司	1,000	张毅持股 20%	-	注销中
2	深圳房掌柜	100	张毅持股 80%、张伟持股 10%、陈俊持股 10%	-	注销中
3	北京掌柜影业投资有限公司	2,000	张毅持股 100%	-	公司尚未开展实际业务

6、关联自然人在其它公司担任董事、监事和高级管理人员

姓名	公司内部职务	兼职情况
张毅	董事长、总经理	西藏房掌柜投资有限公司执行董事
		深圳威登装饰设计有限公司监事
		深圳市房掌柜网络科技有限公司总经理

		北京掌柜影业投资有限公司执行董事、经理
张伟	董事	深圳市房掌柜网络科技有限公司执行董事、副总经理
		深圳前海掌柜投资管理中心（有限合伙）执行合伙人
陈俊	董事、副总经理	深圳市房掌柜网络科技有限公司监事
萧伟坚	董事	荔波县金鼎旅游开发有限公司执行董事
王平	独立董事	中国房地产业协会副秘书长
刘青	独立董事	莱蒙国际集团有限公司财务部总经理、集团副总裁
吴龙	独立董事	深圳市卓越不动产运营管理有限公司副总经理

（二）重大关联方关联交易情况

1、经常性关联交易

（1）采购商品/接受劳务

关联方名称	关联交易内容	定价方式及决策程序	2015年1-8月		2014年度		2013年度	
			金额	占同类交易金额比例	金额	占同类交易金额比例	金额	占同类交易金额比例
深圳房掌柜	提供服务	市场价	-	-	220,435.16	74.70	971,297.72	74.43
合计	-	-	-	-	220,435.16	74.70	971,297.72	74.43

（2）关键管理人员薪酬

报告期内，公司向关键高级管理人员支付的报酬总额分别为 44.64 万元、110.94 万元和 96.51 万元。

2、偶发性关联交易

报告期内，除收购控股股东、实际控制人控制的广州房掌柜、上海乐家、上海道杉100.00%的股权和关联方资金往来外，未发生其他偶发性关联交易。股权收购基本情况请参见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、公司股东及股权变动情况”之“（五）股本的形成及其变化和重大资产重组情况”之“2、

重大资产重组情况”。

（三）报告期内关联方往来余额

报告期内，公司关联方往来情况如下：

项目名称	关联方	2015 年 8 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
其它应收款	张毅	-	120,000.00	-
	张伟	-	150,000.00	-
	陈国海	-	140,717.41	-
	深圳房掌柜	-	2,907,059.85	1,341,309.39
合 计		-	3,317,777.26	1,341,309.39
其它应付款	张毅	-	2,876,248.92	50,000.00
	张伟	-	150,000.00	-
	陈俊	-	100,000.00	-
	陈国海	-	39,652.00	-
	深圳房掌柜	-	5,459,869.11	4,455,772.49
合 计		-	8,625,770.03	4,505,772.49

（四）关联交易的原因、定价、对公司财务状况和经营成果的影响及减少关联交易的措施

1、报告期内，公司经常性关联交易金额较小，对公司财务状况和经营成果未造成较大影响，且公司与关联方发生的关联交易均采用市场价格进行结算，不存在损害本公司及股东合法权益的情况，未来随着深圳房掌柜的注销，该类关联交易将不再发生。关键管理人员薪酬系按照公司的薪酬体系和考核制度发放，该项关联交易具有必要性、合理性和延续性。

2、截至报告期末，公司与关联方之间的资金往来均已经清理完毕。2015 年 8 月 17 日，公司控股股东、实际控制人张毅出具《承诺函》，承诺其在作为公司控股股东、实际控制人期间不再占用房掌柜的资金、资产，不滥用控股股东和实际控制人的地位或权利侵占房掌柜的资金、资产。

3、2015 年 9 月 24 日，公司召开临时股东大会，审议通过《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》，从制度上杜绝了公司控股股东及公司关联方占用公司资金的可能性。

（五）关联交易决策程序执行情况

2015年8月17日和2015年9月24日，公司分别召开了第一届董事会第一次会议和第一次临时股东大会，审议通过了《关于确认公司关联交易的议案》，确认关联交易价格公允合理，不存在损害公司利益和公司股东利益的情形。

针对日常经营中所存在的关联交易情况，公司制定了《关联交易管理制度》，具体规定了关联交易的决策程序，公司管理层将继续严格按照《公司章程》和《关联交易管理制度》的规定，在未来的关联交易实践中履行相关的董事会或股东大会审批程序。

十、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其它重要事项

截至本公开转让说明书签署之日，公司无需要披露的或有事项、资产负债表期后非调整事项和其它重要事项。

十一、报告期内的资产评估情况

报告期内，评估师就公司整体变更的净资产进行了评估，并出具大正海地人评报字（2015）第291C号《资产评估报告》，基本情况如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
	A	B	C=B-A	D=C/A×100%
流动资产	1,288.56	1,290.12	1.56	0.12
非流动资产	247.86	815.41	567.56	228.99
长期股权投资	222.84	792.04	569.21	255.44
固定资产	13.87	12.61	-1.26	-9.09
递延所得税资产	11.15	10.76	-0.39	-3.50
资产总计	1,536.42	2,105.54	569.12	37.04
流动负债	425.63	425.63	-	-
负债合计	425.63	425.63	-	-
净资产（所有者权益）	1,110.79	1,679.91	569.12	51.24

本次资产评估采用成本法，评估基准日为2015年5月31日，通过成本法评估，公司总资产账面价值为1,536.42万元，评估值为2,105.54万元，评估增值569.12万元，增值率37.04%。负债账面价值为425.63万元，评估值为425.63万元，无增减值变化。净资产账面价值为1,110.79万元，评估值为1,679.91万元，评估增值569.12万元，增值率51.24%。

十二、股利分配政策和最近两年分配及实施情况

（一）利润分配政策

根据《公司章程》规定，计提所得税后的利润，按如下顺序进行分配：

- 1、弥补以前年度亏损；
- 2、提取法定盈余公积金。法定盈余公积金按税后利润的10%提取，盈余公积金达到注册资本50%时不再提取；
- 3、提取任意盈余公积金；
- 4、分配股利。公司董事会提出预案,提交股东大会审议通过后实施。

（二）报告期内实际股利分配情况

报告期内，公司未进行利润分配。

（三）公开转让后的股利分配政策

公司本次公开转让后的股利分配政策与发行前将保持一致。

十三、控股子公司或纳入其合并财务报表的其它企业的基本情况

纳入合并报表范围的全资子公司为广州市房掌柜网络技术有限公司、上海乐家网络科技有限公司、上海道杉房地产经纪有限公司。

1、基本情况

参见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、公司股东及股权变动情况”之“（五）股本的形成及其变化和重大资产重组情况”之“2、重大资产重组情况”。

2、合并情况

2014年12月，公司通过同一控制下企业合并收购上述三个公司100%的股权，

故报告期内自上述公司纳入合并财务报表范围。公司将对上述三家公司的投资做为长期股权投资，母公司报表采用成本法核算。

3、主要财务数据

(1) 广州房掌柜

项目	2015.8.31/2015 年 1-8 月	2014.12.31/2014 年度
资产总额	32,416,242.97	22,761,974.79
净资产总额	4,667,137.71	-264,819.20
营业收入	48,922,428.51	41,676,659.06
净利润	-818,043.09	224,946.02

(2) 上海乐家

项目	2015.8.31/2015 年 1-8 月	2014.12.31/2014 年度
资产总额	4,613,929.45	5,994,401.11
净资产总额	2,872,912.13	2,228,357.42
营业收入	843,884.19	7,573,725.62
净利润	-955,445.29	1,010,651.07

(3) 上海道杉

项目	2015.8.31/2015 年 1-8 月	2014.12.31/2014 年度
资产总额	633,513.64	357,741.00
净资产总额	-141,696.85	-671,398.70
营业收入	242,011.60	103,285.00
净利润	-470,298.15	-671,398.70

十四、特有风险提示及公司的应对措施

(一) 市场竞争加剧的风险

近年来，随着国民经济的快速发展和城镇化水平的不断提高，国内房地产行业投资与销售规模均实现了较快的增长，房地产互联网营销公司在房地产行业的快速发展过程中，随着销售模式的创新，传播面更广、更经济的互联网营销方式取得了较快的发展，进入该领域的全国性与区域性房地产互联网公司数量大幅增加，使得房地产网络营销服务行业的市场竞争日趋激烈。

根据Alexa提供的中国房地产门户网站各月访问数据显示,房掌柜近一个月网站日平均排名在全国房地产垂直门户网站中位居前列,但是公司在经营规模及市场占有率上与搜房网、新浪乐居、搜狐焦点等房地产网站相比仍有一定差距,而且,公司在全国范围内的主要竞争对手如搜房网、新浪乐居、三六五网等已先后登陆境内外资本市场,并借助资本市场的力量实现快速扩张,房地产互联网具有较强的互联网规模经济效应,规模较大、资本实力较强的企业具有较为明显的竞争优势,反之则可能被市场淘汰,从而加剧了行业的竞争。如果公司不能持续增强核心竞争力,将面临落后于竞争对手的风险。

针对上述风险,一方面,房掌柜将通过股权融资方式获取发展资金,加快公司“3+X”城市圈战略的业务布局,在全国三大经济圈即珠三角、长三角、环渤海和中西部等多个经济发达城市实现落地运营,通过积极的市场开发,打造全国布局的强大网络营销格局,深化公司市场竞争力,将公司的服务推广渗透到经济发达地级城市群,力争扩大公司的市场份额。另一方面,公司继续加大研发和技术创新力度,强化并发挥自主品牌的竞争优势,以移动互联网技术创新为契机,以“不求最大,但求最佳”的思路,完成55个城市的整体线上运营,在巩固维护现有客户的基础上,努力拓展新的业务增长点。

(二) 房地产行业宏观调控带来的风险

房掌柜目前所服务的行业主要以房地产及下游相关行业为主,这些行业受国家宏观调控政策影响较大,因此公司的发展与国家房地产宏观调控政策密切相关。从国家房地产宏观调控政策的执行上看,过松或过紧的调控措施,都不利于房地产互联网营销公司的发展,因为过松的调控政策将导致房价上涨过快,投机与投资行为过度,造成供不应求,房地产开发商将减少营销推广力度;同时过紧的调控政策将导致市场低迷、房价下跌,造成供大于求,房地产开发商甚至出现资金链断裂,导致缺少资金投入市场营销。

目前来看,国家对房地产宏观调控政策总体处于中性偏好的状态,过去一段时间,房地产行业相对低迷,国家及各地政府都采取了相应的房地产积极刺激措施,这种情况下房地产开发商销售回笼资金的意愿比较强烈,而消费者的购房需求也处于摇摆的临界状态,此时非常有利于房地产互联网营销业务的开展。未来,若国家房地产宏观调控政策导致房地产行业过度低迷或过度放松的不利变化,公

司若未能对此有合理预期并相应调整经营策略，则公司的经营业绩存在下滑风险。

针对上述风险，公司将进一步加强移动互联网和O2O线下业务的开发力度，使公司提供的各项产品与服务能够得到购房客户和房地产开发商的普遍认可，进一步提升房掌柜在行业内的知名度，保持收入的稳定性，尽量减小房地产宏观调控政策波动对公司业绩造成的影响。

（三）公司的快速发展与管理能力不匹配的风险

公司自2008年成立以来就制定了“3+X”的城市圈业务布局战略规划，即3年内完成珠三角核心城市的布点，5年内完成长三角以及环渤海的跨区域布局，8年内基本实现中西部等多个省会城市或直辖市的支点架构。房掌柜在经过7年的耕耘与积累之后，公司全国性的业务布局已初具雏形，公司的销售规模、市场份额等呈现较快增长，处于前所未有的快速发展阶段。房地产互联网营销行业属于技术密集型、人力资本密集型的产业，公司规模快速扩张，将在战略管理、市场营销、技术研发、资本运作、财务管理等方面对经营管理提出更高要求，公司需要培养大量的业务骨干，并不断吸纳更多优秀专业人士加盟房掌柜。若公司经营管理层的业务素质、管理水平和专业能力不能适应公司迅速发展壮大的需要，将制约公司的业务扩张速度和经营业绩的提升。

针对上述风险，一方面，公司非常重视人才的积累与引进，公司秉承重能力、潜力和兴趣的用人理念，始终将人才视为公司最大的财富之源，目前已经成功引进部分高端人才，在新三板挂牌之后，公司将更有雄厚的实力引进更多房地产互联网行业的高端人才，提升经营管理层的整体能力，并不断强化中层以上管理人员的培训与学习，优化公司运作和管理流程，提升公司管理能力；另一方面，公司将进一步实施核心人员的股权激励，通过建立良好的股权结构与治理机制，以及完善的绩效考核和掌柜合伙人制度，提升企业对员工的凝聚力、向心力，稳定核心团队，降低核心人员流失。

（四）互联网营销业务的季节性波动风险

公司作为专业的房地产互联网O2O营销平台公司，目前的主要客户是全国范围内的房地产开发商。房地产开发商楼盘销售受第一季度农历新年及气候的影

响，新房营销时段主要集中在每年4月至11月之间，尤其是下半年的“金九银十”更是旺季，受上述房地产开发与销售特点的影响，公司新房电商与互联网推广业务也呈现较为明显的季节性特征，营业收入主要集中在下半年，由此影响业绩收入和利润增长也呈现季节性分布特征。由于成本费用在年度内较为均衡地发生，而收入主要在下半年实现，因此可能会造成公司在第一季度、上半年度出现亏损，投资者不宜以第一季度或半年度的财务数据推测全年的盈利状况。

针对上述风险，公司目前正在开发除新房电商、新房互联网推广业务外的其它业务方向，如二手房交易服务、家居装修互联网营销、互联网金融等业务，公司未来将通过不断拓展季节性销售特征弱的业务方向，拓宽收入来源，减少营业收入季节性波动。

（五）实际控制人不当控制的风险

公司控股股东、实际控制人张毅直接和间接控制公司股份624.33万股，控股比例为61.50%。若实际控制人利用控股地位，通过行使表决权对公司经营、人事、财务等进行不当控制，可能给公司正常运营、中小股东利益带来一定风险。

针对上述风险，公司已经建立了合理的法人治理结构。公司按照《公司法》和《企业会计准则》的要求制订了《关联交易管理制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》等，明确了关联交易的决策程序，设置了关联股东和董事的回避表决条款，同时在“三会”议事规则中也做了相应的制度安排。公司将严格依据《公司法》、《证券法》等法律法规和规范性文件的要求规范运作，完善法人治理结构，切实保护公司中小股东的利益。

（六）公司资产规模较小、营业收入较少的经营风险

公司作为一家房地产互联网O2O营销平台企业，其财务结构呈现典型的轻资产、技术密集型特征，另外公司“3+X”业务布局的实施尚处初级阶段，决定了公司总体资产和营业收入规模相对较小。2013年末、2014年末和2015年8月31日，公司总资产分别为884.41万元、2,967.86万元和3,667.84万元；2013年度、2014年度和2015年1-8月，营业收入分别为1,634.64万元、5,187.68万元和5,023.05万元。报告期内，公司总资产和营业收入规模虽然保持增长的趋势，但行业竞争的日趋加剧和市场需求的持续扩大对公司的资产和营业收入规模提出了更高的要求。公司仍

存在资产规模较小、营业收入较少的经营风险，可能影响其抵御市场波动风险的能力。

针对上述风险，公司依据现有的资金实力、业务规模和资源整合能力，采取了“不求最大，但求最佳，追求资产均好性”的发展理念，将有限的资源投入到最能迅速提升竞争能力和盈利能力的新房互联网O2O营销业务，在预防收款风险的同时，尽快做大公司业务规模，降低企业资产规模较小、营业收入偏低的经营风险。公司二手房O2O、家居O2O和互联网金融等衍生业务则主要处于战略布局状态。

（七）营运资金不足风险

公司最近两年及一期经营活动现金净流量变动较大且金额较小，分别为-239.78万元、165.89万元和556.13万元，另外，销售商品、提供劳务收到的现金分别为1,469.66万元、5,316.76万元和5,787.54万元，经营活动产生现金的能力有所增强，但依然存在现金流不足，可能影响公司正常业务经营的风险。

针对上述风险，公司一方面将通过加大销售力度、加强成本管理和费用控制提升公司盈利能力；另一方面，公司将积极申请授信，确保在紧急情况下能及时获取一定的营运资金；第三，公司将积极进入国内资本市场，扩充资本实力，推动公司的快速发展，强化公司的价值创造能力，实现股东财富的保值增值。

十五、公司的未来发展战略

（一）公司发展的战略目标

房掌柜秉承中国传统的掌柜商业文化，立志做纯正中国民族基因的房地产互联网企业，公司将凭借“掌柜的更懂房子”的企业服务理念与核心竞争力，依托区域差异化营销、从互联网的角度做房地产的竞争策略，打造360度房地产及衍生行业交易服务链，通过自身线上业务与线下业务相结合，形成能够为房地产及其衍生行业的企业和消费者提供全方位的O2O闭环服务，将“房掌柜”打造成房地产及衍生产业在互联网营销领域国内排名前五的房地产互联网O2O营销平台公司。

（二）实现战略目标的发展计划

1、业务布局规划

自2008年成立以来，公司就确立了“3+X”的城市圈布局规划，在3年内实现了珠三角布点，5年内完成了长三角以及环渤海的跨区域布局，8年内将实现中西部等多个省会城市或直辖市的支点架构。目前公司已完成了7年55城的网站上线目标，未来三年，公司将实现全国“3+X”城市圈的全线业务落地布局。

2、市场开发与营销网络建设计划

为适应日趋激烈的市场竞争，公司将进一步完善市场开发和营销网络建设。作为全国性的房地产互联网O2O营销公司，公司将根据不同地域的特点，进一步完善区域差异化营销策略，不断完善服务体系，提高服务水平，为用户提供持续、满意的服务，以服务促进市场的开发；作为一家为房地产及其衍生行业的平台客户和消费者提供双向服务的互联网公司，公司将继续完善以市场为导向、双向互动的营销模式，建立科学、适用、实效的营销管理体系和营销网络；公司将根据用户的要求，及时对市场开发机制、市场推广方式和后续服务形式等进行创新和改进，实现市场开发、市场营销网络的建设和客户服务的有机结合。

3、业务创新与产品线丰富计划

根据房地产开发及其衍生行业平台客户与消费者的需求，跟踪传统互联网和移动互联网技术的发展变化，不断进行服务与技术创新，丰富公司的服务项目和产品线结构，进一步提升公司的核心竞争力和全方位O2O服务能力，改善客户体验，保持对客户的黏着度。

（1）线上服务与产品线升级计划

公司一直以来注重线上服务与产品的研发投入，研发技术主要应用于公司的网站平台搭建和移动互联网产品。公司在维持自身房掌柜网站平台优势的同时，将研发投入重心全面从传统的PC端向移动互联网端转移，这也是当下互联网行业的调整优化方向。

公司目前已有的产品更新迭代计划包括房掌柜网站cms管理系统2.0更新、房掌柜新房管理系统2.0更新、房掌柜社区管理系统2.0更新和掌销宝APP2.0优化升级等。

（2）线下社区门店及业务发展计划

公司在上海线下社区门店的基础上，计划逐步完成北上广深莞五城的O2O社区门店布局，五个城市率先完成每个城市2-3家社区门店的开办，在积累相关管理经验的基础上，再进一步做强做大线下社区门店的数量和规模，延伸公司的业务链，促进未来业绩提升。

房掌柜线下社区门店是新型的房屋租赁买卖二手中介门店，可以导入社区金融服务、家居软装产品销售等围绕“房子”为主题的各类综合服务，实现“互联网线上+新房二手房线下+金融线下”的一体化服务平台。

4、人力资源计划

公司一贯认为人才是公司发展和创新的关键因素，人力资源发展是整个公司业务发展的基石与保障。为了实现公司的战略目标和 development 计划，配合公司业务拓展，公司将不断完善用人制度，健全选才、培训、用才、留才的机制。

公司将通过自主招聘、猎头转介、内部推荐等方式，加大各类管理、营销、研发等人才的引进。在企业管理人才方面，公司将通过内部培养和外部引进两种方式选拔线下门店管理、互联网金融、资本运作领域的专业人才和具备现代企业管理知识的高级人才。在营销人才方面，公司将加强营销人员的培养和高级营销人才的引进工作，打造一支营销能力出众的市场开拓队伍和服务意识强烈的客户服务队伍。在研发人才方面，公司将加大引进高级专业人才的力度，逐步形成一支层次合理的技术开发队伍。同时公司将建立一套科学的人力发展与培训机制，聘请专业机构、咨询公司对公司的管理、营销和研发员进行定期和不定期的专业培训和咨询，强化人才培养力度，优化人才结构，促进知识更新和业务素质的提高。

5、对外融资计划

本次新三板挂牌后，公司将遵循股东利益最大化原则，根据公司的发展战略和经营计划，在保持合理负债结构的前提下，采用合适的方式筹措资金，包括但不限于银行贷款、适时启动定向增发等。公司目前尚无特定的融资计划。

6、收购兼并与对外扩充计划

公司计划通过筹建或收购兼并等方式拓宽公司服务的业务范围，促进公司向规模化发展，进一步巩固公司在房地产及衍生行业综合服务的领先优势。目前，

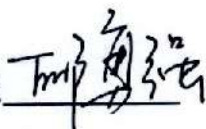
公司尚未锁定具体收购对象，也未签署任何与并购相关的实质性协议。

第五节 有关声明

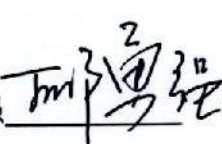
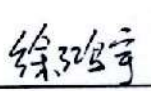
一、主办券商声明

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：

郇勇强 

项目组成员：

郇勇强  占小平  徐鸿宇 



法定代表人（或授权代表）

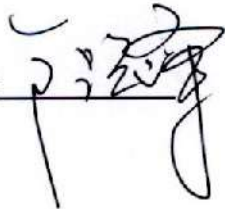
2015 年 12 月 11 日

二、律师事务所声明

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。本机构及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

卢跃峰



经办律师：

李 波



杨金柱



北京大成（广州）律师事务所

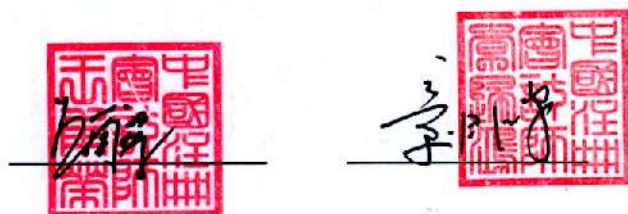
2015年12月11日



三、审计机构声明

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

签字注册会计师:

Two red square seals and handwritten signatures of the signing accountants. The seal on the left is a red square seal with the characters '中汇' (Zhonghui) and '会' (Hui) in seal script. The seal on the right is a red square seal with the characters '中汇' (Zhonghui) and '会' (Hui) in seal script. The handwritten signatures are in black ink.

会计师事务所负责人:

Handwritten signature and red square seal of the accounting firm's responsible person. The handwritten signature is in black ink. The red square seal contains the characters '余强' (Yu Qiang) in seal script.

中汇会计师事务所(特殊普通合伙)

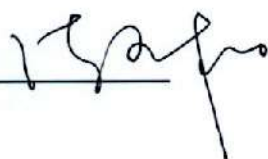


2015年12月11日

四、资产评估机构声明

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《东莞市房掌柜网络信息服务有限公司拟以审计后的账面净资产折股整体变更股份公司项目资产评估报告》(大正海地人评报字(2015)第291C号)无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告的内容无异议, 确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构法定代表人:

陈冬梅 

签字注册资产评估师:

袁秀莉 
中国注册资产评估师
袁秀莉
47140001

信娜 
中国注册资产评估师
信娜
47140032

北京大正海地人资产评估有限公司

2015年12月11日

第六节 附件

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

(本页无正文,为广东房掌柜网络股份有限公司公开转让说明书的签字、盖章页)

董事签名:

张毅 张毅 张伟 张伟 陈俊 陈俊
萧伟坚 萧伟坚

独立董事签名:

王平 王平 刘青 刘青 吴龙 吴龙

监事签名:

乔鑫 乔鑫 曾丽 曾丽 严晓风 严晓风

高级管理人员签名:

张毅 张毅 陈俊 陈俊 金朝 金朝
刘晓云 刘晓云



广东房掌柜网络股份有限公司

2015年12月11日