

对全国中小企业股份转让系统有限责任公司
《关于联动通达（北京）传媒广告股份有限
公司挂牌申请文件的反馈意见》的回复

主办券商



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

二零一五年十一月

**对全国中小企业股份转让系统有限责任公司
《关于联动通达（北京）传媒广告股份有限公司挂牌申请文
件的反馈意见》的回复**

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵公司 2015 年 11 月 2 日下发的《关于联动通达（北京）传媒广告股份有限公司股票挂牌申请文件的反馈意见》（以下简称“反馈意见”）的要求，中信建投证券股份有限公司（以下简称“中信建投证券”或“主办券商”）作为联动通达（北京）传媒广告股份有限公司（以下简称“联动通达”、“拟挂牌公司”或“公司”）申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的主办券商，已会同拟挂牌公司、大信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）及北京市天元律师事务所（以下简称“律师”）对反馈意见提出的问题进行了认真核查和落实，现将反馈意见的落实情况逐条报告如下：

如无特别说明，本反馈意见回复中所使用的简称与公开转让说明书中的简称具有相同含义。

本反馈意见回复财务数据均保留两位小数，若出现与总数和各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

一、公司特殊问题

1. 报告期内，公司其他应收、其他应付款中存在多笔往来借款。

(1) 请公司说明应收、应付款项中同时存在大额往来借款的必要性、合理性；

公司回复：

报告期内，公司其他应收款及其他应付款中往来款情况如下：

款项性质	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
其他应收款			
往来款	-	9,000,400.00	1,169,816.53
其他应付款			
往来款	3,200,000.00	1,000,000.00	1,799,821.50

报告期内，公司 2013 年底其他应收款中往来款主要为应收梁淑琴 2013 年 5-8 月累计借出 92 万元的业务款项；2014 年底其他应收款中往来款全部为与股东的往来款，截至 2015 年 7 月 31 日，公司已收回股东借款，其他应收款中往来款无余额。

报告期内，公司 2013 年底其他应付款中往来款主要为暂借江苏省国立建设发展有限公司北京分公司的 150 万元，用于公司资金周转；2014 年底其他应付款中往来款为与供应商的暂借款，2015 年 7 月 31 日其他应付款中往来款为公司由于资金周转需要而向公司董事及高级管理人员的暂借款。

上述往来款中，除 2014 年底其他应收款中股东欠款外，往来款的发生均因公司经营或资金周转所需，往来款的发生与清偿真实、合理。

(2) 请公司补充披露上述款项形成原因、是否签订协议、利息约定情况、履行的决策程序情况、是否为关联方占款、是否损害公司利益。

公司回复：

1、其他应收款中的往来款情况

报告期内的上述往来款中，其他应收款中的股东欠款具体情况如下：

债务人名称	款项性质	金额	起始日	偿还日
赵青山	借款	4,821,400.00	2014 年 1 月 15 日	2015 年 7 月 31 日

债务人名称	款项性质	金额	起始日	偿还日
李福庚	借款	3,710,000.00	2014 年 1 月 15 日	2015 年 7 月 31 日
曾立平	借款	268,000.00	2014 年 1 月 15 日	2015 年 7 月 31 日
刘起立	借款	201,000.00	2014 年 1 月 15 日	2015 年 7 月 31 日
合计	-	9,000,400.00	-	-

上述股东借款属于关联方占款，各股东未与公司签订借款协议，亦未约定利息，由于股东借款发生在有限公司阶段且在股份公司成立前已归还，因此对公司利益不存在重大侵害，同时，整体变更为股份公司后，公司 2015 年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司报告期内关联交易情况的议案》，对上述关联交易进行了追认。

除此之外，公司 2013 年底其他应收款主要因经营需要发生，不属于关联方占款，公司与欠款方未签订协议，未约定利息，款项的支出按公司《财务管理制度》履行了审批手续，不存在侵害公司利益的情形。

2、其他应付款中的往来款情况

报告期内的上述往来款中，其他应付款中的董事借款具体情况如下：

债权人名称	款项性质	金额	起始日	偿还日
张小伟	暂借款	1,200,000.00	2015 年 7 月 29 日	2015 年 8 月 11 日
张亭亭	暂借款	2,000,000.00	2015 年 7 月 29 日	2015 年 8 月 11 日
合计	-	3,200,000.00	-	-

公司因短时的资金周转需要向董事张亭亭及财务负责人张小伟借款，并于 2015 年 8 月 11 日偿还，由于借款时间较短，公司未与上述人员签订借款协议，亦未约定利息，款项的收支根据公司《财务管理制度》履行了相关审批手续，不存在损害公司利益的情形。

除此之外，公司 2013 年底及 2014 年底的其他应付款主要因经营需要发生，不存在侵害公司利益的情形。

请主办券商及会计师补充核查并对内控制度执行的有效性发表明确意见。

主办券商回复：

经访谈公司实际控制人、财务负责人，主办券商了解了公司往来借款及关联方资金占用情况及报告期公司往来借款的原因及偿还情况，经查阅大信会计师

事务所出具的《审计报告》及公司股东大会决议、获取其他应收款及其他应付款明细账簿并抽查公司往来款审批单据，主办券商认为，公司的内部控制制度得到了有效执行。

2. 关于采购情况：公司对外提供的主要服务包括：公交车体广告投放服务、公交候车亭媒体广告投放服务、广告投放前期策划服务，广告投放后期效果评估等，请公司结合上述情况详细披露报告期内公司主要产品或服务的成本构成及供应情况，占成本的比重。请主办券商及会计师核查公司成本、期间费用的列示是否合理，收入与成本是否配比并发表明确意见。

公司回复：

在对外提供的主要服务中，公司主要通过向客户提供公交车体广告代理服务及公交候车亭广告代理服务获得收入，广告投放前期策划服务及广告投放后期效果评估为增值服务，不单独收取费用。

公司在与客户签订广告发布合同后，会根据客户选取的地区和公交线路与相应的广告媒介签订采购合同，在服务提供完毕后，确认广告代理收入的同时确认广告代理成本。报告期内，公司各项服务的收入和成本详细情况如下：

1、营业收入明细

产品名称	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	营业收入	占比 (%)	营业收入	占比 (%)	营业收入	占比 (%)
公交车体广告代理服务	67,417,613.30	99.87	37,376,421.68	97.41	9,385,870.52	84.04
公交候车亭广告代理服务	91,000.00	0.13	993,207.53	2.59	1,782,424.53	15.96
合 计	67,508,613.30	100.00	38,369,629.21	100.00	11,168,295.05	100.00

2、营业成本明细

产品名称	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	营业成本	占比 (%)	营业成本	占比 (%)	营业成本	占比 (%)
公交车体广告代理服务	50,253,109.46	99.88	29,268,780.14	98.42	7,162,696.94	84.78
公交候车亭广告代理服务	61,320.75	0.12	469,258.56	1.58	1,285,722.88	15.22
合 计	50,314,430.21	100.00	29,738,038.70	100.00	8,448,419.82	100.00

主办券商回复：

通过访谈公司实际控制人，业务部门及财务部门主要负责人，主办券商了解了公司销售与采购模式，同时，主办券商抽查了公司报告期内主要销售和采购合同、结算依据文件及相应账务处理。

经核查，主办券商认为，公司主要通过提供公交车体广告代理服务及公交候车亭广告代理服务获取收入，与之对应的成本为采购各地区的广告媒体所发生的相关支出，收入与成本合理对应，公司的收入与成本相匹配。另外，公司将发生经营期间发生的职工薪酬、招待费、房屋租金及其他办公支出列入期间费用核算亦具有合理性。

3. 关于采购模式：报告期内，公司在签订合作框架协议时，合作方存在向个人/个体户，即部门小型县城公交车的承包业主采购劳务或者其他服务的情形。

(1) 请公司补充说明是否存在向个人/个体户采购的情形，如存在，请补充披露向个人/个体户与单位销售的销售收入及占比，并说明针对个人/个体户的合同签订、发票开具与取得、款项结算方式等。

公司回复：

报告期内，公司 2013 年度及 2014 年度存在向个人/个体户采购的情形，2015 年 1-7 月不存在个人/个体户采购的情形，但报告期内不存在向个人/个体户销售的情形。

公司向个人/个体户采购的金额总体较小：2013 年度，从个人/个体户采购的合同金额为 391,164.00 元，占 2013 年度采购总额的 3.81%；2014 年度，从个人/个体户采购的合同金额为 423,000.00 元，占 2014 年度采购总额的 1.06%。

公司与个人/个体户均签订了广告代理合同，并要求个人/个体户在当地税务局代开发票作为结算依据，款项结算通过银行转账方式支付。合同的签订、及款项的支付均有审批流程。

(2) 请主办券商及会计师结合上述情况补充核查公司成本的真实性及完整性，相关内控制度是否完善并有效执行并发表明确意见。

主办券商回复：

主办券商获取了报告期内公司与个人/个人户采购的明细账簿，抽查了相关采购合同及对应的发票、款项支付审批单据及银行支付凭证等，经核查，主办券

商认为公司报告期内成本真实、完整，相关的内控制度完善并得到有效执行。

4. 请公司梳理公开转让说明书中关于公司“主营业务”、“公司业务”部分的内容、商业模式部分的内容及公开转让说明书中其他涉及业务内容，相关描述是否一致，必要时请做修改。

公司回复：

公司已重新梳理自身主营业务情况并对《公开转让说明书》中“第二节 公司业务”中“一、公司的主要业务及产品和服务的情况”中的内容更新披露如下：

“一、公司的主要业务及产品和服务的情况

（一）主营业务情况

公司的主营业务是通过三四线城市公交车车身、公交候车亭广告媒体的开发、运营与整合，为广告主提供户外广告代理服务。公司主要为客户提供广告代理服务，公司拥有大范围的城市公交媒体资源，可以为客户提供多地区大范围覆盖的公交车体广告一站式代理服务，在广告代理服务的基础上，公司可以为客户提供投放前品牌策划及投放后期的效果评估等增值服务。

公司的户外广告代理服务主要在三四线城市的公交车车身、公交候车亭。公司服务团队具有丰富的公交车身、候车亭等户外媒体的操作经验和极强的服务理念。2015 年 1-7 月、2014 年和 2013 年公司的主营业务收入分别为 67,508,613.30 元、38,369,629.21 元、和 11,168,295.05 元，公司的主营业务收入全部来源于广告代理收入，近两年一期营业收入 100%的收入来源于主营业务收入，公司主营业务突出，收入结构未发生改变。

（二）主要产品和服务

公司对外提供的主要广告代理服务包括：公交车体广告代理服务、公交候车亭广告代理服务、以及相应的广告投放前期策划服务和广告投放后期效果评估等增值服务。

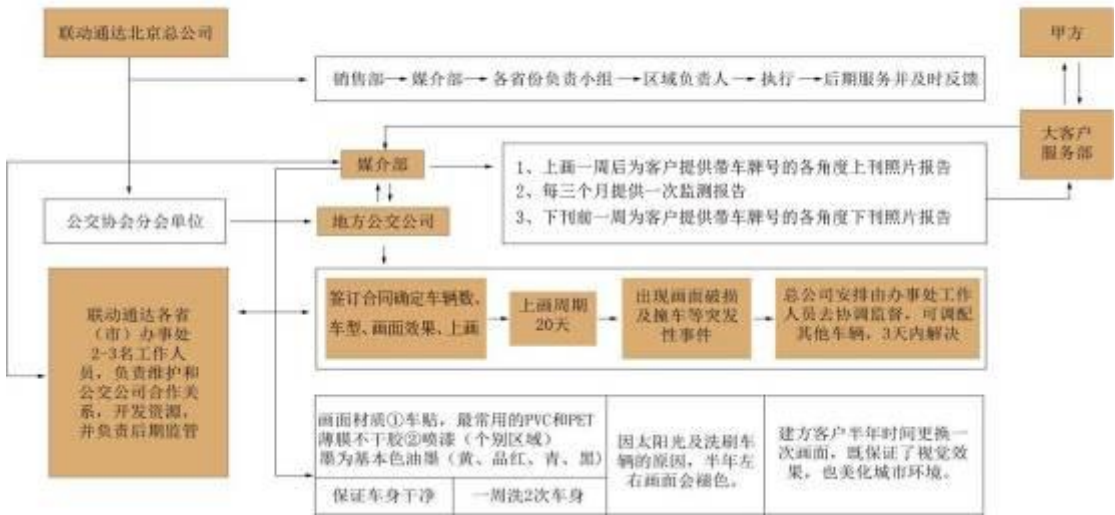
1、公交车体广告代理服务

公司从 2011 年开始进行地市级公交车身媒体、县（市）级公交车身媒体的组建工作。截至目前，公司投资并组建了中国最早、最大的县（市）级公交车车身（候车亭）广告联合体，与全国 2300 多家县（市）级公交企业形成长期战略

合作伙伴关系，公交车车身（候车亭）广告业务已经覆盖了全国 2003 家县（市）级城市，全国 250 多个地级市。

公交车体广告是唯一可移动的固定画面的户外媒体，并以公交车外体全部或局部为媒介空间展示的广告讯息。公交车体广告属于户外广告媒介，具有流动性这一显著特性。相对于其他的户外媒体形式，车身广告的传播方式是主动出现在受众的视野之中，在传播方式上最为“积极、主动”。从人的注意力角度讲，移动的物体总是比较能被注意到，因此，唯一可以移动的车身媒体同样也更能众多户外媒体中脱颖而出，得到更多的注意，实现高到达率。

联动通达县域公交车身上画流程说明

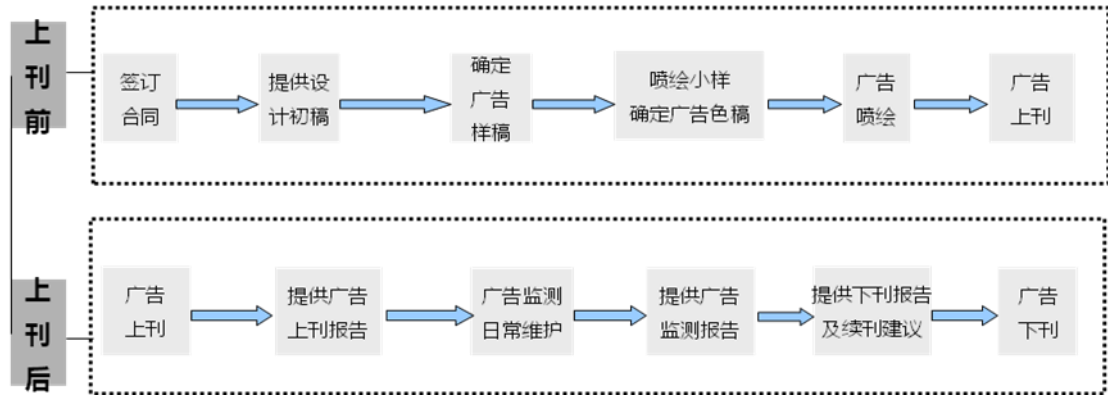


2、公交候车亭广告代理服务

公交候车亭广告指在公交车候车亭内建一长方体灯箱，在灯箱的正反两面添加画面，用以广告宣传。也称公交车站台灯箱广告。与其他户外媒体相比，由于可供候车人反复和相对较长时间停留，候车亭广告可以比大型户外广告传递更多具体的信息内容。公司的公交候车亭广告代理服务已经覆盖了 257 多个地级市。

3、与广告代理配套的投放前期策划服务和后期效果评估服务

除上述服务外，作为全国三、四级城市公交车车身及候车亭广告的整合者，公司还为客户提供与广告代理提供配套的投放前期策划服务和后期效果评估服务。公司依据客户的需求，为其定制个性化的车体整合营销方案，提高代理广告的有效性，公司能够及时为客户提供全国三、四线城市公交线路所涵盖城市的经济发展状况、公交线路等级、公交车辆状况等与车体及候车亭广告营销有关的关键性要素，供客户选择广告投放的地区和范围。上述服务主要为公司公交车体代理广告投放服务及公交候车亭代理广告投放服务的增值服务，不向客户单独收取服务费用。



公司已重新梳理自身商业模式并对《公开转让说明书》中“第二节 公司业务”中“六、商业模式”中的内容更新披露如下：

“六、商业模式

公司立足于户外广告传媒行业，通过代理公交媒体广告媒介资源，例如公交车候车亭、公交车身等，为有广告需求的商家提供广告代理服务。公司利用在全国三四线城市和地级市地区积累的影响力、行业经验，为客户提供大范围一站式的广告代理服务。

公司目前客户涉及多个行业，在广告投入排名前列的快速消费品、家电、IT、汽车、通讯手机、电子商务等几大行业都有较为固定的大客户投放。公司主要立足于高端客户，拥有稳定、优质的客户资源，目前已成功服务全国多家知名企

业进行公交车车身广告、候车亭广告的投放，积累了丰富的投放与服务的经验。

（一）采购模式

首先，公司为拓展广告代理地区的覆盖范围，由媒介部人员与各地区公交媒体签订战略合作意向框架协议，在协议中规定了双方的合作目标、运营模式、以及权利和义务等战略合作内容，建立公司与媒体间广泛且稳固的合作关系，为进一步具体的业务合作奠定基础。当公司与广告投放需求方签订合同后，再根据广告投放需求方的实际需求与相关城市相关线路的公交媒体签订广告媒体合同，就公交车身广告发布时间、发布形式、发布价格等具体合同条款达成协议。

公司在签订合作框架协议时，合作方主要有以下几种类型：一、公交公司，即公交公司自己作为媒体提供方；二、公交公司成立的广告公司，即公交公司成立的子公司，专门负责公交媒体的提供服务；三、广告公司，即部分拥有城市公交车身广告、候车亭独家经营权的广告代理公司；四、个人/个体户，**即很少部分的小型县城公交车的承包业主。**

（二）销售模式

公司客户部人员在与广告投放需求方的接洽过程中，会向其提供所有已与公司建立合作关系的公交媒体所在的城市和所拥有公交线路情况的详细清单，并根据广告投放需求方的投放要求设计出广告投放策略，确定具体的投放地区与投放公交线路。

此外，公司已联合交通部道路运输协会城市客运分会和中国城市公交协会建立了全国公交媒体信息数据库，能够及时为客户提供全国三、四线城市公交线路所涵盖城市的经济发展状况、公交线路等级、公交车辆状况等与车体及候车亭广告营销有关的关键性要素，供客户选择广告投放的地区和范围。

（三）盈利模式

公司的主要盈利模式是**基于所建立的三四级城市的公交媒体资源的整合为广告投放需求方提供广告代理服务获取利润**，即公司接受广告投放需求方的委托进行传播策略制定、媒体购买并完成广告发布，同时为公交媒体提供客户资源。其实质为**同时从事客户代理和媒体代理，为广告投放需求方和广告媒体提供双向代理。**

公司的特色在于整合了三四级城市公交车身、公交候车亭的广告媒体资源。

媒体看中了公司背后众多客户集中起来的庞大客户投放总量，而广告投放需求方看中公司媒介整合传播的成本优势的资源覆盖优势，能够为广告投放需求方获得广告投放的优化组合以及更多的折扣成本。上述整合资源的优势使得公司在与广告投放需求方或广告媒体谈判时都拥有较强的议价能力，使公司从中受益。同时未来主要媒体发展方向是进一步拓展公交媒体的独家代理模式，会更进一步扩大公司的客户代理价格优势和媒体占有率优势。

5. 公司的主营业务收入全部来源于代理广告发布收入；通过从事客户代理和媒体代理业务，为广告主和广告媒介提供双向代理。

(1) 请主办券商和律师系统梳理公司开展前述业务所适用的法律法规，核查公司是否取得必要资质，请公司对前述事项补充披露。

主办券商回复：

1、广告业务所适用的法律法规

开展广告业务所适用的法律法规主要包括：

《中华人民共和国广告法》对广告经营者、广告发布者及发布广告等事宜进行了原则性规定。

《广告管理条例》第六条规定，经营广告业务的单位应当按照该条例和有关法规的规定，向工商行政管理机关申请，分别情况办理审批登记手续：（一）专营广告业务的企业，发给《企业法人营业执照》。

《广告管理条例施行细则》第三条规定，申请经营广告业务的企业，除符合企业登记等条件外，还应具备下列条件：（一）有负责市场调查的机构和专业人员；（二）有熟悉广告管理法规的管理人员及广告设计、制作、编审人员；（三）有专职的财会人员；（四）申请承接或代理外商来华广告，应当具备经营外商来华广告的能力。

《广告管理条例施行细则》第七条规定，按照下列程序办理广告经营者登记手续：（一）设立经营广告业务的企业，向具有管辖权的工商行政管理局申请办理企业登记，发给营业执照。

2、公司主要从事广告代理业务，不属于广告发布业务范围

根据公司持有的北京市工商局朝阳分局核发的《营业执照》（注册号：110105014312228），公司经营范围为“设计、制作、代理、发布广告；电脑图文

设计、制作；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示活动；市场调查；企业策划；公共关系服务；会议服务。”

根据公司的确认，公司的主营业务为进行三四线城市公交车车身、公交候车亭广告媒体的开发与运营，以及全国地级市公交车身、候车亭媒体广告整合传播。公司的主体身份属于广告法中的广告经营者，而非广告发布者，公司在经营过程中依法与客户签订合同，公司按照《营业执照》登记的经营范围经营，未直接从事户外广告发布业务，无需取得专门的业务资质或许可。

2015年10月8日，北京市工商局朝阳分局出具《证明》，公司最近三年没有因违反工商行政管理法律法规受到该局查处的记录。

根据以上法律法规的规定，公司从事的业务无需特殊资质要求，只需在工商行政管理部门申领具有相应经营范围的营业执照。

综上，主办券商认为，公司的经营范围经过了经工商登记机关核准登记，公司经营未超出《营业执照》核准的经营范围，公司从事主营业务无需其他经营资质。

（2）请公司补充披露双向代理模式下各方权利义务关系。

主办券商回复：

公司已在《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“六、商业模式”之“（三）盈利模式”中补充披露如下：

“现以公司报告期内重大销售合同和公司普遍采用采购合同文本中所列示的条款作为例示说明公司双向代理模式下各方权利义务：

权利义务	广告代理合同 (客户为甲方, 公司为乙方)	媒体合同 (公司为甲方, 媒介为乙方)
1、媒介、 广告内容 审核	1、甲方应当在于乙方协商确定的时间内 (预订广告发布日前 3 个工作日内) 提供加盖甲方公章的有关广告客户资质证明以及广告内容真实、合法、有效的证明文件。上述证明文件包括: 甲方营业执照副本、相关知识产权证书及其他与广告内容相关的有效证明文件。 2、由甲方提供广告画面内容或按甲方要求进行设计, 乙方有权对广告内容真实性、合法性进行审查, 在广告画面通过甲乙双方认可后, 应严格执行, 不得随意更改。乙方对甲方提供的广告样稿的内容和表现形式有权依照《广告法》进行审查, 对不符合法律、法规的广告内容和表现形式, 乙方有权要求甲方做出修改, 同时, 乙方保留因违背政策法规、社会伦理道德等要求甲方对画面做出修改的权利, 在甲方做出修改前, 乙方有权拒绝发布。	1、甲方应在签约后的 7 个工作日内向乙方提供广告样稿或设计元素, 乙方对广告画面及内容先予审核: 对不符合相关法律、法规的广告样稿, 甲方应当修改, 在修改前乙方有权不予发布。甲方发布的广告, 应具备《中华人民共和国广告法》第二十四条之规定的要求: 广告主自行委托或者委托他人设计、制作、发布公告, 应当具有或者提供真实、合法、有效的下列证明文件: (一) 营业执照以及其他生产、经营资格的证明文件; (二) 质量检验机构对广告中有关商品质量内容出具的证明文件; (三) 确认广告内容真实性的其他证明文件。依照本法第三十四条的规定, 发布广告需要经有关行政主管部门审查的, 还应当提供有关批准文件。
2、广告画 面制作及 安装	1、广告画面制作: 车身广告设计制作由乙方负责完成。如甲方自行设计广告画面, 则必须符合乙方车型要求并经乙方审查确认后方可上刊。如甲方提供设计稿及元素由乙方套图设计, 乙方将提供车身设计样稿及色稿交甲方确认, 确认结果甲方以邮件告知乙方后制作上刊。甲方提供的设计素材及乙方为甲方设计的广告画面, 其知识产权归属甲方。 2、安装: 乙方在安装完成后应提交该车身广告的彩色照片。广告安装完成后, 乙方根据发布形式向甲方提供完工当日照片一套, 并制作上刊报告。照片包括: 车头左侧 45 度, 车尾右侧 45 度等。上刊报告或上刊照片盖公章寄与甲方确认。自甲方收到上刊报告及照片之日起三个工作日内未提出书面异议的, 视为甲方认可。 3、乙方应保持安装广告的车身及画面完好、清洁。 4、画面更换: 甲方如在发布期内更换已经甲方确认的广告画面, 应	1、乙方应在款到帐后, 按照甲方确认的广告样稿、喷绘色样按时完成发布。乙方如延误期限超过 10 日且无正当理由, 甲方保留解除合同和要求退还已付广告费用以及赔偿的权利。如遇雨雪风暴等恶劣天气, 双方提前书面沟通, 乙方客观上无法按时完成则自动顺延且不承担违约责任。 2、如甲方在发布期内提出更改画面, 甲方应提前通知乙方, 并承担全部换画费用。 3、乙方负责公交车身的日常清洁及维护工作, 保持广告画面整洁。如因不可抗力因素致使广告画面严重损坏时, 乙方应在 3 日内通知甲方, 修复画面的费用由乙方承担, 具体修复完成时间双方协商但乙方应补足相应的广告发布期。

	提前将修改稿交与乙方再次审核,由此发生的费用经甲方书面确认后由甲方承担。续刊或更换画面,甲方应在约定更换画面日前7个工作日内将更换的画面送至乙方。乙方根据甲方要求更换画面后将照片提供给甲方。	
3、广告监测	1、乙方应于发布广告车辆制作完毕后5个工作日内以光盘和书面照片形式向甲方提供加盖其公章的广告上刊监测报告。 2、发布期间内,自乙方提供上刊监测照片月份的下一个月开始,以三个月为单位,乙方以光盘和书面照片形式向甲方提供加盖其公章的车辆广告在刊监测报告,中途换画报告代替当次监测报告。 3、广告下刊后3个工作日内,乙方应向甲方提供加盖其公章的下刊报告。 4、甲方可派员对广告发布情况进行跟踪监测,如甲方有证据证明乙方监测报告不准确的,应以甲方提供的监测数据为准。	1、甲方应在收到广告上刊监测照片之日起5日内予以验收完毕。如有异议,双方平等协商解决。甲方逾期未能及时验收,视为验收合格。
4、线路更换	1、广告发布期间内如发生以下情况,视为广告发布车辆掉线: 1) 因政府主管部门的决定或公交车辆经营单位运力调配原因,导致本合同广告发布车辆在广告发布期内临时更改路线行驶超过三天以上、或长期更改行驶线路的情况; 2) 因发生交通事故导致车辆损毁或车辆维修等原因,导致本合同广告发布车辆在广告发布期内停止行驶超过三天以上的情况。 2、如发生上述广告发布车辆掉线的情况,乙方应及时通知甲方,并提供相关文件资料,同时根据掉线情况所实际影响的广告发布时间,双方通过协商,选择下列方式之一予以解决或进行补偿: 1) 甲方接受车辆在变化后的线路上运营,掉线时间予以顺延,则乙方无需就此补偿; 2) 在原有线路上以原车或替代车辆顺延发布时间,做等额发布补偿; 3) 或调换至同级别线路做等额补偿发布;	1、未征得甲方同意,乙方不得任意调换或转移本合同所定的任何公交车身广告。在公交车车身广告发布过程中,因受到公交线路调整或车型变更,乙方必须提前15个工作日通知甲方,甲方有权利选择同等级别线路或相似车型的公交车身广告继续发布,乙方承担由此而产生的费用;因政策客观因素影响,致使乙方不能按本合同履行的,但应提前15个工作日提前书面通知甲方,并退还未发布时间内的广告费用。以上所产生的一切费用由乙方承担。

	4) 或双方一致同意的其他补偿方式。 3、如在投放过程中，乙方协调出双层空车且甲方确认将已经投放的单层车替换为双层车，已经投放的单层车，按照实际投放天数核算价格；甲方转投双层车的数量及价格双方另行协商并签订补充协议确定，如协商不一致，甲方有权选择取消继续投放该线路或转而投放同价位的其他单层车线路。”	
--	--	--

由上表可知，公司与客户及媒介供应商签订的合同中约定的权利义务基本对等。”

6. 报告期内公司存在将业务委托给地方性广告公司代理公司执行广告的制作、发布情况。请主办券商核查：

(1) 与公司合作单位的情况，合作内容、各合作单位合作金额及占比；

主办券商回复：

报告期内，公司存在将业务委托给地方性广告公司的情况，报告期内委托地方性广告公司的合作金额及主要占比如下：

合作方式	2015 年 1-7 月		金额		2013 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
公交公司/公交广告公司	11,221,180.00	21.31	7,374,550.00	18.52	1,488,940.00	14.52
地方性广告公司	41,427,800.00	78.69	32,029,506.00	80.42	8,377,605.00	81.67
个人/个体户	-	-	423,000.00	1.06	391,164.00	3.81
合计	52,648,980.00	100.00	39,827,056.00	100.00	10,257,709.00	100.00

由于地方性广告公司的合作单位数量众多，金额非常分散，主办券商重点核查了报告期内公司前二十名供应商中的地方性广告公司的情况，其公司合作单位的情况，合作内容、各合作单位合作金额及占比如下表所示：

2015 年 1-7 月前二十大供应商中地方性广告公司的采购情况：

序号	合作单位名称	合作单位性质	合作内容	金额	占比
1	天津六方达广告有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	10,285,000	19.54%
2	德高广告（北京）有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	2,176,800	4.13%
3	内蒙古博洋广告有限责任公司	地方性广告公司	广告代理发布	2,050,000	3.89%
4	无锡百诺文化传播有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	2,008,000	3.81%
5	山东舜风广告有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,788,800	3.40%
6	杭州公交广告公司	公交公司/公交广告公司	广告代理发布	1,776,000	3.37%
7	石家庄市恩健公交广告有限公司	公交公司/公交广告公司	广告代理发布	1,760,000	3.34%
8	长春市峰盛广告有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,630,000	3.10%
9	福建省天龙文化传播有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,600,000	3.04%
10	沈阳英安杰广告有限公司	地方性	广告代理发布	1,500,000	2.85%

		广告公司			
11	昆明银创广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,400,000	2.66%
12	广西桂邕辉文化传播有限 责任公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,339,000	2.54%
13	福建飞瑞广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,251,900	2.38%
14	烟台经典视线广告传媒有 限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,180,000	2.24%
15	湛江市大圆文化传播有限 公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,164,600	2.21%
16	厦门市公交广告有限公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	960,000	1.82%
17	兰州公交广告有限公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	950,000	1.80%
18	包头市天远广告传媒有限 公司	地方性 广告公司	广告代理发布	850,000	1.61%
19	大同前意传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	850,000	1.61%
20	佛山简单文化传播有限公 司	地方性 广告公司	广告代理发布	848,800	1.61%
合计	-		-	37,368,900	70.98%

2014 年度前二十大供应商中地方性广告公司的采购情况:

序号	合作单位名称	合作单位性质	合作内容	金额	占比
1	天津六方达广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	6,031,100	15.14%
2	北京华夏九和文化传播有 限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,800,000	4.52%
3	福建省天龙文化传播有限 公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,732,000	4.35%
4	山东舜风广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,415,000	3.55%
5	长春市峰盛广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,060,000	2.66%
6	贵州金星公交传媒有限公 司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	976,000	2.45%
7	湛江公交文化传播有限公 司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	962,800	2.42%
8	大同前意传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	926,000	2.33%
9	廊坊市蓝色光标广告有限 公司	地方性 广告公司	广告代理发布	830,000	2.08%
10	安庆市伟邦广告有限责任	地方性	广告代理发布	820,000	2.06%

	公司	广告公司			
11	邯郸市公共交通总公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	791,600	1.99%
12	福州大象传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	732,600	1.84%
13	台州市长虹广告装潢有限公司临海分公司	地方性 广告公司	广告代理发布	618,500	1.55%
14	山东智慧广告传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	611,000	1.53%
15	咸阳市公共交通总公司广告经营部	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	608,000	1.53%
16	潍坊市公共交通总公司广告分公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	588,000	1.48%
17	上虞津艺文化传播有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	552,000	1.39%
18	丹阳市凡越广告传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	549,000	1.38%
19	郑州灵之狮文化传播有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	520,000	1.31%
20	常德市公交广告有限责任公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	518,600	1.30%
合计	-	-	-	22,642,200	56.85%

2013 年度前二十大供应商中地方性广告公司的采购情况:

序号	合作单位名称	合作单位性质	合作内容	金额	占比
1	天津六方达广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,790,000	17.45%
2	沈阳博雅广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	880,000	8.58%
3	北京叁鑫行广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	341,100	3.33%
4	泸州市公共交通有限公司巴士广告分公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	338,200	3.30%
5	慈溪市新成广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	311,300	3.03%
6	北京海逸风广告传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	247,500	2.41%
7	台州市嘉和传媒广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	243,060	2.37%
8	安阳市文诚广告传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	207,000	2.02%
9	宁波经济技术开发区晨星广告发展有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	168,000	1.64%
10	温州交运集团城东公交有	公交公司/	广告代理发布	152,800	1.49%

	限公司	公交广告公司			
11	廊坊市手拉手广告装潢有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	143,200	1.40%
12	江油市众智广告传媒有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	141,900	1.38%
13	邯郸市公共交通总公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	140,000	1.36%
14	温州市华茂广告企划有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	140,000	1.36%
15	上虞市创想广告传媒环艺工程公司	地方性广告公司	广告代理发布	119,300	1.16%
16	浏阳市公共交通管理处	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	113,300	1.10%
17	资中县东艺广告经营部	地方性 广告公司	广告代理发布	110,700	1.08%
18	江门市鼎元文化传播有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	100,000	0.97%
19	沈阳兴通利广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	91,200	0.89%
20	莆田市昆仑广告传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	90,200	0.88%
合计	-	-	-	5,868,760	57.21%

(2) 与公司关联关系，定价机制及公允性；

主办券商回复：

公司已在《公开转让说明书》“第四章 公司财务”之“七、关联方、关联关系及关联交易”中充分披露了对与公司存在关联关系的关联方予以认定并详尽披露。上述公司关联方的认定及披露准确、全面完整。经主办券商核查，公司与前二十大供应商不存在关联关系。

广告费用总额包括公交车身广告的工商、市容申报费用、制作费、发布费、摄影、监测费及广告发布期间的清洁维护等全部费用。公司与媒介方的合同定价主要依据每个媒介供应商对外合作价格为基础参考标准，由于公司能为媒介供应商带来品质高、投放金额大的客户，因此公司会跟媒介供应商在保证客户投放周期、投放线路的基础上，争取更大的优惠幅度，最终确定合同价格，价格较为公允。

主办券商获取了公司采购交易明细表，对采购方的背景及其与企业的商业关系进行了解；抽查了采购方的工商信息，检查采购交易相关的合同、发票和其他文件；对采购交易定价原则、价格、合同条款与同类交易进行对比分析。经主办

券商与公司确认，公司与其合作的地方性广告公司不存在关联关系，定价公允。

(3) 合作单位是否具备相应资质，公司如何进行质量控制。

主办券商回复：

1、合作单位的资质情况

公司与上述地方性广告公司进行合作的前提是上述公司取得了所在地公交公司公交广告发布的独家授权，公司在与其签订框架协议时会取得相关授权书作为协议附件备查。

有关广告法律法规对公司从事户外广告业务所需资质的规定如下：

1)《广告管理条例施行细则》第七条规定，按照下列程序办理广告经营者登记手续：（一）设立经营广告业务的企业，向具有管辖权的工商行政管理局申请办理企业登记，发给营业执照。（二）广播电台、电视台、报刊出版单位，事业单位以及其他法律、行政法规规定申请兼营广告业务应当办理广告经营许可登记的单位，向省、自治区、直辖市、计划单列市或其授权的县级以上工商行政管理局申请登记，发给《广告经营许可证》。（三）经营广告业务的个体工商户，向所在地工商行政管理局申请，经所在地工商行政管理局依法登记，发给营业执照。

2)《广告经营许可证管理办法》第二条规定，从事广告业务的下列单位，应依照本办法的规定向广告监督管理机关申请，领取《广告经营许可证》后，方可从事相应的广告经营活动：（一）广播电台、电视台、报刊出版单位；（二）事业单位；（三）法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的单位。

3)《户外广告登记管理规定》第五条规定，发布下列广告应当依照本规定向工商行政管理机关申请户外广告登记，领取《户外广告登记证》：（二）利用交通工具、水上漂浮物、升空器具、充气物、模型表面绘制、张贴、悬挂的广告。

根据上述法律法规的规定，企业从事户外广告发布业务需要取得合法有效的《营业执照》并且在发布前向工商行政部门申领《户外广告登记证》，部分企业还需要获得《广告经营许可证》。

经与公司确认，与公司合作的地方性广告公司均为在工商登记注册的合法存续的有限公司或其分公司，名号和经营范围中有广告、传媒或相关字样，同时，在发布特定广告时，会向当地工商部门申领相应的《户外广告登记证》，另外，部分公司根据所在地规定拥有《广告经营许可证》。

主办券商获取了中山、大同、惠州等 71 个地方的公交公司授权当地广告公司独家经营公交广告的授权证明等相关文件；获取了长春和吕梁等 2 个地方性公交公司的《广告经营许可证》；抽查了武汉、呼和浩特、昆明、石家庄和济南等 47 个地方性公交公司向当地工商登记机关申领的《户外广告登记证》，但是由于报告期内公司合作的地方性广告公司数量众多而且涉及区域分散，各个地方管理参差不齐，部分公司《户外广告登记证》等文件未妥善留存，因此主办券商无法核查报告期内公司全部合作过的、尤其是报告期初的地方性广告公司代理发布公司广告所申领的《户外广告登记证》，可被主办券商核查的《户外广告登记证》比例低于总量的 50%，主办券商已督促公司加强对地方性公交公司的管理，及时获取对方申领的《户外广告登记证》存档。

虽然存在部分《户外广告登记证》已无法查实的情况，但经主办券商与公司确认，报告期内公司与地方性广告公司签订的合作协议均正常履行，已履行完毕或正在履行的合作协议所涉及广告在发布过程中及发布之后均未受到各地工商行政部门的处罚。

2、公司的质量控制情况

公司在与客户确立广告方案后，向合作媒介提交广告制作样稿和指定的相关使用材质，并通常以外包的形式完成广告画面的制作，公司对制作过程进行监督。广告上画、正式发布后，公司向客户发送上刊报告由客户确认，确认方式为公司拍摄照片提交客户，由客户确认。在广告发布期间，公司会定期拍摄上刊报告和维护情况总结，并提交给客户确认或反馈。

现以公司报告期内重大合同文本中所列示的条款作为例示说明公司质量控制的具体细则：

“1、上刊照片：乙方在广告上刊后 3 日内向甲方提供不少于 6 张照片，照片要求必须有当地当月报纸能看清日期的报头，相机调成能显示照相日期。照片角度要求车头左侧 45 度角、车尾右侧 45 度角，垂直两侧和车尾。

2、广告发布期内：乙方每个月 15 日前向甲方提供监测照片一套，照片要求同（三-1）。

3、下刊照片：乙方在广告下刊前提供下刊照片一套，照片要求同（三-1）。

如乙方提供虚假照片，被甲方发现并且被证实，乙方须双倍退还全部广告款

项，并补偿由此带来的损失，甲方同时保留进一步追究乙方法律责任的权利。

甲方有权请第三方监测每月拍摄监测照片，如发现所发布的画面未到下刊日期提前下画，乙方须双倍赔偿甲方的损失。”

请公司对前述事项补充披露，并结合前述相关问题披露公司在相关业务中的核心竞争力、业务的可持续性。

公司回复：

1、补充披露情况

公司已在《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“五、业务经营情况”之“(二) 采购情况”和“第四节 公司财务”之“十二、风险因素”补充披露如下：

“3、与地方性广告公司的合作情况

1) 合作情况、合作金额与占比

报告期内，公司存在将业务委托给地方性广告公司的情况，报告期内委托地方性广告公司的合作金额及主要占比如下：

合作方式	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
公交公司/ 公交广告公司	11,221,180.00	21.31	7,374,550.00	18.52	1,488,940.00	14.52
地方性广告公司	41,427,800.00	78.69	32,029,506.00	80.42	8,377,605.00	81.67
个人/个体户	-	-	423,000.00	1.06	391,164.00	3.81
合计	52,648,980.00	100.00	39,827,056.00	100.00	10,257,709.00	100.00

由于地方性广告公司的合作单位数量众多，金额非常分散，主办券商重点核查了报告期内公司前二十名供应商中的地方性广告公司的情况，其公司合作单位的情况，合作内容、各合作单位合作金额及占比如下表所示：

2015 年 1-7 月前二十大供应商中地方性广告公司的采购情况：

序号	合作单位名称	合作单位性质	合作内容	金额	占比
1	天津六方达广告有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	10,285,000	19.54%
2	德高广告(北京)有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	2,176,800	4.13%
3	内蒙古博洋广告有限	地方性	广告代理发布	2,050,000	3.89%

	责任公司	广告公司			
4	无锡百诺文化传播有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	2,008,000	3.81%
5	山东舜风广告有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,788,800	3.40%
6	杭州公交广告公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	1,776,000	3.37%
7	石家庄市恩健公交广告有限公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	1,760,000	3.34%
8	长春市峰盛广告有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,630,000	3.10%
9	福建省天龙文化传播有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,600,000	3.04%
10	沈阳英安杰广告有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,500,000	2.85%
11	昆明银创广告有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,400,000	2.66%
12	广西桂邕辉文化传播有限责任公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,339,000	2.54%
13	福建飞瑞广告有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,251,900	2.38%
14	烟台经典视线广告传媒有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,180,000	2.24%
15	湛江市大圆文化传播有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,164,600	2.21%
16	厦门市公交广告有限公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	960,000	1.82%
17	兰州公交广告有限公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	950,000	1.80%
18	包头市天远广告传媒有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	850,000	1.61%
19	大同前意传媒有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	850,000	1.61%
20	佛山简单文化传播有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	848,800	1.61%
合计	-		-	37,368,900	70.98%

2014 年度前二十大供应商中地方性广告公司的采购情况:

序号	合作单位名称	合作单位性质	合作内容	金额	占比
1	天津六方达广告有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	6,031,100	15.14%
2	北京华夏九和文化传播有限公司	地方性广告公司	广告代理发布	1,800,000	4.52%
3	福建省天龙文化传播有	地方性	广告代理发布	1,732,000	4.35%

	限公司	广告公司			
4	山东舜风广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,415,000	3.55%
5	长春市峰盛广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,060,000	2.66%
6	贵州金星公交传媒有限公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	976,000	2.45%
7	湛江公交文化传播有限公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	962,800	2.42%
8	大同前意传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	926,000	2.33%
9	廊坊市蓝色光标广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	830,000	2.08%
10	安庆市伟邦广告有限责任公司	地方性 广告公司	广告代理发布	820,000	2.06%
11	邯郸市公共交通总公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	791,600	1.99%
12	福州大象传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	732,600	1.84%
13	台州市长虹广告装潢有限公司临海分公司	地方性 广告公司	广告代理发布	618,500	1.55%
14	山东智慧广告传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	611,000	1.53%
15	咸阳市公共交通总公司广告经营部	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	608,000	1.53%
16	潍坊市公共交通总公司广告分公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	588,000	1.48%
17	上虞津艺文化传播有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	552,000	1.39%
18	丹阳市凡越广告传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	549,000	1.38%
19	郑州灵之狮文化传播有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	520,000	1.31%
20	常德市公交广告有限责任公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	518,600	1.30%
合计	-	-	-	22,642,200	56.85%

2013 年度前二十大供应商中地方性广告公司的采购情况:

序号	合作单位名称	合作单位性质	合作内容	金额	占比
1	天津六方达广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	1,790,000	17.45%
2	沈阳博雅广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	880,000	8.58%
3	北京叁鑫行广告有限公司	地方性	广告代理发布	341,100	3.33%

		广告公司			
4	泸州市公共交通有限公司巴士广告分公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	338,200	3.30%
5	慈溪市新成广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	311,300	3.03%
6	北京海逸风广告传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	247,500	2.41%
7	台州市嘉和传媒广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	243,060	2.37%
8	安阳市文诚广告传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	207,000	2.02%
9	宁波经济技术开发区晨星广告发展有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	168,000	1.64%
10	温州交运集团城东公交有限公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	152,800	1.49%
11	廊坊市手拉手广告装潢有限公司	地方性广告公 司	广告代理发布	143,200	1.40%
12	江油市众智广告传媒有限公司	地方性广告公 司	广告代理发布	141,900	1.38%
13	邯郸市公共交通总公司	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	140,000	1.36%
14	温州市华茂广告企划有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	140,000	1.36%
15	上虞市创想广告传媒环艺工程公司	地方性广告公 司	广告代理发布	119,300	1.16%
16	浏阳市公共交通管理处	公交公司/ 公交广告公司	广告代理发布	113,300	1.10%
17	资中县东艺广告经营部	地方性 广告公司	广告代理发布	110,700	1.08%
18	江门市鼎元文化传播有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	100,000	0.97%
19	沈阳兴通利广告有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	91,200	0.89%
20	莆田市昆仑广告传媒有限公司	地方性 广告公司	广告代理发布	90,200	0.88%
合计	-	-	-	5,868,760	57.21%

2) 关联关系及定价机制

公司与存在采购业务的合作单位不存在关联关系。

广告费用总额包括公交车身广告的工商、市容申报费用、制作费、发布费、摄影、监测费及广告发布期间的清洁维护等全部费用。公司与媒介方的合同定价主要依据每个媒介供应商对外合作价格为基础参考标准，由于公司能为媒介

供应商带来品质高、投放金额大的客户，因此公司会跟媒介供应商在保证客户投放周期、投放线路的基础上，争取更大的优惠幅度，最终确定合同价格，价格较为公允。

3) 地方性广告公司的资质情况

公司与上述地方性广告公司进行合作的前提是上述公司取得了所在地公交公司公交广告发布的独家授权，公司在与其签订框架协议时会取得相关授权书作为协议附件备查。

与公司合作的地方性广告公司均为在工商登记注册的合法存续的有限公司或其分公司，名号和经营范围中有广告、传媒或相关字样，同时，在发布特定广告时，会向当地工商部门申领相应的《户外广告登记证》，另外，部分公司根据所在地规定拥有《广告经营许可证》。

由于与公司合作的地方性广告公司数量比较多而且涉及区域比较大，各个地方管理制度参差不齐，因此存在部分《户外广告登记证》未妥善留存已无法查实的情况，但公司确认，报告期内（2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-7 月）公司与地方性广告公司签订的合作协议均正常履行，已履行完毕或正在履行的合作协议所涉及广告在发布过程中及发布之后均未受到各地工商行政部门的处罚，公司未因地方性广告公司违约而受到客户追偿的情形。公司承诺在今后的经营中加强对地方性公交公司的管理，及时获取对方申领的《户外广告登记证》存档。

4) 质量控制情况

公司在与客户确立广告方案后，向合作媒介提交广告制作样稿和指定的相关使用材质，并通常以外包的形式完成广告画面的制作，公司对制作过程进行监督。广告上画、正式发布后，公司向客户发送上刊报告由客户确认，确认方式为公司拍摄照片提交客户，由客户确认。在广告发布期间，公司会定期拍摄上刊报告和维护情况总结，并提交给客户确认或反馈。

现以公司报告期内重大合同文本中所列示的条款作为例示说明公司质量控制的具体细则：

“1、上刊照片：乙方在广告上刊后 3 日内向甲方提供不少于 6 张照片，照片要求必须有当地当月报纸能看清日期的报头，相机调成能显示照相日期。照

片角度要求车头左侧 45 度角、车尾右侧 45 度角，垂直两侧和车尾。

2、广告发布期内：乙方每个月 15 日前向甲方提供监测照片一套，照片要求同（三-1）。

3、下刊照片：乙方在广告下刊前提供下刊照片一套，照片要求同（三-1）。

如乙方提供虚假照片，被甲方发现并且被证实，乙方须双倍退还全部广告款项，并补偿由此带来的损失，甲方同时保留进一步追究乙方法律责任的权利。

甲方有权请第三方监测每月拍摄监测照片，如发现所发布的画面未到下刊日期提前下画，乙方须双倍赔偿甲方的损失。”

公司针对上述风险已在《公开转让说明书》“重大事项提示”和“第四节 公司财务”之“十二、风险因素”补充披露如下：

“（十八）与公司合作地方性广告公司部分《户外广告登记证》未留档而遭受处罚的风险

报告期内公司合作的地方性广告公司数量众多而且涉及区域分散，各个地方管理参差不齐，部分公司《户外广告登记证》等文件未妥善留存，因此主办券商无法核查报告期内公司全部合作过的、可被主办券商核查的《户外广告登记证》比例低于总量的 50%，但报告期内公司与地方性广告公司签订的合作协议均正常履行，已履行完毕或正在履行的合作协议所涉及广告在发布过程中及发布之后均未受到各地工商行政部门的处罚，但依然存在因地方性广告公司代理发布公司广告未留档《户外广告登记证》而遭受处罚的风险。”

2、公司的核心竞争力情况

除已在《公开转让说明书》中已披露的竞争优势外，公司的核心竞争力主要体现在公司利用在全国三四线城市和地级市地区积累的影响力、行业经验及媒介资源为国际国内多家知名客户提供大范围一站式的广告代理服务，公司主要立足于高端客户，拥有稳定、优质的客户资源，目前已成功服务全国多家知名企业进行公交车车身广告、候车亭广告的投放，积累了丰富的服务经验。

3、业务的可持续性

通过设立之初至今的不断拓展，公司目前的公交媒介资源已遍布全国 29 个省和直辖市，首都北京的核心资源拥有 20,000 辆车以上；250 多个地级市以及 2,003 个县（市）拥有超过 1,000,000 辆公交车、60,000 个候车亭，已形成了一定

的规模优势，对竞争对手已形成了一定的进入壁垒，同时，公司计划在经营好已经现有所有的广告资源的基础上，在未来发展规划中将围绕京津冀一体化的进展，全力开拓独家买断媒体资源业务，努力进一步获取独家公交车车身广告和候车亭广告资源，未来几年公司计划买断 10 家以上地级市公交车车身广告和候车亭广告资源，同时计划买断 200 家以上县（市）级公交车车身和候车亭的广告资源。公司的竞争优势将进一步扩大，为公司的业务发展赢得更大的空间。在保持竞争优势的基础上，公司能够继续为客户提供大范围、同时段的一站式广告代理服务，对客户有较强的吸引力，业务的可持续性较好。

7. 关于同业竞争。请主办券商、律师结合公司与控股股东、实际控制人投资的其他公司的主营业务、服务适用范围、销售客户等方面的区别，进一步核查公司是否存在同业竞争、判断依据是否合理、同业竞争的规范措施及其可行性和有效性，并对前述核查事项发表明确意见。请公司就未披露事项做补充披露。

主办券商回复：

《公开转让说明书》中披露的控股股东、实际控制人投资的其他企业主要有全民易购、联动天津、时运康泰、万马互联及汇智互联，具体情况如下：

1、全民易购

截至本反馈回复出具之日，实际控制人及控股股东赵青山持有全民易购 76% 的股权，全民易购为赵青山控股的企业。

根据主办券商核查全民易购的《营业执照》、公司章程及在全国企业信用信息公示系统检索的结果，全民易购的经营范围为销售食品；出版物零售；销售家用电器、日用品、针纺织品、服装、鞋帽、工艺品、玩具、花卉、文具用品、体育用品、计算机、软件及辅助设备、化妆品、家具、化工产品（不含危险化学品）、卫生用品、橡胶制品、塑料制品、金属材料、电子产品、I 类医疗器械、珠宝首饰、汽车；企业策划；企业管理；健康咨询（不含诊疗服务）；市场调查；会议及展览服务；产品设计；服装设计；清洁服务（不含餐具消毒）；摄影服务；汽车装饰；设计、制作、代理、发布广告；版权贸易；计算机技术培训；计算机系统服务；代理进出口、技术进出口。

综上，根据全民易购确认及主办券商核查，全民易购的主营业务为电子商务，

全民易购与公司属于不同的业务领域，其服务适用范围及销售客户与公司具有实质区别，因此，全民易购与公司不存在同业竞争问题。

2、联动天津

报告期内，实际控制人及控股股东赵青山持有联动天津 38%的股权。

根据主办券商核查联动天津的《营业执照》、公司章程及在全国企业信用信息公示系统检索的结果，联动天津的经营范围为从事广告业务，计算机图文设计，组织文化艺术交流活动，会议服务，展览展示服务，企业形象策划。

根据主办券商核查联动天津的《预缴纳税申报表》，联动天津报告期内不存在营业收入，未实际开展业务，不涉及服务适用范围、销售客户等情况。

2015 年 9 月 25 日，李福庚、赵青山与公司分别签署《股权转让协议》，李福庚将其所持联动天津 62%股权转让给公司，赵青山将其所持联动天津 38%股权转让给公司。根据主办券商在全国企业信用信息公示系统检索的结果，截至本反馈回复出具之日，联动天津已经变更为公司全资子公司。

综上，根据联动天津确认及主办券商核查，虽然联动天津经营范围包括从事广告业务，但自设立以来，未实际开展业务，且已经变更为公司全资子公司，不涉及同业竞争问题。

3、时运康泰

截至本反馈回复出具之日，实际控制人及控股股东赵青山持有时运康泰 60%的股权，时运康泰为赵青山控股的企业。

根据主办券商核查时运康泰的《营业执照》、公司章程及在全国企业信用信息公示系统检索的结果，时运康泰的经营范围为汽车装饰（不含洗车业务）；技术服务；零售汽车零配件、五金、交电。

根据主办券商核查时运康泰的《利润表》等财务报表，时运康泰尚未实际开展业务，不涉及服务适用范围、销售客户等情况。

综上，根据时运康泰确认及主办券商核查，时运康泰与公司属于不同的业务领域，且未实际开展业务，因此，时运康泰与公司不存在同业竞争问题。

4、万马互联

截至本反馈回复出具之日，实际控制人及控股股东赵青山持有万马互联 56%的股权，万马互联为赵青山控股的企业。

根据主办券商核查万马互联的《营业执照》、公司章程及在全国企业信用信息公示系统检索的结果，万马互联的经营范围为普通货运；国内道路货运代理；仓储服务（不含危险化学品）；包装服务；装卸服务。

综上，根据万马互联确认及主办券商核查，万马互联的主营业务为仓储物流，万马互联与公司属于不同的业务领域，其服务适用范围及销售客户与公司具有实质区别，因此，万马互联与公司不存在同业竞争问题。

5、汇智互联

报告期内，实际控制人及控股股东赵青山配偶张继瑞持有汇智互联 56%的股权，汇智互联为张继瑞控股的企业。2015 年 9 月 25 日张继瑞已经与王彬签订了《出资转让协议》，约定将其持有汇智互联的全部出资 560 万元转让给王彬，王彬与公司无关联关系。

根据主办券商核查汇智互联的《营业执照》、公司章程及在全国企业信用信息公示系统检索的结果，汇智互联的经营范围为设计、制作、代理、发布广告。

根据主办券商核查汇智互联的资产负债表及利润表等财务报表，汇智互联尚未实际开展业务，不涉及服务适用范围、销售客户等情况。

根据公司确认及主办券商核查，2015 年 11 月 4 日，北京市工商局朝阳分局出具了《北京市工商行政管理局朝阳分局受理通知书》，已经受理汇智互联股东变更登记申请。截至本反馈意见回复出具之日，汇智互联股东变更已完成工商变更登记手续。虽然汇智互联经营范围包括从事发布广告业务，但报告期内未实际开展业务，且公司实际控制人配偶张继瑞已经将其持有汇智互联的全部股权转让给第三方，截至本反馈意见回复出具之日北京市工商局朝阳分局于 2015 年 11 月 4 日完成了汇智互联股东变更的备案登记，因此，主办券商认为汇智互联与公司不涉及同业竞争问题。

为避免未来可能出现的同业竞争，公司控股股东、实际控制人已出具关于避免同业竞争的承诺函，作出如下承诺：

“（1）本人目前不存在且不从事与联动通达主营业务相同或构成竞争的业务，也未直接或以投资控股、参股、合资、联营或其它形式经营或为他人经营任何与联动通达的主营业务相同、相近或构成竞争的业务。

（2）将来不以任何方式从事，包括与他人合作直接或间接从事与联动通达

及其子公司相同、相似或在任何方面构成竞争的业务；

(3) 将尽一切可能之努力使本人其他关联企业不从事与联动通达及其子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的业务；

(4) 不投资控股于业务与联动通达及其子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织；

(5) 不向其他业务与联动通达及其子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供专有技术或提供销售渠道、客户信息等商业机密；

(6) 不在与联动通达及其子公司存在同业竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织中担任总经理、副总经理、财务负责人及其他高级管理人员或核心技术人员。

(7) 如果未来本人拟从事的业务可能与联动通达及其子公司存在同业竞争，本人将本着联动通达及其子公司优先的原则与联动通达协商解决。

(8) 本承诺函自出具之日起生效，并在本人作为联动通达股东、董事的整个期间持续有效。如上述承诺被证明为不真实或未被遵守，承诺人将向公司赔偿一切由此产生的直接和间接损失，并承担相应的法律责任。”

综上，主办券商认为，截至本反馈回复出具之日，公司与控股股东、实际控制人投资的其他企业不存在同业竞争，同业竞争相关判断依据合理，规范措施具有可行性和有效性。

公司回复：

公司已在《公开转让说明书》“第三节 公司治理”之“五、同业竞争”之“（一）同业竞争情况”之“5、汇智互联（北京）传媒广告有限公司”中补充披露如下：

“2015 年 11 月 4 日，汇智互联股东变更已完成工商登记，汇智互联与公司不再有关联关系。”

8. 公司存在客户集中度较高的风险。请公司补充披露：

（1）报告期内公司向主要客户的销售情况、合作模式，补充说明并披露客户的获取方式、交易背景、定价政策和销售方式；

公司回复：

公司已对《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“五、业务经营情况”之“（一）销售情况”进行了重新梳理，并更新披露如下：

“公司主营业务是三四线城市公交车车身、公交候车亭广告媒体的开发与运营，以及全国地级市公交车身、候车亭广告媒体整合传播。收入来源于广告代理服务。

1、主要客户群体情况

报告期内，公司的主要客户群体为三类，第一类是电子消费类客户，以大型电子消费厂商为主，包括联想、宏碁和华硕等；第二类是汽车类客户，主要包括吉利、北汽福田、奇瑞和金杯等；第三类是其他行业的领头企业，包括海尔、TCL、京东等。

2、报告期向主要客户的销售情况

1) 营业收入按照类别列示

项 目	2015 年 1-7 月		2014 年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
一、主营业务收入	67,508,613.30	100.00	38,369,629.21	100.00
其中：广告代理	67,508,613.30	100.00	38,369,629.21	100.00
二、其他业务收入				
合 计	67,508,613.30	100.00	38,369,629.21	100.00

（续上表）

项 目	2014 年度			2013 年度	
	金额（元）	占比（%）	增长率（%）	金额（元）	占比（%）
一、主营业务收入	38,369,629.21	100.00	243.56	11,168,295.05	100.00
其中：广告代理	38,369,629.21	100.00	243.56	11,168,295.05	100.00
二、其他业务收入				-	-
合 计	38,369,629.21	100.00	243.56	11,168,295.05	100.00

公司的主营业务收入全部来源于广告代理收入，近两年一期营业收入 100% 的收入来源于主营业务收入，公司主营业务突出，收入结构未发生改变。

2) 主营业务收入按服务类别分类

产品名称	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
------	--------------	---------	---------

	营业收入	占比 (%)	营业收入	占比 (%)	营业收入	占比 (%)
公交车体广告 代理服务	67,417,613.30	99.87	37,376,421.68	97.41	9,385,870.52	93.78
公交候车亭广 告代理服务	91,000.00	0.13	993,207.53	2.59	1,782,424.53	6.22
合 计	67,508,613.30	100.00	38,369,629.21	100.00	11,168,295.05	100.00

报告期内，公司各期收入增长较快，主要原因是随着媒体渠道搭建逐渐完成，公司的渠道优势吸引了宣传广告需求量较大的客户通过公司代理广告，代理广告收入有较快增长。

3) 主营业务收入按广告品牌类别分类

品牌	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额（元）	比例 (%)	金额（元）	比例 (%)	金额（元）	比例 (%)
网络消费平台类	66,661,839.71	98.75	33,789,959.48	88.07	1,518,867.88	13.60
电脑电器类			2,763,301.82	7.20	6,086,408.39	54.50
汽车类	846,773.59	1.25	1,606,028.27	4.19	3,295,848.99	29.51
金融类			182,037.74	0.47		0.00
其他			28,301.90	0.07	267,169.81	2.39
合计	67,508,613.30	100.00	38,369,629.21	100.00	11,168,295.07	100.00

报告期内，公司主要销售客户集中于京东商城、海尔和联想等消费领域龙头企业，公司业务目前已覆盖新国内主要消费类领头企业包括电子消费类、汽车厂商、网上商城等，随着公司正式开拓其他客户，公司未来的收入来源的客户群将分散化及多元化。

4) 前五大客户的销售情况

公司收入存在向单个客户销售比例超过公司销售总额 50%或严重依赖少数客户的情况。公司 2014 年和 2015 年 1-7 月销售主要来自于京东世纪，分别为 88.06%和 98.75%。前五大客户中不存在受同一实际控制人控制的情况。

年份	客户名称	营业收入（元）	占营业总收入 的比例（%）
2015 年	北京京东世纪贸易有限公司	66,661,839.71	98.75
1-7 月	北京电通广告有限公司	475,188.68	0.70

年份	客户名称	营业收入（元）	占营业总收入的比例（%）
	北汽福田汽车股份有限公司诸城奥铃汽车厂	280,584.91	0.42
	广州狼卜品牌策划有限公司	91,000.00	0.13
	合计	67,508,613.30	100.00
2014 年	北京京东世纪贸易有限公司	33,789,959.48	88.06
	北汽福田汽车股份有限公司诸城奥铃汽车厂	1,373,584.87	3.58
	华硕电脑（上海）有限公司	1,358,301.86	3.54
	北京电通广告有限公司	1,257,264.12	3.28
	广东省广告股份有限公司	329,773.58	0.86
	合计	38,108,883.91	99.32
2013 年	北京电通广告有限公司	3,344,962.25	29.95
	重庆海尔家电销售有限公司	2,653,521.61	23.76
	浙江吉利汽车销售有限公司	2,350,660.33	21.05
	北京京东世纪信息技术有限公司	1,518,867.88	13.60
	北汽福田汽车股份有限公司诸城奥铃汽车厂	652,735.84	5.84
	合计	10,520,747.91	94.20

5) 主要客户的合作模式、获取方式、交易背景、定价政策和销售方式

报告期内的合作客户主要分成两种模式组成：

第一种：与直接客户合作，公司绝大部分客户由公司经营销售业务团队与客户直接沟通接洽获得，并且直接与企业签约开展合作。这种合作占公司业务的比例较高，例如京东、福田汽车等客户。这种业务模式的优点是及时、直接了解客户的市场需求，公司根据客户需求，按客户列明的时间、地区及公交线路为客户代理广告，无中间环节，公司获取的毛利润也会相对比较高一些。价格一般按照公司支付的媒体成本加一定比例收取。

第二种：与代理公司合作，因部分客户有委托广告公司独家代理广告，类似业务需要与代理广告公司签约。由于公司在三四级城市公交车身广告、候车亭的媒体资源覆盖整合优势、价格优势越来越明显，公司也会承接一些由其他广告代理公司转介过来的业务。这种合作模式的优势是进一步拓宽了客户开发

渠道，有利于公司与更多客户展开合作。定价政策按照公司支付媒体成本加一定比例同时考虑给予代理公司适当代理费优惠。

报告期内上述两种模式收入的金额及占比情况如下：

合作模式	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
与客户直接合作	66,942,424.62	99.16%	36,782,591.51	95.86%	7,735,408.27	69.26%
与代理公司合作	566,188.68	0.84%	1,587,037.70	4.14%	3,432,886.78	30.74%
合计	67,508,613.30	100.00	38,369,629.21	100.00	11,168,295.05	100.00

（2）分析客户对象构成稳定性及未来变化趋势。

公司回复：

报告期内，公司主要立足于高端客户，目前的客户主要分为以下几个范畴：第一类是电子消费类客户，以大型电子消费厂商为主，包括联想、宏碁和华硕等；第二类是汽车类客户，主要包括吉利、北汽福田、奇瑞和金杯等；第三类是其他行业的领头企业，包括海尔、TCL、京东等。目前公司业务已覆盖新国内主要消费类领头企业包括电子消费类、汽车厂商、网上商城等，客户构成稳定，收入来源稳定。

公司的户外广告代理服务主要在三四线城市的公交车车身、公交候车亭，所涉及的区域足够广，覆盖的人群足够多。中国三四级城市的市场已经成为中国未来企业市场开拓并加速发展的一片蓝海。公司目前媒体渠道覆盖全国 250 多个地级市及 2,003 个县级市，可以满足客户同时间、多地区的公交车车身广告投放需求，如京东商城每年“6.18”、“双 11”等大规模促销活动，可借助公司在全国同时间、大范围的广告宣传工作取得较好的推广效果，因此公司预计与目前报告期内的主要客户的合作会稳定持续进行。

另外，2015 年下半年，随着公司品牌知名度的上升，公司在原有行业类别的客户中新获得了冠芳可乐及雪弗兰汽车等客户，并随着互联网金融的兴起，公司亦与借贷宝、小牛基金及信贷金融签订了合作协议。

综上，受到公司规模、人员数量、资金实力等多方面的限制，同一时期只能应付少量大型客户，因此造成公司在报告期内收入较为集中的现象，随着公司规模的壮大，并通过登陆资本市场获得资金，公司将逐步摆脱客户较为集中的情形，

在保持原有客户合作关系的基础上，客户构成将更加多元化。

请主办券商和律师对前述事项进行核查，并综合客户依赖风险对公司持续经营的影响、公司的风险管理措施及实施效果、公司的竞争优劣势、公司订单获取情况等对公司的持续经营能力发表明确意见。

主办券商回复：

1、客户依赖风险对公司持续经营的影响

公司 2013 年下半年与京东世纪开始合作，合作期间签订合同总金额逐期上升，来自京东世纪的收入占比逐期增长。公司报告期内存在收入对京东产生依赖的风险。

截至目前公司与京东世纪的合作较为稳定，合作期间未发生纠纷，同时公司目前媒体渠道覆盖全国 250 多个地级市及 2,003 个县级市，覆盖人口多，可以满足客户同时间、多地区的公交车车身广告投放需求，对于京东商城每年“6.18”、“双 11”等大规模促销活动的各地宣传工作有着较好的推广效果，因此公司预计与京东的合作会稳定持续进行。

公司成立之初就将服务对象定位为大品牌公司，因此报告期内的代理的广告都是较为知名的品牌。但是由于报告期内公司尚处于发展初期，受到公司规模、人员数量、资金实力等多方面的限制，同一时期只能应付少量大型客户，因此造成公司在报告期内收入较为集中的现象，随着公司规模的壮大，公司将逐步摆脱客户较为集中的情形。

2、风险管理措施及实施效果

公司从成立之初就定位服务大型客户，受到公司规模、人员数量、资金实力等多方面的限制，同一时期只能应付少量大型客户，因此造成公司在报告期内收入较为集中的现象，公司重视对重点客户的维护，目前公司与报告期内主要客户合作关系良好，同时，公司在努力不断扩大自身优势，全力开拓独家买断媒体资源业务，借此吸引新的客户，通过登录资本市场，公司可增强同时应对客户大量广告投放需求的能力等，2015 年下半年新获订单情况较好，可帮助公司逐渐减少对单一重大客户的依赖。

3、公司的竞争优劣势

公司拥有一批在广告行业深耕多年的团队，有丰富的客户、媒体操作经验，

多年来积累的大量客户资源，随着公司业务的发展，有能力实现客户的多样化，改变对单一客户的依赖性。

公司计划在经营好已经现有所有的广告资源的基础上，在未来发展规划中围绕京津冀一体化的进展，全力开拓独家买断媒体资源业务，努力进一步获取唐山、邯郸、张家口等地的独家公交车车身广告和候车亭广告资源，未来几年公司将买断10家以上地级市公交车车身广告和候车亭广告资源，同时计划买断200家以上县（市）级公交车车身广告和候车亭广告资源。目前已经取得了辽宁省抚顺市公交车车身广告的独家代理权。公司的竞争优势将进一步扩大，为公司的业务发展赢得更大的空间。

4、公司订单获取情况

广告代理业务的经营模式主要是每年或定期与广告发布需求方签订合作协议，根据前一合同执行时间的发布效果和客户的投放要求设计出广告投放策略，制定本次详细的投放城市与投放线路，因此，截至2015年7月底，公司仍在按与客户2015年初或2014年底签订的合作协议为其提供广告代理服务；另外，2015年下半年陆续获得了借贷宝、冠芳可乐、长安汽车、雪弗兰汽车、华硕电脑、小牛基金及信贷金融等客户的品牌代理合同，合同总额共计1,322.95万元，公司业务拓展趋势较好。

综上，主办券商认为，客户依赖风险对公司持续经营的不存在重大不利影响。

9. 公司存在股东、董事、监事和高管曾在其他广告公司就职的情形。请主办券商和律师核查其是否与原公司签订竞业禁止合同，现在公司就职是否违反竞业禁止规定。请公司就未披露事项作补充披露。

主办券商回复：

1、公司股东、董事、监事、高级管理人员曾在其他广告公司就职的情况

根据公司股东、董事、监事、高级管理人员的确认，上述人员曾在其他广告公司就职的情况如下：

赵青山，1999年10月至2001年3月任北京瑞文国际广告有限公司销售经理，2001年4月至2003年9月任北京谋士广告有限公司总经理，2003年10月至2011年9月任北京奥美地亚广告有限公司副总经理，2011年10月至今在公司就职，现任公司董事长。

李福庚，2006年11月至2007年10月任广东山水龙行广告有限公司客户经理，2008年5月至2011年7月任北京中传奥美地亚广告传媒有限公司客户总监，2011年11月至今在公司就职，现任公司董事兼总经理。

曾立平，2012年7月至2013年8月任北京光耀天润广告有限公司副总裁助理，2013年9月至今在公司就职，现任公司董事。

刘起立，2010年7月至2012年1月任北京中外名人文化传媒股份有限公司业务经理，2012年2月至今在公司就职，现任公司董事。

张小伟，1998年4月至2000年10月任北京培安广告公司会计，2012年4月至今在公司就职，现任公司财务负责人。

毕晓云，2002年3月至2004年4月任北京奥美地亚广告有限公司行政人事总监，2008年7月至2011年2月任蓝海天扬广告（北京）有限公司人力资源总监，2014年5月至今在公司就职，现任公司董事会秘书。

乔海红，2007年4月至2008年11月任爱媒森（北京）广告传媒有限公司客户经理，2009年8月至2010年12月任北京中传奥美地亚广告传媒有限公司客户经理，2011年4月至2011年9月任兆讯传媒广告股份有限公司客户经理，2011年10月至今在公司就职，现任公司监事会主席。

秦露，2009年10月至2011年2月任龙媒盛世国际文化传媒（北京）有限公司媒介专员，2013年2月至今在公司就职，现任公司监事。

2、相关法律规定

根据《劳动合同法》第二十四条规定，竞业限制的人员限于用人单位的高级管理人员、高级技术人员和其他负有保密义务的人员。竞业限制的范围、地域、期限由用人单位与劳动者约定，竞业限制的约定不得违反法律、法规的规定。

在解除或者终止劳动合同后，竞业限制人员到与该单位生产或者经营同类产品、从事同类业务的有竞争关系的其他用人单位或者自己开业生产或者经营同类产品、从事同类业务的竞业限制期限，不得超过二年。

3、相关声明及确认情况

根据公司股东、董事、监事及高级管理人员出具的《个人声明》，上述人员不存在违反竞业禁止的法律规定或与原单位约定的情形，也不存在有关上述竞业禁止事项的纠纷或潜在纠纷事项。

根据公司股东、董事、监事、高级管理人员的确认，上述人员离开原任职广告公司时间均已超过二年，公司股东、董事、监事、高级管理人员中其余人员未曾在广告公司任职。

综上，主办券商认为，公司股东、董事、监事和高级管理人员不存在与原公司签订竞业禁止合同或违反竞业禁止规定的情形。

10. 请公司补充披露公司是否将使用自然人李代付的购车指标购买的汽车入账，如已入账，请披露其会计处理情况。请主办券商和会计师核查公司对该汽车的会计处理是否符合企业会计准则的规定。

公司回复：

公司已在《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“三、公司业务有关资源情况”之“（四）公司主要固定资产情况”之“3、运输工具”中补充披露如下：

“公司已将使用自然人李代付的购车指标购买的汽车作为固定资产核算，公司将该车辆于 2013 年 2 月计入固定资产，原值 311,600.00 元，车辆保险费等 9,800.00 元直接计入管理费用。自 2013 年 3 月开始计提固定资产折旧，折旧年限为 10 年。2013 年 3-12 月计提的折旧额为 25,966.67 元，2014 年度计提的折旧额为 31,160.00 元，2015 年 1-7 月计提的折旧额为 18,176.67 元。截至 2015 年 7 月 31 日，别克汽车的资产净值为 236,296.66 元。”

主办券商回复：

公司在购车时将购车款及车辆保险费合计 321,400.00 元于 2013 年 1 月 31 日直接支付给北京市勤和汽车销售公司，目前该车辆由公司占有并使用，虽然公司因为没有取得购车指标而用自然人李代付的名义购买上述车辆，但公司已与李代付签订了《购车协议》，约定联动通达拥有该车辆的所有权，待联动通达取得购车资格后，办理车辆过户手续将该车辆过户至联动通达名下。

主办券商访谈了公司实际控制人、财务负责人及相关经办人员，查阅了公司的财务账簿，经核查，主办券商认为，虽然上述车辆目前未登记在公司名下，但根据实质重于形式原则，公司已实际支付了购车款项并能够实际占有并使用上述车辆，符合会计准则中对固定资产的确认原则。综上，主办券商认为公司对该汽车的会计处理符合企业会计准则的规定。

11. 报告期内存在股利分配。请公司补充披露：

（1）前述事项决议及执行遵守《公司法》等相关法律法规、公司章程的情况；

公司回复：

1、相关法律法规、公司章程对股利分配的规定

《公司法》第三十四条相关规定，股东按照实缴的出资比例分取红利。第三十七条规定，股东会行使下列职权：（六）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案。第四十六条规定，董事会对股东会负责，行使下列职权：（五）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案。第五十条规定，股东人数较少或者规模较小的有限责任公司，可以设一名执行董事，执行董事的职权由公司章程规定。第一百六十六条第四款规定，公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，有限责任公司依照该法第三十四条的规定分配。

当时有效的《联动通达（北京）传媒广告有限公司章程》第八条规定，股东会由全体股东组成，是公司的权力机构，行使下列职权：（六）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损的方案。第十五条规定，执行董事行使下列职权：（五）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案。

2、公司股利分配事项决议情况

2015年4月30日，联动有限执行董事作出《联动通达（北京）传媒广告有限公司执行董事决定》，决定以现金方式分配截至2015年4月30日利润900万元，按照联动有限股东各自持股比例进行分配。在审计机构出具截至2015年4月30日审计报告，并确认可分配利润大于900万元后，再进行分配。

2015年4月30日，联动有限召开股东会，作出《联动通达（北京）传媒广告有限公司股东会决议》，决议以现金方式分配截至2015年4月30日利润900万元，按照联动有限股东各自持股比例进行分配。在审计机构出具截至2015年4月30日审计报告，并确认可分配利润大于900万元后，再进行分配。

综上，公司上述股利分配事项已履行内部决议程序，符合相关法律法规和公司章程的规定。

（2）进行股利分配的原因及股利分配是否影响公司业务的持续经营；

公司回复：

公司进行本次股利分配主要原因是解决关联方占款问题，具体情况如下：

根据大信审字[2015]第1-01248号《审计报告》，截至2015年4月30日，公司其他应收款中应收关联方款项如下：

债务人名称	款项性质	期末余额	账龄
赵青山	借款	4,821,400.00	1-2 年
李福庚	借款	3,710,000.00	1-2 年
曾立平	借款	268,000.00	1-2 年
刘起立	借款	201,000.00	1-2 年
合计	-	9,000,400.00	

为解决关联方占款问题，公司决议进行本次股利分配，公司在计提相关股东需要缴纳的个人所得税后将股利支付给各股东，股东已在2015年7月31日前用股利分配获得的全部资金及少量自筹资金将所欠公司款项偿还至公司，因此除替股东代扣代缴的个人所得税外，公司股利分配所涉及的资金并未实际流出公司体外，对公司业务经营未产生不利影响。

(3) 前述股利分配实际执行情况，若存在已分配但尚未支付的股利分配，请公司补充披露对尚未支付部分的财务处理，支付计划是否影响未来投资者对公司利益的享有，是否符合法律法规及会计相关规范。

公司回复：

1、股利分配实际执行情况

根据大信审字[2015]第1-01248号《审计报告》、相关银行业务回单，2015年1至4月，公司的净利润为10,767,064.59元，实际分配情况如下：

单位：元

股东姓名	出资比例（%）	分红金额 (税前，元)	到账时间
赵青山	53	4,770,000	2015.7.30
李福庚	40	3,600,000	2015.7.30
曾立平	4	360,000	2015.7.30
刘起立	3	270,000	2015.7.30
合计	100	9,000,000	-

公司已经在计提相关股东需要缴纳的个人所得税共计180万元后，将剩余720万元以银行转账方式按持股比例支付给公司各股东，目前公司不存在已分配

但尚未支付股利的情形，公司不涉及对尚未支付股利的财务处理，不涉及支付计划影响未来投资者对公司利益享有的情形。

2、股利分配是否符合法律法规及会计相关规范

如上所述，公司上述股利分配已履行内部决策程序，符合法律法规的规定。

根据公司的确认，在本次股利分配过程中，公司已经提取相应的法定公积金，计提相关股东需要缴纳的个人所得税。

大信会计师已出具保准无保留意见的《审计报告》，确认公司报告期内的财务处理符合会计相关规范的要求。

综上，公司在报告期内进行的利润分配是以当时公司可供分配利润为基础，以执行董事决定及股东会决议当日的全体股东为分配对象，按照全体股东实缴的出资比例进行分配，履行了公司内部必要批准程序，公司在利润分配的同时依法计提了代扣代缴股东个人所得税并相应提取了公积金，符合《公司法》等相关法律法规、公司章程的规定。

请主办券商和律师对前述事项核查并发表意见。

主办券商回复：

主办券商查阅了公司进行利润分配时有效的《公司章程》和涉及股利分配的执行董事决定及股东会决议，获取了大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的大信审字[2015]第 1-01248 号《审计报告》，复核了公司对于股东分配的账务处理、取得了公司向各股东支付股利的银行凭证。经核查，主办券商认为，公司报告期内的股利分配的决议及执行遵守《公司法》等相关法律法规的规定、符合《公司章程》的约定；进行股利分配具有合理的原因且对公司业务的持续经营不会产生不利影响；股利分配已执行完毕，会计处理符合会计相关规范的规定。

二、中介机构执业质量问题

1、请主办券商督导公司将反馈事项有关内容在公开转让说明书中真实、准确、完整披露。

主办券商回复：

主办券商已督导公司将反馈事项有关内容在公开转让说明书中真实、准确、完整披露。

2、请仔细阅读我司发布的内核要点和反馈意见，督促申请挂牌公司完善信

息披露。

主办券商回复：

主办券商仔细研读内核要点和反馈意见，督促申请挂牌公司完善信息披露。

3、请检查各披露文件对相关事项的信息披露是否一致。

主办券商回复：

主办券商已将《主办券商推荐报告》中相关事项与信息披露文件统一。

三、申报文件的相关问题

请公司和中介机构知晓并检查《公开转让说明书》等申报文件中包括但不限于以下事项：

- (1) 为便于登记，请以“股”为单位列示股份数。
- (2) 请列表披露可流通股股份数量，检查股份解限售是否准确无误。
- (3) 公司所属行业归类应按照上市公司、国民经济、股转系统的行业分类分别列示。
- (4) 两年一期财务指标简表格式是否正确。
- (5) 在《公开转让说明书》中披露挂牌后股票转让方式；如果采用做市转让的，请披露做市股份的取得方式、做市商信息。
- (6) 历次修改的文件均需重新签字盖章并签署最新日期。
- (7) 请将补充法律意见书、修改后的公开转让说明书、推荐报告、审计报告（如有）等披露文件上传到指定披露位置，以保证能成功披露和归档。
- (8) 申请挂牌公司自申报受理之日起，即纳入信息披露监管。请知悉全国股转系统信息披露相关的业务规则，对于报告期内、报告期后、自申报受理至取得挂牌函并首次信息披露的期间发生的重大事项及时在公开转让说明书中披露。
- (9) 请公司及中介机构等相关责任主体检查各自的公开披露文件中是否存在不一致的内容，若有，请在相关文件中说明具体情况。
- (10) 请公司及中介机构注意反馈回复为公开文件，回复时请斟酌披露的方式及内容，若存在由于涉及特殊原因申请豁免披露的，请提交豁免申请。
- (11) 请主办券商提交股票初始登记申请表（券商盖章版本和可编辑版本）。

（12）若公司存在挂牌同时发行，请公司在公开转让说明书中披露股票发行事项，于股票发行事项完成后提交发行备案材料的电子文件至受理部门邮箱 **shouli@neeq.org.cn**，并在取得受理通知后将全套发行备案材料上传至全国股份转让系统业务支持平台（BPM）。

（13）存在不能按期回复的，请于到期前告知审查人员并将公司或主办券商盖章的延期回复申请的电子版发送至审查人员邮箱，并在上传回复文件时作为附件提交。

回复：

公司和中介机构已知晓并检查了《公开转让说明书》等披露文件中的上述事项，并进行了必要的补充。

券商盖章版本的股票初始登记申请表作为《主办券商督查报告》附件，可编辑版本作为单独文件回复。

(本页无正文，为中信建投证券股份有限公司对全国中小企业股份转让系统有限责任公司《关于联动通达（北京）传媒广告股份有限公司股票挂牌申请文件的反馈意见》的回复之签字盖章页)

项目负责人签字

韩东哲

韩东哲

项目小组人员签字

郭尧

郭尧

武腾飞

武腾飞

赵文慧

赵文慧

内核专员签字

吴会军

吴会军



(本页无正文，为对全国中小企业股份转让系统有限责任公司《关于联动通达（北京）传媒广告股份有限公司股票挂牌申请文件的反馈意见》的回复之盖章页)

