

上海艾德韦宣股份有限公司
公开转让说明书

ACTIVATION GROUP

主办券商



华泰证券股份有限公司
HUATAI SECURITIES CO., LTD.

二〇一六年二月

声明

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。

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。

中国证监会、全国中小企业股份转让系统有限责任公司对公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对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，公司经营与收益的变化，由公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

释义

除非本公开转让说明书另有所指，下列简称具有如下含义：

公司、艾德韦宣	指	上海艾德韦宣股份有限公司
艾德韦宣有限	指	上海艾德韦宣商务咨询有限公司
韦宣国际	指	Activation International Limited（韦宣国际有限公司）
艾特联合	指	Activation One Limited（艾特联合有限公司）
红杉信远	指	北京红杉信远股权投资中心（有限合伙）
艾德众信	指	艾德众信（上海）投资管理企业（有限合伙）
联创永钦	指	上海联创永钦创业投资企业（有限合伙）
安维讯	指	北京安维讯商务咨询有限公司
艾德韦宣香港	指	Activation Events (HK) Limited（艾博思韦宣策划有限公司）
艾德韦宣新加坡	指	Activation Events (Singapore)PTE.LTD.
艾迪霖杰	指	上海艾迪霖杰文化发展有限公司
范思广告	指	上海范思广告有限公司
艾德韦宣广告	指	上海艾德韦宣广告有限公司
艾德韦宣娱乐	指	Activation Entertainment Limited（艾德韦宣娱乐有限公司）
品宣企管	指	上海品宣企业管理有限公司
艾德韦宣市场营销	指	Activation Marketing Solution Limited（艾德韦宣市场营销有限公司）
尚绎韦宣	指	上海尚绎韦宣建筑装饰有限公司
瑞慕	指	上海瑞慕项目管理有限公司
艾德众信展览	指	北京艾德众信展览有限公司
敬天广告	指	上海敬天广告有限公司
艾迪华宣	指	上海艾迪华宣商务咨询有限公司（现已更名为上海艾选投资咨询有限公司）
艾帝韦纯	指	上海艾帝韦纯商务咨询有限公司（现已更名为上海艾晋投资咨询有限公司）
艾帝维纯	指	上海艾帝维纯商务咨询有限公司（现已更名为上海艾纯投资咨询有限公司）
艾特华纯	指	上海艾特华纯商务咨询有限公司（现已更名为上海艾昔投资咨询有限公司）
新源控股	指	Fresh Live Holdings Limited（新源控股有限公司）
艾博思韦宣	指	上海艾博思韦宣物业管理有限公司，原名为上海艾博思韦宣商务咨询有限公司）
股转系统、全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
主办券商、华泰证券	指	华泰证券股份有限公司
天职国际、会计师	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

德恒、律师	指	德恒上海律师事务所
银信评估、评估师	指	银信资产评估有限公司
本说明书、本转让说明书	指	上海艾德韦宣股份有限公司公开转让说明书
三会	指	股东大会、董事会和监事会
股东大会	指	上海艾德韦宣股份有限公司股东大会
董事会	指	上海艾德韦宣股份有限公司董事会
监事会	指	上海艾德韦宣股份有限公司监事会
高级管理人员	指	总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人
管理层	指	公司董事、监事及高级管理人员
公司章程、章程	指	公司现行有效之《上海艾德韦宣股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《上海艾德韦宣股份有限公司（草案）》，该《公司章程（草案）》将于公司股票进入全国中小企业股份转让系统挂牌之日实施
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（2014年修订）
报告期	指	2014年、2015年
元、万元	指	人民币元、人民币万元

注：在本说明书中，除非特别注明，所有数值均保留两位小数。若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均由于四舍五入所致。

重大事项提示

公司在生产经营过程中，由于自身及所处行业的特点，提示投资者应对公司可能出现的以下风险及事项予以充分的关注：

（一）对供应商的依赖风险

报告期内，公司有两家主要供应商，分别为敬天广告和艾德众信展览，公司主要向关联方敬天广告和艾德众信展览采购场地搭建服务。公司 2015 年度、2014 年度向敬天广告采购的场地搭建服务分别为 446.08 万元、1,213.59 万元，占全年采购比重分别为 2.25%、8.28%；公司 2015 年度向艾德众信展览采购的场地搭建服务为 2,268.50 万元，占全年采购比重为 11.46%。目前公司持有艾德众信展览 30% 股权。

公司对上述两家供应商采购占比较高的原因是，该两家供应商具有多年为奢侈品和顶级品牌提供搭建服务的经验并和艾德韦宣保持长期合作关系，服务水准较高、时效性高、稳定性好，能够满足公司顶级及高端品牌客户的需求。

目前，公司的主要供应商为体验营销业务供应商，随着公司业务类型的不断丰富，体验营销收入占比呈下降趋势，对上述两家供应商采购占比亦会逐渐下降；公司中高端汽车品牌整合营销传播业务收入保持增长，不断引入新的汽车活动供应商；同时，公司也在积极探索其他高品质供应商，以降低向敬天广告和艾德众信展览采购的比例。

（二）应收账款余额较大的风险

2014 年末和 2015 年末，公司应收账款余额分别为 76,924,309.81 元和 75,669,792.88 元，占营业收入的比例分别为 30.70% 和 23.24%；2014 年末和 2015 年末账龄在一年以内的应收账款占比分别为 99.83% 和 96.65%。公司主要客户是实力雄厚的顶级及高端品牌广告主，客户的财务状况良好、商业信用高，具有较强的支付能力，回款较为及时。虽然报告期本公司的应收账款回款情况良好，且客户的资信情况较好，但是如果主要客户的财务情况发生恶化，则公司将存在坏账风险。

公司拟加强对客户信用分级管理，做好经营计划和资金规划。同时，加强账款催收，对销售人员加强资金回收的考核，有效控制应收账款的增长。

（三）专业人才和核心人员流失风险

整合营销传播服务业具有高人力资本的特征，高质素的营销服务从业人员必须具备策略、创意策划、项目执行管理等多方面专业知识及行业经验。优秀的业务团队是营销服务机构持续发展的重要基础之一。因此，如果该等专业人才或核心人员出现大规模流失，将给公司经营活动带来较大的冲击，影响服务质量和持续服务性。

公司已经采取核心人员间接持股的方式来稳定核心人才。未来将进一步探索和实施扩大专业人才和核心人员持股，持有股份合法合规流通的路径。为专业人才和核心人员提供更好的工作环境，创造更好的工作条件，提供更多的晋升机会，多方面措施来稳定队伍。

（四）汇率波动风险

艾德韦宣在香港和新加坡均设立子公司并开展媒体公关等整合营销传播业务。同时，艾德韦宣、范思广告和瑞慕也有部分款项由外币结算，由于人民币对美元、港币等汇率近期内出现较大幅波动，公司 2014 年和 2015 年分别形成 1,514.61 元和 83,936.35 元汇兑损失。提请投资人关注未来汇率波动对可能对公司净利润造成一定的影响。

随着外币业务占比的上升，公司将考虑在集团范围内购买合适的金融衍生产品对冲汇率波动风险。

（五）财政补贴变化风险

报告期内，公司政府补贴主要系上海长宁区专项扶持资金。2014 年和 2015 年，公司获得的财政补贴分别为 249,300.00 元和 2,253,968.73 元。由于政府补贴存在的不确定性较大，如果相关政策发生变化，导致公司获得的财政补贴减少，则将会对公司的盈利水平产生一定不利影响。2014 年和 2015 年公司获得的财政补贴占利润总额的比例分别为 0.49% 和 4.10%，即使未来由于政策变化导致公司无法获得财政补贴，对公司盈利水平产生的影响有限。

（六）经营用房租赁使用的风险

公司目前未购置房产，办公场所均以租赁方式取得使用。如所租赁的房产到期不能正常续租或在租赁过程中发生出租方违约情况，则公司需要另行租赁房产或购置房产，从而对公司的正常经营产生一定影响。

由于公司人员分散在多家子公司，单一办公场所到期不能续租或租赁过程中发生出租方违约情况对公司整体经营的影响有限；同时，由于公司业务的开展并不需要依赖大量固定资产和生产设备，即使需要另行租赁或购置房产，也可以在较短时间之内完成。

（七）公司承办活动失误给品牌口碑造成的风险

艾德韦宣服务的客户 80% 以上为国际顶级品牌和高端品牌，对公司提供的跨媒体整合营销传播各项活动品质要求较高，公司自设立以来提供的体验营销、媒体公关、数字营销和娱乐营销服务水准稳定，取得了客户的一致好评。未来，随着公司业务范围的不断拓展，同时活动现场可能出现的不可控因素，公司承办的活动质量将会存在受损并不能满足客户需求的可能性，从而导致公司在业内口碑受到影响，影响公司客户的维护和拓展。

公司核心团队成员从业多年，积累了丰富的活动和项目现场执行和流程管理经验，公司对活动和项目内部流程管控严格，长期水准稳定。艾德韦宣一年承办超过 250 场活动或项目，即使单一活动由于不可控因素出现失误，对公司整体口碑影响有限。

（八）快速发展带来的管理风险

报告期内，公司资产规模保持了较高的增长水平。在本次挂牌并公开转让后，公司规模将在目前的基础上进一步扩大。公司资产规模的扩大和人员的增加会使得公司组织架构、管理体系趋于复杂。因此公司在完善管理体系、有效管理和运作、提高管理层管理水平、保证公司运营方面存在一定的风险。公司已开始尝试业务事业部和职能部门矩阵式组织架构，提高管理运营效率。

（九）资本实力不足风险

相比于行业内其他整合营销巨头，公司规模相对较小，资本实力不足。另

外，目前国内中小企业的融资渠道较为单一。由于国内融资渠道少，相对于国内企业和外资公司，国内中小企业在融资渠道上处于劣势。整合营销传播服务公司由于其轻资产的特点，本身固定资产较少，无法满足为银行融资提供抵押担保的条件，导致融资渠道更加单一。而整合营销传播行业服务时需要前期垫付资金，由于公司资本不足，融资渠道单一，开展业务主要依靠公司自有资金进行支持，在未来业务扩张和市场竞争过程中可能处于劣势。公司已通过私募股权融资引入联创永钦和红杉信远等财务投资人，未来也将积极谋求外部资金的支持，助力业务扩张。

（十）受宏观经济波动影响的风险

经济发展具有周期性，消费者购买力、企业经营业绩、企业品牌传播预算与国家经济周期具有较大的相关性。当国家经济周期处于稳定发展期，通常消费者的购买力较强，有助于提升生产企业的经营业绩，从而生产企业加大其在品牌传播中的预算投入；当国家经济增长停滞或发生衰退，消费者购买力下降，生产企业经营业绩不佳，通常减少品牌传播预算投入。因此，国家宏观经济周期变化对企业品牌传播及营销开支投入将会产生影响，从而对整合营销传播服务行业产生影响。

公司管理层充分认识到近年来宏观经济波动对公司业务可能带来的不利影响，采取措施积极应对市场风险。一是控制人员扩张，加强管理，强化业绩考核，降低运营成本；二是大力布局新市场区域、增加品牌覆盖，并进一步拓展娱乐营销、中高端人群大数据画像等新兴业务，以带动公司跨媒体整合营销传播服务业务新的收入和利润增长点。

目录

声明.....	2
释义.....	3
重大事项提示.....	5
目录.....	9
第一节 公司基本情况.....	11
一、基本情况.....	11
二、股份挂牌、限售安排及锁定情况.....	12
三、公司股权结构及股东情况.....	14
四、公司历史沿革.....	24
五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况.....	44
六、报告期内公司主要会计数据与财务指标.....	48
七、中介机构相关情况.....	52
第二节 公司业务.....	55
一、业务情况.....	55
二、内部组织结构及业务流程.....	65
三、公司业务相关的关键资源要素.....	77
四、销售、采购及重大合同履行情况.....	83
五、公司所处行业基本情况.....	89
六、公司面临的主要竞争情况及战略规划.....	109
七、艾德韦宣香港的业务.....	114
八、安维讯的业务.....	119
第三节 公司治理.....	127
一、公司治理情况.....	127
二、报告期内公司及其控股股东、实际控制人存在的违法违规及受处罚情况.....	131
三、公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在业务、资产、人员、 财务和机构方面的分开情况.....	133
四、同业竞争情况.....	135
五、公司对外担保、重大投资、委托理财、关联方交易等重要事项决策和执行 情况.....	137
六、公司董事、监事、高级管理人员情况.....	138
七、近两年公司董事、监事、高级管理人员变动情况及原因.....	142
第四节 公司财务.....	144
一、近两年的审计意见和经审计的资产负债表、利润表、现金流量表及所有者	

权益变动表	144
二、主要会计政策、会计估计及其变更情况	168
三、财务内控制度的有效性及会计核算基础规范性	191
四、公司近两年主要会计数据和财务指标	193
五、关联方、关联方关系及关联方交易	232
六、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项	238
七、近两年的资产评估情况	239
八、报告期内股利分配政策、利润分配情况以及公开转让后的股利分配政策	239
九、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况	240
十、可能对公司业绩和持续经营产生不利影响的风险因素及自我评估	240
第五节 相关声明	245
公司全体董事、监事、高级管理人员声明	245
主办券商声明	247
经办律师声明	249
审计机构声明	250
资产评估机构声明	251
第六节 附件	252

第一节 公司基本情况

一、基本情况

公司名称：上海艾德韦宣股份有限公司

统一社会信用代码：913100000820801388

法定代表人：伍宝星

注册资本：50,000,000 元

住所：上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 303 室

邮编：200235

有限公司成立日期：2013 年 11 月 22 日

股份公司成立日期：2015 年 12 月 15 日

电话：021-62488023

传真：021-62489515

电子邮箱：info@activation-group.com

互联网网址：<http://www.activation-group.com/>

信息披露负责人：杜晓舟

所属行业：根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所属行业为租赁和商务服务业（L）中的商务服务业（L72）。根据《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754-2011），公司所属行业为（L）租赁和商务服务业中的（L72）租赁和商务服务业。根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为（L）租赁和商务服务业中的（L72）商务服务业。根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为（13131010）广告。

艾德韦宣经营范围：设计、制作、代理、发布国内外各类广告，摄影摄像服务，电脑图文设计制作，文化艺术交流策划，影视策划咨询，商务信息咨询，企业

形象策划，市场营销策划，公关活动策划，企业管理咨询，会展服务（主办、承办除外）。【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】

艾德韦宣主营业务：公司主营业务定位为向顶级和高端品牌提供跨媒体整合营销传播服务。

二、股份挂牌、限售安排及锁定情况

（一）股票挂牌情况

股票代码：【】

股票简称：艾德韦宣

股票种类：人民币普通股

每股面值：1 元人民币

股票总量：50,000,000 股

挂牌日期：【】年【】月【】日

（二）公司股份限售安排及锁定情况

1、相关法律法规对股东所持股份的限制性规定

《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。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的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公司股份总数的百分之二十五；所持公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的公司股份作出其他限制性规定。”

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

股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外”。“因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

《公司章程》第二十四条规定：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。第二十五条规定：公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的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公司股份。

除上述股份锁定规定以外，公司股东对其所持股份未作出其他自愿锁定的承诺。

2、股东所持股份的限售安排

艾德韦宣有限公司于2015年12月15日整体变更为股份公司。截至本说明书签署之日，股份公司成立未满一年。因此本次挂牌转让之日，公司现有股东持股情况及本次可进入全国股份转让系统公司转让的数量如下：

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)	是否存在 质押 或冻结 情况	本次可进入全 国股份转让系 统转让的数量 (股)
1	韦宣国际	33,853,876.00	67.71	否	0.00
2	艾特联合	5,499,999.00	11.00	否	0.00
3	艾德众信	4,263,846.00	8.53	否	0.00
4	联创永钦	1,811,503.00	3.62	否	0.00
5	红杉信远	4,570,776.00	9.14	否	0.00
合计		50,000,000.00	100.00		0.00

(三) 挂牌以后的股份转让方式

根据股份公司创立大会决议，公司股票挂牌时采取协议转让方式。

三、公司股权结构及股东情况

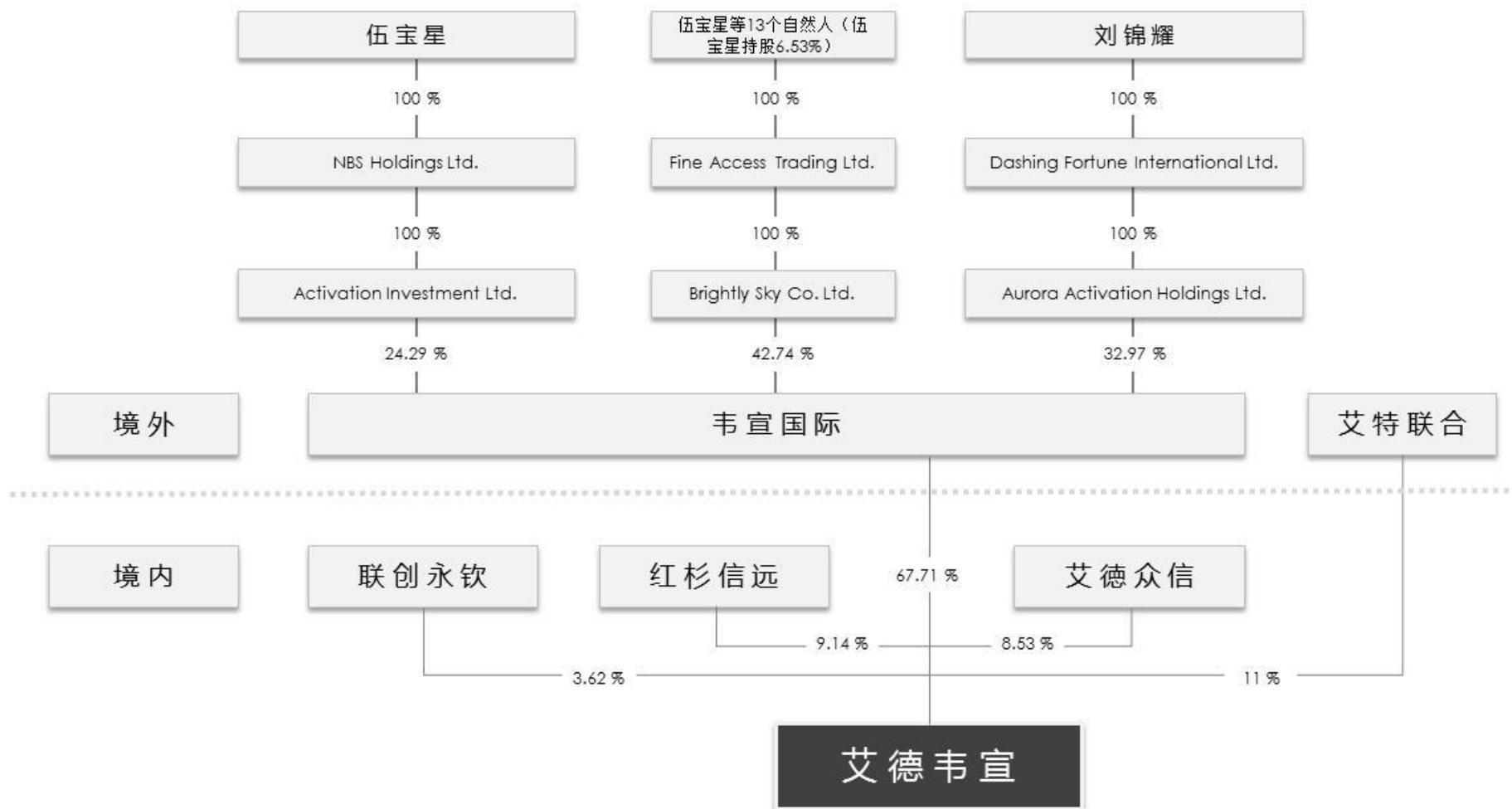
(一) 公司股权结构图

截至本说明书签署之日，公司共有 5 名法人股东。

公司股东持有股份数及持股比例的具体情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	韦宣国际	33,853,876.00	67.71
2	艾特联合	5,499,999.00	11.00
3	艾德众信	4,263,846.00	8.53
4	联创永钦	1,811,503.00	3.62
5	红杉信远	4,570,776.00	9.14
合计		50,000,000.00	100.00

公司股权结构如下：



（二）股份限制及股东关联关系

1、股份限制情况

截至本说明书签署之日，除《公司法》、《公司章程》、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》等文件中规定的股份转让限制条件外，公司股东所持有的公司股份不存在质押或其他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。

2、股东关联关系

截至本说明书签署之日，公司股东之间不存在法定关联关系。

（三）控股股东及实际控制人，持股 5%以上股东的基本情况

1、控股股东、实际控制人的法律规定

《公司法》第二百一十六条规定“（二）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。（三）实际控制人，是指虽不是公司的股东，但通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配公司行为的人。”

2、公司的股权结构及控股股东、实际控制人

截至本说明书签署日，艾德韦宣的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	韦宣国际	33,853,876.00	67.71
2	艾特联合	5,499,999.00	11.00
3	艾德众信	4,263,846.00	8.53
4	联创永钦	1,811,503.00	3.62
5	红杉信远	4,570,776.00	9.14
	合计	50,000,000.00	100.00

韦宣国际有限公司目前持有公司 67.71%的股份，为公司的控股股东。自然人刘锦耀通过韦宣国际有限公司持有艾德韦宣 22.32%股份，自然人伍宝星通过韦宣国际有限公司持有艾德韦宣 18.34%股份，二人合计持有艾德韦宣 40.66%股份，明显超过其他股

东所持股份比例。公司自设立以来，二人合计持股明显超过其他股东所持股份比例。此外，自公司设立以来，刘锦耀通过间接方式亦始终作为持有公司股份最多的个人。

刘锦耀、伍宝星均为公司创始人，二人领导公司业务发展策略、整体架构规划及管理，始终作为公司经营管理层的核心。目前刘锦耀担任公司总经理，伍宝星担任公司董事长，副总经理。根据二人于 2016 年 1 月签署的《一致行动协议》约定，将就公司依据《公司法》和《公司章程》需由股东大会作出决议的事项，行使召集权、提案权、表决权时，均保证采取一致行动。此外，自公司 2013 年 11 月设立以来，二人在艾德韦宣每次召开的股东会、股东大会中的投票表决情况均保持一致。

因此，刘锦耀及伍宝星其享有的表决权足以对股东大会的决议产生重大影响，并且凭借其在经营层及董事会中的职务，亦可对公司的实际经营决策产生重大影响，对公司具有实际的控制权和影响力，为公司的实际控制人。

公司最近两年控股股东及实际控制人未发生变化。

3、控股股东的基本情况

韦宣国际目前持有公司 67.71% 的股份，为公司的控股股东。该公司基本情况如下表所示：

公司名称	韦宣国际有限公司
成立日期	2012 年 8 月 31 日
注册号	1794625
住所	FLAT/RM A,B,C 11/F Gold Union Commercial Building NO.70-72 Connaught Road West HK
股东	Aurora Activation Holdings Ltd. (32.97%)、Activation Investment Ltd. (24.29%)、Brightly Sky Co. Ltd. (42.74%)
股本	20,000.00 港元

韦宣国际的股权结构如下：



其中，Fine Access Trading Limited 股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）	在公司（子公司）任职情况
1	苏彤	4,000.00	40.00	公司副总经理
2	陈伟彬	1,690.00	16.90	公司副总经理
3	刘慧文	1,463.00	14.63	公司副总经理
4	黄念雯	762.00	7.62	部门总经理
5	伍宝星	653.00	6.53	公司副总经理
6	涂弘炜	485.00	4.85	公司副总经理
7	郑婉宜	279.00	2.79	公司副总经理
8	Shaw Jeremy Mark	279.00	2.79	公司副总经理
9	蔡伟棠	207.00	2.07	公司副总经理
10	麦浩邦	86.00	0.86	公司副总经理
11	林志男	48.00	0.48	子公司制作总监
12	吴丝好	24.00	0.24	子公司策划总监
13	Chan Chun Ming	24.00	0.24	子公司设计总监
合计		10,000.00	100.00	

韦宣国际为公司实际控制人及公司员工持股的公司，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所指的私募基金，无需进行相关登记备案。

综上所述，韦宣国际为公司的控股股东，其认定符合法律、法规的规定，事实依据

适当、充分。

4、实际控制人的基本情况

伍宝星，男，1980年4月出生，中国香港人士，拥有加拿大永久居留权，2008年6月毕业于美国密歇根大学金融专业，硕士学历。2004年11月至2005年7月于Acasia Technologies (HK)Limited 公司任高级工程师职务；2005年8月至2006年9月于SAE Magnetics Limited(HK & China)公司任高级工程师职务；2007年1月至2009年4月于NKB Holdings(HK) Limited 公司任物业管理总经理职务；2009年6月至2010年12月于Topworld Enterprise Limited 公司任董事职务；2011年1月至2013年12月于上海艾博思韦宣商务咨询有限公司任法定代表人及总经理职务；2014年1月起于公司任职，现任公司法定代表人及董事长。

刘锦耀，男，1975年6月出生，中国香港人士，无其他国家永久居留权，1998年7月毕业于香港中文大学工商管理专业，本科学历。2002年7月毕业于香港科技大学信息管理专业，硕士学历。2015年就读于哈佛商学院全球CEO课程。1998年6月至2000年8月于可口可乐中国有限公司任助理品牌经理职务；2000年9月至2001年10月于PromoDuck 网络有限公司任创业合伙人/业务经理职务；2001年11月至2008年4月于戴尔公司任职，曾担任大中华区中小企业部任市场总监职务，以及亚太地区及日本品牌总监职务等职务；2007年9月至2013年12月于上海艾博思韦宣商务咨询有限公司任创始合伙人/总监职务；2014年1月起于公司任职，现任公司董事、总经理。

5、持股5%以上股东

公司持股5%以上股东为韦宣国际、艾特联合、艾德众信、红杉信远，各公司具体情况如下：

(1) 韦宣国际

韦宣国际基本情况见上文“3、控股股东的基本情况”部分。

(2) 艾特联合

公司名称	艾特联合有限公司
成立日期	2013年9月4日

注册号	1962669
住所	Flat F, 13th Floor, Hennessy Apartment, Nos.488-490 Hennessy Road Causeway Bay, Hong Kong.
股东	Step Mind Enterprises Ltd. (100%)
股本	1 港元

艾特联合股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	Step Mind Enterprises Limited	1.00	100.00
合计		1.00	100.00

艾特联合为艾德韦宣境外员工持股平台，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所指的私募基金，无需进行相关登记备案。

Step Mind Enterprises Limited 股东情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	刘慧文	35,357.00	98.33
2	Lee, Mon Wee Karen	427.00	1.19
3	Kwok, Wai chun Joe	172.00	0.48
合计		35,956.00	100.00

（3）艾德众信

公司名称	艾德众信（上海）投资管理企业（有限合伙）
成立日期	2014年3月14日
注册号	310120002294215
执行事务合伙人	王静
公司类型	有限合伙
注册资本	181.62 万元
经营场所	上海市奉贤区新四平公路 468 弄 22 幢 4 层 36 室
经营范围	投资管理。【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】

艾德众信为艾德韦宣境内员工持股平台，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所指的私募基金，无需进行

相关登记备案。

截至本说明书签署日，该企业合伙人为周琦、王贤达、杜晓舟、吴蓓丽、宗志红、裔照珺、杜炜隼、马瀛、王晓磊、朱敏敏、王静、沈杰毅、包一峰、董磊、杜海航、李沪生、仇丽娜，具体情况如下：

合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）	在公司（包括子公司）任职情况
周琦	39.86	21.95	董事、副总经理
沈杰毅	37.53	20.67	无
包一峰	32.69	18.00	副总经理
杜晓舟	17.04	9.38	董事会秘书
王贤达	10.64	5.86	监事、客户总监
吴蓓丽	7.51	4.14	客户总监
王静	6.48	4.04	无
宗志红	4.35	2.39	艺术总监
裔照珺	4.05	2.23	人事总监
朱敏敏	3.63	2.00	财务经理
杜炜隼	3.20	1.76	高级制作副总监
杜海航	2.91	1.60	范思广告创意总监
李沪生	2.91	1.60	范思广告客户总监
仇丽娜	2.32	1.28	范思广告财务经理
马瀛	2.39	1.08	高级客户经理
王晓磊	2.39	1.08	高级客户经理
董磊	1.72	0.95	艾迪霖杰高级客户经理
合计	181.62	100.00	

该企业不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所指的私募基金，无需进行相关登记备案。

（4）红杉信远

公司名称	北京红杉信远股权投资中心（有限合伙）
------	--------------------

成立日期	2012年06月14日
统一社会信用代码	911101145996826415
执行事务合伙人	红杉资本股权投资管理（天津）有限公司
公司类型	有限合伙
注册资本	473440万元
经营场所	北京市昌平区科技园区创新路7号2002号
经营范围	投资、资产管理。

根据红杉信远的工商登记资料，红杉信远系以非公开方式向投资者募集资金设立并对于募集资金进行管理，符合私募投资基金的定义，属于私募投资基金。

红杉资本股权投资管理（天津）有限公司已于2014年3月17日取得了中国证券投资基金业协会核发的《私募投资基金管理人登记证书》（编号：P1000645），根据该证书记载，该机构已登记为私募投资基金管理人，成为开展私募证券投资、股权投资、创业投资等私募基金业务的金融机构。

同时，红杉信远已于2014年3月17日取得了中国证券投资基金业协会开具的《私募投资基金备案证明》，根据该证明，红杉信远已根据《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律法规的要求，在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统填报了所列基金信息。

5、公司其他企业法人股东情况

截至本说明书签署日，除上述企业法人股东外，公司还存在企业法人股东为上海联创永钦创业投资企业（有限合伙），具体情况如下：

公司名称	上海联创永钦创业投资企业（有限合伙）
成立日期	2011年08月31日
注册号	310105000400726
执行事务合伙人	上海联创永钦创业投资管理中心（有限合伙）
公司类型	有限合伙
注册资本	61,151.2087万元
经营场所	上海市长宁区虹桥路1157号336室

经营范围

创业投资，创业投资咨询

根据联创永钦的工商登记资料，联创永钦系以非公开方式向投资者募集资金设立并对于募集资金进行管理，符合私募投资基金的定义，属于私募投资基金。

上海联创永钦创业投资管理中心（有限合伙）已于 2014 年 4 月 22 日取得了中国证券投资基金业协会核发的《私募投资基金管理人登记证书》（编号：P1001166），根据该证书记载，该机构已登记为私募投资基金管理人，成为开展私募证券投资、股权投资、创业投资等私募基金业务的金融机构。

同时，联创永钦已于 2014 年 4 月 23 日取得了中国证券投资基金业协会开具的《私募投资基金备案证明》，根据该证明，联创永钦已根据《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律法规的要求，在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统填报了所列基金信息。

6、公司股东主体适格性

公司股东分别出具《承诺函》，承诺股份系以合法自有资金认购（或受让）而实际持有并享有完全法定权益，持有公司的股权不存在委托持股、信托持股以及其他代他人持有公司股权的情况，亦不存在任何权属纠纷或/和抵押、质押以及其他权利受到限制的情况。本人不存在法律法规或任职单位规定不适合担任股东的情形；公司的全体股东均具备法律、法规及规范性文件规定的作为公司股东的主体资格。

根据核查，公司股东全部为企业法人股东，不存在自然人股东的情形。此外，通过法人股东间接持有公司股权的自然人股东中没有根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国公务员法》、《中国共产党党员领导干部廉洁从政若干准则》、《中共中央纪委教育监察部关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》、《关于严禁党政机关和党政干部经商、办企业的决定》、《关于进一步制止党政机关和党政干部经商、办企业的规定》以及《关于“不准在领导干部管辖的业务范围内个人从事可能与公共利益发生冲突的经商办企业活动”的解释》等法律、法规及规范性文件不适合担任股东的人员。

公司法人股东均为合法设立及有效存续的主体，其中红杉信远和联创永钦属于私募投资基金范畴，均已根据《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》有关规定进行了备案登记，并取得了相应资质。

公司股东无违反任职单位规定不适合担任股东的情形，股东人数、住所、出资比例符合有关法律、法规及规范性文件的规定。

综上，公司全体股东不存在法律、法规、规章及其他规范性文件规定不得担任公司股东的情形，依法具备股东资格。

四、公司历史沿革

艾德韦宣的前身艾德韦宣有限成立于 2013 年 11 月 22 日，成立时公司名称为上海艾德韦宣商务咨询有限公司，有限公司于 2015 年 12 月 15 日整体变更为股份有限公司，名称变更为上海艾德韦宣股份有限公司。公司股本形成及变化过程如下：

（一）有限公司设立及股权变更

1、有限公司设立及出资

2013 年 11 月，韦宣国际、艾迪华宣、艾帝韦纯、艾帝维纯以及艾特华纯作为发起人出资设立艾德韦宣有限。经上海市长宁区人民政府长府外经 [2013]798 号文件批准，艾德韦宣有限于 2013 年 11 月 18 日取得上海市人民政府颁发商外资沪（长）合资字 [2013]3388 号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2013 年 11 月 22 日，艾德韦宣有限取得营业执照，注册号为 310000400725360。

成立时，艾德韦宣有限的基本情况如下：

企业名称	上海艾德韦宣商务咨询有限公司
企业注册号	310000400725360
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 303 室
法定代表人	伍宝星
投资总额	3,000 万元
注册资本	1,500 万元
实收资本	0 万元
公司类型	有限责任公司（台港澳与境内合资）
经营范围	商务信息咨询、企业形象策划、市场营销策划（以上 2 项广告除外）、公关活动策划、企业管理咨询、会展服务（主办、承办除外）。（涉及行政许可的，凭许可证经营）
经营期限	2013 年 11 月 22 日至 2043 年 11 月 21 日

根据艾德韦宣有限公司章程和上海市长宁区人民政府批复，成立时股权结构情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例(%)	出资方式
1	韦宣国际	1,419.00	0.00	94.60	货币
2	艾迪华宣	20.25	0.00	1.35	货币
3	艾帝韦纯	20.25	0.00	1.35	货币
4	艾帝维纯	20.25	0.00	1.35	货币
5	艾特华纯	20.25	0.00	1.35	货币
合计		1,500.00	0.00	100.00	

2013年12月11日，上海沪江诚信会计师事务所有限公司出具“沪诚验(2013)13-119号”《验资报告》，经审验，截至2013年12月6日，艾德韦宣有限各股东已缴足出资1,500万元。艾德韦宣有限股东实缴注册资本情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
1	韦宣国际	1,419.00	1,419.00	94.60	货币
2	艾迪华宣	20.25	20.25	1.35	货币
3	艾帝韦纯	20.25	20.25	1.35	货币
4	艾帝维纯	20.25	20.25	1.35	货币
5	艾特华纯	20.25	20.25	1.35	货币
合计		1,500.00	1,500.00	100.00	

2013年12月13日，上海市工商行政管理局出具《准予变更登记通知书》（核准号：05000002201312130005），同意艾德韦宣有限变更实收资本。

2、2014年5月第一次股权转让

2014年3月31日，艾德韦宣有限董事会作出决议，同意股东艾迪华宣、艾帝韦纯、艾帝维纯和艾特华纯分别将各自持有的20.25万元注册资本（分别占注册资本总额的1.35%）转让给新的投资方艾德众信；韦宣国际将其持有的162.15万元注册资本（占注册资本总额的10.81%）转让给新的投资方艾特联合。

2014年3月31日，转让各方签署了《股权转让协议书》，转让价格均为1元/注册资本。2014年4月9日，上海市长宁区人民政府长府出具外经[2014]181号文件《关于上海艾德韦宣商务咨询有限公司股权转让的批复》，批复同意上述股权转让。

2014年4月14日，上海市人民政府换发了商外资沪（长）合资字[2013]3388号《中

国人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2014年5月5日，上述股权转让经上海市工商行政管理局核准。

本次股权转让后艾德韦宣有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例(%)	出资方式
1	韦宣国际	1,256.85	83.79	货币
2	艾特联合	162.15	10.81	货币
3	艾德众信	81.00	5.40	货币
合计		1,500.00	100.00	

3、2014年7月第一次增资

2014年6月8日，艾德韦宣有限董事会作出决议，同意投资总额由3,000万元增加到3,125万元，注册资本由1,500万元增加到1,562.50万元，由新的投资方联创永钦以800万价格认购此次增资的62.5万元注册资本。

2014年6月24日，上海市长宁区人民政府出具长府外经[2014]345号文件《关于上海艾德韦宣商务咨询有限公司增资、增加投资方的批复》，同意上述增资事宜。

2014年6月25日，上海市人民政府换发了商外资沪（长）合资字[2013]3388号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2014年7月9日，上述增资经上海市工商行政管理局核准。

本次增资后的艾德韦宣有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例(%)	出资方式
1	韦宣国际	1,256.85	80.40	货币
2	艾特联合	162.15	10.40	货币
3	艾德众信	81.00	5.20	货币
4	联创永钦	62.50	4.00	货币
合计		1,562.50	100.00	

4、2014年8月第二次股权转让及第二次增资

2014年7月9日，艾德韦宣有限召开董事会并作出决议，同意艾特联合将其持有的7%的注册资本份额（对应注册资本为109.375万元）以3,666.60万元的价格转让给新增股东红杉信远；同意艾德韦宣有限注册资本由1562.50万元增至1610.8247万元，新增注册资本48.3247万元全部由红杉信远以1,620.00万元价格认缴；同意公司投资总

额由 3,125 万元增至 3,221 万元。

2014 年 7 月 9 日,上述股权转让各方签署了《股权转让协议》,股权转让价格为 33.52 元/注册资本。

2014 年 8 月 7 日,上海市长宁区人民政府出具长府外经[2014]456 号文件《关于上海艾德韦宣商务咨询有限公司股权转让、增资、变更董事会人数的批复》,同意上述股权转让及增资事宜。

2014 年 8 月 7 日,上海市人民政府换发了商外资沪(长)合资字[2013]3388 号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2014 年 8 月 29 日,上述增资及股权转让经上海市工商行政管理局核准。

本次股权转让和增资后的艾德韦宣有限的股权结构如下:

序号	股东名称	出资金额(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	韦宣国际	1,256.8500	78.02	货币
2	艾特联合	52.7750	3.28	货币
3	艾德众信	81.0000	5.03	货币
4	联创永钦	62.5000	3.88	货币
5	红杉信远	157.6997	9.79	货币
合计		1,610.8247	100.00	

5、2015 年 7 月第三次增资

2015 年 7 月 18 日,艾德韦宣有限董事会作出决议,同意投资总额由 3,221 万元增加到 3,712 万元,注册资本由 1,610.8247 万元增加到 1,856.2867 万元,其中艾特联合以 695.5955 万元价格认购 151.4165 万元新增注册资本;艾德众信以 355.1025 万元价格认购 77.2984 万元新增注册资本;联创永钦以 21.8367 万元的价格认购 4.7534 万元新增注册资本;红杉信远以 55.0983 万元的价格认购 11.9937 万元新增注册资本。溢价部分计入公司资本公积。

2015 年 7 月 13 日,上海市人民政府换发了商外资沪(长)合资字[2013]3388 号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2015 年 7 月 23 日,上海市长宁区人民政府长府出具外经[2014]492 号文件《关于上海艾德韦宣商务咨询有限公司增资的批复》,同意上述增资事宜。

2015年7月29日，上述增资经上海市工商行政管理局核准。

本次增资后的艾德韦宣有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	韦宣国际	1,256.8500	67.71	货币
2	艾特联合	204.1915	11.00	货币
3	艾德众信	158.2984	8.53	货币
4	联创永钦	67.2534	3.62	货币
5	红杉信远	169.6934	9.14	货币
合计		1,856.2867	100.00	

（二）股份公司设立及股本演变

2015年10月10日，天职国际出具天职业字[2015]13953号《上海艾德韦宣商务咨询有限公司审计报告》，确认截至2015年8月31日，艾德韦宣有限经审计的账面净资产值为5,650.68万元。

2015年10月23日，银信评估出具银信评报字[2015]沪第0676号《上海艾德韦宣商务咨询有限公司股份制改制净资产公允价值评估报告》，确认截至2015年8月31日，艾德韦宣有限经评估的账面净资产6,068.23万元。

2015年11月11日，经艾德韦宣董事会决议，同意全体股东作为发起人，以公司2015年8月31日经审计净资产5,650.68万元，按照1:0.88的比例折股，折成股本5,000.00万股，其余650.68万元计入资本公积，将艾德韦宣有限整体变更为股份有限公司。

2015年11月11日，艾德韦宣股东韦宣国际、艾特联合、艾德众信、红杉信远以及联创永钦签署了《上海艾德韦宣股份有限公司发起人协议》。

2015年11月24日，上海市商务委员会出具沪商外资批[2015]4202号文件《市商务委关于同意上海艾德韦宣商务咨询有限公司改制为外商投资股份有限公司的批复》，同意艾德韦宣有限整体变更为股份有限公司。

2015年11月30日，上海市人民政府换发了商外资沪股份字[2013]3388号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2015年12月15日，艾德韦宣取得上海市工商行政管理局核发的变更后的《企业法人营业执照》（证照编号：00000002201512150113），上海艾德韦宣股份有限公司设立。

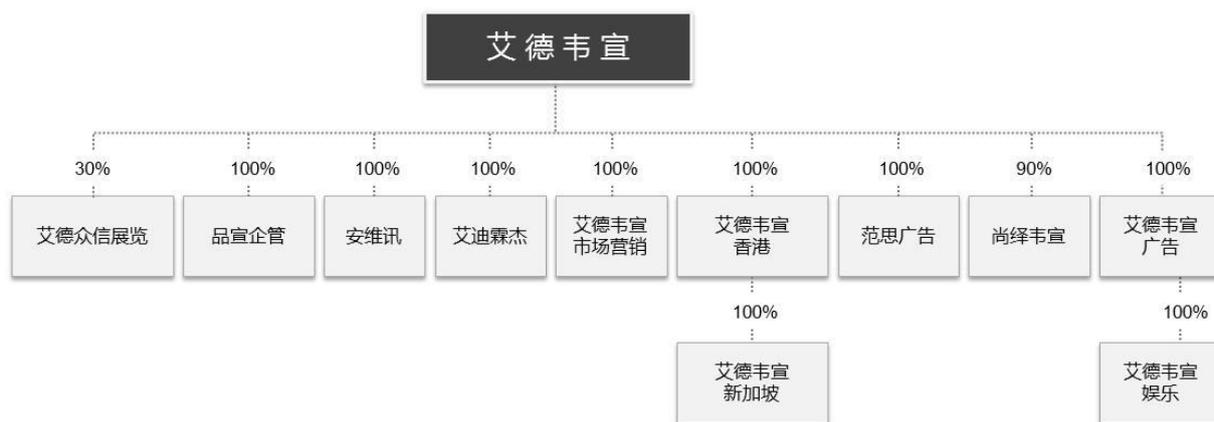
股改完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（元人民币）	出资比例（%）	出资方式
1	韦宣国际	33,853,876.00	67.71	净资产
2	艾特联合	5,499,999.00	11.00	净资产
3	艾德众信	4,263,846.00	8.53	净资产
4	联创永钦	1,811,503.00	3.62	净资产
5	红杉信远	4,570,776.00	9.14	净资产
合计		50,000,000.00	100.00	

截至本说明书签署之日，公司股权结构未再发生其他变化。

（三）公司控股及参股子公司情况

截至本说明书签署日，公司直接控股 8 家公司，经由子公司间接全资控股 2 家公司，同时直接参股 1 家公司。持股情况如下：



按主营业务收入计算，安维讯及艾德韦宣香港占艾德韦宣合并报表主营业务收入的 10% 以上，两家子公司具体情况如下：

1、安维讯

该公司系外购取得，截至本说明书签署日，安维讯基本情况如下：

公司名称	北京安维讯商务咨询有限公司
注册号	110000450200722
成立日期	2012 年 3 月 13 日
控股股东	上海艾德韦宣股份有限公司
法定代表人	苏彤

公司类型	有限责任公司(法人独资)
注册资本	1000 万元
公司住所	北京市顺义区牛栏山镇府前街 9 号
经营范围	商务信息咨询、企业管理咨询、投资咨询；企业形象策划、市场营销策划；会议服务；图文设计制作。【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】

截至本说明书签署日，安维讯为艾德韦宣的全资子公司。

(1) 设立

2012 年 3 月，控股型公司新源控股出资设立安维讯，注册资本为 15 万美元。

2012 年 3 月，北京市顺义区商委委员会出具顺商复字[2012]35 号文件，批准安维讯设立。

2012 年 3 月 9 日，北京市人民政府向安维讯颁发商外资京资[2012]13009 号中华人民共和国外商投资企业批准证书。

2012 年 3 月 13 日，安维讯取得编号为 110000450200722 的《企业法人营业执照》。

成立时，安维讯的股权结构情况如下：

序号	股东姓名	出资金额（万美元）	出资比例（%）	出资方式
1	新源控股有限公司	15.00	100.00	货币出资
	合计	15.00	100.00	

本次出资已经北京全企国际会计师事务所有限公司 2012 年 7 月 2 日出具编号为“京全企验字[2012]第 V-0135 号”的《验资报告》核验。

(2) 第一次股权转让

2013 年 12 月 10 日，新源控股和艾德韦宣有限签订《北京安维讯商务咨询有限公司》股权转让协议，新源控股（刘锦耀、伍宝星和苏彤三人控制的企业）将其在安维讯的 100% 股权以对价 42.15 万人民币转让给艾德韦宣有限，作价依据为银信评估出具的以 2012 年 12 月 31 日为基准日的银信评报字(2013)沪第 729 号评估报告，安维讯 100% 股东权益资产基础法评估结果为 42.15 万元。根据北京市顺义区商务委员会顺商复字[2014]37 号《关于《北京安维讯商务咨询有限公司股权转让变更为内资企业的批复》，安维讯企业性质变更为内资企业。根据 2013 年 12 月 17 日安维讯的股东决定，其注册资本由 15 万美元按照原投资方出资时的汇率折合成人民币 94.91 万元，并通过新的公

司章程。2014年3月18日，安维讯取得新的内资企业法人营业执照，注册号为110000450200722。

变更后，安维讯的股权结构情况如下：

序号	股东姓名	出资金额（万人民币）	出资比例（%）	出资方式
1	艾德韦宣有限	94.91	100.00	货币出资
	合计	94.91	100.00	

（3）第一次增资

2015年4月1日，安维讯股东做出决定，公司注册资本由94.91万元增加至1000.00万元，注册资本增加部分全部由艾德韦宣有限认缴，并通过章程修订案。

本次增资后，安维讯的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资金额（万人民币）	出资比例（%）	出资方式
1	艾德韦宣有限	1000.00	100.00	货币出资
	合计	1000.00	100.00	

截至本说明书签署日，安维讯股权结构未再发生其他变化。

2、艾德韦宣香港

该公司系外购取得，截至本转让说明书签署日，基本情况如下表：

公司名称	Activation Events (HK) Limited
注册号	2300985
成立日期	2013年7月11日
控股股东	艾德韦宣
公司类型	有限公司
股本	1,000.00股
公司住所	11/F GOLD UNION COMM BLDG NO.70-72 CONNAUGHT RD WEST HONG KONG
经营范围	体验营销及媒体公关业务

公司于2013年7月11日在香港依据《公司条例》注册成为有限公司，注册编号为1935492，注册地址为FLAT/RM A,B,C 11/F GOLD UNION COMMERCIAL BUILDING

NO.70-72 CONNAUGHY ROAD WEST HK, 法定股本为 1,000.00 股, 已发行股本为 1,000.00 港元, 董事为伍宝星、麦浩邦和陈伟彬。

成立时, 艾德韦宣香港的股权结构情况如下:

序号	股东姓名	持股数量	持股比例(%)
1	Activation Group Limited	850.00	85.00
2	郑婉宜	75.00	7.50
3	Shaw Jeremy Mark	75.00	7.50
合计		1,000.00	100.00

2013 年 12 月 20 日, Activation Group Limited 和艾德韦宣有限签订《股权转让协议》, Activation Group Limited 将其持有艾德韦香港 85% 的股权, 作价 850 港元转让给艾德韦宣有限, 转让后艾德韦宣香港的股权结构情况如下:

序号	股东姓名	持股数量	持股比例(%)
1	艾德韦宣有限	850.00	85.00
2	郑婉宜	75.00	7.50
3	Shaw Jeremy Mark	75.00	7.50
合计		1,000.00	100.00

2015 年 7 月 30 日, 郑婉宜和 Shaw Jeremy Mark 分别将其持有的 7.5% 和 7.5% 股权分别以 75 港元和 75 港元的价格转让给艾德韦宣有限, 对应转让价格为 1 港元/股本, 转让价格以注册资本为基准。转让后艾德韦宣香港的股权结构情况如下:

序号	股东姓名	持股数量	持股比例(%)
1	艾德韦宣有限	1,000.00	100.00
合计		1,000.00	100.00

转让完成后, 艾德韦宣香港成为艾德韦宣全资子公司。

截至本说明书签署日, 艾德韦宣香港股权结构未再发生其他变化。

除安维讯及艾德韦宣香港之外, 公司其他直接和间接控股及参股子公司情况如下:

3、艾德韦宣新加坡

该公司系新设成立, 基本情况如下:

公司名称	Activation Events (Singapore) PTE. LTD
------	--

注册号	201406209D
成立日期	2014年3月5日
控股股东	艾德韦宣香港
公司类型	私营有限公司
股本	10,000.00 新加坡元
公司住所	14 Robinson Road, #08-01A Far East Finance Building, Singapore (048545)
经营范围	体验营销及媒体公关业务

艾德韦宣新加坡为艾德韦宣通过全资子公司艾德韦宣香港间接全资控制的公司。

4、艾迪霖杰

该公司系外购取得，基本情况如下：

公司名称	上海艾迪霖杰文化发展有限公司
注册号	310120002223989
成立日期	2013年9月30日
控股股东	上海艾德韦宣股份有限公司
法定代表人	包一峰
公司类型	有限责任公司(法人独资)
注册资本	100 万元
公司住所	上海市奉贤区新四平公路 468 弄 22 幢 4 层 06 室
经营范围	文化艺术交流策划，展览展示服务，会务服务，礼仪服务，企业形象策划，市场营销策划，企业管理咨询，公关活动策划，舞台艺术造型策划，标牌设计，商务信息咨询，工艺礼品的批发、零售。【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】

截至本说明书签署日，艾迪霖杰为艾德韦宣的全资子公司。

艾迪霖杰成立于 2013 年 9 月 30 日，由李忠文和包一峰发起设立，为中外合资企业（有限责任公司），注册资本 100 万元。2013 年 9 月 30 日，艾迪霖杰取得营业执照 310120002223989。成立时，艾迪霖杰股权结构为李忠文持股 70%，包一峰持股 30%。

经上海信捷会计师事务所 2013 年 9 月 12 日出具的“信捷会师字（2013）第 Y17084 号”《验资报告》验证，两名股东在 2013 年 9 月 10 日缴足第一期注册资本 20 万元。经上海兢实会计师事务所 2013 年 12 月 16 日出具的“沪兢会验字（2013）第 1-号”《验资报告》验证，两名股东在 2013 年 12 月 16 日缴足第二期注册资本 80 万元。

2013年12月20日，李忠文将持有的70万元认缴注册资本（实缴出资70万元，占艾迪霖杰70%注册资本）以70万元作价转让给艾德韦宣有限，转让时艾迪霖杰并无业务经营因此转让价格以注册资本为基准。转让后，艾迪霖杰股东变更为包一峰和艾德韦宣有限，占注册资本比例分别为30%和70%。

2015年7月30日，包一峰与艾德韦宣有限签署《股权转让协议》，包一峰将持有的30万元注册资本（占艾迪霖杰30%股权）以175万元作价转让给艾德韦宣，转让作价以2015年6月30日艾迪霖杰净资产为基准。本次股权转让完成后，艾迪霖杰成为艾德韦宣全资子公司。

5、范思广告

该公司系外购取得，基本情况如下：

公司名称	上海范思广告有限公司
注册号	310116002656116
成立日期	2012年7月11日
控股股东	上海艾德韦宣股份有限公司
法定代表人	涂弘炜
持股比例	100%
公司类型	有限责任公司(外商投资企业与内资合资)
注册资本	50万元
公司住所	上海市金山区朱枫公路9135号枫泾商城4号楼1-982室
经营范围	设计制作代理发布各类广告，电脑图文设计制作，展览展示服务，市场营销策划，企业管理咨询、商务信息咨询（除经纪），摄影摄像服务，从事计算机网络领域内的技术开发、技术咨询、技术服务，电子产品批发（外商投资企业限制、禁止类项目除外）。【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】

截至本说明书签署日，范思广告为艾德韦宣的全资子公司。

2012年7月11日，上海范思广告有限公司由自然人仇丽娜、李沪生和潘国庆共同出资组建，注册资本50万元，成立时范思广告的股权结构为仇丽娜持股40%，李沪生持股30%，潘国庆持股30%。经北京红日会计师事务所有限责任公司上海分所2012年5月25日出具的“红日沪验字[2012]第1126号”《验资报告》验证，在2012年5月23日股东缴足第一期注册资本10万元。

根据仇丽娜和潘庆国在2014年3月14日签订的《股权转让协议》，潘国庆将持有

的 15 万元认缴注册资本（实缴出资 3 万元，占范思广告 30% 股权）以 3 万元作价转让给仇丽娜。根据股东会决议及 2014 年 3 月 15 日修改的范思广告公司章程，本次股权转让后范思广告股权结构变更为仇丽娜持股 70%，李沪生持股 30%。

2014 年 5 月 12 日，仇丽娜将其持有的 65% 注册资本份额以人民币 181.6 万的价格转让给艾德韦宣有限，2.5% 的注册资本份额以人民币 1.25 万的价格转让给艾帝维纯，2.5% 的资本份额以人民币 1.25 万的价格转让给艾特华纯，李沪生将其持有的 15.7% 资本份额以人民币 7.85 万的价格转让给艾特华纯，14.3% 资本份额以人民币 7.15 万的价格转让给艾帝维纯。其中，艾帝维纯和艾特华纯为受仇丽娜、李沪生控制的下属企业，因此按照注册资本价格进行转让；对于艾德韦宣有限的转让价格系经双方商业谈判，在净资产基础上给予一定溢价。转让后范思广告的股东变更为艾德韦宣有限、艾特华纯和艾帝维纯，各自占注册资本比例为 65%、18.2% 和 16.8%。

2015 年 7 月 30 日，艾特华纯将持有的范思广告 18.2% 注册资本份额以 38.97 万元作价转让给艾德韦宣有限。艾帝维纯将持有范思广告 16.8% 注册资本份额以 35.97 万元作价转让给艾德韦宣有限，对应转让价格为 4.28 元/注册资本，转让价格以范思广告 2015 年 5 月 31 日净资产为基准。本次股权转让完成后，范思广告成为艾德韦宣全资子公司。

6、艾德韦宣广告

该公司系新设成立，基本情况如下：

公司名称	上海艾德韦宣广告有限公司
注册号	310115002648959
成立日期	2015 年 4 月 20 日
控股股东	上海艾德韦宣股份有限公司
法定代表人	伍宝星
公司类型	有限责任公司（法人独资）
注册资本	1000 万元
实缴资本	1000 万元
公司住所	上海市浦东新区耀华路 251 号
经营范围	设计、制作、代理各类广告，企业管理咨询，商务信息咨询，市场营销策划，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

截至本说明书签署日，艾德韦宣广告为艾德韦宣的全资子公司。

7、艾德韦宣娱乐

该公司系新设成立，基本情况如下：

公司名称	艾德韦宣娱乐有限公司
注册号	231163
成立日期	2015年7月7日
控股股东	上海艾德韦宣广告有限公司
公司类型	有限公司
股本	1,000.00 港元
公司住所	11/F., Gold Union Commercial Building, No. 70-72 Connaught Road West HK
经营范围	尚未实际开展业务；拟开展娱乐营销业务

该公司为艾德韦宣通过全资子公司艾德韦宣广告间接全资控制的公司。

8、品宣企业管理

该公司系新设成立，基本情况如下：

公司名称	上海品宣企业管理有限公司
注册号	91310105342347899U
成立日期	2015年7月7日
控股股东	上海艾德韦宣股份有限公司
法定代表人	周琦
公司类型	有限责任公司(国内合资)
注册资本	100 万元
实缴资本	0 万元
公司住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢一层 1182 室
经营范围	企业管理咨询，商务信息咨询（咨询类项目除经纪），市场营销策划（除广告），会务服务（除主办、承办）；批发办公用品、工艺品、百货；从事货物及技术进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

截至本说明书签署日，品宣企管为公司的全资子公司。

9、艾德韦宣市场营销

该公司系新设成立，基本情况如下表：

公司名称	Activation Marketing Solution Limited
注册号	2300985
成立日期	2015 年 10 月
控股股东	上海艾德韦宣股份有限公司
公司类型	有限公司
股本	1,000.00 股
公司住所	11/F GOLD UNION COMM BLDG NO.70-72 CONNAUGHT RD WEST HONG KONG
经营范围	尚未实际开展业务；拟开展市场营销业务。

截至本说明书签署日，艾德韦宣市场营销为艾德韦宣的全资子公司。

10、尚绎韦宣

该公司系新设成立，基本情况如下表：

公司名称	上海尚绎韦宣建筑装饰有限公司
注册号	310000400758706
成立日期	2014 年 12 月 17 日
控股股东	上海艾德韦宣股份有限公司
法定代表人	麦浩邦
公司类型	有限责任公司（台港澳与境内合资）
注册资本	600 万元
实缴资本	0 万元
公司住所	上海市崇明县横沙乡新窑路 167 号 1 幢 101 室
经营范围	建筑装饰工程，办公家具、建筑材料（钢材、水泥除外）的批发（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品，按照国家有关规定办理）。

截至本说明书签署日，尚绎韦宣为艾德韦宣的控股子公司。

11、艾德众信展览

截至本说明书出具日，艾德韦宣持有艾德众信展览 30% 股权，该公司基本情况如下：

公司名称	北京艾德众信展览有限公司
注册号	110113016884218
成立日期	2014年03月18日
主要股东	上海艾德韦宣股份有限公司、梁丙俊、沈连荣、赵素英
实际控制人	梁丙俊
法定代表人	梁丙俊
持股比例	30%
公司类型	其他有限责任公司
注册资本	200万元
公司住所	北京市顺义区牛栏山镇府前街9号
经营范围	承办展览展示服务，会议服务，经济贸易咨询，广告设计、制作、代理、发布，家居装饰，组织文化艺术交流活动（不含演出、棋牌室），公共关系服务，技术推广服务。专业承包，劳务分包。（领取本执照后，应到区县住建委（房管局）取得行政许可。）

综上，公司及其控股子公司历次增资均履行了合法有效的股东（大）会决策程序及其他相关必要程序，并办理了工商变更手续。公司历次增资依法履行了必要程序，合法、合规。

公司及其控股子公司历次股权转让履行了必要程序，合法合规，无纠纷及潜在纠纷；历次股票发行程序合法合规。

公司设立、增资、股份制改造均按照《公司章程》的规定履行了公司股东（大）会等相关程序，公司股东历次出资凭证齐全，公司及时办理了工商变更登记，领取了《营业执照》，程序合法合规，不存在出资瑕疵的情形；公司股权结构清晰，权属分明，真实确定，公司股权转让合法合规，股东持有公司的股份不存在权属争议或潜在纠纷。公司符合股权明晰、股票发行和转让行为合法合规的规定。

（四）重大资产重组情况

公司自2013年11月设立以来存在内部重组和外部重组两种情形。内部重组是指向公司关联方收购相关资产的情形，包括向艾博思韦宣购买经营性资产同时承接相关业务人员，向艾博思韦宣购买敬天广告51%股权、向新源控股购买安维讯100%股权以及向Activation Group Limited 购买艾德韦宣香港85%股权，该三家主体中艾博思韦宣、

Activation Group Limited 为受伍宝星完全控制的下属企业，新源控股为受苏彤、刘锦耀、伍宝星共同控制的企业；外部重组即向非实际控制人购买和出售资产的情形。

公司 2014 年进行资产收购包括内部重组和外部重组，其中内部重组包括收购艾博思韦宣经营性资产、收购敬天广告 51% 股权、收购收购艾德韦宣香港 85% 股权以及收购安维讯 100% 股权；外部重组包括收购艾迪霖杰 70% 股权、收购范思广告 65% 股权、收购艾德众信展览 15% 股权。

公司 2015 年进行的资产收购和出售全部为外部重组，包括收购艾德韦宣香港 15% 股权、收购范思广告 35% 股权、收购品宣企业管理 15% 股权、尚绎韦宣 10% 股权；出售艾德众信展览 40% 股权、出售敬天广告 51% 股权，对瑞慕进行减资。具体情况如下：

1、2013 年及 2014 年收购情况

(1) 收购经营性资产

公司向上海艾博思韦宣商务咨询有限公司（简称“艾博思韦宣”，现更名为上海艾博思韦宣物业管理有限公司）收购经营性资产并承接业务人员。艾博思韦宣为受公司实际控制人控制的下属企业。2013 年 12 月，公司与艾博思韦宣签订《办公设备购买协议》，艾德韦宣有限向艾博思韦宣收购办公所有设备，标的办公设备作价 198.81 万元，作价参考银信资产评估以 2012 年 12 月 31 日为基准日出具的《上海艾博思韦宣商务咨询有限公司资产转让所涉及其部分资产评估报告》（银信评报字【2013】沪第 727 号）。2013 年 12 月，公司与艾博思韦宣签订《商标转让协议》，艾博思韦宣将名下“Activation”（第 10934735 号）商标无偿转让给艾德韦宣有限。此外，相关业务人员与艾博思韦宣结束劳动合同关系并与艾德韦宣签署劳动合同。

(2) 收购敬天广告 51% 股权

敬天广告成立于 2012 年 4 月 16 日，由蔡文旗出资设立，设立时注册资本为 100 万元，蔡文旗持股比例为 100%。

2012 年 11 月 28 日，敬天广告增资至 400 万元，蔡文旗以货币方式实缴人民币 96 万元，艾博思韦宣以货币方式实缴人民币 204 万元，占注册资本比例分别为 49% 以及 51%。

2013年12月9日，艾博思韦宣将其持有的51%注册资本份额以人民币204.5559万的价格转让给艾德韦宣有限，作价以银信资产评估有限公司出具的《银信评报字（2013）沪第728号》评估报告为基准。转让后，敬天广告的股东为艾德韦宣有限持股和蔡文旗，占注册资本比例分别为51%和49%。

（3）收购艾德韦宣香港 85%股权

艾德韦宣香港成立于2013年7月11日，由Activation Group Limited、郑婉宜以及Shaw Jeremy Mark出资设立，设立时股本为1,000.00港元，三方股东持股比例分别为85%，7.5%以及7.5%。

2013年12月20日，Activation Group Limited与艾德韦宣有限签订《股权转让协议》，将其持有的85%股权以850港元的价格转让给艾德韦宣有限，对应转让价格为1港元/股本，由于艾德韦宣香港于2013年7月设立，截至转让时点经营规模相对较小，因此转让价格以注册资本为基准。转让后，艾德韦宣香港股东变更为艾德韦宣有限、郑婉宜以及Shaw Jeremy Mark，持股比例分别为85%，7.5%以及7.5%。2014年11月，价款支付完毕，艾德韦宣香港进入公司合并报表范围。

（4）收购安维讯 100%股权

安维讯成立于2012年3月13日，由新源控股有限公司发起设立，设立时注册资本为15万美元，新源控股持股比例分别为100%。

2013年12月10日，新源控股和艾德韦宣签订股权转让协议，新源控股将其在安维讯的100%注册资本份额以对价42.15万人民币转让给艾德韦宣有限，作价以银信资产评估出具的银信评报字（2013）沪第729号的评估值为基准，在编制合并报表时由于收购日该评估报告已过有效期，因此安维讯净资产的公允价值是以北京捷勤丰汇会计师事务所有限公司出具的捷汇审字（2014）第042号审计报告确定的价值为准。

（5）收购艾迪霖杰 70%股权

艾迪霖杰成立于2013年9月30日，由包一峰、李忠文二人出资设立，设立时注册资本为100万元，二人出资占注册资本比例分别为30%以及70%。

2013年12月20日，李忠文将持有的70万元认缴注册资本（实缴出资70万元，占艾迪霖杰70%注册资本）以70万元作价转让给艾德韦宣有限，转让时艾迪霖杰并无

业务经营因此转让价格以注册资本为基准。转让后，艾迪霖杰股东变更为包一峰和艾德韦宣有限，占注册资本比例分别为 30% 和 70%。

(6) 收购范思广告 65% 股权

范思广告成立于 2012 年 7 月 11 日，由仇丽娜、李沪生以及潘国庆三人出资设立，设立时注册资本为 50 万元，三人占注册资本比例分别为 40%，30% 以及 30%。2014 年 3 月 14 日，潘国庆将持有的 15 万元认缴注册资本（实缴出资 3 万元，占范思广告 30% 股权）以 3 万元作价转让给仇丽娜。转让后，范思广告股东变更为仇丽娜和李沪生，占注册资本比例分别为 70% 和 30%。

2014 年 5 月 12 日，仇丽娜将其持有的 65% 注册资本份额以人民币 181.6 万的价格转让给艾德韦宣有限，2.5% 的注册资本份额以人民币 1.25 万的价格转让给艾帝维纯，2.5% 的资本份额以人民币 1.25 万的价格转让给艾特华纯，李沪生将其持有的 15.7% 资本份额以人民币 7.85 万的价格转让给艾特华纯，14.3% 资本份额以人民币 7.15 万的价格转让给艾帝维纯。其中，艾帝维纯和艾特华纯为受仇丽娜、李沪生控制的下属企业，因此按照注册资本价格进行转让；对于艾德韦宣有限的转让价格系经双方商业谈判，在净资产基础上给予一定溢价。转让后范思广告的股东变更为艾德韦宣有限、艾特华纯和艾帝维纯，各自占注册资本比例为 65%、18.2% 和 16.8%。

(7) 收购艾德众信展览 15% 股权

艾德众信展览成立于 2014 年 3 月 18 日，由艾德韦宣有限、黎庆腾和梁丙俊发起设立，设立时注册资本为 200 万元，三家股东持股比例分别为 55%、20% 和 25%。

2014 年 8 月 25 日，黎庆腾将自己在艾德众信展览 30 万元货币出资转给艾德韦宣有限，转让价格为 400,757 元，按 2014 年 7 月底该部分出资份额对应的净资产价格转让，将 10 万元货币出资转让给梁丙俊。转让完成后，艾德众信展览的股东变更为艾德韦宣有限和梁丙俊，持股比例分别为 70% 和 30%。

2、2015 年收购情况

公司在 2014 年并未完成对艾德韦宣香港、范思广告以及艾迪霖杰 100% 股权收购，主要原因为保留了下属子公司相关高管人员作为少数股东。公司在 2015 年完成了对少数股东的清理，主要原因为基于后续资本运作的考虑，完全并表的子公司更能够体现艾德韦宣企业价值，因此公司在 2015 年通过收购少数股权实现了对下属子公司的完全合

并，同时相关少数股东成为公司股东。此外，公司在 2015 年收购了品宣企业管理和尚绎韦宣少数股东权益，主要原因为该两家公司系艾德韦宣有限和高管人员合资设立，设立后虽未进行实际业务经营，但考虑到高管人员身份限制，因此由公司对少数股权进行了收购。具体情况如下：

(1) 收购艾德韦宣香港剩余 15%股权

2015 年 7 月 30 日，郑婉宜和 Shaw Jeremy Mark 分别将其持有的 7.5%和 7.5%股权分别以 75 港元和 75 港元的价格转让给艾德韦宣有限，对应转让价格为 1 港元/股本，转让价格以注册资本为基准，本次股权转让完成后，艾德韦宣香港成为艾德韦宣全资子公司。

(2) 收购范思广告剩余 35%股权

2015 年 7 月 30 日，艾特华纯将持有的范思广告 18.2%注册资本份额以 38.97 万元作价转让给艾德韦宣有限。艾帝维纯将持有范思广告 16.8%注册资本份额以 35.97 万元作价转让给艾德韦宣有限，对应转让价格为 4.28 元/注册资本，转让价格以范思广告 2015 年 5 月 31 日净资产为基准。本次股权转让完成后，范思广告成为艾德韦宣全资子公司。

(3) 收购艾迪霖杰剩余 30%股权

2015 年 7 月 30 日，包一峰与艾德韦宣有限签署《股权转让协议》，包一峰将持有的 30 万元注册资本（占艾迪霖杰 30%股权）以 175 万元作价转让给艾德韦宣，转让作价以 2015 年 6 月 30 日艾迪霖杰净资产为基准。本次股权转让完成后，艾迪霖杰成为艾德韦宣全资子公司。

(4) 收用品宣企业管理 15%股权

2015 年 12 月 18 日，艾德韦宣有限与周琦签订《股权转让协议》，周琦将持有的品宣企业管理 15%注册资本份额转让给艾德韦宣有限。由于转让时点周琦并未实缴出资，因此按零对价进行股权转让，转让完成后艾德韦宣承担品宣企业管理注册资本缴足义务，品宣企业管理成为艾德韦宣全资子公司。

(5) 收购尚绎韦宣 10%股权

2015 年 11 月 7 日，艾德韦宣有限与麦浩邦签订《股权转让协议》，麦浩邦将持有的尚绎韦宣 10%注册资本份额转让给艾德韦宣有限。由于转让时点麦浩邦未实缴出资，

因此按零对价进行股权转让，转让完成后艾德韦宣承担尚绎韦宣注册资本缴足义务，尚绎韦宣成为艾德韦宣全资子公司。截至本转让说明书签署日，上述股权转让工商变更尚在办理过程中。

3、2015 年出售情况

(1) 出售艾德众信展览 40%股权

出于战略定位考虑，公司决定将下属供应商逐步剥离。2015 年 6 月 12 日，艾德韦宣有限将持有的艾德众信展览 40%注册资本份额分别以 40.00 万元作价转让给沈连荣 20%，40.00 万元作价转让给赵素英 20%，转让价格以净资产为基准。转让完成后，艾德韦宣将持有艾德众信展览 30%股权。

(2) 对瑞慕进行减资

上海艾德瑞慕项目管理有限公司成立于 2014 年 1 月 15 日，由艾德韦宣有限和陈琦发起设立，注册资本 100 万元。艾德韦宣出资额 65 万，陈琦出资额 35 万，占注册资本比例分别为 65%和 35%。

2014 年 3 月 6 日，艾德韦宣有限和陈琦同比例增资 100 万，瑞慕注册资本增至 200 万。

瑞慕主要从事活动安保、礼仪、活动用车等业务，出于公司战略定位的考虑，公司决定将该部分业务剥离。2015 年 8 月 10 日，瑞慕召开股东会会议，会议决议公司注册资本由 200 万元减至 70 万元，艾德韦宣不再作为瑞慕股东，并在减资决议做出之日起 10 日内通知债权人，并于 2015 年 8 月 21 日在《文汇报》上刊登了减资公告。减资完成后，艾德韦宣将不再持有瑞慕股权。截至转让说明书签署日，瑞慕减资已经成完成工商变更程序。

(3) 出售敬天广告 51%股权

出于战略定位考虑，公司决定将下属供应商逐步剥离。2015 年 9 月 30 日，艾德韦宣有限将其持有的 51%股权以 204.20 万元的价格转让给蔡文旗，转让价格以上海信达资产评估有限公司出具的沪信达评报【2015】第 D545 号评估报告为基准，截至评估基准日 2015 年 8 月 31 日，敬天广告净资产价值为 400.39 万元。本次股权转让完成后，艾德韦宣将不再持有敬天广告股权。

五、公司董事、监事、高级管理人员基本情况

董事、监事及高管人员简历如下：

（一）董事

伍宝星，董事长，具体情况见本说明书第一节第三部分之“（三）控股股东及实际控制人，持股 5%以上股东的基本情况”。

刘锦耀，董事，具体情况见本说明书第一节第三部分之“（三）控股股东及实际控制人，持股 5%以上股东的基本情况”。

刘慧文：董事、女，1963 年 5 月出生，马来西亚籍，拥有香港永久居留权，1993 年 6 月至 1996 年 8 月于 Retkie Group 任大客户管理经理职务；1996 年 9 月至 1999 年 9 月任凤凰卫视艺人形象总监，1999 年 9 月至 2005 年 6 月于艾博思川力企划公司任香港业务总监，2005 年 7 月至 2009 年 7 月任艾博思川力企划公司北京公司总经理兼法定代表人职务；2011 年 6 月至 2013 年 12 月于上海艾博思韦宣商务咨询有限公司（北京分部）任客户总监职务；2014 年 1 月起于公司任职，现任艾德韦宣副总经理以及业务总经理职务。

苏彤：董事、男，1969 年 12 月出生，中国香港人士，无其他国家永久居留权，1995 年 6 月毕业于香港理工大学设计系，本科学历。1993 年 7 月至 1994 年 5 月于 M.(中国) 公司任图片主任职务；1994 年 6 月至 1996 年 7 月于香港东方日报公司摄影部任职图片主任；1996 年 8 月至 1998 年 12 月于寓舍广告公司任创意总监/创办人职务；1999 年 1 月至 2004 年 4 月于香港理工大学太古设计学院任客座教授职务；1999 年 1 月至 2004 年 9 月于微城公司任创办人/常务董事职务；2000 年 1 月至 2004 年 10 月于 Make up exchange group on Internet MEG-I.COM 任创办人/常务董事职务；2004 年 10 月至 2007 年 3 月于凌云广告任创办人/创意总监职务；2008 年 4 月至 2013 年 12 月于上海艾博思韦宣商务咨询有限公司任创始合伙人/总监职务；2014 年 1 月起于公司任职，现任艾德韦宣副总经理以及创意总监职务。

周琦：董事、女，1975 年 2 月出生，中国籍，无境外永久居留权，1997 年毕业于上海工程技术大学投资金融专业，本科学历。2004 年毕业于马斯特里赫特大学 MBA，硕士学历。1999 年至 2007 年于联邦快递任业务拓展经理。2007 年至 2009 年于上海华

特迪士尼有限公司任市场经理。2009 年加入上海艾博思韦宣商务咨询有限公司任商务拓展总监。2014 年 1 月进入公司，现任艾德韦宣副总经理职务。

何君琦：董事、女，1975 年 3 月出生，中国籍，无境外永久居留权，1997 年 7 月毕业于上海工程技术大学，本科学历。1998 年 8 月至 1999 年 7 月于香港嘉里集团任市场拓展主管职务；1999 年 9 月至今于上海联创创业投资公司任合伙人职务。

王岑：董事、男，1973 年 1 月出生，加拿大籍，无其他国家永久居留权，1999 年毕业于英国兰卡斯特大学，硕士学历，拥有金融分析师资格。2009 年至 2014 年于天图资本任职，历任副总，合伙人，高级合伙人；2014 年至今于红杉资本任职，历任董事总经理，合伙人。2015 年被投中集团评为 2015 年中国消费 10 大最佳投资人。

陈伟彬：董事、男，1971 年 8 月出生，中国香港人士，无其他国家永久居留权，1994 年 7 月毕业于香港岭南大学社会科学院，本科学历。2010 年 7 月毕业于北京清华大学法学院，本科学历。1996 年 1 月至 2001 年 7 月于香港旭通广告公司任客户总监职务；2001 年 8 月至 2007 年 12 月于中国盛世长城广告公司任区域高级客户总监职务；2008 年 1 月至 2013 年 12 月于上海艾博思韦宣商务咨询有限公司任创始合伙人/总监职务；2014 年 1 月起于公司任职，现任艾德韦宣副总经理以及业务总经理职务。

（二）监事

黄念雯：监事、监事会主席、女，1975 年 11 月出生，中国香港人士，无其他国家永久居留权，现就读于美国西北大学及香港科技大学合办的凯洛格-科大行政人员工商管理硕士课程，并将于 2016 年毕业。1998 年毕业于香港大学获文学学士学位，主修翻译及美术和英语研究专业。2001 年 1 月至 2004 年 4 月于奥美公共关系任高级经理职务；2004 年 4 月至 2006 年 6 月于 FANCL 公司任香港及中国大陆市场营销经理职务；2006 年 6 月至 2009 年 8 月于华敦国际集团有限公司任大中华区市场主管职务；2009 年 8 月至 2011 年 7 月于威富集团任亚太区高级市场营销经理职务；2011 年 9 月至 2012 年 7 月于历峰集团公司任亚太区市场总监职务；2012 年 8 月至 2013 年 12 月于上海艾博思韦宣商务咨询有限公司任总监职务；2014 年 1 月起于公司任职，现任艾德韦宣公关及数字业务总经理职务。

蔡伟棠：监事、男，1975 年 7 月出生，中国香港人士，无其他国家永久居留权，2002 年 6 月毕业于香港科技大学信息科技管理专业，硕士学历。1997 年 9 月至 1999

年 8 月于 VeriData 有限公司任开发部经理职务；1999 年 9 月至 2008 年 9 月于思动科技有限公司任项目经理职务；2008 年 10 月至 2010 年 11 月于上海凯羿文化传播有限公司任 CTO 职务；2011 年 1 月至 2013 年 12 月于上海艾博思韦宣商务咨询有限公司任技术总监职务；2014 年 1 月起于公司任职，现任艾德韦宣技术总监职务。

王贤达：监事、职工代表监事、男，1982 年 10 月出生，中国籍，无境外永久居留权，2004 年 7 月毕业于迪拜 National American University 分校工商管理专业，本科学历。从 2015 年开始香港大学中国商业学院进修营销研究生课程。2005 年 3 月至 2008 年 4 月于吉途仕达公司任高级客户经理职务；2008 年 4 月至 2013 年 12 月于上海艾博思韦宣商务咨询有限公司任客户总监职务；2014 年 1 月起于公司任职，现任艾德韦宣客户总监职务。

（三）高级管理人员

刘锦耀：总经理，具体情况见本说明书第一节第三部分之“（三）控股股东及实际控制人，持股 5% 以上股东的基本情况”。

伍宝星：副总经理，具体情况见本说明书第一节第三部分之“（三）控股股东及实际控制人，持股 5% 以上股东的基本情况”。

刘慧文：副总经理，具体情况见本说明书第一节第五部分之“（一）董事”。

苏彤：副总经理，具体情况见本说明书第一节第五部分之“（一）董事”。

陈伟彬：副总经理，具体情况见本说明书第一节第五部分之“（一）董事”。

周琦：副总经理，具体情况见本说明书第一节第五部分之“（一）董事”。

包一峰：副总经理、男，1973 年 3 月出生，中国籍，无境外永久居留权。1994 年 7 月毕业于上海商业学校餐旅管理专业。1996 年 7 月至 2002 年 7 月于上海芝明俱乐部有限公司，对比窗艺廊担任业主代表职务；2002 年 7 月至 2013 年 12 月于上海霖杰文化发展有限公司任管理合伙人职务；2014 年 1 月起于公司任职，现任艾迪霖杰总经理职务。

麦浩邦：副总经理、男，1975 年 10 月出生，中国香港人士，拥有加拿大永久居留权，1999 年毕业于加拿大 McGill 大学，建筑学及建筑科学双本科学历。2010 年 5 月毕业于香港中文大学商科专业， 硕士学历。2005 年 5 月至 2007 年 6 月于 RMJM（香

港)任建筑经理职务;2007年7月至2008年1月于HOK(多伦多/香港)任项目建筑师职务;2008年1月至2010年1月于柏诚(香港)任项目建筑师职务;2010年1月至2010年9月自由职业;2010年9月至2012年5月于恒隆地产任项目经理职务;2012年5月至2012年6月于大中里物业有限公司任项目经理职务;2012年6月至2013年12月于上海艾博思宣商务咨询有限公司任项目总监职务;2014年1月起于公司任职,现任艾德韦宣娱乐营销业务总监职务。

涂弘炜:副总经理、男,1974年2月出生,中国台湾人士,无其他国家永久居留权,2000年毕业于台湾铭传大学商业设计系,本科学历。2009年11月至2010年11月于Medialand Shanghai任执行创意总监职务;2002年7月至2012年5月于Medialand digi-tech任创始人职务;2011年12月至2012年5月于Medialand Shanghai任总经理职务;2012年7月进入上海范思广告有限公司,现任范思广告总经理职务。

郑婉宜:副总经理、女,1974年6月出生,中国香港人士,无其他国家永久居留权,1992年6月毕业于英国Ashville College。2000年4月至2012年11月于Serious Staging Limited任客户总监职务;2012年11月至2013年9月于Serious Events/WRG任制作总监职务;2013年10月进入Activation Events (HK) Limited,现任艾德韦宣香港总监职务。

Shaw Jeremy Mark:副总经理、男,1970年12月出生,英国籍,无其他国家永久居留权,1986年6月毕业于Woodford Lodge Secondary School。1993年4月至1998年10月为技术类自由职业者;1998年11月至2004年6月于Rocket Events Productions任技术总监职务;2004年7月至2012年11月于Serious Staging任技术总监职务;2012年11月至2013年9月于Serious Events/WRG任技术总监职务;2013年10月进入Activation Events(HK) Limited,现任艾德韦宣香港总监职务。

裔照珺:副总经理、女,1979年9月出生,中国籍,无境外永久居留权,2015年5月毕业于香港大学中国商业学院组织与人力资源管理专业,研究生文凭学历。1999年12月至2002年7月于香港大昌行上海大昌餐饮有限公司任人力资源专员;2002年7月至2004年12月于泰国正大集团上海正大食品有限公司任人力资源主管;2004年12月至2006年8月于德国贝塔斯曼集团上海欧唯特商业服务有限公司任人力资源及行政主管;2007年1月至2008年1月于港资控股集团高柏(上海)管理咨询有限公司任副人力资源经理;2008年2月至2009年12月于上海声色广告有限公司任全国招聘及培训经理;2009年12月至2010年12月于上海艾博思川力企划有限公司任集团高级人力

资源经理；2011年1月至2013年12月于上海艾博思韦宣商务咨询有限公司任人力资源总监；2014年1月起于公司任职，现任艾德韦宣人力资源总监职务。

朱敏敏：财务负责人、女，1980年4月出生，中国籍，无境外永久居留权，2008年6月毕业于上海交通大学金融学专业，本科学历。2000年6月至2008年5月于上海飞艇广告有限公司任财务职务；2008年5月至2013年12月于上海艾博思韦宣商务咨询有限公司任财务经理职务；2014年1月起于公司任职，现任艾德韦宣财务负责人职务。

杜晓舟：董事会秘书、男，1984年12月出生，中国籍，无境外永久居留权，2008年7月毕业于上海同济大学/法国NEOMA Business School工商管理专业，中法双本科学历，2009年7月毕业于法国NEOMA Business School金融学专业，硕士学历。2009年9月至2011年3月于法国兴业银行巴黎总部证券投资部任助理交易员职务；2011年3月至2013年12月于昆吾九鼎股权投资管理有限公司任高级投资经理职务；2014年1月起于公司任职，现任艾德韦宣董事会秘书职务。

公司董事、监事、高级管理人员符合《公司法》规定的任职资格和公司章程的规定，其任职均经合法程序产生，上述人员的任职不存在有关法律、法规、规章、规范性文件和公司章程规定的禁止任职的情形。

六、报告期内公司主要会计数据与财务指标

（一）艾德韦宣主要会计数据与财务指标（合并口径）：

项目	2015-12-31	2014-12-31
资产总计（万元）	16,288.97	16,003.83
股东权益合计（万元）	11,182.07	7,828.00
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	11,182.07	7,313.48
每股净资产（元）	2.24	4.86
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	2.24	4.54
资产负债率（母公司）	22.65%	41.53%
流动比率（倍）	2.96	1.74
速动比率（倍）	2.96	1.73

项目	2015 年度	2014 年度
营业收入（万元）	32,562.93	25,057.93
净利润（万元）	4,287.43	3,733.93
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	4,240.97	3,405.12
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	4,107.73	3,704.99
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）	4,061.27	3,376.18
毛利率（%）	39.21	41.54
净资产收益率（%）	45	106
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	42	105
基本每股收益（元/股）	0.85	2.32
稀释每股收益	0.85	2.32
应收账款周转率（次）	4.27	6.51
存货周转率（次）	385.33	285.18
经营活动产生的现金流量净额（万元）	852.02	3,194.29
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.17	1.98

注：

- 1、每股净资产按照“当期净资产 / 期末注册资本”计算。
- 2、资产负债率按照“当期负债/当期资产”计算。
- 3、流动比率按照“流动资产/流动负债”计算。
- 4、速动比率按照“（流动资产－存货） / 流动负债”计算。
- 5、销售毛利率按照“（营业收入－营业成本）/营业收入”计算。
- 6、净资产收益率按照“净利润/加权平均净资产”计算。
- 7、扣除非经常性损益后的净资产收益率按照“扣除非经常性损益的净利润/加权平均净资产”计算。
- 8、每股收益按照“当期净利润/发行在外的普通股加权平均数”计算。
- 9、每股经营活动现金流量净额按照“当期经营活动产生的现金流量净额 / 期末注册资本”计算。
- 10、应收账款周转率按照“当期营业收入 / （（期初应收账款+期末应收账款） / 2）”计算。
- 11、存货周转率按照“当期营业成本 / （（期初存货+期末存货） / 2）”计算。

(二) 艾德韦宣主要会计数据与财务指标（母公司口径）：

单位：元

	2015 年 12 月 31 日/2015 年度	2014 年 12 月 31 日/2014 年度
总资产	103,910,201.33	114,302,935.02

净资产	80,370,563.26	66,837,578.14
营业收入	167,962,048.77	175,592,550.65
净利润	16,653,731.50	27,659,111.42

(三) 控股及参股子公司财务数据

截止 2015 年 12 月 31 日，艾德韦宣控股及参股子公司中艾德韦宣市场营销、艾德韦宣娱乐、尚绎韦宣尚未开展经营，未建立会计账簿。其他子公司会计数据与财务指标如下：

1、经天职国际审计，报告期内，安维讯主要财务数据如下：

单位：元

	2015 年 12 月 31 日/2015 年度	2014 年 12 月 31 日/2014 年度
总资产	34,601,429.24	14,636,425.18
净资产	17,601,839.29	-7,253,639.35
营业收入	75,003,461.86	21,768,982.21
净利润	15,804,543.37	58,735.69

2、经天职国际审计，报告期内，艾德韦宣香港主要财务数据如下：

单位：元

	2015 年 12 月 31 日/2015 年度	2014 年 12 月 31 日/2014 年度
总资产	10,110,769.46	19,957,555.09
净资产	2,847,395.85	-1,401,219.74
营业收入	37,492,325.4	1,101,296.16
净利润	3,662,379.61	-1,458,333.73

3、经天职国际审计，报告期内，艾德韦宣新加坡主要财务数据如下：

单位：元

	2015 年 12 月 31 日/2015 年度	2014 年 12 月 31 日/2014 年度
总资产	695,782.46	84,932.01
净资产	297,191.14	-121,663.40
营业收入	1,898,252.94	0.00

净利润	313,376.72	-59,756.24
-----	------------	------------

4、经天职国际审计，报告期内，艾迪霖杰主要财务数据如下：

单位：元

	2015年12月31日/2015年度	2014年12月31日/2014年度
总资产	12,829,913.47	9,320,888.71
净资产	10,139,366.84	5,635,508.21
营业收入	15,173,911.65	16,353,111.60
净利润	4,503,858.63	4,462,118.02

5、经天职国际审计，报告期内，范思广告主要财务数据如下：

单位：元

	2015年12月31日/2015年度	2014年12月31日/2014年度
总资产	13,506,242.84	6,703,924.82
净资产	6,981,134.97	1,608,139.40
营业收入	25,513,031.00	8,232,489.94
净利润	5,372,995.57	1,013,333.80

6、经天职国际审计，报告期内，艾德韦宣广告主要财务数据如下：

单位：元

	2015年12月31日/2015年度	2014年12月31日/2014年度
总资产	5,381,200.38	--
净资产	5,378,347.22	--
营业收入	--	--
净利润	-121,652.78	--

7、经天职国际审计，报告期内，品宣企管主要财务数据如下：

单位：元

	2015年12月31日/2015年度	2014年12月31日/2014年度
--	--------------------	--------------------

总资产	9,509.06	--
净资产	-1,419.74	--
营业收入	--	--
净利润	-1,419.74	--

8、经天职国际审计，报告期内，艾德众信展览主要财务数据如下：

单位：元

	2015年12月31日/2015年度	2014年12月31日/2014年度
总资产	7,222,726.36	9,600,493.79
净资产	1,471,044.22	4,009,748.73
营业收入	30,962,511.30	26,931,834.80
净利润	-1,188,704.51	2,009,748.73

七、中介机构相关情况

（一）券商

机构名称：华泰证券股份有限公司

法人代表（代为履行法定代表人职责）：周易

住所：江苏省南京市江东中路228号

联系电话：025-83389999

传真：025-83387337

项目小组负责人：贾明锐

项目小组成员：贾明锐、刘介星、狄晨光

（二）律师事务所

机构名称：德恒上海律师事务所

法人代表：沈宏山

住所：中国上海市浦东新区银城中路488号太平金融大厦1704室

联系电话：86-21-60897070

传真：86-21-60897590

经办律师：袁丽娜、肖家烽

（三）会计师事务所

机构名称：天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)

会计师事务所负责人：陈永宏

住所：中国北京海淀区车公庄西路 19 号外文文化创意园 12 号楼

联系电话：86-10-88827799

经办注册会计师：王玥、吕立云

（四）评估机构

机构名称：银信资产评估有限公司

法人代表：梅惠民

住所：上海市九江路 69 号

联系电话：86-21-63391088

经办资产评估师：张文霞、蒋忠娅

（五）证券登记结算机构

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

住所：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层

联系电话：010-50939980

传真：010-50939716

（六）证券交易场所

机构名称：全国中小企业股份转让系统

法定代表人：杨晓嘉

住所：北京市西城区金融大街丁 26 号

联系电话：010-63889512、010-63889513

传真：010-63889694

第二节 公司业务

一、业务情况

(一) 主营业务

1、公司经营范围

设计、制作、代理、发布国内外各类广告，摄影摄像服务，电脑图文设计制作，文化艺术交流策划，影视策划咨询，商务信息咨询，企业形象策划，市场营销策划，公关活动策划，企业管理咨询，会展服务（主办、承办除外）。【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】

2、公司主营业务

艾德韦宣主营业务定位为向顶级和高端品牌提供跨媒体整合营销传播服务。公司立足于奢侈品、高端消费品和中高端汽车行业，通过体验营销、媒体公关、数字营销和娱乐营销等跨媒体整合营销传播方式，为众多顶级和高端品牌建立多维度的立体互动营销模式，成功塑造品牌形象与良好的口碑。在提供上述服务的创意和执行过程中，艾德韦宣大量运用表演艺术、视觉艺术、音乐等文化艺术素材，并涉及包括舞台设计、服装设计、广告设计、建筑设计、数字多媒体设计等多种创意设计，具有典型的文化创意行业的特征。

作为中国境内最大的以服务于顶级和高端品牌为主的跨媒体整合营销传播公司之一，艾德韦宣经营区域遍布大中华区及其他部分亚洲地区，公司的核心业务团队成员均拥有 10 年以上中国区奢侈品和顶级品牌业界经验。通过每年 250 场以上活动或项目的不断锤炼，艾德韦宣业务范围及客户数量持续增长。

艾德韦宣目前服务的客户以国际顶级和高端品牌为主，占公司营业收入的比重达到 80% 以上。公司向客户提供以消费者体验为中心的跨媒体整合营销传播服务，协助客户确定产品的市场定位和受众，并针对客户目标消费人群的喜好和生活模式，配合产品自身特点及优势，以不拘一格的线上及线下跨媒体整合营销传播手段，提升客户品牌及产品的知名度和美誉度，使受众对产品产生感性认识并提升其品牌忠诚度，进而提高产品销量及市场占有率，最大程度地为客户创造价值。



公司提供的跨媒体整合营销传播服务得到了众多专业机构的广泛认可。在 2015 年福布斯杂志评选的中国非上市潜力企业 100 强中，艾德韦宣排名第 24 位；2014 年公司被清科集团评为服务行业成长力之星冠军；2015 年公司被香港 Mediazone 杂志评选为 2015 年香港最佳服务代理商。公司的体验营销项目“新奥迪 A7 家族‘致独具异格者’上市之夜”获得了 2015 年度全球奢侈品广告入围奖；公司的数字营销服务亦在国际上屡获大奖，包括在第 19 届威比奖的评选中获得了 1 项网站优胜奖和 3 项荣誉奖。同时，公司的发展潜力也不容忽视。在中国国际公共关系协会的《中国公共关系行业 2014 年度调查报告》中，艾德韦宣被评为 2014 年度最具成长性公司之一。

未来，公司将在保持现有业务稳定增长的基础上，将服务范围从高端品牌积极拓展至中端品牌，并更多的服务于中国本土高端品牌的跨媒体整合营销传播需求；也将大力开展数字营销、广告业务，进一步拓展娱乐营销、中高端人群大数据画像等新兴业务，以带动公司跨媒体整合营销传播服务业务新的收入和利润增长点；此外，公司亦将在目前香港、新加坡办公室的基础上，进一步开拓日本、韩国、欧洲等国际业务，最终将公司打造成顶级和中高端品牌文化传播领域的国际化传播集团。

（二）主要服务

艾德韦宣提供的跨媒体整合营销传播服务属于公共关系及广告行业的范畴，属于商务服务业。跨媒体整合营销传播服务是营销传播服务发展到一定阶段的产物，旨在更好

地服务消费者以使其获得最完整的产品和服务体验的提升。

“跨媒体”的概念最早在 2003 年由南加州大学传媒学教授亨利·詹金斯（Henry Jenkins）提出，并将这种营销传播的方式从多媒介平台的使用上升为一种故事创作的手法。它最初被应用于娱乐文化产业，但其宗旨与品牌营销不谋而合。跨媒体叙事的定义恰如其分地描述了品牌的跨媒体整合营销传播模式，从而引出跨媒体整合营销传播的理念。2008 年，跨媒体的概念在日本、美国被开始使用并引伸至整合营销传播，形成了跨媒体整合营销在现实中应用的雏形。美国西北大学凯洛格管理学院（Kellogg School of Management）教授穆罕伯·索尼（Mohanbir Sawhney）在 2015 年世界市场营销和销售论坛（World Marketing & Sales Forum）上具体地阐述了跨媒体整合营销传播的概念，使跨媒体整合营销传播在整个营销传播相关行业中受到高度关注。跨媒体是一种媒介融合的文化转型：不同媒体各擅胜场，互为驰援；消费者自由流动，无远弗届。传统整合营销传播与跨媒体整合营销传播的不同之处在于前者是几项营销活动的叠加，不能保证带来连锁效应，而后者是藉由良好的规划，事前的精密布局和对媒体了如指掌的经验，预料后续路径并产生连锁发酵。

按营销传播的载体划分，传统的营销传播服务可分为线上媒介推广服务与线下活动体验营销服务。线上媒介推广服务是指在营销传播服务中使用电视、报纸、广播、杂志、互联网、电影院、户外七大媒介作为载体的营销传播服务；线下活动体验营销服务则是指以展会、新品发布、体验活动等营销活动为载体的营销传播服务。在日益激烈的传媒竞争环境下，市场同质化致使企业产品难以体现其差异化特征，进一步使线上与线下融合的跨媒体营销成为营销传播发展的必然趋势，也符合消费者从被动干预性选择向主动引导性选择的变化。品牌广告主对跨媒体整合营销传播服务需求的不断增长，促使了跨媒体整合营销传播服务机构的产生。跨媒体整合营销传播服务机构通过跨媒体整合、协调使用各种线上及线下营销传播手段，以满足客户对跨媒体整合营销传播的需求。

艾德韦宣致力于为众多顶级和高端品牌提供跨媒体整合营销传播策略。报告期内，公司以体验营销、媒体公关、数字营销和娱乐营销为主营业务。

公司提供的跨媒体整合营销传播服务具体如下：



跨媒体整合营销传播服务



1、体验营销

美国学者、当今最具影响力的思想家之一阿尔文·托夫勒在其著作《未来的冲击》中提出：“服务经济的下一步是走向体验经济，人们会创造越来越多的跟体验有关的经济活动，商家将靠提供体验服务取胜。”所谓体验经济，是指企业以服务为重心，以商品为素材，为消费者创造出值得回忆的感受。传统经济主要注重产品的功能强大、外型美观、价格优势、体验及思维认同，以此抓住消费者的注意力，改变消费行为，并为产品找到新的生存价值与空间。经济发展与社会形态的变迁息息相关，随着科技、信息产业日新月异的发展，人们的需求与欲望、消费者的消费形态也相应的受到了影响。近年来，中国消费者需求开始从基本的生活必需品逐渐转向非生活必需品；同时，中国中产阶级快速形成并逐渐占据主导地位，2014年中国中产阶级人口已位列世界第一，体验营销的优势突显。艾德韦宣致力于抓住中国消费者市场转型和消费升级的契机，为品牌设计能让目标人群对品牌产生兴趣进而对其产品做出购买行为的体验营销活动。

艾德韦宣的体验营销业务是公司收入占比最高的服务类型，也是公司自成立以来就专注提供的服务，在业内受到广泛认可。公司拥有经验丰富的专业团队，在创意制作、市场推广、活动管理及音响效果等各方面保持较高水准，致力于为客户量身定制专属效果，提供广而深的专业服务，呈现令人叹为观止的活动体验。

ACT:VATION EVENTS



LOUIS VUITTON

VALENTINO

CHRISTIAN DIOR

CHANEL



PRADA

GUCCI

VAN CLEEF & ARPELS

艾德韦宣目前主要向高端时尚和汽车品牌提供体验营销服务。高端时尚品牌的体验营销服务形式主要包括新品发布、新店揭幕、时装秀、晚宴和派对、展览和路演等，高端汽车品牌的体验营销服务主要包括新车发布、车展、路演、晚宴、新闻发布会和动态试乘试驾体验等。公司会根据客户的需求定制提供不同形式的体验营销服务，以确保客户的目标受众体验的独特性和唯一性。

ACT:VATION AUTO



AUDI

MERCEDES-BENZ

BMW



INFINITI

ROLLS ROYCE

FERRARI

艾德韦宣体验营销的部分案例：

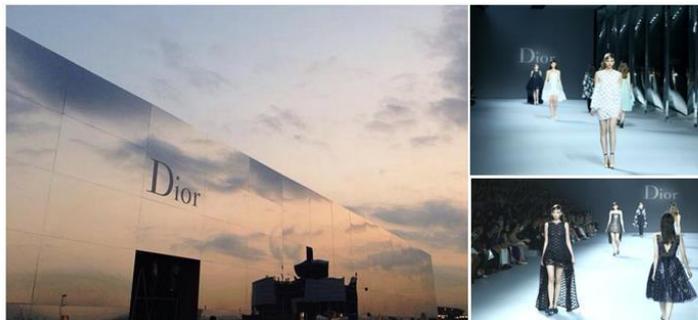
体验营销

克里斯汀迪奥春夏高级定制服装秀2014 - 香港

时间：2014年4月10日
场地：西九龙直升机场

克里斯汀·迪奥 Christian Dior 2014春夏高级定制秀首次移师香港，并特别在西九龙直升机场举办。本场秀除了将今年1月份在巴黎高定周上发布的完整系列全部展示以外，模特阵容也是国际一线大牌，Christian Dior高级定制团队也全员飞到香港筹办秀场，用心程度可见一斑。

由Activation Group倾力打造的秀场，通过镜面方形建筑来呈现并采用真实的维多利亚港夜景作为背景，让Dior高定秀场充满着迷人浪漫色彩。



体验营销

AUDI 奥迪新A7家族上市发布会2015 - 上海

时间：2015年9月10日
场地：上海城市雕塑中心

以“致独具异格者”为主题的新奥迪A7家族上市之夜是艾德韦宣与高端汽车客户合作的跨媒体整合营销成功案例。艾德韦宣全程策划制作上市发布，并帮助品牌“跨界”合作。在此次发布会上，现场的灯光采用最新技术，带给观众最前沿的视觉盛宴，其中，更能引起话题和讨论效应的是发布会活动携手艺术家跨界合作，邀请7位国内外知名艺术家用其视角，做出最能诠释AUDI A7内涵的7种含有不同元素的作品，随后作品在上海、苏州、杭州进行巡回，充分呈现奥迪与艺术灵魂的共鸣，在各大SNS上被广泛发布/转载，达到体验营销对特定消费者精准传播、增加品牌个性的效果。



2、媒体公关

品牌在其发展和形成过程中产生的一系列事件、产品、服务和理念本身具有媒体价值，但在公关传播出现以前，这些与生俱来的“隐性价值”违背主动利用理念，形成了无形的价值浪费。公关传播通过挖掘品牌的这些“隐性价值”提供给媒体，并通过这种隐形交换以获得品牌所需的媒体资源。换言之，公关传播能够通过挖掘品牌自身具备的媒体价值来降低媒体资源获得的成本。

艾德韦宣的媒体公关业务主要包括媒体关系、媒体管理、明星管理和贵宾管理。艾德韦宣的媒体公关业务主要通过子公司艾迪霖杰（英文品牌名：Activation Liquid）开展。艾迪霖杰由中国时尚公关行业多年的资深公关人包一峰带领，其公关团队具有多年业内经验，帮助国际顶级品牌进行常年的品牌公关服务，每年执行品牌媒体活动或项目近百场。

公司为 Christian Dior、Louis Vuitton、Gucci 和 Dolce & Gabbana 等国际顶级时尚及奢侈品牌提供活动和公关服务，例如 2014 至 2015 年间在上海、北京、成都等城市举办的“Miss Dior 迪奥小姐”艺术展。“Miss Dior 迪奥小姐”艺术展旨在颂扬 Dior 迪奥时尚王

国与艺术界由来已久的紧密联系。17 位来自世界各地的女性艺术家受邀参展，以诞生于 1947 年的传奇 Dior 迪奥香氛为灵感进行艺术创作，并以各自的独特方式自由演绎这一款恒久经典的香氛作品。同时，“Miss Dior 迪奥小姐”艺术展还展示了 Christian Dior 迪奥先生的艺术影响，与朋友之间的深情厚谊以及他对女性与花朵之美的激情赞颂，将历史过往与先锋前卫结合，续写 Dior 迪奥时尚传奇。此次展览中，艾迪霖杰公关负责揭幕、媒体、公关、名流和贵宾的现场接待和管理，考量品牌、名流和贵宾曝光度的诉求，选择性的使用传播渠道为该展览进行宣传，使整个展览取得了良好口碑。同时，艾德韦宣还为例如 Vogue 时尚集团和 Art021 等生活方式、文化艺术、娱乐产业的客户提供公关传播服务。

ACTIVATION PR



3、数字营销

数字营销是使用数字传播渠道来推广产品和服务的营销活动，是当今市场营销不可或缺的营销传播方式，也是跨媒体整合营销传播中实现媒体联动，让消费者可以从多渠道获取信息的关键。数字营销采用一种及时、相关、定制化和节省成本的方式与消费者进行沟通，既包括互联网营销的技术与实践，也包括其他互联网与其他沟通渠道的融合，共同积累构筑互联网时代的品牌资产。

艾德韦宣主要通过子公司范思广告（英文品牌名：Activation Nodeplus）开展数字营销业务，主要服务内容包括数字策略和思维、移动营销、社交网络推广、媒体采购及投放、搜索引擎优化（SEO/SEM）、电子商务数据和统计。

范思广告为许多中高端时尚品牌客户提供多渠道、多层次、全方位的数字营销服务，如 Kate Spade 跨媒体数字营销传播，服务内容包括官方网站和各种社交媒体，如微博、微信公众号及其 H5 应用推广，都由范思广告凭借最新数字技术以及熟稔社交媒体推广核心的优势来设计、管理及投放。

范思广告的数字营销服务一直秉承以创意和技术为核心的理念，持续进行传播技术和手段的创新应用，执行的项目多次获得国内外重要广告奖项及国际数字互联网奖项。范思广告曾获得国内广告届知名的 ONE SHOW 中华创意奖、中国微营销、金投赏、艾菲奖和虎啸奖等；在第 19 届 Webby Awards 威比奖的角逐中，范思广告获得一个网站优胜奖以及三个荣誉奖，成为第一个获的该奖项的中国公司。此外范思广告还获得过 ADOBE THE CUTTING EDGE Award、AWWARDS 和 FWA 等国际殊荣。

同时，范思广告也在不断拓展其在数字营销产业链上所经营的业务，目前已从后端的内容制作、社交媒体运营延展到前端的移动及 PC 领域的数字广告精准投放业务（DSP），力求能够成为实现全案营销解决方案的提供商。

ACTIVATION DIGITAL



4、娱乐营销

2014 年，中国成为全球第二大电影市场。2014 年全球电影票房较前一年度增长 16 亿美元，中国贡献其中的 75%。2015 年艾德韦宣娱乐营销业务应运而生，结合公司已有的跨媒体整合营销传播经验，游刃有余地将跨媒体营销应用在其最初被提出时所处的

娱乐文化产业中。

除了中国电影市场在过去 5 年以超过 30% 的年化复合增长率扩张外，网络平台播出的网络剧及电视剧的点击率也屡创新高，综艺节目的总冠名权也达到了上亿规模。中国娱乐产业正在蓬勃发，各种娱乐节目受到大众广泛关注，正在成为品牌推广的新渠道。

艾德韦宣的娱乐营销业务主要包括产品植入、联合推广、授权产品和版权开发。公司依托优秀的创意策划能力和业务资源、营销优势，致力于将产品、品牌及其代表的感官符号融入电影、电视、游戏及其他载体中，让受众对产品、品牌留下深刻的印象并受到潜移默化的影响，继而达到宣传、营销和推广目的，实现多方共赢。

此外，艾德韦宣团队亦会为品牌量身订制影视产品，利用电影、电视剧及网络剧等多种形式，通过引人入胜的剧情，把品牌理念或产品特性展示给观众，达到软性推广的效果。

随着滑雪运动在中国的普及，以及北京成功申办冬奥会，滑雪类节目将会很受关注。艾德韦宣于 2016 年参与投资制作了中国首档滑雪竞技类真人秀，冰雪奇迹将于 2016 年春节期间开始在天津卫视首播，之后以周播形式每周六在天津卫视播放，共 12 集。每集除了有艺人在不同的雪上活动比赛外，也安排了艺人之间的娱乐性互动，拍摄地点分别在中国、韩国及日本的知名滑雪场，拍摄画面唯美。艾德韦宣作为冰雪奇迹的投资方之一，不但可以拥有 IP 版权，还能够通过公司丰富的客户资源及强大的招商团队，为节目找到赞助商，从而获得广告分成收入。

ACTIVATION ENTERTAINMENT



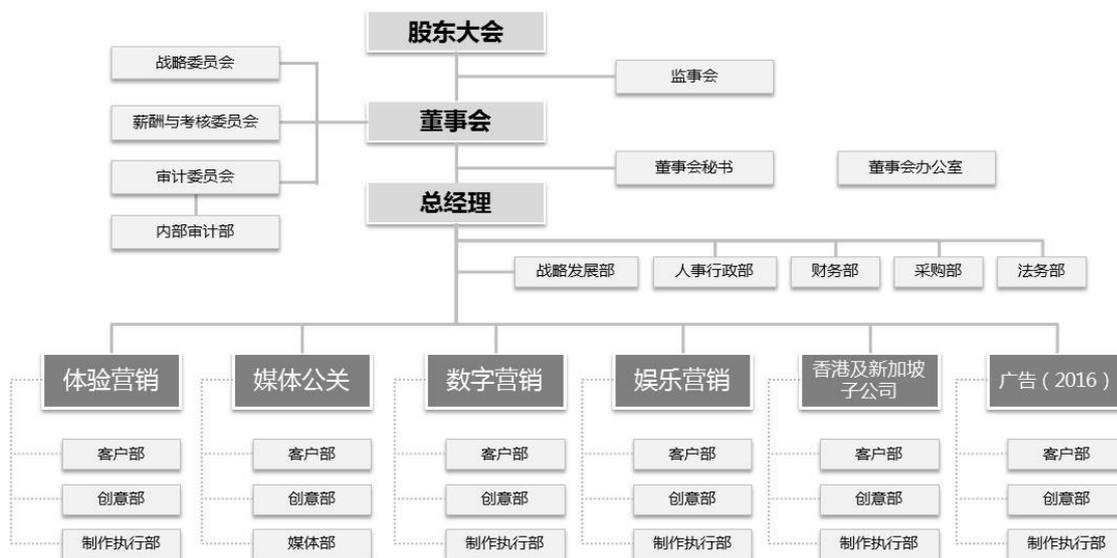
艾德韦宣投资拍摄天津卫视《冰雪奇迹》



二、内部组织结构及业务流程

(一) 内部组织结构及职能

1、按照业务和职能部门划分



2、按照业务部门对应的子公司主体划分



公司依照《公司法》、《公司章程》规定建立了规范的法人治理结构和管理制度。股东大会、董事会、监事会和管理层按照《公司章程》的规定，严格履行了各自的职权。其中，董事会下设战略委员会、薪酬与考核委员会及审计委员会，审计委员会下设内部审计部。

公司专业委员会设立及制度建立情况具体如下：

(1) 战略委员会

战略委员会成员由三名董事组成。战略委员会委员由董事长或董事会提名委员会提

名，并由董事会以全体董事过半数选举产生。战略委员会设召集人一名，由董事会在委员内任命。战略委员会任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任。

目前战略委员会由刘锦耀，伍宝星、周琦组成，其中伍宝星为召集人。

（2）薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会由三名董事组成。薪酬与考核委员会委员由公司董事长提名，并由董事会选举产生。薪酬与考核委员会设召集人一名，由独立董事担任并由董事会选举产生。目前薪酬与考核委员会由刘锦耀，伍宝星、刘慧文组成，其中刘锦耀为召集人

（3）审计委员会

审计委员会由三名董事组成。审计委员会委员由董事长提名，并由董事会以全体董事过半数选举产生。审计委员会任期与董事会一致，委员任期届满，连选可以连任。目前审计委员会由刘锦耀，伍宝星、苏彤组成，其中伍宝星为召集人。

（4）内部审计部

内部审计部成员由三名董事组成。内部审计部委员由董事长或董事会提名委员会提名，并由董事会以全体董事过半数选举产生。内部审计部设召集人一名，由董事会在委员内任命。内部审计部任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任。

目前内部审计部由刘锦耀，伍宝星、苏彤组成，其中伍宝星为召集人。

同时，公司实行业务部制。按照不同业务种类和地域，分别设立体验营销、媒体公关、数字营销、娱乐营销、香港及新加坡子公司和广告六个事业部，各事业部相对独立运营，由事业部负责人负责，统一向总经理汇报。除媒体公关事业部外，每个事业部下设客户部、创意部和制作执行部。集团层面设战略发展部、人事行政部、财务部、采购部和法务部五个职能部门。此外，公司报告期内已开展业务的体验营销、媒体公关、数字营销、娱乐营销四个事业部与艾德韦宣及其各子公司主体对应关系如“2、按照业务部门对应的子公司主体划分”所示。

公司内部各业务和职能部门的职能具体如下：

（1）客户部

客户部的主要职责包括在收到客户意向后组织成立项目组，提出项目方案；待项目方案经客户确认后，组织协调供应商进行项目执行；以及客户的日常关系维护。

（2）创意部

创意部的主要职责包括根据客户项目意向设计项目方案；在项目执行阶段对原项目方案进行深化设计；在项目现场日，辅助客户部进行现场协调。

（3）制作执行部

制作执行部的主要职责包括与供应商沟通项目方案中涉及到的专业技术及施工细节；协同专业供应商组织技术开发。

（4）媒体部

媒体部为媒体公关事业部的下设部门，主要负责为媒体公关活动的宣传稿和其他宣传资料选取适当的媒体渠道进行投放，监测投放效果，及日常媒体关系维护。

（5）战略发展部

战略发展部负责分析行业发展趋势和竞争对手现状，拟定公司业务经营发展规划和中长期发展战略；负责公司客户维护和管理，协助各子公司和业务单位的客户拓展，战略规划和年度经营计划；根据战略规划的要求，组织和策划与国内外各领域合作者的战略合作；辅助公司投资决策；把握宏观经济政策，维护公司与政府的合作关系。

（6）财务部

财务部负责制定公司财务管理制度，执行财务管理计划；制定公司资金使用计划，规范资金往来业务；组织实施预决算控制工作，负责公司财务核算、银行及税务的相关业务办理。

（7）采购部

采购部主要负责进行日常供应商的选择、比价和采购，及项目现场零星物料及服务的采购。

（8）人事行政部

人事部负责公司的人力资源管理，涉及员工招聘，新员工入职培训，员工福利及社保等相关业务。行政部负责公司的整体行政事务，制定公司日常工作制度；负责公司内部各部门之间的关系协调，以及外部公共关系的维护与拓展；此外，还负责公司文件和档案管理、公司固定资产管理、安全生产管理、项目申报、以及其他各类行政事务管理。

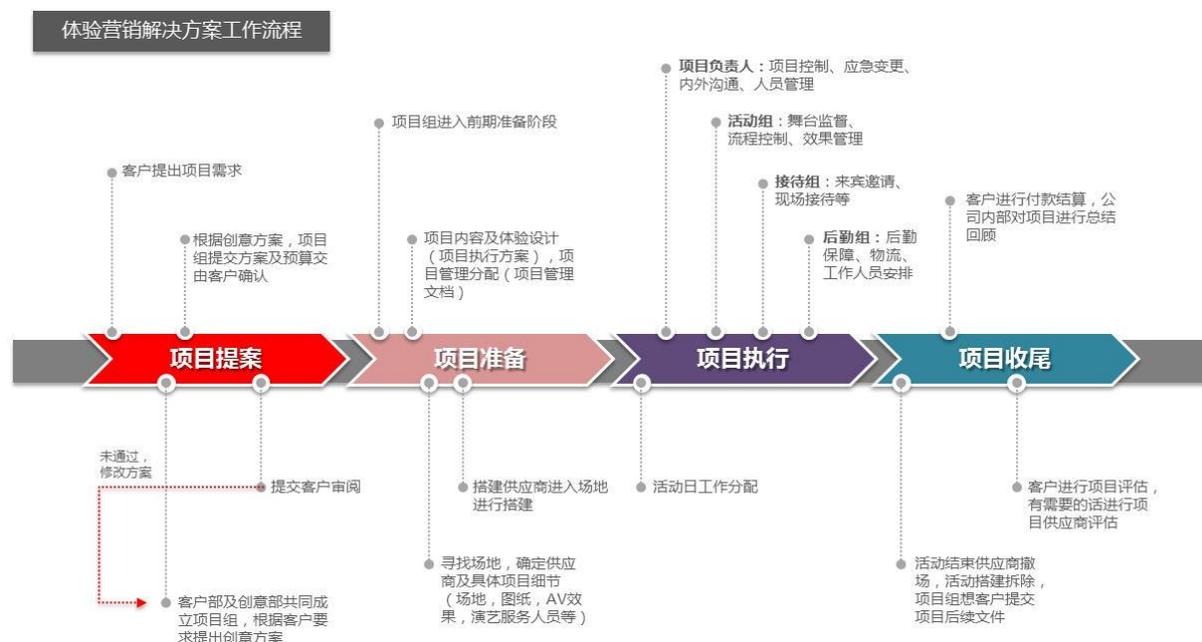
（9）法务部

法务部主要负责处理公司及子公司日常法律事务，审查公司经济合同并起草重大合同；参与招投标工作，审核招投标法律文书；研究公司生产经营管理相关的法律、法规、政策，对公司重要经营决策和重大经济活动提出法律意见，为公司日常经营管理提供法律保障。

（二）公司主要服务流程及模式

1、体验营销业务的主要服务流程及模式

体验营销业务的主要流程分为四个部分：项目提案、项目准备、项目执行及项目收尾阶段。



（1）提案阶段

客户部通过项目招标介绍了解客户需求，然后依据与客户沟通确认的项目需求，进行项目调研、项目相关信息的收集分析，形成客户需求简报，并根据需求组成方案组，进行内部创意沟通并形成项目方案。创意策划部和客户部分工合作，创意策划部负责构思创意内容，客户部负责创意实现可能性及外部资源整合。最终，形成项目方案及项目报价提交给客户，并根据客户调整修改。最终客户确认项目方案以及接受报价，项目组进入准备阶段。

（2）项目准备阶段

公司根据项目工作需求任命项目负责人，并组建项目团队；创意部会进一步修改、细化项目方案。项目组人员根据项目方案及客户要求，具体分析项目内容，包括安排进程，规划时间表，调配供应商资源，进行项目资源的全面整合，形成初步的项目实施计划。制作执行部与供应商一起根据项目设计方案进行项目的前期搭建，设备准备等准备工作。项目开始前，项目负责人整合所有项目信息及项目文档，总结项目前期准备阶段的管理工作和成果，并形成项目执行手册，依照执行手册项目组会安排人员分工、流程安排、应急计划等内容。

（3）项目执行阶段

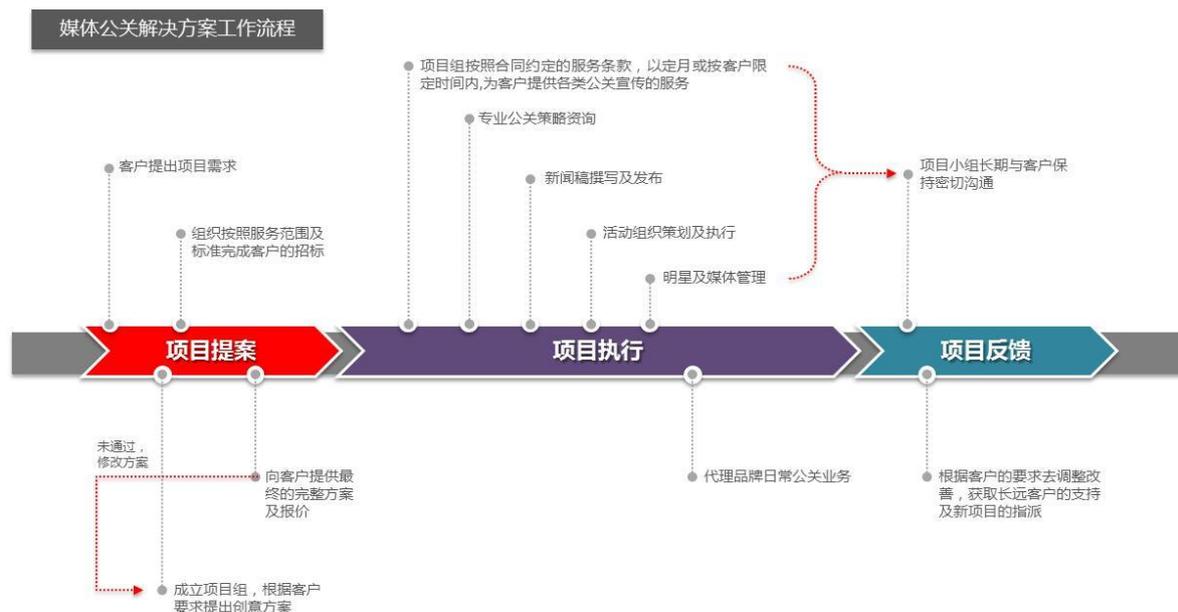
项目执行阶段的工作即按照上述项目执行手册实施项目，项目执行团队在项目负责人的指导下，按照工作内容分工合作，并依照执行方案及项目手册执行项目。执行阶段在现场的主要工作为：各方沟通、搭建/调试/彩排、现场接待、流程控制、后勤管理、人员管理、质量监控、应急处理、变化管理与记录、撤场与收尾。项目负责人在项目现场负责监督、管理、风险控制等工作，实时与客户保持沟通，并依实际情况进行变更调整。

（4）项目收尾阶段

项目收尾阶段项目组需要进行内部总结并向客户客户提交项目结算资料(项目及财务等)，客户会对项目整体进行评估。客户会在项目评估后进行付款，至此项目结束。

2、媒体公关业务的主要服务流程及模式

媒体公关业务的主要流程分为三个部分：项目提案、项目执行及项目反馈阶段。



(1) 项目提案阶段

客户提出服务需求后,公司会成立项目小组,组织按照服务范围及标准完成客户的招标,并向客户提供最终的完整方案及报价。

(2) 项目执行阶段

针对常态服务项目,项目组会按照合同约定的服务条款,以定月或按客户限定时间内,为客户提供各类公关宣传的服务,包括并不限于专业公关策略咨询、新闻稿撰写及发布、活动组织策划及执行、明星及媒体管理等等。

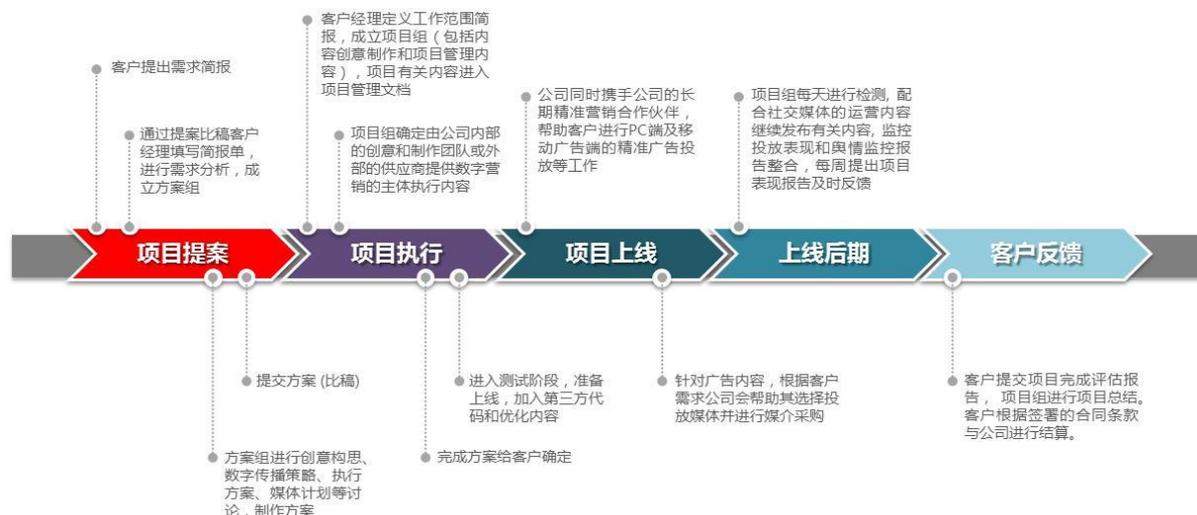
(3) 项目反馈阶段

项目小组会长期与客户保持密切沟通,赢得到客户的信任与反馈,根据客户的要求去调整改善,获得长远客户的支持及新项目的指派。

3、数字营销业务的主要服务流程及模式

数字营销的主要流程与体验营销类似,分为五个部分:项目提案、项目执行、上线部分、上线后期和项目反馈阶段。其中,项目执行阶段又可以分为设计阶段和制作阶段。

数字营销解决方案工作流程



（1）项目提案阶段

数字营销业务的方式是通过客户端提出需求简报，然后再通过提案比稿。客户经理会把客户需求填写客户简报单，并根据其对客户的需求进行分析，然后成立方案组。方案组进行创意构思讨论，数字传播策略讨论，执行方案讨论，媒体计划讨论等内容。内容会进入系统式管理（业务项目化、项目流程化和文档标准化）。当最后方案制作完成后，向客户提交方案（比稿）。客户会根据其制度，安排多轮比稿，直到比稿胜出，则进入项目执行阶段。

（2）项目执行阶段：设计和制作阶段

当客户确定执行方案后，客户经理会定义工作范围简报，然后成立项目组。项目组包括内容创意制作，如页面设计和制作，用户体验内容，同时也包括项目管理内容，沟通协调项目，成本时间控制等。所有项目有关内容都会进入项目管理文档中。根据项目的方案不同，项目组会确定由公司内部的创意和制作团队或外部的供应商提供数字营销的主体执行内容。主体执行内容根据最终方案有所不同而有差异，例如社交媒体的内容主要是文案及数字活动内容，而网站制作内容主要是创意制作和技术后台内容等。最后会完成一个执行方案给客户确定。客户确定后，会移交给技术或供应商执行方案内容。内容完成后会进入测试阶段，当测试完成后，就准备上线。上线前，所有活动都需要加入第三方检查代码和优化内容。

（3）上线部分阶段

针对社交媒体营销，内容包括活动网站、移动活动 H5 内容上线、有关广告或红人投放等等。线上平台主要是网站或社交媒体的微博微信等。项目组会负责提供内容制作，活动发布及网络推广的全产业链服务。针对广告内容，根据客户需求公司会帮助其选择投放媒体并进行媒介采购。公司同时携手公司的长期精准营销合作伙伴，帮助客户进行 PC 端及移动广告端的精准广告投放等工作。

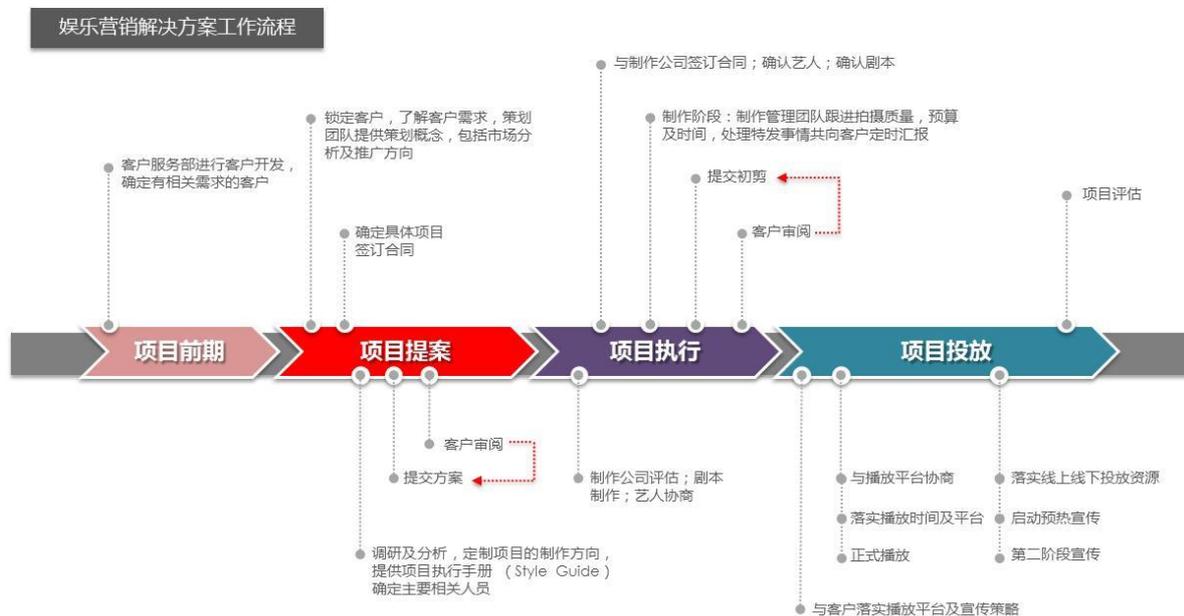
(4) 上线后期阶段

在上线期间，项目组需要每天进行检测，内容包括浏览量，用户访问量等报告。同时需要配合社交媒体的运营内容继续发布有关内容。监控投放表现和舆情监控报告整合，每周提出项目表现报告及时反馈用户信息给客户作为策略参考数值。

(5) 项目反馈阶段

在项目结束后，客户会提交项目完成评估报告及反馈意见。项目组会进行项目总结，并向客户提交项目报告。客户会根据签署的合同条款与公司进行结算。同时项目组也会形成内部评估报告和总结报告。所有内容都会在项目文档管理系统当中。

4、娱乐营销业务的主要服务流程及模式



(1) 项目前期阶段

客户服务部寻找现在客户，并确定有相关需求的企业和品牌。

(2) 项目提案阶段

经客户服务部锁定客户后，通过项目招标形式了解客户需求。策划团队跟进后，根据客户需求，进行市场分析，提供策划概念，确定推广方向，搭建项目框架。在与客户签订合同之后，策划部神话市场调研及产品分析。然后结合客户的诉求定制项目的制作方向，完成故事大纲。同时，策划部还会计划制作及播放时间和预算。待以上步骤完成时，策划组提供项目执行手册（Style Guide），并且拟定导演、主要演员范围，起草宣传策略，建议播放平台。最终形成项目方案，交予客户审阅，并根据客户要求修改。当方案被确认之后，项目组进入项目执行阶段。

（3）项目执行阶段

项目组在与各制作公司进行沟通交流的同时，完成剧本创作，演艺人员协商。确定制作公司、剧本、艺人之后，项目组进入制作阶段。制作管理团队跟进拍摄质量，预算及进度，及时处理突发事件，并定期向客户进行汇报。完成制作之后，项目组提交初剪样片，根据客户反馈进行调整。最终确认成片并提交给客户，项目进入投放阶段。

（4）项目投放阶段

项目组会及时与客户落实播放平台及宣传策略。然后在与播放平台协商的同时，落实在线上线下的投放资源。在确认播放平台及播放时间后，进行预热宣传。最后，在正式播放时，项目组进行第二阶段宣传以扩大影响。项目正是播放后，项目组内部对项目进行深度评估以方便与客户进行进一步沟通。

5、公司服务模式

艾德韦宣的业务属于商务服务业中的跨媒体整合营销传播业务，具有知识技术及人才密集型特点。公司利用管理团队在整合营销传播服务领域积累的深厚资源和经验、核心创意团队所拥有的优秀创意、先进理念和丰富活动执行经验、以及公司品牌及行业口碑所形成的关键资源要素，为客户提供整合营销传播服务。

公司目前提供的包括体验营销、媒体公关、数字营销和娱乐营销等服务，分别由公司核心团队带领母公司及各境内外子公司独立经营，各项业务的客户结构及行业有差异也有重合，主要以中高端时尚，汽车，生活方式品牌为主。公司向客户提供全方位的品牌设计定位及推广方案，不同服务内容存在协同效应，务求帮助客户最大化其品牌影响。最终，根据客户确认采购公司的服务，由各公司分别执行。随着公司的业务和服务范围的拓展，公司不仅能提供各个业务跨媒体整合营销传播的服务内容，还能为品牌

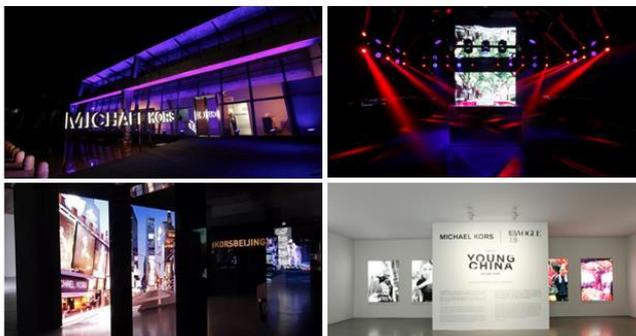
度身定制一站式营销解决方案。

整合营销案例

时间：2015年11月18日
场地：北京798佩斯画廊

Michael Kors携手ACTIVATION在北京798佩斯画廊举办“Young China互动影像展：定义中国摩登新力量”，庆祝Michael Kors在位于北京华贸中心全新旗舰店——亚洲规模最大精品店的开幕。Young China互动影像展是由ACTIVATION NODEPLUS (范思广告)全权策划打造的体验型影像展，它生动且全方位地呈现中国年轻一代时尚偶像的面貌与新生代的生活方式。ACTIVATION NODEPLUS开创性地设计并呈现了互动影像技术，将设计延伸为艺术。伴随着外滩的夜景帷幕渐渐被揭开，蔚蓝的苍穹下，艺人和宾客们仿佛于城市的霓虹中徘徊，一起尝试全方位互动影像拍摄之旅。

MICHAEL KORS旗舰店开幕& 互动影像展2015 - 北京



整合营销案例

「上下」，是爱马仕旗下，来源于中国文化的当代雅致生活艺术品牌，致力于传承中国的生活美学和精湛的手工艺，通过创新，使其重返当代生活。

艾德韦宣为上下提供的跨媒体整合营销传播服务涵盖公司三大业务线，在2014上海“上下之家”的开幕，体验营销、媒体公关、数字营销团队联合推广 - 剪彩、媒体邀约、配合开幕式宣传的H5“茶境迷宫”游戏...同时，艾德霖杰公关代理品牌的日常公关业务，为“上下”各活动管理和接待媒体 / 嘉宾，公司与品牌的长期合作和为其提供全方位服务体现了艾德韦宣团队的整合实力。



公司坚持的高品质国际化的营销服务，过往主要服务于国际大型的时尚奢侈品牌，随着中国境内消费品牌品牌升级的进程，越来越多的品牌方开始将预算投放到品牌宣传的部分中来，而且投放方式也从传统的单一纸媒及电视广告，更多地转移到包括娱乐营销，数字营销及体验营销等新型方式，公司在2015年服务并接触了更多本土中高端品牌，例如周大福和 MO & Co.，并创造了令人印象深刻的营销效果。此外，艾德韦宣也与深圳市人民政府合作，作为深圳时装周的策划合作方，以独立原创设计与商业落地并重为中心，携手打造一个帮助中国本土设计师走向国际，国际品牌融入中国的国际性时尚交流整合平台。

本土品牌

时间：2014年7月18日
场地：广州大剧院

MO&Co. 10周年摩酷时尚夜大型活动在广州大剧院盛大举行，并且在Activation Group的巧手打造下，时尚明星、超模、潮人齐聚于这场时尚盛事。大秀展示了充满艺术灵感与经典摩登碰撞的Edition 10 2014秋冬系列。重量级明星张曼玉现身秀场，为After Party电音派对担任DJ，献出她的首个DJ秀。

MO&CO. 10周年摩酷时尚夜2014 - 广州



本土品牌

时间：2014年11月28日
场地：中华艺术宫

2014年，中国珠宝行业的领袖品牌周大福以“红·耀世界”为主题，在上海举行了一场盛大的85周年盛典。活动当晚，Activation Group以“匠人营国”中的九经，九纬结合中华标识感极强的红色“东方之冠”，装点出一场火红的大秀。

在大秀之上，珠宝变身为艺术，在红色萦绕衬托之下闪耀出中国女性之美。在现场专设的极具艺术感的红色展厅之内，镁光灯下，一件件珍品闪烁着炫目的光芒，供来宾品鉴。Activation LIQUID公关团队也相邀众媒体嘉宾与亚洲女星宋慧乔、安以轩、演员张晓龙等明星共聚一堂，近距离见证中国珠宝力量的动人时刻。

周大福85周年时装秀2014 - 上海



时尚平台

时间：2015年3月19-24日
场地：华侨城欢乐海岸

深圳时装周由深圳市人民政府主办，瞄准巴黎、米兰、伦敦、纽约等国际顶尖时装周，以“政府引导、市场主导、专业运作”为原则，嫁接国际时装周主流资源和系统，积极纳入全球时装周发布运作体系。

艾德韦宣作为深圳时装周的策划合作方，以独立原创设计与商业落地并重为中心，携手打造一个帮助中国本土设计师走向国际，国际品牌融入中国的国际性时尚交流整合平台。

深圳时装周 - 2015



6、公司的结算模式

(1) 体验营销、娱乐营销的结算模式

艾德韦宣通常在和客户签订服务协议后，按照协议的约定提供服务；待合同要求的服务内容完成时，凭与客户的结算文件确认收入，并结转服务项目成本。客户通常在结算之后的三个月内付款给艾德韦宣。

(2) 媒体公关、数字营销的结算模式

艾德韦宣的媒体公关、数字营销业务分以下两种情况：

如果项目服务协议约定在项目执行完毕后方可支付项目款则采用与（1）体验营销、娱乐营销业务相同的结算和收入确认方式，即在项目结束并客户确认结算文件后确认收入，并安排收款。

对于项目协议约定向客户收取月度服务费的媒体公关、数字营销业务，在服务合同签订后，按合同约定提供服务。艾德韦宣一般于每月月末服务提供完毕后，编制结算单确认收入，并同时结转成本。在此种模式下，客户通常每月付款给艾德韦宣。

7、公司的盈利模式

报告期内，艾德韦宣通过向顶级及高端品牌客户提供跨媒体整合营销传播服务取得盈利。公司目前提供包括体验营销、媒体公关、数字营销和娱乐营销等全方位的品牌设计定位及推广方案，务求帮助客户最大化其品牌影响。艾德韦宣的主要成本为人力成本，同时还包括从供应商处采购搭建、场地、安保、礼仪、车辆租赁、视频制作、音频制作、技术支持、灯光音响等物料或服务的成本。艾德韦宣通过丰富的业界经验、国际化视野、创意能力和跨媒体覆盖优势，提供的整合营销传播服务具有较高的附加值，毛利率水平高于行业均值。

与公司所处行业基本类似的公众公司有蓝色光标、华谊嘉信、省广股份和腾信股份。

报告期内，公司毛利率与同行业可比公众公司相比情况如下：

公司名称	销售毛利率	
	2015年1-9月	2014年
蓝色光标（300058）	27.71%	31.75%
省广股份（002400）	17.30%	20.01%
华谊嘉信（300071）	19.13%	12.80%
腾信股份（002131）	16.38%	18.35%
平均值	21.80%	21.90%
艾德韦宣	39.21%	41.54%

公司整体毛利率在报告期内 2015 年、2014 年保持相对稳定，分别达到 39.21%、41.54%，2015 年公司整体毛利率略有下降这是由于占公司营业收入比重较大的体验营

销业务中，高端汽车客户收入占比 2015 年明显提高，而汽车公关行业竞争相对激烈，使得汽车客户相比传统奢侈品客户业务毛利率有所下降，进而影响整体毛利率。

报告期内，公司综合毛利率超过同行业公司平均水平，主要由于同行业上市公司在业务类型和业务比重方面与公司相比存在差异，因此难以将上市公司综合毛利率与艾德韦宣综合毛利率进行比较。考虑到艾德韦宣业务类型中体验营销业务收入占比较高，因此体验营销毛利率变动趋势更能反映公司盈利能力。2014 年公司体验营销业务毛利率为 32.90%，2015 年体验营销业务毛利率为 33.08%。

公司体验营销业务毛利率高于同行业平均水平，主要是由于以下几个方面原因：

1) 客户结构不同。与其他同业上市公司相比，公司客户主要集中于高端奢侈品，其对供应商管理相对严格，故而已进入其供应商名录的厂商可以拥有较高毛利；

2) 服务质量不同。与其他业务上市公司相比，公司提供的服务品质高于行业内其他竞争对手，进而公司毛利水平较高。

综上，报告期内，公司毛利率较为稳定，商业模式中不存在一旦无法获得就会显著影响公司持续经营能力的风险要素，公司的商业模式具有可持续性。

三、公司业务相关的关键资源要素

(一) 公司服务和产品所使用的主要技术

公司致力于为顶级及高端品牌客户提供跨媒体平台的整合营销传播服务，核心竞争力来自于公司管理人员在在奢侈品行业整合营销传播服务领域积累的深厚资源和经验，核心创意团队所拥有的优秀创意、先进理念和丰富活动执行经验，以及公司在市场的长期发展中所形成的良好口碑和具有行业影响力的品牌。

1、内在资源要素

(1) 核心人才

公司属于人才密集型的行业，客户资源和顶尖的创意执行能力往往集中在少数核心员工及高管身上。该类员工属于稀缺资源，需要通过有效的激励措施才能激发员工发挥能力并持续地为公司做出贡献。目前公司的核心员工和高管均持有公司股份，可以分享到公司发展所带来的利益。

（2）创意

广告公关行业本质上属于创意产业，其营销效果最终与方案的创意能力息息相关，公司自成立以来，都是以创意为核心，历年来执行的案例在业界知名度较高，公司收购的数字营销公司，也是以创意和技术著称，在国际上屡获大奖。

（3）执行能力与经验积累

公司提交给到客户的提案最终需要通过执行来实现，体验营销与传统广告营销不同的是，体验营销注重的现场客户的客户体验，活动的细节对于体验营销的效果至关重要，长期服务境外奢侈品牌的艾德韦宣一贯对细节的把控非常注重，这也是 Christian Dior 和 Chanel 等顶级品牌常年采购艾德韦宣服务的原因。

2、外部资源要素

（1）国际合作伙伴

艾德韦宣与国际知名的品牌整合营销机构存在长期合作关系，包括欧美顶级时尚品牌传播机构及德国领先的汽车整合营销传播公司。

（2）客户资源

公司在常年服务中获得包括品牌方资源和营销行业专业人员的认可。由于艾德韦宣长期坚持高品质服务，所以其在业内的口碑较好，在经营过程中，较少出现客户的流失，为公司积累的大量的客户资源。借助于不同行业的客户资源，公司更加提供跨界联合品牌推广的增值营销服务，不同品类的客户（例如汽车与文化，汽车与奢侈品）等可以进行联合的品牌宣传，以最大化加强传播效果。

（3）明星艺人资源

由于公司大多与顶级品牌合作，公司从事的体验营销及媒体公关业务长期高频次地与中国一线明星，演艺人员以及顶级模特合作，所以积累了大量的明星艺人资源，为公司进一步开拓娱乐营销业务以及后期公司准备进一步拓展的演艺节目制作，电影电视剧制作等业务奠定了坚实的基础。

（二）主要无形资产情况

1、注册商标

截至本转让说明书签署日，公司已经通过注册申请成功的商标 12 项，还有 3 项商标正在申请过程中，已经通过申请的注册商标情况如下：

序号	商标	注册证号	核定服务类别	注册有效期限	注册地
1	ACTIVATION	10934735	35	2013-9-7—2023-9-6	中国大陆
2	艾德韦宣	13639084	35	2015-2-7—2025-2-6	中国大陆
3	艾德韦宣	13639129	37	2015-03-07—2025-03-06	中国大陆
4	ACTIVATION	13639168	37	2015-02-21—2025-02-20	中国大陆
5	ACTIVATION	13639226	39	2015-03-14—2025-03-13	中国大陆
6	艾德韦宣	13639251	39	2015-03-14—2025-03-13	中国大陆
7	艾德韦宣	13639307	40	2015-02-14—2025-02-13	中国大陆
8	ACTIVATION	13639331	40	2015-03-07—2025-03-06	中国大陆
9	艾德韦宣	13639413	41	2015-03-07—2025-03-06	中国大陆
10	艾德韦宣	13639452	42	2015-02-28—2025-02-27	中国大陆
11	ACTIVATION	13639482	42	2015-02-28—2025-02-27	中国大陆
12	艾德韦宣	302820212	35、37、39、40、41、42	2013-11-29—2023-11-28	香港

经查验，截至本说明书出具日，前述商标持有人为上海艾德韦宣商务咨询有限公司。公司目前正在办理商标权证书的持有人名称变更。

2、专利

截至本公开转让说明书签署之日，公司未拥有专利。

3、软件著作权

截至本转让说明书签署日，公司未拥有软件著作权。

4、公司域名

序号	所有者	网站备案证号	网站首页网址	注册时间	到期时间
----	-----	--------	--------	------	------

1	伍宝星	沪 ICP 备 10215095 号	www.activation-group.com	2010 年 2 月 21 日	-
2	上海艾德韦 宣商务咨询 有限公司	沪 ICP 备 10215095 号	www.ca-pb.org	2015 年 2 月 10 日	-

公司目前使用的 www.activation-group.com 域名系实际控制人伍宝星所有，伍宝星无偿将其提供给公司使用。为确保公司资产完整性，伍宝星已签署协议将该域名无偿转让给艾德韦宣。截至本转让说明书签署日，域名转让尚在办理过程中。

因此，公司知识产权不存在权利瑕疵、权属争议纠纷或权属不明的情形。公司知识产权方面（商标、专利、专有技术）不存在对他方的依赖，不存在影响公司资产、业务的独立性的情形。报告期内，公司不存在知识产权纠纷的诉讼或仲裁。

（三）业务许可资格（资质）情况

证照	编号	发证/授权机关	发证日期	有效期
质量管理体系 认证证书	CI/133182Q	英国皇家认可委员会/ 国际认可论坛	2014/10/10	三年

除上述质量管理体系认证证书外，截至本公开转让说明书签署之日，公司未取得任何特殊业务许可，也没有获得任何特殊资质。公司现行业务无须取得任何业务资质或许可。

（四）特许经营权

报告期内，公司不存在特许经营权。

（五）公司获得荣誉

近年来，公司所提供的产品和服务得到客户高度认可，客户给予较高评价，并颁发相应荣誉证书。自成立以来，公司所获得的主要荣誉如下：

序号	荣誉名称	颁发单位	获奖年份(年)	荣誉企业
1	服务行业成长力之星冠军	清科集团	2014	艾德韦宣
2	Forbes 非上市潜力企业 100 强（排名 24）	福布斯杂志	2015	艾德韦宣
3	2015 香港最佳服务代理商奖	香港 Mediazone	2015	艾德韦宣
4	2015 年度全球奢侈品广告创 意奖	摩纳哥 World Luxury Award 协会	2015	艾德韦宣

5	第19届 Webby Award 威比奖 一个网站优胜奖及三个荣誉 奖	The International Academy of Digital Arts and Sciences	2015	艾德韦宣
6	中国媒介智库营销传播公关 活动铜奖	媒介 360	2014	艾德韦宣
7	金投赏	金投赏国际创意节 ROI Festival	2015	艾德韦宣
8	One Show 中华创意奖	ONE SHOW 国际创意节 中文网	2014 2015	艾德韦宣
9	虎啸奖	中国广告主协会	2015	艾德韦宣
10	ADOBE THE CUTTING EDGE Award	Adobe	2015	艾德韦宣
11	AWWARDS	AWWARDS	2014 2015	艾德韦宣
12	FWA	FWA	2014 2015	艾德韦宣

(六) 主要固定资产情况

截至 2015 年 12 月 31 日，公司固定资产净值为 1,365,462.28 元，成新率为 58.29%，具体情况如下表所示：

单位：元

项目	固定资产原值	累计折旧	固定资产减值 准备	固定资产净值	固定资产成 新率
运输工具	832,493.31	238,536.43	-	593,956.88	50.00%
办公及电子设备	2,745,435.69	1,973,930.29	-	771,505.40	58.00%
合计	3,577,929.00	2,212,466.72	-	1,365,462.28	56.29%

公司属于轻资产行业，不存在自有房产。

公司租赁房屋具体情况如下：

租赁方	出租方	使用期限	用途	地址	租金
范思广告	齐崇莲、 马文诗	2014/5/1~2 017/4/30	办公	上海市卢湾区龙华东路 818 号 701、702、708 室	1,123,056.00 元/ 年
艾德韦宣新 加坡	Rocketfeat hers PTE LTD	2015/05/01 ~2016/04/3 0	办公	226B South Bridge Road Singapore 058775	2,500 新加坡元/ 月
艾德韦宣香 港	Mighty Champion Limited	2014/1/23~ 2017/1/22	办公	11 th Floor of the Gold Union Commercial Building at Nos.70,71 and 72,Connaught Road West, Hong Kong	646,800.00 港元 /年
艾德韦宣	艾博思韦 宣	2014/1/1~2 017/12/31	办公	上海市徐汇区柳州路 399 弄甲 恒地仓国际大厦 8 楼 801 室， 802 室，803 室，805 室，806 室，807 室，808 室	178,978.80 元/月

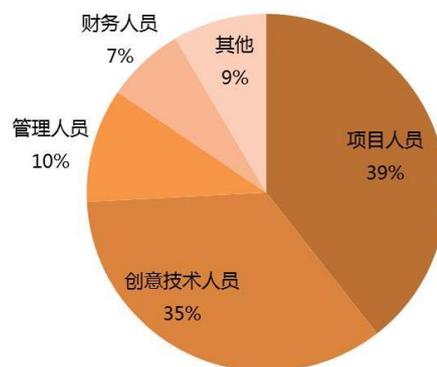
安维讯	北京大予文化创意产业投资有限公司	2015/7/1~2016/6/30	办公	北京市朝阳区酒仙桥路4号798艺术区七星中街	1,715,208.00元/年
-----	------------------	--------------------	----	------------------------	-----------------

综上，关于公司的商标等资产权属均归属于公司所有，资产权属清晰、证件齐备，不存在权利瑕疵、权属争议纠纷或其他权属不明的情形，公司租赁房产均有房屋产权证书，权属清晰，公司主要资产均为公司独立所有，不存在共有情形或其他对他方重大依赖的情形。

（七）员工情况

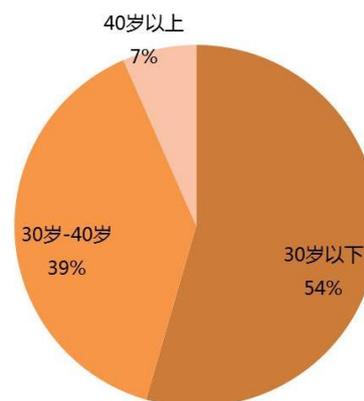
1、按类别结构划分

类别	人数 (人)	比例 (%)
项目人员	84	39.44
创意技术人员	74	34.74
管理人员	22	10.33
其他（人事行政、战略发展）	18	8.45
财务人员	15	7.04
合计	213	100.00



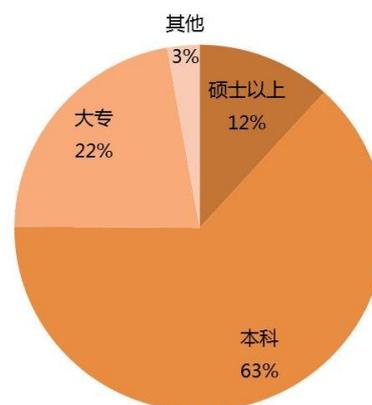
2、按年龄划分

年龄	人数 (人)	比例 (%)
30岁以下	116	54.46
30岁-40岁	83	38.97
40岁以上	14	6.57
合计	213	100.00



3、接受教育程度划分

学历	人数 (人)	比例 (%)
硕士以上	25	11.74
本科	135	63.38



大专	47	22.07
其他	6	2.82
合计	213	100.00

经核查，公司现有创意技术人员 74 人，占员工总数的 34.74%。公司所处行业为公共关系及广告服务业，主要从事顶级和高端品牌的整合传播营销业务。由于品牌整合传播营销需要大量的专业人员，而公司业务开展也需要较高知识水平人才，因此公司本科及以上学历员工人数占到了 75.12%，年龄大多数在 40 岁以下。公司人力资源特征与公司主营业务相匹配。公司核心技术人员为黄念雯、蔡伟棠及王贤达，具体情况详见本说明书第一节公司基本情况之五、（二）监事”。

因此，公司拥有与其业务相匹配的关键资源要素，公司拥有生产经营所必需的资产，报告期内公司主要资产、公司人员和业务具有较高的匹配性和关联性。

公司境内员工皆足额缴纳社保和公积金。外籍员工不需缴纳社保。

四、销售、采购及重大合同履行情况

（一）营业收入及主要客户情况

1、营业收入主要构成

报告期内公司营业收入情况如下：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
主营业务收入	325,629,321.36	250,579,320.35
其他业务收入	--	--
合计	325,629,321.36	250,579,320.35

公司所属行业为商业服务业，细分行业为公共关系及广告行业，公司主营业务为跨媒体整合营销传播服务，并专注于向顶级和高端品牌提供跨媒体整合营销传播服务。

公司立足于奢侈品、高端消费品和中高端汽车行业，通过体验营销、媒体公关、数字营销和娱乐营销等跨媒体整合营销传播方式为众多顶级和高端品牌建立多维度立体

互动营销模式成功塑造 品牌形象与良好的口碑。报告期内公司主要业务收入按服务类型划分如下：

单位：元

项 目	2015 年度	2014 年度
	收入	收入
体验营销	268,904,642.86	223,576,548.94
媒体公关	15,173,911.65	16,353,111.60
数字营销	25,513,031.00	10,649,659.81
娱乐营销	16,037,735.85	
合计	325,629,321.36	250,579,320.35

公司披露的服务与公司主营业务收入分类相匹配。

公司的业务获取主要基于核心团队成员过往累计的客户资源和项目口碑。公司业务开拓方式主要有以下几种类型：（1）现有客户基于对公司服务的肯定介绍新客户；（2）新客户基于对公司过往项目的认知主动与公司取得联系；（3）公司战略发展部业务拓展取得新客户；（4）公司不同业务线之间跨业务进行客户介绍。客户会根据自身的制度和流程不同，选择与公司签署长期框架协议或单独项目协议。公司盈利能力的稳定性和持续性来源于核心团队成员的行业经验和过往项目的优质品质及口碑。

公司以范思广告为平台，开展数字营销业务。公司 2015 年收购范思广告，之前范思广告在数字营销领域已有行业经验和客户积累，其创意及技术实力不仅在业内颇有口碑，在国际上也屡获奖项。

与公司其他业务类似，公司的娱乐营销业务本质上也服务于品牌客户，所以公司娱乐营销业务开拓的核心优势是公司在过往经营中积累的客户资源。此外，公司亦聘请了在行业内经验丰富的团队帮助公司拓展娱乐营销业务。

2、公司前五名客户情况

报告期内，公司主营业务为向顶级和高端品牌提供跨媒体整合营销传播服务。公司服务的客户为顶级及高端品牌广告主。

2015 年，公司前五名客户的销售金额及其所占营业收入的比例为：

2015 年度前五名客户情况		
客户名称	营业收入（元）	占公司全部营业收入的比例（%）

宝马（中国）汽车贸易有限公司	36,243,191.39	11.13
一汽-大众销售有限责任公司	24,500,000.02	7.52
梅赛德斯-奔驰（中国）汽车销售有限公司	22,084,393.53	6.78
蒂芙尼（上海）商业有限公司	18,738,315.15	5.75
克丽丝汀迪奥商业（上海）有限公司	14,305,127.64	4.39
合计	115,871,027.73	35.58

2014年，公司前五名客户的销售金额及其所占营业收入的比例为：

2014年度前五名客户情况		
客户名称	营业收入（元）	占公司全部营业收入的比例（%）
周大福珠宝金行（深圳）有限公司	22,549,733.71	9.00
华晨宝马汽车有限公司	19,584,050.13	7.82
克丽丝汀迪奥商业（上海）有限公司	18,140,704.71	7.24
福特汽车（中国）有限公司	17,279,735.41	6.90
蒂芙尼（上海）商业有限公司	14,418,126.44	5.75
合计	91,972,350.40	36.70

截至本说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和持有公司5%以上的股东不在上述客户中占有权益。

（二）营业成本及主要供应商情况

1、营业成本的构成情况

（1）营业成本分类情况

单位：元

项目	2015年度	2014年度
主营业务成本	197,934,695.05	146,489,041.49
其他业务成本	--	--
合计	197,934,695.05	146,489,041.49

公司主营业务为跨媒体整合营销传播服务，并专注于向顶级和高端品牌提供跨媒体整合营销传播服务。因此，公司主营业务成本主要为向搭建、场地、安保、礼仪、车辆

租赁、视频制作、音频制作、技术支持、灯光音响等供应商采购物料或服务的成本。

(2) 公司营业成本分析表情况

报告期公司成本构成：

单位：元

项目	2015 年	2014 年
体验营销	179,941,685.52	136,284,266.54
媒体公关	5,831,332.31	7,632,598.10
数字营销	6,835,023.24	2,572,176.85
娱乐营销	5,326,653.98	--
合计	197,934,695.05	146,489,041.49

2、前五名供应商情况

报告期内，公司的采购主要为活动材料的购买、活动场地的搭建等，公司前五大供应商情况如下：

2015 年，公司向前五名供应商的采购金额及其所占当年采购总额的比例为：

2015 年度前五名供应商情况		
供应商名称	采购额（元）	占公司全部采购金额的比例（%）
北京艾德众信展览展示有限公司	22,684,962.95	11.46
北京力奥世纪展览服务有限公司	6,650,943.40	3.36
上海横优企业发展有限公司	6,399,208.68	3.23
海南必易思装饰设计工程有限公司	4,680,000.00	2.36
上海敬天广告有限公司	4,460,803.32	2.25
合计	44,875,918.35	22.67

2014 年，公司向前五名供应商的采购金额及其所占当年采购总额的比例为：

2014 年度前五名供应商情况		
供应商名称	采购额（元）	占公司全部采购金额的比例（%）
上海敬天广告有限公司	12,135,946.06	8.28

北京力奥世纪展览服务有限公司	3,802,964.40	2.60
上海柏莱特视听设备有限公司	2,721,322.29	1.86
北京睿视博意策划有限公司	2,664,635.79	1.82
上海耀捷展览展示策划设计有限公司	2,145,490.51	1.46
合计	23,470,359.05	16.02

注：2014年12月31日，艾德众信展览为艾德韦宣有限控股子公司纳入合并范围，2014年度艾德韦宣有限向艾德众信展览的采购额为2,556.09万元。

公司供应商变化较大的原因是，公司跟据客户的需求进行项目策划与执行，不同的项目对原材料、人工等资源的需求有很大差异，导致公司的采购差异较大。

截至本说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和持有公司5%以上的股东不在上述供应商中占有权益。

（三）合同及履行情况

1、重大销售合同及履行情况

报告期内，公司的重大销售合同情况如下：

序号	客户名称	合同标的	合同金额 (元)	合同签订时间	合同期限	截至 2015.12.31 履行情况
1	爱马仕(上海)商贸有限公司	活动策划, 搭建制作, 现场执行	框架合同	2014-6-10	2014-9-12 至 2014-10-11	履行完毕
2	宝马(中国)汽车贸易有限公司	BME X1 体验行动季	框架合同	2014-6-23	2014-8-23 至 2014-10-12	履行完毕
3	路威酩轩钟表珠宝商贸(上海)有限公司	商品	框架合同	2014-12-1	2015-1-21 至 2015-3-6	履行完毕
4	路易威登(中国)商业销售有限公司	活动搭建服务	框架合同	2014-10-27	2015-1-4 至 2015-1-25	履行完毕
5	乔治阿玛尼(上海)商贸有限公司	活动策划, 设计, 搭建及执行	框架合同	2015-4-2	2015-4-1 至 2015-12-31	履行完毕
6	路易威登(中国)商业销售有限公司	场地设计咨询搭建服务	框架合同	2014-10-27	2014-11-21 至 2016-11-20	正在履行

2、采购合同及履行情况

序号	供应商名称	合同标的	发生金额（元）	合同覆盖期限	截至 2015.12.31 履行情况
1	海南必易思装饰设计工程有限公司	展览 搭建 装饰	4,680,000	至 2015 年 10 月 30 日	履行完毕
2	艾德众信	展览展示	4,435,000	至 2014 年 11 月 28 日	履行完毕
3	深圳市雅昌艺术网有限公司北京销售分公司	艺术品顾问及艺术品展示	3,000,000	至 2015 年 9 月 16 日	履行完毕
4	艾德众信	展览展示	2,775,400	至 2015 年 9 月 28 日	履行完毕
5	艾德众信	展览展示	2,350,000	至 2014 年 9 月 4 日	履行完毕
6	艾德众信	展览展示	2,270,000	至 2015 年 5 月 21 日	履行完毕
7	北京彼普展览有限公司	舞美制作服务	2,200,000	至 2015 年 11 月 3 日	履行完毕
8	上海红坊文化发展有限公司	场地租赁	1,650,000	至 2015 年 9 月 18 日	履行完毕
9	敬天广告	展览工程搭建	1,600,000	至 2014 年 10 月 23 日	履行完毕
10	艾德众信	展览展示	1,535,000	至 2015 年 4 月 20 日	履行完毕

3、授信额度情况

报告期内，公司授信额度情况如下：

序号	合同名称	申请人	授信额度（元）	授信期限
1	上海农商银行最高额融资合同	上海艾德韦宣商务咨询有限公司	25,000,000.00	2015/07/30-2018/07/30

4、借款合同及担保情况

报告期内，公司有一笔银行借款，截至本转让说明书签署日，该笔借款已偿还完毕。

公司报告期内不存在对外担保情况。

序号	合同名称	贷款方	贷款金额（元）	贷款期限
1	上海农商银行借款合同	上海艾德韦宣商务咨询有限公司	10,703,002.17	2015/07/30-2016/07/29

五、公司所处行业基本情况

（一）公司所处行业分类情况

公司提供的跨媒体平台的整合营销传播服务属于公共关系及广告行业的范畴。按照国家统计局发布的《国民经济行业分类（2011）》，公司所处公共关系及广告行业均属于“L 租赁和商务服务业”—“L72 商务服务业”；按照证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司所处公共关系及广告行业均属于“L72 商务服务业”。

（二）公司所处行业管理体制和行业政策

1、公共关系行业管理体制和行业政策

（1）行业管理体制

我国公共关系行业的管理体制是在社会主义市场经济下，遵循市场化发展模式的市场调节管理机制。目前国内公共关系行业无明确的行政主管部门指导其产业发展，行业内部实行自律式管理机制，现有自律管理机构—中国公共关系协会和中国国际公共关系协会。

中国公共关系协会成立于 1987 年，由公共关系专业机构、新闻媒体、教育、科研机构、政府等有关机构和企业界人士自愿组成，经民政部核准登记成立的全国性社会团体法人。

中国国际公共关系协会成立于 1991 年，是具有社会团体法人地位的全国性涉外专业组织，2009 年 6 月 23 日获得民政部“行业协会”认证资质。该机构致力于公共关系的理论研究和实践探索，制定中国公共关系业发展战略；提高公共关系业及其从业人员的社会地位，维护公共关系从业人员的合法权益，规范公共关系业及从业人员的行为；推动中国公共关系业的职业化、规范化和国际化发展，为我国的改革开放和经济建设服务。

（2）行业主要法律法规

公共关系行业既要遵守基本的《公司法》、《知识产权法》，还要遵守行业准则。2002 年 12 月 6 日由中国国际公共关系协会通过的《中国国际公共关系协会会员行为准则》；2003 年 11 月 6 日由中国国际公共关系协会通过的《公共关系咨询业服务规范》（指导意见）；2004 年 3 月 5 日由国家级专家评审通过的《公关员国家职业标准》。

（3）行业主要政策

公共关系行业属于商务服务业，我国制定了多项促进此行业发展的产业政策。

序号	主要政策	主要内容	发布年份 (年)
1	《关于加快发展服务业的若干政策措施的实施意见》	该意见指出“各地区、各有关部门要鼓励服务业规模化、网络化、品牌化经营，促进形成一批拥有自主知识产权和知名品牌、具有较强竞争力的服务业龙头企业”。	2008
2	《国民经济和社会发展的第十二个五年规划纲要》	要求“大力发展会计、审计、税务、工程咨询、认证认可、信用评估、经纪代理、管理咨询、市场调查等专业服务。积极发展律师、公证、司法鉴定、经济仲裁等法律服务。加快发展项目策划、并购重组、财务顾问等企业管理服务。规范发展人事代理、人才推荐、人员培训、劳务派遣等人力资源服务。促进广告、会展业健康发展”。	2011
3	《服务业发展“十二五”规划》	规划指出“鼓励商务服务业专业化、规模化、网络化发展，加大品牌培育力度，积极开拓国内外市场”	2012
4	《产业结构调整指导目录》	将商务服务行业列为鼓励类项。	2013

2、广告行业管理体制和产业政策

目前，我国广告行业实行政府监管与行业自律相结合的管理体制。

(1) 行业管理

国家工商总局是我国广告行业的主管部门，负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。其中，广告发布活动的监督管理主要包括：制定、执行、监测广告发布标准、查处已经发布广告中的违法内容等；广告经营活动的监督管理主要包括规范广告市场经营行为和行业竞争行为。除国家工商行政管理总局外，还有其他部门在规范广告行业的工作中发挥重要的行政监管作用。比如食品药品监管部门对食品、药品、医疗器械广告的监管，农业行政部门对农药、兽药广告的监管等。

(2) 行业自律、社会监督

中国广告协会成立于 1983 年 12 月 27 日，是国家工商总局的直属事业单位，属于经国家民政部登记注册的非营利性社会组织。中国广告协会由全国范围内具备一定资质条件的广告主、广告经营者、广告发布者、与广告业有关的企、事业单位、社团法人等自愿组成，是我国广告行业的自律组织，也是联系广告业的行政管理机构与广告主、广告经营者、广告发布者的桥梁。其主要职能是：在国家工商总局的指导下，按照国家有关方针、政策和法规，对行业进行指导、协调、服务、监督。2008 年 2 月 9 日，中国广告协会第五次会员代表大会审议通过了最新的《中国广告行业自律规则》。该自律规

则对广告内容、广告行为应遵循的一般原则和限制性要求作了详细规定。其主要内容包括：禁止虚假广告和误导性广告；广告内容应当尊重他人的知识产权、尊重妇女和儿童的身心健康；尊重道德传统和公序良俗；广告活动主体之间应通过公平的方式开展竞争，认真履行各项签订的广告合同，不得以商业贿赂、诋毁他人声誉和其他不正当手段达成交易；广告主和广告经营者不得以不正当的广告投放手段干扰媒体节目、栏目等内容的安排等。

除中国广告协会外，成立于1981年中国商务广告协会是另一行业自律组织，也是我国最早成立的全国性广告行业组织；成立于2005年12月中国4A协会，由中国商务广告协会发起，是在国内从事经营活动的外资及本土大型综合性广告公司共同组成的行业自律组织。

（3）行业主要法律法规

广告业法律法规体系由《中华人民共和国广告法》（1994年10月27日第八届全国人民代表大会常务委员会第十次会议通过，2015年4月24日第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议修订）、《广告管理条例》（1987年10月26日国务院发布）、行政规章以及规范性文件等四个层次构成。此外，地方政府根据国家法律法规制定适用于本地管理的地方法规和规章。《中华人民共和国广告法》和《广告管理条例》作为国家法律和行政法规是制定所有广告法规和规章的基础。其他由国家和地方工商行政管理部门颁布的各项管理办法、标准或规定，都是广告管理行政法规在实践中的调整与应用，具有指导性或参照性的意义。

（4）行业主要产业政策

国家鼓励广告业的发展，并出台了相应的政策加以支持：

序号	主要政策	主要内容	发布年份 (年)
1	《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》	提出发展广告业等9个重点文化产业，并要求“发挥各类媒体的作用，积极促进广告业的健康发展，努力扩大广告业规模，提高媒体广告的公信力，广告营业额有较快增长”，中国广告业全面向创意文化产业升级。	2006
2	《关于促进广告业发展的指导意见》	提出广告业是现代服务业的重要组成部分，是创意经济中的重要产业，同时提出要促进广告产业向专业化、规模化发展，培育具有国际竞争力的广告企业。	2008

3	《文化产业振兴规划》	提出“加快发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等重点文化产4业”	2009
4	《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》	提出“推进文化产业结构调整,发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业”	2012
5	《“十二五”时期文化产业倍增计划》	提出了“十二五”期间文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于20%,2015年比2010年至少翻一番,实现倍增的奋斗目标。	2012
6	《广告产业发展“十二五”规划》	该规划明确表示,政府将加大各项财税政策对广告行业的扶持力度;在市场准入方面进行规范。同时,将会对行业结构进行优化,推动广告业自主创新,进一步完善广告市场的法制和监管体系	2012
7	《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》	该意见指出,要推动传统媒体和新兴媒体融合发展,着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体,建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团,形成立体多样、融合发展的现代传播体系	2014

(三) 公司所处行业发展状况

1、公共关系行业发展概况

上世纪80年代初,部分外商独资企业和合资企业在内部设立了公共关系部,开始为公司提供相关的公共关系服务,形成国内公共关系行业的雏形。80年代初期,党的十一届三中全会的召开标志着中国的改革开放政策的确立,企业的积极性开始被调动起来。中宣部发出了《关于报刊、广播、电视台刊播外国商品广告的通知》,中国市场上开始有了明确的竞争,企业经营的积极性和灵活性被激发,企业经营观念开始转变,市场意识增强,中国的市场由卖方市场向买方市场转变。

1987年,中国公共关系协会成立。

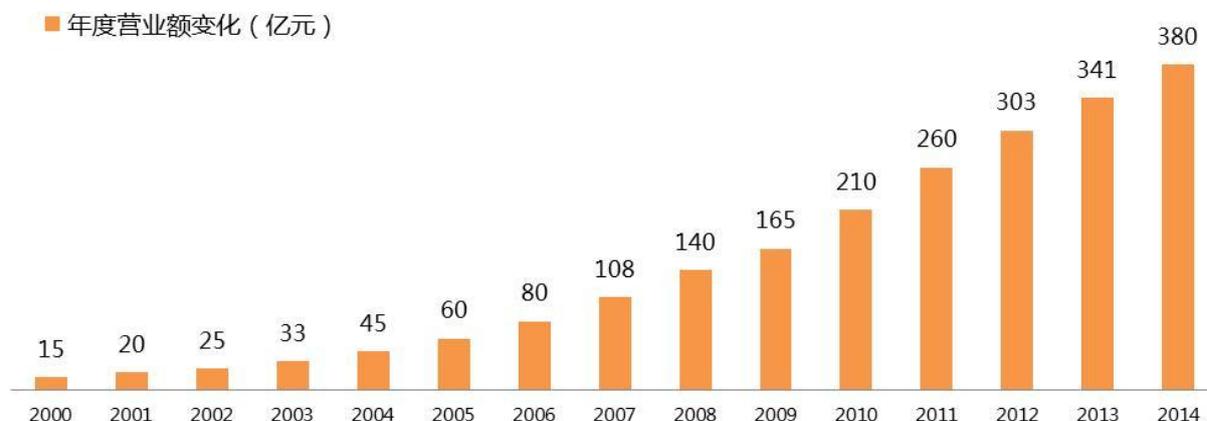
20世纪80年代中期至90年代中期,企业初步有了品牌意识,并有意识地通过公关、广告等活动树立品牌形象。企业开始注重研究市场,适应市场需求。

1991年,中国国际公共关系协会成立,随着行业自律组织的建立,公共关系行业的服务质量标准逐渐统一,从业人员的职业等级、职业特征、职业培训及职业道德逐渐形成一套科学的体系,从业人员行为不断规范。

2000年以来,中国公关服务市场得到了蓬勃发展,市场规模不断扩大,公共关系服务公司的营业规模和公司数量逐年递增。根据中国国际公共关系协会的调查估算,2014年整个市场的年营业规模达到约380亿元,2000年-2014年复合增长率为25.97%。

2000年-2014年中国公共关系服务市场发展状况如下图所示：

2000-2014年中国公共关系服务市场规模



数据来源：中国公共关系业2014年度调查报告，中国国际公共关系协会

《中国公共关系业 2014 年度行业调查报告》指出，随着新媒体时代的来临，公共关系业务正在发生结构性变化。传统公关形态业务增速放缓，而新兴公关业务（诸如数字化传播、新媒体营销等）出现了迅猛发展的势头。总体而言，作为新兴产业的公共关系行业，行业的成长速度仍然要高于整体经济发展的增速。

根据中国国际公共关系协会调查估算，2014 年度中国公共关系服务市场的前五位为汽车、快速消费品、医疗保健、通讯、互联网，市场份额分别为 26.9%、14.1%、10.0%、7.7%、5.4%；其中汽车行业市场份额迅速增长，占据整个行业市场份额超过 1/4；除此之外，其他服务范围越来越广，且业务分布较为均衡。

2、广告行业发展概况

改革开放至今，中国广告业历经了以下四个阶段：

（1）第一阶段：广告行业起步（1979-1981 年）

1979 年改革开放以后是我国广告行业的崭新开端，该阶段广告行业缺少立法整顿，属无序发展阶段；同时，由于正处于发展初期，广告服务供应商少，媒体享有垄断性地位。

（2）第二阶段：广告行业初级发展（1982-1992 年）

1982 年《广告管理暂行条例》经国务院批准并逐步实施，使得广告行业开始有法可依。截至 1982 年，全国共有广告经营、兼营单位 1,623 家，广告从业人员 1.8 万人，

广告营业额累计达到 1.5 亿元人民币。由于该阶段我国产品市场发展不成熟，大多数产品仍处于供不应求的阶段，因此广告主对广告公司的业务要求也非常简单，仅限于拍摄影视、制作平面、发布媒体等宣传性工作。

（3）第三阶段：广告行业加快发展（1993-1997 年）

1992 年以后，随着改革开放的加速，全国掀起了“兴办广告热”的浪潮，在“深化改革、扩大开放、转变思想”的经营理念推进下，多元化广告经营服务体系初见端倪。1993 年起，专业广告公司业务品种日渐丰富，从广告代理开始涉足创意制作、媒介策划等多方面，主旋律地位和枢纽作用初现。随着，1994 年《关于加快广告业发展规划纲要》的提出，1995 年《中华人民共和国广告法》的正式实施，广告行业得到进一步规范和促进。

（4）第四阶段：广告行业高速持续发展（1998-至今）

得益于国民经济发展的提速，广告行业加速发展，行业经营环境不断优化，成为中国经济最耀眼的亮点之一。

随着国内经济迅速发展，广告营业额不断增长，2012 年中国广告营业额突破 4,000 亿元，占 GDP 比例达到 0.9%。据全球权威传播机构 Zenith Optimedia 统计与预测，2014 年全球 GDP 和广告支出的增长率为 6.7%和 5.1%，2015 年分别达 7.0%和 5.9%；2015 年全球广告市场规模将超过 5,000 亿美元，其中增长最快的为美国和中国广告市场，约占未来增长额的 50%左右。

同时，根据工商总局、国家发改委发布的《关于促进广告业发展的指导意见》提出：“到 2015 年，广告业营业额相对 GDP 比重力争达到 1.5%”的发展目标，2015 年国内广告业营业额将达到 6,098.47 亿元，按此比例测算，未来国内广告市场需求巨大。

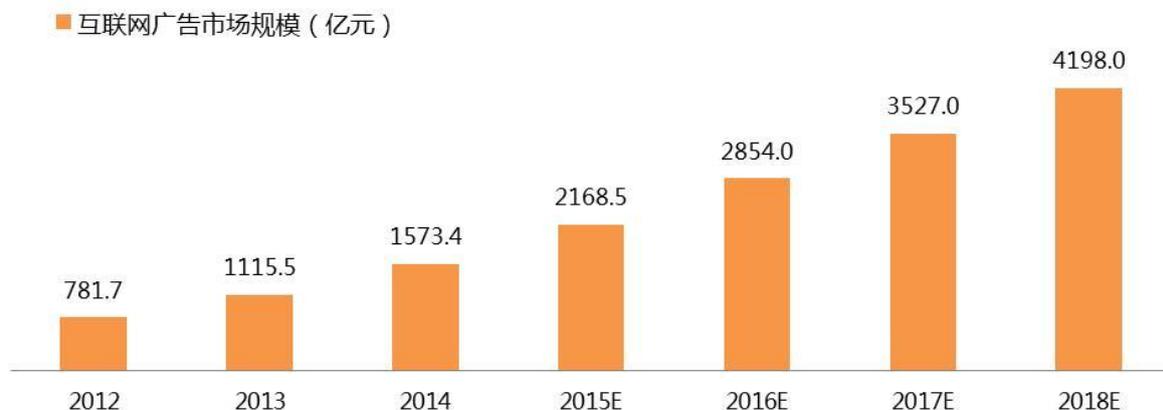
3、数字广告，即互联网广告业务发展迅速

（1）互联网广告营销市场保持较高增长

2014 年，全球互联网广告市场规模约 5,150 亿美元，较 2013 年的 4,850 亿美元增长 6%，预计未来几年仍保持平稳增长态势。2014 年，中国互联网广告市场规模达到 1,573.4 亿元，同比增长 41.0%，预计在短期内仍将保持两位数的增长率。中国作为新兴市场的代表，随着经济的发展和网络用户的增加，互联网广告市场规模将逐步扩大，增

速将明显高于全球互联网广告市场。

2012-2018年中国互联网广告市场规模及预测



来源：艾瑞咨询

在目前市场预期下，2015 年中国互联网广告市场规模或将超过两千亿元，未来三年互联网广告产业仍会保持较高的增长水平，并在更长的一段时期里保持成熟发展。

(2) 中国智能手机普及率低，移动互联网领域仍有很大发展空间

智能手机作为用户接入移动互联网的核心设备，其普及程度将反应移动互联网的发展速度及普及程度。据市场研究公司 eMarketer 数据显示，2014 年中国智能手机用户仅 5.2 亿，普及率为 38.3%；到 2018 年中国将新增 1.77 亿智能手机用户，普及率将达到 51.1%，保持较高的普及率增长速度。与此相比，2018 年美国智能手机普及率将达到 82.1%。由此可见，2018 年中国智能手机普及率仍将远低于美国，届时中国智能手机普及率仍将保持较高的增速。

(3) 中国用户移动设备平均使用时长仍有很大发展空间

根据 eMarketer 报告显示，2015 年中国用户移动设备平均使用时长为 2 小时零 1 分；同年，美国用户移动设备平均使用时长已经达到 2 小时 54 分钟，占有媒体使用时长约 25%，中国移动互联网发展空间较大。但与之相比，美国移动互联网广告在整体广告预算占比很低，仅达到 8%。由此可见，移动互联网广告的发展均相对滞后于移动互联网及智能手机的发展。如果 2018/2019 年之后移动互联网仍能保持较高增长，则移动互联网广告必将拥有更大的发展空间。

一般来说，广告花费与消费者媒介消费时间呈正比，然而新媒介出现时，存在广告

花费的上升明显滞后于消费者媒介消费时间上升的情况，即“数字营销鸿沟”（即广告花费占比和媒介消费时间占比的差异）。德勤《2025 大趋势—中国营销传播市场白皮书》，在美国数字媒介占了 41%的媒介消费时间的时点，但数字广告花费在总广告花费中的占比仅为 26%。美国数字媒介广告花费不及时间花费，原因有二：一是传统媒介广告的价格远高于数字媒介广告的价格，二是广告主投放的习惯滞后于消费者行为的习惯。

对比美国，中国的数字营销鸿沟较美国更大，2013 年中国的“数字营销鸿沟”为 17%，而美国为 14%。从时间上看来，中国数字媒介广告花费的比例落后数字媒介消费时间约 5 年左右。中美市场的经验表明，企业营销支出变化的时间落后消费者行为变化 5 年，这意味着当前企业营销需求的变化将在未来 5 年左右转变成“真金白银”。

（4）未来 10 年移动广告预算将保持高速增长

数字广告与传统广告相比，有广告的受众面更广、宣传效果更优良以及信息获取更实时等特点，随着移动互联网的发展，移动广告预算将迎来爆发式增长。根据德勤《2025 大趋势—中国营销传播市场白皮书》，整个中国营销传播行业将从 2013 年的 4,641 亿元，增长到 2025 年的 11,116 亿元；而 2013 年手机和移动互联网广告市场份额仅为 3.3%，预计到 2025 年这一数字将达到 18.4%。这意味着中国移动互联网广告市场将从 2013 年的 155.2 亿，增长 13 倍，到 2025 年达到 2,045 亿。

4、跨媒体整合营销传播理念的兴起

“跨媒体”的概念最早在 2003 年由南加州大学传媒学教授亨利·詹金斯（Henry Jenkins）提出，并将这种营销传播的方式从多媒介平台的使用上升为一种故事创作的手法。它最初被应用于娱乐文化产业，但其宗旨与品牌营销不谋而合—跨媒体叙事的定义恰如其分地描述了品牌的跨媒体整合营销传播模式，从而引出跨媒体整合营销传播的理念。2008 年，跨媒体的概念在日本、美国被沿用并引伸至整合营销传播，形成了跨媒体整合营销在现实中应用的雏形。美国西北大学凯洛格商学院教授穆罕伯·索尼（Mohanbir Sawhney）在 2015 世界市场营销&销售论坛（World Marketing & Sales Forum）上具体地阐述了跨媒体整合营销传播的概念，使跨媒体整合营销传播在整个营销传播相关行业中受到高度关注。所谓跨媒体整合营销传播是指信息在不同媒体之间的流布与互动，它至少包含两层含义：其一是指相互信息在不同媒体之间的交叉传播与整合；其二是指媒体之间的合作、共生、互动与协调。中国人民大学喻国明教授表示：“传

统媒体最大的问题是内容的一次性采集，一次性制作，一次性的消费、使用。实际上对于内容资源是巨大的价值浪费，创作营销方式不仅从多次使用的角度来形成突破，同时还化解了传统媒体与新媒体之间的矛盾，形成了新的生存价值与营销价值。”

概括而言，跨媒体是一种媒介融合的文化转型：不同媒体各擅胜场，互为驰援；消费者自由流动，无远弗届。传统整合营销传播与跨媒体整合营销传播的不同之处在于前者是几项营销活动的叠加，不能保证带来连锁效应，而后者是藉由良好的规划，事前的精密布局和对媒体了如指掌的经验，预料后续路径并产生连锁发酵。

5、文化创意产业发展

文化创意产业（Cultural and Creative Industries），是一种在经济全球化背景下产生的以创造力为核心的新兴产业，强调一种主体文化或文化因素依靠个人（团队）通过技术、创意和产业化的方式开发、营销知识产权的行业。文化创意产业主要包括广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术、工艺与设计、雕塑、环境艺术、广告装潢、服装设计、软件和计算机服务等方面的创意群体。《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》明确提出了国家发展文化创意产业的主要任务，全国各大城市也都推出相关政策支持和推动文化创意产业的发展。

自 2012 年起，文化创意产业正以其不可抗拒的态势和速度影响着中国经济的发展，在全国宏观经济增速有所放缓的情况下，文化创意产业依然高速发展，保持了大约 20% 的增速，增加值预计达到 1.6 万亿元。2012 年，国家“十二五”计划中出台大量文化创意产业扶持政策，《国家“十二五”时期文化发展改革规划纲要》、《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》、《关于加快出版传媒集团改革发展的指导意见》、《文化部“十二五”时期文化发展改革规划纲要》《文化部关于鼓励和引导民间资本进入文化领域的实施意见》等政策使文化创意产业有了源源不断的发展动力。这个 13 年前还未取得“合法身份”的产业，今天却以占据 GDP3.14% 的全新姿态示人，成为国民经济发展中极为重要的一部分。

这一行业的发展目标是，到 2020 年，文化创意和设计服务的先导产业作用更加强化。文化创意和设计服务增加值占文化产业增加值的比重将明显提高。

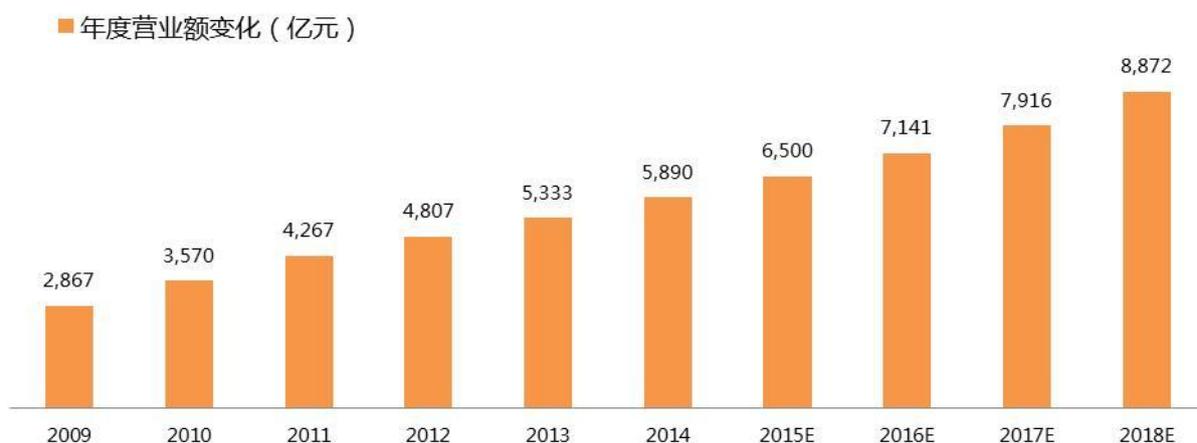
（三）公司所处行业规模

1、中国整合营销服务行业市场规模

公司提供品牌推广和品牌公关等整合营销服务属于公共关系及广告行业的范畴，2014年中国广告行业及公共关系行业市场规模分别达到5,509.80亿元和380亿元。

根据《2015-2020年中国广告服务行业市场分析与投资战略规划报告》、《中国公共关系业2014年度调查报告》和《2015-2020年中国财经公关行业市场竞争态势及市场盈利空间预测报告》，中国在公共关系及广告方面的营销开支从2009年的2,867亿元增至2014年的5,890亿元，复合年增长率为15.49%。2009年，全球金融危机滞碍了销售额，各品牌亦收紧营销预算，中国的营销开支增长而有所放缓。然而，2011年后，随着经济复苏，品牌的信心回升，营销开支得以反弹。主要受数字媒体广告急增的带动，预计中国2015年至2018年的营销开支将按复合年增长率10.78%保持增长。

2007-2016年中国营销开支趋势及预测

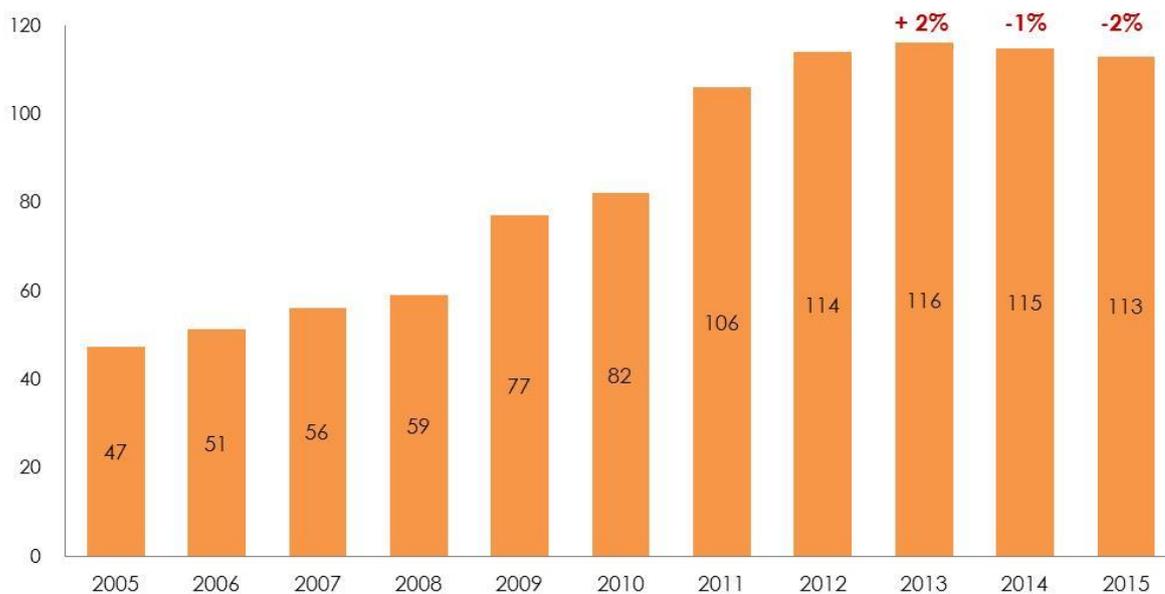


数据来源：《2015-2020年中国广告服务行业市场分析与投资战略规划报告》，《中国公共关系业2014年度调查报告》

2、奢侈品行业的市场规模

公司主要服务于顶级及中高端品牌的跨媒体平台的整合营销传播服务，过往客户多为奢侈品牌。根据贝恩咨询《2014年中国奢侈品市场研究报告》，由于出境旅游购物热度持续上升和人民币汇率优势，大陆本地礼品类产品的销量显著下降，大陆本土奢侈品销量有所下滑，但大陆游客境外奢侈品消费却逐年攀升，为全球奢侈品消费支出最高并增长最快的国家。

单位:十亿元

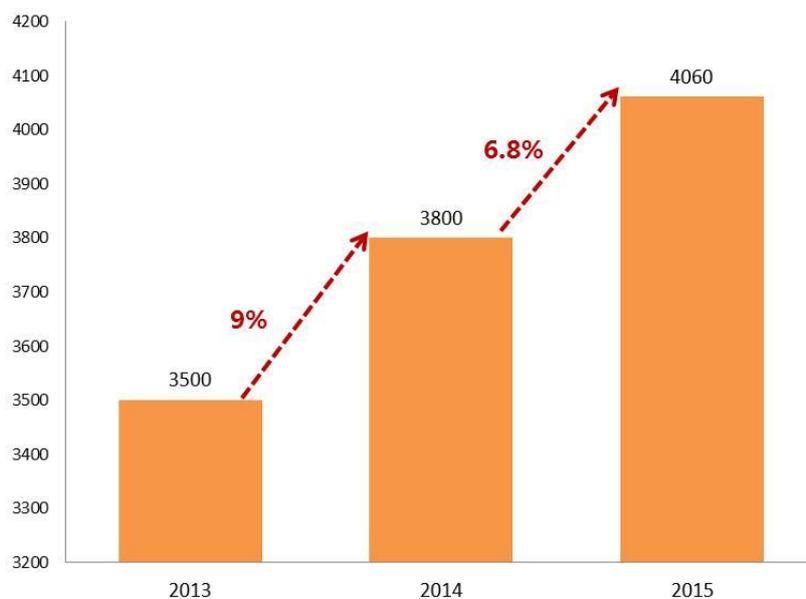


2005-2015年中国奢侈品市场国内消费趋势

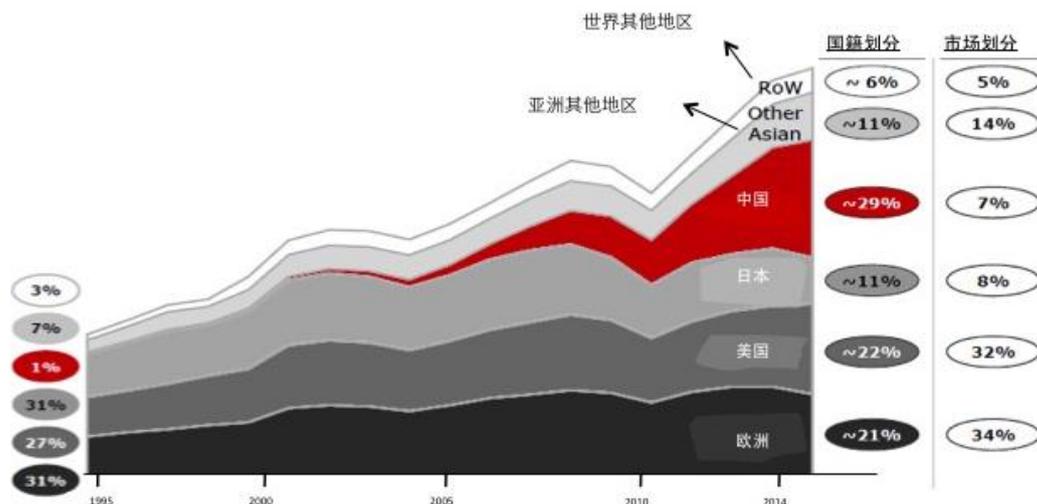
资料来源: 贝恩咨询《2015年中国奢侈品市场研究报告》

2015年,中国消费者全球奢侈品消费总额达到4,050亿元,较2014年增长6.8%,占全球奢侈品消费总额的31%,使中国成为全球奢侈品消费支出总额最高的国家,超过美国和欧洲。

单位:亿元



2013-2015年中国消费者全球奢侈品消费总额



奢侈品市场按消费者国籍划分（1995-2014）

资料来源：贝恩咨询 2014、2015 年《中国奢侈品市场研究报告》

3、高端汽车行业的市场规模

除高端消费品及奢侈品牌，公司客户主要为中高端汽车品牌，如奔驰、奥迪、宝马、玛莎拉蒂、法拉利等。受益于中国汽车市场的蓬勃高速成长，汽车厂商用于营销的开支逐年增大，公司业务规模亦得到快速扩大。

（1）汽车产销量持续增长，中国已成为全球第一大乘用车市场

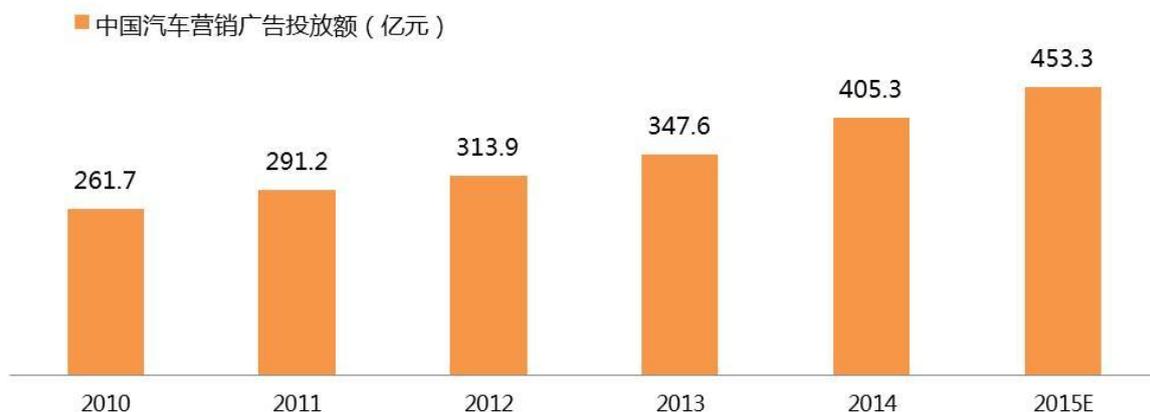
2000 年以来，中国汽车市场始终保持高速发展，年产量由 2000 年的 207 万辆增长至 2014 年的 2,372 万辆，销量由 209 万辆增长至 2,349 万辆，年复合增长率分别为 19.03% 和 18.86%。自 2009 年开始，中国已经超过美国成为全球第一大乘用车市场。

（2）中国乘用车销量提升带动营销开支将继续高速增长

2007 年至今，中国乘用车市场同样发展迅速，年产量由 2007 年的 638 万辆增长至 2015 年的 2,108 万辆，销量由 630 万辆增长至 2,115 万辆，年复合增长率分别为 16.11% 和 16.34%。

中国汽车广告营销开支总额从 2010 年的 261.7 亿元增至 2014 年的 405.3 亿元。艾瑞咨询估计，预期中国汽车广告营销开支在 2015 年将达到 453.3 亿元，具体如下图所示：

2010-2015年中国汽车广告营销市场投放规模走势



数据来源：艾瑞咨询

(3) 中国中高端车市场将保持持续增长

根据中国汽车工业协会 2014 年《全年汽车工业报告》和麦肯锡 2013 年《备战 2020 中国汽车市场》，2014 年，中国乘用车销售约 1970 万辆，其中名车销售约占 9%，为 178 万辆，销售额约为 9,330 亿人民币；2016 年，中国乘用车销售预估可达 2085 万辆（比 2014 年增长 5.8%），约有 10% 为中高端车（208 万辆），保守估计的销售额为 1.15 万亿人民币；2020 年，中国乘用车销售预估可达 2200 万辆（比 2014 年增长 12%），约有 10% 为中高端车（220 万辆），保守估计的销售额为 1.21 万亿人民币。其中，中高端车参照品牌如下：奥迪、宝马、奔驰、捷豹/路虎、雷克萨斯、沃尔沃、凯迪拉克、保时捷、英菲尼迪和 DS。

4、文化娱乐产业的市场规模

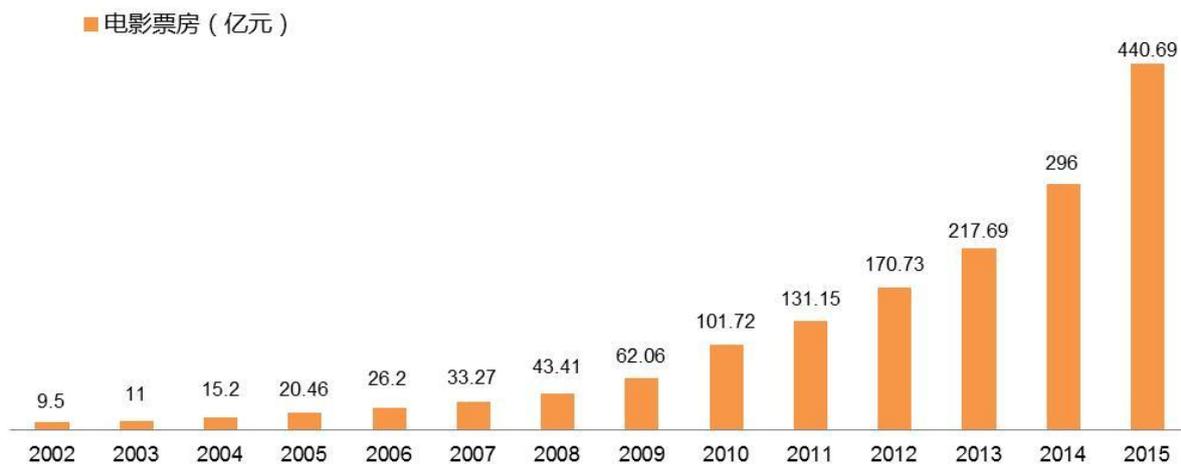
文化产业的重要性已上升到国家战略层面。《十三五规划建议》指出，到 2020 年要让“文化产业成为国民经济支柱性产业”。

北京大学文化产业研究院副院长陈少峰表示，消费潜力、政策助推、互联网迅猛发展、国内外市场需求等都为我国文娱产业的发展营造了积极氛围。

近年来，得益于国民经济的持续快速增长以及国家对于文化产业的支持，整个电影文化与产业环境持续改善。作为文化娱乐市场重要组成部分的电影市场已连续多年实现电影票房的快速增长，同时，吸引了各类社会资本（国有、民营、外资）积极进军电影业，从而进一步推动了电影业的良性快速发展。

国家广电总局统计数据显示，中国电影院线制改革十多年以来，城市票房以年均40%以上的速度增长，与改革之初的2002年相比，全国城市电影票房增长了将近43倍。2015年，全国电影票房收入440.69亿元，相比于2014年的296亿元，增长率达48.88%。在全球电影增长停滞和放缓的背景下，中国电影的增长速度令世界震惊。

2002-2015年中国电影票房状况



而对于整个行业来说，根据德勤会计师事务所2016年所发布的《中国文化产业前瞻》报告中所示，文化产业2015年总体规模将达到4500亿元，在2020年更有望达到一万亿元。在万亿级市场规模的驱动下，文娱产业将进入快速发展期。

(四) 行业进入壁垒

1、人才壁垒

公共关系及广告行业属于现代服务行业，服务水平和质量取决于从业人员的创意及设计理念等专业素质和服务能力，同时，随着客户需求的提高、客户规模的扩大和新型广告形态的推出，行业内企业需要具备越来越强的技术能力，特别是互联网时代，提供互联网营销服务需要掌握多项专业技术，涉及网络通讯、软件工程、数据处理、信息构架、信息安全等多个技术领域，这些都需要相关技术人员的长期积累，因此，行业新进入者在短期内面临着较高的专业人员壁垒。

对于顶级及高端品牌整合营销传播来说，从业人员除了需要具备以上公共关系及广告行业专业素养，同时需要对奢侈品、高端消费品和中高端汽车等行业具有一定的理解。

2、品牌和客户资源壁垒

整合营销传播公司需要通过长期的优质服务才能逐步建立起稳定、忠诚的客户资源。客户对整合营销传播公司的熟悉程度、以及对服务和品牌管理战略的延续性需要，使其对原有服务商容易形成依赖。新的行业进入者很难在短期内培养出稳定的客户资源。同时，新的企业客户在选择整合营销传播服务供应商的过程中，通常会选择行业内大量历史业绩案例和已经成功为众多知名品牌提供服务的企业，构成了一定的进入壁垒。

品牌能提升企业产品和服务的附加值，在激烈的竞争中增加自身的竞争力，同时，也能吸引更多优秀人才的加盟。一个品牌的形成需要时间的磨砺，需要企业在市场上保持优秀的表现、拥有良好的口碑以及较多成功的案例。

拥有稳定和足够数量的客户资源是整合营销传播公司做大做强的基础。客户资源的积累依赖于公司服务的质量、持续服务的能力以及信誉度等，需要长时间的积累。

3、行业经验积累壁垒

顶级及高端品牌的整合营销传播诉求，具有将整合营销传播服务于奢侈品、高端消费品和中高端汽车行业的交融性特点。不仅需要在公共关系和广告行业方面具备长期的技术积累与沉淀，还需要对提供服务的相关行业有较为深入的了解。奢侈品、高端消费品和中高端企业行业品牌广告主对传播创意、展现形式、执行效率、项目经验、全案把控能力等各个方面要求相当高，对整合营销传播服务提供商的品牌行业积累提出了很高的要求。

4、资金壁垒

公共关系及广告行业是一个资金密集型行业，服务商需要垫付款项，大型活动的招投标也对资金周转要求较高。此外，公共关系及广告行业是一个知识密集型行业，需要对人才培养、媒体资源购买和企业运营信息化等方面进行持续的投入以构筑长期的竞争力，这也需要公司投入大量的资金。

（五）影响行业发展的因素

1、影响行业发展的有利因素

随着营销市场支出的不断扩大、企业营销外包程度的不断深化，企业对专业化的营

销服务的需求不断加深，我国整合营销服务行业面临着较好的发展前景。

（1）国民经济和消费持续增长带动公共关系及广告行业发展

公共关系及广告行业是提升品牌影响力、加速民族品牌国际化进程的重要手段，是带动相关产业发展、提高资源配置效率、促进产业结构升级、建设现代产业体系的有效途径。

公共关系及广告行业市场规模往往伴随着国民经济和消费能力的增长而扩大。近些年，在国际经济不景气的大环境下，作为拉动我国经济增长重要支点的出口业务受到了一定影响，业务增长速度有所减缓。但在政府稳定经济增长的政策引导下，扩大投资、拉动内需等一系列措施的实施能够保障我国经济体系的持续健康运行，有利于公共关系及广告行业行业的不断发展。GDP 的稳定增长与我国社会消费品零售总额的不断扩大，将促使我国营销市场支出随之增长。居民收入的快速稳定增长，将提高居民的购买能力从而直接拉动企业对营销服务的市场需求。

（2）企业品牌意识提升促进整合营销服务行业发展

改革开放 30 多年来，随着市场经济的发展和国际贸易的增长，我国已经成为世界的“制造工厂”，但是我国企业目前自有知名品牌较少，企业发展严重缺乏品牌含量的支撑，产品附加值低，后劲不足。随着“品牌时代”的到来，“品牌为王”的意识深入人心，特别是大型企业对品牌建设方面的需求愈加强烈。另外，经济全球化的发展趋势，使得外资企业在开辟我国市场的过程中，迫切需要以品牌推广作为市场开拓的排头兵，来扩大自身品牌的影响度，提升市场占有率。

面对全球化带来的冲击，广告主的品牌意识在不断增强，大多数企业不再满足于仅仅是销售产品，而更侧重于向消费者传递企业文化和精神内涵，并主动影响消费者的行为。

（3）国家战略政策促进公共关系及广告行业发展

知识密集、技术密集、人才密集的营销服务业是现代服务业的重要组成部分，在服务生产、引导消费、推动经济增长等方面发挥着十分重要的作用，其发展水平直接反映了一个国家或地区的市场经济发育程度和综合经济实力。为了引导营销服务业健康良好的发展，国家有关部门制定了一系列的产业政策予以支持。

《国务院关于加快发展服务业的若干意见》指出大力发展面向生产的服务业，促进现代制造业与服务行业有机融合、互动发展。《服务业发展“十二五”规划》，指出“鼓励商务服务业专业化、规模化、网络化发展，加大品牌培育力度，积极开拓国内外市场”。

《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》指出“规范提升商务服务业，促进广告、会展业健康发展。”

2012年5月29日，工商总局发布了《广告产业发展十二五规划》。该规划明确表示，政府将加大各项财税政策对广告行业的扶持力度；在市场准入方面进行规范。同时，将会对行业结构进行优化，推动广告业自主创新，进一步完善广告市场的法制和监管体系。《规划》围绕贯彻落实国家“十二五”规划纲要以及促进服务业和文化产业发展的有关规定，提出广告业要提高专业化、集约化、国际化水平，推动行业健康、全面、协调、可持续发展。同时，阐述了当前我国广告业的产业地位与发展现状，明确了“十二五”期间广告业发展的目标、任务以及相应政策措施，并对《规划》实施的组织领导工作提出要求。《规划》提出各地政府应高度重视广告业在经济社会发展中的重要作用，切实加强促进广告业发展工作的组织领导，结合实际制定本地广告业发展规划或者落实《规划》的实施意见，并提出本地广告业“十二五”期间发展目标、发展重点和政策措施，把规划落到实处。

2、影响行业发展的不利因素

（1）整合营销传播行业的认知度相对较低

整合营销传播服务行业属于新兴的现代服务业，在我国的发展时间较短，行业的认知度相对较低，企业的整合营销、营销外包意识较为薄弱。虽然近年来企业营销开支不断增加，但目前营销开支市场客户主要为跨国企业和部分知名的国内企业；从全国来看，整合营销传播服务主要在经济发达区域得到重视和发展。

此外，目前国内大多数公司对品牌营销服务的认识仍旧处于朦胧的感性认知状态，认知程度较低。在品牌建设方面一般倾向于效用立竿见影的广告，而由于品牌营销服务对客户服务的效果无法短期量化，导致品牌营销服务无法满足部分客户重视短期回报的偏好，从而影响整合营销传播行业在国内市场的推广和发展。

（2）营销服务机构服务手段单一，资本实力较弱

我国营销服务业发展历史较短，行业内从业企业平均规模较小，多数企业服务产品

单一，能够跨区域地为客户提供“一站式”的从营销策略、创意策划到执行管理的整合营销传播服务企业较少。此外，企业的资本实力普遍较弱，缺乏核心竞争力，具有国际竞争力的营销服务机构不多。近几年，行业内的部分企业不断做大做强，但从整个行业而言，其规模 and 专业化程度仍偏低，因此我国营销服务行业的整合势在必行。

（3）整合营销传播服务业专业人才短缺

整合营销传播服务机构从业人员的素质和能力直接影响着整合营销传播服务行业的整体发展水平。由于市场营销的理论和实践在我国开展的较晚，我国市场营销教育方面较为落后，同时由于行业内优秀人才流动性较高和内部培训不足等原因造成我国整合营销传播服务业高端专业化人才较为缺乏。目前人力资源的紧缺已成为制约整合营销传播服务机构做大做强的瓶颈。

（六）发行人所处行业的上下游行业发展状况

公司从事跨媒体平台的整合营销传播服务，处于公共关系和广告行业。



1、上游行业

本行业的上游为各个相关领域的非定制产品或服务供应商。主要包括搭建、场地、安保、礼仪、车辆租赁、视频制作、音频制作、技术支持、灯光音响等。由于上述各项非定制化的产品和服务多数有小型手工作坊提供，整体行业集中度较低；但是由于艾德韦宣主要致力于服务顶级和中高端品牌广告主，顶级和中高端品牌广告主对服务质量和活动体验要求很高，上述各项非定制化产品和服务的品质会极大的影响品牌广告主的感受，因此行业内符合艾德韦宣标准的供应商并不多，集中度较高。

2、下游行业

本行业的下游为顶级及中高端品牌广告主。广告主主要涵盖奢侈品、高端消费品和中高端汽车品牌，其对广告发布和自身品牌建设的需求决定了整合营销传播公司的业务量，广告主持续的品牌推广需求促进了整合营销传播公司的发展。随着我国产业结构的升级，国内品牌广告主亦将不断增加对自身品牌塑造的投入，将推动整个广告产业的迅速发展。

（七）行业基本风险特征

1、受宏观经济波动影响的风险

经济发展具有周期性，消费者购买力、企业经营业绩、企业品牌传播预算入与国家经济周期具有较大的相关性。当国家经济周期处于稳定发展期，通常消费者的购买力较强，有助于提升生产企业的经营业绩，从而生产企业加大其在品牌传播中的预算投入；当国家经济增长停滞或发生衰退，消费者购买力下降，生产企业经营业绩不佳，通常减少品牌传播预算投入。因此，国家宏观经济周期变化对企业品牌传播及营销开支投入将会产生影响，从而对整合营销传播服务行业产生影响。

2、受客户所处行业分布集中的风险

随着我国现代经济的发展，国内对整合营销传播服务的需求也逐渐增加，目前汽车、快速消费品、IT 以及医疗等行业对整合营销服务的需求较为显著，整合营销服务的客户行业分布较为集中。根据中国国际公共关系协会的调查估算，2013 年度中国公共关系服务市场的前四位为汽车、快速消费品、制造业和房地产，市场份额分别为 25.0%、15.5%、7.5%和 6.9%。由于整合营销传播服务的客户所处行业比较集中，整合营销传播服务行业容易受到前述行业景气度的影响。

3、受市场竞争加剧影响的风险

我国整合营销传播服务市场化程度较高，公司数量多且规模小，竞争较激烈且呈高度分散状态。在我国，内资公司和外资公司（包括外商独资和合资）无论是客户资源还是人力资源上竞争都较为激烈，未来细分行业存在受市场竞争加剧影响的风险。

（八）行业发展趋势

“十二五”时期，我国广告业面临着重大发展机遇。国民经济继续保持平稳快速增长，

人民收入水平和消费能力不断提高,为公共关系及广告行业加快发展提供了良好的经济基础和市场条件。

1、企业规模与实力不断增强

近年来,我国广告经营额年增幅在 12%左右,企业规模与实力不断壮大,形成一批具有国际竞争力、年经营额在 50 亿元以上的广告传播集团,以及经营额在 10 亿元以上的大型广告传播企业和一大批专业化程度高、创新能力强的优质中小型广告公关公司。

2、自主创新能力得到提高

近年来,我国公共关系及广告行业原始创新、集成创新、引进消化吸收再创新能力明显增强,高新技术和新一代信息技术得到广泛应用,广告创意、策划、设计和制作达到或接近国际先进水平,培养了一大批国际化、创新型高端广告公关专业人才,建成若干个具有国际先进水平的整合营销传播研发创意基地,建立服务行业发展的公共服务平台。

3、数字化出现迅猛发展

自上世纪 80 年代公共关系进入中国以来,中国的整合营销传播历经了从起步到繁荣不断发展的过程,随着互联网时代的到来,传播环境的巨大变化,公共关系及广告行业正面临前所未有的变革,传统广告公关业务增速放缓,数字化传播、新媒体营销等新兴广告公关业务发展迅猛。传统广告公关利用报纸、电视台、电台等传统媒介作为渠道,但是互联网的发展彻底转变了品牌与消费者之间的沟通方式,从微博、微信等微营销模式的风靡,以及 APP 在移动客户端的应用,新技术的每一个改变都不同程度上影响着传统广告公关行业的操作习惯甚至思考模式。传统广告公关活动供应商必须紧随产业环境的变化,在业务模式、管理方式、新媒体应用等方面不断地进行创新,把互联网思维融入企业经营战略的高度,根据自身特点与资源优势打造出属于自己的核心竞争力。

4、市场竞争力进一步增强

广告公关企业经营规模化、技术高新化、服务专业化、营销品牌化取得重大进展,形成一批拥有自主知识产权和知名品牌,以及具有较强的创新能力与核心竞争力的企业,参与国内外市场竞争的能力不断提高,有更多的广告公关企业走向国际市场。

六、公司面临的主要竞争情况及战略规划

（一）行业竞争格局

公司自成立以来，专注于顶级及高端品牌的跨媒体平台的整合营销传播服务，业务覆盖体验营销、媒体公关、数字营销和娱乐营销等多个领域。公司的主要竞争对手为奥美公关、蓝色光标、伟达公关、华谊嘉信、省广股份、罗德公关及利欧股份。

企业名称	公司简介
奥美公关	奥美公关于 1980 年在美国纽约成立。1995 年开始在中国大陆设立分公司，在北京、上海、广州、成都、深圳设有办公室，专长于以下六大领域：科技、医药保健行销、企业财经、公共事务、体育营销和消费者营销，目前已成为国内最大的外资公共关系公司之一。2002 年，奥美公关收购西岸公关，这是外资公司并购内资公司的第一个案例，也是外资公共关系公司在本土化策略上迈出的第一步。
蓝色光标	蓝色光标成立于 1996 年 7 月，总部位于北京，全国设有 23 个分区办事处，现有员工近 500 人。十余年来，公司以“专业立身，卓越执行”为经营理念，为客户提供专业服务，从媒体传播和现场活动的直接效果开始，到影响目标受众的认知、观点和态度，到最终促进企业品牌形象的提升和销售的增加，帮助客户一步一步地取得竞争优势和商业成功。蓝色光标业务范围从 IT 领域发展到电信、汽车、金融、医疗、快速消费品、政府及非赢利组织，从北京、上海、广州这些中心城市发展到全国。于 2010 年在深交所挂牌上市。
腾信股份	腾信股份主营业务是为客户在互联网上提供广告和公关服务，通过分析相关数据，使得广告和公关服务的精准度更高，服务效果更好。公司的互联网广告服务业务，主要包括策略制定、媒介采购、广告投放、网站建设及创意策划、广告效果监测及优化等服务。公司的互联网公关服务业务，主要包括公关策略制定、舆情监控及社会化媒体营销等服务。
伟达公关	伟达公关成立于 1927 年，总部设于美国，是世界上最早的专业公共关系公司，在 41 个国家拥有 71 个办事处。伟达公关曾与国际奥委会有过 6 年的合作。1997 年，伟达公关协助雅典成功申办 2004 年奥运会，北京 2008 年奥运会的传播顾问，协助伦敦成功申办 2012 年奥运会。1984 年，伟达公关进入中国市场，在北京、上海和广州设有办事处。
华谊嘉信	华谊嘉信是本土最大的线下营销服务供应商，也是业内少数具有整合营销传播服务能力的领军企业，主要服务产品包括终端营销服务、活动营销服务和其他营销服务（互联网营销、促销品营销等），公司可以为客户提供从营销策略、创意策划到执行管理的“一站式”营销服务，帮助客户提升品牌形象、提高产品销量，最大程度地为客户创造价值。于 2010 年在深交所挂牌上市。
省广股份	省广股份成立于 1979 年，是我国最早一批成立的广告公司，也是目前我国本土最大的综合性广告公司之一，被业内誉为中国广告业的扛旗者。作为中国 4A 协会副理事长单位、中国广告协会理事单位、国家一级广告企业，连续十年获得“守合同重信用企业”称号。2008 年 2 月，被评定为“广东省文化产业示范基地”，2008 年 9 月，被文化部命名为“国家文化产业示范基地”。并于 2010 年 5 月 6 日在深交所挂牌上市，成为“中国广告第一股”。

罗德公关	罗德公共关系顾问有限公司是世界上最大的独立公关公司之一，成立于1948年，在芝加哥、洛杉矶、纽约、洛杉矶、华盛顿、北京、香港、上海、广州、新加坡、伦敦、巴黎和耶路撒冷都设有分部。
------	---

（二）公司在行业中的竞争地位

1、公司行业地位概况

艾德韦宣属于业内少数能够向顶级及高端品牌提供跨媒体整合营销高品质服务的公司之一。

2、公司竞争优势

随着跨媒体整合营销概念的兴起，客户在选择服务供应商时，极力寻找的是公司所提供服务的执行力，其方案的创意，团队的经验，以及多维度、深层次的资源整合能力。艾德韦宣股份有限公司在执行力、方案创意、团队经验上优势十分突出，核心竞争力相当显著，公司的卓越执行力、优良服务品质及丰富行业经验赢得了众多客户的认可。核心竞争优势主要表现在以下几个方面：

（1）完整的跨媒体整合市场营销解决方案

市场营销解决方案的重点在于能长期有效的吸引目标客户群。作为行业的龙头企业，艾德韦宣股份有限公司所带给客户的是一整套符合客户诉求的市场营销解决方案。不同行业的高端品牌在选择艾德韦宣时，选择的是公司根据长期经验，针对不同受众所提供的跨媒体整合营销解决方案。

跨媒体平台的纵深感可以给企业带来多维度立体式的营销策略，作为一家跨媒体整合营销传播方案提供商，艾德韦宣通过体验营销、媒体公关、数字营销以及娱乐营销的跨媒体整合平台来实现客户企业线上及线下的品牌价值传播。公司致力于在协助客户解决中国市场营销问题方面为客户着想，根据客户的目标受众制定最合适且最有效的项目方案，同时也运用跨媒体平台为客户竭力创造新的品牌价值，提高每一套跨媒体整合营销方案的附加值。

（2）尖端创意及国际级多元化理念

优秀的营销策略、创意策划能力是高端营销服务的核心和灵魂，是客户选择专业营销服务机构的重要标准之一。依托优秀的策略创意人员、独特的策略创意工具、丰富的数据资源和外部专家支持，公司具有优秀的策略创意能力源于：

①多元化的创意策划能力

目前，公司拥有近 80 人的优秀创意团队，占公司总人数的 35% 左右，专职负责不同项目的创意策划工作。如此庞大的创意团队，在业内属于行业前列。团队的创意人员拥有多年的行业经验，且公司在录用创意人员时着重关注不同的专业背景及不同国籍，多元化的文化碰撞带来领跑行业的创意理念。

②科学创新的管理之道

模块化的专业分工，精细的职能安排，以及规范化的工作流程是支持公司在跨媒体整合营销行业成为领头企业的重要因素。

在科学创新管理的同时，公司也注重不同领域的人员培训。公司长期组织定期的国际间合作伙伴人员交流，旨在引领员工通过感受不同的创意环境以学习不同平台的创意理念及相关的行业知识。并且，公司开展内部员工定期培训计划，以帮助相关人员获得更多的前沿讯息及灵感。

(3) 丰富的行业经验

公司业务团队自成立至今一直从事跨媒体整合营销传播服务，并已在顶级及高端品牌行业跨媒体整合营销传播细分市场深耕十余年，历经了数以千计的项目实战经验，积累了深厚的跨媒体整合营销领域的资源。

跨媒体整合营销传播服务业具有高人力资本的特征，高质素的营销服务从业人员必须具备策略、创意策划、项目执行管理等多方面专业知识及行业经验。优秀的业务团队是营销服务机构持续发展的重要基础之一。公司核心团队是国内最早一批从事跨媒体整合营销传播服务的人员，经历了国内整合营销传播服务业发展的不同阶段，积累了丰富的行业经验，能够十分清晰地了解客户的诉求，可以最大程度地呈现所策划的创意效果，并且在把握跨媒体整合营销理念发展方向方面具有一定的前瞻性。公司核心团队稳定同时具有良好的应变能力、创新能力和执行能力，使得公司有能力适应现代服务业发展的需求，不断提升公司业务水平以满足客户需求。

(4) 优质的跨界客户资源

艾德韦宣与世界众多顶级及高端品牌建立了良好且稳定的合作关系。在提供跨媒体整合营销解决方案时，创意及执行团队能够良好地把握客户所需的多方面诉求，由此奠

定了与众多世界级国际品牌的长期共同发展关系。在中高端时尚、生活方式、汽车等行业中不断积累各界优秀的品牌资源，从而有效地稳固其跨媒体行业中的独特优势。公司时刻关注各类行业跨界合作的可能，并能敏锐地为客户谋求更多更前沿的跨域传播方式，让客户达到多方位的市场深度。

（5）多领域的合作资源

公司在与各界客户紧密合作的过程中，汇集了众多国外顶尖媒体策划、品牌整合营销机构资源，并与其建立了长期的战略合作关系。如此丰富的各领域资源给予了公司各类最新技术和理念的支持。另一方面，由于高频次地与中国艺术家，一线明星以及顶级模特合作，积累了大量艺术界，演艺界的明星及各行业的意见领袖资源，为公司在策划跨媒体整合营销方案中提供更多附加价值。

3、公司竞争劣势

（1）人员密集型行业，扩张速度受制约

艾德韦宣所处的公关广告行业属于人才密集型行业，其核心驱动力为人才。但是由于中国的创意产业刚刚处于起步阶段，该类型的人才尤其是行业经验丰富的人才无法快速培养，所以在一定程度制约了企业的发展速度。

（2）资金需求量大

整合营销服务公司由于其轻资产的特点，本身固定资产较少，无法满足为银行融资提供抵押担保的条件，导致融资渠道更加单一。整合营销传播服务行业具有资金密集型和人才密集型的特点，公司在提供整合营销服务时通常需要前期垫付资金，由于公司资本实力不足和融资渠道单一，公司业务开展主要依靠自有资金，因此资本实力已经成为制约公司业务发展的重要因素。

针对以上劣势，公司一方面提高资金利用效率，另一方面努力拓宽融资渠道，争取进入资本市场获取企业快速发展所需资金。

（三）公司面临的风险及应对措施

1、专业人员流失风险

活动传播服务业务主要依靠专业人员为客户提供活动创意策划、活动管理和执行等专业服务，各环节均需要大量高素质人才如果发生较大规模的核心员工流失情况，将对

公司的经营带来不利影响。

2、资金制约风险

公司在正常经营中现金状况较好，收款较及时，但是由于公司属于项目制公司，需要在项目实施过程中代垫一部分项目款，客户会在项目完成后付款，所以如果出现资金短缺，将对公司开展业务产生不利影响。

（四）公司未来发展规划

公司的战略目标是成为顶级和中高端品牌文化传播领域具有国际影响力的跨媒体平台传播服务集团。未来，艾德韦宣将依托现有的完整的市场营销解决方案、尖端创意及国际级理念、丰富经验及强大执行力，不断加强公司在传播服务领域的营销力，在品牌覆盖、服务类型和市场区域等多个层面实现突破。

1、从高端品牌领域切入中端品牌，助力本土高端品牌迅速崛起

公司过往主要定位于服务国际顶级及高端品牌，随着国内 GDP 增长和消费升级，部分中端品牌和本土高端品牌也越来越注重品牌文化打造和建设，为高品质跨媒体整合营销传播服务的付费意愿不断增强，品牌营销预算也逐年增加。公司将抓住消费大升级的契机，将品牌覆盖逐渐拓展至中端品牌，并助力本土高端品牌迅速崛起。

2、服务类型拓展

公司自成立以来从单一的体验营销业务不断实现拓展，逐步成长为跨媒体整合营销传播服务商，2014 年伴随艾迪霖杰和范思广告的加入，公司切入媒体公关和数字营销领域，2015 年新增娱乐营销业务，随着客户跨媒体整合营销诉求的不断变化，公司将与时俱进，全面提升服务客户的能力。未来，艾德韦宣将继续大力开展数字营销、广告业务，并进一步拓展娱乐营销、中高端人群大数据画像等新兴业务，以带动公司跨媒体整合营销传播服务业务新的收入和利润增长点。

3、服务地域拓展

目前，艾德韦宣的子公司遍布北京、上海、香港和新加坡，业务范围辐射全部亚洲地区；未来，艾德韦宣将持续拓展其经营版图，进一步开拓日本、韩国、欧洲等国际业务，在全球范围内提供高品质跨媒体整合营销传播服务，将公司打造成顶级和中高端品牌文化传播领域的国际化传播集团。

七、艾德韦宣香港的业务

（一）艾德韦宣香港业务情况

1、艾德韦宣香港主营业务

艾德韦宣香港的主营业务为体验营销。

2、艾德韦宣香港主要服务

艾德韦宣香港提供的主要服务为体验营销。

（二）艾德韦宣香港内部组织结构及业务流程

1、艾德韦宣香港内部组织结构和职能



关于客户部、创意部和制作执行部的职能具体请参见本节“二、内部组织结构及业务流程”之“（一）内部组织结构及职能”。

2、艾德韦宣香港的主要服务流程及模式

艾德韦宣香港提供的主要服务包括体验营销。具体服务流程及模式请参见本节“二、内部组织结构及业务流程”之“（二）公司主要服务流程及模式”。

（三）艾德韦宣香港业务相关的关键资源要素

1、艾德韦宣香港服务和产品所使用的主要技术

艾德韦宣香港服务和产品所使用的主要技术请参见本节“三、公司业务相关的关键资源要素”。

2、艾德韦宣香港主要无形资产

截至本公开转让说明书签署之日，艾德韦宣香港未拥有注册商标、专利、著作权和公司域名。

3、艾德韦宣香港业务许可资格（资质）情况

截至本公开转让说明书签署之日，艾德韦宣香港未拥有业务许可资格（资质）。

4、艾德韦宣香港特许经营权

截至本公开转让说明书签署之日，艾德韦宣香港未拥有特许经营权。

5、艾德韦宣香港获得荣誉

艾德韦宣香港获得荣誉请参加本节“三、公司业务相关的关键资源要素”。

6、艾德韦宣香港主要固定资产情况

截至2015年12月31日，艾德韦宣香港固定资产净值为261,948.27元，成新率为46.73%，具体情况如下表所示：

单位：元

项目	固定资产原值	累计折旧	固定资产减值准备	固定资产净值	固定资产成新率
运输工具	-	-	-	-	-
办公及电子设备	560,445.87	297,797.60	-	261,948.27	46.73%
合计	560,445.87	297,797.60	-	261,948.27	46.73%

艾德韦宣香港属于轻资产行业，不存在自有房产。

艾德韦宣香港及其子公司租赁房屋具体情况如下：

租赁方	出租方	使用期限	用途	地址	租金
艾德韦宣新加坡	Rocketfeathers PTE LTD	2015/05/01~2016/04/30	办公	226B South Bridge Road Singapore 058775	2,500 新加坡元/月
艾德韦宣香港	Mighty Champion Limited	2014/1/23~2017/1/22	办公	11 th Floor of the Gold Union Commercial Building at Nos.70,71 and 72, Connaught Road West, Hong Kong	646,800.00 港元/年

综上，关于艾德韦宣香港的商标等资产权属均归属于艾德韦宣香港所有，资产权属清晰、证件齐备，不存在权利瑕疵、权属争议纠纷或其他权属不明的情形，艾德韦宣香港租赁房产均有房屋产权证书，权属清晰，艾德韦宣香港主要资产均为公司独立所有，不存在共有情形或其他对他方重大依赖的情形。

7、艾德韦宣香港员工情况

(1) 按类别结构划分

类别	人数(人)	比例(%)
项目人员	8	42.11
创意技术人员	5	26.32
管理人员	3	15.79
其他(人事行政、战略发展)	1	5.26
财务人员	2	10.52
合计	19	100.00

2、按年龄划分

年龄	人数(人)	比例(%)
30岁以下	7	36.84
30岁-40岁	9	47.37
40岁以上	3	15.79
合计	19	100.00

3、按受教育程度划分

学历	人数(人)	比例(%)
硕士以上	0	0.00
本科	12	63.16
大专	4	21.05
其他	3	15.79
合计	19	100.00

(四) 艾德韦宣香港销售、采购及重大合同履行情况

1、营业收入及主要客户情况

(1) 营业收入主要构成

报告期内艾德韦宣香港营业收入情况如下：

单位：元

项目	2015年度	2014年度
体验营销	39,390,578.34	59,969,305.67

注：2014年为艾德韦宣香港全年营业收入。

艾德韦宣香港披露的服务与其主营业务收入分类相匹配。

艾德韦宣香港收入的真实性、完整性、准确性不存在重大错报，获取了合理保证，

收入确认真实、准确、完整。

(2) 艾德韦宣香港前五名客户情况

报告期内，艾德韦宣香港主营业务为向顶级和高端品牌提供体验营销服务。

2015年，艾德韦宣香港前五名客户的销售金额及其所占营业收入的比例为：

2015年度前五名客户情况		
客户名称	营业收入（元）	占艾德韦宣香港全部营业收入的比例（%）
Chanel HK Ltd	7,258,145.44	18.43
Van cleef & Arpels - Richemont Asia Pacific Limited	7,008,698.40	17.79
Bureau Betak Ltd	6,499,752.00	16.50
Roger Dubuis	2,588,288.80	6.57
Amore Pacific	1,756,452.96	4.46
合计	25,111,337.60	63.75

2014年，艾德韦宣香港前五名客户的销售金额及其所占营业收入的比例为：

2014年度前五名客户情况		
客户名称	营业收入（元）	占艾德韦宣香港全部营业收入的比例（%）
Prada	13,327,785.27	21.87
Dior	14,394,688.00	23.62
Van cleef & Arpels - Richemont Asia Pacific Limited	11,804,663.53	19.37
GUCCI	4,160,000.00	6.83
Julius Baer	2,177,297.60	3.57
合计	45,864,434.40	75.27

注：本表格统计为艾德韦宣香港2014年全年前五名客户情况

截至本说明书签署日，艾德韦宣香港的董事、监事、高级管理人员和持有公司5%以上的股东不在上述客户中占有权益。

2、营业成本及主要供应商情况

(1) 营业成本的构成情况

报告期内艾德韦宣香港营业成本情况如下：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
体验营销	24,469,343.06	43,167,850.00

注：2014 年为艾德韦宣香港全年营业成本。

艾德韦宣香港主营业务为向顶级和高端品牌提供体验营销服务。因此，艾德韦宣香港主营业务成本主要为向搭建、场地、安保、礼仪、车辆租赁、视频制作、音频制作、技术支持、灯光音响等供应商采购物料或服务的成本。

(2) 前五名供应商情况

报告期内，艾德韦宣香港的采购主要为活动材料的购买、活动场地的搭建等，艾德韦宣香港前五大供应商情况如下：

2015 年，艾德韦宣香港向前五名供应商的采购金额及其所占当年采购总额的比例为：

2015 年度前五名供应商情况		
供应商名称	采购额（元）	占艾德韦宣香港全部采购金额的比例（%）
So Mad Limited	6,391,800.00	19.7
The Thing (HK) Limited	3,788,640.00	11.7
Jazz Creative Limited	3,587,500.00	11.0
WorkShop Production Company Limited	1,600,000.00	4.9
北京艾德众信展览有限公司	1,564,937.72	4.8
合计	16,932,877.72	52.1

2014 年，艾德韦宣香港向前五名供应商的采购金额及其所占当年采购总额的比例为：

2014 年度前五名供应商情况		
供应商名称	采购额（元）	占艾德韦宣香港全部采购金额的比例（%）
So Mad Limited	5,722,092.00	13.26
Production Studio	2,000,000.00	4.63
Modern	1,005,172.00	2.33
WorkShop Production Company Limited	5,004,912.00	11.59
Regent Pioneer	1,544,816.00	3.58
合计	15,276,992.00	35.39

注：本表格统计为艾德韦宣香港 2014 年全年前五名供应商情况

截至本说明书签署日，艾德韦宣香港董事、监事、高级管理人员和持有公司 5% 以上的股东不在上述供应商中占有权益。

3、合同及履行情况

报告期内，艾德韦宣香港重大合同及履行情况具体请参见本节“四、销售、采购及重大合同履行情况”。

（五）艾德韦宣香港公司所处行业基本情况

艾德韦宣香港提供的体验营销和媒体公关业务为跨媒体平台的整合营销传播服务的一部分，属于公共关系及广告行业的范畴。公共关系及广告行业的具体情况请参见本节“五、公司所处行业基本情况”。

（六）艾德韦宣香港面临的主要竞争情况及战略规划

艾德韦宣香港面临的主要竞争情况及战略规划具体情况请参见本节“六、公司面临的主要竞争情况及战略规划”。

八、安维讯的业务

（一）安维讯业务情况

1、安维讯主营业务

商务信息咨询、企业管理咨询、投资咨询；企业形象策划、市场营销策划；会议服

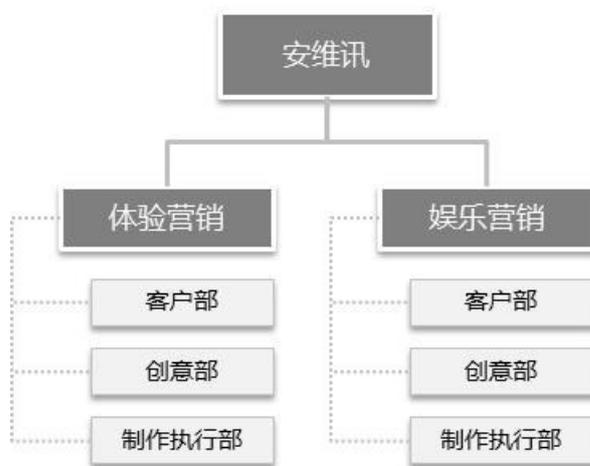
务；图文设计制作。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动】

2、安维讯主要服务

安维讯提供的主要服务为体验营销及娱乐营销服务。

（二）安维讯内部组织结构及业务流程

1、安维讯内部组织结构和职能



关于客户部、创意部和制作执行部的职能具体请参见本节“二、内部组织结构及业务流程”之“（一）内部组织结构及职能”。

2、安维讯的主要服务流程及模式

安维讯提供的主要服务包括体验营销和娱乐营销。具体服务流程及模式请参见本节“二、内部组织结构及业务流程”之“（二）公司主要服务流程及模式”。

（三）安维讯业务相关的关键资源要素

1、安维讯服务和产品所使用的主要技术

安维讯服务和产品所使用的主要技术请参加本节“三、公司业务相关的关键资源要素”。

2、安维讯主要无形资产

截至本公开转让说明书签署之日，安维讯未拥有注册商标、专利、著作权和公司域名。

3、安维讯业务许可资格（资质）情况

截至本公开转让说明书签署之日，安维讯未拥有业务许可资格（资质）。

4、安维讯特许经营权

截至本公开转让说明书签署之日，安维讯未拥有特许经营权。

5、安维讯获得荣誉

安维讯获得荣誉请参加本节“三、公司业务相关的关键资源要素”。

6、安维讯主要固定资产情况

截至2015年12月31日，安维讯固定资产净值为455,646.65元，成新率为61.60%，具体情况如下表所示：

单位：元

项目	固定资产原值	累计折旧	固定资产减值准备	固定资产净值	固定资产成新率
运输工具	280,000.00	157,692.76	-	122,307.24	43.68%
办公及电子设备	459,729.90	126,390.49	-	333,339.41	72.50%
合计	739,729.90	284,083.25	-	455,646.65	61.60%

安维讯属于轻资产行业，不存在自有房产。

安维讯租赁房屋具体情况如下：

租赁方	出租方	使用期限	用途	地址	租金
安维讯	北京大予文化创意产业投资有限公司	2015/7/1~2016/6/30	办公	北京市朝阳区酒仙桥路4号798艺术区七星中街	1,715,208.00元/年

综上，关于安维讯的商标等资产权属均归属于安维讯所有，资产权属清晰、证件齐备，不存在权利瑕疵、权属争议纠纷或其他权属不明的情形，安维讯租赁房产均有房屋产权证书，权属清晰，安维讯主要资产均为安维讯独立所有，不存在共有情形或其他对他方重大依赖的情形。

7、安维讯员工情况

(1) 按类别结构划分

类别	人数 (人)	比例 (%)
项目人员	3	6.00
创意技术人员	25	50.00
管理人员	15	30.00
其他 (人事行政、战略发展)	3	6.00
财务人员	4	8.00
合计	50	100.00

2、按年龄划分

年龄	人数 (人)	比例 (%)
30 岁以下	26	52.00
30 岁-40 岁	23	46.00
40 岁以上	1	2.00
合计	50	100.00

3、按受教育程度划分

学历	人数 (人)	比例 (%)
硕士以上	6	12.00
本科	33	66.00
大专	11	22.00
其他	-	-
合计	50	100.00

(四) 安维讯销售、采购及重大合同履行情况

1、营业收入及主要客户情况

(1) 营业收入主要构成

报告期内安维讯营业收入情况如下：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
体验营销	58,965,726.01	35,363,149.37
娱乐营销	16,037,735.85	-
合计	75,003,461.86	35,363,149.37

注：2014 年为安维讯全年营业收入。

安维讯披露的服务与其主营业务收入分类相匹配。

安维讯收入的真实性、完整性、准确性不存在重大错报，获取了合理保证，收入确认真实、准确、完整。

(2) 安维讯前五名客户情况

报告期内，安维讯主营业务为向顶级和高端品牌提供体验营销和娱乐营销服务。

2015 年，安维讯前五名客户的销售金额及其所占营业收入的比例为：

2015 年度前五名客户情况		
客户名称	营业收入（元）	占安维讯全部营业收入的比例（%）
宝马（中国）汽车贸易有限公司	34,713,291.30	46.28
上海艾德韦宣商务咨询有限公司*	9,400,943.40	12.53
北京蓝袜子文化传播有限公司	7,075,471.70	9.43
古驰（中国）贸易有限公司	7,119,739.00	9.49
骑士鱼（天津）动漫科技有限公司	4,716,981.13	6.29
合计	63,026,426.53	84.03

*注：由于该项目活动现场在北京，为方便执行，由艾德韦宣承接，并转包给安维讯执行

2014 年，安维讯前五名客户的销售金额及其所占营业收入的比例为：

2014 年度前五名客户情况		
客户名称	营业收入（元）	占安维讯全部营业收入的比例（%）
华晨宝马汽车有限公司	21,244,427.49	60.08
艾绰（北京）商贸有限公司	8,841,071.79	25.00

丝黛拉麦卡妮（上海）贸易有限公司	1,572,863.21	4.45
耐克体育（中国）有限公司	1,150,943.40	3.25
乔治阿玛尼（上海）商贸有限公司	909,012.25	2.57
合计	33,718,318.14	95.35

注：本表格统计为安维讯 2014 年全年前五名客户情况

截至本说明书签署日，安维讯董事、监事、高级管理人员和持有公司 5% 以上的股东不在上述客户中占有权益。

2、营业成本及主要供应商情况

（1）营业成本的构成情况

报告期内安维讯营业成本情况如下：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
体验营销	38,625,593.76	16,982,662.50
娱乐营销	3,773,584.91	-
合计	42,399,178.67	16,982,662.50

注：2014 年为安维讯全年营业成本。

安维讯主营业务为向顶级和高端品牌提供体验营销和娱乐营销服务。因此，安维讯主营业务成本主要为向搭建、场地、安保、礼仪、车辆租赁、视频制作、音频制作、技术支持、灯光音响等供应商采购物料或服务的成本。

（2）前五名供应商情况

报告期内，安维讯的采购主要为活动材料的购买、活动场地的搭建等，安维讯前五大供应商情况如下：

2015 年，安维讯向前五名供应商的采购金额及其所占当年采购总额的比例为：

2015 年度前五名供应商情况		
供应商名称	采购额（元）	占安维讯全部采购金额的比例（%）

北京力奥世纪展览服务有限公司	6,650,943.40	15.7
北京艾德众信展览有限公司	3,980,500.00	9.4
北京瑞格嘉尚文化传播有限公司	3,773,584.91	8.9
北京金鹂音视听设备有限公司	2,218,000.00	5.2
瑞通励合（北京）文化传媒有限公司	1,550,000.00	3.7
合计	18,173,028.31	42.9

2014年，安维讯向前五名供应商的采购金额及其所占当年采购总额的比例为：

2014年度前五名供应商情况		
供应商名称	采购额（元）	占安维讯全部采购金额的比例（%）
北京力奥世纪展览服务有限公司	4,031,142.26	23.74
北京艾德众信展览有限公司	2,831,707.50	16.67
磐竹视觉（北京）文化传播有限公司	1,100,000.00	6.48
北京艾博西码展览有限公司	940,524.00	5.54
北京捌零后餐饮管理有限公司	483,356.00	2.85
合计	9,386,729.76	55.27

注：本表格统计为安维讯2014年全年前五名供应商情况

截至本说明书签署日，安维讯董事、监事、高级管理人员和持有公司5%以上的股东不在上述供应商中占有权益。

3、合同及履行情况

报告期内，安维讯重大合同及履行情况具体请参见本节“四、销售、采购及重大合同履行情况”。

（五）安维讯公司所处行业基本情况

安维讯提供的体验营销和媒体公关业务为跨媒体平台的整合营销传播服务的一部分，属于公共关系及广告行业的范畴。公共关系及广告行业的具体情况请参见本节“五、公司所处行业基本情况”。

（六）安维讯面临的主要竞争情况及战略规划

安维讯面临的主要竞争情况及战略规划具体情况请参见本节“六、公司面临的主要竞争情况及战略规划”。

第三节 公司治理

一、公司治理情况

(一) 公司“三会”制度的建立健全及运行情况

在有限公司阶段，公司就建立了董事会，并设立了监事。虽然公司没有制定健全的“三会”议事制度，但总体上能够依照《公司章程》的规定行使相应的决策、执行和监督职能。同时，公司在报告期内就引入了外部股东联创永钦和红杉信远，公司议事制度进一步得以完善和有效执行。有限公司阶段有关增资、经营范围变更、股权转让等重大事项均召开了董事会，会议决议内容得到了有效执行。

公司于2015年12月以有限公司整体变更形式设立股份公司，并建立健全了较完善的法人治理结构，建立了股东大会、董事会、监事会，公司的组织结构符合《公司法》及其它现行有关法律、法规的规定，能够满足公司日常管理和生产经营活动的需要。

同时，公司还制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《董事会秘书工作制度》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》等一系列公司治理规章制度。公司现行章程合法有效，三会议事规则合法合规，明确了股东大会、董事会、监事会的构成与职责。

其中，公司董事会下设战略委员会、薪酬与考核委员会及审计委员会，审计委员会下设内部审计部。

公司专业委员会设立及制度建立情况具体如下：

(1) 战略委员会

战略委员会成员由三名董事组成。战略委员会委员由董事长或董事会提名委员会提名，并由董事会以全体董事过半数选举产生。战略委员会设召集人一名，由董事会在委员内任命。战略委员会任期与董事会任期一致，委员任期届

满，连选可以连任。

目前战略委员会由刘锦耀，伍宝星、周琦组成，其中伍宝星为召集人。

(2) 薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会由三名董事组成。薪酬与考核委员会委员由公司董事长提名，并由董事会选举产生。薪酬与考核委员会设召集人一名，由独立董事担任并由董事会选举产生。目前薪酬与考核委员会由刘锦耀，伍宝星、刘慧文组成，其中刘锦耀为召集人

(3) 审计委员会

审计委员会由三名董事组成。审计委员会委员由董事长提名，并由董事会以全体董事过半数选举产生。审计委员会任期董事会一致，委员任期届满，连选可以连任。目前审计委员会由刘锦耀，伍宝星、苏彤组成，其中伍宝星为召集人。

(4) 内部审计部

内部审计部成员由三名董事组成。内部审计部委员由董事长或董事会提名委员会提名，并由董事会以全体董事过半数选举产生。内部审计部设召集人一名，由董事会在委员内任命。内部审计部任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任。

目前内部审计部由刘锦耀，伍宝星、苏彤组成，其中伍宝星为召集人。

截至本说明书签署日，公司股东大会、董事会、监事会已经可以依照《公司章程》及相关制度的规定行使相应的决策、执行和监督职能，会议决议内容得到了执行。

(二) 上述机构及相关人员履行职责情况

股份公司成立后，公司的三会运作进一步规范，程序合法、文件齐全、层次清晰。公司股东大会、董事会将根据《公司章程》及相关制度的规定，认真

履行自己的职责，对公司的重大决策事项作出决议，保证公司正常发展。公司监事会将认真履行监管职责，保证公司治理的合法合规，具备切实的监督手段。公司能严格按照《公司法》、公司章程及各项议事规则分别召开股东大会、董事会和监事会。“三会”通过的各项决议已执行或正在执行过程中，选举产生的董事、监事和高级管理人员正在按照会议通过的议事规则开展工作。

（三）现有公司治理机制在给股东提供合适的保护方面所发挥的作用

公司 2015 年 12 月整体变更为股份公司后，建立了包括股东大会、董事会、监事会在内的法人治理结构，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《董事会秘书工作制度》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》等一系列公司治理规章制度。公司的组织结构与治理制度符合《公司法》及其它现行有关法律、法规的规定，能够满足公司经营管理需要，并为股东（投资者）提供合适的保护，保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。

（四）董事会对公司治理机制执行情况的评价

股份公司第一届董事会于 2015 年 11 月出具了对公司治理机制的建立及执行情况的说明及评价，认为：

公司完成股份制改制后，按照《公司法》等相关法律法规的要求，建立和完善了以股东大会、董事会、监事会为基础的法人治理结构，并聘请了总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员。公司以非上市公众公司的标准完善了《公司章程》，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等议事规则，完善了公司治理结构，明确了管理层与治理层之间的职责、权限及报告关系。公司股东大会、董事会、监事会能够按照《公司法》、《公司章程》等有关规定规范有效地运作。

公司建立了与业务相适应的组织结构，设立了与生产经营相关的职能部门，建立健全了内部经营管理机构，建立了相应的内控管理制度，比较科学地划分了每个部门的职责权限，形成了相互配合相互制衡的机制。

公司现有的治理机制相对健全，适合公司自身发展的规模和阶段，基本能给

所有股东提供合适的保护以及能保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。同时，相关制度也保护了公司资产的安全、完整，使得各项生产和经营管理活动得以顺利进行，保证公司的高效运作。

为了给股东提供合适的保护，公司将在券商、律师、注册会计师的辅导下，通过在全国中小企业股份转让系统挂牌并进行持续的信息披露，强化、提升公司治理水平，确实保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。

（五）公司权益是否被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业损害的说明

截至本说明书出具日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用或为其担保的情况。

（六）公司规范治理情况的改进和完善措施

公司管理层重视公司治理结构的规范运行，公司成立之初即建立了董事会，并设置了监事。当时公司虽然尚未制定健全的议事制度，但机构设置符合当时的《公司法》等法律法规规定。之后随着外部投资者逐渐进入公司，公司治理机制进一步规范和健全。2015年11月11日，公司召开了创立大会暨第一次股东大会，审议通过公司整体变更设立股份公司，并建立了股东大会、董事会、监事会，并审议通过了“三会”议事规则等相关规章制度。

（七）公司防范关联方占用资源（资金）的制度及执行情况

1、公司制定了防范关联方占用资源（资金）的制度

股份公司成立后，为规范股份公司的关联交易行为，公司在《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》、《关联交易决策制度》中对关联交易进行了相关规定，对防范资金占用的原则、具体措施与规定、责任追究及处罚等作出了较为详细的规定。股份公司成立后，尚未发生关联方占用资金的情形，股份公司成立以来管理层不断深化公司治理理念，加深相关知识的学习，严格执行已建立的相关制度，提高规范运作的意识，以保证公司防范关联方占用资源（资金）制度的有效执行。

2、报告期内关联方占用资源（资金）问题

报告期内，公司存在资金被关联方占用的情形，具体情况如下：

单位：元

关联方名称	2015年12月31日		2014年12月31日	
	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备
敬天广告	0.00	0.00	1,530,000.00	0.00
合计	0.00	0.00	1,530,000.00	0.00

截至本说明书签署日，敬天广告已经将上述款项归还公司。此外，股份公司设立后，公司逐步完善了内控和治理结构，制定了“三会”议事规则及《关联交易决策制度》等制度文件，未再发生控股股东、实际控制人及其他关联方占用公司资金的情形。

除上述情形外，不存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情形。

此外，公司控股股东、实际控制人还出具了《关于减少及避免关联交易承诺函》，承诺将减少并规范实际控制人及其关联方与公司之间的关联交易。

二、报告期内公司及其控股股东、实际控制人存在的违法违规及受处罚情况

（一）公司违法违规及受处罚的情况

1、报告期内公司不存在重大违法违规行为

根据上海市工商行政管理局、上海市社会保险事业管理中心、上海市公积金管理中心、北京市工商行政管理局、上海市长宁区税务局、上海市金山区税务局、上海市奉贤区税务局、上海市嘉定区税务局、北京市顺义区国税局、北京市顺义区地税局出具的证明文件，公司及下属子公司在报告期内不存在重大违法违规行为。

公司主要从事跨媒体平台的整合营销传播服务,公司的日常经营不会对环境保护产生不利影响,自2014年1月1日以来未有因违反环保法律法规的违法行为而受到行政处罚的记录。

报告期内,根据相关主体出具的承诺,并经网络检索,持有公司5%以上股份的主要股东、实际控制人以及公司的董事、监事、高级管理人员不存在行政处罚案件。

综上,报告期内公司不存在重大违法违规行为。

2、公司诉讼仲裁情况

根据相关主体出具的承诺,并经网络检索,报告期内,公司、持有公司5%以上股份的主要股东、实际控制人,以及公司的董事、监事、高级管理人员不存在尚未了结或可预见的重大仲裁及诉讼案件。

(二) 控股股东违法违规及受处罚的情况

根据控股股东出具的说明,并经网络检索,查阅控股股东的企业信用报告,报告期内,公司控股股东不存在违法违规及受到行政处罚的情形,亦不存在其他尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件。

(三) 实际控制人违法违规及受处罚的情况

根据实际控制人出具的说明,并经网络检索,查阅实际控制人的个人信用报告,报告期内,公司实际控制人不存在违法违规及受到行政处罚的情形,亦不存在其他尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件。

三、公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在业务、资产、人员、财务和机构方面的分开情况

公司由有限公司整体变更而来,变更后严格遵守《公司法》、《公司章程》等法律法规和规章制度,逐步健全和完善公司法人治理结构。公司具有完整的业务体系,具备独立面向市场自主经营的能力,独立运作、自主经营,独立承担责任和风险,在业务、资产、人员、财务、机构方面与董事、监事、高级管

理人员及持股 5% 以上的股东及其控制的其他企业分开。

（一）业务分开情况

公司拥有独立完整的业务流程系统,独立的经营场所以及服务部门和渠道。公司独立获取业务收入和利润,具有独立自主的运营能力,不存在依赖控股股东、实际控制人及其他关联方进行经营的情形,与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在显失公平的关联交易,公司业务可独立启动、运转、完成,在业务方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开。

（二）资产分开情况

公司是由有限公司整体变更方式设立的股份公司,具备与经营业务体系相配套的资产。公司主要财产包括车辆与办公电子设备等固定资产及商标权等无形资产,相关财产均有权利凭证,公司拥有独立、完整的生产经营所需的资产,不存在与其控股股东、实际控制人共用的情形;公司不存在以其资产、权益或信誉为其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。公司对所有资产拥有完全的控制支配权,在资产方面与公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开。

（三）人员分开情况

截至 2015 年 12 月底,公司员工共 213 人,均与公司签订了劳动合同。公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》等相关法律和规定选举产生,不存在违规兼职情况。根据《公司章程》,公司董事会由 8 名董事组成;公司监事会由 3 名监事组成,其中职工代表监事 1 名;公司的高级管理人员为总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人。公司董事、监事及高级管理人员均通过合法程序产生,不存在控股股东及实际控制人干预公司董事会和股东大会已经做出的人事任免决定的情况。公司高级管理人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务,或在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪的情形。公司财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。公司拥有独

立、完整的人事管理体系，制定了独立的劳动人事管理制度，独立与员工签订劳动合同，在人员方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业人员完全分开。

（四）财务分开情况

公司设立了独立的财务部门，建立了独立的、规范的会计核算体系和财务管理制度，依法独立进行财务决策。公司财务部现有 15 名员工，均与公司签署了劳动合同，独立于控股股东、实际控制人控制的其他企业，除在公司担任财务人员之外，该 15 名员工不存在任何兼职情况，亦未在公司的关联公司担任任何职务。公司设立了独立银行账户，拥有独立的银行账号，不存在与股东单位及其他任何单位或人士共用银行账户的情形。公司作为独立纳税人，依法独立进行纳税申报和履行缴纳义务，不存在与股东单位混合纳税的情况。公司在财务方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业财务完全分开。

（五）机构分开情况

公司根据《公司法》和《公司章程》的要求，设置股东大会作为最高权力机构，设置董事会为常设经营决策机构，设置监事会为监督机构，设置总经理负责董事会决议的执行工作，并依据经营和管理的需要设有相应的职能部门。公司独立行使经营管理职权，建立独立完整的组织机构，设置了健全的内部经营管理机构。各机构的运行和管理独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不受控股股东和实际控制人的干预。公司具有独立的办公机构和场所，不存在与股东单位混合办公情形。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在机构设置、人员及办公场所等方面完全分开。

综上，公司业务、资产、人员、财务、机构与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业分开；公司资产完整，在独立性方面不存在重大缺陷，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

四、同业竞争情况

（一）同业竞争情况

截至本公开转让说明书签署日，公司的控股股东为韦宣国际，韦宣国际为公司实际控制人和内部员工持股的公司，本身并不从事业务经营。公司的实际控制人为刘锦耀和伍宝星。

截至本转让说明书签署日，公司控股股东、实际控制人除控制公司及其控股子公司外，控制或施加重大影响的其他公司情况如下表：

序号	公司名称	股东名称	持股比例
1	NBS Holdings Limited	伍宝星	100.00%
2	Activation Investment Limited	NBS Holdings Limited	100.00%
3	Premier Motion Holdings Limited	伍宝星	100.00%
4	Activation Group Limited	Premier Motion Holdings Limited	100.00%
5	上海艾博思韦宣物业管理有限公司	Activation Group Limited	100.00%
6	新源控股	伍宝星、刘锦耀	各自持股 33.33%
7	Dashing Fortune International Limited	刘锦耀	100.00%
8	Aurora Activation Holdings Limited	Dashing Fortune International Limited	100.00%
9	Prime Action Holdings Limited	刘锦耀	100.00%

上述 9 家公司中 NBS Holdings Limited、Activation Investment Limited、Premier Motion Holdings Limited、Activation Group Limited、新源控股、Dashing Fortune International Limited、Aurora Activation Holding Limited 以及 Prime Action Holdings Limited 无实际业务经营，与艾德韦宣不存在同业竞争情况，剩余 1 家公司存在经营性业务，即上海艾博思韦宣物业管理有限公司，其营业范围为：在上海市柳州路 399 号（甲）物业内从事物业管理、出租，停车场（库）管理，提供相关咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动），经营范围与挂牌主体无重合，不存在同业竞争情况。

公司控股股东韦宣国际未实际经营，与公司不存在同业竞争情况。

（二）为避免同业竞争采取的措施

为避免同业竞争损害公司及其他股东的利益，控股股东、实际控制人出具了《关于避免同业竞争承诺函》，作出如下承诺：

1、本人及本人控制的其他企业未来将不以任何方式从事（包括与他人合作直接或间接从事）或投资于任何业务与艾德韦宣相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织；或在该经济实体、机构、经济组织中委派高级管理人员或核心技术人员；

2、本人及本人控制的其他企业与艾德韦宣之间存在竞争性同类业务时，本人及本人控制的其他企业自愿放弃同艾德韦宣的业务竞争；

3、本人及本人控制的其他企业不向其他在业务上与艾德韦宣相同、类似或构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供资金、技术或提供销售渠道、客户信息等支持；

4、如违反上述承诺，本人愿意承担给艾德韦宣造成的全部经济损失。

公司控股股东、实际控制人切实履行了上述避免同业竞争承诺函，公司对同业竞争的规范措施有效、合理。

五、公司对外担保、重大投资、委托理财、关联方交易等重要事项决策和执行情况

（一）公司对外担保、委托理财、重大投资及关联交易决策制度建立情况

股份公司设立后，公司章程中对公司对外担保、重大投资及关联交易决策制度进行了规范，同时公司还制定了《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》、《关联交易决策制度》等公司治理制度，对对外担保、对外投资、关联交易等事项进行了具体规定。

（二）公司对外担保情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司无对外担保事项。

公司已在《公司章程》、《对外担保管理制度》中制定了对外担保的相关审批和决策制度，对于将来可能发生的对外担保情况，公司将严格按照上述规章制度的规定履行相关决策程序。

（三）公司委托理财情况

报告期内，公司委托理财主要是购买银行理财产品。

认购日期	产品名称	金额（元）	银行
2015/02/02	中国银行理财产品日积月累	10,000,000.00	中国银行
2015/5/14	中国银行理财产品日积月累	7,000,000.00	中国银行
2015/12/29	中国银行理财产品日积月累	1,500,000.00	中国银行
2015/12/31	中国银行理财产品日积月累	5,000,000.00	中国银行

公司在进行上述委托理财时尚为有限责任公司，并未建立健全的“三会议事”规则及对外投资管理制度，因此，在上述委托理财发生时，仅由公司时任总经理伍宝星进行审批。

公司上述理财产品属于保本型产品，风险较低，周期较短，对公司生产经营不存在重大不利影响。截至 2015 年底，公司购买委托理财产品余额为 2,200 万元。

股份公司设立后，已经制定了《公司章程》及《对外投资管理制度》，对公司对外投资的权限及程序作了详细规定。

（四）公司重大投资情况

报告期内，公司重大投资情况具体情况见本说明书第一节第四部分之“（四）重大资产重组情况”。

上述投资情况发生时，尚为有限责任公司，并未建立健全的“三会议事”规则及对外投资管理制度，因此，在上述投资情况发生时，由公司董事会进行审批。

股份公司设立后，已经制定了《公司章程》及《对外投资管理制度》，对公

司对外投资的权限及程序作了详细规定。

（五）关联交易情况

公司关联交易具体情况详见本说明书第四节之第五部分之“（二）关联交易情况”。

公司控股股东、实际控制人还出具了《关于减少和规范关联交易承诺函》，承诺将减少并规范实际控制人及其关联方与公司之间的关联交易。

六、公司董事、监事、高级管理人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员本人及其直系亲属持有公司股份及相互亲属关系情况

公司董事、监事以及高级管理人员不存在直接持有公司股份情形，上述人员间接持有公司股份的情况如下：

序号	姓名	任职			间接持有股份 (股)	间接持股 比例	合计持股数 (股)	合计持 股比例
		董事	监事	高管				
1	刘锦耀	√		√	11,161,622.00	22.32%	11,161,622.00	22.32%
2	伍宝星	√		√	9,167,941.00	18.34%	9,167,941.00	18.34%
3	刘慧文	√		√	7,525,209.00	15.05%	7,525,209.00	15.05%
4	苏彤	√		√	5,787,658.00	11.58%	5,787,658.00	11.58%
5	陈伟彬	√		√	2,445,285.00	4.89%	2,445,285.00	4.89%
6	周琦	√		√	935,737.00	1.87%	935,737.00	1.87%
7	何君琦	√						
8	王岑	√						
9	黄念雯		√		1,102,548.00	2.21%	1,102,548.00	2.21%
10	蔡伟棠		√		299,511.00	0.60%	299,511.00	0.60%
11	王贤达		√		249,740.00	0.50%	249,740.00	0.50%
12	包一峰			√	767,521.00	1.54%	767,521.00	1.54%
13	涂弘炜			√	701,753.00	1.40%	701,753.00	1.40%
14	Shaw Jeremy Mark			√	403,689.00	0.81%	403,689.00	0.81%
15	郑婉宜			√	403,689.00	0.81%	403,689.00	0.81%
16	杜晓舟			√	400,132.00	0.80%	400,132.00	0.80%
17	麦浩邦			√	124,434.00	0.25%	124,434.00	0.25%

18	裔照珺		√	95,119.00	0.19%	95,119.00	0.19%
19	朱敏敏		√	85,207.00	0.17%	85,207.00	0.17%
合计				41,656,795.00	83.33%	41,656,795.00	83.33%

除上述持股情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其直系亲属均未以其他任何方式直接或间接持有公司股份的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系

公司上述董事、监事及高级管理人员之间 Shaw Jeremy Mark 和郑婉宜为夫妻关系，除上述情况外公司上述董事、监事及高级管理人员之间无亲属关系。

（三）董事、监事、高级管理人员与公司签订的重要协议或作出重要承诺

截至本公开转让说明书签署日，公司部分董事、监事、高级管理人员与公司签订了《劳动合同》。公司董事长、副总经理伍宝星以及公司总经理刘锦耀已出具了《避免同业竞争的承诺函》，具体内容详见本说明书第三节之“四、同业竞争情况”之“（二）为避免同业竞争采取的措施”。

根据董事、监事、高级管理人员出具的说明，经核查该等人员简历，并经网络检索，上述人员最近 24 个月内不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施的情形，最近 24 个月内不存在重大违法违规行为，不存在违反《中华人民共和国公司法》相关规定的行为，不存在违反竞业禁止的法律规定的情形，未与前任公司签署过竞业禁止协议，且不存在因竞业禁止导致的纠纷或潜在纠纷，也不存在与曾经及目前任职单位关于知识产权、商业秘密方面的侵权纠纷或潜在纠纷。

（四）董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本公开转让说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员在公司及其控股子公司之外的其他企业兼职的情况如下：

姓名	公司任职	兼职单位	任职	兼职单位与公司关系
伍宝星	董事长、副总经理	上海艾博思韦宣物业管理有限公司	执行董事	公司实际控制人控制的公司
何君琦	董事	上海联创永钦创业投资中心（有限合伙）	管理合伙	公司股东

			人	
		上海永宣创业投资管理有限公司	管理合伙人	无
		上海暴走信息科技有限公司	董事	无
		上海摩邑诚广告有限公司	董事	无
		上海鸿翼文化传媒股份有限公司	董事	无
		上海绿柚网络科技有限公司	董事	无
		上海齐思信息科技股份有限公司	董事	无
		上海胜日信息科技有限公司	董事	无
		上海欣雨动画设计有限公司	董事	无
王岑	董事	红杉资本中国基金	合伙人	无
		韩后化妆品集团	董事	无
		好彩头食品饮料集团	董事	无
		溜溜梅食品集团	董事	无
包一峰	副总经理	上海霖杰文化发展有限公司	执行董事、 总经理	无

注：截至本股转说明书签署日，包一峰已经辞去在上海霖杰文化发展有限公司执行董事、总经理职务，目前尚在办理工商变更过程中。

（五）董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

截至本公开转让说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下：

姓名	对外投资公司	持股比例	主营业务
包一峰	上海对比窗艺术品有限公司	70.00%	工艺美术品
	上海八月天文化传播有限公司	90.00%	企业形象设计
	上海好文贸易有限公司	30.00%	商品贸易
	上海霖杰文化发展有限公司	100.00%	商务咨询
苏彤	新源控股	33.33%	控股型公司
伍宝星	Premier Motion Holdings Limited	100.00%	控股型公司
	新源控股	33.33%	控股型公司
	NBS Holdings Limited	100.00%	控股型公司
刘锦耀	新源控股	33.33%	控股型公司
	Prime Action Holdings Limited	100.00%	控股型公司
	Dashing Fortune International Limited	100.00%	控股型公司
黄念雯	Seraph & Cherub Investments Limited	100.00%	控股型公司

艾德韦宣董事、监事及高级管理人员存在对外投资情形。其中，除包一峰投

资的四家公司外，剩余公司均属于控股型公司，并未从事实际业务经营。

包一峰对外投资的四家公司虽然主营业务范围与艾德韦宣存在一定程度重合，但是截至本转让说明书签署日，该四家公司并未实际从事实际业务经营；根据包一峰出具的《承诺函》，为避免上述公司与艾德韦宣存在的潜在竞争关系，包一峰将在六个月内将持有的上述公司股权转让给无关联的第三方。截至本说明书签署日，上述股权转让正在进行中。

（六）董事、监事、高级管理人员受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股转系统公开谴责情况

根据公司董事、监事、高级管理人员出具的承诺，并经网络检索，公司近两年不存在董事、监事、高级管理人员受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、不存在受到全国股份转让系统公司公开谴责情况。

七、近两年公司董事、监事、高级管理人员变动情况及原因

（一）董事变动情况及原因

1、公司董事变动情况

报告期初，由刘锦耀担任董事长，伍宝星、苏彤、刘慧文及周琦担任董事。

2014年6月8日，经艾德韦宣有限股东决定，任命何君琦为新任董事，免去周琦董事职位，公司董事会成员为5人。

2014年7月9日，经艾德韦宣有限股东决定，任命周琦、王岑为新任董事，公司董事会成员增加至7人。

2014年11月27日，经艾德韦宣有限股东决定，任命陈伟彬为新任董事，公司董事会成员增加至8人。

2015年11月11日，公司召开创立大会，选举了伍宝星、刘锦耀、周琦、何君琦、王岑、苏彤、刘慧文和陈伟彬为公司董事。

至本公开转让说明书签署之日，公司董事会成员未再发生变动。

2、董事变动原因

报告期内，公司调整了董事人选，主要是考虑到公司规模逐渐扩大，且不断引入外部投资者，需要根据公司股权结构变更及业务开展需求，对董事会席位进行调整。公司董事会人选变更是经营所需，且进一步规范了公司治理，有利于公司经营的发展和扩大。

（二）监事变动情况及原因

1、报告期内公司监事变动情况

报告期初，公司未设立监事会，设监事一人为黄念雯。

2015年11月，公司召开职工代表大会及股份公司创立大会，设立监事会，并选举黄念雯、蔡伟棠、王贤达公司监事，其中职工代表监事为王贤达。

截至本说明书签署之日，公司监事未发生其他变化。

2、公司监事变动原因

报告期内，公司监事变动主要是随着公司规模扩大及组织形式变更，依法建立监事会，有利于保护股东和职工利益，进一步规范公司治理，有利于公司今后经营的发展和扩大。

（三）高级管理人员变动情况及原因

1、公司高级管理人员变动情况

报告期初，公司设总经理一名，由伍宝星担任。

2015年11月11日，公司召开第一届董事会第一次会议同意聘任刘锦耀为公司总经理，聘任刘慧文，苏彤，伍宝星，陈伟彬，周琦，包一峰，麦浩邦，涂弘炜，郑婉宜，Shaw Jeremy Mark，裔照珺为公司副总经理，聘任朱敏敏为财务负责人，聘任杜晓舟为董事会秘书。

截至本说明书签署之日，公司高级管理人员未发生其他变化。

2、公司高级管理人员变动原因

报告期内，公司调整了公司高级管理人员设置，主要是考虑到公司治理及经营所需，明确了管理职责，优化了管理团队，进一步规范了公司治理，有利于公司生产经营的发展和扩大。

第四节 公司财务

一、近两年的审计意见和经审计的资产负债表、利润表、现金流量表及所有者权益变动表

（一）近两年财务会计报告的审计意见

公司聘请了具有证券期货相关业务资格的天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2014 年度、2015 年度的财务报表进行审计，并出具了编号为天职业字[2016]1269 号标准无保留意见的审计报告。

（二）财务报表编制基础

公司财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》（财政部令第 33 号发布、财政部令第 76 号修订）、于 2006 年 2 月 15 日及其后颁布和修订的 41 项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）编制。根据企业会计准则的相关规定，公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，本财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

（三）近两年经审计的资产负债表、利润表、现金流量表以及所有者权益变动表

1、资产负债表

（1）合并资产负债表

单位：元

项目	2015-12-31	2014-12-31
流动资产：		
货币资金	45,610,690.28	48,424,360.35
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	--	--

衍生金融资产	--	--
应收票据	--	--
应收账款	75,669,792.88	76,924,309.81
预付款项	2,690,819.84	3,797,296.31
应收利息	--	--
应收股利	4,031,999.65	
其他应收款	1,350,924.78	4,854,163.08
存货		1,027,361.38
划分为持有待售的资产	--	--
一年内到期的非流动资产	--	--
其他流动资产	22,000,000.00	7,500,000.00
流动资产合计	151,354,227.43	142,527,490.93
非流动资产：		
可供出售金融资产	--	--
持有至到期投资	--	--
长期应收款	--	--
长期股权投资	484,416.84	4,481,764.61
投资性房地产	--	--
固定资产	1,365,462.28	2,398,353.02
在建工程	--	--
工程物资	--	--
固定资产清理	--	--
生产性生物资产	--	--
油气资产	--	--
无形资产	305,580.13	203,945.94
开发支出	--	--
商誉	9,163,561.87	9,163,561.87
长期待摊费用	216,445.00	1,263,218.84
递延所得税资产	--	--

其他非流动资产	--	--
非流动资产合计	11,535,466.12	17,510,844.28
资产总计	162,889,693.55	160,038,335.21
流动负债：		
短期借款	--	--
以公允价值计量且其变动 计入当期损益的金融负债	--	--
衍生金融负债	--	--
应付票据	--	--
应付账款	33,626,692.62	45,384,806.04
预收款项	1,100,592.87	185,199.06
应付职工薪酬	470,740.21	3,725,730.28
应交税费	14,930,609.62	16,345,021.02
应付利息	--	--
应付股利	--	11,796,949.85
其他应付款	940,386.72	4,320,615.89
划分为持有待售的负债	--	--
一年内到期的非流动负债	--	--
其他流动负债	--	--
流动负债合计	51,069,022.04	81,758,322.15
非流动负债：		
长期借款	--	--
应付债券	--	--
长期应付职工薪酬	--	--
长期应付款	--	--
专项应付款	--	--
预计负债	--	--
递延收益	--	--
递延所得税负债	--	--

其他非流动负债	--	--
非流动负债合计	--	--
负债合计	51,069,022.04	81,758,322.15
所有者权益：		
实收资本（股本）	50,000,000.00	16,108,247.00
其他权益工具	--	--
资本公积	348,182.28	22,994,891.56
减：库存股	--	--
其他综合收益	-88,290.46	2,144.45
专项储备	--	--
盈余公积	4,431,284.29	2,765,911.14
未分配利润	57,129,495.41	31,263,632.58
归属于母公司所有者权益合计	111,820,671.51	73,134,826.73
少数股东权益	--	5,145,186.33
所有者权益合计	111,820,671.51	78,280,013.06
负债和所有者权益总计	162,889,693.55	160,038,335.21

(2) 母公司资产负债表

单位：元

项目	2015-12-31	2014-12-31
流动资产：		
货币资金	20,989,090.52	21,283,614.94
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	--	--
衍生金融资产	--	--
应收票据	--	--
应收账款	30,376,972.55	42,903,888.23
预付款项	1,396,682.54	2,676,456.01
应收利息	--	--

应收股利	4,031,999.65	--
其他应收款	5,752,960.96	28,570,575.93
存货	--	--
划分为持有待售的资产	--	--
一年内到期的非流动资产	--	--
其他流动资产	20,000,000.00	7,500,000.00
流动资产合计	82,547,706.22	102,934,535.11
非流动资产：		
可供出售金融资产	--	--
持有至到期投资	--	--
长期应收款	--	--
长期股权投资	20,473,401.71	10,220,822.77
投资性房地产	--	--
固定资产	591,999.41	964,602.87
在建工程	--	--
工程物资	--	--
固定资产清理	--	--
生产性生物资产	--	--
油气资产	--	--
无形资产	297,093.99	182,974.27
开发支出	--	--
商誉	--	--
长期待摊费用	--	--
递延所得税资产	--	--
其他非流动资产	--	--
非流动资产合计	21,362,495.11	11,368,399.91
资产总计	103,910,201.33	114,302,935.02
流动负债：		
短期借款	--	--

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	--	--
衍生金融负债	--	--
应付票据	--	--
应付账款	19,710,362.95	33,902,263.59
预收款项	95,232.87	43,800.30
应付职工薪酬	--	2,324,849.84
应交税费	3,387,761.84	9,445,559.30
应付利息	--	--
应付股利	--	--
其他应付款	346,280.41	1,748,883.84
划分为持有待售的负债	--	--
一年内到期的非流动负债	--	--
其他流动负债	--	--
流动负债合计	23,539,638.07	47,465,356.87
非流动负债：	--	--
长期借款	--	--
应付债券	--	--
长期应付职工薪酬	--	--
长期应付款	--	--
专项应付款	--	--
预计负债	--	--
递延收益	--	--
递延所得税负债	--	--
其他非流动负债	--	--
非流动负债合计	--	--
负债合计	23,539,638.07	47,465,356.87
所有者权益：		
实收资本（股本）	50,000,000.00	16,108,247.00

其他权益工具	--	--
资本公积	476,416.63	23,091,839.63
减：库存股	--	--
其他综合收益	--	--
专项储备	--	--
盈余公积	4,431,284.29	2,765,911.14
未分配利润	25,462,862.34	24,871,580.37
所有者权益合计	80,370,563.26	66,837,578.14
负债和所有者权益总计	103,910,201.33	114,302,935.02

2、利润表

(1) 合并利润表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
一、营业总收入	325,629,321.36	250,579,320.35
二、营业总成本	274,373,298.99	202,646,548.76
其中：营业成本	197,934,695.05	146,489,041.49
营业税金及附加	1,159,678.11	1,021,273.82
销售费用	41,113,045.58	26,058,292.54
管理费用	33,212,895.72	29,059,290.62
财务费用	262,119.98	-17,773.50
资产减值损失	690,864.55	36,423.79
加：公允价值变动收益	--	--
投资收益	1,569,118.10	2,450,364.13
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	76,379.69	2,436,205.61
三、营业利润	52,825,140.48	50,383,135.72
加：营业外收入	2,263,734.25	372,003.14
其中：非流动资产处置利得	--	--

减：营业外支出	53,435.41	350.90
其中：非流动资产处置损失	--	--
四、利润总额	55,035,439.32	50,754,787.96
减：所得税费用	12,161,104.69	13,415,507.22
五、净利润	42,874,334.63	37,339,280.74
归属于母公司所有者的净利润	42,409,732.62	34,051,163.63
少数股东损益	464,602.01	3,288,117.11
六、其他综合收益的税后净额	-90,434.91	2,522.88
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-90,434.91	2,144.45
(一) 以后不能重分类进损益的其他综合收益	--	--
1.重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动	--	--
2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	--	--
(二) 以后将重分类进损益的其他综合收益	-90,434.91	2,144.45
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	--	--
2.可供出售金融资产公允价值变动损益	--	--
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	--	--
4.现金流量套期损益的有效部分	--	--
5.外币财务报表折算差额	-90,434.91	2,144.45
6.其他	--	--
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	--	378.43
七、综合收益总额	42,783,899.72	37,341,803.62
归属于母公司所有者的综合收益总额	42,319,297.71	34,053,308.08
归属于少数股东的综合收益总额	464,602.01	3,288,495.54
八、每股收益	--	--
(一) 基本每股收益	0.85	--
(二) 稀释每股收益	--	--

(2) 母公司利润表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
一、营业总收入	167,962,048.77	175,592,550.65
二、营业总成本	153,227,673.08	140,961,688.79
其中：营业成本	120,136,553.48	110,187,857.46
营业税金及附加	593,181.59	676,958.13
销售费用	16,155,431.40	15,112,795.52
管理费用	15,944,391.98	14,997,043.30
财务费用	236,686.03	-12,965.62
资产减值损失	161,428.60	--
加：公允价值变动收益	--	--
投资收益	4,773,256.13	2,450,364.13
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-405,040.58	2,436,205.61
三、营业利润	19,507,631.82	37,081,225.99
加：营业外收入	1,411,641.75	--
其中：非流动资产处置利得	--	--
减：营业外支出	53,235.41	230.00
其中：非流动资产处置损失	--	--
四、利润总额	20,866,038.16	37,080,995.99
减：所得税费用	4,212,306.66	9,421,884.571
五、净利润	16,653,731.50	27,659,111.42
归属于母公司所有者的净利润	16,653,731.50	27,659,111.42
少数股东损益	--	--
六、其他综合收益的税后净额	--	--
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	--	--
(一) 以后不能重分类进损益的其他综合收益	--	--

1.重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动	--	--
2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	--	--
(二) 以后将重分类进损益的其他综合收益	--	--
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	--	--
2.可供出售金融资产公允价值变动损益	--	--
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	--	--
4.现金流量套期损益的有效部分	--	--
5.外币财务报表折算差额	--	--
6.其他	--	--
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	--	--
七、综合收益总额	16,653,731.50	27,659,111.42
归属于母公司所有者的综合收益总额	16,653,731.50	27,659,111.42
归属于少数股东的综合收益总额	--	--
八、每股收益	--	--
(一) 基本每股收益	--	--
(二) 稀释每股收益	--	--

3、现金流量表

(1) 合并现金流量表

单位：元

项目	2015 年度	2014 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	347,336,991.38	193,819,861.83
收到的税费返还	2,210,141.75	249,300.00
收到其他与经营活动有关的现金	8,912,163.10	20,320,345.51
经营活动现金流入小计	358,459,296.23	214,389,507.34
购买商品、接受劳务支付的现金	218,935,052.32	116,884,556.15
支付给职工以及为职工支付的现金	59,028,099.04	38,276,355.24
支付的各项税费	21,261,608.59	10,361,959.83
支付其他与经营活动有关的现金	50,714,383.23	16,923,761.55
经营活动现金流出小计	349,939,143.18	182,446,632.77
经营活动产生的现金流量净额	8,520,153.05	31,942,874.57
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	49,000,000.00	
取得投资收益收到的现金	1,625,352.26	14,158.52
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	--	--
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	--	--
收到其他与投资活动有关的现金	--	--
投资活动现金流入小计	50,625,352.26	14,158.52
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	987,935.75	4,059,593.22
投资支付的现金	38,500,000.00	7,600,575.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	--	3,492,734.16
支付其他与投资活动有关的现金	2,701,920.09	--
投资活动现金流出小计	42,189,855.84	15,152,902.38
投资活动产生的现金流量净额	8,435,496.42	-15,138,743.86
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	11,276,330.00	25,500,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	--	1,300,000.00
取得借款收到的现金	10,703,002.17	--

收到其他与筹资活动有关的现金	--	--
筹资活动现金流入小计	21,979,332.17	25,500,000.00
偿还债务支付的现金	10,703,002.17	--
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	27,054,775.10	--
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	--	--
支付其他与筹资活动有关的现金	3,990,874.44	--
筹资活动现金流出小计	41,748,651.71	--
筹资活动产生的现金流量净额	-19,769,319.54	25,500,000.00
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	-2,813,670.07	42,304,130.71
加：期初现金及现金等价物余额	48,424,360.35	6,120,229.64
六、期末现金及现金等价物余额	45,610,690.28	48,424,360.35

(2) 母公司现金流量表

单位：元

项目	2015 年度	2014 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	190,636,033.20	143,269,516.76
收到的税费返还	1,411,641.75	--
收到其他与经营活动有关的现金	19,384,663.19	29,824.45
经营活动现金流入小计	211,432,338.14	143,299,341.21
购买商品、接受劳务支付的现金	133,335,625.73	87,237,874.79
支付给职工以及为职工支付的现金	28,880,023.62	20,723,800.47
支付的各项税费	17,673,100.23	6,444,909.15
支付其他与经营活动有关的现金	20,481,624.99	23,679,675.94
经营活动现金流出小计	200,370,374.57	138,086,260.35
经营活动产生的现金流量净额	11,061,963.57	5,213,080.86

二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	47,000,000.00	
取得投资收益收到的现金	1,563,925.10	14,158.52
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	--	--
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	--	--
收到其他与投资活动有关的现金	--	--
投资活动现金流入小计	48,563,925.10	14,158.52
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	195,188.04	470,544.92
投资支付的现金	49,050,935.27	13,793,309.16
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	--	--
支付其他与投资活动有关的现金	2,701,920.09	--
投资活动现金流出小计	51,948,043.40	14,263,854.08
投资活动产生的现金流量净额	-3,384,118.30	-14,249,695.56
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	11,276,330.00	24,200,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	--	--
取得借款收到的现金	10,703,002.17	
收到其他与筹资活动有关的现金	--	--
筹资活动现金流入小计	21,979,332.17	24,200,000.00
偿还债务支付的现金	10,703,002.17	--
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	15,257,825.25	--
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	--	--
支付其他与筹资活动有关的现金	3,990,874.44	--
筹资活动现金流出小计	29,951,701.86	--
筹资活动产生的现金流量净额	-7,972,369.69	24,200,000.00
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	-294,524.42	15,163,385.30
加：期初现金及现金等价物余额	21,283,614.94	6,120,229.64
六、期末现金及现金等价物余额	20,989,090.52	21,283,614.94

4、股东权益变动表

(1) 合并股东权益变动表

金额单位：元

2015 年权益变动表										
项目	归属于母公司股东的股东权益								少数股东权益	股东权益合计
	股本（注册资本）	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润		
一、上年年末余额	16,108,247.00	22,994,891.56	--	2,144.45	--	2,765,911.14	--	31,263,632.58	5,145,186.33	78,280,013.06
加：会计政策变更	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
前期差错更正	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
同一控制下企业合并	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
二、本年年初余额	16,108,247.00	22,994,891.56	--	2,144.45	--	2,765,911.14	--	31,263,632.58	5,145,186.33	78,280,013.06
三、本期增减变动金额（减少以“—”号填列）	33,891,753.00	-22,646,709.28	--	-90,434.91	--	1,665,373.15	--	25,865,862.83	-5,145,186.33	33,540,658.45
（一）综合收益总额			--	-90,434.91	--		--	42,409,732.62	464,602.01	42,783,899.72
（二）股东投入	2,454,620.00	8,790,423.72	--	--	--	--	--	--	-5,609,788.34	5,635,255.38

和减少资本										
1、股东投入的普通股	2,454,620.00	8,821,710.00	--	--	--	--	--	--	--	11,276,330.00
2、其他权益工具持有者投入资本	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
3、股份支付计入股东权益的金额	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
4、其他	--	-31,286.28	--	--	--	--	--	--	-5,609,788.34	-5,641,074.62
(三) 利润分配	--	--	--	--	--	1,665,373.15	--	-16,543,869.79	--	-14,878,496.65
1、提取盈余公积	--	--	--	--	--	1,665,373.15	--	-1,665,373.15	--	--
2、对股东的分配	--	--	--	--	--	--	--	-15,000,001.00	--	-15,000,001.00
3、其他	--	--	--	--	--	--	--	121,504.35	--	121,504.35
(四) 股东权益内部结转	31,437,133.00	-31,437,133.00	--	--	--	--	--	--	--	--
1、资本公积转增资本(或股本)	31,437,133.00	-31,437,133.00	--	--	--	--	--	--	--	--
2、盈余公积转增资本(或股本)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
3、盈余公积弥补亏损	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
4、结转重新计量设定收益计划净负债或净资产所产生的变动	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
5、其它	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
(五) 专项储备	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
1、本期提取	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

2、本期使用	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
(六) 其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
四、本期期末余额	50,000,000.00	348,182.28	--	-88,290.46	--	4,431,284.29		57,129,495.41	--	111,820,671.51

金额单位：元

2014 年权益变动表										
项目	归属于母公司股东的股东权益								少数股东权益	股东权益合计
	股本（注册资本）	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润		
一、上年年末余额	15,000,000.00	86.63	--	--	--	--	--	-21,619.91	--	14,978,466.72
加：会计政策变更	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
前期差错更正	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
同一控制下企业合并	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
二、本年年初余额	15,000,000.00	86.63	--	--	--	--	--	-21,619.91	--	14,978,466.72
三、本期增减变动金额（减少以“—”号填列）	1,108,247.00	22,994,804.93	--	2,144.45	--	2,765,911.14	--	31,285,252.49	5,145,186.33	63,301,546.34
（一）综合收益总额	--	--	--	2,144.45	--	--	--	34,051,163.63	3,288,495.54	37,341,803.62

(二) 股东投入和减少资本	1,108,247.00	22,994,804.93	--	--	--	--	--	--	1,856,690.79	25,959,742.72
1、股东投入的普通股	1,108,247.00	23,091,753.00	--	--	--	--	--	--	1,856,690.79	26,056,690.79
2、其他权益工具持有者投入资本	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
3、股份支付计入股东权益的金额	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
4、其他	--	-96,948.07	--	--	--	--	--	--	--	-96,948.07
(三) 利润分配	--	--	--	--	--	2,765,911.14	--	-2,765,911.14	--	--
1、提取盈余公积	--	--	--	--	--	2,765,911.14	--	-2,765,911.14	--	--
2、对股东的分配	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
3、其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
(四) 股东权益内部结转	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
1、资本公积转增资本(或股本)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
2、盈余公积转增资本(或股本)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
3、盈余公积弥补亏损	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
4、结转重新计量设定收益计划净负债或净资产所产生的变动	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
5、其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
(五) 专项储备	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1、本期提取	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
2、本期使用	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
(六) 其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
四、本期期末余额	16,108,247.00	22,994,891.56	--	2,144.45	--	2,765,911.14	--	31,263,632.58	5,145,186.33	78,280,013.06

(2) 母公司股东权益变动表

金额单位：元

项目	2015年母公司股东权益变动表								
	股本（注册资本）	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	16,108,247.00	23,091,839.63	--	--	--	2,765,911.14	--	24,871,580.37	66,837,578.14
加：会计政策变更	--	--	--	--	--	--	--	--	--
前期差错更正	--	--	--	--	--	--	--	--	--
其他	--	--	--	--	--	--	--	602,924.62	602,924.62
二、本年初余额	16,108,247.00	23,091,839.63	--	--	--	2,765,911.14	--	25,474,504.99	67,440,502.76
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	33,891,753.00	-22,615,423.00	--	--	--	1,665,373.15	--	-11,642.65	12,930,060.50
（一）综合收益总额	--	--	--	--	--	--	--	16,653,731.50	16,653,731.50
（二）股东投入和减少资本	2,454,620.00	8,821,710.00	--	--	--	--	--	--	11,276,330.00
1、股东投入的普通股	2,454,620.00	8,821,710.00	--	--	--	--	--	--	11,276,330.00
2、其他权益工具持有者投入资本	--	--	--	--	--	--	--	--	--
3、股份支付计入股东权益的金额	--	--	--	--	--	--	--	--	--
4、其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(三) 利润分配	--	--	--	--	--	1,665,373.15	--	-16,665,374.15	-15,000,001.00
1、提取盈余公积	--	--	--	--	--	1,665,373.15	--	-1,665,373.15	
2、对股东的分配	--	--	--	--	--	--	--	15,000,001.00	-15,000,001.00
3、其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--
(四) 股东权益内部结转	31,437,133.00	-31,437,133.00	--	--	--	--	--	--	--
1、资本公积转增资本(或股本)	31,437,133.00	-31,437,133.00	--	--	--	--	--	--	--
2、盈余公积转增资本(或股本)	--	--	--	--	--	--	--	--	--
3、盈余公积弥补亏损	--	--	--	--	--	--	--	--	--
4、结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动	--	--	--	--	--	--	--	--	--
5、其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--
(五) 专项储备	--	--	--	--	--	--	--	--	--
1、本期提取	--	--	--	--	--	--	--	--	--
2、本期使用	--	--	--	--	--	--	--	--	--
(六) 其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--
四、本期期末余额	50,000,000.00	476,416.63	--	--	--	4,431,284.29	--	25,462,862.34	80,370,563.26

金额单位：元

项目	2014年母公司股东权益变动表								
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	股东权益合计
一、上年年末余额	15,000,000.00	86.63	--	--	--	--	--	-21,619.91	14,978,466.72
加：会计政策变更	--	--	--	--	--	--	--	--	--
前期差错更正	--	--	--	--	--	--	--	--	--
其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--
二、本年初余额	15,000,000.00	86.63	--	--	--	--	--	-21,619.91	14,978,466.72
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	1,108,247.00	23,091,753.00	--	--	--	2,765,911.14	--	24,893,200.28	51,859,111.42
（一）综合收益总额			--	--	--	--	--	27,659,111.42	27,659,111.42
（二）股东投入和减少资本	1,108,247.00	23,091,753.00	--	--	--	--	--	--	24,200,000.00
1、股东投入的普通股	1,108,247.00	23,091,753.00	--	--	--	--	--	--	24,200,000.00
2、其他权益工具持有者投入资本	--	--	--	--	--	--	--	--	--
3、股份支付计入股东权益的金额	--	--	--	--	--	--	--	--	--
4、其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--
（三）利润分配	--	--	--	--	--	2,765,911.14	--	-2,765,911.14	--
1、提取盈余公积	--	--	--	--	--	2,765,911.14	--	-2,765,911.14	--
2、对股东的分配	--	--	--	--	--	--	--	--	--

3、其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--
(四) 股东权益内部结转	--	--	--	--	--	--	--	--	--
1、资本公积转增资本(或股本)	--	--	--	--	--	--	--	--	--
2、盈余公积转增资本(或股本)	--	--	--	--	--	--	--	--	--
3、盈余公积弥补亏损	--	--	--	--	--	--	--	--	--
4、结转重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动	--	--	--	--	--	--	--	--	--
5、其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--
(五) 专项储备	--	--	--	--	--	--	--	--	--
1、本期提取	--	--	--	--	--	--	--	--	--
2、本期使用	--	--	--	--	--	--	--	--	--
(六) 其他	--	--	--	--	--	--	--	--	--
四、本期期末余额	16,108,247.00	23,091,839.63	--	--	--	2,765,911.14	--	24,871,580.37	66,837,578.14

（四）近两年更换会计师事务所的情况

报告期内公司未更换过会计师事务所。

二、主要会计政策、会计估计及其变更情况

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司基于下述编制基础编制的财务报表符合财政部已颁布的最新企业会计准则及其应用指南、解释以及其他相关规定（统称“企业会计准则”）的要求，真实完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间和经营周期

本公司的会计年度从公历1月1日至12月31日止。

正常经营周期是指本公司从购买用于提供劳务或销售的商品起至实现现金或现金等价物的期间。本公司以12个月作为一个经营周期，并以其作为资产和负债的流动性划分标准。

（三）记账本位币

本公司采用人民币作为记账本位币。

（四）计量属性在本期发生变化的报表项目及其本期采用的计量属性

本公司采用的计量属性包括历史成本、重置成本、可变现净值、现值和公允价值。报告期内无计量属性发生变化的报表项目。

（五）企业合并

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

本公司在一次交易取得或通过多次交易分步实现同一控制下企业合并，企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方在最终控制方合并财务报表中的的账面价值计量。本公司取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积；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方法

本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；如果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。

通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并，应按以下顺序处理：

(1) 对长期股权投资的账面余额进行调整。购买方应当以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，应当在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益转入当期投资收益。

(2) 比较达到企业合并时每一单项交易的成本与交易时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值的份额，确定每一单项交易应予确认的商誉或者应计入发生当期损益的金额。购买方在购买日确认的商誉（或计入损益的金额）应为每一单项交易产生的商誉（或应予确认损益的金额）之和。

(3) 对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，确认有关投资收益，同时将与其相关的其他综合收益转为投资收益。

3、通过多次交易分步处置股权至丧失对子公司控制权的情形

(1) 判断分步处置股权至丧失对子公司控制权过程中的各项交易是否属于“一揽子交易”的原则

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

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

(2) 分步处置股权至丧失对子公司控制权过程中的各项交易属于“一揽子交易”的会计处理方法

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，应当将各项

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

在合并财务报表中，对于剩余股权，应当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。与原子公司股权投资相关的其他综合收益，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

(3) 分步处置股权至丧失对子公司控制权过程中的各项交易不属于“一揽子交易”的会计处理方法

处置对子公司的投资未丧失控制权的，合并财务报表中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计入资本公积（资本溢价或股本溢价），资本溢价不足冲减的，应当调整留存收益。

处置对子公司的投资丧失控制权的，在合并财务报表中，对于剩余股权，应当按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

（六）合并财务报表的编制方法

合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由本公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。

在报告期内因同一控制下企业合并增加子公司，编制合并财务报表时，调整合并资产负债表的期初数，将该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，并将现金流量纳入合并现金流量表。

在报告期内因非同一控制下企业合并增加子公司，编制合并财务报表时，不调整合并资产负债表的期初数，将该子公司购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，并将现金流量纳入合并现金流量表。

在报告期内处置子公司，编制合并财务报表时，不调整合并资产负债表的期初数，将该子公司期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表，并将现金流量纳入合并现金流量表。

（七）合营安排

1、合营安排的认定和分类

合营安排，是指一项由两个或两个以上的参与方共同控制的安排。合营安排具有下列特征：1) 各参与方均受到该安排的约束；2) 两个或两个以上的参与方对该安排实施共同控制。任何一个参与方都不能够单独控制该安排，对该安排具有共同控制的任何一个参与方均能够阻止其他参与方或参与方组合单独控制该安排。

共同控制，是指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。

合营安排分为共同经营和合营企业。共同经营，是指合营方享有该安排相关资产且承担该安排相关负债的合营安排。合营企业，是指合营方仅对该安排的净资产享有权利的合营安排。

2、合营安排的会计处理

共同经营参与方应当确认其与共同经营中利益份额相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：1) 确认单独所持有的资产，以及按其份额确认共同持有的资产；2) 确认单独所承担的负债，以及按其份额确认共同承担的负债；3) 确认出售其享有的共同经营产出份额所产生的收入；4) 按其份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；5) 确认单独所发生的费用，以及按其份额确认共同经营发生的费用。

合营企业参与方应当按照《企业会计准则第2号——长期股权投资》的规定对合营企业的投资进行会计处理。

（八）现金流量表之现金及现金等价物的确定标准

现金流量表的现金指企业库存现金及可以随时用于支付的存款。现金等价物指持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、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。

（九）外币业务和外币报表折算

1、外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

2、外币财务报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生当月1日的即期汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，确认为其他综合收益。

（十）金融工具

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、贷款和应收款项、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）、其他金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

本公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。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；对于其他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。

本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贷款和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，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：1）按照《企业会计准则第13号——或有事项》确定的金额；2）初始确认金额扣除按照《企业会计准则第14号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

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他综合收益；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其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

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；当金融负债的现时义务全部或部分解

除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

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、主要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他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。

5、金融资产的减值测试和减值准备计提方法

在资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。金融资产发生减值的客观证据，包括下列各项：

- （1）发行方或债务人发生严重财务困难；
- （2）债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；

- (3) 本公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生困难的债务人作出让步；
- (4) 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- (5) 因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；
- (6) 债务人经营所处的技术、市场、经济和法律环境等发生重大不利变化，使本公司可能无法收回投资成本；
- (7) 权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；
- (8) 其他表明金融资产发生减值的客观证据。

其中“严重下跌”是指公允价值下跌幅度累计超过 50%；“非暂时性下跌”是指公允价值连续下跌时间超过 12 个月。

(十一) 应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

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	本公司将金额为人民币 100 万以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，如有客观证据表明其发生了减值的，根据其预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）按原实际利率折现的现值低于其账面价值的差额，确认为减值损失，计入当期损益。如无客观证据表明其发生了减值的，则并入正常信用风险组合采用账龄分析法计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

(1) 确定组合的依据及坏账准备的计提方法

组合名称	坏账准备计提方法	确定组合的依据
无信用风险组合	不计提坏账	无信用风险组合的应收款项主要包括押金和合并范围内应收关联方单位款项等确定能够收回的应收款项。无客观证据表明其发生了减值的，则不计提坏账准备。
正常信用风险组合	账龄分析法	正常信用风险组合的应收款项主要包括除上述无信用风险组合的应收款项外，无客观证据表明客户财务状况和履约能力严重恶化的应收款项。采用账龄分析法计提坏账准备。

(2) 正常信用风险组合应收款项坏账准备以应收款项的账龄为基础，采用账龄分

析法确定，计提比例列示如下：

账 龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
6个月以内（含6个月）	0	0
6个月-12个月（含12个月）	1	1
12个月-24个月（含24个月）	20	20
24个月-36个月（含36个月）	50	50
36个月以上	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	单项金额不重大且按照组合计提坏账准备不能反映其风险特征的应收款项
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于账面价值的差额,确认减值损失。

对应收票据、预付款项、应收利息、长期应收款等其他应收款项，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。

（十二）存货

1、存货的分类

存货分为原材料、库存商品、低值易耗品等。

2、发出存货的计价方法

各类存货的购入与入库按实际成本计价，发出采用加权平均法计价；低值易耗品于其领用时采用一次摊销法。

3、存货盘存制度

存货盘存采用永续盘存制。

4、存货可变现净值的依据及存货跌价准备计提方法

期末，在对存货进行全面盘点的基础上，对存货可变现净值低于成本的部分，提取存货跌价准备，计入当期损益。提取时按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额确定。

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品和包装物均采用一次摊销法。

（十三）划分为持有待售资产及终止经营

本公司将同时满足下列条件的非流动资产划分为持有待售资产：

（1）该非流动资产或该处置组在其当前状况下仅根据出售此类资产或处置组的惯常条款即可立即出售；

（2）本公司已经就处置该非流动资产或该处置组作出决议并取得适当批准；

（3）本公司已经与受让方签订了不可撤销的转让协议；

（4）该项转让将在一年内完成。

被划分为持有待售的非流动资产和处置组中的资产和负债，分类为流动资产和流动负债。

终止经营为满足下列条件之一的已被处置或被划归为持有待售的、于经营上和编制财务报表时能够在本公司内单独区分的组成部分：

（1）该组成部分代表一项独立的主要业务或一个主要经营地区；

（2）该组成部分是拟对一项独立的主要业务或一个主要经营地区进行处置计划的一部分；

（3）该组成部分是仅仅为了再出售而取得的子公司。

对于持有待售的固定资产，公司将该项资产的预计净残值调整为反映其公允价值减去处置费用后的金额（但不得超过该项资产符合持有待售条件时的原账面价值），原账面价值高于调整后预计净残值的差额，作为资产减值损失计入当期损益。

符合持有待售条件的无形资产等其他非流动资产，按上述原则处理。

（十四）长期股权投资

1、投资成本的确定

（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其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积(资本溢价或股本溢价)；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

分步实现同一控制下企业合并的，应当以持股比例计算的合并日应享有被合并方账面所有者权益份额作为该项投资的初始投资成本。初始投资成本与其原长期股权投资账面价值加上合并日取得进一步股份新支付对价的公允价值之和的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，冲减留存收益。

(2) 非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

(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；投资者投入的，按照投资合同或协议约定的价值作为其初始投资成本（合同或协议约定价值不公允的除外）。

2、后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资，在本公司个别财务报表中采用成本法核算；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。

采用成本法时,长期股权投资按初始投资成本计价,除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外,按享有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,并同时根据有关资产减值政策考虑长期投资是否减值。

采用权益法时,长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的,归入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,其差额计入当期损益,同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法时,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的份额,确认投资损益并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,按照本公

公司的会计政策及会计期间,并抵销与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分(但内部交易损失属于资产减值损失的,应全额确认),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分得的部分,相应减少长期股权投资的账面价值。本公司确认被投资单位发生的净亏损,以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限,本公司负有承担额外损失义务的除外。对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动,调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

3、确定对被投资单位具有控制、重大影响的依据

控制,是指拥有对被投资方的权力,通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报,并且有能力运用对被投资方的权力影响回报金额;重大影响,是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力,但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

4、长期股权投资的处置

(1) 部分处置对子公司的长期股权投资,但不丧失控制权的情形

部分处置对子公司的长期股权投资,但不丧失控制权时,应当将处置价款与处置投资对应的账面价值的差额确认为当期投资收益。

(2) 部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的情形

部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的,对于处置的股权,应结转与所售股权相对应的长期股权投资的账面价值,出售所得价款与处置长期股权投资账面价值之间差额,确认为投资收益(损失);同时,对于剩余股权,应当按其账面价值确认为长期股权投资或其它相关金融资产。处置后的剩余股权能够对子公司实施共同控制或重大影响的,应按有关成本法转为权益法的相关规定进行会计处理。

5、减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资,在资产负债表日有客观证据表明其发生减值的,按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

（十五）投资性房地产

（1）投资性房地产包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权和已出租的建筑物。

（2）投资性房地产按照成本进行初始计量，采用成本模式进行后续计量，并采用与固定资产和无形资产相同的方法计提折旧或进行摊销。资产负债表日，有迹象表明投资性房地产发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

（十六）固定资产

1、固定资产确认条件、计价和折旧方法

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。

固定资产以取得时的实际成本入账，并从其达到预定可使用状态的次月起采用年限平均法计提折旧。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限(年)	净残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	年限平均法	20	3	4.85
电子设备	年限平均法	3	3	32.00
办公家具	年限平均法	5	3	19.40
运输工具	年限平均法	4	3	24.00
机器设备	年限平均法	10	3	9.70

3、固定资产的减值测试方法、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，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

符合下列一项或数项标准的，认定为融资租赁：（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给承租人；（2）承租人有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定承租人将

会行使这种选择权；(3) 即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分通常占租赁资产使用寿命的 75%以上（含 75%）；(4) 承租人在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值，90%以上（含 90%）；出租人在租赁开始日的最低租赁收款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值 90%以上（含 90%）；(5) 租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有承租人才能使用。

融资租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值中较低者入账，按自有固定资产的折旧政策计提折旧。

（十七）在建工程

1、在建工程的类别

在建工程包括施工前期准备、正在施工中的建筑工程、安装工程、技术改造工程和大修理工程等。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程按照实际发生的支出分项目核算，并在工程达到预定可使用状态时结转为固定资产。如果达到预定可使用状态时，尚未办理竣工结算的，按估计价值结转，待办理竣工结算手续后再作调整。

3、在建工程的减值测试方法、减值准备计提方法

有迹象表明一项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资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。同时，考虑企业管理层管理生产经营活动的方式和对资产的持续使用或者处置的决策方式等。在建工程的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用应当在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。

（十八） 借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

企业发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

借款费用同时满足下列条件的，开始资本化。

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，借款费用暂停资本化。

4、借款费用资本化金额

专门借款的利息费用，以当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。

一般借款的利息费用，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率计算确定，资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

允许资本化的辅助费用、汇兑差额按实际发生额直接资本化。

（十九）无形资产

1、无形资产的计价方法

公司无形资产按照成本进行初始计量。

2、无形资产的摊销方法

（1）使用寿命有限的无形资产，自该无形资产可供使用时起，在使用寿命期内分期平均摊销，计入损益。使用寿命不确定的无形资产不予摊销。

源自合同性权利或其他法定权利取得的无形资产,其使用寿命不应超过合同性权利或其他法定权利的期限；没有明确的合同或法律规定的无形资产,根据专家论证、同行业的情况以及历史经验等来确定使用寿命。如果经过这些努力确实无法合理确定无形资产为企业带来经济利益期限,再将其作为使用寿命不确定的无形资产。

如果预计某项无形资产已不能为企业带来未来经济利益的，将该无形资产的账面价值全部转入管理费用。

无形资产具体摊销年限如下：

项 目	摊销年限（年）
计算机软件	3-5
客户媒体关系管理系统	3
协同办公平台	3

（2）使用寿命确定的无形资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备；使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

3、研究开发费用核算方法

（1）研究阶段支出是指为获得并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查所发生的支出。

公司内部研究项目的研究阶段支出，于发生时计入当期损益。

（2）开发阶段支出是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、产品等过程中所发生的支出。

公司内部研究项目的开发阶段支出，同时满足下列条件时确认为无形资产，否则计入当期损益：

- 1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- 2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- 3) 无形资产产生经济利益方式，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；
- 4) 有足够的技术、财务资源和其他资源条件支持，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计量。

（二十）资产减值的核算方法

1、减值测试的范围

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

2、资产减值损失的确认

资产减值损失是根据期末各项资产预计可收回金额低于其账面价值的差额确认。

另外，成本法核算的、在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，将该投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。

资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用应当在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

3、预计可收回金额的确定方法

根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

4、资产组的认定及减值

有迹象表明一项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资产组的可收回金额。

资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。同时，考虑企业管理层管理生产经营活动的方式和对资产的持续使用或者处置的决策方式等。

资产组一经确定，各个会计期间应当保持一致，不得随意变更。

本公司进行资产减值测试时，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。

资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失；账面价值包括商誉分摊额的，减值损失金额先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合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。

（二十一）长期待摊费用

本公司的长期待摊费用是指已经支出，但摊销期限在1年以上（不含1年）的各项费用。长期待摊费用均在各费用项目的预计受益期间内分期平均摊销，如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益的，将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（二十二）商誉

非同一控制下企业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。视企业合并方式不同，控股合并情况下，该差额是指合并财务报表中应列示的商誉；吸收合并情况下，该差额是购买方在其账簿及个别财务报表中应确认的商誉。初始确认后的商誉，应当以其成本扣除累计减值准备后的金额计量。商誉在确认以后，持有期间不进行摊销。

商誉减值准备按本附注三、（二十）资产减值规定处理。

（二十三）职工薪酬

职工薪酬,是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的除股份支付以外各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。本公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利,也属于职工薪酬。

1、短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间,将实际发生的短期薪酬确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。其中,非货币性福利按照公允价值计量。

2、辞退福利

本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿,在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日,确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债,同时计入当期损益。

3、设定提存计划

本公司职工参加了由当地劳动和社会保障部门组织实施的社会基本养老保险。本公司以当地规定的社会基本养老保险缴纳基数和比例,按月向当地社会基本养老保险经办机构缴纳养老保险费。职工退休后,当地劳动及社会保障部门有责任向已退休员工支付社会基本养老金。本公司在职工提供服务的会计期间,将根据上述社保规定计算应缴纳的金额确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。

（二十四）预计负债

1、因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成的义务成为本公司承担的现时义务,履行该义务很可能导致经济利益流出公司,且该义务的金额能够可靠的计量时,本公司将该项义务确认为预计负债。

2、本公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量,并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

（二十五）收入

1、销售商品

本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；相关的经济利益很可能流入企业；收入的金额和相关的成本能够可靠地计量，确认收入的实现。

2、提供劳务

（1）体验营销、娱乐营销业务

本公司通常在签订服务协议后，按照协议的约定提供服务；待合同要求的服务内容完成时，凭与客户的结算文件确认收入，并结转服务项目成本。对在同一会计年度内开始并完成的服务项目，于完成劳务时确认收入；对于在资产负债表日已执行完毕的项目，本公司服务收入是在下列条件同时满足时进行确认：

- 1) 已根据服务协议以及客户结算文件，收入金额能够可靠地计量；
- 2) 项目已经执行完毕，成本能够可靠计量；
- 2) 相关的经济利益很可能流入企业。

如果项目服务的开始和完成分属不同的会计年度，如在资产负债表日，项目尚未执行完毕，根据合同约定，公司已经发生的项目成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的能够得到补偿的项目成本金额确认收入，并按相同金额结转项目成本；如果已经发生的项目成本预计全部不能得到补偿的，将已经发生的项目成本计入当期损益，则不确认收入。

（2）媒体公关、数字营销业务

本公司媒体公关、数字营销业务如果项目服务协议约定在项目执行完毕后方可支付项目款则收入采用与（1）体验营销、娱乐营销业务相同的收入确认方式，即在项目结束并客户确认文件后确认收入。对于项目协议约定向客户收取月度服务费的媒体公关、数字营销业务，在服务合同签订后，按合同约定提供服务。公司一般于每月月末服务提供完毕后，编制结算单确认收入，并同时结转成本。

3、广告服务

广告服务收入主要源于广告投放。服务产生的收入于报告日按照广告实际投放数量确认。

(二十六) 政府补助

政府补助包括财政拨款、财政贴息、税收返还和无偿划拨非货币性资产。

本公司收到的与资产相关的政府补助，确认为递延收益，自相关资产达到预定可使用状态时起，在该资产使用寿命内平均计入各期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将递延收益余额一次性转入资产处置当期的损益。

收到的与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿已经发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期损益。

(二十七) 所得税核算

本公司所得税费用的会计处理采用资产负债表债务法。

1、递延所得税资产的确认

(1) 本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：

- 1) 该项交易不是企业合并；
- 2) 交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)。

(2) 本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：

- 1) 暂时性差异在可预见的未来很可能转回；
- 2) 未来很可能获得用来抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

(3) 本公司对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

2、递延所得税负债的确认

除下列情况产生的递延所得税负债以外，本公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：

(1) 商誉的初始确认；

(2) 同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：

1) 该项交易不是企业合并；

2) 交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)。

(3) 本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资产生相关的应纳税暂时性差异，同时满足下列条件的：

1) 投资企业能够控制暂时性差异的转回的时间；

2) 该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、所得税费用计量

本公司将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事项。

(二十八) 经营租赁、融资租赁

经营租赁中的租金，公司在租赁期内各个期间按照直线法计入当期损益；发生的初始直接费用，计入当期损益。

(二十九) 会计政策和会计估计变更以及前期差错更正的说明

1、会计政策的变更

2014年1月至7月，财政部发布了《企业会计准则第39号——公允价值计量》（简称企业会计准则第39号）、《企业会计准则第40号——合营安排》（简称企业会计准则第40号）和《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》（简称企业会计准则第41号），修订了《企业会计准则第2号——长期股权投资》（简称企业会计准则第

2号)、《企业会计准则第9号——职工薪酬》(简称企业会计准则第9号)、《企业会计准则第30号——财务报表列报》(简称企业会计准则第30号)、《企业会计准则第33号——合并财务报表》(简称企业会计准则第33号)和《企业会计准则第37号——金融工具列报》(简称企业会计准则第37号),除企业会计准则第37号在2014年年度及以后期间的财务报告中使用外,上述其他准则于2014年7月1日起施行。

上述准则的实施对本公司无重大影响。

2、会计估计的变更

本公司本期根据应收款项实际账期对采用账龄分析法确定坏账准备的计提比例进行了变更,具体变更内容见下表:

(1)变更前信用风险特征组合1的应收款项坏账准备以应收款项的账龄为基础,采用账龄分析法确定,计提比例列示如下:

账 龄	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
6个月以内(含6个月)	0	0
6个月-12个月(含12个月)	1	1
12个月-24个月(含24个月)	20	20
24个月以上	100	100

(2)变更后信用风险特征组合1的应收款项坏账准备以应收款项的账龄为基础,采用账龄分析法确定,计提比例列示如下:

账 龄	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
6个月以内(含6个月)	0	0
6个月-12个月(含12个月)	1	1
12个月-24个月(含24个月)	20	20
24个月-36个月(含36个月)	50	50
36个月以上	100	100

本次会计估计变更对2014年财务报表数据无影响。

(3)根据公开披露数据,同行业上市公司坏账计提比例如下:

公司名称	主营产品或劳务	账龄	应收账款 计提比例	其他应收款 计提比例
------	---------	----	--------------	---------------

蓝色光标	品牌管理、 广告制作代理等	6个月以内	0	0
		6个月-12个月	2%	2%
		12个月-24个月	30%	30%
		24个月以上	100%	100%
华谊嘉信	整合营销、 创意策划等	3个月以内	0	0
		3-6个月	1%	1%
		6-12个月	5%	5%
		1-2年	10%	10%
		2-3年	50%	50%
省广股份	品牌管理、 自有媒体发布、 媒介代理等	3年以上	100%	100%
		1年以内	0.50%	0.50%
		1-2年	10%	10%
		2-3年	20%	20%
		3年以上	100%	100%

从上述对比可以看出，和同行业上市公司相比，公司的6个月以内坏账计提比例和蓝色光标相同，略低于华谊嘉信和省广股份；6个月-12个月以内坏账计提比例高于省广股份，低于蓝色光标和华谊嘉信；12个月-24个月以内坏账计提比例高于华谊嘉信和省广股份，低于蓝色光标；24个月-36个月以内坏账计提比例和华谊嘉信相同，高于省广股份，低于蓝色光标；3年以上坏账计提比例和三家可比上市公司相同。总体来看，一年内应收款坏账计提比例略低于行业平均，一年以上应收款坏账计提比例高于行业平均，应收账款的坏账准备计提比例具备一定的合理性。

3、前期会计差错更正

本公司本报告期无前期差错更正情况。

三、财务内控制度的有效性及会计核算基础规范性

（一）公司财务制度执行及财务人员设置情况

公司业务定位为向顶级和高端品牌提供跨媒体整合营销传播服务，属于轻资产企业。财务部人员数量、执业能力、分工均围绕公司业务特点而设立。公司财务记账采用用友U8，财务人员的数量可以满足需求。公司财务人员情况：公司设立有财务部门，并配置财务人员共15人，各岗位分工明确。公司业务核算较为单一，主要的财务核算工作量集中在往来账核对、资金管理、费用管理等方面。公司的财务人员配置与公司业务相适应，已经做到不相容职务相分离的原则，可以满足公司内部控制和会计核算的要求。

公司根据自身的业务特点制定了《财务管理制度》，公司不断补充和完善各项内部

控制制度和内部控制环境的建设，逐步加强财务在内控中的核心地位。各项内控制度建立以后，公司组织全体员工进行集中学习，并对各项内控制度建立监督控管机制，根据对制度执行的优劣程度，予以奖惩，以保障各项财务制度能够得到有效执行。

（二）公司内控制度执行情况

1、销售与收款循环的内控制度

报告期内，在进行销售时，公司客户部首先接触客户，并根据客户的要求设计方案。方案得到客户认可后，公司与客户签订销售合同并填列预算单，合同履行过程中，根据合同约定进行收费并由财务部开具发票。销售收费统一使用公司对公司转账的方式，由财务部核对款项。

以销售收入为起点，可获取销售合同或协议、预算单、发票等原始凭证，相关协议已经盖章，发票经过复核，记账正确，并附有银行收款单据等原始凭证，收款凭证金额正确、与相关协议相符，银行回单付款人与客户名称一致。

公司的销售与收款循环相关制度有效，且得到有效执行。

2、采购与付款循环的内控制度

报告期内，公司涉及的采购为项目活动所需的各种材料及服务。公司在提供服务的过程中根据活动方案采购活动所需要的材料及服务。公司项目部人员根据项目预算单及实际情况确定采购需求，由制作部递交采购申请单及合同给采购部，经采购部核实并反馈给制作部后由制作部制作付款申请单，由本部门负责人审批后递交客户部审批，审批通过后递交财务部，财务部根据活动预算单审核付款申请单。审核通过后，将付款申请单递交公司副总经理伍宝星进行付款操作。

采购流程为：采购部进行三方报价，采购部通过考核供应商的价格、质量、交货周期、收款方式最终筛选最优供应商，采购部筛选出最优供应商后将筛选结果反馈给制作部，制作部审核确认后与供应商定立采购合同。

付款流程为：收到货物后由制作部及客户部统一负责验收。验收合格后反馈给财务部，财务部审核通过后递交公司副总经理伍宝星进行付款操作。

3、货币资金管理

公司有关部门或个人用款时，根据申请类别填写《借款单》、《费用报销单》、《请

款单》、《差旅费报销单》，申请单上填写用款用途、金额、时间等事项，经办人经办部门经理须审核借款申请和费用报销单据及附件的真实性及合理性，审核无误后签字确认。并按金额大小对应的审批权限报经办部门分管领导、财务部经理、总经理审核无误后签字确认。

会计人员对批准后的货币资金支付申请进行复核，复核货币资金支付申请的批准范围、权限、程序是否正确，手续及相关单证是否齐备，金额计算是否准确，支付方式、支付单位是否妥当等。复核无误后由会计人员制付款凭证，将会计凭证交由财务部负责人或授权财务检查人员对付款凭证进行复核，核对无误后在凭证上签字，交由出纳人员办理支付手续。出纳人员根据复核无误的支付申请，按规定办理货币资金支付手续，及时登记现金日记账和银行存款日记账。

出纳每日从银行取回收款回单（电子汇划凭证、电子汇票等），销售会计拿到收款回单根据客户名称将收款情况入账并制作记账凭证。需要现金收款的，需由财务部出纳填写《收据》，收取现金。

会计人员审核收款单和银行进账单等相关单据，编制记账凭证，财务经理审核并签字。

公司建立了关于销售与收款循环、采购与付款循环、货币资金循环等各大循环相关的内控制度，各循环所形成的内部文件记录包括销售合同、银行回单等，公司财务符合《会计基础工作规范》会计机构设置和会计人员配备、岗位分离职责的规范要求，相关的控制制度是有效的，并得到了执行。

综上，公司现有的与公司业务开展相匹配的销售与收款循环、采购与付款循环、货币资金循环等各大循环相关的内控制度执行有效。公司会计核算基础符合现行会计基础工作规范要求，在尽职调查及审计过程中未发现公司内控及会计核算存在重大问题，报告期内公司财务管理制度逐步完善、会计核算规范。

四、公司近两年主要会计数据和财务指标

（一）公司近两年利润形成的有关情况

1、营业收入的主要构成

（1）营业收入分类

报告期内公司营业收入情况如下：

单位：元

项 目	2015 年度	2014 年度
主营业务收入	325,629,321.36	250,579,320.35
其他业务收入	--	--
合计	325,629,321.36	250,579,320.35

公司所属行业为商务服务业，细分行业为广告公关，公司主营业务为体验营销、媒体公告、数字营销和娱乐营销。报告期内，公司业务明确，收入全部来自于主营业务收入。

报告期内公司主要业务收入按产品划分如下：

单位：元

类型	2015 年度	2014 年度
体验营销	268,904,642.86	223,576,548.94
媒体公关	15,173,911.65	16,353,111.60
数字营销	25,513,031.00	10,649,659.81
娱乐营销	16,037,735.85	--
合计	325,629,321.36	250,579,320.35

(2) 营业收入按地区分类

公司营业收入按地区划分情况如下：

单位：元

业务名称	2015 年度		2014 年度	
	收入	占比%	收入	占比%
中国大陆	286,238,743.02	87.90	249,474,388.66	99.56
香港、新加坡	39,390,578.34	12.10	1,104,931.69	0.44
合计	325,629,321.36	100.00	250,579,320.35	100.00

公司目前销售区域主要分为中国大陆地区以及香港、新加坡地区，公司 2015 年加大在香港、新加坡地区的业务发展力度，收购了艾德韦宣香港，提升了公司在香港、新

加坡的营业收入占比，报告期内，公司销售区域逐渐扩大。

(3) 公司毛利率水平及其合理性

报告期内，公司毛利率与同行业可比公众公司相比情况如下：

公司名称	销售毛利率	
	2015年1-9月	2014年
蓝色光标(300058)	27.71%	31.75%
省广股份(002400)	17.30%	20.01%
华谊嘉信(300071)	19.13%	12.80%
腾信股份(002131)	16.38%	18.35%
平均值	21.80%	21.90%
艾德韦宣	39.21%	41.54%

公司整体毛利率在报告期内 2015 年、2014 年保持相对稳定，分别达到 39.21%、41.54%，2015 年公司整体毛利率略有下降这是由于占公司营业收入比重较大的体验营销业务中，高端汽车客户收入占比 2015 年明显提高，而汽车公关行业竞争相对激烈，使得汽车客户相比传统奢侈品客户业务毛利率有所下降，进而影响整体毛利率。

报告期内，公司综合毛利率超过同行业公司平均水平，主要由于同行业上市公司在业务类型和业务比重方面与公司相比存在差异，因此难以将上市公司综合毛利率与艾德韦宣综合毛利率进行比较。考虑到艾德韦宣业务类型中体验营销业务收入占比较高，因此体验营销毛利率变动趋势更能反映公司盈利能力。2014 年公司体验营销业务毛利率为 32.90%，2015 年体验营销业务毛利率为 33.08%。

公司体验营销业务毛利率高于同行业平均水平，主要是由于以下几个方面原因：

1) 客户结构不同。与其他同业上市公司相比，公司客户主要集中于高端奢侈品，其对供应商管理相对严格，故而已进入其供应商名录的厂商可以拥有较高毛利；

2) 服务质量不同。与其他业务上市公司相比，公司提供的服务品质高于行业内其他竞争对手，进而公司毛利水平较高。

综上所述，报告期内，公司收入、成本的配比关系合理，公司毛利率水平合理，波动合理。

2、收入、利润的变动趋势及分析

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
营业收入	325,629,321.36	250,579,320.35
营业成本	197,934,695.05	146,489,041.49
毛利	127,694,626.31	104,090,278.85
营业利润	52,825,140.48	50,383,135.72
利润总额	55,035,439.32	50,754,787.96
净利润	42,874,334.63	37,339,280.74

报告期内，公司的主营业务收入有大幅增长，2015 年主营业务收入较 2014 年度增长 29.96%，主要是因为：

- 1) 2015 年公司在汽车领域开拓大量新客户，使得公司的体验营销业务大幅度增长。
- 2) 公司在数字营销的优势逐渐体现，进而在该项业务上有大幅度增长。
- 3) 公司拓展了新的业务类型，在 2015 年度开展娱乐营销业务，为公司带来业务增长。
- 4) 公司大力拓展海外市场业务，使得公司整体业务规模有所上升。

3、主要费用情况

金额单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
营业收入	325,629,321.36	250,579,320.35
销售费用	41,113,045.58	26,058,292.54
管理费用	33,212,895.72	29,059,290.62
财务费用	262,119.98	-17,773.50
三项费用合计	74,588,061.28	55,099,809.66
销售费用占营业收入比重 (%)	12.59	10.40
管理费用占营业收入比重 (%)	10.20	11.60
财务费用占营业收入比重 (%)	0.08	-0.01

三项费用合计占营业收入比重 (%)	22.91	21.99
-------------------	-------	-------

公司 2015 年销售费用、管理费用及财务费用均比 2014 年度出现一定幅度增加，主要是因为公司 2015 年度公司业务规模扩大，项目人员及综合管理人员人数增加，职工薪酬大幅增加。同时，随着业务的拓展，公司差旅费用也同步增多。由于 2014 年度公司均不存在银行借款，因此财务费用为负。

公司 2015 年度、2014 年度三项费用占营业收入比重分别为 22.83% 和 21.99%，较为稳定。

(1) 销售费用

金额单位：元

项目	2015 年度	变动幅度 (%)	2014 年度
人员费用	38,105,682.60	55.55	24,497,698.27
办公费	234,865.26	5.95	221,677.64
差旅费	1,400,604.02	262.81	386,038.77
业务招待费	105,261.58	-70.25	353,815.29
会议费	--	-100.00	77,450.00
修理费	5,134.20	-29.84	7,318.26
租赁费	--	-100.00	42,591.78
折旧费	122,365.69	4.45	117,150.20
业务宣传费	--	-100.00	38,297.88
销售服务费	509.00	-98.84	43,937.90
经营开拓费	851,401.70	4953.92	16,846.36
其他	287,221.53	12.43	255,470.19
合计	41,113,045.58	57.77	26,058,292.54

注：经营开拓费主要是公司竞标客户项目时产生的准备费用，如项目成功，则进入项目成本，如未成功，则进入经营开拓费。

公司销售费用主要包括销售人员工资薪酬、差旅费、宣传费、经营开拓费等。公司 2015 年销售费用中工资薪酬相比 2014 年大幅提升，系由于公司销售规模扩大，项目人员大幅增加，同时出于进一步稳定公司员工团队需求，2015 年提升了部分销售员工的

薪酬待遇。

(2) 管理费用

金额单位：元

项目	2015 年度	变动幅度 (%)	2014 年度
职工薪酬	17,988,280.32	35.69	13,256,618.05
租赁费	7,444,871.82	30.46	5,706,669.48
其他	747,237.06	-66.76	2,247,734.01
咨询费	2,202,499.57	14.35	1,926,098.13
办公费	1,490,012.62	-0.54	1,498,035.69
差旅费	1,476,459.46	5.33	1,401,742.96
折旧费	950,894.42	-45.38	1,740,888.16
业务招待费	643,590.05	-16.51	770,871.81
长期待摊费用摊销	5,529.90	-97.13	192,609.19
水电费	28,971.40	-68.93	93,235.19
修理费	51,320.28	-19.42	63,689.06
税金	20,779.10	3.43	20,089.20
物业管理费	16,111.48	-13.84	18,699.40
商业保险费	14,433.22	24.23	11,618.30
无形资产摊销	54,249.00	182.13	19,228.17
河道管理费	77,656.02	-15.10	91,463.82
合计	33,212,895.72	14.29	29,059,290.62

公司 2015 年管理费用较 2014 年增长 14.29%，主要是随着公司营业规模的扩大及业务的开展，管理人员人数增加。

其中，租赁费用大幅上升是由于部分子公司于 2014 年年中并入报表，2014 年中的租赁费只计入半年，而 2015 年则计入全年租赁费用。由于统计口径的区别，造成租赁费用的大幅上升。

折旧费用大幅下降是由于 2014 年度公司部分固定资产已按照会计准则折旧完毕，而 2015 年新购入的固定资产数量不大，故造成折旧费用下降。

公司咨询费主要是咨询证券公司、律师事务所、会计师事务所产生的相关费用。

(3) 财务费用

公司财务费用主要包括利息支出等。2014 年度由于公司不存在银行借款，因此当年的财务费用均为负值。财务费用明细具体如下：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
利息支出	257,824.25	--
减：利息收入	131,557.35	44,317.83
汇兑损益	83,936.35	1,514.61
其他	51,916.73	25,029.72
合计	262,119.98	-17,773.50

综上：（1）报告期内公司销售费用、管理费用和财务费用的波动合理；（2）预付款项、其他应收款、其他应付款等资产负债类科目不存在跨期确认费用的情形；（3）固定资产等科目不存在将期间费用资本化的情形；（4）公司期间费用的真实性、准确性、完整性可以认定。

4、投资收益

单位：元

产生投资收益的来源	2015 年度	2014 年度
权益法核算的长期股权投资收益	76,379.69	2,436,205.61
处置长期股权投资产生的投资收益	1,306,985.38	--
理财产品投资收益	185,753.03	14,158.52
合计	1,569,118.10	2,450,364.13

报告期内，投资损益是处置长期股权投资产生的投资收益。详见第一节公司基本情况“四、（四）重大资产重组情况”。

5、资产减值损失

报告期内，资产减值损失情况如下：

单位：元

项 目	2015 年度	2014 年度
坏账损失	690,864.55	36,423.79
合计	690,864.55	36,423.79

2015 年坏账损失比 2014 年度坏账损失增加较多的主要原因是应收账款坏账损失有所增加，随着公司业务的扩展，主营业务规模的增长，应收账款坏账增多，因此坏账损失相应的也有所增加。

6、其他损益

(1) 公司营业外收入情况如下：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
政府补助	2,253,968.73	249,300.00
罚没利得	--	280.00
其他	9,765.52	122,423.14
合计	2,263,734.25	372,003.14

注：罚没利得系公司组织活动期间，保安公司损毁公司衣物对公司的赔偿。

1) 计入各期非经常性损益的金额

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
政府补助	2,253,968.73	249,300.00
罚没利得	--	280.00
其他	9,765.52	122,423.14
合计	2,263,734.25	372,003.14

2) 计入当期损益的政府补助

单位：元

补助项目	2015 年度	2014 年度	与资产相关/与收益相关
税金返还	2,253,968.73	249,300.00	与收益相关
合计	2,253,968.73	249,300.00	与收益相关

(2) 公司营业外支出情况如下:

单位: 元

项目	2015 年度	2014 年度
车辆违章罚款	200.00	200.00
社保滞纳金	--	120.90
项目咨询退款手续费损失	--	30.00
无法收回的项目押金	53,235.41	--
合计	53,435.41	350.90

计入各期非经常性损益的金额列示如下:

单位: 元

项目	2015 年度	2014 年度
车辆违章罚款	200.00	200.00
社保滞纳金	--	120.90
项目咨询退款手续费损失	--	30.00
无法收回的项目押金	53,235.41	--
合计	53,435.41	350.90

公司 2014 年度非经常性损益中社保滞纳金为 120.90 元, 系公司委托 51job 代为缴纳社保时, 由于公司未及时将社保款划转给 51job, 51job 向公司收取了相关滞纳金。

7、税项

报告期内, 公司及其控股子公司执行的主要税种及税率情况如下:

税种	计税依据	税率 (%)
增值税	应税收入按适用税率计算销项税, 并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税	6
企业所得税	应纳税所得额	25
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税计缴	7
教育费附加	按实际缴纳的流转税率缴	3
地方教育附加	按实际缴纳的流转税计缴	2
河道维护管理费 (上海)	按实际缴纳的流转税计缴	1

公司税收返还说明：

单位：元

补助项目	2015 年度	2014 年度
税金返还	2,253,968.73	249,300.00
合计	2,253,968.73	249,300.00

根据长宁区招商中心对公司申请专项扶持的受理意见，对公司给予一定的政策支持：1、综合税收达到 1000 万及以上，增值税、营业税、企业所得税取实得部分按 60% 的比例给予专项资金扶持；1000 万以下，按照产业政策执行；2、扶持期限为 3 年（2014-2016 年）；3、专项扶持用于企业生产发展；4、企业的经济贡献所形成的区财力是计算政策扶持资金的依据，正式兑现时，企业应以项目扶持的形式申请，由产业主管部门在计算依据额度内拨付；5、如企业可享受国家或上海市有关政策时，按“就高不就低”的原则执行；6、扶持政策在执行过程中，如遇国家或上海市的政策调整时，也作出相应的调整；7、扶持对象须在长宁区内保持经营的持续性和稳定性，若随意改变原认定的产业性质、经营内容等情况的，政策停止执行并需按协议规定返还扶持资金。

公司在报告期内税项确认与会计处理规范；各税项计提与缴纳情况合法。

（二）公司近两年主要资产情况

1、货币资金

公司属于轻资产行业，近两年流动资产比例很高，截至 2015 年 12 月 31 日，流动资产占总资产比重为 93%，其中货币资金占总资产比重为 28%，货币资金充足，能够满足日常流动资金及短期内业务扩张所需。

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
现金	280,925.90	581,986.80
银行存款	45,329,764.38	47,842,373.55
合计	45,610,690.28	48,424,360.35

注：1、期末不存在抵押、冻结等对变现有限制款项。

2、期末存放在境外的款项总额人民币 8,306,165.08 元。

2、应收账款

报告期内，公司的主营业务为整合营销传播服务，并专注于向顶级和高端品牌提供整合传播营销服务。公司立足于奢侈品、高端消费品和中高端汽车行业，通过体验营销、媒体公关、数字营销和娱乐营销等营销手段为众多顶级和高端品牌建立成功的品牌形象与良好的口碑。根据公司主营业务性质，公司采取的收款方式根据项目约定，部分采取预收款方式，大部分采用项目完成后回款的方式。

(1) 应收账款分类披露

单位：元

类别	2015年12月31日			
	金额	占总额比例(%)	坏账准备	坏账准备计提比例(%)
按组合计提坏账准备的应收账款	76,217,506.64	99.83		--
1. 以账龄作为信用风险特征组合	76,217,506.64	99.83	547,713.76	0.72
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	131,074.28	0.17	131,074.28	100.00
合计	76,348,580.92	100.00	678,788.04	--

续：

类别	2014年12月31日			
	金额	占总额比例(%)	坏账准备	坏账准备计提比例(%)
按组合计提坏账准备的应收账款	76,960,733.60	99.42	36,423.79	--
1. 以账龄作为信用风险特征组合	76,960,733.60	99.42	36,423.79	0.05
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	450,000.00	0.58	450,000.00	100.00
合计	77,410,733.60	100.00	486,423.79	--

(2) 组合1中，以账龄作为信用风险特征组合（账龄分析）列示

单位：元

账龄	2015年12月31日		
	金额	比例(%)	坏账准备
6个月以内(含6个月)	71,053,775.96	93.23	--
6-12个月(含12个月)	2,607,275.67	3.42	26,072.76
12-24个月(含24个月)	2,521,955.01	3.31	504,391.00
24-36个月(含36个月)	34,500.00	0.05	17,250.00

账龄	2015年12月31日		
	金额	比例(%)	坏账准备
合计	76,217,506.64	100.00	547,713.76

续:

单位: 元

账龄	2014年12月31日		
	金额	比例(%)	坏账准备
6个月以内(含6个月)	75,827,998.25	98.53	--
6-12个月(含12个月)	1,000,648.85	1.30	10,006.49
12-24个月(含24个月)	132,086.50	0.17	26,417.30
合计	76,960,733.60	100.00	36,423.79

公司90%以上的应收账款账龄在6个月以内,对于12-24个月(含24个月)、24-36个月(含36个月)的应收账款主要是公司收购子公司范思广告,范思广告成立于2012年,成立时间早于艾德韦宣成立的时间,因此从合并范围角度上来看,公司会有一部分长账龄的应收账款,总体来说,该部分应收账款比例较小。

(3) 采用单项金额不重大计提坏账准备的应收账款

单位: 元

单位名称	2015年12月31日	坏账准备余额	计提比例(%)
欧普照明有限公司	75,000.00	75,000.00	100.00
De Beers TW	56,074.28	56,074.28	100.00
合计	131,074.28	131,074.28	100.00

欧普照明有限公司是子公司范思广告的客户,该笔款项系公司收购范思广告前就存在的应收账款,该笔应收账款账龄较长,预计无法收回,因此全额计提坏账准备。

续:

单位: 元

单位名称	2014年12月31日	坏账准备余额	计提比例(%)
北京北广盛世广告有限公司	150,000.00	150,000.00	100.00
北京东方仁德公关活动策划有限公司	300,000.00	300,000.00	100.00
合计	450,000.00	450,000.00	100.00

北京北广盛世广告有限公司、北京东方仁德公关活动策划有限公司是子公司范思广告的客户，上述两笔应收账款收回可能性较小，2014年度将其全额计提坏账准备。

(4) 按应收账款对象归集的期末余额前五名的应收账款情况

截至2015年12月31日，期末应收账款金额前五名情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占应收账款总额的比例(%)
梅赛德斯-奔驰(中国)汽车销售有限公司	第三方	11,555,521.10	6个月以内	15.27
一汽-大众销售有限责任公司	第三方	8,041,160.00	6个月以内	10.63
北京蓝袜子文化传播有限公司	第三方	7,500,000.00	6个月以内	9.91
古驰(中国)贸易有限公司	第三方	5,766,123.34	6个月以内	7.62
骑士鱼(天津)动漫科技有限公司	第三方	5,000,000.00	6个月以内	6.61
合计		37,862,804.44		50.04

续：

截至2014年12月31日，期末应收账款金额前五名情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占应收账款总额的比例(%)
福特汽车(中国)有限公司	第三方	18,316,519.49	6个月以内	23.88
宝马汽车公司	第三方	8,795,000.01	6个月以内	11.47
周大福珠宝金行(深圳)有限公司	第三方	6,816,249.70	6个月以内	8.89
耐克体育(中国)有限公司	第三方	5,307,038.36	6个月以内	6.92
上海完美珠宝商贸有限公司	第三方	4,464,000.00	6个月以内	5.82
合计		43,698,807.56		56.98

3、预付款项

(1) 预付款项按账龄列示

单位：元

账龄	2015年12月31日	比例(%)	2014年12月31日	比例(%)
1年以内(含1年)	2,690,819.84	100.00	3,797,296.31	100.00
合计	2,690,819.84	100.00	3,797,296.31	100.00

公司预付账款的性质主要是预付给供应商的款项。2015 年度有所下降的原因系公司跟供应商建立了长期的合作关系，信任度提升，支付预付款减少。

(2) 报告期内，公司各期期末预付账款余额中均无账龄超过一年且金额重要的预付款项。

(3) 按预付对象归集的期末余额前五名的预付款情况：

2015 年 12 月 31 日余额中预付款项金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	余额	账龄	占预付款项总额比例 (%)
北京腾达利明房地产经纪有限公司	第三方	857,604.00	1 年以内	31.87
何荣仁	第三方	280,764.00	1 年以内	10.43
哈克桑（上海）餐饮管理有限公司	第三方	250,000.00	1 年以内	9.29
厦门市路桥五缘湾运营有限公司	第三方	209,000.00	1 年以内	7.77
上海新联谊大厦有限公司酒店管理分公司	第三方	68,550.00	1 年以内	2.55
合计		1,665,918.00		61.91

注：北京腾达利明房地产经纪有限公司为安维讯的办公室租赁中介，安维讯通过腾达利明与业主签订三方协议。按照三方协议约定，安维讯支付房屋租金给腾达利明，由腾达利明开具发票给安维讯。

2014 年 12 月 31 日余额中预付款项金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	余额	账龄	占预付款项总额的比例 (%)
上海横优企业发展有限公司	第三方	697,428.18	1 年以内	18.37
上海龙燕实业有限公司	第三方	650,000.00	1 年以内	17.12
上海东申童画文化传播工作室	第三方	250,000.00	1 年以内	6.58
何荣仁	第三方	168,458.40	1 年以内	4.44
北京乔实汇通管理咨询有限公司	第三方	160,000.00	1 年以内	4.21
合计		1,925,886.58		50.72

何荣仁为公司子公司范思广告的实际房东，在范思广告与齐崇莲、马文诗签订的租赁合同补充协议中，约定了范思广告租赁办公室的房屋租金及押金的实际支付对象为何荣仁，付款方式为预付，账目中的预付款为公司后续房屋租赁的租金。

4、其他应收款

(1) 其他应收款分类披露

单位：元

类别	2015年12月31日			
	金额	占总额比例(%)	坏账准备	坏账准备计提比例(%)
按组合计提坏账准备的其他应收款	1,350,924.78	100.00	--	--
1. 以账龄作为信用风险特征组合	208,354.48	15.42	--	--
2. 无信用风险组合	1,142,570.30	84.58	--	--
组合小计	1,350,924.78	100.00	--	--
合计	1,350,924.78	100.00	--	--

续：

单位：元

类别	2014年12月31日			
	金额	占总额比例(%)	坏账准备	坏账准备计提比例(%)
按组合计提坏账准备的其他应收款	4,854,163.08	100.00	--	--
1. 以账龄作为信用	2,953,373.82	60.84	--	--
2. 风险特征组合				
2. 无信用风险组合	1,900,789.26	39.16	--	--
组合小计	4,854,163.08	100.00	--	--
合计	4,854,163.08	100.00	--	--

(2) 组合1，以账龄作为信用风险特征组合（账龄分析）列示

单位：元

账龄	2015年12月31日		
	金额	比例(%)	坏账准备
6个月以内(含6个月)	208,354.48	100.00	--
合计	208,354.48	100.00	--

续：

单位：元

账龄	2014年12月31日		
	金额	比例(%)	坏账准备
6个月以内(含6个月)	2,953,373.82	100.00	--
合计	2,953,373.82	100.00	--

(2) 组合2, 不计提坏账准备的其他应收款

单位：元

单位名称	2015年12月31日	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
何荣仁(房租押金)	187,856.00	--	--	押金
上海展览中心	130,000.00	--	--	押金
Activation singapore 办公租房押金	113,491.30	--	--	押金
上海秀仕酒店经营有限公司分公司	100,000.00	--	--	押金
南京奥体中心经营管理有限公司	100,000.00	--	--	押金
其他	511,223.00	--	--	押金
合计	1,142,570.30	--	--	

续：

单位：元

单位名称	2014年12月31日	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
梁丙俊	500,000.00			借款
上海稻盛商务服务有限公司	302,676.25			押金
何荣仁	140,892.00			押金
赛尔特帐篷制作(北京)有限公司	133,525.00			押金
上海展览中心	130,000.00			押金
其他	693,696.01			押金
合计	1,900,789.26			

(3) 其他应收款按款项性质分类情况

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
联营企业借款		1,530,000.00
备用金	208,354.48	1,133,739.84
代垫款		76,670.00
押金	1,142,570.30	1,400,789.26
其他		212,963.98
小股东借款		500,000.00
合计	1,350,924.78	4,854,163.08

(4) 按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

2015年12月31日余额中其他应收款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	款项性质	2015年12月31日	账龄	占其他应收款总额的比例(%)	坏账准备期末余额
何荣仁	押金	187,856.00	6个月到1年	13.91	--
上海展览中心	押金	130,000.00	6个月到1年	9.62	--
Activation singapore 办公租房	押金	113,491.30	6个月到1年	8.40	--
上海秀仕酒店经营有限公司分公司	押金	100,000.00	6个月以内	7.40	--
南京奥体中心经营管理有限公司	押金	100,000.00	6个月以内	7.40	--
合计		631,347.30		46.73	--

2014年12月31日余额中其他应收款金额前五名单位情况：

单位：元

位名称	款项性质	2014年12月31日	账龄	占其他应收款总额的比例(%)	坏账准备余额
上海敬天广告有限公司	借款	1,530,000.00	6个月以内	31.52	--
梁丙俊	借款	500,000.00	6个月以内	10.30	--
陈伟彬	备用金	369,967.86	6个月以内	7.62	--
上海稻盛商务服务有限公司	押金	280,676.25	1年以内	5.78	--
何荣仁	押金	140,892.00	6个月以内	2.90	--
合计		2,455,061.11		58.13	--

5、其他流动资产

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
中国银行日积月累理财产品	22,000,000.00	7,500,000.00
合计	22,000,000.00	7,500,000.00

公司银行理财产品具体情况见本说明书第三节公司治理之“五、公司对外担保、重大投资、委托理财、关联方交易等重要事项决策和执行情况”之“（三）公司委托理财情况”。

6、存货

（1）存货分类列示

单位：元

项目	2015年12月31日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	--	--	--
发出商品	--	--	--
合计	--	--	--

续：

单位：元

项目	2014年12月31日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	172,660.53	--	172,660.53
在途物资	854,700.85	--	854,700.85
合计	1,027,361.38	--	1,027,361.38

公司主营业务为体验营销、媒体公关、数字营销和娱乐营销，致力于为众多顶级和高端品牌提供整合营销传播策略，因此实际业务开展中并不涉及实物货物的采购及销售。2014年末公司账面存货主要为合并艾德众信展览报表所致，该公司主要从事为艾德韦宣提供体验营销涉及的场台搭建、立体框架制造等业务。2015年艾德韦宣出售所持有的该公司40%股权，对该公司失去控制，不再继续合并报表，因此导致公司在2015

年末存货科目余额为零。

2014 年公司存货科目名下在途物资项目系艾德众信展览对外采购的板材，款项已支付，但尚未验收入库所致。

7、长期股权投资

报告期内各期末长期股权投资明细如下：

单位：元

序号	被投资单位名称	2014 年 12 月 31 日	本期增减变动								2015 年 12 月 31 日	资产减值准备
			追加投资	减少投资	权益法下确认的投资损益	其他综合收益调整	其他权益变动	现金红利	本期计提减值准备	其他		
1	上海敬天广告有限公司(注 1)	4,481,764.61	--	924,873.28	-48,429.23	--	--	3,508,462.10	--	--	--	
2	北京艾德众信展览有限公司(注 2)	--	1,500,575.00	1,338,891.69	124,808.91	--	--	405,000.00	--	602,924.62	484,416.84	
	合计	4,481,764.61	1,500,575.00	2,263,764.97	76,379.68	--	--	3,913,462.10	--	602,924.62	484,416.84	

续：

单位：元

序	被投资单	2013 年 12	本期增减变动	2014 年 12	资
---	------	-----------	--------	-----------	---

号	位名称	月 31 日									月 31 日	产 减 值 准 备
			追加投资	减少 投资	权益法下 确认的投 资损益	其他 综合 收益 调整	其他 权益 变动	现金红 利	本期计 提减 值准 备	其他		
1	上海敬天 广告有限 公司	--	2,045,559 .00	--	2,436,205. 61	--	--	--	--	--	4,481,764. 61	
	合计	--	2,045,559 .00	--	2,436,205. 61	--	--	--	--	--	4,481,764. 61	

2013年12月9日本公司与艾博思韦宣签署股权转让协议，本公司以204.5559万元取得上海敬天广告有限公司51.00%股权。由于本公司不能主导联营企业上海敬天广告有限公司的相关活动，不能对其实施控制，因此未将其纳入合并范围。2015年9月本公司与蔡文旗签订产权交易合同，以审计、评估后的2015年8月31日上海敬天广告有限公司净资产为标的价值，本公司将所持有的上海敬天广告有限公司51%全额转出。

北京艾德众信展览有限公司成立于2014年3月18日，成立时本公司持有北京艾德众信展览有限公司55%的股权，2014年10月本公司收购股东黎庆腾15%的股权，至此本公司所占北京艾德众信展览有限公司股权比例为70%。2015年6月，本公司与沈连荣、赵素英签订股权转让协议，将其持有的40%的股权转让给其前述两个自然人，转让价款80万元。自2015年12月31日起公司持股比例变更为30%，丧失控制权，变更为按照权益法核算的联营企业，按照准则要求追溯调整了以前年度投资收益。

公司管理层重视对投资风险的控制和管理，已制定《公司章程》及《对外投资管理制度》，建立了投资管理流程，规定了投资金额及相应权限。

8、固定资产

公司以整合营销传播为主营业务，属于轻资产行业，固定资产较少，主要固定资产为运输工具、办公及电子设备等。

(1) 固定资产情况

单位：元

项目	2014年12月31日	2015年增加	2015年减少	2015年12月31日
一、原价合计	4,139,241.18	832,052.45	1,393,364.63	3,577,929.00

项目	2014年12月31日	2015年增加	2015年减少	2015年12月31日
其中：运输工具	1,455,363.07	280,000.00	902,869.76	832,493.31
办公及电子设备	2,683,878.11	552,052.45	490,494.87	2,745,435.69
二、累计折旧合计	1,740,888.16	950,894.42	479,315.86	2,212,466.72
其中：运输工具	460,321.18	208,150.95	429,935.70	238,536.43
办公及电子设备	1,280,566.98	742,743.47	49,380.16	1,973,930.29
三、固定资产减值准备累计金额合计	--	--	--	--
其中：运输工具	--	--	--	--
办公及电子设备	--	--	--	--
四、固定资产账面价值合计	2,398,353.02	--	--	1,365,462.28
其中：运输工具	995,041.89	--	--	593,956.88
办公及电子设备	1,403,311.13	--	--	771,505.40

续：

单位：元

项目	2013年12月31日	2014年增加	2014年减少	2014年12月31日
一、原价合计	1,988,108.00	2,151,133.18	--	4,139,241.18
其中：运输工具	552,493.31	902,869.76	--	1,455,363.07
办公及电子设备	1,435,614.69	1,248,263.42	--	2,683,878.11
二、累计折旧合计	--	1,740,888.16	--	1,740,888.16
其中：运输工具	--	460,321.18	--	460,321.18
办公及电子设备	--	1,280,566.98	--	1,280,566.98
三、固定资产减值准备累计金额合计	--	--	--	--
其中：运输工具	--	--	--	--
办公及电子设备	--	--	--	--
四、固定资产账面价值合计	1,988,108.00	--	--	2,398,353.02
其中：运输工具	552,493.31	--	--	995,041.89
办公及电子设备	1,435,614.69	--	--	1,403,311.13

固定资产 2015 年当期减少均为处置子公司上海瑞幕项目管理有限公司及北京艾德众信展览有限公司所致。

9、无形资产

公司无形资产是由公司采购的计算机软件构成，报告期内具体情况如下：

(1) 无形资产情况

单位：元

项目	2014年 12月31日	2015年增加	2015年减少	2015年 12月31日
一、原价合计	223,174.11	155,883.30	--	379,057.30
其中：计算机软件	223,174.11	155,883.30	--	379,057.30
二、累计摊销额合计	19,228.17	54,249.00	--	73,477.17
其中：计算机软件	19,228.17	54,249.00	--	73,477.17
三、无形资产减值准备 累计金额合计	--	--	--	--
其中：计算机软件	--	--	--	--
四、无形资产账面价值 合计	203,945.94	--	--	305,580.13
其中：计算机软件	203,945.94	--	--	305,580.13

续：

项目	2013年 12月31日	2014年增加	2014年减少	2014年 12月31日
一、原价合计	--	223,174.11	--	223,174.11
其中：计算机软件	--	223,174.11	--	223,174.11
二、累计摊销额合计	--	19,228.17	--	19,228.17
其中：计算机软件	--	19,228.17	--	19,228.17
三、无形资产减值准备 累计金额合计	--	--	--	--
其中：计算机软件	--	--	--	--
四、无形资产账面价值 合计	--	--	--	203,945.94
其中：计算机软件	--	--	--	203,945.94

10、商誉

单位：元

被投资单位名称或形成商誉的事 项	2014年12月31日	2015年增 加	2015年减 少	2015年12月31日
范思广告	1,429,684.36			1,429,684.36

被投资单位名称或形成商誉的事项	2014年12月31日	2015年增加	2015年减少	2015年12月31日
安维讯	7,733,875.04			7,733,875.04
艾德韦宣香港	2.47			2.47
合计	9,163,561.87			9,163,561.87

接上表：

单位：元

被投资单位名称或形成商誉的事项	2013年12月31日	2014年增加	2014年减少	2014年12月31日
范思广告		1,429,684.36		1,429,684.36
安维讯		7,733,875.04		7,733,875.04
艾德韦宣香港		2.47		2.47
合计		9,163,561.87		9,163,561.87

公司商誉的主要形成事项是投资安维讯，具体原因如下：

2013年12月10日，新源控股和艾德韦宣签订股权转让协议，新源控股将其在安维讯的100%注册资本份额以对价42.15万人民币转让给艾德韦宣有限，作价以银信资产评估出具的银信评报字（2013）沪第729号的评估值为基准，在编制合并报表时由于收购日该评估报告已过有效期，因此安维讯净资产的公允价值是以北京捷勤丰汇会计师事务所有限公司出具的捷汇审字（2014）第042号审计报告确定的价值为准。

（三）公司近两年主要负债情况

1、短期借款

报告期内，企业经营主要依赖自有资金，不存在短期借款。

2、应付账款

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
应付项目款	33,626,692.62	45,384,806.04
合计	33,626,692.62	45,384,806.04

（1）截至2015年12月31日止，无账龄超过一年的重要应付账款。

（2）应付账款主要为供应商的应付款项。

(3) 报告期内, 前五大应付账款情况如下:

1) 2015 年 12 月 31 日

单位: 元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占应收账款总额的比例 (%)
北京力奥世纪展览服务有限公司	第三方	4,500,000.00	1 年以内	13.38
瑞格嘉尚	第三方	2,800,000.00	1 年以内	8.33
瑞通励合 (北京)	第三方	1,500,000.00	1 年以内	4.46
主视觉 (北京) 国际文化传播有限公司	第三方	1,160,000.00	1 年以内	3.45
北京得筌国际商务服务有限公司	第三方	804,599.80	1 年以内	2.39
合计		10,764,599.80		32.01

2) 2014 年 12 月 31 日

单位: 元

单位名称	与本公司关系	金额	年限	占应收账款总额的比例 (%)
Modern (Intl) Engineering Co Ltd	第三方	2,031,972.05	1 年以内	4.48
北京力奥世纪展览服务有限公司	第三方	1,985,000.00	1 年以内	4.37
上海奥维舞台设备有限公司	第三方	1,752,000.00	1 年以内	3.86
Jazz Creative Asia Ltd.	第三方	1,556,464.84	1 年以内	3.43
Production Studio (Exhibition Engineering) Co Ltd	第三方	1,516,418.00	1 年以内	3.34
合计		8,841,854.89		19.48

根据公司的业务特点, 公司不同项目之间差异较大, 因此项目采购也存在很大差异。导致公司供应商变化较大。公司前五大应付账款因而变化较大。

3、预收账款

单位: 元

项 目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
预收项目款	1,100,592.87	185,199.06
合计	1,100,592.87	185,199.06

报告期内, 公司的主要经营公司主营业务为体验营销、媒体公关、数字营销及娱乐

营销。公司采取的收款方式主要为项目完成后的回款，亦有部分采用预收款方式。基于此种收款模式，公司报告期内各期末存在一定金额的预收账款。

截至 2015 年 12 月 31 日止，无账龄超过一年的重要预收款项。

4、应付职工薪酬

(1) 应付职工薪酬列示

单位：元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2015 年增加	2015 年减少	2015 年 12 月 31 日
短期薪酬	3,664,112.35	52,012,212.81	55,354,925.59	321,399.57
离职后福利-设定提存计划	61,617.93	3,914,371.11	3,826,648.40	149,340.64
合计	3,725,730.28	55,926,583.92	59,181,573.99	470,740.21

续：

项 目	2013 年 12 月 31 日	2014 年增加	2013 年减少	2014 年 12 月 31 日
短期薪酬	--	34,832,450.07	31,168,337.72	3,664,112.35
离职后福利-设定提存计划	--	2,921,866.25	2,860,248.32	61,617.93
合计	--	37,754,316.32	34,028,586.04	3,725,730.28

(2) 短期薪酬列示

单位：元

项 目	2014 年 12 月 31 日	2015 年增加	2015 年减少	2015 年 12 月 31 日
工资、奖金、津贴和补贴	3,184,507.28	46,622,354.92	49,806,862.20	--
职工福利费	--	1,576,847.94	1,576,847.94	--
社会保险费	30,951.71	2,153,510.20	2,116,096.09	68,365.82
其中：医疗保险费	27,487.44	1,904,493.68	1,870,284.20	61,696.92
工伤保险费	1,543.91	87,855.14	86,834.05	2,565.00
生育保险费	1,920.36	161,161.38	158,977.84	4,103.90
住房公积金	6,718.00	1,605,102.50	1,578,748.00	33,072.50
工会经费和职工教育经费	441,935.36	54,397.25	276,371.36	219,961.25

累积短期带薪缺勤	--	--	--	--
短期利润（奖金）分享计划	--	--	--	--
其他短期薪酬	--	--	--	--
合计	3,664,112.35	52,012,212.81	55,354,925.59	321,399.57

续：

项 目	2013年12月31日	2014年增加	2014年减少	2014年12月31日
工资、奖金、津贴和补贴	--	30,574,312.36	27,389,805.08	3,184,507.28
职工福利费	--	1,147,024.82	1,147,024.82	--
社会保险费	--	1,682,288.53	1,651,336.82	30,951.71
其中：医疗保险费	--	1,500,396.00	1,472,908.56	27,487.44
工伤保险费	--	61,217.24	59,673.33	1,543.91
生育保险费	--	120,675.29	118,754.93	1,920.36
住房公积金	--	969,409.00	962,691.00	6,718.00
工会经费和职工教育经费	--	443,875.36	1,940.00	441,935.36
累积短期带薪缺勤	--	--	--	--
短期利润（奖金）分享计划	--	--	--	--
其他短期薪酬	--	15,540.00	15,540.00	--
合 计	--	34,832,450.07	31,168,337.72	3,664,112.35

(3) 设定提存计划列示

单位：元

项目	2015年缴费金额	2015年12月31日应付未付金额
基本养老保险	3,599,307.52	143,285.80
失业保险费	227,340.88	6,054.84
合计	3,826,648.40	149,340.64

续：

项目	2014年缴费金额	2014年12月31日应付未付金额
基本养老保险	2,686,931.98	59,030.08

失业保险费	173,316.34	2,587.85
合计	2,860,248.32	61,617.93

公司按规定参加由政府机构设立的养老保险、失业保险计划，根据该等计划，上海分别按员工基本工资的 21%、1.5%，北京按照员工基本工资的 20%、1% 每月向该等计划缴存费用。除上述每月缴存费用外，公司不再承担进一步支付义务。相应的支出于发生时计入当期损益或相关资产的成本。

公司按照公司薪酬管理制度及时支付应付职工薪酬。公司的工资支付政策为员工入职当月起计工资，但具体金额在隔月计算并发放。待职工离职时，再将结余工资一次性发放给职工。此外，公司还为符合条件的员工办理了社会保险及住房公积金。

5、应交税费

单位：元

税费项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
企业所得税	12,746,146.89	13,654,244.87
增值税	1,689,336.39	2,301,489.22
城市维护建设税	88,975.86	114,764.46
教育费附加	102,624.81	116,070.71
代扣代缴个人所得税	293,546.34	140,071.39
河道费	9,979.33	18,380.37
合计	14,930,609.62	16,345,021.02

根据长宁区招商中心对公司申请专项扶持的受理意见，对公司给予一定的政策支持：1、综合税收达到 1000 万及以上，增值税、营业税、企业所得税区实得部分按 60% 的比例给予专项资金扶持；1000 万以下，按照产业政策执行；2、扶持期限为 3 年（2014-2016 年）；3、专项扶持用于企业生产发展；4、企业的经济贡献所形成的区财力是计算政策扶持资金的依据，正式兑现时，企业应以项目扶持的形式申请，由产业主管部门在计算依据额度内拨付；5、如企业可享受国家或上海市有关政策时，按“就高不就低”的原则执行；6、扶持政策在执行过程中，如遇国家或上海市的政策调整时，也作出相应的调整；7、扶持对象须在长宁区内保持经营的持续性和稳定性，若随意改变原认定的产业性质、经营内容等情况的，政策停止执行并需按协议规定返还扶持资金。

公司 2014 年末及 2015 年末的应交企业所得税为审计调整后需补缴的企业所得税。公司已取得税务部门的合规证明，不存在被处罚的风险。

6、其他应付款

按款项性质列示的其他应付款

单位：元

款项性质	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
个人借款	--	3,004,200.00
预提费用及垫付款	859,193.79	866,151.72
房租借款	--	300,000.00
员工报销款	81,192.93	120,959.29
社保及住房公积金	--	12,697.83
财务咨询费	--	9,000.00
多收博柏利项目款待退回	--	7,607.05
合计	940,386.72	4,320,615.89

公司为了保证业务的稳定性，以及日常业务经营的需要，公司存在一定的其他应付款项。其中，预提费用及垫付款较多主要原因系 HK Group 代公司垫付的拍摄费用以及税务顾问咨询费用等项目款项。

（四）公司近两年股东权益情况

1、实收资本

各期实收资本情况如下：

单位：元

股东名称	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
韦宣国际	33,853,876.00	12,568,500.00
联创永钦	1,811,503.00	625,000.00
红杉信远	4,570,776.00	1,576,997.00
艾特联合	5,499,999.00	527,750.00

艾德众信	4,263,846.00	810,000.00
合计	50,000,000.00	16,108,247.00

(1) 2014 年度实收资本变动情况

单位：元

股东名称	2014年1月1日	比例(%)	本期增加	本期减少	2014年12月31日	比例(%)
韦宣国际	14,190,000.00	94.60	--	1,621,500.00	12,568,500.00	78.02
艾迪华宣	202,500.00	1.35	--	202,500.00	--	--
艾帝韦纯	202,500.00	1.35	--	202,500.00	--	--
艾帝维纯	202,500.00	1.35	--	202,500.00	--	--
艾特华纯	202,500.00	1.35	--	202,500.00	--	--
联创永钦	--	--	625,000.00	--	625,000.00	3.88
红杉信远	--	--	1,576,997.00	--	1,576,997.00	9.79
艾特联合	--	--	1,621,500.00	1,093,750.00	527,750.00	3.28
艾德众信	--	--	810,000.00	--	810,000.00	5.03
合计	15,000,000.00	100.00	4,633,497.00	3,525,250.00	16,108,247.00	100.00

(2) 2015 年度实收资本变动情况

单位：元

股东名称	2015年1月1日	比例(%)	本期增加	本期减少	2015年12月31日	比例(%)
韦宣国际	12,568,500.00	78.02	21,285,376.00	--	33,853,876.00	67.71
联创永钦	625,000.00	3.88	1,186,503.00	--	1,811,503.00	3.62
红杉信远	1,576,997.00	9.79	2,993,779.00	--	4,570,776.00	9.14
艾特联合	527,750.00	3.28	4,972,249.00	--	5,499,999.00	11.00
艾德众信	810,000.00	5.03	3,453,846.00	--	4,263,846.00	8.53
合计	16,108,247.00	100.00	33,891,753.00	--	50,000,000.00	100.00

公司各期实收资本变动情况详见本说明书第一节公司基本情况之“四、历史沿革”部分。

2、盈余公积

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
法定盈余公积	4,431,284.29	2,765,911.14
合计	4,431,284.29	2,765,911.14

(1) 2014年度盈余公积变动情况

单位：元

项目	2014年1月1日	本期增加额	本期减少额	2014年12月31日
法定盈余公积	--	2,765,911.14	--	2,765,911.14
合计	--	2,765,911.14	--	2,765,911.14

盈余公积说明：本期法定盈余公积增加系按母公司净利润10.00%计提所致。

(2) 2015年度盈余公积变动情况

单位：元

项目	2015年1月1日	本期增加额	本期减少额	2015年12月31日
法定盈余公积	2,765,911.14	1,665,373.15	--	4,431,284.29
合计	2,765,911.14	1,665,373.15	--	4,431,284.29

3、资本公积

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
资本溢价（或股本溢价）	476,416.63	23,091,839.63
其他资本公积	-128,234.35	-96,948.07
合计	348,182.28	22,994,891.56

注：其他资本公积为2014年至2015年期间本公司收购子公司少数股东支付的对价与公允价值之间的差异。

(1) 2014年度资本公积变动情况

单位：元

项目	2014年1月1日	本期增加额	本期减少额	2014年12月31日
资本溢价	86.63	23,091,753.00	--	23,091,839.63
其他资本公积	--	-96,948.07	--	-96,948.07
合计	86.63	22,994,804.93	--	22,994,891.56

(2) 2015年度资本公积变动情况

单位：元

项目	2015年1月1日	本期增加额	本期减少额	2015年12月31日
资本溢价	23,091,839.63	8,821,710.00	31,437,133.00	476,416.63
其他资本公积	-96,948.07	--	31,286.28	-128,234.35
合计	22,994,891.56	8,821,710.00	31,468,419.28	348,182.28

4、未分配利润

未分配利润增减变动情况如下：

单位：元

项目	2015年度	2014年度
上期末未分配利润	31,263,632.58	-21,619.91
调整期初未分配利润合计数（调增+，调减-）	--	--
调整后期初未分配利润	31,263,632.58	-21,619.91
加：本期归属于母公司所有者的净利润	42,409,732.62	34,051,163.63
减：提取法定盈余公积	1,665,373.15	2,765,911.14
应付普通股股利	15,000,001.00	--
加：盈余公积弥补亏损	--	--
所有者权益其他内部结转	--	--
其他	-121,504.36	--
期末未分配利润	57,129,495.41	31,263,632.58

（五）主要财务指标变动分析

1、财务状况分析

公司近两年流动资产比例很高，截至2015年，流动资产占总资产比重为92.92%，其中货币资金占总资产比重为28%，货币资金充足，能够满足日常流动资金及短期内业务扩张所需。应收账款占比46.64%，全部为客户项目款。

单位：元

项目	2015/12/31		2014/12/31	
流动资产：		占总资产比例		占总资产比例
货币资金	45,610,690.28	28.00%	48,424,360.35	30.26%

应收账款	75,669,792.88	46.45%	76,924,309.81	48.07%
预付款项	2,690,819.84	1.65%	3,797,296.31	2.37%
应收股利	4,031,999.65	2.48%	--	0.00%
其他应收款	1,350,924.78	0.83%	4,854,163.08	3.03%
存货	--	0.00%	1,027,361.38	0.64%
其他流动资产	22,000,000.00	13.51%	7,500,000.00	4.69%
流动资产合计	151,354,227.43	92.92%	142,527,490.93	89.06%
非流动资产：				
长期股权投资	484,416.84	0.30%	4,481,764.61	2.80%
固定资产	1,365,462.28	0.84%	2,398,353.02	1.50%
无形资产	305,580.13	0.19%	203,945.94	0.13%
商誉	9,163,561.87	5.63%	9,163,561.87	5.73%
长期待摊费用	216,445.00	0.13%	1,263,218.84	0.79%
非流动资产合计	11,535,466.12	7.08%	17,510,844.28	10.94%
资产总计	162,889,693.55	100.00%	160,038,335.21	100.00%

公司近两年的负债全部为流动负债。其中应付账款占总负债比重最高，比例为 65.89% 及 55.51%，主要是公司对供应商的应付款，账龄均在一年以内。预收款项占总负债的比例为 2.16% 及 0.23%，公司采取的收款方式主要为项目完成后回款。

单位：元

项目	2015/12/31		2014/12/31	
流动负债：		占总负债比例		占总负债比例
应付账款	33,626,692.62	65.85%	45,384,806.04	55.51%
预收款项	1,100,592.87	2.16%	185,199.06	0.23%
应付职工薪酬	470,740.21	0.92%	3,725,730.28	4.56%
应付股利	--	--	11,796,949.85	14.43%
应交税费	14,930,609.62	29.24%	16,345,021.02	19.99%
其他应付款	940,386.72	1.84%	4,320,615.89	5.28%
流动负债合计	51,069,022.04	100.00%	81,758,322.15	100.00%

负债合计	51,069,022.04	100.00%	81,758,322.15	100.00%
------	---------------	---------	---------------	---------

2、盈利能力分析

公司最近两年的主营业务收入及利润指标情况表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
营业收入	325,629,321.36	250,579,320.35
营业成本	197,934,695.05	146,489,041.49
毛利润	127,694,626.31	104,090,278.85
营业利润	52,825,140.48	50,383,135.72
利润总额	55,035,439.32	50,754,787.96
净利润	42,874,334.63	37,339,280.74
毛利率	39.21%	41.54%
销售净利率	13.17%	14.90%
净资产收益率	45%	106%

报告期内，公司的主营业务收入有大幅增长，2015 年主营业务收入较 2014 年度增长 29.96%，主要是因为：

- 1) 2015 年公司在汽车领域开拓大量新客户，使得公司的体验营销业务大幅度增长。
- 2) 公司在数字营销的优势逐渐体现，进而在该项业务上有大幅度增长。
- 3) 公司拓展了新的业务类型，在 2015 年度开展娱乐营销业务，为公司带来业务增长。

由于同行业上市公司与公司业务结构并非完全一致，故而将相关上市公司营销活动类业务与公司体验营销业务进行对比。其中 2015 年度，体验营销业务占公司业务 82.58%。

报告期内，公司体验营销业务毛利率与同行业可比公众公司同类业务相比情况如下：

单位：%

公司名称	销售毛利率	
	2015年1-6月	2014年
蓝色光标(300058)	29.18	31.75
省广股份(002400)	44.57	51.11
华谊嘉信(300071)	28.55	25.81
腾信股份(002131)	26.79	22.93
平均值	32.27	32.90
艾德韦宣	33.08	39.04

注：四家可比上市公司均采用其营销活动类业务的毛利率，公司采用体验营销业务的毛利率。

公司整体毛利率在报告期内 2015 年、2014 年保持相对稳定，分别达到 39.21%、41.54%。而 2015 年度体验营销业务的毛利率有所下降。这是由于体验营销业务中，汽车客户的占比提高，而汽车营销行业竞争相对激烈，使得汽车客户相比奢侈品客户毛利率有所下降，进而影响整体毛利率。

公司与同行业可比公司相比，公司毛利率略高于行业平均水平，是由于以下几个方面原因：

(1) 客户结构不同。与其他同业上市公司相比，公司主要服务顶级和高端品牌广告主，提供跨媒体整合营销传播服务的附加值更高，顶级和高端品牌广告主其对供应链管理相对严格，故而已进入其供应商名录的厂商可以拥有较高毛利，细分市场整体毛利率高于平均水平；

(2) 服务质量不同。与其他业务上市公司相比，公司提供的服务品质高于行业内其他竞争对手，进而公司毛利率水平较高。

综上所述，报告期内，公司收入、成本的配比关系合理，公司毛利率水平合理，波动合理。

3、偿债能力分析

单位：%

公司名称	资产负债率(%)	流动比率(%)
------	----------	---------

	2015年9月30日 /2015年12月31日	2014年12月31日	2015年9月30日、 2015年12月31日	2014年12月31日
蓝色光标	72.50	59.19	0.96	1.09
省广股份	60.93	56.38	1.39	1.73
腾信股份	33.44	20.45	2.48	4.86
华谊嘉信	33.79	43.58	2.74	1.85
平均值	50.17	44.90	1.89	2.38
艾德韦宣	31.34	51.09	2.97	1.74

公司2015年12月31日及2014年12月31日资产负债率分别为31.34%、51.09%，公司2014年末、2015年末的资产负债率出现大幅下降，主要是因为公司利润滚存，增加了公司权益，而同时公司2015年12月31日较2014年12月31日负债有所下降，故而资产负债率有所下降。

但公司资产负债率已经较低，无长期偿债风险。此外，公司在本次申报挂牌之后，还将根据实际经营需要，继续引入投资者，届时公司资产负债率将进一步降低。

公司2015年12月31日及2014年12月31日流动比率分别为2.97、1.74，速动比率分别为2.97、1.73。公司流动比率及速动比率较高，无短期偿债风险。未来公司将提升流动资金管理水平，使公司的营运资金保有量处于较佳范围。可比公众公司的流动比率及速动比率较高，属于行业一般特征，公司在本次申报挂牌之后，还将根据实际经营需要，继续引入投资者，公司流动比率及速动比率将得以进一步优化。

4、营运能力分析

公司2015年12月31日及2014年12月31日流动资产周转率分别为0.71、1.14，应收账款周转率分别为4.27、6.51，均有所下降。这是由于公司2014年度应收账款及流动资产期初值较低，使得2014年度平均应收账款及平均流动资产较之2015年度低。

5、现金流量分析

(1) 公司简要合并现金流量表及分析

单位：元

项目	2015年度	2014年度
----	--------	--------

经营活动产生的现金流量净额	8,520,153.05	31,942,874.57
投资活动产生的现金流量净额	8,435,496.42	-15,138,743.86
筹资活动产生的现金流量净额	-19,769,319.54	25,500,000.00
现金及现金等价物增加净额	-2,813,670.07	42,304,130.71
期末现金及现金等价物净余额	45,610,690.28	48,424,360.35

公司 2015 年增加了汽车行业客户，其账期较奢侈品行业客户较长，部分应收款年末尚未收回，公司 2014 年的税款在 2015 年支付导致 2015 年的支付税款使用的现金大幅上升，因此，公司 2015 年经营性现金流较 2014 年大幅降低。

公司 2015 年进行了 1500 万的利润分配，因此公司筹资活动产生的现金流量净额为负。

公司 2015 年出售艾德众信展览、瑞慕、敬天广告三家子公司股权，产生较大的投资现金流入，导致投资活动现金流为正。

净利润到经营净现金流的调节表如下：

单位：元

补充资料	2015 年度	2014 年度
1.将净利润调节为经营活动现金流量：		
净利润	42,874,334.63	37,339,280.74
加：资产减值准备	690,864.55	36,423.79
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	950,894.42	1,779,459.58
无形资产摊销	54,249.00	19,228.17
长期待摊费用摊销	5,529.90	192,609.19
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失 （收益以“-”号填列）	--	--
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	--	--
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	--	--
财务费用（收益以“-”号填列）	257,824.25	--
投资损失（收益以“-”号填列）	-1,569,118.10	--
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	--	--

递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	--	--
存货的减少（增加以“-”号填列）	1,027,361.38	-1,726,494.49
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	5,864,231.70	-77,983,027.01
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-41,636,018.68	72,285,394.60
其他	--	--
经营活动产生的现金流量净额	8,520,153.05	31,942,874.57
2.不涉及现金收支的重大投资和筹资活动：	--	--
债务转为资本	--	--
一年内到期的可转换公司债券	--	--
融资租入固定资产	--	--
3.现金及现金等价物净变动情况：	--	--
现金的期末余额	45,610,690.28	48,424,360.35
减：现金的年初余额	48,424,360.35	6,120,229.64
加：现金等价物的期末余额	--	--
减：现金等价物的年初余额	--	--
现金及现金等价物净增加额	-2,813,670.07	42,304,130.71

（2）大额现金流量构成分析

① 出售商品、提供劳务收到的现金

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
业务收入	325,629,321.36	250,579,320.35
加：应交的销项税	19,537,759.28	15,034,759.22
加：应收账款期初数	76,924,309.81	4,944,893.02
减：应收账款期末数	75,669,792.88	76,924,309.81
加：应收票据期初数		
减：应收票据期末数		
减：预收账款期初数	185,199.06	-
加：预收账款期末数	1,100,592.87	185,199.06

减：应收票据背书		
减：其他（计提坏账准备等应收账款贷方发生额对应不为货币资金）		
销售商品提供劳务收到的现金	347,336,991.38	193,819,861.84

② 购买商品、接受劳务支付的现金

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
业务成本	197,934,695.05	146,489,041.49
加：应交税金进项税	11,376,081.70	8,789,342.49
加：应付账款期初数	45,384,806.04	8,848,420.52
减：应付账款期末数	33,626,692.62	45,384,806.04
减：预付账款期初数	3,797,296.31	6,682,100.00
加：预付账款期末数	2,690,819.84	3,797,296.31
加：应付票据期初数		
减：应付票据期末数		
减：存货期初数	1,027,361.38	-
加：存货期末数		1,027,361.38
减：生产成本、制造费用中的工资薪酬及折旧费用		
减：其他		
减：应收票据背书		
购买商品、接受劳务支付的现金	218,935,052.32	116,884,556.15

③收到其他与经营活动有关的现金

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
往来款	6,043,347.91	18,789,100.68
押金	2,703,969.00	1,459,000.00
利息收入	131,557.35	44,317.83
其他	33,288.84	27,927.00

合计	8,912,163.10	20,320,345.51
----	--------------	---------------

④支付其他与经营活动有关的现金

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
往来款	33,557,755.80	1,854,975.67
租赁费	7,444,871.82	5,749,261.26
咨询费	2,202,499.57	1,926,098.13
办公费	1,724,877.88	1,719,713.33
差旅费	2,877,063.48	1,787,781.73
业务招待费	748,851.63	1,124,687.10
修理费	972,039.9	212,796.4
物业管理费	16,111.48	18,699.40
财务手续费、汇兑损益	135,853.08	26,544.33
其他	1,034,458.59	2,503,204.20
合计	50,714,383.23	16,923,761.55

注：2015 年往来款科目大幅增加的原因系股东借款和员工备用金的增加，公司已在 2015 年期末前清理股东借款和员工备用金，不存在余额。同时，公司已制定资金管理制度，用于对股东和员工借款等事宜进行规范。

⑤支付的其他与投资活动有关的现金：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额重分类	2,701,920.09	--
合计	2,701,920.09	--

⑥支付的其他与投资活动有关的现金：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
----	---------	---------

支付的收购少数股东股权对价款	3,990,874.44	--
合计	3,990,874.44	--

综上，公司报告期内销售商品、提供劳务收到的现金基本稳定，公司主营业务突出，经营状况良好，公司报告期经营活动现金流波动合理，经营活动现金流量净额与净利润差异合理，报告期内所有大额现金流量变动项目的内容、发生额与实际业务的发生相符，与相关科目的会计核算勾稽一致。

综上，公司报告期财务指标及其波动合理。

五、关联方、关联方关系及关联方交易

（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，结合公司的实际情况，公司关联方包括：公司控股股东及其控制或参股的企业；对控股股东及主要股东有实质影响的法人或自然人；公司参与的合营企业、联营企业；公司的参股企业；主要投资者个人、董事、监事、高级管理人员或与上述人员关系密切的人员控制的其他企业；其他对公司有实质影响的法人或自然人。公司主要关联方及关联关系如下：

1、公司控股股东、实际控制人及其他持有公司 5%以上股份的关联方

（1）公司控股股东为韦宣国际。其情况详见本说明书第一节公司基本情况之“三、（三）、4 控股股东的基本情况”。

（2）公司实际控制人是刘锦耀和伍宝星。其情况详见本说明书第一节公司基本情况之“三、（三）、3 实际控制人的基本情况”。

（3）公司持股 5%以上股东为韦宣国际、艾特联合、艾德众信及红杉信远，该等股东情况详见本说明书第一节公司基本情况之“三、（三）、5 持股 5%以上股东”。

2、控股子公司

截至本说明书签署日，公司直接控股 8 家子公司，经由子公司间接全资控股 2 家公司。子公司具体情况详见本说明书第一节公司基本情况之四、“（三）公司控股及参股子公司情况”。

3、实际控制人控制及施加重大影响的其他企业

报告期内，实际控制人控制、施加重大影响的其他企业的情况如下表：

序号	公司名称	股东名称	持股比例 (%)
1	NBS Holdings Limited	伍宝星	100.00
2	Activation Investment Limited	NBS Holdings Limited	100.00
3	Premier Motion Holdings Limited	伍宝星	100.00
4	Activation Group Limited	Premier Motion Holdings Limited	100.00
5	上海艾博思韦宣物业管理有限公司	Activation Group Limited	100.00
6	Freshlive Holdings Limited	伍宝星、刘锦耀	各自持股 33.33
7	Dashing Fortune International Limited	刘锦耀	100.00
8	Aurora Activation Holdings Limited	Dashing Fortune International Limited	100.00
9	Prime Action Holdings Limited	刘锦耀	100.00

4、其他关联企业

除上述关联方外，公司的关联方还包括控股股东、实际控制人关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业；公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员及其控制、共同控制或施加重大影响的其他企业。其他关联企业的情况如下表：

关联公司名称	关联关系情况
上海对比窗艺术品有限公司	公司副总经理包一峰持股 70%的企业
上海八月天文化传播有限公司	公司副总经理包一峰持股 90%的企业
上海好文贸易有限公司	公司副总经理包一峰持股 30%的企业
上海霖杰文化发展有限公司	公司副总经理包一峰持股 100%的企业
Seraph & Cherub Investments Limited	公司监事黄念雯持股 100%的企业
上海凌刃资产管理有限公司	公司董事、副总经理苏彤的妻子沈洁娴持股 80%的企业
艾特华纯	公司副总经理涂弘炜的妻子韩佳妮持股 100%的企业

注：上海凌刃资产管理有限公司原名为上海凌刃广告有限公司，2013年12月12日更名为上海凌刃资产管理有限公司，主营业务变更为资产管理，投资管理，投资咨询（除金融、证券），实业投资。截至本转让说明书签署日，艾特华纯的经营范围已变更为投资信息咨询【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】。

5、其他关联自然人

公司的关联自然人包括：

(1) 公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员，关系密切的家庭成员包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母。

(2) 公司持股 5% 以上股东及其关系密切的家庭成员，关系密切的家庭成员包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母。

综上，根据《公司法》及《企业会计准则》相关规定，对公司关联方的认定准确，披露全面，不存在为规避披露关联交易将关联方非关联化的情形。

(二) 关联交易情况

报告期内，公司与关联方之间经常性关联交易情况如下包括关联采购及关联租赁，偶发性关联交易包括往来款项，具体情况如下：

1、经常性关联交易

(1) 关联采购

关联方	关联交易类型	关联交易定价原则	2015 年度		2014 年度	
			金额（元）	占同类交易金额的比例（%）	金额（元）	占同类交易金额的比例（%）
敬天广告	关联采购	协议价	4,460,803.32	2.25	12,135,946.06	8.28
艾德众信展览	关联采购	协议价	22,684,962.95	11.46	--	0.13

公司于 2014 年 3 月收购敬天广告 51% 股权，2015 年 9 月将敬天广告 51% 股权转让给蔡文旗。其情况详见本说明书第一节公司基本情况之“四、（四）重大资产重组情况”。

报告期内，艾德韦宣主营业务定位为向顶级和高端品牌提供跨媒体整合营销传播服务公司主要经营。公司主要向关联方敬天广告和艾德众信展览采购场地搭建服务。公司 2015 年度、2014 年度向敬天广告采购的场地搭建服务分别为 446.08 万元、1,213.59 万元，占全年采购比重分别为 2.25%、8.28%；公司 2015 年度向艾德众信展览采购的场地搭建服务为 2,268.50 万元，占全年采购比重为 11.46%。

有限公司阶段，公司并未建立健全的“三会议事”规则及《关联交易决策制度》。公司关联采购仅由实际控制人刘锦耀和伍宝星进行审批。

由于敬天广告和艾德众信展览长期从事场地搭建服务，行业经验丰富。公司向敬天广告和艾德众信展览采购场地搭建服务可以有效的保证公司服务的质量。公司向敬天广告和艾德众信展览采购的场地搭建服务占同类型服采购中的比例不高，且定价过程充分参照了市场价格以及服务质量，上述关联采购未对公司造成重大不利影响。

(2) 关联租赁

关联方	关联交易类型	关联交易定价原则	2015 年度		2014 年度	
			金额（元）	占同类交易金额的比例（%）	金额（元）	占同类交易金额的比例（%）
上海艾博思韦宣物业管理有限公司	关联租赁	市场价格	2,147,745.60	28.85	1,952,496.00	34.21

报告期内，公司向关联方上海艾博思韦宣物业管理有限公司租赁位于上海市徐汇区柳州路 399 弄甲恒地仓国际大厦 8 楼 801 室，802 室，803 室，805 室，806 室，807 室，808 室的办公场地。公司 2015 年度、2014 年度向上海艾博思韦宣物业管理有限公司租赁办公场地的租赁费分别为 214.78 万元、195.25 万元。占同类型租赁的比重分别为 28.85%、34.21%。

有限公司阶段，公司并未建立健全的“三会议事”规则及《关联交易决策制度》。公司关联租赁仅实际控制人刘锦耀和伍宝星进行审批。

公司在成立之初就开始租赁关联方上海艾博思韦宣物业管理有限公司办公场所，与上海艾博思韦宣物业管理有限公司形成了长期的，稳定的合作关系，公司在租赁上海艾博思韦宣物业管理有限公司办公场地时参考了市场价格，交易价公允。上述关联租赁未对公司造成重大不利影响。

股份公司设立后，已经制定了《公司章程》及《关联交易决策制度》等文件，对公司对外投资的权限及程序作了详细规定。

同时，公司控股股东、实际控制人还出具了《关于减少和规范关联交易承诺函》，承诺将减少并规范实际控制人及其关联方与公司之间的关联交易。

(3) 关联交易期末余额

公司关联交易期末余额情况如下：

单位：元

项目名称	关联方	2015年12月31日	2014年12月31日
		账面余额	账面余额
应付账款	敬天广告	--	1,343,240.00
应付账款	艾德众信展览	849,062.00	2,000,000.00

(4) 关联担保

公司关联担保情况如下：

单位：元

担保方	被担保方	担保额度	担保期限	担保事项
伍宝星	艾德韦宣	25,000,000.00	2015年7月31日到 2018年7月30日	艾德韦宣与上海农商行签订的编号为31053154172010的《最高额融资合同》
艾博思韦宣	艾德韦宣	25,000,000.00	2015年7月31日到 2018年7月30日	艾德韦宣与上海农商行签订的编号为31053154172010的《最高额融资合同》

2、偶发性关联交易

(1) 其他应收款

单位：元

关联方名称	2015年12月31日		2014年12月31日	
	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备
敬天广告	--	--	1,530,000.00	--
合计	--	--	1,530,000.00	--

报告期内，敬天广告以资金拆借的形式从公司借取部分款项，但截至本说明书签署日，敬天广告已经将上述款项归还公司。

(2) 关联方资产转让

关联方	关联交易类型	关联交易内容	关联交易定价原则	2015年		2014年度	
				金额(元)	占同类交易金额的比例(%)	金额(元)	占同类交易金额的比例(%)
艾博思韦宣	股权转让	购买敬天广告的股权	评估作价	--	--	2,045,590.00	34.78
Activation Group Limited	股权转让	购买艾德韦宣香港的股权	按照原价	--	--	675.16	0.01

新源控股	股权转让	购买安维讯的股权	评估作价	--	--	421,500.00	7.17
------	------	----------	------	----	----	------------	------

公司收购上述股权经过艾德韦宣有限董事会审批。

2013年12月10日，新源控股和艾德韦宣签订股权转让协议，新源控股将其在安维讯的100%注册资本份额以对价42.15万人民币转让给艾德韦宣有限，价格以银信资产评估出具的银信评报字（2013）沪第729号的评估值为基准，后于2014年7月23日完成价款支付。

2013年11月22日，Activation Group Limited将持有的850.00股本（占艾德韦宣香港30%股权）以850.00港元作价转让给艾德韦宣有限。该笔交易金额较小，未对公司造成重大不利影响。

2013年12月10日，新源控股和艾德韦宣签订股权转让协议，新源控股将其在安维讯的100%注册资本份额以对价42.15万人民币转让给艾德韦宣有限，作价以银信资产评估出具的银信评报字（2013）沪第729号的评估值为基准，在编制合并报表时由于收购日该评估报告已过有效期，因此安维讯净资产的公允价值是以北京捷勤丰汇会计师事务所有限公司出具的捷汇审字（2014）第042号审计报告确定的价值为准。

股份公司设立后，已经制定了《公司章程》及《对外投资管理制度》、《关联交易决策制度》等文件，对公司对外投资的权限及程序作了详细规定。

同时，公司控股股东、实际控制人还出具了《关于减少和规范关联交易承诺函》，承诺将减少并规范实际控制人及其关联方与公司之间的关联交易。

此外，股份公司设立后，公司逐步完善了内控和治理结构，制定了“三会”议事规则，未再发生控股股东、实际控制人及其他关联方占用公司资金的情形。

报告期内公司披露的关联交易真实、准确、完整。

（三）关联交易的决策程序

为了规范公司与关联方之间的关联交易，维护公司股东的合法权益，保证公司与关联方之间的关联交易的公允、合理，公司根据有关法律、法规和规范性文件的规定，已在其现行《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《对外担保管理制度》及《关联交易决策制度》等内部规章制度中对关联交易的决策权力和程序作了明确规定。

公司制定了规范关联交易的制度，相关制度合法有效。

（四）规范关联交易的措施

为规范关联方与公司之间的潜在关联交易，公司实际控制人、董事、监事以及高级管理人员已向公司出具了《关于减少及避免关联交易的承诺》，承诺如下：

1、本人及本人控制的其他企业承诺将尽量避免和规范与公司之间可能发生的关联交易，保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益；

2、本人及本人控制的其他企业与公司将来无法避免或有合理原因而发生的关联交易事项，本人及本人控制的其他企业将遵循市场交易的公开、公平、公正的原则，按照公允、合理的市场价格进行交易，并依据有关法律、法规及规范性文件的相关规定履行关联交易决策程序；

3、本人及本人控制的其他企业将不通过与公司的关联交易取得任何不正当的利益或使公司承担任何不正当的义务；

4、如违反上述承诺与公司进行交易而给公司造成损失，由本人承担赔偿责任。

公司现已制定了规范关联交易的制度，并切实履行。

（五）董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有公司5%以上股份股东在主要客户或供应商中占有权益的情况

公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有公司5%以上股份股东不存在在主要客户或供应商中占有权益的情况。

六、需提醒投资者关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）或有事项

截至2015年12月31日止，本公司无应披露未披露的或有事项

（二）承诺事项

截至2015年12月31日止，本公司无应披露未披露的重大承诺

（三）资产负债表日后事项

截至财务报告日止，本公司无应披露未披露的重大资产负债表日后事项。

（四）其他重要事项

截至 2015 年 12 月 31 日止，本公司无其他应披露的重要事项。

七、近两年的资产评估情况

2015 年 7 月 18 日，艾德韦宣有限董事会作出决议拟对公司进行增资。银信资产评估有限公司以 2014 年 12 月 31 日为评估基准日，对艾德韦宣有限的整体资产价值采用资产基础法进行了评估，并出具银信评报字[2015]第 0337 号《评估报告》，评估结果如下：

（单位：万元）

序号	项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率(%)
1	总资产	11,430.29	12,121.69	691.40	6.05
2	总负债	4,746.54	4,746.54	--	--
3	净资产	6,683.76	7,375.16	691.40	10.34

2015 年 12 月 15 日，艾德韦宣有限拟整体变更设立股份公司。银信资产评估有限公司以 2015 年 8 月 31 日为评估基准日，对艾德韦宣有限的整体资产价值采用资产基础法进行了评估，并出具银信评报字[2015]第 0676 号《评估报告》，评估结果如下：

（单位：万元）

序号	项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率(%)
1	总资产	11,851.96	12,269.51	417.55	3.52
2	总负债	6,201.28	6,201.28	--	--
3	净资产	5,650.68	6,068.23	417.55	7.39

八、报告期内股利分配政策、利润分配情况以及公开转让后的股利分配政策

（一）股利分配的一般政策

公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- 1、弥补以前年度亏损；
- 2、提取法定公积金。法定公积金按税后利润的 10% 提取，法定公积金累计额为注册资本 50% 以上的，可不再提取；
- 3、提取任意公积金；
- 4、支付股东股利。

公司可以采取现金或者股票方式分配股利，按股东在公司注册资本中各自所占的比例分配给各方。

（二）近两年的利润分配情况

2015年6月29日，公司根据公司章程，经董事会讨论达成决议：鉴于公司2014年12月31日未分配利润为人民币24,871,580元。决定将其中人民币15,000,001元按照持股比例分配给公司所有股东，其中：

单位：元

股东	注册资本金额	持股比例（%）	分配利润金额
韦宣国际	12,568,500	78.02	11,703,788
艾特联合	537,750	3.28	491,441
艾德众信	810,000	5.03	754,272
联创永钦	625,000	3.88	582,000
红杉信远	1,576,997	9.79	1,468,500
合计	16,108,247	100	15,000,001

（三）公司股票公开转让后的股利分配政策

公司股票进入全国中小企业股份转让系统公开转让后，公司股利分配政策将沿用《公司章程》中规定的股利分配政策。

九、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

2014年1月1日至2015年12月31日，纳入合并报表范围的子公司为品宣企管、安维讯、艾迪霖杰、艾德韦宣香港、范思广告、尚绎韦宣、艾德韦宣广告、艾德韦宣娱乐有限公司、Activation Marketing Solution Limited.、Activation Events (Singapore) PTE. LTD.。该等情况详见本说明书第一节公司基本情况之四、“（三）公司控股子公司情况”及第一节公司基本情况之“六、报告期内公司主要会计数据与财务指标”。

十、可能对公司业绩和持续经营产生不利影响的风险因素及自我评估

（一）对供应商的依赖风险

报告期内，公司有两家主要供应商，分别为敬天广告和艾德众信展览，公司主要向关联方敬天广告和艾德众信展览采购场地搭建服务。公司2015年度、2014年度向敬天广告采购的场地搭建服务分别为446.08万元、1,213.59万元，占全年采购比重分别为2.25%、8.28%；公司2015年度向艾德众信展览采购的场地搭建服务为2,268.50万元，

占全年采购比重为 11.46%。目前公司持有艾德众信展览 30% 股权。

公司对上述两家供应商采购占比较高的原因是，该两家供应商具有多年为奢侈品和顶级品牌提供搭建服务的经验并和艾德韦宣保持长期合作关系，服务水准较高、时效性高、稳定性好，能够满足公司顶级及高端品牌客户的需求。

目前，公司的主要供应商为体验营销业务供应商，随着公司业务类型的不断丰富，体验营销收入占比呈下降趋势，对上述两家供应商采购占比亦会逐渐下降；公司中高端汽车品牌整合营销传播业务收入保持增长，不断引入新的汽车活动供应商；同时，公司也在积极探索其他高品质供应商，以降低向敬天广告和艾德众信展览采购的比例。

（二）应收账款余额较大的风险

2014 年末和 2015 年末，公司应收账款余额分别为 76,924,309.81 元和 75,669,792.88 元，占营业收入的比例分别为 30.70% 和 23.24%；2014 年末和 2015 年末账龄在一年以内的应收账款占比分别为 99.83% 和 96.65%。公司主要客户是实力雄厚的顶级及高端品牌广告主，客户的财务状况良好、商业信用高，具有较强的支付能力，回款较为及时。虽然报告期本公司的应收账款回款情况良好，且客户的资信情况较好，但是如果主要客户的财务情况发生恶化，则公司将存在坏账风险。

公司拟加强对客户信用分级管理，做好经营计划和资金规划。同时，加强账款催收，对销售人员加强资金回收的考核，有效控制应收账款的增长。

（三）专业人才和核心人员流失风险

整合营销传播服务业具有高人力资本的特征，高质素的营销服务从业人员必须具备策略、创意策划、项目执行管理等多方面专业知识及行业经验。优秀的业务团队是营销服务机构持续发展的重要基础之一。因此，如果该等专业人才或核心人员出现大规模流失，将给公司经营活动带来较大的冲击，影响服务质量和持续服务。

公司已经采取核心人员间接持股的方式来稳定核心人才。未来将进一步探索和实施扩大专业人才和核心人员持股，持有股份合法合规流通的路径。为专业人才和核心人员提供更好的工作环境，创造更好的工作条件，提供更多的晋升机会，多方面措施来稳定队伍。

（四）汇率波动风险

艾德韦宣在香港和新加坡均设立子公司并开展媒体公关等整合营销传播业务。同时，艾德韦宣、范思广告和瑞慕也有部分款项由外币结算，由于人民币对美元、港币等汇率近期内出现较大幅波动，公司 2014 年和 2015 年分别形成 1,514.61 元和 83,936.35 元汇兑损失。提请投资人关注未来汇率波动可能对净利润造成一定的影响。

随着外币业务占比的上升，公司将考虑在集团范围内购买合适的金融衍生产品对冲汇率波动风险。

（五）财政补贴变化风险

报告期内，公司政府补贴主要系上海长宁区专项扶持资金。2014 年和 2015 年，公司获得的财政补贴分别为 249,300.00 元和 2,253,968.73 元。由于政府补贴存在的不确定性较大，如果相关政策发生变化，公司存在获得的财政补贴减少并对公司的盈利水平产生一定不利影响的风险。同时，2014 年和 2015 年公司获得的财政补贴占利润总额的比例分别为 0.49% 和 4.10%，即使未来由于政策变化导致公司无法获得财政补贴，也将仅对公司盈利水平产生有限影响。

（六）经营用房租赁使用的风险

公司目前未购置房产，办公场所均以租赁方式取得使用。如所租赁的房产到期不能正常续租或在租赁过程中发生出租方违约情况，则公司需要另行租赁房产或购置房产，从而对公司的正常经营产生一定影响。

由于公司人员分散在多家子公司，单一办公场所到期不能续租或租赁过程中发生出租方违约情况对公司整体经营的影响有限；同时，由于公司业务的开展并不需要依赖大量固定资产和生产设备，即使需要另行租赁或购置房产，也可以在较短时间之内完成。

（七）公司承办活动失误给品牌口碑造成的风险

艾德韦宣服务的客户 80% 以上为国际顶级品牌和高端品牌，对公司提供的跨媒体整合营销传播各项活动品质要求较高，公司自设立以来提供的体验营销、媒体公关、数字营销和娱乐营销服务水准稳定，取得了客户的一致好评。未来，随着公司业务范围的不断拓展，同时活动现场可能出现的不可控因素，公司承办的活动质量将会存在受损并不能满足客户需求的可能性，从而导致公司在业内口碑受到影响，影响公司客户的维护和

拓展。

公司核心团队成员从业多年，积累了丰富的活动和项目现场执行和流程管理经验，公司对活动和项目内部流程管控严格，长期水准稳定。艾德韦宣一年承办超过 250 场活动或项目，即使单一活动由于不可控因素出现失误，对公司整体口碑影响有限。

（八）快速发展带来的管理风险

报告期内，公司资产规模保持了较高的增长水平。在本次挂牌并公开转让后，公司规模将在目前的基础上进一步扩大。公司资产规模的扩大和人员的增加会使得公司组织架构、管理体系趋于复杂。因此公司在完善管理体系、有效管理和运作、提高管理层管理水平、保证公司运营方面存在一定的风险。公司已开始尝试业务事业部和职能部门矩阵式组织架构，提高管理运营效率。

（九）资本实力不足风险

相比于行业内其他整合营销巨头，公司规模相对较小，资本实力不足。另外，目前国内中小企业的融资渠道较为单一。由于国内融资渠道少，相对于国有企业和外资公司，国内中小企业在融资渠道上处于劣势。整合营销传播服务公司由于其轻资产的特点，本身固定资产较少，无法满足为银行融资提供抵押担保的条件，导致融资渠道更加单一。而整合营销传播行业服务时需要前期垫付资金，由于公司资本不足，融资渠道单一，开展业务主要依靠公司自有资金进行支持，在未来业务扩张和市场竞争过程中可能处于劣势。公司已通过私募股权融资引入联创永钦和红杉信远等财务投资人，未来也将积极谋求外部资金的支持，助力业务扩张。

（十）受宏观经济波动影响的风险

经济发展具有周期性，消费者购买力、企业经营业绩、企业品牌传播预算入与国家经济周期具有较大的相关性。当国家经济周期处于稳定发展期，通常消费者的购买力较强，有助于提升生产企业的经营业绩，从而生产企业加大其在品牌传播中的预算投入；当国家经济增长停滞或发生衰退，消费者购买力下降，生产企业经营业绩不佳，通常减少品牌传播预算投入。因此，国家宏观经济周期变化对企业品牌传播及营销开支投入将会产生影响，从而对整合营销传播服务行业产生影响。

公司管理层充分认识到近年来宏观经济波动对公司业务可能带来的不利影响，采取

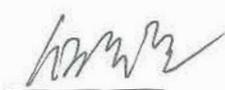
措施积极应对市场风险。一是控制人员扩张，加强管理，强化业绩考核，降低运营成本；二是大力布局新市场区域、增加品牌覆盖，并进一步拓展娱乐营销、中高端人群大数据画像等新兴业务，以带动公司跨媒体整合营销传播服务业务新的收入和利润增长点。

第五节 有关声明

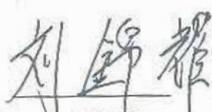
公司董事、监事、高级管理人员声明

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。

全体董事签字：



伍宝星



刘锦耀



何君琦



周琦



王岑



苏彤

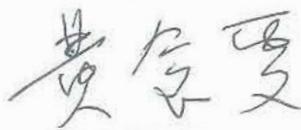


陈伟彬

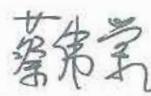


刘慧文

全体监事签字：



黄念雯

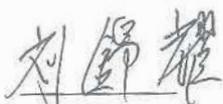


蔡伟棠



王贤达

全体高级管理人员签字：



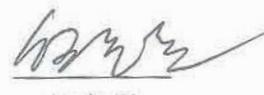
刘锦耀



刘慧文



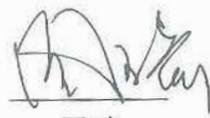
苏彤



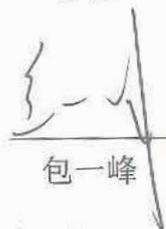
伍宝星



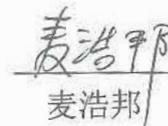
陈伟彬



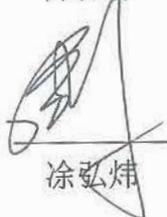
周琦



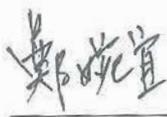
包一峰



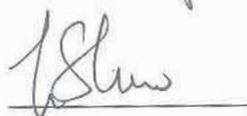
麦浩邦



涂弘炜



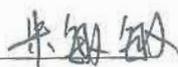
郑婉宜



Shaw Jeremy Mark



裔照瑒



朱敏敏



杜晓舟



上海艾德韦宣股份有限公司

2016年2月4日

主办券商声明

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。

主办券商法定代表人（代为履行法定代表人职责）：



周易



情况说明

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据我公司2015年12月19日公告，公司执行董事、董事长吴万善先生由于工作变动，辞去公司第三届董事会执行董事、董事长以及董事会发展战略委员会主任委员（召集人）职务。12月24日，公司第三届董事会第二十六次会议审议通过了《关于提请推举代为履行公司法定代表人职责人选的议案》，同意推举公司执行董事、总裁周易先生代为履行公司法定代表人职责。代为履行职责自本次董事会审议通过之日起生效，时间不超过6个月。

根据上述公告及董事会决议，在公司选举产生新任董事长之前，涉及公司法定代表人的相关职责由公司总裁周易先生代为履行。

特此说明！



华泰证券股份有限公司

2015年12月28日

证券简称：华泰证券

证券代码：601688

编号：临 2015-093

**华泰证券股份有限公司
第三届董事会第二十六次会议决议公告**



本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

华泰证券股份有限公司（以下简称“公司”）第三届董事会第二十六次会议通知和相关材料于 2015 年 12 月 23 日以专人送达或电子邮件方式发出。本次会议于 2015 年 12 月 24 日以通讯方式召开。会议应参加董事 13 人，实际参加董事 13 人。会议的召开符合《公司法》、公司《章程》和《董事会议事规则》的有关规定。经董事认真审议，以通讯表决方式审议通过了《关于提请推举代为履行公司法定代表人职责人选的议案》，并形成如下决议：

同意推举公司执行董事、总裁周易先生代为履行公司法定代表人职责。代为履行职责自本次董事会审议通过之日起生效，时间不超过 6 个月。

表决结果：13 票赞成，0 票反对，0 票弃权

公司将按照《中华人民共和国公司法》及《华泰证券股份有限公司章程》等相关规定并按程序选举产生新任董事长。

特此公告。

华泰证券股份有限公司董事会

2015 年 12 月 25 日

证券简称：华泰证券

证券代码：601688

编号：临 2015-090

华泰证券股份有限公司
关于吴万善先生辞任公司董事长公告



本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

2015年12月18日，公司董事会收到执行董事、董事长吴万善先生的书面辞职报告。由于工作变动，吴万善先生提请辞去公司第三届董事会执行董事、董事长以及董事会发展战略委员会主任委员（召集人）职务。

吴万善先生辞任公司执行董事、董事长是由于工作变动，其与公司董事会并无不同意见，亦无与辞职有关的事项需要知会公司及债权人。吴万善先生亦确认其并无任何针对公司，正在发生或将要发生的诉讼和争议。

公司将按照《中华人民共和国公司法》及《华泰证券股份有限公司章程》等相关规定并按程序选举产生新任董事长。

公司及公司董事会对吴万善先生担任公司董事长等任职期间为公司发展壮大所做的贡献表示衷心感谢！

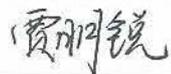
特此公告。

华泰证券股份有限公司董事会

2015年12月19日

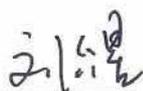
(本页为上海艾德韦宣股份有限公司公开转让说明书项目小组签字页)

项目负责人签字:



贾明锐

项目小组成员签字:



刘介星

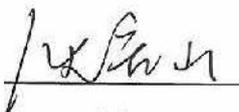


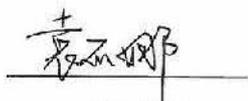
狄晨光



律师事务所声明

本机构及经办人员已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的法律意见书无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的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： 
沈宏山

经办律师：  
袁丽娜 肖家烽



审计机构声明

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

会计师事务所负责人：



经办注册会计师：




天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)



2016年2月4日

资产评估机构声明

本机构及经办资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及经办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。

经办资产评估师：


张文霞


蒋忠娅

资产评估机构负责人签名：


梅惠民


银信资产评估有限公司
2016年2月4日

第六节 附件

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