

DOV

东文传媒

DOVISON MEDIA

户外创意视界

深圳东文传媒股份有限公司



公开转让说明书

主办券商



西南证券股份有限公司
SOUTHWEST SECURITIES COMPANY, LTD.

二〇一五年十一月

声 明

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

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

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

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

目 录

声 明	2
重大事项提示	5
一、核心技术人员流失风险	5
二、控股股东、实际控制人控制不当风险	5
三、资金不足风险	6
四、预付账款占资产比例较高的风险	6
五、区域市场风险	6
六、发布虚假广告而被处罚的风险	7
七、最近一期盈利能力下降的风险	7
八、公司广告代理业务合法合规性风险	7
九、户外广告设施未经设置审批的风险	8
十、因媒体资源无法续期对经营产生影响的 风险	8
释 义	10
一、一般术语	10
二、专业术语	11
第一节 基本情况	13
一、公司概况	13
二、股票挂牌情况	14
三、公司股权结构	16
四、公司历史沿革	19
五、公司重大资产重组及关联公司设立情况	28
六、东文传媒合并范围内关联方情况	35
七、公司董事、监事、高级管理人员情况	39
八、最近两年的主要会计数据和财务指标及监管指标简表	44
九、中介机构情况	45
第二节 公司业务	48
一、公司主要业务、产品及用途	48
二、内部组织结构与业务流程	55
三、与业务相关的主要资源要素	62
四、公司生产经营情况	76
五、公司的商业模式	88
六、公司所处行业基本情况及公司的竞争地位	92
七、公司的战略规划	118
第三节 公司治理	126

一、公司股东大会、董事会、监事会制度的建立及运行情况	126
二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估	126
三、公司及控股股东、实际控制人最近两年内存在的重大违法违规及受处罚情况 ..	130
四、公司涉及的诉讼、仲裁情况	131
五、公司报告期内对外担保、委托理财、关联交易等重要事项	132
六、公司的独立性	138
七、同业竞争	139
八、公司最近两年及一期资金被占用或为控股股东、实际控制人及其控制企业提供担保情况	143
九、董事、监事和高级管理人员持股及其他情况	145
十、近两年及一期董事、监事和高级管理人员的变动情况	146
十一、公司管理层的诚信状况	147
第四节 公司财务	148
一、最近两年一期经审计的财务报表	148
二、审计意见	171
三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计	171
四、报告期主要财务指标	194
五、报告期内主要会计数据	197
六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况	222
七、需提请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	233
八、报告期内资产评估情况	233
九、股利分配政策	234
十、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况	236
十一、风险因素	236
第五节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	239
第六节 附件	245

重大事项提示

公司特别提醒投资者注意以下重大事项：

一、核心技术人员流失风险

广告公司最重要的资源之一是人才，人才的创新能力和对市场变化的敏锐判断力是公司经营发展的重要因素，公司后续业绩的持续快速增长和核心技术的不断提升，均对人才具有一定的依赖性。公司一旦在人才的引进和培养上落后于行业其他公司，将面临核心技术人员不足甚至流失的风险。

应对措施：为避免人才流失，保持人才的稳定性和创造性，公司建立并不断完善人力资源管理制度。其一，通过多种渠道积极引进相关人才并注重对已有人才的培养；其二，致力于创造优良的工作环境和提供较好的薪酬待遇，保持员工对公司的忠诚度；其三，公司积极完善各项培训管理制度，加强技术人员梯队建设，以降低因人才流失带来的风险。

二、控股股东、实际控制人控制不当风险

截至本公开转让说明书签署之日，刘卫彪通过直接持股、间接持股等方式合计持有公司 64.50% 的股份，为公司的控股股东、实际控制人。即使本次新三板成功挂牌后导致其持股比例有所下降，但其依然可以利用其控股股东地位，通过在董事会、股东大会行使表决权的方式影响公司的重大决策，对公司经营决策可施予重大影响。

应对措施：公司已经建立并完善了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的公司治理结构，制定了“三会”议事规则及《公司章程》等相关制度。同时，对关联交易、对外担保等重要事项也建立了管理制度，完善了内部控制体系，科学划分了各个部门的职责权限，使不同部门之间得以相互制衡。通过以上措施公司能够规范股东及实际控制人的决策行为，确保公司各项重大投资、经营、管理事项能够得到规范、科学决策，并得到有效执行。

三、资金不足风险

由于行业特征，公司在采购部分优质媒介资源时，需预付一部分费用。公司想要快速扩张业务，争取更多的优质客户，就必须获取更多的优质媒介资源来吸引客户，这意味着公司要完成媒体资源布局必须有足够的资金支持。如果公司不能尽快争取先发优势，增强客户黏性，则可能被市场中有资金实力的竞争对手所挤压。

应对措施：公司主要的应对措施有：其一，加大公司资金能力的评估，在保证有充足资金支持的情况下进行业务拓展活动。其二，拓展其他融资渠道，公司原有的发展均为公司现有资金的再投入，今后将加大债权与股权的融资渠道，为公司扩张业务提供足够的资金支持。

四、预付账款占资产比例较高的风险

公司截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 7 月 31 日，预付账款占资产总额的比重分别为 42.26%、71.08%、61.37%，公司预付账款主要是预付广告媒体供应商等款项，预付账款的增加会对公司日常资金需求产生较大影响，若公司现金流不足或者中断，会对公司的持续经营产生较大影响。

应对措施：目前公司正处于扩张期，新收购一批户外广告资源，根据行业特点，广告公司一般在租赁期生效时便开始按季度支付租金，因此导致预付账款增多。但是户外媒体资源保证了公司未来的收益，经过几个月的时间进行广告牌营销后，公司新收购的户外媒体资源便能转化为稳定的公司收益。同时，公司也积极寻求融资渠道，强化公司现金流状况。

五、区域市场风险

公司目前的业务范围主要集中在广东省内，公司将继续拓展该区域的市场份额并抓住机遇开拓新的市场。在户外媒体服务中，丰富稳定的媒体资源和客户资源是运营成功的关键因素，而该两类资源均是长期经营和积累的结果，因此若要进入其他市场或区域进行业务拓展存在一定的不确定性和风险，媒体资源、客户资源的竞争以及前期开发成本的投入在短期内会对公司的盈利能力造成影响。

应对措施：公司目前正逐步开发深圳以外其他地区的市场，目前公司已成立武汉分公司、上海洪基，浙江东文用以开拓武汉、上海、浙江的市场，并计划2018年前在全国成立多家子、分公司。

六、发布虚假广告而被处罚的风险

公司在业务开展过程中，只能对广告发布的合法合规性提高合理有限保证，尽力保证广告内容的真实可靠，如客户故意隐瞒产品真实信息，公司在保持谨慎审核原则的前提下，仍未能发现广告里存在不合法内容，公司将难以规避因发布虚假广告而受到处罚的风险。

应对措施：其一，在签订代理合同时严格审核合同条款：有关内容应特别注意和相关部门沟通核实后、慎重发布。其二，在公司发布的广告中加入广告提示语免责，如使用提示语避免广告内容构成要约承担合同责任等。其三，加强学习与培训，积极组织员工参与国家相关法律法规的学习与培训，增强员工的法律意识。

七、最近一期盈利能力下降的风险

2013年度、2014年度、2015年1-7月，公司营业利润分别为13.21万元、305.13万元、-22.18万元，公司净资产收益率分别为1.80%、13.20%、-0.92%。报告期内，盈利能力波动较大，主要是公司正处于战略扩张期，为了支持公司业务扩张，公司在2014年、2015年购入较多优质的广告位资源，而广告位从采购到设计、改造、寻找客户到上画需要一定的时间，导致了公司目前媒体资源的空置率上升，引起公司2015年1-7月的利润有所下降。

应对措施：新购广告位资源经过新建、改造后，即刻可以列入公司可使用媒体资源，并对外进行营销，并产生稳定的发布费收入。公司预先购入的媒体资源是公司未来运营及盈利的重要保证，在可预见的未来，新购入的广告媒体资源将发挥重要作用，为公司贡献稳定的利润。

八、公司广告代理业务合法合规性风险

公司的主营业务是提供专业化户外媒体广告策划，创新设计、制作、发布、

代理等一揽子服务，具体方式为自有媒体广告投放及广告代理业务。广告代理业务是指公司根据广告主对广告投放城市、特定地段及时间的要求，向其他同行业广告公司进行采购。有别于自有媒体广告投放，广告代理业务中，公司直接面对拥有该户外广告媒体资源的出租方（即其他广告公司），而不是直接面对该户外广告媒体资源的原始产权方。因此，如果该广告媒体资源的原始产权方不允许出租方（即其他广告公司）进行转租，则公司代理业务部分广告媒体经营权可能存在因得不到原始产权方认可而被收回的风险，可能会对公司广告代理业务的开展造成一定的影响。

应对措施：公司在与广告位的出租方（即其他广告公司）签约时，均在合同内明确规定应保证出租方已经拥有对广告位的合法合规经营权、转租权等。同时，公司采取与原产权方、转租方签署三方协议的方式，获得原产权方对该广告位转租的许可。

九、户外广告设施未经设置审批的风险

根据《深圳特区市容和环境卫生管理条例》及《深圳市户外广告管理办法》，户外广告设施应经过城管部门的设置审批，未经城管部门批准擅自设立户外广告的，责令限期拆除，并处罚款。报告期内，公司存在户外广告未经设置审批的情况，若该等情形被相关部门认定为不合规设置广告牌或者不合规经营等行为，则有可能对公司日常业务的开展产生一定的影响。

应对措施：公司以后将规范运营，对目前存在的缺乏户外广告设置许可的户外广告进行退租，未来对无法提供户外广告设置许可的户外广告资源不予合作。

十、因媒体资源无法续期对经营产生影响的风险

近年来，深圳市加强了对户外广告设施设置的管理，户外广告设置规划由深圳市城市管理局、深圳市规划和国土资源委员会等多个部门联合规划。随着深圳市政府对户外广告位设置标准的不断提升，未来存在市区广告位设置规划变更、市容市貌整治等不可抗力因素，导致公司户外广告位因不符合规划要求而被迫搬迁或弃租的可能，会对公司日常业务经营产生一定的影响。

应对措施：公司在与供应方签署合同时，均增加如遭遇不可抗力因素，由供应方寻找附近或类似媒体资源重新进行发布等合同条款。如双方无法达成一致，则按照发布天数计算发布费用，减少因不可抗力因素给公司经营带来损失。

释 义

在本说明书中，除非另有所指，下列词语具有如下含义：

一、一般术语

东文传媒、股份公司、本公司、申请人	指	深圳东文传媒股份有限公司
深圳东文、东文有限公司	指	深圳市东文广告有限公司，东文传媒前身
广东东文	指	广东东文广告有限公司
武汉分公司	指	广东东文广告有限公司武汉分公司
深圳金驿道	指	深圳市金驿道广告有限公司
武汉金驿道	指	武汉市金驿道广告有限公司
浙江东文	指	浙江东文广告有限公司
上海洪基	指	上海洪基文化有限公司
欧米派	指	深圳市欧米派合伙企业(有限合伙)
三会	指	深圳市东文广告有限公司股东大会、董事会、监事会
三会一层	指	深圳市东文广告有限公司股东大会、董事会、监事会和高级管理层
尽调报告、本尽调报告、本尽职调查报告	指	《深圳市东文广告有限公司尽职调查报告》
近两年	指	2013 年度、2014 年度
报告期内	指	2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-7 月
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（2014 年 3 月 1 日起施行）
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》（2014 年 8 月 31 日修订）
《管理办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》（2013 年 12 月 26 日根据证监会令第 96 号修订）
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》（2013 年 12 月 31 日修订）
《基本标准指引》	指	《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引（试行）》（股权系统公告[2013]18 号，2013 年 6 月 17

		日起施行)
《公司章程》	指	《深圳东文传媒股份有限公司章程》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
股转系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
西南证券、主办券商	指	西南证券股份有限公司
律师事务所	指	广东华商律师事务所
瑞华所、会计师事务所	指	瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

二、专业术语

广告	指	为了某种特定的需要，通过一定形式的媒体，公开而广泛地向公众传递信息的宣传手段。
广告发布	指	广告经营者通过一定的媒体或形式，将已制作好的广告信息传递给广告对象的活动。
媒体	指	传播信息的媒介。它是指人借助用来传递信息与获取信息的工具、渠道、载体、中介物或技术手段。也可以把媒体看作为实现信息从信息源传递到受信者的一切技术手段。
受众	指	信息传播的接收者，包括报刊和书籍的读者、广播的听众、电影电视的观众、网民等。
广告主	指	广告活动的发布者，任何推广、销售其产品或服务的商家都可以作为广告主。
目标受众、目标顾客、目标群体或目标客群	指	营销或者传播针对的接受人群。
立柱	指	是户外广告牌的一种。主要是指在公路，包括高速公路、城市公路、立交桥等主要路段旁树立起高大、醒目的广告牌。
媒介采购、媒体采购	指	对广播、电视、报纸、网络户外等各类媒体广告时段、版面、版位的采购。
自有媒体	指	企业在中长期自己可以控制的媒体资源，一般以自建为主，包括完全拥有及部分拥有两种。

传统媒体	指	以传统的大众传播方式即通过某种机械装置定期向社会公众发布信息或提供教育娱乐的交流活动的媒体，有时间和空间的局限性，主要体现为电视、收音机、报纸、杂志等传统意义上的媒体。
户外媒体	指	主要建筑物的楼顶和商业区的门前、路边等户外场地设置的发布广告的信息的媒介，主要形式包括路牌、霓虹灯、电子屏幕、灯箱、气球、飞艇、车厢、大型充气模型、高校内、高档小区走廊楼道等。
上画	指	户外广告画面发布。
刊例价	指	每家媒体官方对外的报价。根据媒体的知名度、发行量和发行区域等不同因素，每家媒体都会核定自己的刊例价。
K1+200	指	高速公路路边的广告牌置，通常表示距离某出口 N 公里+N 百米处的广告牌。

注：本公开转让说明书除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第一节 基本情况

一、公司概况

公司名称：深圳东文传媒股份有限公司

英文名称：SHENZHEN DOVISON MEDIA CO.,LTD

法定代表人：刘卫彪

有限公司成立日期：2006年6月14日

股份公司成立日期：2015年10月13日

注册资本：2,000.00万元

住所：深圳市福田区滨河大道北深业泰然大厦 14C05

联系电话：0755-8378 6888

传真：0755-8283 5885

邮编：518042

互联网址：www.dovison.com

董事会秘书：何剑遥

电子邮箱：179289408@OMEBUY.COM

所属行业：根据我国《国民经济行业分类》(GB/T4754-2011)，公司属于“L72 商务服务业”之“L724 广告业”之“L7240 广告业”。根据证监会颁布的《上市公司行业分类指引》(2012年修订)，公司所处行业为“L72 商务服务业”。根据股转系统公告【2015】23号《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业属于“L7240 广告业”。根据股转系统公告【2015】23号《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处行业属于“13131010 广告”。

经营范围：从事广告业务(法律，行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营)。

主营业务：提供专业化户外媒体广告策划，创新设计、制作、发布、代理等一揽子服务。

统一社会信用代码：914403007904579950

二、股票挂牌情况

（一）股票挂牌基本情况

股票代码：【】

股票简称：【】

股票种类：人民币普通股

股票总量：20,000,000.00 股

挂牌日期：【】年【】月【】日

转让方式：协议转让

（二）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

1、限售相关规定

根据《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。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本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司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》第三十一条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起 1 年内不得转让；公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起 1 年内不得转让。

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

鉴于股份公司于 2015 年 10 月 13 日成立，目前股份公司成立未满一年，并合理预期股份公司申请挂牌时距股份公司成立仍未满一年，因此公司挂牌时，公司不存在可以流通转让的股份。

2、股东所持股份的限售安排

公司控股股东刘卫彪承诺在公司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；在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过所持有公司股份总数的百分之二十五，离职后六个月内，不得转让所持有的公司股份。

公司股本总额为 20,000,000.00 股，截至本公开转让说明书签署之日，东文传媒股东所持股份限售具体情况如下：

股数单位：股

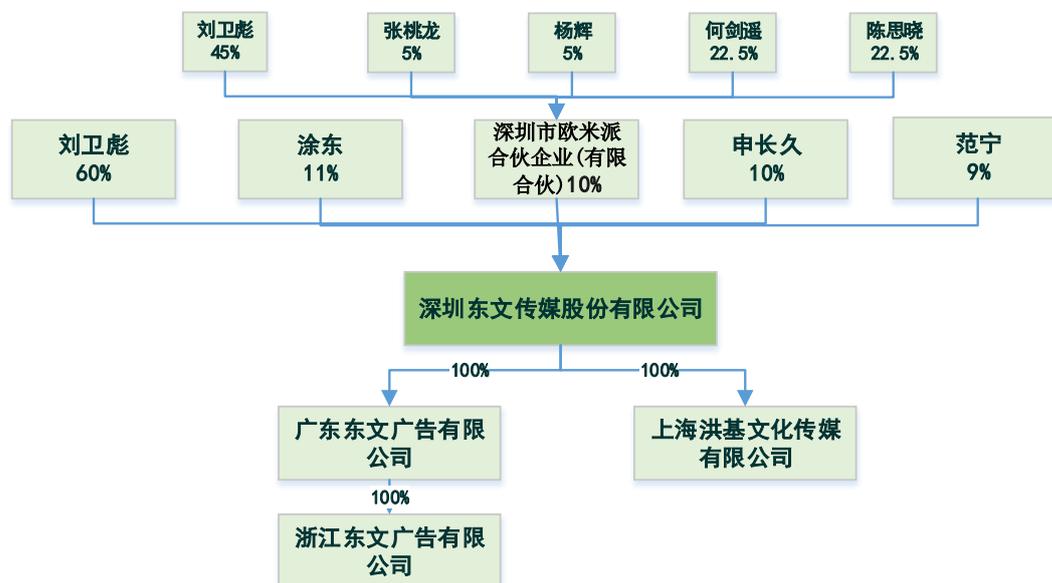
序号	股东	持股数量	挂牌之日可 流通股份	转让受限股份 数量	限售原因
1	刘卫彪	12,000,000.00	-	12,000,000.00	股份公司设

序号	股东	持股数量	挂牌之日可 流通股份	转让受限股份 数量	限售原因
					立未满一年
2	涂东	2,200,000.00	-	2,200,000.00	股份公司设立未满一年
3	申长久	2,000,000.00	-	2,000,000.00	股份公司设立未满一年
4	范宁	1,800,000.00	-	1,800,000.00	股份公司设立未满一年
5	深圳市欧米派 合伙企业(有限 合伙)	2,000,000.00	-	2,000,000.00	股份公司设立未满一年
-	合计	20,000,000.00	-	20,000,000.00	

除上述情况外，公司全体股东所持股份无冻结、质押或其他限制转让的情况。

三、公司股权结构

(一) 公司股权结构图



（二）主要股东情况

1、控股股东、实际控制人情况

刘卫彪，男，1979年1月生，中国国籍，无境外永久居留权。本科学历，2002年7月毕业于河南大学。2002年9月至2004年3月于深圳市华盟展览有限公司担任项目经理；2004年4月至2012年2月于深圳市麦迪逊广告有限公司担任总经理；2012年2月至今于深圳市东文广告有限公司担任董事长，主理企业运营、规划等一切事务。

2、控股股东、实际控制人最近两年变化情况

2011年11月，通过公司第四次股权转让，刘卫彪成为公司控股股东，刘卫彪实际控制东文传媒，截至本公开转让说明书签署之日，刘卫彪直接持有公司股份60.00%，通过欧米派有限合伙间接持有公司股份4.50%，共计持有东文传媒64.50%的股份，为公司控股股东。

公司自成立以来，刘卫彪一直在公司发展战略、经营管理、核心技术和业务方面的决策起着主导作用。

2011年11月股权变更之后，刘卫彪一直是公司控股股东、实际控制人，未发生变化。

3、控股股东及实际控制人控制的其他企业

截至本公开转让说明书签署之日，公司控股股东暨实际控制人刘卫彪未持有其他企业股份以及未有控制其他企业的情况。

4、公司各股东持股数量、持股比例

股数单位：股

序号	名称或姓名	持股数量	持股比例	股东性质
1	刘卫彪	12,000,000.00	60.00%	自然人股东
2	涂东	2,200,000.00	11.00%	自然人股东
3	申长久	2,000,000.00	10.00%	自然人股东
4	深圳市欧米派合伙企业（有限合伙）	2,000,000.00	10.00%	非法人组织股东

序号	名称或姓名	持股数量	持股比例	股东性质
5	范宁	1,800,000.00	9.00%	自然人股东
-	合计	20,000,000.00	100.00%	-

5、公司各股东基本情况

(1) 刘卫彪

刘卫彪基本情况详见本公开转让说明书之“第一节基本情况”之“三、公司股权结构”之“(二) 主要股东情况”之“1、控股股东、实际控制人情况”。

(2) 涂东

涂东，男，1979年10月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，1999年7月毕业于湖北汉川职业学校，公司创始人、副董事长。1999年7月至2002年6月，在湖北孝感县任职通讯员；2002年7月至2006年4月，在TOM传媒任职销售专员，主管媒体设计、管理与销售工作；2006年6月至今，历任东文传媒总经理、副董事长。

(3) 申长久

申长久，男，1950年11月生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历，1968年10月毕业于河南省驻马店市一中，1968年10月至1970年5月，下乡知青；1970年5月至2010年11月在郑州铁路局工作；2010年11月退休；2014年2月至今任东文传媒董事。

(4) 深圳市欧米派合伙企业(有限合伙)

股东名称	深圳市欧米派合伙企业(有限合伙) (以下简称“欧米派”)
持股比例	10%
成立时间	2015年6月29日
注册资本	200.00万
执行事务合伙人	刘卫彪(执行合伙人)
营业执照编号	440304602469320
经营场所	深圳市福田区沙头街道深南大道北深业泰然大厦C座1405
经营范围	投资咨询(根据法律、行政法规、国务院决定等规定需要审批的,

依法取得相关审批文件后方可经营)。

欧米派持股份额结构如下：

金额单位：万元

序号	股东名称	类型	出资份额	出资比例
1	刘卫彪	普通合伙人	90.00	45.00%
2	何剑遥	有限合伙人	45.00	22.50%
3	陈思晓	有限合伙人	45.00	22.50%
4	张桃龙	有限合伙人	10.00	5.00%
5	杨辉	有限合伙人	10.00	5.00%
-	合计	-	200.00	100.00%

(5) 范宁

范宁，男，1979年4月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2001年6月毕业于江苏广播电视大学。1999年3月至2002年3月，在安徽省全椒县人民法院任职书记员；2003年4月至2006年8月，在深圳市华艺广告有限公司任职销售经理，主管销售管理工作；2006年9月至2008年7月，在深圳市华艺广告有限公司销售总监，主管公司销售一切管理工作；2008年8月至2011年5月，在深圳市华艺广告有限公司任职副总经理，主管公司销售、行政、人资和财务板块的工作；2012年6月至今，在东文传媒任总经理，主理公司营销、行政、人资方面的管理工作。

6、其他争议事项的具体情况及其与股东之间的关联关系

东文传媒全部股东所持有的公司股份未设定质押等担保，不存在被冻结或第三方权益等任何权利限制情形；在可预见的期限内该等股份的权利亦不会因担保、冻结或其他第三方权益等而受到任何限制；该等股份不存在委托持股的情形，亦不存在权属纠纷和潜在纠纷。

四、公司历史沿革

(一) 2006年6月，深圳东文成立

深圳市东文广告有限公司（深圳东文传媒股份有限公司前身，以下简称“深

圳东文”)成立于2006年6月14日,由自然人刘卫彪、涂东以货币资金共同出资设立,公司注册资本100.00万元。其中,刘卫彪以货币资金50.00万元出资,持股比例为50%;涂东以货币资金50.00万元出资,持股比例为50%。公司成立时涂东为法定代表人。

2006年6月12日,深圳法威会计师事务所对上述出资进行验证,并出具了《验资报告》(深法威验字[2006]第880号)。验资报告显示,公司注册资本100.00万元,实收资本100.00万元,刘卫彪出资50.00万元,持股比例为50%;涂东出资50.00万元,持股比例为50%。出资形式均为货币资金出资。

2006年6月14日,深圳东文在深圳市工商行政管理局登记注册,并领取《企业法人营业执照》(注册号为:4403011230274)。公司经营范围:从事广告业务(法律,行政法规规定应进行广告经营审批登记的,另行办理审批登记后方可经营)。

深圳东文成立时股权结构如下:

金额单位:万元

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	出资比例	出资方式
1	刘卫彪	50.00	50.00	50.00%	货币
2	涂东	50.00	50.00	50.00%	货币
-	合计	100.00	100.00	100.00%	-

(二) 2007年7月,深圳东文第一次股权转让

2007年6月1日,深圳东文召开股东会,全体股东一致同意以下事项:

一致同意股东涂东将其持有公司10%的股权以10万元人民币的价格转让给受让方胡杨,一致同意股东刘卫彪将其持有公司10%的股权以10万元人民币的价格转让给受让方胡杨;其他股东放弃优先购买权。

2007年6月8日,转让方涂东、刘卫彪与受让方胡杨签署《股权转让协议书》,深圳国际高新技术产权交易所对三方签定的《股权转让协议书》进行了见证,并出具了《股权转让见证书》(深高交所(2007)字第3494号)。

根据深圳市市场监督管理局要求,有限责任公司进行股权变更时,应

将《股权转让协议》进行公证或见证，并提供《股权转让协议》及公证文书或见证文书等材料进行工商变更。根据中共深圳市委、深圳市人民政府 2004 年 1 号文件《关于完善区域创新体系推动高新技术产业持续快速发展的决定》第 37 条规定，经深圳国际高新技术产权交易所办理交易见证的项目，工商股权变更时不再办理公证手续。因此，公司本次股权变更时，《股权转让协议》通过深圳国际高新技术产权交易所进行见证，并依法进行工商变更。

2007 年 7 月 24 日，深圳东文就此次变更在深圳市工商行政管理局办理了工商变更登记手续，并领取换发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让后股权结构如下：

金额单位：万元

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	出资比例	出资方式
1	刘卫彪	40.00	40.00	40.00%	货币
2	涂东	40.00	40.00	40.00%	货币
3	胡杨	20.00	20.00	20.00%	货币
-	合计	100.00	100.00	100.00%	-

（三）2008 年 5 月，深圳东文第二次股权转让，并变更注册地址

2008 年 5 月 22 日，深圳东文召开股东会，一致同意以下事项：

同意股东胡杨将其占公司 10% 股权以人民币 100.00 元转让给涂东；将其占公司 10% 股权以人民币 100.00 元转让给刘卫彪。其他股东放弃优先购买权。

2008 年 5 月 22 日，转让方胡杨与受让方涂东、刘卫彪签署《股权转让协议书》，深圳国际高新技术产权交易所对三方签定的《股权转让协议书》进行了见证，并出具了《股权转让见证书》（深高交所（2008）字第 03730 号）。

本次股权转让后股权结构如下：

金额单位：万元

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	出资比例	出资方式
1	刘卫彪	50.00	50.00	50.00%	货币
2	涂东	50.00	50.00	50.00%	货币
-	合计	100.00	100.00	100.00%	-

2008年6月5日，深圳东文召开股东会，一致同意以下事项：

公司地址由原来的：“深圳市罗湖区田贝一路文锦广场文安中心 1409”变更为“深圳市福田区上步南路东南园路北佳兆中心 A2923”。

2008年6月11日，深圳东文广告就以上变更在深圳市工商行政管理局办理了工商变更登记手续，并领取了换发的《企业法人营业执照》。

（四）2009年11月，深圳东文注册地址变更

2009年10月10日，深圳东文广告召开股东会，全体股东一致同意：公司地址由原来的“深圳市福田区上步南路东南园路北佳兆业中心 A2923”变更为“深圳市福田区深南大道 6017 号都市阳光名苑 1 座 18A”。

2009年11月4日，深圳东文广告就此次变更在深圳市工商行政管理局办理了工商变更登记手续，并领取了换发的《企业法人营业执照》。

（五）2011年7月，深圳东文第三次股权转让

2011年6月27日，深圳东文广告召开股东会，全体股东一致同意：股东涂东将其占公司 10%股权以人民币 5 万元转让给吴丽霞，同意股东刘卫彪将其占公司 20%股权以人民币 10 万元转让给吴丽霞，其他股东放弃优先购买权。

2011年6月27日，转让方涂东、刘卫彪与受让方吴丽霞签署《股权转让协议书》，深圳联合产权交易所对三方签定的《股权转让协议书》进行了见证，并出具了《股权转让见证书》（见证书编号 JZ20110627080）。

2011年7月1日，深圳东文在深圳市工商行政管理局办理了工商变更登记手续，并领取了换发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让后股权结构如下：

金额单位：万元

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	持股比例	出资方式
1	涂东	40.00	40.00	40.00%	货币
2	刘卫彪	30.00	30.00	30.00%	货币
3	吴丽霞	30.00	30.00	30.00%	货币

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	持股比例	出资方式
-	合计	100.00	100.00	100.00%	-

(六) 2011年11月，深圳东文第四次股权转让

2011年10月26日，深圳东文广告召开股东会，经公司股东会讨论研究并决定，一致同意股东吴丽霞将其持有公司30%股权以人民币30万转让给受让方刘卫彪，其他股东放弃优先购买权。

2011年10月26日，转让方吴丽霞与受让方刘卫彪签署《股权转让协议书》，深圳联合产权交易对双方签定的《股权转让协议书》进行了见证，并出具了《股权转让见证书》（见证书编号JZ20111026104）。

2011年11月1日，深圳东文在深圳市工商行政管理局办理了工商变更登记手续，并领取了换发的《企业法人营业执照》。

本次股权转让后股权结构如下：

金额单位：万元

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	持股比例	出资方式
1	涂东	40.00	40.00	40.00%	货币
2	刘卫彪	60.00	60.00	60.00%	货币
-	合计	100.00	100.00	100.00%	-

(七) 2013年4月，深圳东文第一次增资

2013年4月2日，深圳东文召开股东会，全体股东一致同意：将公司注册资本由100.00万元人民币增加到1,000.00万元人民币，公司注册资本增加了900.00万元人民币，其中新增部分由股东涂东认缴360.00万元人民币，股东刘卫彪认缴540.00万元人民币。

2013年4月3日，深圳东文收到中国建设银行询证函回函，公司人民币验资存款账户共收到涂东与刘卫彪缴入投资款360.00万元和540.00万元，共计900.00万元。

本次增资后股权结构如下：

金额单位：万元

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	持股比例	出资方式
1	涂东	400.00	400.00	40.00%	货币
2	刘卫彪	600.00	600.00	60.00%	货币
-	合计	1,000.00	1,000.00	100.00%	-

2013年4月2日，深圳东文在深圳市工商行政管理局办理了工商变更登记手续，并领取了换发的《企业法人营业执照》。

(八) 2015年1月，深圳东文变更注册地址

2015年1月30日，深圳东文进行注册地址变更，公司地址由原来的“深圳市福田区深南路与香蜜湖路交界西南都市阳光名苑1栋18A”变更为：“深圳市福田区深南大道与泰然九路交界东南都市阳光名苑1栋10D”。

2015年1月30日，深圳市工商行政管理局对上述变更予以核准。

(九) 2015年5月，深圳东文变更注册地址

2015年5月26日，深圳东文进行注册地址变更，公司地址由原来的“深圳市福田区深南大道与泰然九路交界东南都市阳光名苑1栋10D”变更为：“深圳市福田区滨河大道北深业泰然大厦14C05”。

2015年5月26日，深圳市工商行政管理局对深圳东文地址变更予以核准。

(十) 2015年7月，深圳东文第五次股权转让

2015年7月22日，深圳东文广告召开股东会，股东一致同意：公司股东涂东转让其持有的29%的股权，申长久以100万元受让10%的股权，范宁以90.00万元受让9%的股权，深圳市欧米派合伙企业（有限合伙）以100.00万元受让10%的股权。其他股东放弃优先购买权。

2015年7月22日，转让方涂东与受让方申长久、范宁、欧米派签署了《股权转让协议书》。当日，深圳文化产权交易所对此份《股权转让协议书》出具了《股权交易见证书》（编号：JZ2015070838）。

2015年7月29日，深圳东文在深圳市工商行政管理局办理了工商变更登记手续，并领取了换发的《营业执照》。

本次股权转让后股权结构如下：

金额单位：万元

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	持股比例	出资方式
1	刘卫彪	600.00	600.00	60.00%	货币
2	涂东	110.00	110.00	11.00%	货币
3	申长久	100.00	100.00	10.00%	货币
4	欧米派	100.00	100.00	10.00%	货币
5	范宁	90.00	90.00	9.00%	货币
-	合计	1,000.00	1,000.00	100.00%	-

（十一）2015年7月，深圳东文第二次增资

2015年7月30日，深圳东文广告召开股东会，全体股东一致通过以下决议：

1、将公司注册资本、实收资本由 1,000.00 万元人民币增加到 2,000.00 万元人民币，公司注册资本、实收资本增加了 1,000.00 万元人民币，增资部分由股东刘卫彪认缴 600.00 万元、涂东认缴 110.00 万元、申长久认缴 100.00 万元、范宁认缴 90.00 万元、欧米派认缴 100.00 万元。

2、所有注册资本认缴价为认缴额的 130%，即溢价 30%，由前述股东在 2015 年 7 月 31 日前以货币方式按认缴价缴付。

本次增资后股权结构如下：

金额单位：万元

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	持股比例	出资方式
1	刘卫彪	1,200.00	1,200.00	60.00%	货币
2	涂东	220.00	220.00	11.00%	货币
3	申长久	200.00	200.00	10.00%	货币
4	欧米派	200.00	200.00	10.00%	货币
5	范宁	180.00	180.00	9.00%	货币
-	合计	2,000.00	2,000.00	100.00%	-

2015年7月31日，深圳博诚会计师事务所对此次增资出具了验资报告书（深博诚验资字[2015]1648号）。验资报告显示，截至2015年7月31日，公

司受到股东缴纳出资额合计 1,300.00 万元整，其中股东欧米派以货币出资人民币 130.00 万元，超出注册资本部分余额人民币 30.00 万元作为企业资本公积；涂东以货币出资人民币 143.00 万元，超出注册资本部分余额 33.00 万元作为企业资本公积；刘卫彪以货币出资人民币 780.00 万元，超出注册资本部分余额人民币 180.00 万元作为企业资本公积；申长久以货币出资人民币 130.00 万元，超出注册资本部分余额人民币 30.00 万元作为企业资本公积；范宁以货币出资人民币 117.00 万元，超出注册资本部分余额人民币 27.00 万元作为企业资本公积。

2015 年 7 月 31 日，深圳东文在深圳市工商行政管理局办理了工商变更登记手续，并领取了换发的《营业执照》。

(十二) 2015 年 10 月，有限责任公司整体变更为股份公司

2015 年 9 月 10 日，瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）出具“瑞华审字[2015]48060093 号《审计报告》，对公司截至 2015 年 7 月 31 日的财务报表进行了审计，确认公司截至 2015 年 7 月 31 日的账面净资产审计值为人民币 24,189,337.87 元。

2015 年 9 月 10 日，深圳东文召开董事会，全体董事审计并通过瑞华会计师事务所出具的用于股份改制暨新三板申请的财务报告。

2015 年 9 月 13 日，国众联资产评估土地房地产估价有限公司以 2015 年 7 月 31 日为基准日对深圳东文进行了评估，出具了国众联评报字(2015)第 2-504 号《资产评估报告》，根据评估结果，深圳东文账面净资产评估值为人民币 24,200,111.98 元。

2015 年 9 月 14 日，深圳东文就公司名称进行变更，由变更前“深圳市东文广告有限公司”变更为“深圳市东文传媒有限公司”。2015 年 9 月 15 日，深圳市市场监督管理局就此次变更进行核准，并换发新的营业执照。

2015 年 9 月 28 日，深圳东文召开临时股东会，全体股东一致通过以下事项：

- 1、一致审议通过瑞华会计师事务所出具的审计报告。
- 2、一致审议通过国众联资产评估土地房地产估价有限公司出具的评估报告。

3、一致同意公司进行股份制改制,改制后公司名称为“深圳东文传媒股份有限公司”。

4、一致同意根据瑞华会计师事务所出具的审计报告（瑞华审字[2015]48060093号），公司截至至2015年7月31日的账面净资产值人民币24,189,337.87元，按1:0.8268的比例折为深圳东文传媒股份有限公司股份20,000,000.00股，每股面值1元，股份类别为普通股，多于注册资本的净资产计入资本公积金。

5、一致同意深圳市东文传媒有限公司现有全体股东作为深圳东文传媒股份有限公司发起人，签订《发起人协议》，对公司经营范围、注册资本总额、发起人的权利和义务等重要事项进行约定。

6、一致同意于2015年9月28日召开深圳东文传媒股份有限公司（筹）第一次股东大会暨创立大会。

2015年9月28日，刘卫彪、涂东、申长久、范宁及深圳市欧米派合伙企业（有限合伙）作为发起人签署了《发起人协议》，全体发起人同意采取有限责任公司整体变更为股份有限公司的形式，全体股东同意以在审计基准日经审计的账面净资产值24,189,337.87元为依据进行折股，按照1:0.8268比例折合成20,000,000.00股，每股面值壹元人民币，剩余部分4,189,337.87元计入资本公积，整体变更设立的股份公司股本为20,000,000.00股。

2015年9月28日，瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）出具瑞华验字[2015]48060015号《验资报告》，确认全体发起人已按发起人协议、章程之规定按时足额缴纳。

2015年9月28日，公司召开股份公司创立大会暨第一次股东大会，全体股东审议通过《关于深圳东文传媒股份有限公司（筹）筹办情况的报告》、《关于设立深圳东文传媒股份有限公司（筹）的议案》、《关于深圳东文传媒股份有限公司设立费用（筹）的审核报告》、《关于深圳东文传媒股份有限公司章程的议案》等议案，同时大会还通过了召开第一届董事会第一次会议和第一届监事会第一次会议的议案。

同日，深圳东文传媒股份有限公司召开第一届董事会第一次会议，推选刘卫

彪为公司董事长、涂东为公司副董事长、聘任范宁为公司总经理，聘任何剑遥为公司董事会秘书兼副总经理、聘任陈思晓为公司执行总监、聘任夏鑫为财务负责人。董事会还审议通过了关于公司内部控制及公司治理的其他议案。

同日，深圳东文传媒股份有限公司召开第一届监事会第一次会议，选举杨辉为公司第一届监事会主席，任期三年。

2015年10月13日，深圳东文传媒股份有限公司取得了深圳市工商行政管理局换发的《营业执照》，股份公司正式成立。整体变更后，股份有限公司注册资本为2,000.00万股，注册资本为2,000.00万元，法定代表人为刘卫彪，住所为深圳市福田区滨河大道北深业泰然大厦14C05；公司类型为非上市股份有限公司。

股份公司设立时的股权结构如下：

金额单位：万元

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	持股比例	出资方式
1	刘卫彪	1,200.00	1,200.00	60.00%	货币
2	涂东	220.00	220.00	11.00%	货币
3	申长久	200.00	200.00	10.00%	货币
4	欧米派	200.00	200.00	10.00%	货币
5	范宁	180.00	180.00	9.00%	货币
-	合计	2,000.00	2,000.00	100.00%	-

截至本公开转让说明书签署之日，公司历经二次增资和五次股权转让，公司上述增资或股权转让均通过股东会决议，形成有效的文件记录，历次出资均按照程序出具验资报告，股权转让均签订有效的《股权转让协议》。

主办券商经核查认为，东文传媒历次出资以及股权转让合法合规，股权结构清晰。

五、公司重大资产重组及关联公司设立情况

公司为业务发展、战略布局等需要，先后在广州、上海、武汉等地设立了分公司。报告期内，东文传媒未进行过重大资产重组，公司自设立以来的资产重组及设立关联公司情况如下。

（一）2015年6月，收购广东东文广告有限公司100.00%股权情况

2015年6月15日，深圳东文召开股东会，一致同意深圳市东文广告有限公司全资收购广东东文广告有限公司。

1、广东东文广告有限公司历史沿革

（1）2013年11月，广东东文广告有限公司成立

广东东文广告有限公司成立于2013年11月12日，由自然人涂东，申长久，刘卫彪，范宁共同以货币资金出资设立，公司注册资本1,000.00万元。涂东持股比例30.00%，范宁持股比例10.00%，刘卫彪持股比例30.00%，申长久持股比例30.00%，公司成立时涂东为公司执行董事，兼法定代表人，任期三年。

2013年11月12日，广东东文广告有限公司在深圳市工商行政管理局登记注册，并领取《企业法人营业执照》（注册号为：440301108309772）。公司经营范围：从事广告业务（法律，行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营）。

广东东文广告有限公司成立时股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	持股比例	出资方式
1	涂东	300.00	300.00	30.00%	货币
2	刘卫彪	300.00	300.00	30.00%	货币
3	申长久	300.00	300.00	30.00%	货币
4	范宁	100.00	100.00	10.00%	货币
-	合计	1,000.00	1,000.00	100.00%	-

（2）2013年11月，广东东文广告有限公司缴齐注册资本

2013年12月28日，广东东文广告有限公司收到中国建设银行深圳香蜜湖支行银行询证函回函，收到申长久于2013年11月28日缴入的人民币300.00万元，刘卫彪于2013年11月28日缴入的人民币300.00万元，涂东于2013年11月28日缴入的人民币300.00万元，范宁于2013年11月28日缴入的人民币100.00万元。

(3) 2015年5月，广东东文变更住所

2015年5月28日，广东东文公司变更住所，由变更前“深圳市福田区深南路与香蜜湖路交界西南都市阳光名苑1栋15A”变更为“深圳市福田区滨河大道北深业泰然大厦14C05”。

(4) 2015年6月，广东东文第一次股权转让

2015年6月17日，广东东文召开股东会，同意股东范宁将其占公司10%的股权以人民币100.00万元转让给深圳市东文广告有限公司，同意股东申长久将其占公司30%的股权以人民币300.00万元转让给深圳市东文广告有限公司，同意股东刘卫彪将其占公司30%的股权以人民币300.00万元转让给深圳市东文广告有限公司，同意股东涂东将其占公司30%的股权以人民币300.00万元转让给深圳市东文广告有限公司，其他股东放弃优先购买权。

2015年6月25日，广东东文办理了工商变更登记。

本次股权转让完成后，广东东文的股权结构如下：

金额单位：万元

序号	股东名称	出资额	股权比例	出资方式
1	深圳东文	1,000.00	100.00%	货币
-	合计	1,000.00	100.00%	-

2、交易价格

广东东文原股东范宁以所持的10.00%股权作价100.00万元、涂东以所持的30.00%的股权作价300.00万元、刘卫彪以所持的30.00%的股权作价300.00万元、申长久以所持的30.00%的股权作价300.00万元全部转让给深圳东文。

3、协议主要内容

(1) 股权转让的价格及转让款的支付期限和方式：

甲方（范宁）占有公司10%的股权，根据公司章程约定，甲方（范宁）应出资人民币100万元。现甲方（范宁）将其占公司10%的股权以人民币100万元转让给戊方（深圳东文）。

乙方（申长久）占有公司 30%的股权，根据公司章程约定，乙方（申长久）应出资人民币 300 万元。现乙方（申长久）将其占公司 30%的股权以人民币 300 万元转让给戊方（深圳东文）。

丙方（刘卫彪）占有公司 30%的股权，根据公司章程约定，丙方（刘卫彪）应出资人民币 300 万元。现丙方（刘卫彪）将其占公司 30%的股权以人民币 300 万元转让给戊方（深圳东文）。

丁方（涂东）占有公司 30%的股权，根据公司章程约定，丁方（涂东）应出资人民币 300 万元。现丁方（涂东）将其占公司 30%的股权以人民币 300 万元转让给戊方（深圳东文）。

戊方（深圳东文）应于本协议书生效之日三个月内按前款规定的币种和金额将股权转让款以现金（或银行转让）的方式一次性支付给甲乙丙丁方。

（2）转让方保证对其拟转让给受让方的股权拥有完全处分权，保证该股权没有设定质押，保证股权未被查封，并免遭第三人追索，否则转让方应当承担由此引起的一切经济 and 法律责任。

4、程序履行情况

（1）2015 年 6 月 15 日，深圳东文股东会作出决议，同意公司以人民币 1,000.00 万元全资收购广东东文广告有限公司。

（2）2015 年 6 月 17 日，广东东文股东会作出决议，同意股东范宁将其占公司 10%的股权以人民币 100 万元转让给深圳市东文广告有限公司，同意股东申长久将其占公司 30%的股权以人民币 300 万元转让给深圳市东文广告有限公司，同意股东刘卫彪将其占公司 30%的股权以人民币 300 万元转让给深圳市东文广告有限公司，同意股东将其占公司 30%的股权以人民币 300 万元转让给深圳市东文广告有限公司，其他股东放弃优先购买权。

（3）2015 年 6 月 17 日，深圳文化产权交易所出具股权交易见证书（JZ2015060932），对转让方范宁、申长久、刘卫彪、涂东与受让方深圳市东文广告有限公司签订《股权转让协议》进行了见证。

（二）2015年6月，收购上海洪基文化传媒有限公司100%股权情况

2015年6月7日，深圳东文召开股东会，同意以全资收购上海洪基文化传媒有限公司。

1、上海洪基历史沿革

（1）2014年3月，上海洪基文化传媒有限公司成立

上海洪基文化传媒有限公司成立于2014年3月14日，由自然人范宁，刘卫彪，涂东共同以货币资金出资设立，公司注册资本500.00万元。范宁持股比例10.00%，刘卫彪持股比例60.00%，涂东持股比例30.00%，公司成立时范宁为法定代表人。

2014年3月14日，上海洪基文化传媒有限公司在上海市工商行政管理局自由贸易区分局登记注册，并领取《企业法人营业执照》（注册号为：310141000064506）。公司经营范围：文化艺术交流活动策划，公关活动策划，企业形象策划，礼仪服务，摄影服务，会展会务服务，投资管理，娱乐制作，投资咨询，商务咨询（以上咨询除经纪），设计，制作，发布各类广告，文艺创作。

上海洪基成立时股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	持股比例	出资方式
1	刘卫彪	300.00	0.00	60.00%	货币
2	涂东	150.00	0.00	30.00%	货币
3	范宁	50.00	0.00	10.00%	货币
-	合计	500.00	0.00	100.00%	-

（2）2015年6月，上海洪基第一次股权转让

2015年6月9日，上海洪基股东作出决定：同意股东范宁将其所持本公司10%的股权以0.00元的价格转让给深圳市东文广告有限公司，其他股东放弃优先购买权；同意股东刘卫彪将其所持本公司60%的股权以0.00元的价格转让给深圳市东文广告有限公司，其他股东放弃优先购买权；同意股东涂东将其所持本公司30%的股权以0.00元的价格转让给深圳市东文广告有限公司，其他股东放

弃优先购买权。公司类型由有限责任公司(国内合资)变为一人有限责任公司(法人独资)。

2015年6月9日,上海洪基股东范宁、刘卫彪、涂东与深圳市东文广告有限公司签署股权转让协议。

本次股权转让完成后,上海洪基股权结构如下:

金额单位:万元

序号	股东名称	出资额	股权比例	出资方式
1	深圳东文	500.00	100.00%	货币
-	合计	500.00	100.00%	-

2015年6月18日,上海市工商行政管理局自由贸易实验区分局准予以上变更登记。

2、交易价格

范宁、涂东、刘卫彪分别将其所持有的10%、30%、60%的股权转让给深圳东文,转让价格均为0.00元。

3、协议主要内容

甲方(范宁)将所持有标的公司10%股权作价0.00万元人民币转让给丁方(深圳东文);乙方(刘卫彪)将所持有标的公司60%股权作价0.00万元人民币转让给丁方(深圳东文);丙方(涂东)将所持有标的公司30%股权作价0.00万元人民币转让给丁方(深圳东文);附属于股权的其他权利随股权的转让而转让。

4、程序履行情况

(1) 2015年6月7日,深圳东文股东会作出决议,一致通过全资收购上海洪基文化传媒有限公司,以0.00元的价格受让范宁、涂东、刘卫彪持有的上海洪基的股权。

(2) 2015年6月9日,上海洪基股东会作出决议,同意股东范宁将其所持本公司10%的股权转让给深圳市东文广告有限公司,同意股东刘卫彪将其所

持本公司 60%的股权转让给深圳市东文广告有限公司，同意股东涂东将其所持本公司 30%的股权转让给深圳市东文广告有限公司，其他股东放弃优先购买权。

(3) 2015 年 6 月 9 日，双方签署股权转让协议，履行协议内容。

2015 年 6 月 18 日，上海市工商行政管理局自由贸易实验区分局准予以上变更登记。

(三) 2015 年 9 月，设立浙江东文广告有限公司

1、浙江东文历史沿革

(1) 2015 年 9 月，浙江东文广告有限公司成立

浙江广告有限公司成立于 2015 年 9 月 6 日，由广东东文广告有限公司以货币资金出资设立，公司注册资本 1,000.00 万元。广东东文广告有限公司持股比例 100.00%。

2015 年 9 月 6 日，浙江东文广告有限公司在宁波市工商行政管理局登记注册，并领取《营业执照》（注册号为：330216000020223）。公司经营范围：一般经营项目：国内各类广告的设计、制作、代理、发布。

浙江东文广告有限公司成立时股权结构如下：

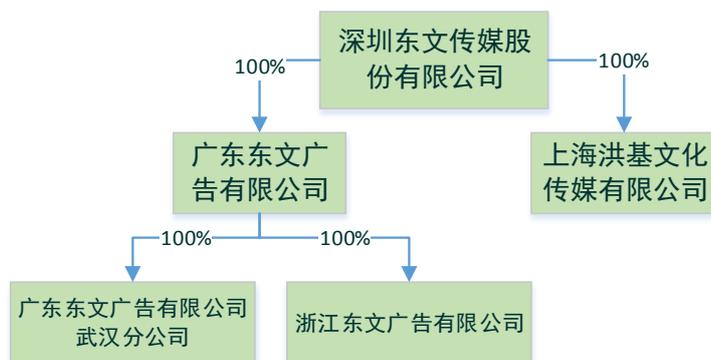
单位：万元

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	持股比例	出资方式
1	广东东文广告有限公司	1,000.00	-	100.00%	货币
-	合计	1,000.00	-	100.00%	-

深圳东文自成立以来，先后收购或新设各级子分公司，主要包括收购广东东文、上海洪基。经主办券商核查，公司进行上述资产重组行为，均符合公司未来战略发展及扩张思路，和公司生产经营规模相适应。公司在上述收购整个过程中，均严格履行相关程序，通过董事会或股东会决议，签订《股权转让协议》，并按照经审计或经评估之后的公允价格支付相关款项。主办券商经核查认为，公司上述资产重组行为合法合规，定价公允。

六、东文传媒合并范围内关联方情况

截至本公开转让说明书签署之日，东文传媒共有 4 家合并范围内关联公司，具体架构如下：



（一）广东东文广告有限公司

1、基本情况

公司名称	广东东文广告有限公司
公司住所	深圳市福田区深南路与香蜜湖交界西南都市阳关名苑 1 栋 15A
法定代表人	涂东
注册资本	1,000 万元人民币
公司类型	有限责任公司
经营范围	从事广告业务（法律，行政法规，国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）
成立日期	2013 年 11 月 12 日
注册号	440301108309772

2、主要财务数据及指标

金额单位：元

项目	2015 年 1-7 月/ 2015 年 7 月 31 日	2014 年度/ 2014 年 12 月 31 日	2013 年度/ 2013 年 12 月 31 日
资产总计（万元）	1,729.67	1,427.13	967.51

项目	2015年1-7月/ 2015年7月31日	2014年度/ 2014年12月31日	2013年度/ 2013年12月31日
股东权益合计（万元）	980.81	1,034.65	962.26
每股净资产（元）	0.98	1.03	0.96
资产负债率（%）	43.29	27.50	0.54
流动比率（倍）	2.15	3.59	181.68
速动比率（倍）	2.15	3.59	181.68
项目	2015年1-7月/ 2015年7月31日	2014年度/ 2014年12月31日	2013年度/ 2013年12月31日
营业收入（万元）	2,572.96	1,899.86	0.00
净利润（万元）	-53.83	72.39	-37.74
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-53.83	72.39	-37.74
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-53.83	72.39	-37.74
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）	-53.83	72.39	-37.74
毛利率（%）	4.49	7.78	-
净资产收益率（%）	-5.34	7.25	-58.55
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	-5.34	7.25	-58.55
基本每股收益（元/股）	-0.05	0.07	-0.45
稀释每股收益（元/股）	-0.05	0.07	-0.45
应收帐款周转率（次）	5.68	14.90	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	282.20	49.73	4.93
每股经营活动产生的	0.28	0.05	0.00

项目	2015年1-7月/ 2015年7月31日	2014年度/ 2014年12月31日	2013年度/ 2013年12月31日
现金流量净额（元/股）			

资料来源：经瑞华会计师事务所审计的瑞华审字[2015]48060093号审计报告

3、股权演变

广东东文作为东文传媒的全资子公司，其股权演变情况详见本公开转让说明书之“第一节 基本情况”之“五、公司重大资产重组及关联公司设立情况”之“（一）2015年6月，收购广东东文广告有限公司100.00%股权情况”之“1、广东东文广告有限公司历史沿革”。

4、业务情况

广东东文作为东文传媒的全资子公司，其主营业务主要包括自有媒体资源营销服务与广告代理服务两个部分。

广东东文获得了广告发布资质，其他主要业务资源与东文传媒共享，其与业务相关的主要资源要素详见本公开转让说明书之“第二节 公司业务”之“三、与业务相关的主要资源要素”之“（二）公司的无形资产情况”之“1、商标、域名”，之“（三）公司取得的业务许可资格或资质情况”。

5、公司治理

广东东文作为东文传媒的全资子公司，其公司治理制度参照母公司东文传媒的制度执行，其治理情况详见本公开转让说明书之“第三节 公司治理”。

6、重大资产重组

无

7、业务分工与合作模式

母子公司之间业务存在较多合作的情况，广告位资源大部分由东文传媒采购，媒体营销服务大部分由广东东文经营，但独自进行财务核算，母子公司之间存在业务分工与合作的情况。

8、母公司对子公司的有效控制情况

东文传媒拥有广东东文 100.00%的股权，能有效控制子公司的生产经营。

（二）上海洪基文化有限公司

1、基本情况

公司名称	上海洪基文化传媒有限公司
公司住所	中国（上海）自由贸易试验区菲拉路 45 号全幢楼 1 层 J2 部位
法定代表人	范宁
注册资本	500 万元人民币
公司类型	有限责任公司（国内合资）
经营范围	文化艺术交流活动策划，公关活动策划，企业形象策划，礼仪服务，摄影服务，会展会务服务，投资管理，娱乐制作，投资咨询，商务咨询（以上咨询除经纪），设计，制作，发布各类广告，文艺创作。
成立日期	2014 年 3 月 14 日
注册号	310141000064506

2、主要财务数据及指标

金额单位：元

科目	2015 年 7 月 31 日/2015 年 1-7 月	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度	2013 年 12 月 31 日 /2013 年度
总资产	17,214.41	11,005.47	-
净资产	-48,535.59	-27,694.53	-
营业收入	-	-	-
净利润	-20,841.06	-27,694.53	-

资料来源：经瑞华会计师事务所审计的瑞华审字[2015]48060093 号审计报告

（三）浙江东文广告有限公司

1、基本情况

公司名称	浙江东文广告有限公司
公司住所	宁波大榭开发区永丰路 128 号 37 幢 216 室
法定代表人	涂东
注册资本	1,000 万元人民币
公司类型	一人有限责任公司

经营范围	一般经营项目：国内各类广告的设计、制作、代理、发布
成立日期	2015年9月6日
注册号	330216000020223

2、主要财务数据及指标

浙江东文成立于2015年9月6日，报告期内无财务数据。

（四）广东东文广告有限公司武汉分公司

1、基本情况

公司名称	广东东文广告有限公司武汉分公司
公司住所	武汉经济技术开发区经开万达广场二期第6幢18层6号房
法定代表人	杨辉
公司类型	有限责任公司分公司(自然人投资或控股)
经营范围	广告的设计、制作、代理、发布。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立日期	2015年3月9日
注册号	420100000476067

2、主要财务数据及指标

武汉分公司成立于2015年9月3日，报告期内财务数据主要以合并的形式体现在广东东文财务数据里面，本处不单独披露。

以上对广东东文广告公司相关内容进行比较详细的说明，主要基于其报告期内营业收入占合并报表营业收入比例在10%以上，属于合并范围内重要子公司。其他关联公司成立时间短，业务量少，暂不做详细说明。

七、公司董事、监事、高级管理人员情况

（一）公司董事基本情况

公司现有董事5名，任期为2015年9月至2018年8月，基本情况如下。

序号	姓名	职务	任期
1	刘卫彪	董事长	2015年9月至2018年8月
2	涂东	副董事长	2015年9月至2018年8月

3	范宁	董事兼总经理	2015年9月至2018年8月
4	何剑遥	董事、董事会秘书兼副总经理	2015年9月至2018年8月
5	申长久	董事	2015年9月至2018年8月

1、刘卫彪

刘卫彪基本情况详见本公开转让说明书之“第一节基本情况”之“三、公司股权结构”之“(二)主要股东情况”之“1、控股股东、实际控制人情况”。

2、涂东

涂东基本情况详见本公开转让说明书之“第一节基本情况”之“三、公司股权结构”之“(二)主要股东情况”之“5、公司各股东基本情况”。

3、范宁

涂东基本情况详见本公开转让说明书之“第一节基本情况”之“三、公司股权结构”之“(二)主要股东情况”之“5、公司各股东基本情况”。

4、何剑遥

何剑遥，男，1975年6月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，1999年7月毕业于中国人民大学。1999年至2001年2月，在香港巨川工业城任职品质工程师；2001年3月至2004年12月，任深圳OTC经销人员；2005年1月至2011年6月，在深圳市麦迪逊广告有限公司任职媒介中心总监，建立媒介中心管理系统；2011年8月至2013年12月，任深圳市睿盟文化传播有限公司和深圳市睿意整合文化传播有限公司总经理，负责企业运营事务；2014年1月至今任东文传媒副总经理/营销中心副总经理，主理营销中心管理工作。

5、申长久

申长久基本情况详见本公开转让说明书之“第一节基本情况”之“三、公司股权结构”之“(二)主要股东情况”之“5、公司各股东基本情况”。

(二) 公司监事基本情况

公司现有监事3名，任期为2015年9月至2018年8月，基本情况如下。

序号	姓名	职务	任期
1	杨辉	监事会主席	2015年9月至2018年8月
2	刘臣	职工监事兼总经理助理	2015年9月至2018年8月
3	张桃龙	监事	2015年9月至2018年8月

1、杨辉

杨辉，男，1983年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2002年7月毕业于北京机械工业学院。2006年7月至2008年1月，在上海京彩广告广告有限公司任职销售代表，从事媒体销售；2008年4月至2009年11月，在深圳市麦迪逊广告有限公司任职媒体开发岗位，从事户外媒体开发；2009年11月至2013年3月，在广东麦迪逊广告有限公司任职销售总监，主管户外媒体销售；2013年4月至2014年12月，在广东东文广告有限公司武汉分公司任职总经理，主管武汉分公司日常经营；2015年1月至今，在广东东文广告有限公司任职总经理，主管广东东文日常经营。

2、刘臣

刘臣，男，1990年10月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2013年6月毕业于海南大学。2011年10月至2013年4月在海南省第一中级人民法院审判事务管理办公室担任法官助理（兼审委会秘书助理）；2013年5月至2013年11月在海南广安堂集团行政部担任董事长助理；2014年3月至2014年6月在海口市大华臣教育信息咨询有限公司担任总经理；2014年6月至2014年7月在深圳市莱蒙娜投资有限公司总经办担任董事长助理；2014年7月至2014年10月在深圳中亚电子城集团股份有限公司总裁办担任助理；2014年11月至2015年2月深圳市碧桐湾实业有限公司总经办担任董事长助理；2015年3月至今在深圳市东文广告有限公司总经办担任总经理助理，主要协助总经理日常工作和企业法律工作。

3、张桃龙

张桃龙，男，1981年7月生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历，1999年6月毕业于江西省波阳中学，公司营销中心总监。2002年12月至2005年8月，在TOM户传媒集团广州分公司任职华南媒介经理；2005年9月至2007

年1月,在大贺传媒集团北京分公司任职全国媒介总监,主管全国媒介采买工作;2007年1月至2013年6月,在深圳麦迪逊广告任职销售总监,主管一部销售工作;2013年6月至今,在东文传媒任营销中心A组总监,主管A组营销工作。

(三) 公司高级管理人员基本情况

公司现有高级管理人员4名,任期为2013年1月至2016年9月,基本情况如下:

序号	姓名	职务	任期
1	范宁	总经理	2013年1月至2016年9月
2	何剑遥	副总经理	2013年1月至2016年9月
3	陈思晓	执行总监	2013年1月至2016年9月
4	夏鑫	财务负责人	2013年1月至2016年9月

1、范宁

范宁基本情况详见本公开转让说明书之“第一节基本情况”之“三、公司股权结构”之“(二)主要股东情况”之“5、公司各股东情况”。

2、何剑遥

何剑遥基本情况详见本公开转让说明书之“第一节基本情况”之“七、公司董事、监事、高级管理人员情况”之“(一)公司董事基本情况”。

3、陈思晓

陈思晓,女,1990年4月生,中国国籍,无境外永久居留权,本科学历,2010年6月毕业于中南财经政法大学,公司执行总监。2010年3月至2012年6月,在深圳市东文广告有限公司任职总经理助理,主理总经理交办的事务;2012年7月至2013年12月,在深圳市东文广告有限公司任职客服部经理兼办公室主任,主理客服、行政、人资的统筹工作;2014年1月至今,在深圳市东文广告有限公司任执行总监,主理客服、行政、人资三大板块的执行管理工作。

4、夏鑫

夏鑫,男,1987年10月生,中国国籍,无境外永久居留权,本科学历,

2011年7月毕业于南昌大学科学技术学院；2011年8月至2012年8月于信永中和会计师事务所担任审计员；2012年9月至2013年10月于深圳市群恩五金制品有限公司担任财务主管；2013年11月至2014年11月于星原实业有限公司担任灯具部门经理；2014年12月至2015年11月于深圳市三桥水果配送服务有限公司担任总经理；2015年7月至今于深圳市东文广告有限公司担任董事长助理/财务负责人。

公司董事、监事及高级管理人员在其他企业任职情况如下：

公司董事长刘卫彪在东莞市敦旺电子有限公司担任监事。东莞市敦旺电子有限公司经营范围为产销：电子产品、连接线；销售：五金、塑胶制品；货物进出口、技术进出口。东莞市敦旺电子有限公司经营范围未与深圳东文经营范围重叠，两者不存在同业竞争情况。

公司财务负责人夏鑫曾担任深圳市十二生肖科技有限公司股东及深圳市三桥水果配送服务有限公司总经理。经核查，深圳市十二生肖科技有限公司经营范围为：电子产品、五金制品、塑胶产品的技术开发及购销（以上不含再生资源回收经营）；国内贸易（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）；货物及技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营）；深圳市三桥水果配送服务有限公司经营范围为水果的销售，国内贸易（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）及水果配送。两家公司未与深圳东文经营范围重叠，双方不存在同业竞争。

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员并未有在其他企业担任任何职位的情况，也不存在在其他与本公司业务相同或相似的企业任职的情况。主办券商经核查认为，公司董监高符合公司竞业禁止的规定。

（四）公司现有董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持股情况

股数单位：股

序号	姓名	职务	直接持股数量	直接持股比例	间接持股比例
1	刘卫彪	董事长	12,000,000.00	60.00%	4.50%
2	涂东	副董事长	2,200,000.00	11.00%	-

序号	姓名	职务	直接持股数量	直接持股比例	间接持股比例
3	范宁	董事兼总经理	1,800,000.00	9.00%	-
4	何剑遥	董事、董事会秘书兼副总经理	-	-	2.25%
5	申长久	董事	2,000,000.00	10.00%	-
6	杨辉	监事会主席	-	-	0.50%
7	刘臣	职工监事兼总经理助理	-	-	-
8	张桃龙	监事	-	-	0.50%
9	陈思晓	执行总监	-	-	2.25%
10	夏鑫	财务负责人	-	-	-
-	总计	-	18,000,000.00	90.00%	10.00%

八、最近两年的主要会计数据和财务指标及监管指标简表

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总计（万元）	3,597.09	2,896.07	2,858.18
股东权益合计（万元）	2,347.46	2,066.29	1,810.37
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	2,347.46	2,066.29	1,810.37
每股净资产（元）	1.17	2.07	1.81
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	1.17	2.07	1.81
资产负债率（母公司）	24.82%	51.72%	55.14%
流动比率（倍）	2.75	3.41	2.69
速动比率（倍）	0.98	0.92	1.54
项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
营业收入（万元）	3,497.57	4,946.70	3,832.11
净利润（万元）	-18.83	255.92	32.01
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-18.83	255.92	32.01
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-30.06	186.30	69.77

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)	-30.06	186.30	69.77
毛利率(%)	12.27	17.38	13.27
净资产收益率(%)	-1.06	13.20	2.14
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	-1.70	9.61	4.67
基本每股收益(元/股)	-0.02	0.26	0.05
稀释每股收益(元/股)	-0.02	0.26	0.05
应收帐款周转率(次)	4.84	8.11	13.03
经营活动产生的现金流量净额(万元)	-945.78	76.12	-1,820.03
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	-0.47	0.08	-1.82

注：上表财务数据来自瑞华会计师事务所审计的《瑞华审字[2015] 48060093号》。财务指标根据上述审计报告计算得出。除特别指出外，上述财务指标以合并财务报表的数据为基础进行计算。

主要财务指标计算方法如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债。
- 2、速动比率=速动资产/流动负债。
- 3、资产负债率=总负债/总资产。
- 4、归属于申请挂牌公司股东的每股净资产=归属于申请挂牌公司股东的净资产/期末总股本。
- 5、应收账款周转率=营业收入/应收账款期初期末平均余额。
- 6、存货周转率=营业成本/存货期初期末平均余额。
- 7、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本。
- 8、净资产收益率和每股收益的计算公式均遵循《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号-净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的有关规定。

九、中介机构情况

（一）主办券商

名称：西南证券股份有限公司

法定代表人：余维佳

住所：重庆市江北区桥北苑 8 号西南证券大厦

联系电话：023-63786433

传真：023-63786477

项目小组负责人：朱永华

项目小组成员：张瑾、向君、胡俊

（二）律师事务所

名称：华商律师事务所

机构负责人：高树

住所：深圳市深南大道 4011 号港中旅大厦 22-23 层

联系电话：0755-83025555

签字律师：黄巍、李斌

（三）会计师事务所

名称：瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：杨剑涛

住所：北京市东城区永定门西滨河路 8 号院 7 号楼中海地产广场西塔 5-11 层

联系电话：010-88095588

传真：010-88091190

经办注册会计师：王磊、龙丽萍

（四）资产评估机构

名称：国众联资产评估土地房地产估价有限公司

法定代表人：黄西勤

住所：深圳市罗湖区深南东路 2019 号东乐大厦 1008 室

联系电话：0755-88832456

传真：0755-25132260

经办注册资产评估师：陈军、邢贵祥

（五）证券登记结算机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司北京分公司

法定代表人：戴文华

住所：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层

联系电话：010-58598980

传真：010-58598977

（六）股票交易机构

名称：全国中小企业股份转让系统有限责任公司

法定代表人：杨晓嘉

住所：北京市西城区金融大街丁 26 号

联系电话：010-63889513

传真：010-63889514

第二节 公司业务

一、公司主要业务、产品及用途

（一）公司主营业务

公司的经营范围是：从事广告业务（法律，行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营）。

根据我国《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），公司属于“L72 商务服务业”之“L724 广告业之“L7240 广告业”。根据证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为“商务服务业”。根据股转系统公告【2015】23号《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业属于“L7240 广告业”。根据股转系统公告【2015】23号《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处行业属于“13131010 广告”。

公司主营业务按媒体资源来源具体分为两种类型：自有媒体资源营销服务与广告代理服务。自有媒体资源营销服务，是指公司通过自建、获得使用经营权等方式对户外媒体资源进行收购，丰富自有户外媒体资源，在对已有媒体资源实现户外视觉创意创新设计后，向广告主提供户外媒体广告设计、投放、检测等一系列服务。广告代理服务，是指是为加强公司广告媒体资源的在全国范围内的覆盖性，公司通过与其他同行业公司合作，提供广告代理服务。

公司2013年度主营业务收入为人民币38,321,065.01元，占营业收入比重为100.00%；2014年度主营业务收入为人民币49,466,971.49元，占营业收入比重为100.00%；2015年1-7月主营业务收入为人民币34,970,998.90元，占营业收入比重为99.99%。

公司主营业务突出，自设立以来主营业务没有发生重大变化。

（二）公司主要服务

东文传媒成立9年来，构建了以高速公路广告牌及市区墙体广告等户外媒体资源为核心的全国性媒体网络。公司提供的主要服务有户外广告发布服务及广告

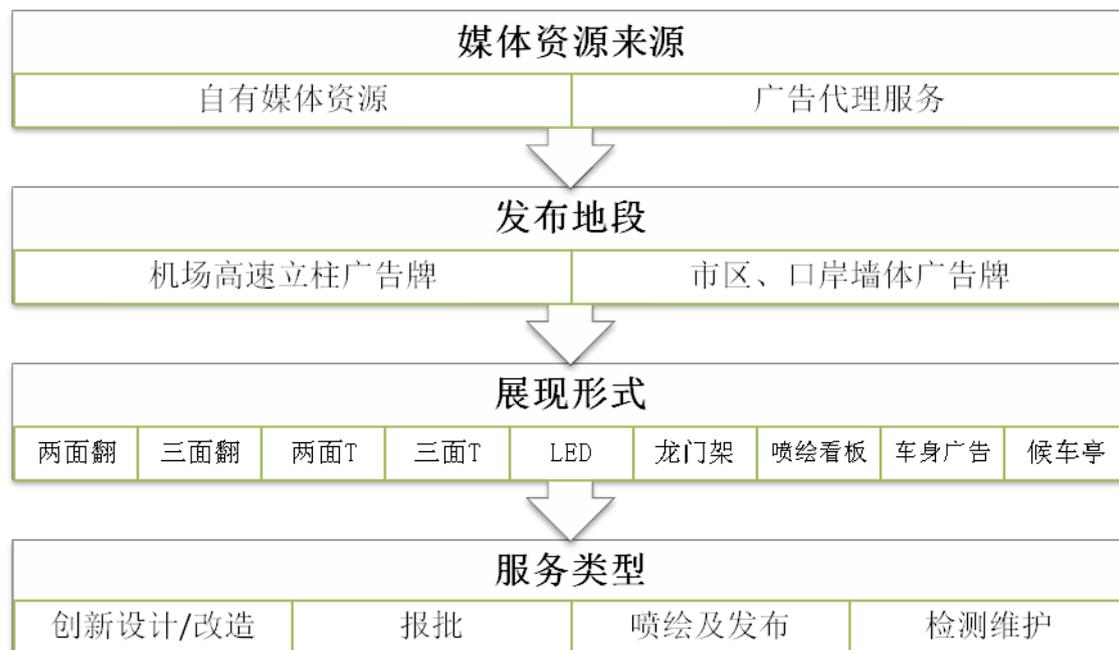
代理服务等。公司凭借丰富的自有户外媒体资源、强大的全国户外媒体网络平台、强力的媒体资源整合能力、先进的资源优化理念及独到的创新意识和创新设计，为客户提供专业化户外媒体广告策划、营销及代理服务。

按照媒体构建及资源来源分类，公司可提供的服务分为自有户外媒体资源营销服务及户外广告代理服务。

根据发布地段分类，公司可提供高速公路立柱广告牌与市区墙体广告牌户外广告服务。

根据展现形式分类，公司可提供两面 T 立柱、三面 T 立柱、两面翻、三面翻、LED 发光字、墙体喷绘大牌、龙门架等多种形式的户外广告展现服务。

同时，公司为客户提供创意设计、改造、报送审批、喷绘及发布、检测与维护等一系列增值服务。



1、自有户外媒体资源营销服务及广告服务

自有户外媒体资源营销服务是一种相对独立的购买和销售模式。公司前期对行业趋势，公司发展目标进行充分的市场调研后，对性价比较高及地理位置极佳，位置稀缺的户外媒体资源获得长期经营权或者买断所有权作为公司媒体营销的

户外媒体资源基础，并根据自有资源的上画情况对客户进行营销，制订相应的策划方案和投放计划，为未来的公司收益提供保证。

公司广告代理服务主要以新兴媒介、热门媒介等资源作为代理对象，为公司客户提供完整、规范的广告投放业务。当客户对广告投放方式、地段及展现形式有特殊要求时，公司代为客户进行媒体投放的策划、广告资源的寻找及签约。受益于公司长期在户外广告行业的经营，公司目前涉及了包括车身广告、候车亭广告等多种形式户外广告资源的代理投放业务。

2、高速公路立柱广告牌及市区、口岸墙体广告

公司提供的户外广告地理位置主要包括高速公路及市区墙体广告等，覆盖深圳市区深南大道、滨河大道、北环大道各主干道、深圳各大商圈、深圳口岸、广州市区主干道、武汉三环、广深高速、广佛高速、机荷高速、沿江高速及武汉机场高速等，自有或代理户外媒体数量约达 95 块，媒体总面积约 2.5 万 m²。

高速公路立柱方面，随着城市建设的完善与人们生活水平的提升，1 至 3 小时生活圈的打造和汽车拥有量的大幅上升，立柱广告牌作为公路上的强制视觉媒体，能够向来自各地的车内受众发布广告信息，且保证客户品牌广告投放的到达率和准确率，是广告主优先的户外媒体选择。

市区墙体广告方面，公司市区内楼宇外立面、楼顶广告的媒体资源主要位于深圳、广州的繁华商圈，覆盖了众多的车流人流，广告牌视觉效果好，具备良好的地理位置优势和价值优势，广告位性价比高。

3、多种形式的户外广告展现服务

高速公路沿线的户外广告形式多为两面 T、三面 T、龙门架等展现形式。公司的楼宇外立面、楼顶广告形式包括墙体三面翻、墙体喷绘看板、墙体创意发布、霓虹灯发光字等。

(1) 双面 T 型立柱广告牌

双面广告牌由 2 个基本平行的牌面组成。所有结构均为螺丝组装，可以将整个立柱 T 牌拆卸后重新安装到新的选址，使用方便。



公司产品展示：广深高速宝安出口南行 K98+250 两面 T 型立柱广告牌

此广告位处于广深高速公路宝安段宝安立交，是进出机场的必经之路，是广深高速公路车流量最大、受众层次最高的路段之一。

广告多角度可视距离长，视觉效果非常强烈且车速到该路段需减慢，具有极高的广告价值。

(2) 三面 T 型立柱广告牌

三面广告牌由 3 个基本牌面组成，牌面组合牢固稳定，所有结构均为螺丝组装，可以将整个立柱 T 牌拆卸后重新安装到新的选址，使用方便。



公司产品展示：广深高速宝安出口北行 K98+500 三面 T 型立柱广告牌

此广告位处于广深高速公路宝安段宝安立交，是进出机场的必经之路，是广深高速公路车流量最大、受众层次最高的路段之一。

此路段大多往来国内外、珠三角的客商及旅游人士，在此处发布企业形象广告，影响力大。

(3) 墙体三面翻广告牌

三面翻广告牌可通过不断变幻的画面引人注目，广告内容色彩和画面的变换，产生事半功倍的广告视觉冲击力。三面翻广告牌可以凭借内置电机带动三棱柱转动，轮换三面展示，使得本来只能容纳一个广告位的空间变成三个广告位。



该广告位位于南山区桂庙路与南山大道的交汇处，是去深圳西站以及前海开发区的重要主干道。两条大道的交汇处，加之十字路口的信号灯，可有效控制车流在路口的等待时间，能够让广告受众有更多的关注时间。

公司产品展示：南山区光彩新世纪裙楼墙体三面翻广告牌

（4）墙体喷绘看板广告位

喷绘看板具有色彩鲜艳，保质期长，不受幅面和批量限制，制作方法多样化，成本低，制作周期短等优点，在墙体广告中应用广泛。



此广告位位于罗沙路，是前往仙湖植物园、沙头角、大小梅沙、南澳等旅游胜地的必经之路，也是由盐坝高速进行车量分流的重要节点。广告阵地独立且无遮挡，性价比堪称典范。

公司产品展示：墙体喷绘看板广告位

（5）墙体创意发布

公司通过创意式改造，使原本含金量低的广告牌增值，从而获得更多广告发布费用。公司目前的MINI创意广告正成为城市一道亮丽的风景线。

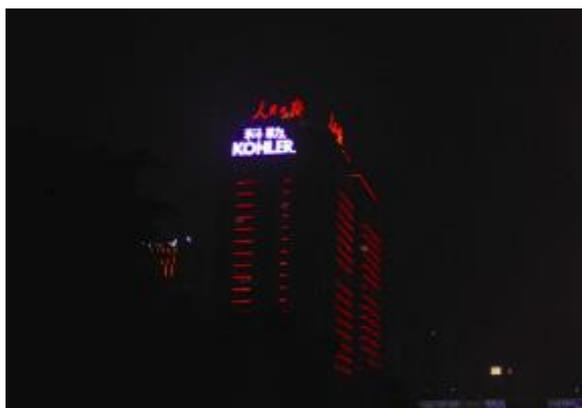


公司产品展示：裕辉大厦 MINI 墙体创意发布广告

此广告位位于滨河大道裕辉大厦西面，此处连接罗湖商业区，在繁忙时间，尤其接近罗湖一段，五车道变为两车道，大大增加此处交通压力，形成严重的堵车情况，大大增加了广告牌的曝光率。

(6) 墙身 LED 发光字广告牌

霓虹灯发光字具有可视距离远，媒体接触时间长，日夜都可以进行发布，视觉效果佳等特点。



公司产品展示：广州黄埔大道富星商贸大厦西塔墙身 LED 发光字广告位

此广告位坐落在广州新中轴线中心位置，交通网络非常发达，人车流量巨大，此广告位可视距离远，媒体接触时间长，视觉效果佳，四周无遮挡，无干扰，视野开阔，发布效果佳。黄埔大道现无广告位，该位置具有不可取代的稀缺性。

(7) 车身广告、候车亭广告

公交车是中国城市里最重要的交通工具，也是一种渗透力极强的户外广告媒体。公交车身广告是固定户外广告的延伸，它具有固定户外广告的优点——广告画面冲击力大，广告影响持续不断，能有效地向特定地区特定阶层进行广告诉求的特点。同时，交车身广告流动性使车身广告的受众层面更为广泛广告到达率更高，凭借自身的特点公交车身媒体日益成为众多品牌投放广告的媒体形式之一。



公司产品展示：巴士车身广告及候车亭广告

4、广告投放增值服务

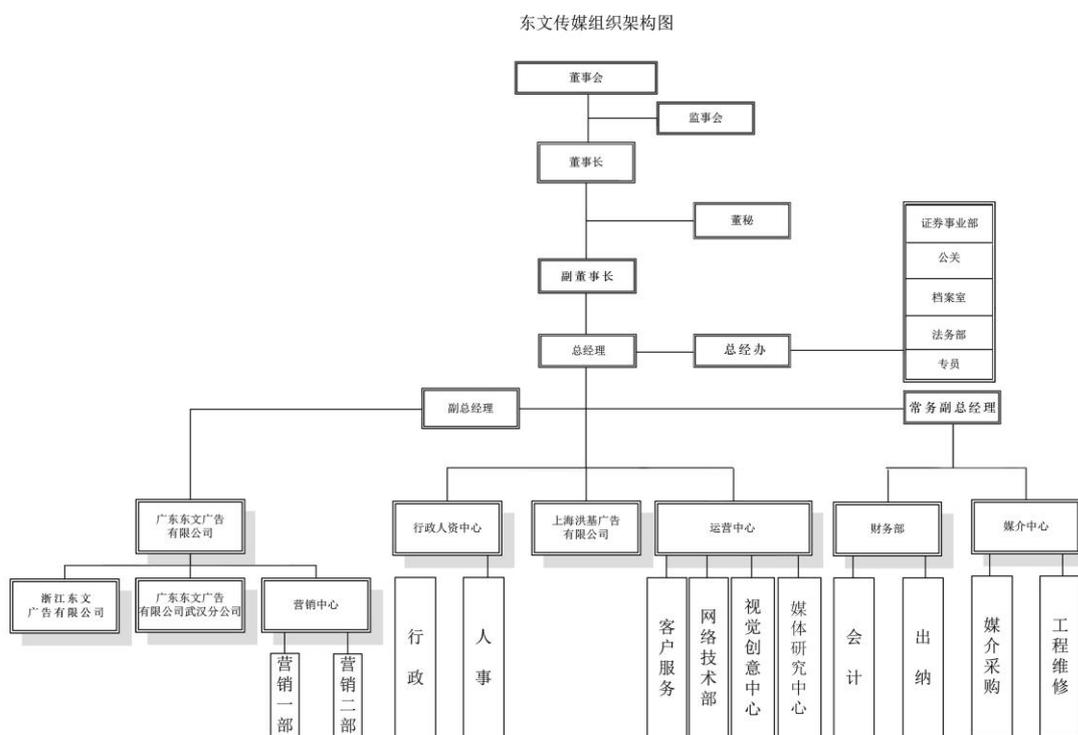
在实际运营中，大型客户往往具有自己的广告设计团队及成熟的方案。而本地企业或者中小企业并不能自行设计广告内容，公司可以根据客户提出的需求，设计广告内容，并准备相关材料报送至有关部门审批，然后提供喷绘小样、打印、上画等制作服务，在广告投放后，公司客服会按照一定频率对已投放广告不断进行检测，编制检测报告提交至客户审阅，并负责维修、保养等售后服务。



公司产品展示：公司为客户进行广告内容设计

二、内部组织结构与业务流程

(一) 公司内部组织结构



二零一五年九月三十日

(二) 主要职能部门职责

部门名称	部门职责
媒介中心	根据公司发展需求，制订媒体采购计划并制订媒介中心工作计划，制订媒介购买目标；组织审定媒介中心采购计划流程、各项考核指标；对媒介专员进行必要培训及工作指导，全面提升员工自身价值；对广告牌相关施工工程进行工程审核，价格比对，保证工程质量；与法务部门共同审核修改媒介中心相关合同
客服中心	负责公司所有广告手续的申请、延期等报批工作；建立完善现有客户档案体系，负责客服档案系统的保管；联系广告牌的喷绘、安装、维护、检测及保养，及时提供广告位检测报告；负责与客户结算及回收广告制作安装费；负责城管局、市场监督管理局的公共关系维护；编制媒体信息表，协助营销中心
营销中心	参与公司战略研究，根据公司经营战略规划，制订年度销售目标；协调组内考核机制，制订销售工作方针，提供公司内部销售管理及改进方案；拓展业务渠道，不断扩大市场占有率及份额；解决销售拓展中的重大问题，建立完善的售

部门名称	部门职责
	后服务体系；坚持周例会计划，一周两汇总，坚持业务报备制度
营销小组	掌握市场动态、数据及发展趋势；制订销售计划；精准定位客户，对客户进行透彻分析；积极搜索客户资料，推介广告位；对客户群体进行系统分类，并做好记录，按时提交日周总结；负责客户合同的起草；依照销售工作流程，负责约见、看牌、谈判、签约工作
行政人资	负责建立、健全公司人力资源管理系统、不断优化工作岗位流程；负责制订员工守则、考勤与休假制度、薪酬制度、用车制度；根据公司实际情况、发展战略和经营计划制订人力资源计划；根据人力资源需求，组织招聘工作；负责劳动合同签订与管理工作及五险一金缴纳；负责每月统计公司员工的考勤、工资情况

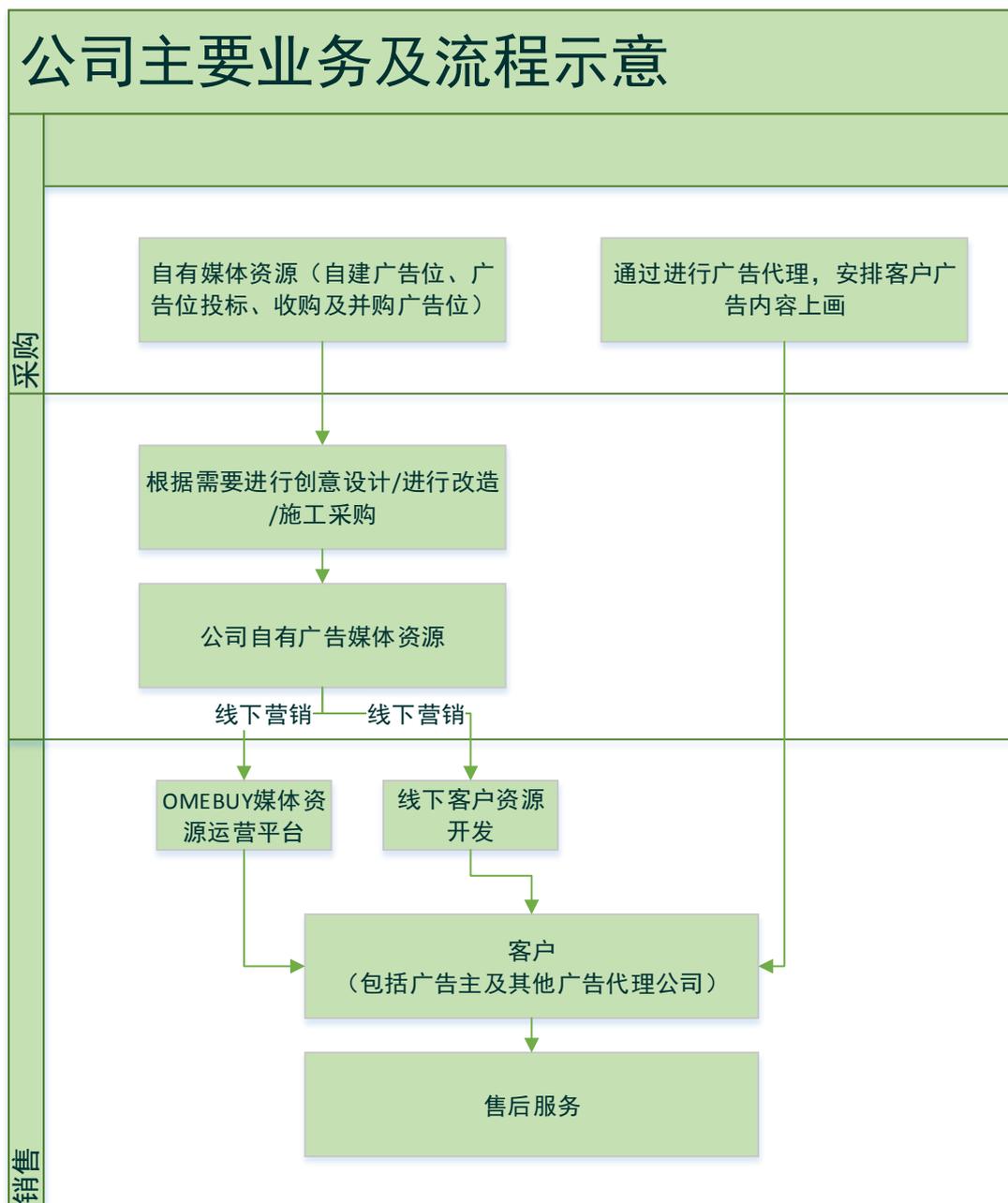
（三）主要业务流程及方式

公司已经形成以户外媒体资源采购、客户自定义需求、媒体资源创意式改造设计、资源销售以及后期维护等为基础的完整业务服务流程。按照媒体资源来源不同，可以简单分为自有媒体购销业务流程和广告代理业务流程。

自有媒体购销服务较为复杂。由媒介中心首先依据公司发展规划及市场情况进行市场调研，发现性价比较高的媒体资源后，自行发起媒体资源采购申请，经公司领导审批后进行自有媒体资源采购，并进入公司自有媒体资源库。营销中心在客服中心协助下，对自有媒体资源进行线上营销及线下营销方式，并由客服中心提供售后服务及维修检测。

业务代理业务流程相对简单，公司根据客户对城市、地区、地理位置、投放方式的特殊需求，在相关城市或地段寻找合适的媒介资源，在找到合适的媒介标的后，公司询问报价，并与客户进行沟通。达成一致意见后公司向该媒体资源的经营权所有方签署短期代理合同，安排客户的广告内容进行上画。

目前公司整体业务流程如下：



根据公司主要业务涉及到的流程可以细分为采购流程、投标流程、销售流程及广告代理流程。

1、采购流程

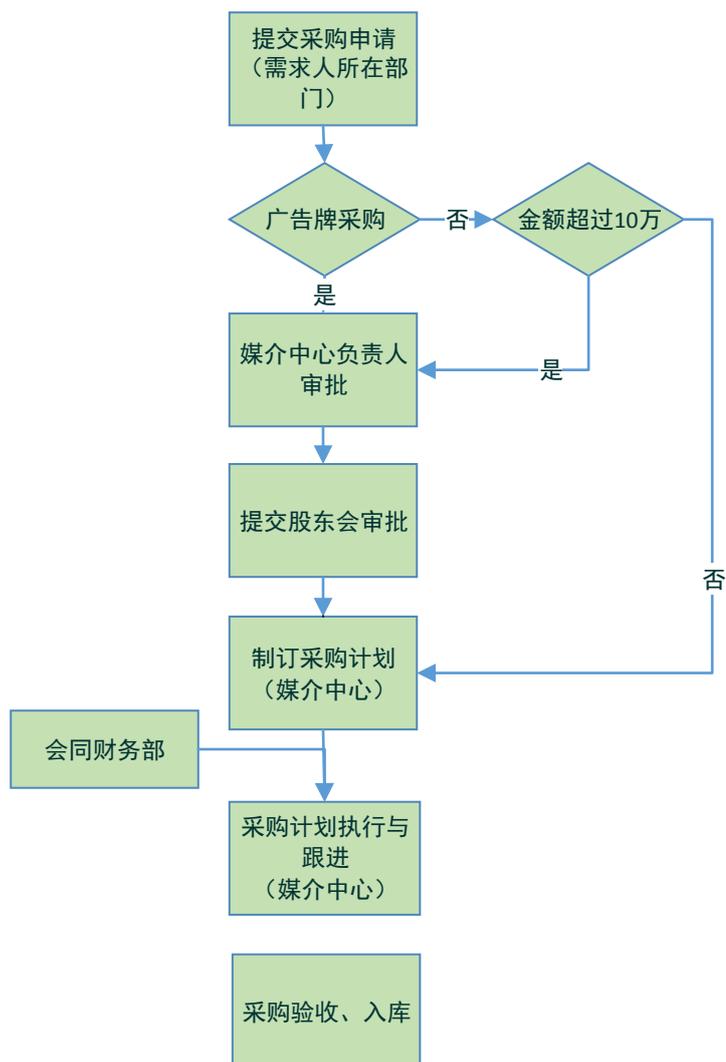
公司目前的采购业务主要是媒体资源（广告牌）采购、设备采购、项目工程采购三大类。其中媒体资源（广告牌）采购金额占据目前采购业务的绝大部分。

公司的广告牌采购主要分为自建广告牌采购、投标采购、并购采购和代理广告牌采购等。采购形式都是以合同形式获得短期或长期经营权，定期支付户外媒

体资源供应方租金的基本形式展开。公司目前通过上述方式获取了深圳市区、广深高速、沿江高速等各黄金地段的媒体资源经营权，签订 3 年至 15 年不等的中长期合同，按照合同约定，在同等条件下具有优先续约权。

媒体来源	广告牌采购	供方	合同标的
自有媒体资源	自建广告牌采购	拟建广告牌置产权拥有者或拟建位 置物业管理公司	租用拟建广告牌所需 用地
	投标广告牌采购	已拥有广告牌的广告牌产权拥有者 或物业管理公司	产权方已建广告牌的 经营权
	并购广告牌采购	拟收购广告牌产权或使用权拥有者	租用广告牌独立经营 权
广告代理资源	代理广告牌采购	其他拥有经营权的广告公司	满足客户需求的广告 牌

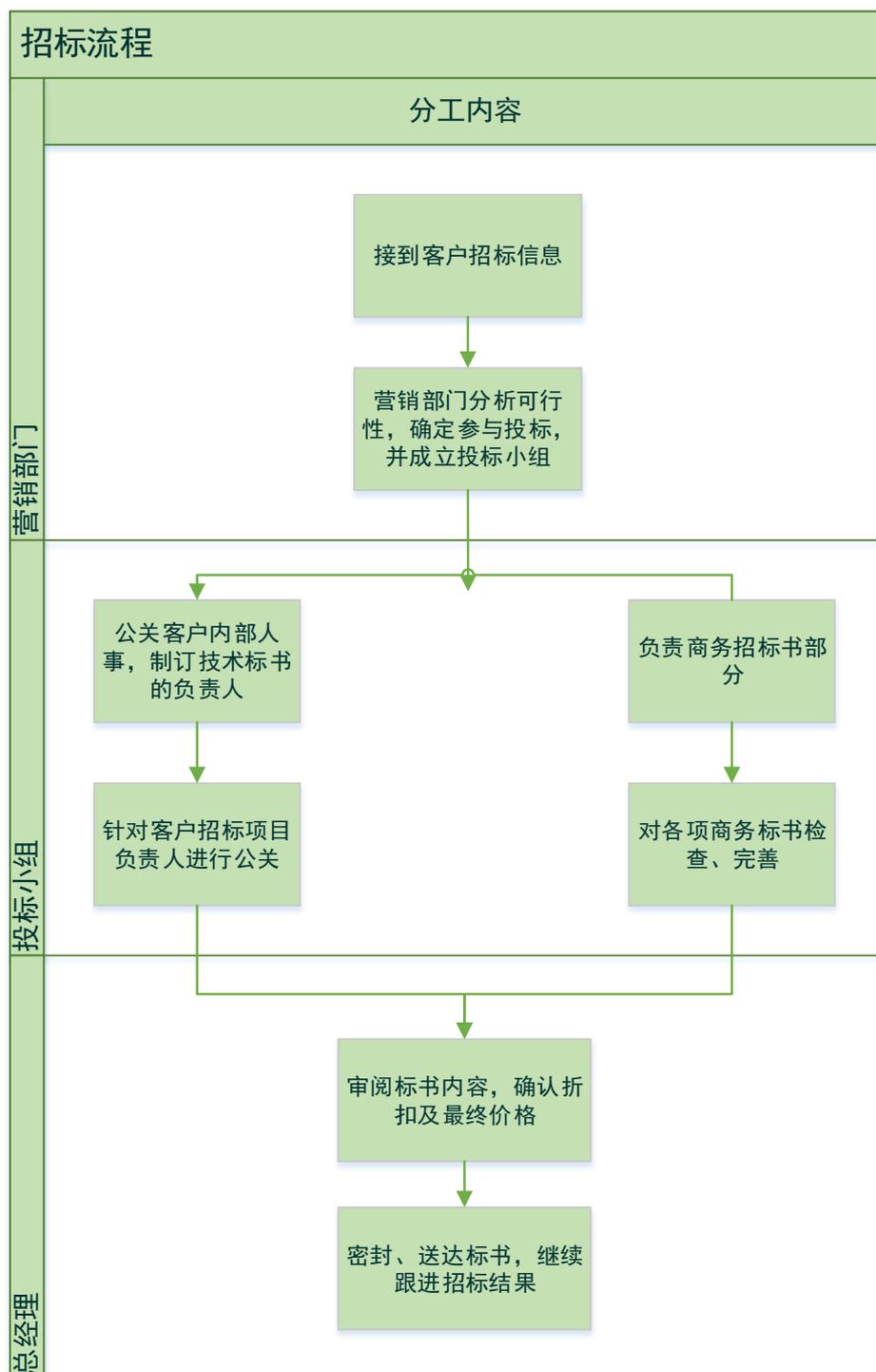
采购业务流程如下：



2、投标流程

公司在接到招标信息后，成立投标小组，分别从媒介中心、销售部门抽调职工作为组员，由采购或者销售总经理担任组长，具体承办对外投标事宜。投标小组具体职责包括商务公关、商务投标书制作及完善、标书审核、参加招标工作等。

公司投标管理流程图如下：



3、销售流程

销售流程包括了售前、售中及售后三个阶段。

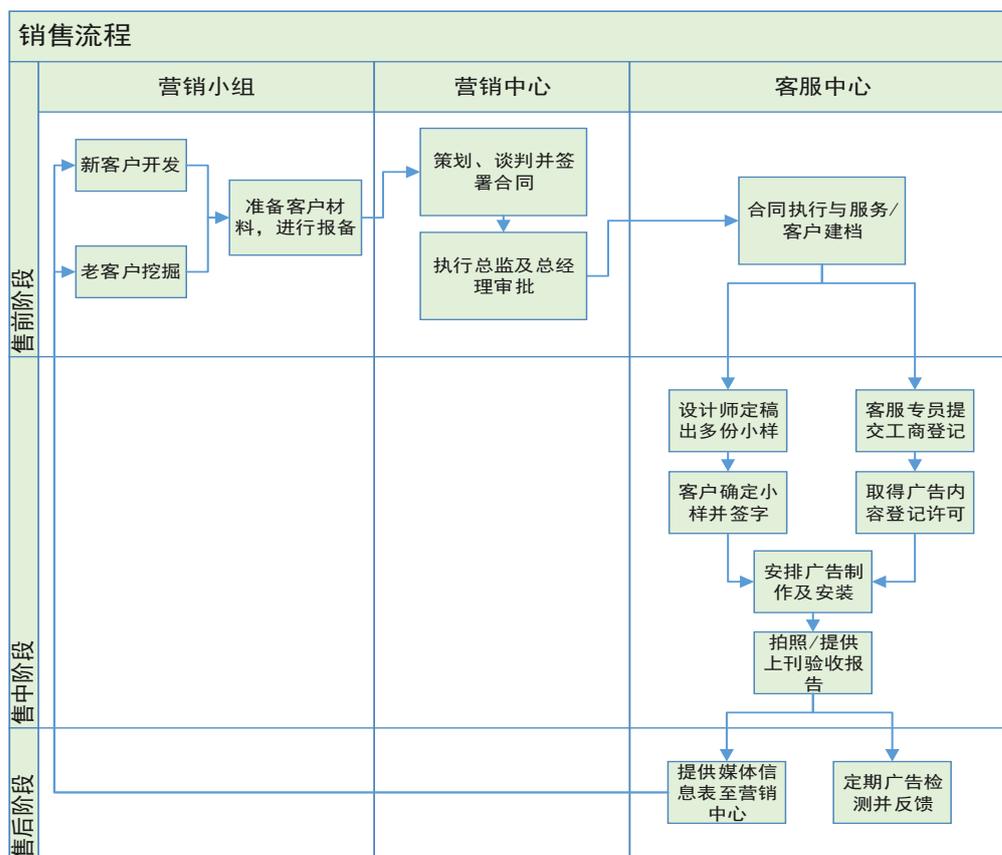
售前阶段：由营销中心的销售专员对接客户，进行客户发掘，合同谈判，合同签署等内容。同时，售前环节中公司客服中心给予营销中心后台支持，包括提

供有效的广告位资质批文、报价单制订、以及将本月及下月即将到期，即可上画的公司媒体资源制作成为媒体信息表，及时发布。

售中阶段：客服负责合同的执行。具体内容包括广告内容报批、上刊、验收等。公司根据前期的设计方案设计小样，并打印效果图与客户协商，在客户审核过后确定投放广告；同时公司客服报批专员提交广告内容及样式至工商管理局审核。通过后由公司联系外协厂商进行广告画面的制作与安装，并进行正式的媒体发布。待验收后，客服中心向客户开具发票，同时进行收款。

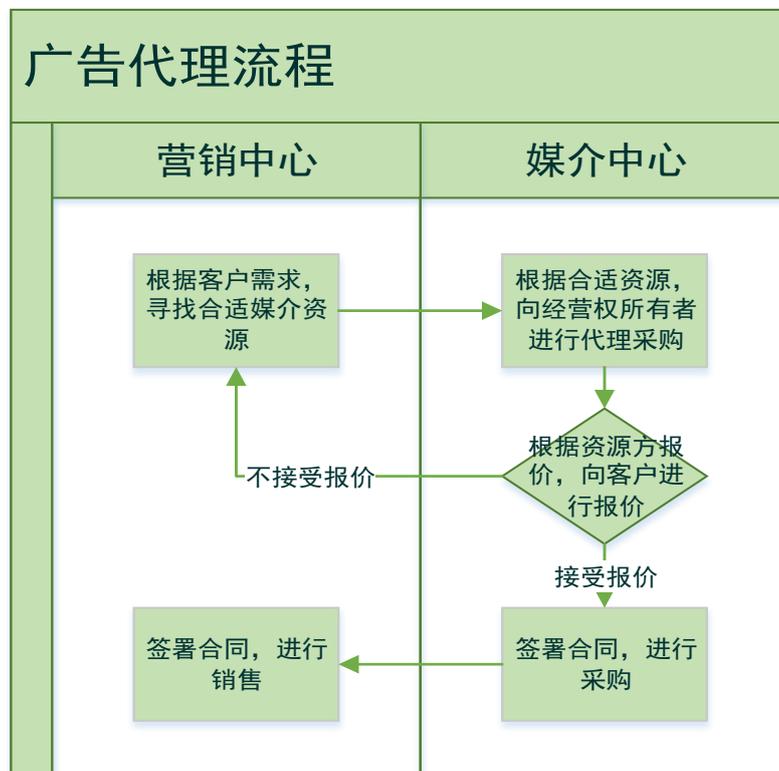
售后阶段：由公司客服中心负责跟进。在客户对媒体发布验收完成后，公司按照每周最少一次的频率对每一个已投放的媒体进行实时的后期维护。同时，公司通过周期性的监控，向客户提交检测照片及检测报告，由客户签字验收。

此外，客服中心还负责协调广告发布后的续约，维护，保险购买以及合同催款等事宜。客户服务专员会严格按照合同约定，与客户对接合同相关条款执行事宜，按约执行广告发布事宜、广告收款事宜。



4、广告代理流程

广告代理流程是由公司针对客户的特殊需求代为寻找其他媒介资源，寻找到合适标的后，由公司与具有该广告媒体资源经营权的广告公司进行沟通，进行广告代理业务，安排自己客户的广告内容上画。



三、与业务相关的主要资源要素

（一）公司的固定资产情况

截至 2015 年 7 月，公司名下未登记有建设用地使用权、房屋，未有在建工程。公司经营、办公所用场所均为租赁取得。公司租赁合同如下：

1、深圳东文传媒股份有限公司

根据公司管理层决议，深圳东文与广东东文共用深圳市福田区深业泰然大厦 C 座 14 层 C5 单元办公地址。

2、广东东文广告有限公司

2015 年 2 月 11 日，广东东文广告有限公司与深圳市金明霖投资有限公司签订《房屋租赁及居间服务合同》，深圳市金明霖投资有限公司同意将深圳市福田区

区深业泰然大厦 C 座 14 层 C5 单元（房产证号深房地字第 3000775071 号）出租给广东东文，租赁面积为 529.7 m²，租赁期限为 2015 年 3 月 1 日至 2025 年 2 月 28 日，每月租金为 82,103.50 元。

2014 年 9 月 10 日，广东东文有限公司与晏杰签订《租赁合同》，晏杰同意将广东省广州市天河金穗路 18 号 2108 房出租给广东东文，租赁面积为 70.55 m²，租赁期限为 2014 年 9 月 15 日至 2017 年 9 月 14 日，每月租金为 5,500 元。

2013 年 12 月 12 日，周俊华、张莹同意将武汉经济技术开发区经开万达广场二期第 6 栋 18 层 6 号房出租给广东东文武汉分公司，租赁面积为 103.08 m²，租赁期限为 2013 年 12 月 16 日至 2017 年 1 月 15 日，每月租金为 4,100 元。

3、上海洪基文化传媒有限公司

2015 年 3 月 6 日，上海通易仓储有限公司与上海洪基签署租赁合同，将中国（上海）自由贸易实验区菲拉路 45 号 1 层 J2 出租给上海洪基，租赁面积为 30 m²，租赁期限为 2015 年 3 月 6 日至 2016 年 3 月 5 日，每月租金为 15,000.00 元。

4、浙江东文广告有限公司

2015 年 9 月 2 日，宁波大榭开发区投资控股有限公司与浙江东文签订《租赁合同》，将宁波大榭开发区永丰路 128 号 37 幢 216 室租赁给浙江东文。租赁面积 20 m²，租赁期限为 2015 年 9 月 2 日-2016 年 9 月 1 日，年租金为 6,000 元人民币。

（二）公司主要无形资产情况

1、商标、域名

截至 2015 年 7 月 31 日，公司拥有的域名情况如下：

序号	域名地址	注册所有人	注册时间	到期时间
1	OMEBUY	深圳市东文广告有限公司	2008-3-12	2017-3-12
2	DOVISION	深圳市东文广告有限公司	2015-5-25	2016-5-25

2015年10月15日，东文传媒委托深圳市广和协成知识产权代理有限公司代为进行商标注册申请，具体情况如下：

序号	商标	注册所有人	类别	申请时间	到期时间
1		广东东文广告有限公司	35	2015年 10月15 日	-

（三）取得的业务许可资格或资质情况

公司取得的业务许可资格或资质情况如下：

序号	单位	资质/证书名称	颁发机构	颁发日期	有效期
1	深圳东文	“广东（一级）企业资质（媒体服务类）”	广东省广告企业资质认定委员会	2014年 10月	3年
2	深圳东文	广东一级广告企业（媒体服务类）	广东省广告企业资质认定委员会	2014年 10月	3年

公司取得的荣誉情况如下：

序号	单位	资质/证书名称	颁发机构	颁发日期	有效期
1	广东东文	中国广告协会会员证书	中国广告协会	-	截至2016年 6月30日
2	广东东文	中国区域媒体公司40强	中国户外传播大会	2015年5 月	-

根据相关规定，广告公司需要将准备的刊出每一幅广告提交深圳市市场监督管理局，就广告内容、用途进行审查，颁发《户外广告登记证》后方可上画。如果同一位置的广告内容发生变更，广告公司需要就新的发布内容重新提交深圳市市场监督管理局申请。

2015年9月29日，深圳市市场监督管理局下发《关于停办户外广告登记等事项的通知》，取消户外广告登记和广告经营审批登记事项，公司新发布内容不需再经市场监督管理局审批，而由各广告公司自行对广告内容进行审核。

截至本公开转让说明书签署之日，公司部分《户外广告登记证》情况列示如下：

序号	登记证号	发布地点	广告主名称	发布期限	发证机关
1	深市监户外广登字【2015】005087	福田区新洲路与滨河路立交东北侧/东南侧绿化带	深圳机场地产有限公司	2015年9月11日-2017年7月1日	深圳市市场监督管理局
2	深市监户外广登字【2014】004313号	罗湖区金城大厦二座二楼东面墙体	东风本田汽车有限公司	2014年12月15日-2016年6月18日	深圳市市场监督管理局
3	深市监户外广登字【2015】004209号	广深高速K97+700段	深圳雅兰家具用品有限公司	2015年9月2日-2015年12月30日	深圳市市场监督管理局
4	深市监户外广登字【2015】004207号	广深高速K97+100段	深圳市卓宝科技股份有限公司	2015年8月12日-2015年12月30日	深圳市市场监督管理局
5	深市监户外广登字【2014】003019	罗湖区北环大道银湖汽车站东面墙体	深圳市联合车展管理有限公司	2015年9月11日-2016年5月20日	深圳市市场监督管理局
6	深市监户外广登字【2014】001193号	罗湖区北环大道银湖大厦西面墙体	深圳市大兴宝汽车销售服务有限公司	2015年8月26日-2016年5月20日	深圳市市场监督管理局
7	深市监户外广登字【2015】004775号	广深高速K101+900段	北京现代汽车有限公司	2015年9月2日-2015年12月30日	深圳市市场监督管理局
8	深市监户外广登字	福田区皇岗	深圳市鹏广达	2015年9月	深圳市市场

序号	登记证号	发布地点	广告主名称	发布期限	发证机关
	【2015】003469号	口岸外运综合楼东面、西面墙体	置业有限公司	2日-2015年10月30日	监督管理局
9	深市监户外广登字【2015】004211	罗湖区金城大厦二座二栋东面墙体	深圳虎威制衣有限公司/深圳市东文广告有限公司	2015年8月12日-2016年6月18日	深圳市市场监督管理局
10	深市监户外广登字【2015】004777号	广深高速K92+500段	东风本田汽车有限公司	2015年9月22日-2015年12月30日	深圳市市场监督管理局
11	深市监户外广登字【2015】005481号	广深高速公路南行K98+400	深圳市前海金牛资本管理集团有限公司	2015年9月22日-2015年12月30日	深圳市市场监督管理局
12	深市监户外广登字【2015】004587号	罗湖区华佳广场南面墙体	惠东碧桂园房地产开发有限公司	2015年9月22日-2016年1月25日	深圳市市场监督管理局
13	深市监户外广登字【2015】003477号	广深高速北行K107+900	深圳市新豪方房地产有限公司	2015年7月28日-2015年12月30日	深圳市市场监督管理局
14	深市监户外广登字【2015】002419号	罗湖区裕辉大厦西面墙体	宝马(中国)汽车贸易有限公司	2015年5月11日-2016年5月5日	深圳市市场监督管理局

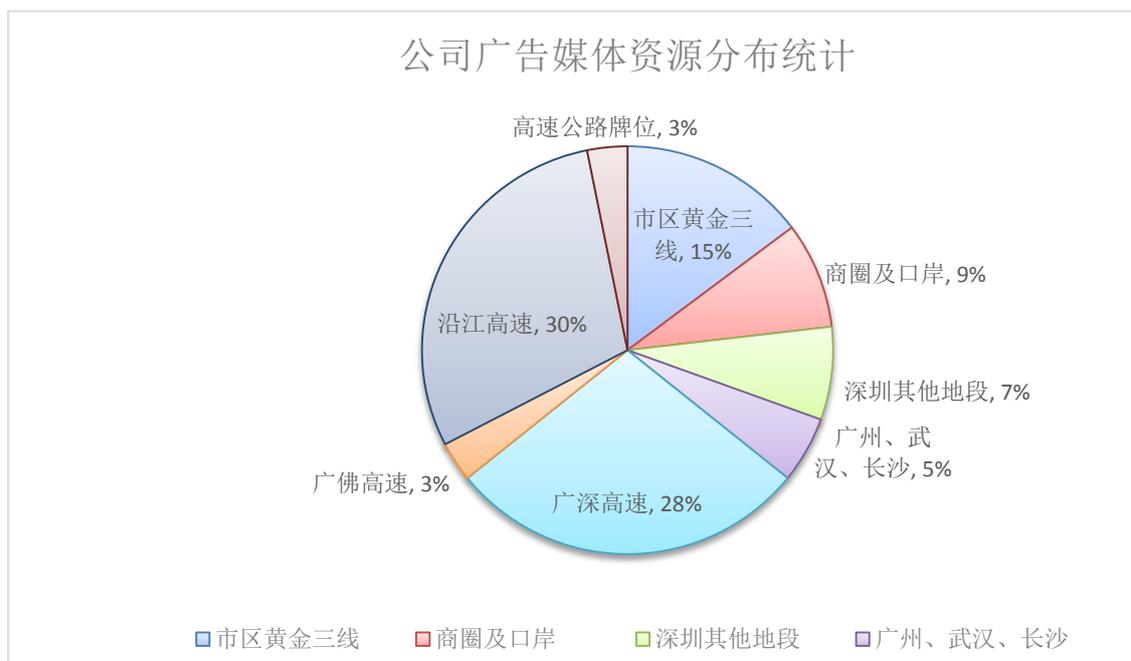
(四) 公司户外媒体资源情况

户外媒体资源是广告公司最重要生产要素之一。公司近年来不断开发和收购并购优质户外媒体资源，媒体拥有量在深圳地区排在行业前列。

根据本行业特征，业主或者户外媒体资源产权方并不出售产权，而是将运营权出租给广告公司，因此公司目前的户外媒体资源均为租赁形式取得。具体

的模式主要有以下三种：1、公司与市区建筑物业主签署协议，获得在该建筑物设立广告位的权利并获取该广告位多年的长期经营权，同时公司向城市管理局提交审批，由城市管理局对广告牌的设置进行审批；2、公司与拥有高速公路广告牌产权的高速公路广告公司签署协议，获得广告牌长期经营权；3、公司根据客户需求或实际需要，与拥有某块广告牌经营权的其他广告公司公司签约广告代理合同，获得该媒体资源的短期经营权。

截至2015年11月，公司现有的媒体分布情况包括广深高速公路20余块媒体资源，沿江高速广州至东莞段41块广告牌媒体的15年经营权（部分广告牌建设中），广佛高速、深圳市区黄金三线、广州市区、武汉市、长沙市等区域的广告牌等，自有或代理媒体数量约95块，媒体发布总面积约2.5万平方米。



公司目前市区墙体广告中获得批文的媒体资源情况如下：

序号	申请单位	许可证号	地理位置	开始时间	到期时间
1	深圳国泰基广告有限公司	深福许字【2015】0143号	福华路多层停车库北面及西面外墙	2015-9-1	2016-8-30
2	深圳东文	深罗城行许广字(2014)76号	罗湖区深南东路金城大厦二座二	2014-6-19	2016-6-18

序号	申请单位	许可证号	地理位置	开始时间	到期时间
			栋东面外墙		
3	深圳东文	深福许字【2015】第0130号	福田区滨河路怡兴苑二栋西面墙体	2015-8-4	2016-8-3
4	深圳市金驿道投资有限公司	深罗城行许广字(2014)67号	裕辉大厦西面墙体	2014-5-21	2016-5-20
5	深圳市英路广告有限公司	深城许字【2014】第102号	新洲路与滨河路立交东北侧	2014-3-4	2017-7-1
6	深圳市英路广告有限公司	深城许字【2014】第101号	新洲路与滨河路立交东南侧	2014-3-4	2017-7-2
7	深圳东文	深福许字【2013】第0057号	福田区皇岗口岸外运综合楼东面、西面墙体	2013-10-31	2015-10-30
8	深圳东文	深罗城行许广字(2014)69号	罗湖区北环路银湖大厦西面外墙	2014-5-21	2016-5-20
9	深圳东文	深罗城行许广字(2014)68号	罗湖区北环路银湖大厦东面外墙	2014-5-21	2016-5-20
10	深圳市喜韵广告传媒有限公司	深城许字【2015】第223号	广深高速K107+900	2015-5-7	2015-12-30
11	深圳东文	南城许字【2015】第G26号	南山大道与滨河大道交汇处新世纪外墙	2015-7-13	2016-7-13
12	深圳市泛太平洋广告有限公司	深罗城行许广字(2013)16号	华凯大厦	2013-11-12	2015-11-11
13	深圳市新乐物业管理有 限公司	深罗城行许广字(2014)25号	罗湖区湖贝路2216号华佳广场南面外墙	2014-1-26	2015-1-25

序号	申请单位	许可证号	地理位置	开始时间	到期时间
14	深圳市口岸广告公司	深城许字【2015】第242号	白芒检查站右侧	2015-5-26	2016-5-12
15	深圳市口岸广告公司	深城许字【2015】第253号	布吉检查站右侧广告牌	2015-5-25	2016-5-20
16			布吉检查站右侧广告牌		
17	武汉大唐广告有限责任公司	-	武汉市解放大道地质博物馆	2015-4-15	2016-4-14

截至 2015 年 11 月，公司与拥有高速公路广告牌产权的高速公路广告公司签署协议，获得广告牌长期经营权的广告牌如下：

序号	申请单位	许可证号	地理位置	申请时间	许可期限
1	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字2013338号	K1+200	2014-3-18	3年
2	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字2013342号	K2+0	2014-3-18	3年
3	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字2013347号	K2+250	2014-3-18	3年
4	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字2013352号	K2+600	2014-3-22	3年
5	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字2013357号	K2+650	2014-3-22	3年
6	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字2013359号	K4+650	2014-3-22	3年
7	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字2013340号	K5+100	2014-3-18	3年
8	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字2013345号	K8+300	2014-3-18	3年
9	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字2013349号	K8+400	2014-3-18	3年

序号	申请单位	许可证号	地理位置	申请时间	许可期限
10	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013355号	K13+100	2014-3-22	3年
11	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013361号	K13+400	2014-3-22	3年
12	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013364号	K15+850	2014-3-22	3年
13	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013339号	K16+000	2014-3-18	3年
14	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013343号	K16+300	2014-3-18	3年
15	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013350号	K16+320	2014-3-18	3年
16	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013356号	K17+500	2014-3-22	3年
17	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013362号	K26+600	2014-3-22	3年
18	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013365号	K26+650	2014-3-22	3年
19	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013351号	K26+700	2014-3-18	3年
20	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013353号	K26+750	2014-3-22	3年
21	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013358号	K33+350	2014-3-22	3年
22	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013354号	K33+500	2013-9-22	3年
23	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013360号	K33+600	2013-9-22	3年
24	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013363号	K33+750	2013-9-22	3年
25	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013348号	K38+770	2013-10-8	3年

序号	申请单位	许可证号	地理位置	申请时间	许可期限
26	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013344号	K38+880	2013-9-18	3年
27	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013341号	K38+900	2013-9-18	3年
28	广东广深沿江高速公路有限公司	粤公广许字 2013346号	K39+0	2013-9-18	3年
29	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】 63号	K91+850	2015-1-23	2015-12-30
30	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】 58号	K92+000	2015-1-23	2015-12-30
31	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】 61号	K92+500	2015-1-23	2015-12-30
32	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】 88号	K93+000	2015-1-29	2015-12-30
33	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】 23号	K94+210	2015-1-9	2015-12-30
34	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】 64号	K94+730	2015-1-23	2015-12-30
35	深圳市泛太平洋广告有限公司	深城许字【2015】 28号	K96+500	2015-1-8	2015-12-30
36	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】 60号	K97+700	2015-1-23	2015-12-30
37	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】 31号	K98+060	2015-1-9	2015-12-30
38	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】 59号	K97+100	2015-1-23	2015-12-30
39	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】 10号	K98+250	2015-1-7	2015-12-30
40	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】 225号	K98+400	2015-5-7	2015-12-30
41	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】 224号	K99	2015-5-7	2015-12-30

序号	申请单位	许可证号	地理位置	申请时间	许可期限
42	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】15号	K101+900	2015-1-7	2015-12-30
43	广深珠高速公路有限公司	深城许字【2015】17号	K106+650	2015-1-6	2015-12-30
44	深圳市口岸广告公司	深城许字【2015】258号	同乐检查站左侧	2015-5-25	2016-5-20
45	广深珠高速公路有限公司	粤公广延许字2013415号	K19+500	2013-11-4	2015-11-4
46	广深珠高速公路有限公司	粤公广延许字2013416号	K20+300	2013-11-4	2015-11-4
47	广深珠高速公路有限公司	粤公广延许字2013420号	K20+500	2013-11-4	2015-11-4
48	广深珠高速公路有限公司	粤公广延许字2013413号	K25+650	2013-11-4	2015-11-4
49	广深珠高速公路有限公司	粤公广延许字2013425号	K47+400	2013-11-4	2015-11-4
50	广深珠高速公路有限公司	粤公广延许字2013413号	K47+100	2013-11-4	2015-11-4
51	广深珠高速公路有限公司	粤公广延许字2013427号	K68+550	2013-11-4	2015-11-4
52	广深珠高速公路有限公司	粤公广延许字2013424号	K32+100	2013-11-4	2015-11-4
53	广东新路广告有限公司	粤公广延许字2013328号	K01+280	2013-9-4	2015-9-4
54	广东新路广告有限公司	粤公广延许字2013329号	K01+880	2013-9-6	2015-9-4
55	广东新路广告有限公司	粤公广延许字2013126号	K00+000	2015-6-11	2016-6-10
56	广东新路广告有限公司	粤公广延许字2013424号	K32+100	2013-11-4	2015-11-4

公司在广深高速及深圳市区的户外媒体资源数量及位置大致示意图如下，其中广深高速机场段，公司户外媒体数量接近垄断位置：



(五) 员工情况

报告期内，公司人员情况一直保持稳定增长，2013 年末公司共有员工 19

人；2014年末27人；2015年7月31日，公司员工共有39人。



1、按专业划分

专业	人数	占比%	图示
管理人员	8	20.51%	<p>按专业划分</p> <p>25.64% 20.51% 12.82% 5.13% 35.90%</p> <p>■ 管理人员 ■ 财务人员 ■ 业务人员 ■ 技术人员 ■ 行政人员</p>
财务人员	5	12.82%	
业务人员 (营销与媒介中心)	14	35.90%	
技术人员 (设计)	2	5.13%	
行政人员	10	25.64%	
合计	39	100%	

2、按学历划分

学历	人数	占比%	图示
本科及以上	18	46%	<p>按学历划分</p> <p>5% 46% 49%</p> <p>■ 本科及以上 ■ 大专 ■ 高中及以下</p>
大专	19	49%	
高中及以下	2	5%	

合计	39	100%	
----	----	------	--

3、按年龄划分

年龄段	人数	占比%	图示
30岁以下	27	69%	<p>按年龄划分</p> <p>3% 28% 69%</p> <p>■ 30岁以下 ■ 30-40岁 ■ 40岁以上</p>
31—40岁	11	28%	
41岁以上	1	3%	
合计	39	100%	

对于运营部门员工的管理，公司采取实时绩效考核的管理办法，就销售、媒介、客服等部门员工的工作热情、工作状况以及工作业绩进行考核，根据考核细则进行优胜劣汰，以确保运营部门的工作状态呈最优化。

公司近3年来不断扩展，高层管理人员及基层员工都呈现普遍递增的趋势，业务及技术人员占比超过40%，大专及以上学历占比超过95%，且绝大部分为40岁以下，人才储备较好。因此，公司人员情况与公司业务具有匹配性。

（六）核心技术人员情况

1、张桃龙

基本情况详见本公开转让说明书之“第一节基本情况”之“七、公司董事、监事、高级管理人员情况”之“（二）公司监事基本情况”。

2、王旭

王旭，男，1985年9月生，中国国籍，无境外永久居留权，武汉分公司副总经理。2008年7月年至2010年5月，在北京链家房地产公司任职门店经理，负责门店销售及日常管理工作；2010年5月至2012年7月，在北京搜房集团二手房分公司任职大客户经理，主管销售管理工作；2012年9月至2014年2月，在南方报业集团旗下南方新闻网任职总监，负责线上网络广告销售及媒体合作以及日常行政管理工作；2014年4月至今，任东文传媒武汉分公司副总经理，主理武汉公司营销、行政、人资方面的管理工作。

四、公司生产经营情况

报告期内，公司的营业收入呈现出逐年上升的趋势，主要由于公司受益于成立初期进行的资源积累以及近年来加大对关键广告位资源的控制，使得业绩有了较快的发展。

（一）报告期内公司收入结构

1、营业收入总体构成情况

金额单位：元

产品名称	2015年1-7月		2014年度		2013年度	
	营业收入	占比%	营业收入	占比%	营业收入	占比%
主营业务收入	34,970,998.90	99.99	49,466,971.49	100.00	38,321,065.01	100.00
其他业务收入	4,716.98	0.01	-	-	-	-
合计	34,975,715.88	100.00	49,466,971.49	100.00	38,321,065.01	100.00

公司目前主要收入来源是为广告主提供媒体资源，并收取相应的广告发布费。作为增值服务，公司免费对广告内容进行创意式设计、广告位创意式改造等。因此，公司广告发布费占主营业务收入比例突出。

2、按业务模式

金额单位：元

名称	2015年1-7月		2014年度		2013年度	
	营业收入	占比%	营业收入	占比%	营业收入	占比%
自有媒体收入	32,405,715.88	92.65	45,316,971.49	91.61	37,191,065.01	97.05
广告代理收入	2,565,283.02	7.34	4,150,000.00	8.39	1,130,000.00	2.95
其他	4,716.98	0.01				
合计	34,975,715.88	100.00	49,466,971.49	100.00	38,321,065.01	100.00

3、按地区

金额单位：元

区域	2015年1-7月		2014年度		2013年度	
	主营业务收入	占比%	主营业务收入	占比%	主营业务收入	占比%
广东片区	25,378,674.36	72.56	35,429,660.47	71.62	25,437,313.01	66.38
江苏片区	825,333.31	2.36	352,201.25	0.71	-	-
北京片区	3,429,302.56	9.80	1,146,226.42	2.32	5,990,566.03	15.63
上海片区	3,219,764.15	9.21	9,517,367.63	19.24	6,175,362.07	16.11
湖北片区	-	-	693,685.53	1.40	717,823.90	1.87
天津片区	-	-	205,188.68	0.41	-	-
西藏片区	2,122,641.51	6.07	2,122,641.51	4.29	-	-
合计	34,975,715.88	100.00	49,466,971.49	100.00	38,321,065.01	100.00

4、按照媒体类型

公司2013年、2014年及2015年1-7月高速公路立柱广告收入及市区墙体广告收入占比情况如下：

金额单位：万元

产品名称	2015年1-7月		2014年度		2013年度	
	营业收入	占比%	营业收入	占比%	营业收入	占比%
高速公路立柱	1,477.49	42.24	2,451.88	49.57	2,291.11	59.79
市区墙体广告牌	1,810.75	51.77	2,319.16	46.88	1,423.00	37.13
其他（口岸等）	209.33	5.99	175.66	3.55	118.00	3.08
合计	3,497.57	100.00	4,946.70	100.00	3,832.11	100.00

（二）报告期内主要客户情况

2015年1-7月、2014年及2013年报告期内，公司前五名客户销售额占比分别为39.17%、32.37%及48.56%，不存在单一客户销售额占比超过20%的情况。

1、2015年1-7月份公司前五名客户的销售额占比情况

金额单位：元

单位名称	金额	占营业收入比例 (%)
东风本田汽车有限公司	4,668,769.84	13.35
深圳市海岸融通投资有限公司	2,541,579.52	7.27
深圳市效果文化有限公司	2,276,377.36	6.51
西藏老马广告有限公司	2,122,641.51	6.07
上海文畅广告传播有限公司	2,091,194.97	5.98
合计	13,700,563.20	39.17

2、2014 年度公司前五名客户的销售额占比情况

金额单位：元

客户名称	销售金额	占营业收入比例 (%)
安防投资（中国）有限公司	3,929,245.28	7.94
东风本田汽车有限公司	3,827,020.69	7.74
上海文畅广告传播有限公司	3,584,905.66	7.25
上海倍利广告有限公司	2,547,169.81	5.15
西藏老马广告有限公司	2,122,641.51	4.29
合计	16,010,982.95	32.37

3、2013 年度公司前五大客户的销售额占比情况

金额单位：元

客户名称	销售金额	占营业收入比例 (%)
北京搜狐新媒体信息技术有限公司	6,054,863.53	15.80
汇联投资服务（深圳）有限公司	3,972,156.07	10.37
深圳市华夏之光广告发展有限公司	3,217,196.45	8.40
安防投资（中国）有限公司	2,720,155.22	7.10
东风本田汽车有限公司	2,648,104.05	6.91
合计	18,612,475.32	48.58

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东均未在上述客户中享有权益。

（三）报告期内主要供应商情况

1、广告媒体资源采购供应商

公司所进行的采购对象主要是其他媒体主所拥有的媒体资源以及其他广告代理公司。报告期内，公司采购主要标的为各类户外广告资源（高速公路立柱、市区墙体等），以及少量的广告原材料、广告位改造招标等杂费。

2、报告期内公司产品成本构成情况如下

金额单位：元

项目	2015年 1-7月	占比 (%)	2014年度	占比 (%)	2013年度	占比 (%)
媒体资源 采购费	29,370,171.71	95.71	38,828,985.76	95.01	31,117,629.81	93.63
制作成本	1,235,329.81	4.03	1,944,814.86	4.76	1,940,602.12	5.84
水电管理 费	79,562.19	0.26	94,574.49	0.23	176,590.31	0.53
合计	30,685,063.71	100.00	40,868,375.11	100.00	33,234,822.24	100.00

影响公司产品成本的主要因素是采购广告位所支付的媒体资源采购费。制作费及其他杂费相对来说占总成本的比例较小。

3、最近两年一期的采购情况

2015年1-7月、2014年及2013年公司前五名供应商采购金额分别占当期采购额的45.86%、48.53%和53.49%。

（1）2015年1-7月公司向前五名供应商采购占比情况

金额单位：元

供应商名称	采购金额	占采购总额比例 (%)
深圳市睿意整合文化传播有限公司	5,070,833.30	16.53
深圳市英路广告有限公司	3,431,000.06	11.18
广东新路广告有限公司	2,573,800.66	8.39
广州万度广告有限公司	1,866,666.69	6.08
深圳市庞博广告有限公司	1,129,166.71	3.68

合计	14,071,467.42	45.86
----	----------------------	--------------

(2) 2014 年度公司向前五名供应商采购占比情况

金额单位：元

供应商名称	采购金额	占采购总额比例 (%)
广东新路广告有限公司	9,970,670.02	24.40
深圳市英路广告有限公司	3,399,666.62	8.32
广州万度广告有限公司	3,200,000.04	7.83
深圳市庞博广告有限公司	2,050,000.00	5.02
深圳市口岸广告公司	1,211,314.68	2.96
合计	19,831,651.36	48.53

(3) 2013 年度公司向前五名供应商采购占比情况

金额单位：元

供应商名称	采购金额	占采购总额比例 (%)
广东新路广告有限公司	9,812,881.28	29.53
深圳市金驿道投资有限公司	3,200,000.00	9.63
深圳市爱琴海广告有限公司	1,875,459.04	5.64
深圳市庞博广告有限公司	1,537,499.97	4.63
深圳市华夏之光广告发展有限公司	1,350,000.00	4.06
合计	17,775,840.29	53.49

公司关联方采购内容请详见本公开转让说明书第四节“公司财务”之“六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“(三)本公司的关联方情况”。

(四) 外协厂商情况

公司目前外协情况主要分为两种，一种是客户确认好小样图案，并经过有关部门审批后，公司即刻予以安排外协厂商进行物理喷绘制作。第二种是公司在自建广告位或对已有广告位进行创意式改造时，通过招标方式进行工程施工。相比广告媒体资源购入成本，这些外包业务在公司整个业务内不属于核心业务范围。

在公司经过招标确认施工方及喷绘公司后，会与外协厂商签署协议，明确管理责任，并进行监督与指导。为了便利及保证施工质量，公司一般会与 3 家左右的外协厂商保持长期合作关系。从事这两种外协工作的本身技术含量及附加值不高，门槛较低，可选范围较广，市场也非常透明，公司完全可以根据市场化的形式自由选择广告喷绘公司及立柱施工方。

因此，公司不存在对单一外协厂商的依赖。

（五）报告期内对公司持续经营有重大影响的合同及履行情况

公司重大业务合同的选取标准为报告期内前五大客户对应的销售合同、前五大供应商对应的采购合同、合同总金额在 50.00 万元以上的合同以及所有的借款和相关担保合同。

1、销售合同

序号	合同对象	签订日期	金额 (万元)	合同标的	合同期限	履行情况
1	汇联投资服务（深圳）有限公司	2013年6月27日	167.00	广深高速公路宝安段南行 K97+900 三面立柱 深圳市皇岗口岸桥头双面立柱	2013年7月1日-2013年12月31日	履行完毕
2	汇联投资服务（深圳）有限公司	2013年1月16日	75.00	深圳市滨河大道中国外运大厦东西向墙体	2013年1月25日-2013年4月24日	履行完毕
3	汇联投资服务（深圳）有限公司	2013年4月15日	195.00	深圳滨河大道怡兴苑综合楼西面墙体大牌	2013年4月25日-2014年4月24日	履行完毕
4	西藏老马广告有限公司	2014年7月31日	450.00	广深高速广州新塘段北行 K20+300 广告牌 广深高速广州新塘段北行 K20+500 广告牌 广深高速广州新塘段北行 K94+900 广	2014年7月28日-2015年7月27日	履行完毕

				广告牌		
5	生命人寿保险股份有限公司	2013年12月27日	221.00	广深高速南行鹤洲段 K97+900 皇岗口岸出入境大厅南侧新深路龙门架 广告牌	2014年1月1日-2014 年12月31日	履行完毕
6	前海人寿保险股份有限公司	2014年3月7日	235.00	广深高速公路南行 K97+700	2014年2月15日 -2015年2月14日	履行完毕
7	上海文畅广告传播有限公司	2013年10月15日	1,140.00	广州市天河路广晟大厦东墙南	2013年12月20日 -2016年12月19日	履行中
8	上海倍利广告有限公司	2013年2月5日	270.00	深圳市深南大道金城大厦外打光喷绘广 告牌	2013年2月5日-2014 年2月4日	履行完毕
9	安防投资（中国）有限公司	2013年5月7日	584.00	广深高速南行鹤洲段 K92+000	2013年5月1日-2015 年4月30日	履行完毕
10	安防投资（中国）有限公司	2012年6月11日	90.00	福建省福州市长乐国际机场迎宾路	2012年6月12日 -2013年6月11日	履行完毕
11	安防投资（中国）有限公司	2013年6月13日	93.00	福建省福州市长乐国际机场迎宾路	2013年6月12日 -2014年6月11日	履行完毕
12	北京搜狐新媒体信息技术有限公司	2012年12月20日	636.00	候车亭 宝安机场 B16 立柱广告位 公交车身广告	2012年12月12日 -2013年12月11日	履行完毕
13	东风本田汽车有限公司	2012年11月25日	278.00	广深高速南行 K96+500	2012年10月22日	履行完毕

					-2013年10月21日	
14	东风本田汽车有限公司	2014年9月19日	117.00	长沙黄兴南路步行街司门口	2014年8月1日-2015年7月31日	履行完毕
15	东风本田汽车有限公司	2014年11月8日	278.00	广深高速鹤州段机场出入口 K92+500	2014年10月22日 -2015年10月21日	履行中
16	东风本田汽车有限公司	2014年9月23日	95.00	广佛高速泌冲立交 K01+88	2014年7月3日-2015年7月2日	履行完毕
17	中国信达资产管理股份有限公司深圳分公司	2014年4月16日	248.00	广深高速南行 K92+500	2013年4月23日 -2014年4月22日	履行完毕
18	中国信达资产管理股份有限公司深圳分公司	2012年4月12日	238.00	广深高速南行 K92+500	2012年4月1日-2013年4月1日	履行完毕
19	深圳雅宝房地产开发有限公司	2014年11月14日	50.00	北环大道深圳汽车站银湖大厦东面墙体广告位	2014年8月20日 -2015年1月19日	履行完毕
	深圳雅宝房地产开发有限公司	2014年11月14日	130.00	滨河大道与新洲路交汇处东北侧立柱	2014年10月4日 -2015年1月3日	履行完毕
20	北京华奥盛典广告传媒有限公司	2014年9月1日	230.00	广深高速同乐检查站北行 K102+000	2014年10月9日 -2015年10月8日	履行中
21	深圳市泰富天栾湖置业有限公司	2014年9月23日	250.00	福田区滨河大道怡兴苑南面墙体	2014年9月27日 -2015年9月26日	履行中
22	深圳市海融通投资有限公司	2014年12月25日	348.00	滨河路新洲立交北侧立柱、滨河路新洲	2015年7月6日-2015	履行中

	司			立交南侧立柱	年9月5日	
--	---	--	--	--------	-------	--

2、采购合同

序号	合同对象	签订日期	金额 (万元)	合同标的	合同期限	履行情况
1	广东新路广告有限公司	2013年6月26日	160.75	广深高速北行 K20+300	2013年2月19日 -2015年2月18日	合同终止
2	广东新路广告有限公司	2013年6月3日	292.45	广深高速公路 K94+800	2013年1月16日 -2015年1月15日	合同终止
3	广东新路广告有限公司	2014年7月28日	144.46	广深高速公路 K94+800	2014年1月1日-2015 年1月15日	履行完毕
4	广东新路广告有限公司	2015年6月26日	116.98	广深高速公路 K25+650	2015年5月8日-2017 年5月7日	履行中
5	广东新路广告有限公司	2015年6月26日	133.96	广深高速公路 K97+900	2015年5月20日 -2016年5月19日	履行中
6	广东新路广告有限公司 (主体变更协议)	2014年8月22日	121.13	广深高速公路 K25+650	2014年1月1日-2015 年4月30日	履行完毕
7	广东新路广告有限公司	2014年7月28日	185.69	广深高速公路 K97+900	2014年1月1日-2015 年5月19日	履行完毕
8	广东新路广告有限公司	2015年6月26日	111.32	广深高速公路 K32+000	2015年5月1日-2017	履行中

	司				年4月30日	
9	深圳市庞博广告有限公司	2013年3月19日	205.00	广深高速公路北行 K95+500 广告位	2014年3月28日 -2015年3月27日	履行完毕
10	深圳市庞博广告有限公司	2015年5月22日	555.00	广深高速公路北行 K95+500	2015年3月29日 -2018年3月28日	履行中
11	深圳市英路广告有限公司	2014年3月17日	1,300.00	深圳市滨河路新洲立交桥东南侧	2014年6月15日 -2018年6月14日	履行中
12	深圳市英路广告有限公司	2014年3月17日	1,300.00	深圳市滨河路新洲立交桥东北侧	2014年5月1日-2018 年4月30日	履行中
13	深圳市华夏之光广告发展有限公司	2012年12月6日	135.00	巴士车身广告	2012年12月12日 -2013年12月11日	履行完毕
14	广州万度广告有限公司	2013年8月12日	960.00	广州市天河路广晟大厦东墙面	2013年12月20日 -2016年12月20日	履行中
15	深圳市喜韵广告传媒有限公司	2014年4月21日	700.00	宝安区沿广深高速南行 K98+400	2014年5月1日-2019 年4月30日	履行中
			452.00	福田段沿广深高速北行 K107+900	2015年7月1日-2020 年6月30日	履行中
			200.00	宝安区沿广深高速北行 K99	2014年5月1日-2019 年4月30日	履行中
16	深圳市睿意整合文化	2015年3月1日	155.66	广深高速 K74+800/K94+210	2015年3月1日-2015	履行中

	传媒有限公司				年 12 月 30 日	
17	深圳市睿意整合文化 传媒有限公司	2015 年 2 月 1 日	135.03	广深高速 K00+000/K33+000	2015 年 2 月 1 日-2017 年 1 月 31 日	
18	深圳市睿意整合文化 传媒有限公司	2014 年 8 月 10 日	122.46	广深高速 K20+500	2014 年 8 月 10 日 -2015 年 11 月 3 日	履行中
19	深圳市睿意整合文化 传媒有限公司	2015 年 7 月 28 日	4,675.00	关于委托开发《武汉机场高速广告牌项目》合同	-	合同变更
20	深圳市金驿道投资有 限公司	2012 年 12 月 2 日	108.00	深圳市宝安区西乡鹤州南片工业区 2-3 号阳光工业园	2013 年 1 月 2 日-2014 年 1 月 2 日	履行完毕

注：公司合同终止，主要分为两种情况：一是公司意识到某块地方有风险，则及时终止合同。比如广州的旧城区改造宣布后，公司预期附近要拆除户外广告牌，会提前解除合同。二是公司会根据调查发现已签约某块广告牌没有城管局批文，或者批文没有续批成功，公司也会同媒体主解除合同，减少媒体资源资质带来的风险和损失。

2015 年 7 月 28 日，东文传媒与深圳市睿意整合文化传媒有限公司签订的《武汉机场高速广告牌项目》媒体资源采购合同于 2015 年 10 月 11 日进行了合同变更，由委托合同变更为居间合同，原合同约定睿意文化公司在该项目中享受 10% 的收益，现变更为收取 6% 的居间服务费。

3、借款及担保合同

报告期内，公司无银行借款及担保的情况。

五、公司的商业模式

（一）业务模式

公司是一家以经营大型商业户外媒体为主，广告代理为辅的综合型广告企业。公司主要业务是围绕客户广告投放需求开展的定制化一站式媒体发布服务模式。公司凭借经营管理团队在广告行业从业多年累积的丰富经验和资源，设计团队的创新和先进理念，根据客户户外广告投放的需求及客户本身特点，提供包括方案设计、项目实施、创意式改进、媒体发布和监测、以及后续维护服务等在内的全方位服务。

公司具体业务分为媒体发布业务及广告代理业务。

1、媒体发布业务

公司通过掌控的自有媒体资源为主要生产要素，通过自建、获得使用经营权等方式对户外媒体资源进行收购，丰富自有户外媒体资源，向合适的广告主提供户外媒体广告服务以及媒体策划方案。媒体发布业务是公司目前的主要业务。

2、广告代理业务

根据广告主的需求取寻找合适的广告代理商及发布渠道，通过广告代理业务与其他合作企业实现广告媒体资源的互通有无，对深圳以及全国的广告媒体资源进行整合。

（二）采购模式

公司采购内容主要分为自有媒体资源采购、广告代理采购及其他采购。因为自有媒体资源签约时间久，金额较大，因此户外广告牌等自有媒体资源的采购占据公司采购业务 90%以上。广告代理采购及其他采购占比相对较小。

1、媒体资源采购

自有媒体资源采购包括自建广告牌采购、广告位投标、并购采购等。这三种采购形式所面对供应商包括拟建广告牌置产权拥有者、拟建位置物业管理公司、已拥有广告牌的物业管理公司或产权拥有者等。公司以合同形式长期租用拟建广告牌所需用地，获得广告业务经营权，一般合同时间为三年至五年，长期可达十五年。相应的公司于定期向供应商定期支付租金，一般为每季度之初或者年初进行租金预付款。在合同到期前，由媒介中心跟进续约事宜，按照合同条款，公司在同等条件下都具有优先续约权。

2、广告代理采购

公司在与客户洽谈时，接受客户委托，为客户进行广告信息咨询、广告策划、创意设计等活动，由客户提出需求后，公司进行合适的媒体资源筛选，并向客户提出建议。由客户作出决定后，公司代替客户与其他媒体资源签署合同，进行广告发布及投放。

3、其他采购

其他采购主要为公司日常设备采购及项目工程采购。

设备采购包括广告牌用电设备及周边附件的采购以及媒体优化设备采购；设备类型主要为灯具，电缆，监控摄像头，大功率无线路由器等。这部分采购属于公司日常运营支出，占比较小。

项目工程采购包括广告牌建设工程，广告牌改造工程，广告牌维修工程，广告牌画面制作安装工程。公司如需自建广告牌或者对自有广告牌进行创意式改造，则由采购部门发起提请，通过招标形式进行工程采购。工程采购占比较小，合同金额一般为几万至几十万元，施工期一至三个月不等。

（三）销售模式

公司的主体销售业务即对自有广告媒体和代理广告媒体采购后、整合并面向各大品牌客户公司进行销售。公司主要销售模式包括两种：面向广告主直接销售和通过广告代理方式与其他广告公司签署合同。公司目前成立有营销中心，以专

业销售团队为中心，针对不同行业的客户，结合每个广告牌的特性，建立以市场化为导向的商业运营模式，通过电话，登门访问及回访等方式挖掘潜在客户，为客户提供多方面的媒体投放分析和建议。

销售专员将对每一位客户展开链条式对接，即从客户开发、客户询盘到客户考察与谈判直至双方签订合同，均由专人或专组系统对接跟进，以确保客户需求挖掘及购买力度最大化。

同时，公司还建立了客服中心，处理合同签署后事宜。公司秉承“客户至上，服务为先”的理念，自销售业务合同签订后，客户服务中心即对客户建立专属档案，实行个性化服务，有针对性的为客户提供广告上下刊服务、广告监测、客户所处行业广告投放分析、客户需求深挖掘等服务，致力于与客户达成长期战略合作关系，深度了解客户，第一时间把握客户需求或满足客户对媒体的个性定制，为其提供强有力的媒体支持与优质的服务。

（四）盈利模式

公司主要盈利模式为寻找有广告投放需求的客户，利用自有媒体资源或者通过广告代理方式进行营销，向客户收入广告发布费。广告发布费是公司收入及利润最主要的来源。因此，如何拥有较低购入成本的媒体资源及较高溢价的广告销售合同，成为公司盈利的重要因素。

购入成本方面，公司一是进入行业较早，在早期拥有一批购入成本较低的媒体资源，保证了稳定的盈利点；二是公司目前为广深高速路牌最大的代理商，在与供应商采购议价时有较大的优势。

广告发布费收取方面，公司在深圳地区作为专业从事户外广告龙头企业，具有较高美誉度，以优质的服务和新颖的创意为基础，合同金额相较其他同行业较高。同时，公司通过对广告媒体的创意式改造，使原本含金量低的广告牌增值，从而获得更多广告发布费用。公司对滨河大道裕晖大厦西面墙体广告位宝马 MINI 改造案例便是一个经典案例：裕晖大厦墙体广告位改造前刊例价是人民币 100 万元/年，在公司用较小成本进行创意式改造后，客户可接受刊例价在人民币 400 万元/年以上。

裕辉大厦改造前后效果对比示意图如下：



MINI 创意广告改造前示意图

MINI 创意广告改造后示意图

报告期内，公司不断提高自有户外广告媒体资源数量。随着城市化水平不断提高，高速公路立柱及市区墙体广告牌的商业价值不断攀升，媒体资源稀缺性日益凸显，公司报告期内储备的户外广告媒体资源为公司未来的运营及盈利打下了坚实的基础。

六、公司所处行业基本情况及公司的竞争地位

（一）公司所处行业监管体制、法律法规和政策

公司所处行业属于户外广告业，是广告业的子行业。根据证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为“商务服务业”。按照《国民经济行业分类》划分为“L7240 广告业”。

户外广告业是指在城市道路、公路、铁路两侧、城市轨道交通线路的地面部分、河湖管理范围和广场、建筑物、构筑物上，以灯箱、霓虹灯、电子显示装置、展示牌等为载体形式和在交通工具上设置的商业广告，具体可分为路牌广告、霓虹灯广告、公共交通类广告、墙体广告、灯箱广告等。公司所从事的路牌广告业务属于户外广告业。

1、行业主管部门

目前我国广告业实行政府监管与行业自律相结合的管理体制。

（1）国家工商总局监管

广告业的监管部门是国家工商行政管理总局及各地的工商行政管理部门。各级工商管理部门作为指导广告业发展的职能部门，负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。其中，广告发布活动管理主要包括制订、之行、检测广告的发布标准，查处违法广告等；广告经营活动管理主要包括规范市场经营行为、取缔非法经营行为等。

（2）行业自律、社会监督

公司所属行业协会为中国广告协会。中国广告协会成立于1983年12月，是我国广告行业的自律组织，是联系政府广告行政管理机构与广告主、广告经营者、广告发布者的桥梁和纽带；其主要职能是在国家工商行政管理总局的指导下，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。其主办的《现代广告》是业内主要期刊之一，每年发布“中国广告行业统计数据”等行业信息。

2、行业主要法律法规及政策

我国广告业法律和行政管理法规体系由全国人大及常委会通过的法律、国务院、国务院、地方人大及其常委会发布的法规、国家工商行政管理总局及地方政府发布的规章和有关职能部门发布的关于广告管理的规范性文件等四个层次构成。

目前本行业主要法律法规如下： 时间	名称	发布单位	主要内容
1987-12-01	广告管理条例	国务院	广告经营者承办或者代理广告业务，应当查验证明，审查广告内容。对违反本条例规定的广告，不得刊播、设置、张贴。
2006-05-22	户外广告登记管理规定	国家工商行政管理总局	户外广告发布单位发布户外广告应当依照本规定向工商行政管理机关申请登记，接受工商行政管理机关的监督管理。法律、法规和规章规定在登记前需经有关部门审批的，应当首先履行相关审批手续。
2006-09-13	国家“十一五”时期文化发展规划纲要	国务院	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。
2008-04-23	关于促进广告业发展的指导意见	国家工商行政管理总局、发改委	提出广告业是现代服务业的重要组成部分，是创意经济中的重要产业，在服务生产、引导消费、推动经济增长和社会文化发展等方面，发挥着十分重要的作用，其发展水平直接反映一个国家或地区的市场经济发育程度、科技进步水平、综合经济实力和社會文化质量，该文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。
2009-09-26	文化产业振兴规划	国务院	确定将以创意、广告动漫等产业为重点，加大扶持力度，完善政策体系，实现跨越式发展。把文化产业的发展规划列入国家战略中来。
2011-03-27	产业结构调整指导目录	发改委	把“广告创意、广告策划设计制作”列为鼓励类，这是广告业第一次享受国家励类政策，为广告业发展提供了强有力的支持依据和空间。
2011-12-12	广告管理条例实施细则	国家工商行政管理总局	代理和发布广告，代理者和发布者均应负责审查广告内容，查验有关证明，并有权要求广告客户提交其他必要的证明文件。对于无合法证明、证明不全或内容不实的广告，不得代理、发布。
2012-02-15	国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要	国务院	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。
2012-05-29	广告产业发展“十二五”规划	国家工商行政管理总局	广告业是我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，提出在“十二五”期间提升广告企业竞争力、优化广告产业结构、推动广告业自主创新等八项重点任务。
2015-09-01	中华人民共和国广告法	第十二届全国人民代表大会常务委员会	完善了广告代言制度，尤其对明星代言和未成年人代言进行了严格限定。明星代言虚假广告的将被禁止代言三年，还将承担连带民事责任。同时对小广告、网络广告等作出规定。

上述法规及政策明确指出广告业作为现代服务业和文化产业的重要组成部分，国家加大扶持力度，完善政策体系，实现跨越式发展，将其发展规划列入国家战略中来。

地方政策方面：

2012年1月11日，广东省人民政府办公厅下发《关于促进广告业发展的若干意见》，指出将广告业作为高端现代服务业和重点文化产业，坚持创新引领、集聚发展、人才优先、品牌带动的原则，创新发展模式，提升文化内涵，加快转型升级，以创意设计为核心，增强自主创新能力和国际竞争力，推动我省广告业科学发展。其中明确指出：“大力扶持创意设计和利用高新技术开展广告制作的中小型广告企业，充分发挥其主业突出、专业精熟、经营灵活的优势，将专业特色作为中小广告企业求生存、谋发展、做大做强的基石，提升我省广告业的专业化发展水平。”

2012年12月12日，国家工商总局和广东省政府在广州签署共同推进广东广告业发展战略合作协议。根据合作协议，国家工商总局将与广东省政府加强合作，落实产业政策，整合优势资源，推进广告战略实施；推动广东构建结构合理、布局科学、发展集聚、服务高端的创新驱动型广告产业体系；广东省政府将认真落实国家促进广告业发展的各项措施，为广告业发展提供政策保障和良好环境；按照有关规定对优质广告产业园区进行资助扶持；支持广告企业上市融资，积极参与国内外市场竞争等。

户外广告行业相关标准：

2008年11月4日，中华人民共和国住房和城乡建设部批准《城市夜景照明设计规范》为行业标准，编号为JGJ/T163-2008，自2009年5月1日起实施。该《规范》适用于城市新建、改建和扩建的建筑物、构筑物、特殊景观元素、商业步行街、广场、公园、广告与标识等景物的夜景照明设计，户外广告中有涉及到夜晚照明的也包含在内。

2010年7月20日，中国住房和城乡建设部批准《城市户外广告设施技术规范》为行业标准，编号为CJJ149-2010，自2011年2月1日起实施。

（二）公司所处行业的市场情况

1、我国广告行业情况

（1）快速发展的中国广告业

我国现代广告行业发展始于 1979 年改革开放之后，大致经历了广告行业起步、广告行业初级发展、广告行业加快发展及自 1998 年至今的广告行业持续高速发展时期。

自七十年代末以来，经过近三十年的发展，得益于国民经济发展的提速，我国广告行业加速发展，行业经营环境不断优化，我国广告市场进入活跃时期，成为全球广告市场增长最快的国家之一。无论是广告公司的数量，从业人数，还是广告营业额，都呈现出快速发展的态势。快速发展的原因归结为两个方面，一方面是随着经济的高速发展，市场需求越来越大，广告行业的规模在短时间内不断扩大。另一个方面是随着科技的发展，各种新兴媒体形式的“快速”推出，让广告行业愈发有活力。在良好的大环境下，广告行业保持相对高利润，整个行业保持高增长。

尽管经历广告行业的高速发展，目前我国广告与发达国家广告相比仍存在明显不足，主要是在广告创新、广告理念、广告运作和广告效果上存在较大差距，行业集中度不高，从业公司与人员素质参差不齐，尤其是专业化人才的缺乏。

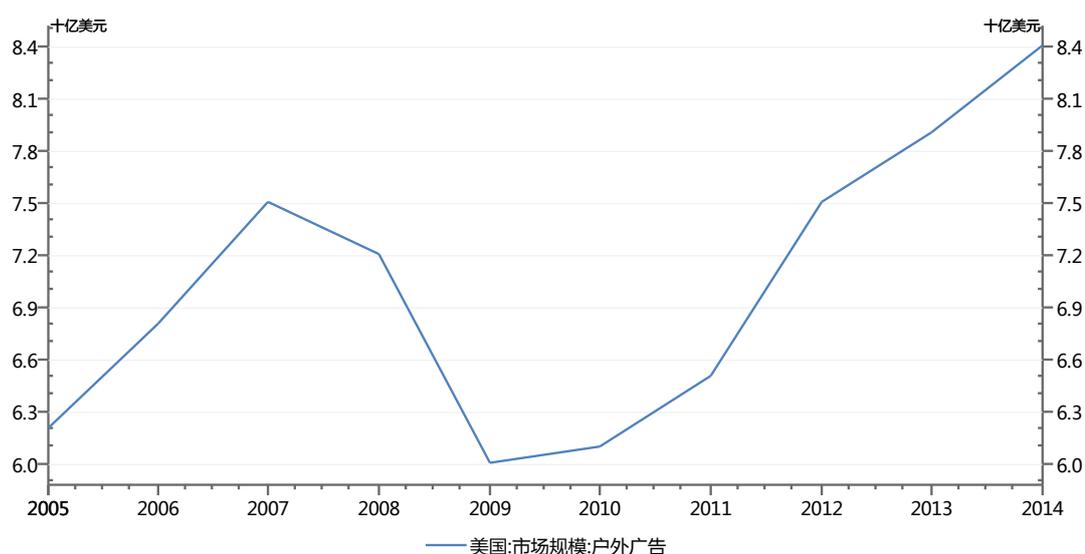
（2）中国广告行业未来潜力巨大

广告业作为现代服务业中的重要产业，有“朝阳产业、绿色产业”之称，具有高人力资本含量、高技术含量和高附加价值；新技术、新业态、新方式的特点，在近几年将保持很好的发展势头。在我国经济形势较好的大环境下，作为国家法律法规和政策重点扶持的产业，企业广告投入力度必然进一步加大。同时，数字、通信、互联网等领域新技术的快速发展也给广告行业的未来发展创造了巨大成长空间。因此，未来中国广告行业潜力巨大。

2、国际广告行业概况及发展趋势

经过多年发展，国际广告行业已处于行业生命周期的成熟期，行业增长与社会发展水平基本持平，行业集中度不断上升。同时，广告行业的市场需求规模稳步上升。根据实力传播（ZenithOptimedia）发布的《2014年Q4全球广告市场预测报告》预计，2015年全球广告支出总额将达到5450亿美元，同比增长4.9%。2016年夏季奥运会、美国大选、欧洲杯等四年一度的大事件密集，报告预计这些大事件将推动2016年全球广告支出增长5.6%，2017年回落至5.2%。

以广告行业最为发达的美国为例，受2008年金融危机影响，美国广告市场受到企业倒闭潮的影响，市场规模降至10年最低水平。随着2008年金融危机后美国经济逐渐复苏，美国广告市场也稳步回升至新高。



数据来源:Wind资讯

近几年户外广告在广告行业的市场份额自2010年截至2014年全球户外广告需求规模如下:

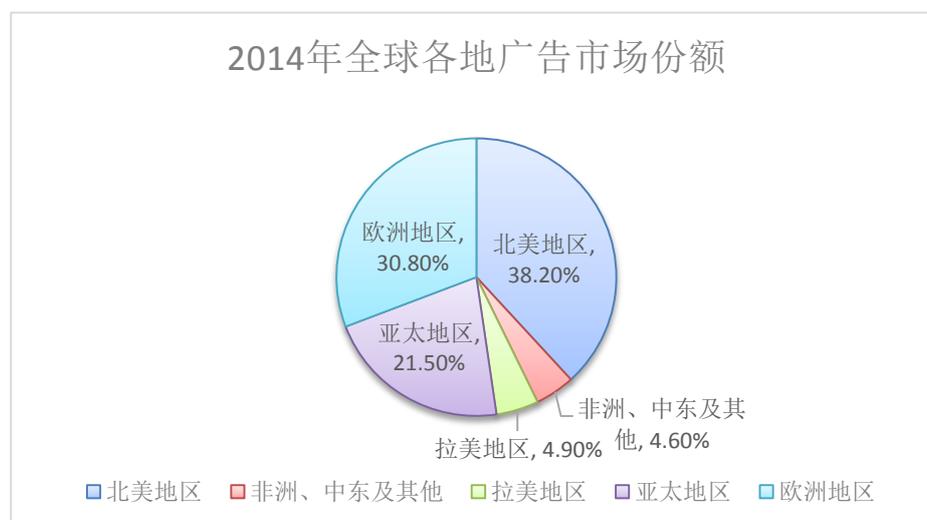


数据来源: CODC (<http://www.codc.com.cn/>)

(1) 欧美广告行业发达, 新兴市场发展迅速

与社会发展水平相对应, 北美及欧洲等发达地区的广告市场规模较大, 发展较为成熟, 分别为广告市场规模的第一、二名。同时, 中国、巴西等新兴市场发展迅速, 未来增长空间巨大, 在未来一段时间仍将保持强劲增长。

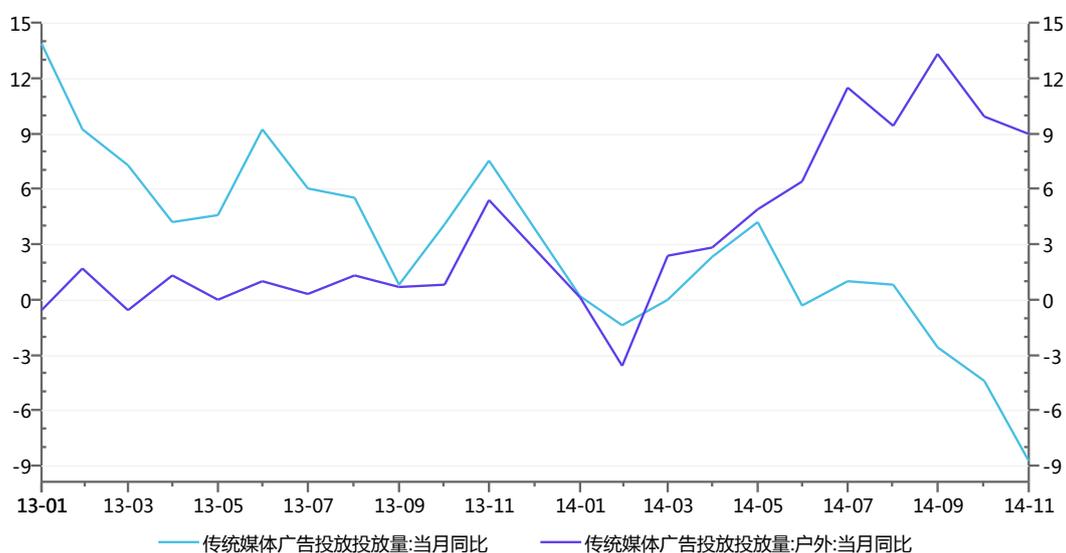
从各大板块户外广告市场投放比例来看, 发达的欧洲、北美地区户外广告投放比例依然居于高位, 其中不仅有经济更为发达使得广告投入成本更高的因素, 也有在欧洲、北美等地区各个行业对广告费用的支出比例要高于亚太、拉美等地区的原因。2014 年全球各地区广告行业市场份额如下:



数据来源: CODC (<http://www.codc.com.cn/>)

(2) 传统广告媒体增速放缓及户外广告的崛起

近年来，四大传统广告媒体（电视、报纸、杂志及电台）受到越来越多的冲击。虽然四大传统媒体仍然在广告行业占据主导地位，但增长趋势缓慢，传统媒体中的平面媒体市场不断萎缩。户外广告相对而言较难受到冲击，只要人们没有减少出门时间，户外广告的市场份额也会保持稳定发展。另外，随着数字广告、移动广告的迅猛发展，与之相结合的户外广告反而迎来了新的发展期。由下图可看，在传统媒体广告增速放缓情况下，户外媒体广告的播放量同比仍然保持较大增长。在未来一段时间，户外广告有望成长为一个高度有效、可测量且性价比高的大众媒体，迎来发展黄金期。



数据来源:Wind资讯

3、我国户外广告行业市场概况

户外广告(outdoor advertising),泛指基于广告或宣传目的,常出现在交通流量较高的地区,以流动受众为传递目标的广告媒介形式。户外广告历史悠久,是现存最早的传统广告形式之一。早期的户外广告多是将广告招牌放置在道路两侧,向行人展示内容。随着社会经济及科学技术的发展,户外广告的方式、位置及表现手法出现了多种形式。从过去的静态、固态的等待消费者驻足欣赏,发展到动态、多变化的吸引消费者。从单一的广告招牌转变为翻转式招牌、霓虹灯、热气球、路牌高速立柱、LED显示屏等多种形式。

根据户外广告的类型,分为自设性户外广告及经营性户外广告。自设性户外广告指以标牌、灯箱、霓虹灯单体字等为媒体形式,在本单位登记注册地址,利用自有或租赁的建筑物、构筑物等阵地,设置的企事业单位,个体工商户或其他社会团体的名称(含标识等)。经营性户外广告指在城市道路、公路、铁路两侧、城市轨道交通线路的地面部分、河湖管理范围和广场、建筑物、构筑物上,以灯箱、霓虹灯、电子显示装置、户外 LCD 广告机、户外液晶显示屏、户外电子阅报栏、信息亭、展示牌等为载体形式和在交通工具上设置的商业广告。

相比较传统媒体而言,户外广告具有如下优点:

到达率高和覆盖率高:户外广告到达率仅次于电视媒体。同时,户外广告反复诉求造成的频率和到达速度快,部分消费者会在一定时间反复接受信息。

视觉冲击力强:户外广告多选择人流量大,醒目的路段。其传播主题鲜明,卖点强调准确,给予受众强烈的刺激,同时具有强制收视的作用。

发布时间长:户外广告可以 24 小时,每周七天的时间进行宣传。

成本较低:户外广告千人成本相比较电视、报纸等其他媒体有较大优势。

针对性强:户外广告作用于特定地区的特定受众目标,市场针对性强。可以根据不同城市不同街区的人口和消费水平、生活方式进行定制和有效宣传。

因此，户外广告以较低的成本和较好的宣传效果日益获得广告公司和客户的青睐。随着人们外出旅游和休闲活动的增加以及高科技的广泛运用，户外广告已经成为广告主新宠，其增长速度大大高于传统电视、报纸和杂志媒体。

（1）户外广告行业的现状

在良好的大环境下，户外广告保持相对高利润，整个行业保持高增长在行业发展的早期，户外广告多以城市街道广告为主，近年来随着经济建设，户外广告的投放地点呈现多样化，地铁、机场、高速公路、飞艇等，都给户外广告承载带来了机会。

2015 年上半年，户外广告市场总体总量依然持续增长，突出表现为地铁媒体、机场媒体以及户外视频类同比持续发展。同时，互联网网站、服务业和娱乐业是投放户外的主力行业，而传统饮料等行业投放放缓。在地域表现上，户外广告的投放依旧以一线城市为主，客户市场下沉策略还未完全实现。

2015 年上半年，中国大陆户外广告总体投放额达 615 亿元。户外广告投放额与 2014 年上半年同期比较，上涨 11.6%（含刊例价的涨幅），主要由新增媒体点位所贡献。

单位：百万元

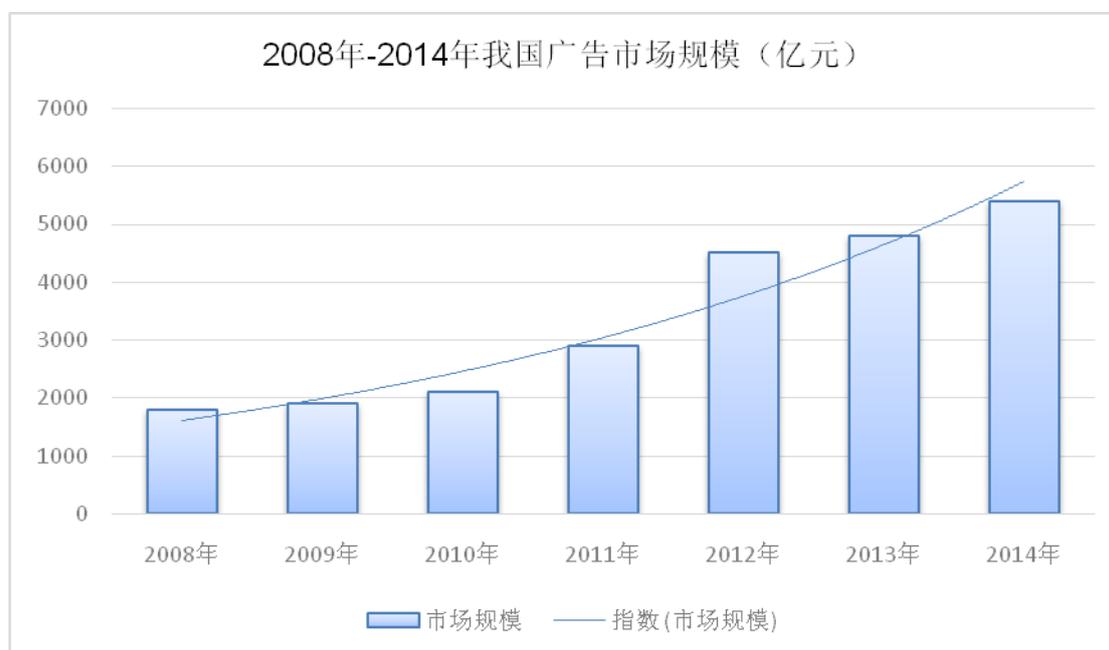


数据来源：CODC (<http://www.codc.com.cn/>)

（2）广告行业的市场容量

近年来，我国户外广告市场呈现了较快增长。2010 年户外广告投放总额达

到 452 亿元，同比增长 23.84%。2011 年户外广告投放额持续增长，达到 515 亿元，增长率较上年有所放缓。2012 年户外广告投放量较 2011 年有 10-15% 的增长，以 10% 计算，2012 年我国户外广告投放额为 566 亿元。

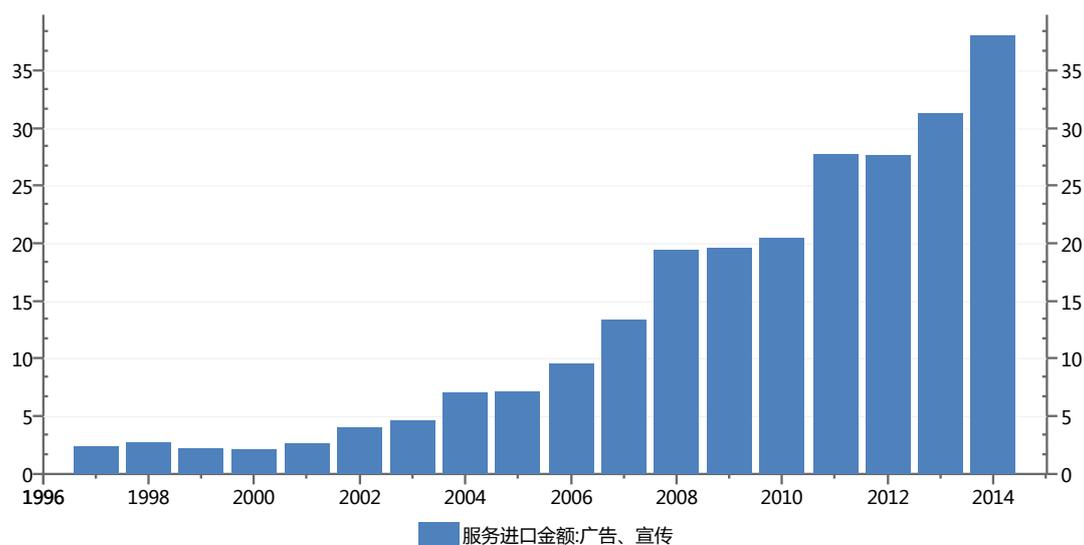


来源：国家工商总局

4、行业目前市场竞争格局及需求分析

(1) 市场竞争格局

近年来，户外媒体行业在中国市场快速发展，不仅行业规模不断快速扩大，新兴户外媒体形式也在快速推出及被市场认可、接受。伴随中国经济在全球经济中的地位日益提高，越来越多的跨国公司进入中国市场，各行业的市场竞争日益激烈，种种因素激发着户外媒体行业的超速增长。自 2005 年中国放开外国广告公司从业限制以来，国际广告公司巨头成立独资子公司，依托先进理念及强大经济实力不断开拓中国市场。由 WIND 资讯的数据可以得知，广告、宣传的服务进口总额一直保持稳定增长。



数据来源:Wind资讯

与此同时,中国本土广告企业也在长期的竞争中做大做强,涌现了一批大型本土广告公司。因此,本行业目前竞争极为激烈。

(2) 市场需求分析

根据前瞻产业研究院发布的《2014-2018年中国广告行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》显示,未来几年,我国广告行业市场规模仍然保持较快幅度增长。



资料来源:前瞻产业研究院整理

在中国经济转型的大背景下，国家政策越来越偏向消费拉动需求。从外需到内需、从投资到消费大势所趋，传统的加工制造企业将沿着“微笑曲线”的两端进行转型，一是加强研发投入，二是创建品牌。未来几年，中国本土消费品牌将逐渐崛起，品牌建立阶段将促使企业广告支出超过营业收入增速，宏观上表现为广告支出/GDP 的比重持续提高，因此，未来一段时间各行业对广告业务需求强劲。

(三) 行业的周期性、季节性与区域性等特点

1、周期性方面

广告行业作为文化产业及服务业的综合体，直接而广泛的服务于各种产业下的各种企业，在现代经济生活中扮演重要角色。它既是市场经济的重要组成部分，也与整个市场的经济发展状况关系密切。广告行业无明显的周期性。

2、季节性方面

地产、汽车等行业广告一般具有“金九银十”的销售旺季特点，因此在 9-11 月，地产、汽车等行业更注重广告投放及营销。

金融产业及其他快消行业并没有季节性特点，但大部分企业在年终会进行第二年广告投放计划，在每年春节前后的 2-5 月，进行一轮密集的广告投放。

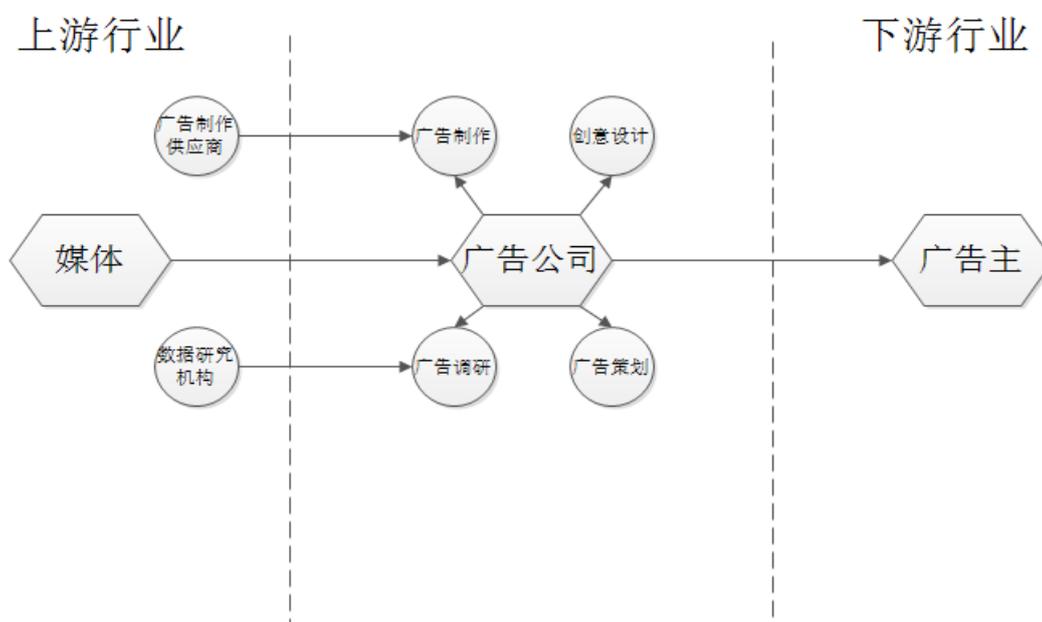
因此就户外广告行业而言，春秋季节广告投放业务较多。

3、区域性方面

广告行业的发展极具地域性，经济发达地区受众消费能力较强，当地广告经营单位数量和经营收入相应较多。据统计，北京、广东、上海、浙江、江苏是我国经济最发达的地区，截至 2011 年末，北京、上海、江苏、浙江、广东五省市的广告经营单位数量合计 14.18 万户，占全国的 47.83%；广告经营收入合计 2,091.42 亿元，占全国的 66.91%。由此可见，当地经济的发达程度决定了当地广告业的发展状况。

（四）上下游产业分析

广告公司在广告产业链条中发挥不可替代的枢纽作用。它为欲发布信息的企业和希望得到信息的企业和个人提供了交易平台,使得原本发散的信息可以集中的通过特定渠道投放到受众人群中去。在为消息不对称的双方提供交易平台同时,广告公司也可以利用其创意与设计,整合多种元素,针对特定行业的广告主制订宣传策略和媒介策略,实现广告价值最大化。本行业的上游企业为可以提供媒体资源的媒体主,下游企业主要是需要营销及推广服务的广告主。广告公司与上下游存在较强的关联性。同时,广告业也带动一部分辅助性行业的发展,如广告制作施工方、广告设备制造商及数据研究机构等。



1、上游产业

上游的媒体资源提供商与广告公司具有很强的关联性。对广告媒体资源的掌控、整合及协调能力是衡量一家广告公司实力的重要指标。近年来一二线城市中媒体位置接近饱和,对上游媒体资源的竞争比较激烈。同时,由于市场经济与科技的发展,越来越多的户外媒体位置被开拓,各种新形式的户外广告层出不穷,使户外媒体资源容量有所增加。

因此,广告媒体资源种类的日益丰富,广告媒体资源的供应充足,为广告公司自身的扩张与发展奠定了基础。

2、下游产业

广告公司直接面对有投放广告需求的下游广告主提供营销服务。广告主的范围极广，涵盖了国民经济各行各业，广告主对广告发布和自身品牌建设的需求直接决定了广告公司的业务量。就本公司而言，客户主要集中在房地产、金融、保险及汽车等行业。随着我国产业结构不断升级，国内企业加大品牌塑造的投入，并对广告表现形式提出新的要求，客观上促进了广告公司发布理念和营销模式的变革。比如除了简单提供广告投放外，广告主要求广告公司能为其提供更深层面的服务，如市场调查、媒介策划、广告监测、效果评估、公关促销等。

（五）进入本行业的障碍

户外广告行业作为典型的服务业与资源密集型行业，对参与企业的资源、品牌、资质等方面均有要求，具体如下：

1、资源门槛

广告媒体资源是广告投放的平台，从而对广告公司的生存与发展产生重大影响，也直接影响了广告公司的经营情况。广告公司对资源的掌控分为两种，一种是自身直接拥有的媒体数量，一种是对广告媒体资源的整合能力。

随着政府对户外媒体行业监管逐渐加强以及户外广告位审批的日益沿革，户外广告媒体的广告位等资源愈发珍贵。除了目前已获得政府合法审批手续的存量广告牌之外，新设立的广告牌越来越少。因此，拥有一线城市核心商圈或关键交通要道的广告牌数量的多少，是衡量一家户外媒体公司实力的重要象征。

在户外广告行业集中度越来越高的背景情况下，新进入公司很难在目前存量广告体中获取新的资源，在一朝一夕之间也很难拥有强大的广告媒体资源的整合能力。

2、资金门槛

根据行业特点，广告公司在获取媒体资源时需要与资源拥着者签署中长期

租赁合同，并定期集中结算或提前支付采购款。广告公司对自己拥有的广告牌进行改造设计也需要预先进行资金投入。尤其是近年来广告行业发展迅猛，户外媒体资源日益缺乏，越来越多的户外媒体资源采取竞拍的形式进行广告牌的转租，由此带来了媒体资源租赁价格的不断攀升。因此，维持一定数量的广告媒体资源需要广告公司投入大量资金。

此外，大型综合性广告公司要实现精准营销，服务好大型企业，必须使其品牌战略、广告策划、媒介策略有科学的量化分析作为支撑。而科学的量化分析是建立在庞大的、及时更新的市场数据库、媒介数据库基础上的。为此，广告公司每年须投入大量资金用于各类广告策划、媒介投放数据资料的购买或更新。

新进入公司如果不能满足以上资金要求，则在业务开展时会遇到很大困难。

3、人才门槛

广告产业属知识密集、技术密集、人才密集型产业。广告业务的各个环节，包括品牌规划与策划、广告策划、创意与设计、市场研究、媒介研究、媒介策划、媒介排期与媒介购买等，均需在实际操作方面有多年工作经验，既熟悉广告服务环节的各项业务，又对广告主所在行业具有较深理解的人才。人才构成、员工素质、员工培养及员工忠诚度是公司能否持续发展的决定性因素。但是因为广告行业近年来的迅猛发展，广告行业人才的培育速度远低于目前的需求。业内优秀成熟的设计人员往往被大公司笼络，很多小企业为了留住人才不得不采用股权激励的方式，而优秀的人才综合各方面原因更趋向于选择大公司。

如何招揽到富有行业经验及创新设计理念的人才，对新进入公司提出了要求。

4、品牌认可度门槛

广告公司作为媒体主与广告主之间的媒介代理，不仅需要拥有丰富的媒体资源，也需要丰富的客户资源。在广告服务中，与大型客户建立长期战略合作

的门槛较高。大型客户特别是世界 500 强及国内著名公司，选择广告代理商的条件苛刻，对广告代理商资质要求很高。客户资源的取得往往依赖于广告公司对广告主所处行业的深刻理解、专业的广告服务能力、系统的服务支持、掌握行业经验的相应人才储备等。作为创意型行业，由于创意效果并不能事先预测，因此广告主对广告公司的衡量往往是根据广告公司过去以往的业界声望及声誉进行选择。所以广告公司只能在本行业长期耕耘，才能获得较好的对外形象及良好的品牌信誉。

新进入公司则难以在短期内做到媒体资源与客户资源的积累。

（六）影响本行业的有利与不利因素

1、有利因素

（1）国家和地方性政策对广告行业的支持

自 2006 年以来，国家政府各部门相续出台《关于促进广告业发展的指导意见》、《文化产业振兴规划》、《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》及《广告产业发展“十二五”规划》等政策，明确指出广告业作为现代服务业和文化产业的重要组成部分，国家加大扶持力度，完善政策体系，实现跨越式发展，将其发展规划列入国家战略中来。国家发改委第 9 号令发布，自 2011 年 6 月 1 日起实行《产业结构调整指导目录(2011 本)》。“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类。党的十七届六中全会明确指出文化产业将成为国民经济支柱性产业，广告业作为文化产业的重要组成部分，也将成为国家重点支持和发展的行业。长同时，各地政府也纷纷出台新政，加速本地广告公司发展，加大对本地广告公司的扶植力度。

一系列的利好措施都促进了广告业自身的发展，加上外界对广告创意产业的进一步关注，将带动广告投放量的持续增长。

（2）中国经济持续发展及消费能力提高

广告业的发展与一个国家与地区整体经济的繁荣有密切联系。从国内外近几年观察来看，广告业发展与 GDP 及社会消费品零售总额的增长速度呈现一定的正相关性，并且发展速度高于 GDP 的增长速度。《国民经济和社会发展第十

二个五年规划纲要》指出，国家仍将以扩大国内需求特别是消费需求为基本立足点，促使经济增长由主要依靠投资和出口拉动转变为投资与消费、内需与外需协调拉动。

从消费者角度来说，随着我国国民经济的持续增长，人民生活水平不断提高，对物质文化生活需要日益增长。消费者对市场品牌及产品信息的获取提出更高要求，广告客户相应的广告投放需求增加，有利于促进广告行业的快速发展。

由此可预见，随着国民经济和消费需求的持续增长，广告主投入广告的预算不断增加，推动了广告行业市场规模的上升。同时，由于近年来中国市场在全球消费市场中的地位日渐提高，国内外各品牌对中国市场的重视程度也日益提高。为了提高品牌知名度，这些消费品牌在国内广告市场进一步加大投入，从而推动了中国广告行业的快速发展。

（3）科技发展为户外广告业带来新的动力

广告业有着技术更新快、产品生命周期短的显著特点，历史经验表明，每一次传媒产业的飞跃都始于技术进步。伴随着新科技的不断涌现，传统户外媒体的模式和设计不断变化，为户外媒体的发展提供了极大的空间及活力。相比较其他媒体表现形式，户外广告本身就包括到达率高、千人成本低、视觉冲击力强，充分吸引受众眼球等特点。而各种新科技的运用，不仅能迅速提升户外媒体的新奇性和表现力，还创造了多种互动方式吸引受众的关注和参与，并使跨媒体、跨时空的整合成为可能。

户外媒体的内容、服务方式和表现形式的不断创新和完善，为户外媒体行业的长期稳定发展提供了保障和动力。

2、不利因素

（1）资源获取成本的攀升

户外广告行业要达到预期的服务效果，需面向广大的受众进行传播，因此必须拓展其媒体网络的覆盖范围，加强资源掌控，方能提升媒介价值和实现规模效应。而随着户外媒体行业的不断发展，户外媒体的需求量日益增加，竞争日

益加剧。与之相对应，户外媒体资源的稀缺性也愈发显著。一方面需求不断增加，另外一方面供给保持不变，因此户外媒体的价格也随之不断增高，户外媒体行业的采购成本在日益提升。整体行业利润的降低对广告公司的资金运作和公司运营提出更高的要求。

媒体资源获取成本的不断加大及整体利润的降低对整个行业起到不利因素的作用。

（2）国际大型公司的冲击

自 2005 年 12 月 10 日起，我国允许设立外商独资广告公司后，广告市场全面开放，外资广告公司凭借雄厚资本与专业优势通过控股、收购等各种方式快速扩张。在行业集中度不断提高的趋势下，拥有较少资源的广告公司越来越难以与媒体主及广告主进行议价，市场份额不断被大公司所蚕食。业务单一的中小广告公司面对巨大的生存压力。

因此，资金雄厚的外资广告企业给我国本土广告公司带来较大冲击。

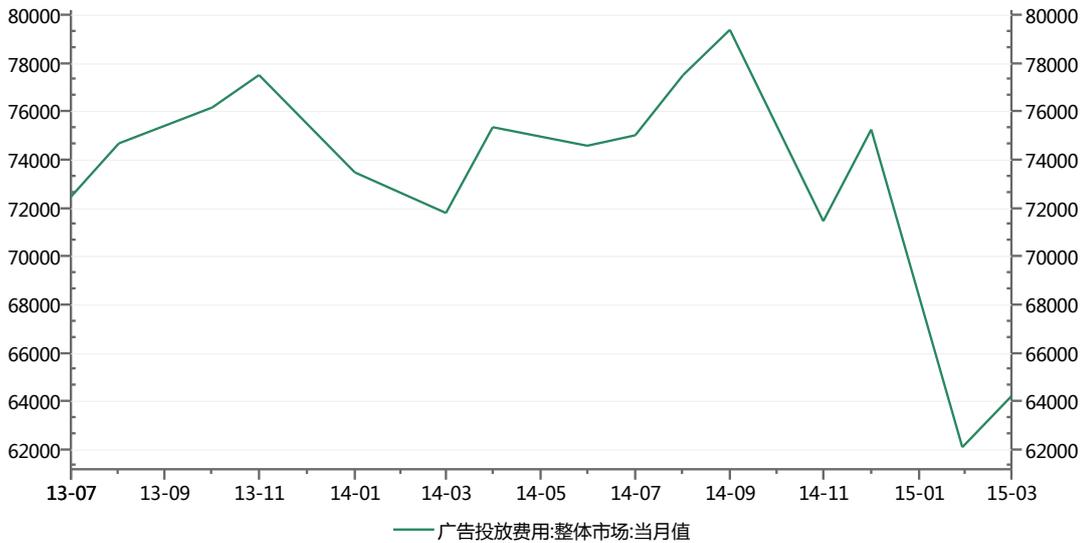
（3）经济新常态下经济发展放缓

正如前文所述，户外广告行业的发展与宏观经济状况息息相关。经济发展态势较好的时候，企业利润较高，对广告的投放也较宽裕。经济发展的速度一旦放缓，企业客户的资金运作能力和对媒体投放的需求和预算也随之收紧，从而导致户外媒体行业业务和利润的减少。

另外，某些在户外广告投放较为集中的产业如果出现整体下滑趋势，也会对户外广告业的运营造成冲击。比如房地产行业的“黄金期”不再延续，汽车行业受到限购制约等因素，都会影响到该行业在户外广告行业的业务往来。

根据 wind 资讯数据可以看出，自 2015 年以来，在全国经济发展放缓情况下，整个市场广告费投入也有一定的下降。

单位：百万元人民币



数据来源:Wind资讯

因此，目前我国经济新常态对户外媒体行业的发展造成不利影响。

（七）行业未来发展方向

行业未来发展方向主要集中在以下方面：

1、二、三线市场发展潜力巨大

就我国的户外广告整体而言，大部分户外广告还是投放在在北上广深等一线城市。一线城市户外广告公司数量不断的增加以及客户需求的不断增长导致了一线城市媒体资源的稀缺，也加大了广告公司获取资源的成本。众多户外广告经营单位面对竞争对手的不断增长和广告资源量的不断减少，将目光投向了二线、三线城市。

随着二、三线城市的城市化进程不断加快，机场、高铁、高速及地铁等交通运输网络逐步发达，居民消费水平不断增高，户外广告行业的客户不断向二线、三线城市扩张，增长率有望爆发式增长。

2、资本运作需求日益增长

随着采购成本增高以及竞争加剧，资本实力已经成为限制户外媒体企业发展和运营的重要障碍。近年来，国外大型广告公司在国内兼并收购本地中小型企业，同时，本地大型广告公司也进行资本运作，加强融资能力，为公司做大

做强做好资金准备。因此，面对日益激烈的市场竞争，广告公司对资本运作的需求日益增长。

3、资源整合凸显重要

就户外广告本行业而言，单个、分散的户外广告资源意义价值并不大。价值难以提升的原因一是单个的广告牌展示效果小，直接导致广告主不愿意投入；二是因为大型品牌客户广告投放计划一般都是多个城市多个广告位整体投放，以便形成最大广告效应。而且大型品牌客户也无暇进行单个广告牌采购。因此，广告公司只有将单个独立的广告牌进行整合，满足客户大规模，多城市投放的需求，才能最大化每个广告牌的价值，也使得大型品牌成为潜在客户。

4、行业集中度不断提高

随着广告行业市场的不断发展与成熟，广告主的规模及素质不断提升，这些都对广告公司自身的专业素质提出了更苛刻的要求。在马太效应影响下，规模较小的广告公司逐渐丧失媒体资源的掌控能力。随着行业对广告公司综合性服务要求的不断提高，广告公司必须拥有更全面的综合素质及高效的反应能力。这些都促使广告行业不断兼并重组，大鱼吃小鱼，形成规模化，行业集中度愈来愈高。

（八）公司所处行业的基本风险特征

1、政策风险

目前，国家及地方政府相关部门针对以往立柱广告牌乱搭乱建，户外广告随意改造等现象出台一系列法律法规，对户外广告媒体设置的内容、位置均作出严格规定，同时也对新增广告牌加强审批。因此户外广告媒体的稀缺性进一步凸显，也加大了企业获取资源的成本。随着行业的不断发展，行业主管部门会适时调整其监管重点和发展方向，如果行业政策发生重大变化将影响户外广告传媒服务企业的经营收益。举例来说，行业主管部门对烟草公司在公共场合发布广告作出限制，则大幅减少烟草行业对广告投放的需求。

因此，政策性调整将给公司的经营带来相关风险。

2、市场竞争风险

自从 2005 年我国放开了外资广告企业进入中国市场的限制后，国际知名广告公司纷纷在国内开展业务。国外知名广告企业理念先进，资金雄厚，给国内广告公司造成较大冲击。同时，我国广告公司通过多年发展，虽然仍存在规模较小，缺乏竞争力，市场占有率偏低等现象，但是也出现了白马广告，分众传媒，大象广告等国内大型广告公司。同时新户外媒体市场的巨大潜力仍在吸引更多的创业者不断加入。

因此我国户外广告行业竞争日益激烈。

（九）公司在竞争中的优势与劣势

1、公司主要竞争对手

公司自成立以来一直专注于为企业客户提供营销传播服务。凭借准确的市场定位、优质的媒介资源，强大的营销及设计团队、完善的服务体系，在区域市场内市场积累了丰富的行业经验和品牌优势。目前，公司主要辐射范围为深圳地区，其中在深圳市及全国范围内主要竞争对手为麦迪逊广告公司、白马广告等。

（1）深圳市麦迪逊广告有限公司

麦迪逊公司创立于 2001 年，多年来获得“中国一级广告企业”、“深圳市重点文化企业”、“中国百强户外媒体供应商”、“中国二十强市区大牌媒体供应商”等荣誉。公司户外媒体网络覆盖深圳、广州及广东地区各主要城市的交通主干道、繁华商业区、高速公路等区域。在媒体开发和创新上，2007 年成功开发建设中国最大的单透包楼广告——深圳招行总行大楼南面（总面积 3240 平方米）；曾拥有亚洲最大的户外包楼媒体——广州中水广场包楼广告（总面积 15655 平方米）。

（2）白马广告媒体有限公司

白马广告媒体有限公司成立于 1986 年，主营候车亭媒体，1998 与 Clear Channel 集团合资经营风神榜，在 2001 年香港主板上市，成为中国内地首家在香港成功上市的广告公司。白马公司是目前国内颇具实力的“4A”广告公司，

曾为 300 多家国内外企业提供广告服务，并成功地操作了浪奇、三星汽车、太阳神、重庆奥妮、维维豆奶、深圳华侨城、中国联通、红塔集团等多家企业和品牌的推广。风神榜候车亭为白马广告自有媒体资源，无代理无中介，一手资源，专业媒体供应商。白马广告的风神榜候车亭资源占据全国 60%以上的份额，以网络式覆盖全国 26 座一二级城市，并且在北京上海广州的候车亭占有率达到 96%以上。

(3) 大贺传媒股份有限公司

大贺传媒股份有限公司成立于 1994 年，中国广告协会副会长单位，目前是国内传媒行业唯一经过认定的高新技术企业，港交所上市。公司在中国大陆、香港等 27 个城市设有 46 家分支机构，1800 多名员工，拥有 20 万平方米的高速公路大牌、市区楼顶大牌、路边景观牌为主的户外媒体资源，分布在江苏、上海、江西、辽宁等十多个省市。

(4) TOM 户外传媒集团

TOM 户外传媒集团是国内排名前五的专业户外广告集团公司，旗下拥有的大型广告牌及单立柱在全国排名第一，媒体资源 30 多万平方米，遍布 60 个城市，在北京、上海、广州、深圳、成都等主要市场设有十六间附属公司，后获得国家级奖项 247 项和国家专利 17 项。

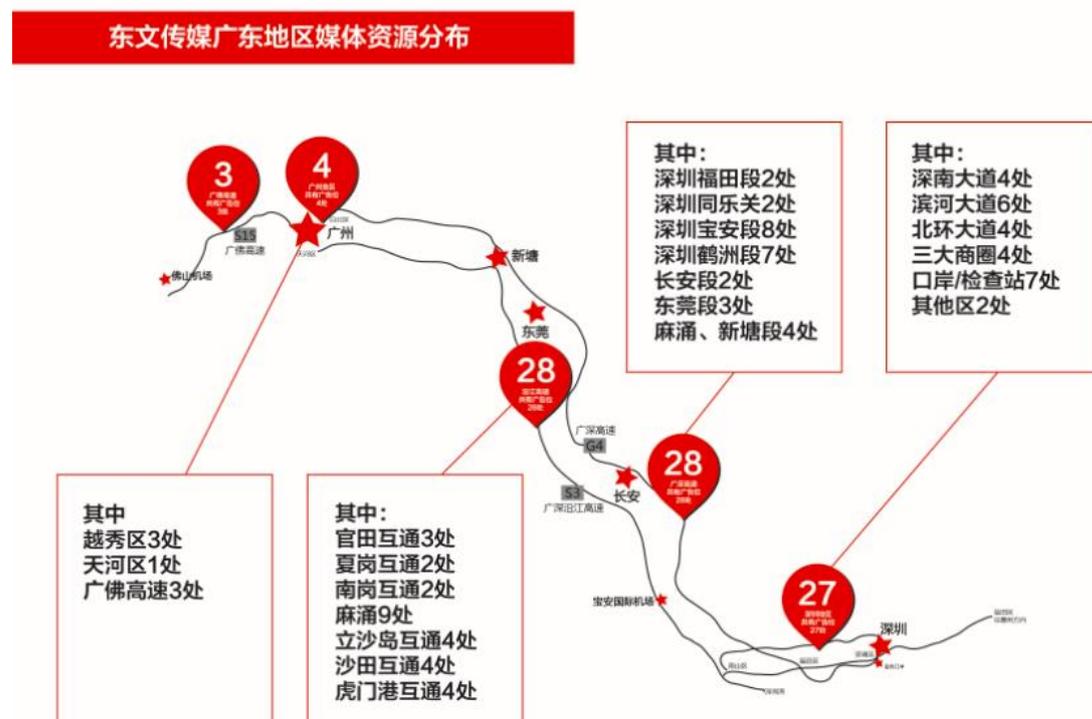
2、公司竞争优势

公司自 2006 年起涉足户外广告行业，通过近 9 年的发展和沉淀，实现了媒体布局的合理性，累积丰富行业经验，与其他同行业公司对比，竞争优势主要表现在媒体资源较多、采购成本较低、客户资源较好及行业知名度较高等以下几个方面：

(1) 资源及成本优势

丰富稳定的媒介资源是广告公司实力的重要标志。目前公司在深圳市区各主干道（深南大道、滨河大道、北环大道）、深圳商业区和口岸、广深高速、广佛高速等地拥有自有媒体资源，全国其它地区也均涉足广告代理服务，户外媒体发布总面积达 2.5 万平方米。公司的媒体资源具有一定的独特性和稀缺性，尤其是

自有媒体资源网络的搭建，前期需要时间及资金的沉淀，不可替代性较高。因此，公司的优质媒体资源优势突出。下图较为直观的展示了公司户外广告媒体所处的发布位置。



另外，公司于 2006 年设立并开始运营，进入市场时间早也意味着公司多年前获取媒体资源的成本较低，公司一般签署中长期合同，因此在成本方面有较大优势。

优质的广告媒体资源和极具竞争力的价格优势是公司经营的两个关键要素，因此公司相比较其他同行业公司，资源储备及成本优势较大。

(2) 较高的资质与品牌知名度优势

目前，公司逐渐积累了大量客户和成功案例，也在客户之间形成良好口碑。另外，公司近十年来专注户外大牌，而且对媒体质量高要求，也形成了公司只运营优质户外大牌媒体的行业口碑。2014 年 10 月公司荣获“广东一级广告企业”（媒体服务类）资质。同时公司倾力打造最为完备的户外媒介投放平台，自有媒体网站运营平台 OMEBUY（户外媒体采购网），凭借专业的媒体整合投放经验，秉承创新、共赢、融合的服务理念，根据客户的要求提供精细化的服务，为客户

创造深度品牌价值。

公司在日常经营中，并不只是简单的购入媒体资源并进行销售，而是会结合广告主实际情况，对广告牌进行创意设计并改造，增加附加值，增强视觉冲击效果，从而获得巨大成功。一个成功的案例设计，不仅使公司单笔合同利润率提高，也大大增加了公司知名度及形象。

随着公司对行业及客户需求理解程度的不断加深，公司的市场占有率也在不断提高。

（3）客户资源优势

多年的行业沉淀使得公司拥有较多的客户资源，局部的垄断使得公司拥有了面对媒体主及广告主的议价能力，利润进一步得到保证。东文传媒现阶段拥有近百位国内外知名品牌客户，在提升客户粘性以及强化客户需求深挖这方面，东文传媒始终秉承“精诚服务，客户为上”的理念，最大程度的维系老客户，展开深度合作，并致力成为客户的全国媒体投放服务企业。

目前，东文传媒有较为丰富的经验为客户提供整合服务，成功的整合案例有东风本田（15个城市）、东风风神（8个城市）、玫琳凯（12个城市）、怡宝（15个城市）、中国安防（4个城市）等，自有媒体的续签率达70%，东风本田、玫琳凯与中国安防已同公司保持了3年以上的合作关系，有力地保障了公司发展的持续性。另外，客户资源的丰富也减轻了某一特定行业广告主需求的增减给公司带来的影响。



（4）创新能力

在被移动互联包裹的今天，传统户外广告表现形式的吸引力、被关注度及达到率都会大打折扣。公司总结近十年来的经营经验，创立了具有自己特色的“户外创意视界”运营理念，打造“老树发新芽模式”，利用新元素及思维改变原媒体单一、陈旧及关注度不高的局面，开拓出新颖媒体，紧紧把握住户外广告发展新趋势。

公司根据客户需求，加入新兴技术进行创意设计改造，将广告位包装、打造成艺术品，高度吸引受众眼球，极具视觉冲击力，最大化实现广告效果，最大化媒体资源的增值，提高了公司销售利润。

同乐检查站落地大牌设计改造是公司改造的一个很好案例。经公司的重新改造，以落地电视大屏幕的创意形象吸引受众眼球，在车流量大的关口区域，成为了极具典范的标志性景观媒体，提升客户品牌活力，也提高了东文传媒的知名度，随之广告位价格也大幅上涨。对于这类交通要塞处不可替代的广告媒体，属于公司打造视觉创意的重点范畴。



产品展示：同乐关广告位改造前（左）后（右）对比

3、公司存在的劣势

（1）融资手段单一

公司所处行业为资金密集型行业。公司在近两年进入快速扩张期，不仅在深圳市区加快购入广告牌等媒体资源，同时计划在全国部分大中城市成立多家分公

公司及子公司，逐步进行媒体资源网络建设，积极参与全国各地招投标业务。随着市场开拓力度的加大，公司主营业务需要发展资金不断投入支持。另一方面，公司对客户实施分期付款，随着公司营业收入增加，客观导致应收账款余额较大。

由于广告行业属于轻资产行业，较难通过抵押资产来获得银行授信审批和商业信用融资，因此公司融资渠道较为有限，主要通过公司自有累积和股东投入获取资金，对公司进一步扩大生产规模，增加市场份额等造成一定的影响，成为限制公司经营规模扩张的瓶颈。

应对措施：随着公司业务进入快速发展期，融资能力强弱对公司实现跨越式发展起到至关重要的作用。公司将根据不同发展阶段的需要，拓展融资渠道，优化资本结构，以股票在全国中小企业股份转让系统挂牌为契机，利用资本市场融资功能，不断拓展新的股权和债权融资渠道，为公司长远发展提供资金支持，实现股东价值最大化。

(2) 销售市场过于集中

目前公司广告资源集中于深圳市区“黄金三线”、广深高速以及沿江高速。作为深圳本地资源量、市场规模都稳居前列的广告公司，较好的满足了深圳本地广告主的广告投放需求。但公司在与全国性大型品牌进行合作时，在满足客户在全国范围内多个城市的广告投放需求上仍有欠缺，对全国媒体资源市场的掌控能力有待加强。同样，过多的依赖深圳市场表现也对公司运营的平稳性造成影响。

应对措施：公司目前正逐步开发深圳以外其他地区的市场，目前公司已成立武汉分公司、上海洪基，浙江东文用以开拓武汉、上海、浙江的市场，并计划2018年前在全国成立多家分、子公司。

七、公司的战略规划

(一) 产品现状及未来发展趋势

经过九年的发展，深圳东文现已成为华南地区户外媒体行业的领军企业。东文传媒本着“东道之谊，文贵天成”的核心价值观；“诚信为先，服务至全”的服务理念，运用较强的策划能力、整合能力及新媒体观，在社会各界树立了良好的企

业品牌形象，建立了良好的公关通道，与国内各大主流媒体公司、以及相邻行业都保持密切合作关系，已形成规模化、集群化的客户资源网络。

公司媒体开发目前秉持两条原则：一是注重市区“黄金三条线”的开发，二是注目客流密集，投放最为集中的广深高速线并国际机场。

深圳市内，公司将媒体阵地主要定位于高端“黄金三线”（深南大道、滨河大道以及北环大道），并在港深通关口岸及其他黄金地段拥有丰富媒体资源。另外，公司将客户更为集中的广深高速作为公司拓展的最重要平台，目前公司在广深高速的资源位居各家之首，其中福田-机场段这一黄金地段广告牌拥有率超过60%，形成局部垄断优势。目前公司在深圳户外大牌广告市场占有率稳居前列。

全国范围内，公司在广州市区、武汉市区等城市布局，对自有媒体资源进行补充。另外，公司对全国大中型城市机场高速的开发正在如火如荼的进行中，目前已经与武汉机场高速达成意向，拟签署为期十五年的长期经营权租赁合同，为公司未来发展奠定坚实基础。

（二）销售现状及未来发展趋势

目前公司销售情况良好。销售部门下设A、B两个组，并由销售总监统一协调进行客户开发、客户分配。由于公司在户外广告市场经营多年，具有一定议价能力，因此报价高出其余竞争对手10%-15%，保证了公司的利润率。公司与东风本田、宝马等大型品牌形成长期良好合作关系，保证了媒体资源的续约率，提升公司整体形象。

对于广告公司来说，拥有户外媒体资源的多少是衡量其实力的重要标准之一。根据自身拥有的丰富的媒体资源的种类及特点，公司可以结合客户需求提供各种类型，各个地段的广告发布服务，为其提供最为合适的广告服务。

近年来，随着公司自有媒体数量的提高，截至2015年9月，公司已经上画的广告牌有60余块，具体情况如下：

序号	媒体位置	现发布客户	历史客户
1	深南东路全季酒店东面墙体(罗湖)	爱康国宾体检	松下电器、国窖1573、国密董酒、SOHU、一半山地产、尚爵酒业、中

			英街壹号、东本杰德、中海地产、星都豪庭、运发御景兰庭、天峦湖
2	深南中路与华强路交汇处风亭广告	九周年	宝马汽车、上海通用、东风本田、东风悦达起亚、银华基金、天梭手表、联邦快递、SOHU、东本杰德、捷豹、金地地产、万科地产
3	深南大道福田大厦北面、西面	omebuy	东风日产
4	深南东路金城大厦墙体东北方向（罗湖）	omebuy	农商行、东风本田
5	滨河大道怡兴苑大厦二栋西面墙体（福田）	天峦湖	邦德教育、永年普洱、汇联金融服务
6	滨河路裕晖大厦西面墙体（罗湖）	宝马 mini	安琪食品，合正东部湾，东本、中英街一号
7	滨河大道滨河新洲立交东北侧三面立柱	海岸中心	香江地产（中洲控股）、星河地产
8	滨河大道滨河新洲立交东南侧三面立柱	卓越	友盛地产、海岸中心
9	滨河大道外运大厦东面楼顶广告位	鹏广达	东风风神雅兰床垫鹏金所
10	滨河大道外运大厦西面楼顶广告位	鹏广达	奥迪汽车雅兰床垫鹏金所
11	北环大道与月亮湾天桥交汇处双面立柱（南山）	机场地产	中国信达、中海地产、雅居乐、万家兄弟、建安、碧桂园
12	北环大道深圳汽车站银湖大厦东面墙体（罗湖）	九周年	东本、纳智捷、雅居乐、星河地产
13	北环大道深圳汽车站银湖大厦西面墙体（罗湖）	九周年	天格融通、东风日产、中银信地产、捷和汽车、汇联金融服务、中英街壹号、雅居乐地产
14	北环大道与广深高速三面立交（K107+000）	新豪方地产	一汽丰田
15	南山区光彩新世纪裙楼二楼广告位	九周年	北京银行、汇联金融、前海汇联、MINI、宝马、东本杰德、慈铭体检
16	东门华佳广场	碧桂园	奥迪汽车、星都豪庭、运发御景兰

			庭、中国电信
17	皇岗口岸桥头立柱	招租	汇联金融服务、克莱斯勒汽车、东部华侨城
18	皇岗龙门架	碧桂园	雅居乐、生命人寿、东本杰德
19	白芒检查站前沙河西路南行	九周年	
20	白芒检查站 M0	创维	锐拓显示、创维
21	布吉检查站 D1	尚水天成	深圳农商行
22	布吉检查站 D2	荣德集团	佳兆业地产、龙岗大道 1 号、横岗 138 工业区项目
23	北行 K91+850 双面立柱（鹤州）	元征科技	中国安防、兰江地产、科勒、路虎
24	南行 K92+000 双面立柱（鹤州）	世博家居	科勒、中国人寿、兰江地产、中国安防、宝马
25	南行 K92+500 双面立柱（鹤州）	东本	国泰君安、中国信达
26	北行 K93+000 双面立柱（鹤洲）	中州证券	新牌
27	北行 K94+210 双面立柱（鹤州）	宜保通	招商证券、箭牌卫浴
28	北行 K94+730 双面立柱（鹤州）	极草	爱迪尔珠宝、建装业集团、尚爵酒业、中海地产
29	南行 K96+500 双面立柱（宝安）	鹏金所	奥迪汽车、东风本田
30	北行 K97+100 双面立柱（宝安）	卓宝	宜保通
31	北行 K97+700 双面立柱（宝安）	雅兰床垫	江苏银行、青岛啤酒、建装业集团、前海人寿
32	南行 K97+900 三面立柱(宝安出口)	科勒	太平保险、中国银行、聚成股份、汇联金融、生命人寿
33	南行 K98+250 双面立柱(宝安出口)	世博家居	太平保险、东风本田、马自达、深蓝会、东风裕隆纳智捷
34	南行 K98+450 双面立柱(宝安出口)	大疆科技	北京银行、联合金融、中海地产、融金宝
35	北行 K98+500 三面立柱(宝安出口)	SOHO 艺峦	招商地产、中海地产、东风本田、拓万地产、大疆科技
36	北行 K99+000 双面立柱（宝安）	omebuy	横岗眼镜
37	北行 K102+000 同乐广场入口	现代汽车	新牌
38	南行 K106+700 双面立柱(福田)	史密斯热水器	汇联金融服务、雪花啤酒、朗华供应链、科勒

39	北行 K107+000 三面立柱	新豪方地产	一汽丰田
40	南行 K61+200 双面立柱(太平立交)	九周年	新牌
41	同乐广场北行出关关口落地牌	公益	航盛电子
42	鹤洲收费站出口处阳光工业园楼顶大牌	公益	新牌
43	沿江高速 K26+600(立沙岛)双面立柱	鼎湖山泉	
44	黄埔大道富兴商贸大厦-西塔墙身	东本	科勒
45	广州正佳大厦	玫琳凯	玫琳凯
46	广州环市东路(亚洲大酒店旁)财厅东墙面	omebuy	中海地产、大一山庄、冬虫夏草、广物山海名门、东风本田
47	天河广场	东本·	一汽-大众、路虎、美标卫浴、中国联通
48	广州新塘立交段 K19+500(三面立柱)-南行	九周年	建设银行、广发证券、汾酒、世界鞋业基地、木工展
49	广州段 K20+300(新塘立交出口三叉位)-北行	极草	汾酒、世界鞋业基地
51	广州新塘立交段 K20+500--南行	极草	洋河、中国梦梦之蓝、世界鞋业基地、中国(天津)国际家居展览会、东本(杰德)
52	东莞段 K25+650(麻涌)-南行	美的	罗浮宫家具、世界鞋业基地
53	北行 K47+400 双面立柱(厚街)	世博家居	新牌
54	南行 K47+100 双面立柱(厚街)	世博家居	新牌
55	广深 K68+550 长安立交南行	九华山酒	新牌
56	广深 K32+000 望牛墩立交北行	世博家居	新牌
57	罗沙路斯比泰电子北面墙体	碧桂园	乐安居、中英街壹号、京基地产
57	机荷高速公路鹤州段 K410.68	银泰科技	雅居乐
58	南行 K01+280 双面立柱(泌冲立交)	九周年	罗浮宫家具
59	北行 K01+880 双面立柱(泌冲立交)	九周年	洋河酒业、大众 CC

60	广佛高速沙贝立交桥西面 K00+000	鼎湖山泉	新牌
61	长沙解放路与黄兴路交汇处东 南角三面翻	东风本田	东风本田

未来公司销售部门在人力资源方面计划扩充至 3 个销售小组, 每组下辖 8-10 人, 进一步加大销售力度, 对新老客户进行促销优惠。未来销售发展模式在两个地方同时发力。一是主动培养全国性品牌, 依据全国性大客户需求, 开展全国媒体资源整合及代理业务。二是继续深挖本地中小企业, 开拓本地品牌客户, 分析客户特征, 有针对性的提高媒体资源利用率, 尽快降低公司媒体资源空置率。

（三）公司总体未来战略规划

公司自成立以来一直专注运作深圳市场九年，在当地具有较高的知名度和运作能力，属于深圳地区龙头企业。按照国家工商行政管理局定义，公司具有提供设计制作和全面代理服务的能力，有与广告经营范围相适应的经营管理人员、策划设计人员、制作人员、市场调查人员、财会人员，有与广告设计、制作、代理业务相适应的资金、设备和经营场所有与广告经营范围相适应的经营机构及广告经营管理制度及专职广告审查人员，已经成为一家综合型广告企业。

公司本身客户资源较为优质，多为全国性知名品牌，对全国范围内的广告投放有较强需求。而公司目前尚未形成以深圳市场为依托，辐射全国的营销格局。公司营销网络的建设与完善程度与公司的整体实力不相符，公司应加大营销团队的建设和销售渠道的拓展。

未来几年，东文传媒的发展目标是要打造成为具有全国竞争力和华南最有影响力的户外广告运营企业，成为全国极具代表性的以创意为主导的综合型媒体公司，致力于成为户外媒体行业的领航企业，形成以华南为中轴，向华中华东区域覆盖，通过武汉，宁波，上海等地去拓展媒介占有，形成市区核心，机场高速与城市高铁相兼容的立体、多维的城市景观媒体格局。

公司未来准备以如下四个方向作为拓展业务的抓手，运用成熟的媒体运营基础，将成功经验复制到全国。

- 1、大力连接城市黄金纽带，打造高速传媒第一品牌。
- 2、把控城市要塞，开启城市主干道媒体整合模式。
- 3、延伸至高铁传媒领域，掌控科技生活的户外传播风向标。
- 4、覆盖都市生活商圈媒体，最大化贴近受众人群。

为了满足公司未来战略规划，公司拟从以下方面加强措施。

- 1、巩固媒体资源：不断地开发和采购优质的户外媒体资源，并获取长期的经营权，最大程度提高自有媒体的市场覆盖率，巩固东文传媒资源型运营商的市场主导地位。

东文传媒主要是通过开发、收购、并购等方式取得户外媒体资源的经营资格，经营期限一般在 3 年以上。由于户外媒体资源的不可替代性强，长期占据主要干道和繁华商圈的广告位，能确保自有媒体资源的稳定、升值。另一方面，开发具有较大升值潜力的广告位并长期经营，能最大化丰富媒体资源库。拥有稳定的资源即是拥有核心竞争力，提高市场覆盖率即能影响市场定价。保持强而有力的媒体开发，扩充优质而稳定的媒体资源，是东文传媒发展规划中的重要目标。良好的媒体运营，会给业主方带来强有力的资金保障，这样对于深化合作起到事半功倍的作用。

2、优化媒体平台：互联网思维与传统媒体运营模式相结合，快速、高效的整合全国户外媒体，辅助媒体开发工作及客户全国性媒体投放的代理与整合工作。

东文传媒旗下拥有深圳东文广告有限公司、广东东文广告有限公司，广东东文广告有限公司武汉分公司，上海洪基文化传媒有限公司，便于公司开展全国范围内的媒体开发工作以及客户服务工作。

在当下以互联网科技为主导的智能时代里，东文传媒着眼于未来，运用互联网思维，投资研发了独立运营的“OMebuy”全媒体运营平台，意在通过线上平台，更高效的网罗全国媒体资源，为媒体开发工作及客户全国性媒体投放的代理业务提供强有力的平台支撑。

除此之外，东文传媒还十分注重对业务精英人才的引入、培养和激励，受益于公司良好的团队氛围和公司文化，公司目前拥有一支精炼的、忠诚的业务团队。

第三节 公司治理

一、公司股东大会、董事会、监事会制度的建立及运行情况

自公司成立以来，公司依据《公司法》、《公司章程》的相关规定陆续设立了董事会、监事会，按照规范化公司治理的要求完善了相关制度，同时建立《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等，对三会召开的程序、表决方式等内容进行了进一步细化，并设置了相关职位负责三会召开的组织工作。

自股份公司成立以来，公司严格按照《公司法》、《公司章程》等法律法规的规定召开股东会、董事会、监事会等会议，公司三会会议召开程序、决议内容没有违反《公司法》、《公司章程》及“三会议事规则”等规定的情形，也没有损害股东、债权人及第三人合法利益的情况，会议程序规范、会议记录完整。公司通过制定《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》以及《监事会议事规则》，进一步完善了公司的重大事项分层决策制度。公司“三会”的相关人员均符合《公司法》的任职要求，能按照“三会”意识规则独立、勤勉、诚信地履行职责及义务。公司股东大会和董事会能够依相关规定对公司重大决策事项作出决议，保证公司的正常及有序发展。公司监事会能够较好地履行对公司财务状况及董事、高级管理人员的监督职责，保证公司治理的合法合规。

公司在后续的治理实践中，将继续严格执行相关法律法规、《公司章程》、各项内部管理制度，继续强化董事、监事及高级管理人员在公司治理和规范运作等方面的理解能力和执行能力，使其勤勉尽责，使公司治理更加规范和完善。

二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估

公司现行董事会由刘卫彪、涂东、范宁、何剑遥、申长久 5 名董事组成，其中刘卫彪为董事长，涂东为副董事长，范宁为董事兼总经理，何剑遥为董事、董事会秘书兼副总经理。公司根据《公司法》、《证券法》、《非上市公众公司监督管理办法》等法律法规及规范性文件的要求，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》以及《监事会议事规则》、《对外担保决策制度》、《投

资决策管理制度》、《关联交易管理制度》、《内部审计制度》等内部制度，从制度层面保障公司治理的规范性和有效性，能够有效地保障、保证公司股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权。同时，保证了公司治理机制的规范和有效运行。

（一）股东权利的保障情况

根据《公司章程》，股东享有包括知情权、参与权、质询权、表决权和利益分配权等股东权利。《公司章程》第三十三条规定了股东的知情权、参与权、质询权、表决权和利益分配权：“公司股东享有下列权利：（一）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（二）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（三）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（四）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（五）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（六）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（七）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（八）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。”另外，《公司章程》对股东的撤销权、诉讼权、股东大会的召集权、提案权等权利作出了明确的规定。

（二）投资者关系管理制度

公司《投资者关系管理办法》规定了投资者关系管理的内容、方式及开展投资者关系活动的工作程序。

根据公司《投资者关系管理办法》规定：“投资者关系管理中公司与投资者沟通的内容：（一）发展战略，包括公司的发展方向、发展规划、竞争策略和经营方针等；（二）法定信息披露及其说明，包括定期报告和临时公告等；（三）依法可以披露的经营管理信息，包括生产经营状况、财务状况、新产品或新技术的研究开发、经营业绩、股利分配等；（四）依法可以披露的重大事项，包括公司的重大投资及其变化、资产重组、收购兼并、对外合作、对外担保、重大合同、关联交易、重大诉讼或仲裁、管理层变动以及控股股东变化等信息；（五）企业文化建设；（六）投资者关心的其它信息。”

“开展投资者关系活动的工作程序：（一）信息披露工作程序：公司应严格按照《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则（试行）》规定的信息披露工作程序，编制定期报告和临时报告，经必要的审核程序后，方可对外披露。

（二）其他投资者关系活动工作程序：公司领导参加研讨会、业绩说明会、新闻发布会等投资者关系活动，由各职能部门配合提供相关材料，董事会秘书牵头组织整理编写会谈材料，由公司领导审定。在日常接待证券分析师、基金经理、财经媒体及个人投资者时，投资者关系管理工作人员可要求公司各职能部门给予配合提供有关资料。投资者关系活动中披露的信息尺度应严格遵循公司的统一口径，必要时应经公司内部会议统一意见后再进行披露。”

此外公司股东大会通过了《投资者关系管理办法》对规则进行细化，对投资者管理工作内容、主管部门和负责人的职责、组织形式等内容做出了具体规定。

（三）纠纷解决机制

《公司章程》第四章第三十六条规定：“董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，连续180日以上单独或合并持有公司1%以上股份的股东有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼。

监事会、董事会收到前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到请求之日起30日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼。

他人侵犯公司合法权益，给公司造成损失的，本条第一款规定的股东可以依照前两款的规定向人民法院提起诉讼。”

第三十七条规定：“董事、高级管理人员违反法律、行政法规或者本章程的规定，损害股东利益的，股东可以向人民法院提起诉讼。”

（四）表决权回避制度

《公司章程》第八十二条明确规定了关联股东表决回避制度：“股东大会审

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

在对有关关联交易事项进行表决前，会议主持人应向出席会议的股东说明公司章程规定的关联股东回避制度并宣布需回避表决的关联股东的名称。需回避表决的关联股东不应参与投票表决，如该关联股东参与投票表决的，该表决票作为无效票处理”。

《公司章程》第一百二十一条明确规定了关联董事回避制度：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其它董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足三人的，应将该事项提交股东大会审议。”

公司《关联交易管理制度》中规定：“关联董事包括下列董事或者具有下列情形之一的董事：（一）交易对方；（二）在交易对方任职，或在能直接或间接控制该交易对方的法人或其他组织、该交易对方直接或间接控制的法人或其他组织任职；（三）拥有交易对方的直接或间接控制权的；（四）交易对方或者其直接或间接控制人的关系密切的家庭成员（具体范围参见本制度第四条第三款第（四）项的规定）；（五）交易对方或者其直接或间接控制人的董事、监事和高级管理人员的关系密切的家庭成员（具体范围参见本制度第四条第三款第（四）项的规定）；（六）中国证监会、证券交易所或者本公司认定的因其他原因使其独立的商业判断可能受到影响的人士。” 对公司关联董事进行了具体界定。

此外，公司的《关联交易管理制度》规定，关联股东和董事应在股东大会、董事会表决关联事项时回避。

（五）财务管理、风险控制相关的内部管理制度

公司建立了《内部审计制度》、《审计委员会工作细则》，以加强内部审计监督工作，公司审计部在董事会的直接领导下行使审计职权，并向董事会报告工作。审计部在实施审计工作中，主要行使以下职权：根据内审工作需要，要求报送有

关生产、经营、财务收支计划，预算执行情况、决算、会计报表和其他有关文件资料；审核有关的报表、凭证、账簿、预算、决算、合同、协议，查阅有关文件和资料、现场勘查实物；参加有关会议，组织成员企业召开与审计有关的会议；参与研究制定有关的规章制度；提出纠正处理违法、违规行为的意见以及改进经营管理、提高经济效益的建议；对因违法、违规行为给公司造成严重损失的直接责任人员，提出处理意见，并报公司董事会。对于重大违法、违规事项，由公司董事会决定交与执法机关处理。内部审计人员应当严格遵守审计职业道德规范，坚持原则、客观公正、恪尽职守、保持廉洁、保守秘密，不得滥用职权，徇私舞弊，泄露秘密，玩忽职守。充分行使自己的职权，以保护公司和股东及其他利益相关者的合法权益。

公司制定了一系列与财务管理和风险控制相关的内部管理制度，包括《对外担保决策制度》、《投资决策管理制度》、《关联交易管理制度》、《内部审计制度》、《财务管理制度》、《销售管理制度》、《采购管理制度》、《办公室管理制度》等，对公司财务、生产、销售、采购、内部审计、人力资源管理各环节进行了规范，确保各项工作能有序进行。

总体而言，董事会对公司治理机制的执行情况讨论认为，公司现有的治理机制能够有效地提高公司治理水平和决策质量、有效地识别和控制经营管理中的重大风险，能够给所有股东提供合适的保护以及保障股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利，便于接受投资者及社会公众的监督，符合公司发展的要求。

三、公司及控股股东、实际控制人最近两年内存在的重大违法违规及受处罚情况

股份公司已依法建立股东大会、董事会、监事会等制度，自设立以来严格遵守国家法律法规，合法生产经营。报告期内，公司严格按照《公司章程》及《公司法》和相关法律法规的规定开展经营活动，不存在因违法违规经营而被工商、税务、社保、环保等部门处罚的情况，也不存在重大违法违规行为。

公司控股股东、实际控制人报告期内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。

四、公司涉及的诉讼、仲裁情况

公司报告期内及报告期后，存在部分经济诉讼案件，主要为广告发布合同涉及到的发布费等合同纠纷。

其中已结案案件具体情况如下：

案号	原告	被告	立案时间	结案时间	诉讼结果
(2014)深福法民二初字第07441号	武汉元唐户外广告有限公司	武汉金驿道、深圳东文	2014-09-09	2014-10-11	诉讼结案
(2014)深福法民二初字第07507号	深圳东文	安防投资(中国)有限公司	2014-09-16	2014-12-13	深圳东文撤诉
(2015)深罗法民二初字第00050号	深圳东文	深圳市光华活彩传媒有限公司	2014-12-23	2015-05-21	已结案，要求光华活彩支付深圳东文发布费及滞纳金共计27.37万元。
(2015)深福法民二初字第03609号	深圳东文	安防投资(中国)有限公司	2015-03-09	2015-06-15	诉讼结案
(2015)深福法民二初字第13523号	河北思动广告有限公司	广东东文	2015-09-21	2015-12-08	思动广告撤诉，案件结案。
(2015)天民初字第03704号	湖南东怡文化传播有限公司	东文传媒	2015-09-02	2015-12-16	东文传媒支付发布费9.79万元。

仍在审理中案件情况如下：

案号	原告	被告	立案时间	结案时间	诉讼结果
(2015)深福法民	深圳华强	深圳东文	2015-04-03	-	原告要求被

案号	原告	被告	立案时间	结案时间	诉讼结果
三初字第 00694 号	实业股份有限公司				告支付广告发布费及违约金共计 27.34 万元。
(2015)深福法民三初字第 01281 号	深圳华强电子世界管理有限公司	深圳东文	2015-06-10	-	原告要求被告支付管理费及违约金共计 9.75 万元。
-	广东东文	博润广告传媒江苏有限公司	2015-09-17	-	原告要求博润广告支付广告费 145.3 万元。案件正在审理中。
(2015)深福法民三初字第 02323 号	东文传媒	深圳市雷圳房地产开发有限公司	2015-11-10	-	原告请求终止理应与被告 2015 年 3 月结束的合同。

从上表可以看出，目前公司再审诉讼案件中，除广东东文以原告身份对博润广告传媒江苏有限公司提起诉讼涉案金额145.3万元之外，其他诉讼案件涉案金额均较小。从整体上看，该部分诉讼案件对公司日常经营及未来持续经营不会造成重大影响。

五、公司报告期内对外担保、委托理财、关联交易等重要事项

（一）公司对外担保

《公司章程》第四十二条明确规定了公司的对外担保事项的决策机制：“第四十二条 公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：（一）公司及其控股子公司的对外担保总额超过最近一期经审计净资产50%以后提供的任何担保；（二）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的30%；（三）

为资产负债率超过70%的担保对象提供的担保；（四）单笔担保额超过最近一期经审计净资产10%的担保；（五）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的50%且绝对金额超过3000万元；（六）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。董事会审议上述担保事项时，应经出席董事会会议的三分之二以上董事审议通过。”

此外，为了维护投资者的合法权益，规范公司对外担保行为，有效控制公司资产运营风险，保证公司资产安全，促进公司健康稳定地发展，根据《公司法》、《担保法》等有关法律、法规和《公司章程》的规定，公司专门制定了《对外担保决策制度》。详细规定了公司对外担保的原则、审议权限及管理机构等事项。

1、公司对外担保须遵循的原则

《对外担保决策制度》第五条规定了公司对外担保的统一原则：“公司对外担保应遵守下列基本规定：（一）遵守《公司法》、《担保法》和其他相关法律、法规，并符合《公司章程》有关担保的规定；（二）遵循平等、自愿、公平、诚信、互利的原则，拒绝强令为他人提供担保的行为；（三）对外担保实行统一管理，公司的分支机构不得对外提供担保。未经公司批准，子公司不得对外提供担保，不得相互提供担保；（四）对外担保必须要求被担保人提供反担保等必要的防范措施，且反担保的提供方应当具有实际承担能力；（五）任何对外担保，应当取得股东大会或董事会的批准。”

2、对外担保的审议权限

《对外担保决策制度》第十三条，明确规定了股东大会在对外担保这一事项的审议权限：“下列对外担保须经股东大会审议通过：（一）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；（二）公司及其控股子公司的对外担保总额，达到或超过公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；（三）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；（四）公司连续 12 个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产 30%以后提供的任何担保；（五）公司连续 12 个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过 5,000.00 万元人民币的担保；（六）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；（七）法律法规或本章程规定的其他担保情形。

股东大会审议连续 12 个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30% 以后提供的任何担保事项时，应经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。”

3、公司对外担保管理机构

《对外担保决策制度》第二十六条，明确规定了公司的对外担保管理机构：“（一）公司财务部门为对外担保的职能管理部门，根据分级授权和条线管理的原则，各部门管理范围内的被担保对象担保申请的受理、资信调查、担保风险等事项均由各部门负责初审与管理，并形成正式材料上报财务部门复审。公司直接受理的对外担保事项由财务部门负责受理、审查与管理。

（二）董事会秘书负责有关文件的法律审查、核查反担保措施的落实、履行担保责任后的追偿、追究违反本办法部门或人员的责任。”

4、报告期内公司对外担保情况

报告期内，深圳东文不存在对外担保情况。

（二）委托理财

根据《公司章程》相关规定：“公司在对外投资、收购出售资产、资产抵押、委托理财、关联交易时，总经理具有相应权限，超过相应权限的，应按程序提交董事会或股东大会审议批准。”

“董事会在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项。”

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

报告期内，公司不存在委托理财等事项。

（三）关联交易

《公司章程》第三十七条规定：“公司进行关联交易应当遵循平等、自愿、

等价、有偿的原则，保证交易公平、公允，维护公司的合法权益，根据法律、行政法规、中国证监会的规定和公司章程，履行相应的审议程序。

公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司和公司其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。”

第八十二条规定了关联股东的表决权回避制度。内容详见本公开转让说明书之“第三节公司治理”之“二、公司董事会对于公司治理机制执行情况的评估”之“（四）表决权回避制度”。

《公司章程》第一百二十五条，规定公司在关联交易时，总经理有相应权限，超过相应权限的，应按程序提交董事会或股东大会审议批准。同时，第一百零六条规定，董事会应当确定关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序。

此外，为了维护公司所有股东的合法利益，保证公司与关联方之间的关联交易符合公平、公正、公开的原则，根据中国证券监督管理委员会有关规范关联交易的规范性文件、《企业会计准则第36号——关联方披露》和《公司章程》的规定，公司制定了《关联交易管理制度》。

深圳东文的《关联交易管理制度》具体界定了关联交易、关联人及关联关系，详细规定了公司关联交易应遵循的原则、关联交易价格的确定和管理机制以及关联交易的审议权限。

1、公司关联交易遵循的原则

《关联交易管理制度》第二条：“公司的关联交易应遵循以下基本原则：（一）诚实信用的原则；（二）不损害公司及非关联股东合法权益的原则；（三）关联股东及董事回避原则；（四）关联交易遵循市场公正、公平、公开的原则。关联交易的价格或取费原则上不偏离市场独立第三方的标准，对于难以比较市场价格或订价受到限制的关联交易，通过合同明确有关成本和利润的标准。”

2、公司关联交易价格的确定和管理机制

《关联交易管理制度》第七条：“（一）关联交易应遵循商业原则，关联交易的定价主要遵循市场价格的原则；如果没有市场价格，按照成本加成定价；如果既没有市场价格或政府有关部门批准的价格，也不适合采用成本加成价的，按照协议价定价；

（二）交易双方根据关联交易事项的具体情况确定定价方法，并在相关的关联交易协议附件中予以明确，主要方法包括：1、市场价：以市场价为准确定商品或劳务的价格及费率，且最终的定价与公司与市场独立第三方的价格或收费标准的偏离值不得超过5%；2、成本加成价：在交易的商品或劳务的成本基础上加合理利润确定交易价格及费率；3、协议价：由交易双方协商确定价格及费率；4、政府审批价：各级政府物价部门批准特殊部门或行业的服务或产品的价格和费率。”

第八条规定了关联交易价格的管理机制：“（一）交易双方应依据关联交易协议中约定的价格和实际交易数量计算交易价款，按关联交易协议当中约定的支付方式和支付时间支付；

（二）每年度结束后，公司各有关部门应将上年度各项关联交易的综合情况以书面形式向公司董事会报告；

（三）公司财务和审计部门应对公司关联交易事项的价格及成本变动情况进行跟踪，并将变动情况及时通报各拟订和履行关联交易的部门，有关部门根据关联交易协议中的相关约定做好履行工作。”

3、公司关联交易的决策权限

《关联交易管理制度》第九条规定了关联交易的决策权限：“（一）公司与关联人发生的交易金额在人民币3,000.00万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易，经由公司董事会审议通过后提交股东大会审议，该关联交易在获得公司股东大会审议批准后方可实施，但公司获赠现金资产和接受担保除外。

（二）除应提交股东大会审议之外的关联交易，由董事会审议批准后实施，

其中：公司与关联自然人发生的交易金额低于30.00万元人民币的关联交易，公司与关联法人发生的交易金额低于人民币300.00万元，或交易金额在300.00万元以上但占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以下的关联交易，由董事会授权公司总经理决定；

（三）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于300.00万元或高于公司最近经审计净资产值的5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论。独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。董事会也可组织专家、专业人士进行评审。”

第十条：“公司为股东、实际控制人及其关联方提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。”

4、关联交易的董事会表决程序

公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

5、关联交易的股东会表决程序

公司股东会审议的事项属于关联交易的，关联股东不得参加表决。关联股东应主动提出回避申请，否则其他股东有权向股东会提出关联股东回避申请；股东会对有关关联交易事项进行表决时，在扣除关联股东所代表的有表决权的股份数后，由出席会议的非关联股东依照有关规定进行表决；如有特殊情况关联股东无法回避的，公司在征得监管机构同意后，股东会可按正常程序进行表决，并在决议中对关联股东无法回避的特殊情况予以说明。

六、公司的独立性

公司严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律法规和《公司章程》的要求规范运作，在业务、资产、人员、机构和财务等方面均独立于实际控制人及其控制的其他企业，具有独立、完整的资产和业务，具备面向市场自主经营的能力。

（一）业务独立

深圳东文的主营业务是提供专业化户外媒体广告策划，创新设计、制作、发布、代理等一揽子服务。业务开展模式一是通过自建、购入、租赁等方式掌控更多的媒体资源，然后帮助需要进行户外广告发布的广告主进行营销。二是通过广告代理业务满足全国性客户的广告投放需求。公司拥有独立完整的采购系统、营销系统、设计规划系统及人力资源系统，拥有与上述生产经营相适应的设计、技术、采购、销售和管理人员，具有与其生产经营相适应的场所、软件和设备，公司具备独立完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，不存在依赖控股股东、实际控制人及其他关联方进行生产经营的情形，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。综上，公司业务独立。

（二）资产独立

公司合法拥有办公场所、知识产权、机器设备等各项资产，该等资产独立于股东资产，产权关系清晰。未发现公司资产被实际控制人占用的情形，也未发现公司股东利用公司资产为股东个人债务提供担保的情形。公司也不存在资金被实际控制人以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的而损害公司利益的情形。综上，公司资产独立。

（三）人员独立

公司董事、监事和高级管理人员均通过合法程序产生，未发现实际控制人干预公司股东大会和董事会人员任免的情形。公司高级管理人员及核心技术人员未在实际控制人控制的其他企业中担任除董事、监事以外的任何职务，未在实际控制人控制的其他企业领薪。公司的财务人员专职在本公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职或领薪。本公司遵守《劳动合同法》等法律法规，与员工签订了劳动合同，并根据劳动保护和劳动保障相关的

法律法规，为员工办理了基本养老、医疗、失业、工伤、生育等社会保险，并按期缴纳了上述社会保险。综上，公司人员独立。

（四）机构独立

公司已建立股东大会、董事会、监事会、管理层等公司治理结构，并制定了相应的议事规则。公司下设总经办、行政人资中心、运营中心、财务部、媒介中心等部门，制定了较为完善的内部管理制度。公司各机构和各职能部门能够独立履行职责，不存在与公司实际控制人及其控制的其他企业机构混同的情形，自设立以来未发生股东干预本公司正常生产经营活动的现象。综上，公司机构独立。

（五）财务独立

公司建立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员，建立了独立的财务核算体系，制定了财务管理制度及各项内控管理制度，能够独立核算并作出财务决策；公司开设了独立的基本存款账户，独立运营资金，未与实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户；公司独立纳税，不存在与实际控制人或其控制的其他企业混合纳税的情况。综上，公司的财务独立。

七、同业竞争

（一）公司与控股股东、共同实际控制人及其控制的其他企业的同业竞争情况

公司控股股东暨实际控制人为刘卫彪。报告期内，刘卫彪控制或曾控制的其他企业有深圳金驿道、武汉金驿道、广东东文、上海洪基。

刘卫彪在报告期内担任深圳金驿道总经理、执行董事。深圳金驿道经营范围为：城市建设工程、房地产开发、房屋租赁；建筑装饰工程；物业管理；国内贸易；进出口业务。广告媒体开发、制作、发布；教育投资。与深圳东文构成同业竞争。关于深圳金驿道的介绍请参见本说明书“第四节公司财务”之“六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“（三）本公司的关联方情况”之“3、其他关联方”。

深圳金驿道已于2015年4月15日进行股权转让，刘卫彪将所持有深圳金驿道

30%股权转让给申喜，不再担任公司法人及总经理。

刘卫彪在报告期内担任武汉金驿道监事。武汉金驿道经营范围为：广告制作与发布。与深圳东文构成同业竞争。关于武汉金驿道的介绍请参见本说明书“第四节公司财务”之“六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“（三）本公司的关联方情况”之“3、其他关联方”。

武汉金驿道已于2015年6月29日进行注销。

刘卫彪在报告期内担任广东东文监事。广东东文经营范围为：从事广告业务，与深圳东文构成同业竞争。关于广东东文广告有限公司的介绍请参见本说明书“第四节公司财务”之“六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“（三）本公司的关联方情况”之“1、存在控制的关联方”。

广东东文已于2015年6月18日被深圳东文进行收购。

刘卫彪在报告期内担任上海洪基监事。上海洪基经营范围为：设计、制作、代理、发布各种广告，与深圳东文构成同业竞争。关于上海洪基文化传媒有限公司的介绍请参见本说明书“第四节公司财务”之“六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“（三）本公司的关联方情况”之“1、存在控制的关联方”。

上海洪基已于2015年6月7日被深圳东文进行收购。

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在与控股股东、实际控制人控制的其他企业有同业竞争的情况。

（二）公司与董事、监事、高级管理人员的同业竞争情况

报告期内，公司副董事长涂东曾担任武汉金驿道、广东东文总经理职务。

武汉金驿道经营范围为：广告制作与发布。与深圳东文构成同业竞争。关于武汉金驿道的介绍请参见本说明书“第四节公司财务”之“六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“（三）本公司的关联方情况”之“3、其他关联方”。

广东东文经营范围为：从事广告业务。与深圳东文构成同业竞争。关于广东

东文广告有限公司的介绍请参见本说明书“第四节公司财务”之“六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“（三）本公司的关联方情况”之“1、存在控制的关联方”。

广东东文已于2015年6月18日被深圳东文进行收购。

报告期内，公司董事兼总经理范宁曾担任深圳市爱琴海广告有限公司法人及总经理。

深圳市爱琴海广告有限公司经营范围为：网上从事广告业务；网上从事企业形象策划（以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目）。与深圳东文构成同业竞争。关于深圳市爱琴海广告有限公司的介绍请参见本说明书“第四节公司财务”之“六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“（三）本公司的关联方情况”之“3、其他关联方”。

深圳市爱琴海广告有限公司于2015年6月9日进行变更，范宁不再担任法人及总经理职务。

报告期内，公司董事、董事会秘书兼副总经理何剑遥曾担任深圳市睿意整合文化传播有限公司法人及总经理。

深圳市睿意整合文化传播有限公司经营范围为：从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营），会议会展策划、礼仪策划、企业形象策划，国内贸易（以上不含专营、专控、专卖商品及限制项目）。与深圳东文构成同业竞争。关于深圳市睿意整合文化传播有限公司的介绍请参见本说明书“第四节公司财务”之“六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况”之“（三）本公司的关联方情况”之“3、其他关联方”。

深圳市睿意整合文化传播有限公司于2013年11月14日进行变更，何剑遥不再担任法人及总经理职务。

报告期内，公司财务负责人夏鑫担任深圳三桥水果配送服务有限公司总经理及深圳市十二生肖科技有限公司。

深圳三桥水果配送服务有限公司经营范围为：水果的销售，国内贸易（法律、

行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。与深圳东文没有构成同业竞争。

深圳市十二生肖科技有限公司经营范围为：电子产品、五金制品、塑胶产品的技术开发及购销（以上不含再生资源回收经营）；国内贸易（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）；货物及技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营）。与深圳东文没有构成同业竞争。

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在与董事、监事、高级管理人员的同业竞争情况。

（三）为避免同业竞争所采取的措施及承诺

实际控制人刘卫彪、公司副董事长涂东、公司董事兼总经理、公司董事、董事会秘书兼副总经理何剑遥、财务负责人夏鑫针对同业竞争出具承诺函：

“一、本关联方现时或将来均不会直接或者间接地以任何形式（包括但不限于自营、合资、联营或拥有在其他企业的股票或权益等方式）从事与公司及其控股子公司的业务有竞争或可能构成同业竞争的业务或活动，以避免对公司的生产经营构成现实或可能的同业竞争。

二、本关联方保证不进行与公司相同或类似的投资，不经营有损于公司利益的业务；保证不向其他在业务上与公司相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业、其他经营实体或个人提供专有技术或提供销售渠道、客户信息等商业秘密；保证不利用与公司的关联关系进行损害公司及公司其他股东权益的经营活动。

三、本关联方将采取有效措施避免因任何原因可能引起的与公司及其控股子公司之间的同业竞争，如果将来有从事与公司及其控股子公司构成同业竞争的业务之商业机会，本关联方及本关联方所控制的其他企业将无偿将该商业机会让给公司及其控股子公司。

四、对于本关联方直接或间接控股的企业，本关联方将通过控股地位和派出人员（包括但不限于董事、高管）使该企业履行与本关联方相同的前述义务，保证不与公司同业竞争。

五、本关联方保证上述承诺在本关联方作为公司股东期间持续有效且不可撤销。如违反以上承诺导致公司及其控股子公司遭受直接或者间接经济损失，本关联方将向公司及其控股子公司予以充分赔偿或补偿。”

八、公司最近两年及一期资金被占用或为控股股东、实际控制人及其控制企业提供担保情况

（一）近两年及一期公司资金被关联方占用情况

1、概述

报告期内，公司与其他关联方存在资金正常往来等事项，但并不存在资金被关联方占用的情况。

2、最近两年及一期关联方往来款项余额情况

单位：元

项目名称	关联方名称	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31	款项性质
应收账款	深圳市媒友网络科技有限公司	5,000.00			发布费
应收账款	深圳市爱琴海广告有限公司	153,272.00			发布费
其他应收款	范宁		73,300.00	-	往来款、备用金
其他应收款	涂东		46,000.00	752,986.20	往来款、备用金
预付款项	深圳市媒友网络科技有限公司	200,000.00	363,281.00	874,781.00	发布费
预付款项	武汉金驿道广告有限公司	-	311,000.02	692,666.69	发布费

预付款项	深圳市睿意整合文化传播有限公司	13,596,396.91	12,675,851.55	8,488,484.44	发布费
预付款项	深圳市爱琴海广告有限公司	-	2,816,894.66		发布费
应付款项	深圳市媒友网络科技有限公司	2,096,049.08	4,500.00	-	往来款
应付款项	深圳市爱琴海广告有限公司	30,842.99	-	69,559.04	往来款
其他应付款	刘卫彪	502,738.00	200,000.00	240,000.00	往来款
其他应付款	涂东	696,486.32	-	50,300.00	往来款
其他应付款	申长久	200,000.00	-	-	往来款

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

公司为了防止控股股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产以及其他资源的行为，在《公司章程》中规定了公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益，违反规定给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司和其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东及实际控制人不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。

(二) 公司为关联方提供担保情况

报告期内，公司不存在为关联方提供借款担保的情况。

公司成立以来，制定了较为完备的《公司章程》，建立健全的三会议事规则，制定了《对外担保决策制度》，就对外担保的决策程序做出了明确规定，详见本公开转让说明书“第三节公司治理”之“五、公司最近两年对外担保、委托理财、关联交易等重要事项决策”之“（一）公司对外担保”说明。公司未来将根据《公司章程》和相关制度严格执行对外担保决策程序，规范对外担保情

况。

九、董事、监事和高级管理人员持股及其他情况

（一）公司董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况

截至本说明书签署之日，公司董事、监事及高级管理人员持有本公司股份的具体情况如下：

股数单位：股

序号	姓名	职务	直接持股数量	直接持股比例	间接持股比例
1	刘卫彪	董事长	12,000,000.00	60.00%	4.50%
2	涂东	副董事长	2,200,000.00	11.00%	-
3	范宁	董事兼总经理	1,800,000.00	9.00%	-
4	何剑遥	董事、董事会秘书兼副总经理	-	-	2.25%
5	申长久	董事	2,000,000.00	10.00%	-
6	杨辉	监事会主席	-	-	0.50%
7	刘臣	职工监事兼总经理助理	-	-	-
8	张桃龙	监事	-	-	0.50%
9	陈思晓	执行总监	-	-	2.25%
10	夏鑫	财务负责人	-	-	-
-	总计	-	18,000,000.00	90.00%	10.00%

（二）公司董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员中无其他亲属关系。

（三）公司董事、监事、高级管理人员做出的重要承诺

本公司任职的董事、监事、高级管理人员均与公司签订了劳动合同。除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员未与公司签订其他任何协议。

（四）公司董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本说明书签署之日，在公司任职的董事、监事、高级管理人员的主要兼

职情况如下：

姓名	公司职务	主要兼职单位	兼职职务	与本公司的关系
刘卫彪	董事长	东莞市敦旺电子有限公司	监事	无
涂东	副董事长	无	无	-
范宁	董事兼总经理	无	无	-
何剑遥	董事、董事会秘书 兼副总经理	无	无	-
申长久	董事	无	无	-
杨辉	监事会主席	无	无	-
刘臣	职工监事兼总经理 助理	无	无	-
张桃龙	监事	无	无	-
陈思晓	执行总监	无	无	
夏鑫	财务负责人	深圳市十二生肖科技有限公司	股东	无
		深圳市三桥水果配送服务有限公司	总经理	

十、近两年及一期董事、监事和高级管理人员的变动情况

(一) 董事变化情况及原因

期间	成员	董事会人数	变动原因
2006年6月至2011年12月	涂东	1	有限公司成立，没有设立董事会，法人涂东代理执行董事职责
2012年1月至2015年9月	刘卫彪	1	董事会改选，确保经营者有相关的权限
2015年9月至今	刘卫彪、涂东、范宁、申长久、何剑遥	5	成立董事会，补选董事

(二) 监事变化情况及原因

期间	成员	监事会人数	变动原因
2006年6月至2011年12月	刘卫彪	1	有限公司成立，没有设立监事会，股东担任监事
2012年1月至2015年9月	涂东	1	监事会改选，确保经营者有相关的权限
2015年9月至今	张桃龙、杨辉、刘臣	3	成立监事会，补选监事

(三) 高级管理人员的变化情况及原因

期间	成员	高管人数	变动原因
2013年1月至2015年9月	陈思晓、夏鑫	2	公司发展需要改选
2015年9月至今	何剑遥、范宁、陈思晓、夏鑫	4	公司发展需要改选

十一、公司管理层的诚信状况

公司董事、监事、高级管理人员近两年不存在因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则受到刑事、行政处罚或纪律处分的情形；不存在因涉嫌违法违规处于调查之中尚无定论的情形；无应对所任职公司最近两年因重大违法违规被处罚负有责任的情形；不存在可能对公司利益造成影响的诉讼、仲裁及未决诉讼仲裁的情况；不存在个人负有数额较大债务到期未清偿的情形；不存在欺诈或其他不诚实行为。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、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情形。

第四节 公司财务

一、最近两年一期经审计的财务报表

(一) 合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

资产	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
流动资产：	-	-	-
货币资金	3,431,134.78	829,065.91	601,087.89
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	7,343,335.40	6,382,329.54	5,200,182.19
预付款项	22,076,986.66	20,584,554.15	12,077,557.19
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	1,465,995.42	460,077.86	10,328,994.66
存货	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	-
流动资产合计	34,317,452.26	28,256,027.46	28,207,821.93
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	-	-	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	451,016.03	488,159.95	168,876.36
在建工程	-	-	-
工程物资	-	-	-

资产	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
固定资产清理	-	-	-
无形资产	257,767.00	-	-
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	709,780.87	-	-
递延所得税资产	234,863.30	99,263.19	205,141.89
其他非流动资产	-	117,281.56	-
非流动资产合计	1,653,427.20	704,704.70	374,018.25
资产总计	35,970,879.46	28,960,732.16	28,581,840.18
流动负债:	-	-	-
短期借款	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	4,064,812.03	1,728,315.81	6,503,065.34
预收款项	5,944,666.74	4,518,238.82	2,779,940.12
应付职工薪酬	241,488.02	169,729.50	108,606.32
应交税费	841,426.62	1,681,593.01	786,413.65
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	1,403,885.15	200,000.00	300,162.00
一年内到期的非流动负 债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	12,496,278.56	8,297,877.14	10,478,187.43
非流动负债:	-	-	-
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-

资产	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
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	12,496,278.56	8,297,877.14	10,478,187.43
所有者权益：	-	-	-
实收资本	20,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00
资本公积	3,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00
减：库存股	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	262,399.01	258,689.68	69,751.48
未分配利润	212,201.89	404,165.34	-1,966,098.73
外币报表折算差额	-	-	-
归属于母公司所有者权益合计	23,474,600.90	20,662,855.02	18,103,652.75
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	23,474,600.90	20,662,855.02	18,103,652.75
负债和所有者权益总计	35,970,879.46	28,960,732.16	28,581,840.18

2、合并利润表

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
一、营业收入	34,975,715.88	49,466,971.49	38,321,065.01
减：营业成本	30,685,063.71	40,868,375.11	33,234,822.24
营业税金及附加	356,959.76	473,097.44	391,343.27
销售费用	411,403.91	789,892.80	753,392.60
管理费用	3,631,623.29	4,739,670.25	2,952,750.20
财务费用	8,936.93	1,827.78	107,026.44
资产减值损失	103,522.29	-457,198.40	749,610.50
二、营业利润	-221,794.01	3,051,306.51	132,119.76
加：营业外收入	-	-	-

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
减：营业外支出	196.58	-	250.00
三、利润总额	-221,990.59	3,051,306.51	131,869.76
减：所得税费用	-33,736.47	492,104.24	-188,213.24
四、净利润	-188,254.12	2,559,202.27	320,083.00
归属于母公司所有者的净利润	-188,254.12	2,559,202.27	320,083.00
七、综合收益总额	-188,254.12	2,559,202.27	320,083.00
归属于母公司所有者的综合收益总额	-188,254.12	2,559,202.27	320,083.00

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
一、经营活动产生的现金流量	-	-	-
销售商品、提供劳务收到的现金	39,379,051.47	53,867,752.50	36,127,238.79
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	4,429.40	10,099,084.74	5,842.65
经营活动现金流入小计	39,383,480.87	63,966,837.24	36,133,081.44
购买商品、接受劳务支付的现金	40,593,667.52	57,553,408.68	34,535,199.41
支付给职工以及为职工支付的现金	1,678,201.19	1,868,411.34	1,456,220.65
支付的各项税费	2,658,773.45	433,667.35	665,797.46
支付其他与经营活动有关的现金	3,910,657.95	3,350,188.23	17,676,203.72
经营活动现金流出小计	48,841,300.11	63,205,675.60	54,333,421.24
经营活动产生的现金流量净额	-9,457,819.24	761,161.64	-18,200,339.80
二、投资活动产生的现金流量	-	-	-
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	940,111.89	533,183.62	175,841.37
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	940,111.89	533,183.62	175,841.37
投资活动产生的现金流量净额	-940,111.89	-533,183.62	-175,841.37
三、筹资活动产生的现金流量	-	-	-
吸收投资收到的现金	13,000,000.00	-	19,000,000.00
取得借款收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	13,000,000.00	-	19,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	-	948,803.01
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	107,695.48
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	1,056,498.49
筹资活动产生的现金流量净额	13,000,000.00	-	17,943,501.51
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	2,602,068.87	227,978.02	-432,679.66
加：期初现金及现金等价物余额	829,065.91	601,087.89	1,033,767.55
六、期末现金及现金等价物余额	3,431,134.78	829,065.91	601,087.89

4、合并股东权益变动表

(1) 2015年1-7月

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	归属于母公司 所有者权益小 计
一、上年 年末余额	10,000,000.00	10,000,000.00	258,689.68	404,165.34	20,662,855.02
加：会计 政策变更	-	-	-	-	-
前期差错 更正	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-
二、本年 年初余额	10,000,000.00	10,000,000.00	258,689.68	404,165.34	20,662,855.02
三、本期 增减变 动金额 (减少 以“-”填 列)	10,000,000.00	-7,000,000.00	3,709.33	-191,963.45	2,811,745.88
(一)净利 润	-	-	-	-188,254.12	-188,254.12
(二)其他 综合收益	-	-	-	-	-
上述(一) 和(二) 小计	-	-	-	-188,254.12	-188,254.12
(三)所有 者投入资 本	10,000,000.00	-7,000,000.00	-	-	3,000,000.00
1、所有者	10,000,000.00	3,000,000.00	-	-	13,000,000.00

投入资本					
2、股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-
3、其他	-	-10,000,000.00	-	-	-10,000,000.00
(四)利润分配	-	-	3,709.33	-3,709.33	-
1、提取盈余公积	-	-	3,709.33	-3,709.33	-
2.提取一般风险准备	-	-	-	-	-
3、对所有者(股东)的分配	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-
(五)所有者权益内部结转	-	-	-	-	-
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、其他	-	-	-	-	-
(六)专	-	-	-	-	-

项储备					
1.本期提取	-	-	-	-	-
2.本期使用	-	-	-	-	-
(七)其他	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	20,000,000.00	3,000,000.00	262,399.01	212,201.89	23,474,600.90

(2) 2014 年度

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	归属于母公司所有者权益小计
一、上年年末余额	10,000,000.00	10,000,000.00	69,751.48	-1,966,098.73	18,103,652.75
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-
二、本年初余额	10,000,000.00	10,000,000.00	69,751.48	-1,966,098.73	18,103,652.75
三、本期增减变动金额 (减少以“-”填列)	-	-	188,938.20	2,370,264.07	2,559,202.27
(一)净利润	-	-	-	2,559,202.27	2,559,202.27
(二)其他	-	-	-	-	-

综合收益					
上述(一) 和(二) 小计	-	-	-	2,559,202.27	2,559,202.27
(三)所有者 投入资本	-	-	-	-	-
1、所有者 投入资本	-	-	-	-	-
2、股份 支付计入 所有者权 益的金额	-	-	-	-	-
3、其他	-	-	-	-	-
(四)利润 分配	-	-	188,938.20	-188,938.20	-
1、提取 盈余公积	-	-	188,938.20	-188,938.20	-
2.提取一 般风险准 备	-	-	-	-	-
3、对所 所有者(股 东)的分 配	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-
(五)所有 者权益内 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、其他	-	-	-	-	-
(六) 专项储备	-	-	-	-	-
1.本期提取	-	-	-	-	-
2.本期使用	-	-	-	-	-
(七) 其他	-	-	-	-	-
四、本期末余额	10,000,000.00	10,000,000.00	258,689.68	404,165.34	20,662,855.02

(3) 2013 年度

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	归属于母公司所有者权益小计
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	-	-2,216,430.25	-1,216,430.25
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-
二、本年初余额	1,000,000.00	-	-	-2,216,430.25	-1,216,430.25

三、本期 增减变动 金额（减 少以“-” 填列）	9,000,000.00	10,000,000.00	69,751.48	250,331.52	19,320,083.00
(一)净利 润	-	-	-	320,083.00	320,083.00
(二)其他 综合收益	-	-	-	-	-
上述(一) 和(二) 小计	-	-	-	320,083.00	320,083.00
(三)所有 者投入资 本	9,000,000.00	10,000,000.00	-	-	19,000,000.00
1、所有者 投入资本	9,000,000.00	-	-	-	9,000,000.00
2、股份支 付计入所 有者权益 的金额	-	-	-	-	-
3、其他	-	10,000,000.00	-	-	10,000,000.00
(四)利润 分配	-	-	69,751.48	-69,751.48	-
1、提取盈 余公积	-	-	69,751.48	-69,751.48	-
2.提取一 般风险准 备	-	-	-	-	-
3、对所有 者(股东) 的分配	-	-	-	-	-
4、其他					-

(五)所有者权益内部结转	-	-	-	-	-
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、其他	-	-	-	-	-
(六)专项储备	-	-	-	-	-
1.本期提取	-	-	-	-	-
2.本期使用	-	-	-	-	-
(七)其他	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	10,000,000.00	10,000,000.00	69,751.48	-1,966,098.73	18,103,652.75

(二) 母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产：	-	-	-
流动资产：	-	-	-
货币资金	62,478.43	280,635.67	551,768.34
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	1,159,882.96	3,959,432.84	5,200,182.19
预付款项	19,377,531.94	16,211,170.71	12,077,557.19
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	668,634.60	460,077.86	828,994.66
存货	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	-
流动资产合计	21,268,527.93	20,911,317.08	18,658,502.38
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	10,474,310.81	-	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	410,699.48	455,659.50	168,876.36
在建工程	-	-	-
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
无形资产	-	-	-
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
长期待摊费用	-	-	-
递延所得税资产	19,721.40	58,151.46	79,331.28
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	10,904,731.69	513,810.96	248,207.64
资产总计	32,173,259.62	21,425,128.04	18,906,710.02
负债和所有者权益	-	-	-
流动负债：	-	-	-
短期借款	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	1,472,136.60	1,642,215.82	6,503,065.34
预收款项	3,513,983.15	7,461,834.73	2,779,940.12
应付职工薪酬	150,823.79	167,729.50	106,606.32
应交税费	1,719,565.06	1,609,253.49	786,413.65
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	1,127,413.15	200,000.00	249,600.00
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	7,983,921.75	11,081,033.54	10,425,625.43
非流动负债：	-	-	-
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	7,983,921.75	11,081,033.54	10,425,625.43
所有者权益：	-	-	-

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
实收资本	20,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00
资本公积	3,474,310.81	-	-
减：库存股	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	190,010.32	186,300.99	69,751.48
未分配利润	525,016.74	157,793.51	-1,588,666.89
所有者权益合计	24,189,337.87	10,344,094.50	8,481,084.59
负债和所有者权益总计	32,173,259.62	21,425,128.04	18,906,710.02

2、母公司利润表

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
一、营业收入	25,347,813.84	39,723,837.02	38,321,065.01
减：营业成本	22,212,556.47	32,602,430.82	33,234,822.24
营业税金及附加	249,652.50	329,063.17	391,343.27
销售费用	184,151.43	756,854.80	753,392.60
管理费用	2,334,965.39	4,016,499.79	2,950,750.20
财务费用	8,785.47	2,436.10	105,783.99
资产减值损失	-153,720.26	-84,719.28	249,610.50
二、营业利润	511,422.84	2,101,271.62	635,362.21
加：营业外收入	-	-	-
减：营业外支出	196.58	-	250.00
三、利润总额	511,226.26	2,101,271.62	635,112.21
减：所得税费用	140,293.70	238,261.71	-62,402.63
四、净利润	370,932.56	1,863,009.91	697,514.84
五、其他综合收益	-	-	-
六、综合收益总额	370,932.56	1,863,009.91	697,514.84

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到	25,671,509.27	47,964,608.75	35,877,628.29

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
的现金			
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	977.95	102,415.25	5,842.60
经营活动现金流入小计	25,672,487.22	48,067,024.00	35,883,470.89
购买商品、接受劳务支付的现金	34,244,409.32	43,499,163.78	33,766,699.18
支付给职工以及为职工支付的现金	1,320,629.82	1,830,411.34	1,456,220.65
支付的各项税费	1,127,789.09	226,528.56	665,797.46
支付其他与经营活动有关的现金	2,167,209.43	2,406,455.99	8,244,412.95
经营活动现金流出小计	38,860,037.66	47,962,559.67	44,133,130.24
经营活动产生的现金流量净额	-13,187,550.44	104,464.33	-8,249,659.35
二、投资活动产生的现金流量			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	30,606.80	375,597.00	175,841.37
投资支付的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	30,606.80	375,597.00	175,841.37
投资活动产生的现金流量净额	-30,606.80	-375,597.00	-175,841.37
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	13,000,000.00	-	9,000,000.00
取得借款收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	13,000,000.00	-	9,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	-	948,803.01

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	107,695.48
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	1,056,498.49
筹资活动产生的现金流量净额	13,000,000.00	-	7,943,501.51
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	-218,157.24	-271,132.67	-481,999.21
加：期初现金及现金等价物余额	280,635.67	551,768.34	1,033,767.55
六、期末现金及现金等价物余额	62,478.43	280,635.67	551,768.34

4、母公司股东权益变动表

(1) 2015年1-7月

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	10,000,000.00	-	186,300.99	157,793.51	10,344,094.50
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-
二、本年初余额	10,000,000.00	-	186,300.99	157,793.51	10,344,094.50
三、本期增减变动金	10,000,000.00	3,474,310.81	3,709.33	367,223.23	13,845,243.37

额(减少以“-”填列)					
(一)净利润	-	-	-	370,932.56	370,932.56
(二)其他综合收益	-	-	-	-	-
上述(一)和(二)小计	-	-	-	370,932.56	370,932.56
(三)所有者投入资本	10,000,000.00	3,474,310.81	-	-	13,474,310.81
1、所有者投入资本	10,000,000.00	3,474,310.81	-	-	13,474,310.81
2、股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-
3、其他	-	-	-	-	-
(四)利润分配	-	-	3,709.33	-3,709.33	-
1、提取盈余公积	-	-	3,709.33	-3,709.33	-
2.提取一般风险准备	-	-	-	-	-
3、对所有者(股东)的分配	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-
(五)所有者权益内部结转	-	-	-	-	-
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、其他	-	-	-	-	-
（六）专项储备	-	-	-	-	-
1.本期提取	-	-	-	-	-
2.本期使用	-	-	-	-	-
（七）其他	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	20,000,000.00	3,474,310.81	190,010.32	525,016.74	24,189,337.87

(2) 2014 年度

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	10,000,000.00	-	69,751.48	1,588,666.89	8,481,084.59
加：会计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-
二、本年初余额	10,000,000.00	-	69,751.48	1,588,666.89	8,481,084.59
三、本期增	-	-	116,549.51	1,746,460.40	1,863,009.91

减变动金额 (减少以“-” 填列)					
(一)净利润	-	-	-	1,863,009.91	1,863,009.91
(二)其他综 合收益	-	-	-	-	-
上述(一) 和(二)小 计	-	-	-	1,863,009.91	1,863,009.91
(三)所有者 投入资本	-	-	-	-	-
1、所有者投 入资本	-	-	-	-	-
2、股份支付 计入所有者 权益的金额	-	-	-	-	-
3、其他	-	-	-	-	-
(四)利润分 配	-	-	116,549.51	-116,549.51	-
1、提取盈余 公积	-	-	116,549.51	-116,549.51	-
2.提取一般 风险准备	-	-	-	-	-
3、所有者 (股东)的 分配	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-
(五)所有者 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、其他	-	-	-	-	-
(六) 专项 储备	-	-	-	-	-
1.本期提取	-	-	-	-	-
2.本期使用	-	-	-	-	-
(七) 其他	-	-	-	-	-
四、本期期 末余额	10,000,000.00	-	186,300.99	157,793.51	10,344,094.50

(3) 2013 年

单位：元

项目	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合 计
一、上年年 末余额	1,000,000.00	-	-	2,216,430.25	-1,216,430.25
加：会 计政策变更	-	-	-	-	-
前期差错更 正	-	-	-	-	-
其 他	-	-	-	-	-
二、本年年 初余额	1,000,000.00	-	-	2,216,430.25	-1,216,430.25
三、本期增 减变动金额 (减少以 “-”填列)	9,000,000.00	-	69,751.48	627,763.36	9,697,514.84
(一)净利润	-	-	-	697,514.84	697,514.84
(二)其他综	-	-	-	-	-

合收益					
上述（一） 和（二）小 计	-	-	-	697,514.84	697,514.84
(三)所有者 投入资本	9,000,000.00	-	-	-	9,000,000.00
1、所有者投 入资本	9,000,000.00	-	-	-	9,000,000.00
2、股份支付 计入所有者 权益的金额	-	-	-	-	-
3、其他	-	-	-	-	-
(四)利润分 配	-	-	69,751.48	-69,751.48	-
1、提取盈余 公积	-	-	69,751.48	-69,751.48	-
2.提取一般 风险准备	-	-	-	-	-
3、所有者 （股东）的 分配	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-
(五)所有者 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、其他	-	-	-	-	-
（六）专项 储备	-	-	-	-	-
1.本期提取	-	-	-	-	-
2.本期使用	-	-	-	-	-
（七）其他	-	-	-	-	-
四、本期期 末余额	10,000,000.00	-	69,751.48	1,588,666.89	8,481,084.59

（三）财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

1、公司财务报表编制基础

公司财务报表以持续经营假设为前提，根据实际发生的交易和事项，按照财政部于 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则--基本准则》和 38 项具体会计准则、其后颁布的企业会计准则应用指南、企业会计准则解释和其他相关规定（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，本公司会计核算以权责发生制为基础，除以公允价值计量的金融工具外，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。

2、公司合并报表范围确定原则、最近两年及一期合并财务报表范围及变动情况。

报告期内，公司纳入合并财务报表的子公司有广东东文、上海洪基。

纳入合并范围各公司的基本情况如下：

公司名称	业务性质	注册资本	本公司投资比例	经营范围	合并期间
广东东文广告有限公司	广告服务业	1,000.00 万	100%	从事广告业务（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）。	2013.01.01 -2015.07.31
上海洪基文化传媒有限公司	广告服务业	500.00 万	100%	文化艺术交流活动策划，公关活动策划、企业形象策划，礼仪服务，摄影服务、会展会务服务，投资管理，	2013.01.01 -2015.07.31

公司名称	业务性质	注册资本	本公司投资比例	经营范围	合并期间
				娱乐咨询，投资咨询，商务咨询（以上咨询除经纪），设计、制作、发布各类广告，文艺创作。【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】	

二、审计意见

公司 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 7 月 31 日的资产负债表，以及 2013 年度、2014 年度、2015 年 1-7 月的利润表、现金流量表、股东权益变动表及财务报表附注已经由具有证券期货业务资格的瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并由其出具了“瑞华审字[2015] 48060093 号”标准无保留意见的审计报告。本节的财务会计数据及有关分析引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报表，单位为人民币元。

三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）现金及现金等价物的确定标准

本公司现金及现金等价物包括库存现金、可以随时用于支付的存款以及本公司持有的期限短（一般为从购买日起，三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

（二）金融工具

在本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。金融资产和金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关的交易费用直接计入损益，对于其他类别的金融资产和金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

（1）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公允价值，是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。金融工具存在活跃市场的，本公司

采用活跃市场中的报价确定其公允价值。活跃市场中的报价是指易于定期从交易所、经纪商、行业协会、定价服务机构等获得的价格，且代表了在公平交易中实际发生的市场交易的价格。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具当前的公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

（2）金融资产的分类、确认和计量

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。金融资产在初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项以及可供出售金融资产。

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。本公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产均为交易性金融资产。

交易性金融资产是指满足下列条件之一的金融资产：**A.**取得该金融资产的目的，主要是为了近期内出售或回购；**B.**属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明本公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；**C.**属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

交易性金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

②持有至到期投资

是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。

持有至到期投资采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

实际利率法是指按照金融资产或金融负债（含一组金融资产或金融负债）的实际利率计算其摊余成本及各期利息收入或支出的方法。实际利率是指将金融资产或金融负债在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量，折现为该金融资产或金融负债当前账面价值所使用的利率。

在计算实际利率时，本公司将在考虑金融资产或金融负债所有合同条款的基础上预计未来现金流量（不考虑未来的信用损失），同时还将考虑金融资产或金融负债合同各方之间支付或收取的、属于实际利率组成部分的各项收费、交易费用及折价或溢价等。

③贷款和应收款项

是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。本公司划分为贷款和应收款的金融资产包括应收票据、应收账款、应收利息、应收股利及其他应收款等。

贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

④可供出售金融资产

包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项、持有至到期投资以外的金融资产。

可供出售债务工具投资的期末成本按照其摊余成本法确定，即初始确认金额扣除已偿还的本金，加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额，并扣除已发生的减值损失后的金额。可供出售权益工具投资的期末成本为其初始取得成本。

可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产与摊余成本相关的汇兑差额计入当期损益外，确认为其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本进行后

续计量。

可供出售金融资产持有期间取得的利息及被投资单位宣告发放的现金股利，计入投资收益。

（3）金融资产减值

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

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

①持有至到期投资、贷款和应收款项减值

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

②可供出售金融资产减值

当综合相关因素判断可供出售权益工具投资公允价值下跌是严重或非暂时性下跌时，表明该可供出售权益工具投资发生减值。其中“严重下跌”是指公允价值下跌幅度累计超过 20%；“非暂时性下跌”是指公允价值连续下跌时间超过 12 个月。

可供出售金融资产发生减值时，将原计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入当期损益，该转出的累计损失为该资产初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的

余额。

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

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

（4）金融资产转移的确认依据和计量方法

满足下列条件之一的金融资产，予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；③该金融资产已转移，虽然企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产控制。

若企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且未放弃对该金融资产的控制的，则按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值及因转移而收到的对价与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额计入当期损益。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值在终止确认及未终止确认部分之间按其相对的公允价值进行分摊，并将因转移而收到的对价与应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和与分摊的前述账面金额之差额计入当期损益。

本公司对采用附追索权方式出售的金融资产，或将持有的金融资产背书转让，需确定该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬是否已经转移。已将该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；

保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产；既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则继续判断企业是否对该资产保留了控制，并根据前面各段所述的原则进行会计处理。

（5）金融负债的分类和计量

金融负债在初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。初始确认金融负债，以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关的交易费用直接计入当期损益，对于其他金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

分类为交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的条件与分类为交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的条件一致。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债采用公允价值进行后续计量，公允价值的变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

②其他金融负债

与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本进行后续计量。其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

③财务担保合同不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，以公允价值进行初始确认，在初始确认后按照《企业会计准则第 13 号—或有事项》确定的金额和初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号—收入》的原则确定的累计摊销额后的余额之中的较高者进行后续计量。

（6）金融负债的终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认的，将终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

（7）权益工具

权益工具是指能证明拥有本公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。本公司发行（含再融资）、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。本公司不确认权益工具的公允价值变动。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。

本公司对权益工具持有方的各种分配（不包括股票股利），减少股东权益。本公司不确认权益工具的公允价值变动额。

（三）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

（1）坏账准备的确认标准

本公司在资产负债表日对应收款项账面价值进行检查，对存在下列客观证据表明应收款项发生减值的，计提减值准备：①债务人发生严重的财务困难；②债务人违反合同条款（如偿付利息或本金发生违约或逾期等）；③债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；④其他表明应收款项发生减值的客观依据。

（2）坏账准备的计提方法

①单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

本公司将金额为人民币 50 万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。

本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值

的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

②按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法

本公司对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，采用账龄分析法，按应收款项的账龄和规定的提取比例确认减值损失。应收合并范围内的关联方款项不计提坏账。

采用账龄分析法计提坏账准备的计提比例：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收计提比例（%）
1年以内（含1年，下同）	5	5
1—2年	20	20
2—3年	50	50
3年以上	100	100

③单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备，经单独测试未减值的应收款项，采用账龄分析法，按应收款项的账龄和规定的提取比例确认减值损失。

（3）坏账准备的转回

如有客观证据表明该应收款项价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该应收款项在转回日的摊余成本。

（四）长期股权投资

本部分所指的长期股权投资是指本公司对被投资单位具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资。本公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资，作为可供出售金融资产或以公允价值计量且其变动计入当期

损益的金融资产核算，其会计政策详见附注四、7“金融工具”。

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

（1）投资成本的确定

对于同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。通过多次交易分步取得同一控制下被合并方的股权，最终形成同一控制下企业合并的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日按照应享有被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，长期股权投资初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并日之前持有的股权投资因采用权益法核算或为可供出售金融资产而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理。

对于非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在购买日按照合并成本作为长期股权投资的初始投资成本，合并成本包括包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值之和。通过多次交易分步取得被购买方的股权，最终形成非同一控制下的企业合并的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行

会计处理。不属于“一揽子交易”的，按照原持有被购买方的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的长期股权投资的初始投资成本。原持有的股权采用权益法核算的，相关其他综合收益暂不进行会计处理。原持有股权投资为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入当期损益。

合并方或购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

除企业合并形成的长期股权投资外的其他股权投资，按成本进行初始计量，该成本视长期股权投资取得方式的不同，分别按照本公司实际支付的现金购买价款、本公司发行的权益性证券的公允价值、投资合同或协议约定的价值、非货币性资产交换交易中换出资产的公允价值或原账面价值、该项长期股权投资自身的公允价值等方式确定。与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出也计入投资成本。对于因追加投资能够对被投资单位实施重大影响或实施共同控制但不构成控制的，长期股权投资成本为按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有股权投资的公允价值加上新增投资成本之和。

（2）后续计量及损益确认方法

对被投资单位具有共同控制（构成共同经营者除外）或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。此外，公司财务报表采用成本法核算能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。

①成本法核算的长期股权投资

采用成本法核算时，长期股权投资按初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。除取得投资时实际支付的价款或者对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或者利润外，当期投资收益按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认。

②权益法核算的长期股权投资

采用权益法核算时，长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始

投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，按照本公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益。对于本公司与联营企业及合营企业之间发生的交易，投出或出售的资产不构成业务的，未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。在确认应分担被投资单位发生的净亏损时，以长期股权投资的账面价值和其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限。此外，如本公司对被投资单位负有承担额外损失的义务，则按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现净利润的，本公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

③收购少数股权

在编制合并财务报表时，因购买少数股权新增的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

④处置长期股权投资

在合并财务报表中，母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产的差额计入股东权益；母公司部分处置对子公司的长期股权投资导致丧失对子公司控制权

的，按本附注四、5、（2）“合并财务报表编制的方法”中所述的相关会计政策处理。

其他情形下的长期股权投资处置，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，处置后的剩余股权仍采用权益法核算的，在处置时将原计入股东权益的其他综合收益部分按相应的比例采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益。

采用成本法核算的长期股权投资，处置后剩余股权仍采用成本法核算的，其在取得对被投资单位的控制之前因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，并按比例结转当期损益；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动按比例结转当期损益。

（五）投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产。包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物等。投资性房地产按成本进行初始计量。与投资性房地产有关的后续支出，如果与该资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入投资性房地产成本。其他后续支出，在发生时计入当期损益。

本公司采用成本模式对投资性房地产进行后续计量，并按照与房屋建筑物或土地使用权一致的政策进行折旧或摊销。

投资性房地产的减值测试方法和减值准备计提方法详见附注四、15“长期资产减值”。

自用房地产或存货转换为投资性房地产或投资性房地产转换为自用房地产时，按转换前的账面价值作为转换后的入账价值。

投资性房地产的用途改变为自用时，自改变之日起，将该投资性房地产转换为固定资产或无形资产。自用房地产的用途改变为赚取租金或资本增值时，自改变之日起，将固定资产或无形资产转换为投资性房地产。发生转换时，转换为采用成本模式计量的投资性房地产的，以转换前的账面价值作为转换后的入账价值；转换为以公允价值模式计量的投资性房地产的，以转换日的公允价值作为转换后的入账价值。

当投资性房地产被处置、或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时，终止确认该项投资性房地产。投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后计入当期损益。

（六）固定资产

（1）固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产仅在与其有关的经济利益很可能流入本公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。固定资产按成本并考虑预计弃置费用因素的影响进行初始计量。

（2）各类固定资产的折旧方法

固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
运输设备	5	5	19
办公设备	3-5	5	19-31.67

预计净残值是指假定固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态，本公司目前从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额。

（3）固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见附注四、15“长期资产减值”。

（4）其他说明

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值。除此以外的其他后续支出，在发生时计入当期损益。

当固定资产处于处置状态或预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

本公司至少于年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变则作为会计估计变更处理。

（七）借款费用

借款费用包括借款利息、折价或溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的借款费用，在资产支出已经发生、借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或生产活动已经开始时，开始资本化；构建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态时，停止资本化。其余借款费用在发生当期确认为费用。

专门借款当期实际发生的利息费用，减去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予以资本化；一般借款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，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

符合资本化条件的资产指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

如果符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生非正常中断、并且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建或生产活动重新开始。

（八）无形资产

（1）无形资产

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

无形资产按成本进行初始计量。与无形资产有关的支出，如果相关的经济利益很可能流入本公司且其成本能可靠地计量，则计入无形资产成本。除此以外的其他项目的支出，在发生时计入当期损益。

取得的土地使用权通常作为无形资产核算。自行开发建造厂房等建筑物，相关的土地使用权支出和建筑物建造成本则分别作为无形资产和固定资产核算。如为外购的房屋及建筑物，则将有关价款在土地使用权和建筑物之间进行分配，难以合理分配的，全部作为固定资产处理。

使用寿命有限的无形资产自可供使用时起，对其原值在其预计使用寿命内采用直线法分期平均摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销。

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如发生变更则作为会计估计变更处理。此外，还对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明该无形资产为企业带来经济利益的期限是可预见的，则估计其使用寿命并按照使用寿命有限的无形资产的摊销政策进行摊销。

（2）研究与开发支出

本公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

（3）无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见附注四、15“长期资产减值”。

（九）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。长期待摊费用在预计受益期间按直线法摊销。

（十）长期资产减值

对于固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、以成本模式计量的投资性房地产及对子公司、合营企业、联营企业的长期股权投资等非流动非金融资产，本公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产的公允价值根据公平交易中销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产

所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表中单独列示的商誉，在进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或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。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以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。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（十一）职工薪酬

本公司职工薪酬主要包括短期职工薪酬、辞退福利。其中：

短期薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、生育保险费、工伤保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费、非货币性福利等。本公司在职工为本公司提供服务的会计期间将实际发生的短期职工薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中非货币性福利按公允价值计量。

在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿的建议，在本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，和本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本两者孰早日，确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。但辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月不能完全支付的，按照其他长期职工薪酬处理。

（十二）预计负债

当与或有事项相关的义务同时符合以下条件，确认为预计负债：（1）该义务是本公司承担的现时义务；（2）履行该义务很可能导致经济利益流出；（3）该义务的金额能够可靠地计量。

在资产负债表日，考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素，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计量。

如果清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，且确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

（十三）收入

（1）商品销售收入

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

（2）提供劳务收入

在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，于资产负债表日按照完工百分比法确认提供的劳务收入。劳务交易的完工进度按已经发生的劳务成本占估计总成本的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：①收入的金额能够可靠地计量；②相关的经济利益很可能流入企业；③交易的完工程度能够可靠地确定；④交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，如销售商品部分和提供劳务部分能够区分并单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分分别处理；如销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将该合同全部作为销售商品处理。

（3）建造合同收入

在建造合同的结果能够可靠估计的情况下，于资产负债表日按照完工百分比法确认合同收入和合同费用。合同完工进度按累计实际发生的合同成本占合同预

计总成本的比例确定。

建造合同的结果能够可靠估计是指同时满足：①合同总收入能够可靠地计量；②与合同相关的经济利益很可能流入企业；③实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量；④合同完工进度和为完成合同尚需发生的成本能够可靠地确定。

如建造合同的结果不能可靠地估计，但合同成本能够收回的，合同收入根据能够收回的实际合同成本予以确认，合同成本在其发生的当期确认为合同费用；合同成本不可能收回的，在发生时立即确认为合同费用，不确认合同收入。使建造合同的结果不能可靠估计的不确定因素不复存在的，按照完工百分比法确定与建造合同有关的收入和费用。

合同预计总成本超过合同总收入的，将预计损失确认为当期费用。

在建合同累计已发生的成本和累计已确认的毛利(亏损)与已结算的价款在资产负债表中以抵销后的净额列示。在建合同累计已发生的成本和累计已确认的毛利(亏损)之和超过已结算价款的部分作为存货列示；在建合同已结算的价款超过累计已发生的成本与累计已确认的毛利(亏损)之和的部分作为预收款项列示。

(4) 使用费收入

根据有关合同或协议，按权责发生制确认收入。

(5) 收入的具体确认标准

公司营业收入的具体确认方法是根据与客户签订合同，在广告内容发布并经客户确认，取得收款的权利，相关的经济利益很可能流入企业时，按广告发布期确认销售收入。

(十四) 递延所得税资产/递延所得税负债

(1) 当期所得税

资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），以按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量。计算当期所得税费用所依据的应纳税所得额系根据有关税法规定对本报告期税前会计利润作相

应调整后计算得出。

（2）递延所得税资产及递延所得税负债

某些资产、负债项目的账面价值与其计税基础之间的差额，以及未作为资产和负债确认但按照税法规定可以确定其计税基础的项目的账面价值与计税基础之间的差额产生的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税资产及递延所得税负债。

与商誉的初始确认有关，以及与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的应纳税暂时性差异，不予确认有关的递延所得税负债。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，如果本公司能够控制暂时性差异转回的时间，而且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回，也不予确认有关的递延所得税负债。除上述例外情况，本公司确认其他所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债。

与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的可抵扣暂时性差异，不予确认有关的递延所得税资产。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，如果暂时性差异在可预见的未来不是很可能转回，或者未来不是很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额，不予确认有关的递延所得税资产。除上述例外情况，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认其他可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

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

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

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

（3）所得税费用

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。

除确认为其他综合收益或直接计入股东权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或股东权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损益。

（4）所得税的抵销

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

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

（十五）租赁

融资租赁为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。融资租赁以外的其他租赁为经营租赁。

（1）本公司作为承租人记录经营租赁业务

经营租赁的租金支出在租赁期内的各个期间按直线法计入相关资产成本或当期损益。初始直接费用计入当期损益。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（2）本公司作为出租人记录经营租赁业务

经营租赁的租金收入在租赁期内的各个期间按直线法确认为当期损益。对金额较大的初始直接费用于发生时予以资本化，在整个租赁期间内按照与确认租金收入相同的基础分期计入当期损益；其他金额较小的初始直接费用于发生时计入当期损益。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（十六）重大会计判断和估计

本公司在运用会计政策过程中，由于经营活动内在的不确定性，本公司需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于本公司管理层过去的历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上做出的。这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的报告金额以及资产负债表日或有负债的披露。然而，这些估计的不确定性所导致的实际结果可能与本公司管理层当前的估计存在差异，进而造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

本公司对前述判断、估计和假设在持续经营的基础上进行定期复核，会计估计的变更仅影响变更当期的，其影响数在变更当期予以确认；既影响变更当期又影响未来期间的，其影响数在变更当期和未来期间予以确认。

于资产负债表日，本公司需对财务报表项目金额进行判断、估计和假设的重要领域如下：

（1）租赁的归类

本公司根据《企业会计准则第 21 号——租赁》的规定，将租赁归类为经营租赁和融资租赁，在进行归类时，管理层需要对是否已将与租出资产所有权有关的全部风险和报酬实质上转移给承租人，或者本公司是否已经实质上承担与租入资产所有权有关的全部风险和报酬，作出分析和判断。

（2）坏账准备计提

本公司根据应收款项的会计政策，采用备抵法核算坏账损失。应收账款减值是基于评估应收账款的可收回性。鉴定应收账款减值要求管理层的判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响应收账款的账面价值及应收账款坏账准备的计提或转回。

（3）非金融非流动资产减值准备

本公司于资产负债表日对除金融资产之外的非流动资产判断是否存在可能发生减值的迹象。对使用寿命不确定的无形资产，除每年进行的减值测试外，当其存在减值迹象时，也进行减值测试。其他除金融资产之外的非流动资产，当存

在迹象表明其账面金额不可收回时，进行减值测试。

当资产或资产组的账面价值高于可收回金额，即公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值中的较高者，表明发生了减值。

公允价值减去处置费用后的净额，参考公平交易中类似资产的销售协议价格或可观察到的市场价格，减去可直接归属于该资产处置的增量成本确定。

在预计未来现金流量现值时，需要对该资产（或资产组）的产量、售价、相关经营成本以及计算现值时使用的折现率等作出重大判断。本公司在估计可收回金额时会采用所有能够获得的相关资料，包括根据合理和可支持的假设所作出有关产量、售价和相关经营成本的预测。

本公司至少每年测试商誉是否发生减值。这要求对分配了商誉的资产组或者资产组组合的未来现金流量的现值进行预计。对未来现金流量的现值进行预计时，本公司需要预计未来资产组或者资产组组合产生的现金流量，同时选择恰当的折现率确定未来现金流量的现值。

（4）折旧和摊销

本公司对投资性房地产、固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。本公司定期复核使用寿命，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。使用寿命是本公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术更新而确定的。如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对折旧和摊销费用进行调整。

（5）递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，本公司就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要本公司管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

（6）所得税

本公司在正常的经营活动中，有部分交易其最终的税务处理和计算存在一定

的不确定性。部分项目是否能够在税前列支需要税收主管机关的审批。如果这些税务事项的最终认定结果同最初估计的金额存在差异,则该差异将对其最终认定期间的当期所得税和递延所得税产生影响。

(十七) 主要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

本公开转让说明书报告期内无会计政策变更。

2、会计估计变更

本公开转让说明书报告期内无会计估计变更。

(十八) 前期会计差错更正

本公开转让说明书报告期内无前期会计差错更正。

四、报告期主要财务指标

(一) 盈利能力分析

单位：万元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
营业收入	3,497.57	4,946.70	3,832.11
营业利润	-22.18	305.13	13.21
净利润	-18.83	255.92	32.01
销售毛利率(%)	12.27	17.38	13.27
净资产收益率(%)	-1.06	13.20	2.14

2013年度、2014年度、2015年1-7月,公司营业利润分别为13.21万元、305.13万元、-22.18万元,公司净资产收益率分别为2.14%、13.20%、-1.06%。从上表可以看出,公司最近一期盈利能力下降。以下进行详细分析:

报告期末,公司利润为亏损,主要原因有三个,一是户外媒体资源(即广告牌)采购量增加,采购成本增加,且因广告牌存在一定的上画空置期导致并未完全及时实现收入;二是公司扩大规模导致人工成本增加,同时广告牌维护费、水

电费有所增加；三是受经济大环境影响，公司 2015 年广告发布收入较前两年增速放缓。

1、户外媒体资源采购方面，为了满足公司逐步扩张及更好发展的需要，公司在 2014 年后半年和 2015 年广告位采购较多。由下表可以看出，公司广告牌数目自 2014 年 7 月以来增长迅速，2015 年 7 月较 2013 年大概翻两番。

时间	2013 年 7 月	2014 年 7 月	2014 年 10 月	2015 年 7 月	2015 年 11 月
数量（块）	24	37	52	70	75

空置率方面，公司目前广告位的空置率有所上升。2014 年 7 月，公司广告位空置率为 29.73%，2014 年 10 月，空置率为 30.77%，2015 年 7 月，公司广告位空置率为 35.71%。广告位在空置期间无法获得收入，同时公司仍需支付广告位租赁费用，因此空置率的上升带来了利润的下降。

2、人工成本方面，为了满足公司业务发展的需要，公司在人资方面进行扩充，并给予员工良好的薪酬福利。2014 年底职工 27 人，2015 年 7 月职工达 39 人，人员结构上，高学历人才占比逐渐上升其中本科及以上学历有 18 人，占比 46.15%。公司 2015 年 1-7 月职工薪酬较 2014 年同比增加约 31%。

同时，随着自有广告媒体资源增多，高速公路立柱建设费用及市区墙体广告牌改造费用、水电费等支出也增多。公司 2015 年 1-7 月制作成本及水电管理费较 2014 年同期相比，分别上涨约 8%和 30%。

3、受经济大环境影响，公司报告期内营业收入增速放缓，而媒体资源采购成本因采购数量的增加而逐年增加。据统计，公司 2014 年平均收入较 2013 年增长约 22.5%，2015 年 1-7 月平均收入较 2014 年增加约 17.5%；2014 年平均媒体资源采购成本较 2013 年增长约 19.7%，2015 年 1-7 月平均媒体资源采购成本较 2014 年增长约 22.9%。收入增长放缓，而采购成本增长持续。综上所述，公司在 2015 年上半年盈利能力下降。

基于目前公司盈利能力有所下降等现实，公司将在下一步加大销售力度，对于空置率较久的广告位置将给予业务员更多提成以进行激励，对老客户采取赠送 1-2 月发布期等促销手段，同时对新客户进行发布式体验，在只收取制作费的基

础上进行免费体验，以此招揽更多客户。同时，公司丰富的媒体资源储备为公司未来的发展打下较为坚实的基础，尤其是对具有稀缺性的媒体资源的收购，提高了公司在低价购入资源而在未来高价租赁出去的可能性。待公司自有媒体资源自建及逐步改造完毕，将为公司带来稳定的收益。

（二）偿债能力分析

公司报告期内无短期借款和长期借款。

公司主要债务指标如下：

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产负债率（%）	34.74	28.65	36.66
流动比率（倍）	2.75	3.41	2.69
速动比率（倍）	0.98	0.92	1.54

报告期内公司的资产负债率处于较为低的水平，主要是由于公司是依靠自有资金进行发展，很少进行债务融资。

报告期内，公司的流动比率较高而速动比率较低，是由于公司存在较多的预付款项，符合公司所处行业的特点，公司采购广告位资源一般需预付一个季度的媒体资源（即广告位）采购款。公司可以根据公司实际财务状况调整广告位的采购数量，总体上讲，公司不存在较大的财务风险。

（三）营运能力分析

公司2013年度、2014年度和2015年7月31日的应收账款周转率分别为13.03、8.11、4.84，周转天数分别为28天、44天和43天。公司应收账款周转率与公司自身从事的业务类别和给予客户的信用期比较吻合。公司应收帐款周转率较高，债权到期不能收回的可能性很小。

（四）现金流量分析

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	-9,457,819.24	761,161.64	-18,200,339.80
投资活动产生的现金流量净额	-940,111.89	-533,183.62	-175,841.37

筹资活动产生的现金流量净额	13,000,000.00	-	17,943,501.51
现金及现金等价物净增加额	2,602,068.87	227,978.02	-432,679.66

公司 2013 年度经营活动产生的现金流量净额为负，主要是由于公司支付刘卫彪、涂东借款产生 1,000.00 万“支付其他与经营活动有关的现金”支出，且公司在申报期内为支持营业收入的增长，需要收购大量的广告位资源，进而使公司支付的预付帐款增长较多。

公司 2015 年度经营活动产生的现金流量净额为负，主要是由于公司 2015 年采购大量优质的广告位资源，使得公司 2015 年 1-7 月经营性预付帐款增加约 950.00 万元，且公司应收账款余额及其他应收款余额在本期间均有小幅增加。

五、报告期内主要会计数据

（一）营业收入的主要构成情况

1、总体营业收入情况

金额单位：元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
其中：主营业务收入	34,970,998.90	99.99	49,466,971.49	100.00	38,321,065.01	100.00
其他业务收入	4,716.98	0.01	-	-	-	-
合计	34,975,715.88	100.00	49,466,971.49	100.00	38,321,065.01	100.00

东文传媒主营业务主要包括高速立柱广告、墙体广告等。报告期内，东文传媒主营业务收入比例基本保持在 100%，公司主营业务突出。

2、营业收入（分模式）具体构成情况

金额单位：元

名称	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	营业收入	占比%	营业收入	占比%	营业收入	占比%
自有媒体	32,405,715.88	92.65	45,316,971.49	91.61	37,191,065.01	97.05

名称	2015年1-7月		2014年度		2013年度	
	营业收入	占比%	营业收入	占比%	营业收入	占比%
收入						
广告代理收入	2,565,283.02	7.34	4,150,000.00	8.39	1,130,000.00	2.95
其他	4,716.98	0.01				
合计	34,975,715.88	100.00	49,466,971.49	100.00	38,321,065.01	100.00

公司主营业务非常集中，均为户外广告发布费收入。主要包括自有媒体收入以及广告代理收入。在报告期内呈现出逐年增长的趋势。

3、营业收入（分地区）具体构成情况

金额单位：元

区域	2015年1-7月		2014年度		2013年度	
	主营业务收入	占比%	主营业务收入	占比%	主营业务收入	占比%
广东片区	25,378,674.36	72.56	35,429,660.47	71.62	25,437,313.01	66.38
江苏片区	825,333.31	2.36	352,201.25	0.71	-	-
北京片区	3,429,302.56	9.80	1,146,226.42	2.32	5,990,566.03	15.63
上海片区	3,219,764.15	9.21	9,517,367.63	19.24	6,175,362.07	16.11
湖北片区	-	-	693,685.53	1.40	717,823.90	1.87
天津片区	-	-	205,188.68	0.41	-	-
西藏片区	2,122,641.51	6.07	2,122,641.51	4.29	-	-
合计	34,975,715.88	100.00	49,466,971.49	100.00	38,321,065.01	100.00

（二）营业收入和利润的变动趋势和原因

公司最近两年及一期营业收入及利润情况如下：

金额单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度		2013年度
	金额	金额	增长率(%)	金额
营业收入	34,975,715.88	49,466,971.49	29.09	38,321,065.01
营业成本	30,685,063.71	40,868,375.11	22.97	33,234,822.24
毛利率	12.27%	17.38%	30.97	13.27%

营业利润	-221,794.01	3,051,306.51	2,209.50	132,119.76
利润总额	-221,990.59	3,051,306.51	2,213.88	131,869.76
净利润	-188,254.12	2,559,202.27	699.54	320,083.00

(三) 毛利率变化情况及分析

项目	2015年1-4月	增幅	2014年度	增幅	2013年度
广告发布费	12.27%	-29.40%	17.38%	30.97%	13.27%

公司 2013 年度、2014 年度、2015 年 1-7 月份产品整体毛利率分别为 13.27%、17.38%、12.27%。毛利率波动不大，2014 年毛利率有一定幅度的增长是由于公司经过几年的行业积累，在深圳区域已经形成一种广告位资源优势，提高了对客户的议价能力，所以毛利率有所上升。但由于 2015 年公司采购了大量新的广告位，因新建或改造广告位而产生一段时间的广告位空置期，从而导致毛利率有所下降。

(四) 主要费用及变化情况分析

金额单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度		2013年度
	金额	金额	增长率 (%)	金额
销售费用	411,403.91	789,892.80	4.84	753,392.60
管理费用	3,631,623.29	4,739,670.25	60.52	2,952,750.20
财务费用	8,936.93	1,827.78	-98.29	107,026.44
营业收入	34,975,715.88	49,466,971.49	29.09	38,321,065.01
销售费用占营业收入的比重 (%)	1.18		1.60	1.97
管理费用占营业收入比例 (%)	10.38		9.58	7.71
财务费用占营业收入比例 (%)	0.03		0.00	0.28

1、销售费用分析

金额单位：元

项目	2015年1-7月		2014年度		2013年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
维修费	50,916.00	12.38	290,000.00	36.71	510,000.00	67.69
业务招待费	127,060.30	30.88	258,493.20	32.73	165,641.00	21.99
差旅费	151,514.73	36.83	207,016.40	26.21	74,172.60	9.85
宣传费	60,112.73	14.61	-	-	-	-
福利费	20,515.15	4.99	34,383.20	4.35	2,920.00	0.39
其他	1,285.00	0.31	-	-	659.00	0.09
合计	411,403.91	100.00	789,892.80	100.00	753,392.60	100.00

报告期内，公司销售费用占营业收入比例较小且有所下降，公司销售费用中业务招待费、差旅费占比较大，未有异常变动情况。

2、管理费用分析

金额单位：元

项目	2015年1-7月		2014年度		2013年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
职工薪酬	1,521,438.04	41.89	1,789,655.78	37.76	1,128,717.48	38.23
社保费	101,619.52	2.80	119,318.74	2.52	88,288.89	2.99
福利费	91,705.00	2.53	180,836.51	3.82	254,614.60	8.62
住房公积金	14,682.00	0.40	20,660.00	0.44	12,360.00	0.42
业务招待费	90,060.00	2.48	318,823.00	6.73	302,783.08	10.25
办公费	377,360.82	10.39	1,281,407.22	27.04	531,473.47	18.00
差旅费	447,917.45	12.33	537,539.95	11.34	524,591.73	17.77
房租及	435,152.28	11.98	128,988.53	2.72	32,302.47	1.09

物 业 管 理 费						
折旧费	85,263.68	2.35	96,618.47	2.04	20,105.01	0.68
中介费	242,807.45	6.69	90,101.89	1.90	2,800.00	0.09
税费	35,374.29	0.97	28,181.15	0.59	21,502.47	0.73
装修费	37,356.89	1.03	-	-	-	-
其他	150,885.87	4.15	147,539.01	3.11	33,211.00	1.12
合计	3,631,623.29	100.00	4,739,670.25	100.00	2,952,750.20	100.00

随着公司业务规模的增长，公司的管理费用 2014 年度较 2013 年度增长 60.52%，主要由于职工薪酬、办公费在本期间有较大的增长，

职工薪酬方面：主要是由于公司人员情况一直保持稳定增长，2013 年末公司共有员工 19 人；2014 年末 27 人；2015 年 7 月 31 日，公司员工共有 39 人。人员的增长幅度与职工薪酬增长匹配。

办公费方面：主要由于公司 2014 年公司更换办公地点，采购了大量的办公用品，公司一次记入费用导致办公费用较大。

总体来说，管理费用报告期内无重大异常。

3、财务费用分析

金额单位：元

项目	2015 年 1-7 月	占比 (%)	2014 年度	占比 (%)	2013 年度	占比 (%)
利息支出	-	-	-	-	107,695.48	100.63
减：利息收入	4,430.95	-49.58	3,965.79	-216.97	5,842.65	-5.46
汇兑损益	-	-	-	-	-	-
手续费	6,380.38	71.39	5,793.57	316.97	5,173.61	4.83
现金折扣	6,987.50	78.19	-	-	-	-
合计	8,936.93	100.00	1,827.78	100.00	107,026.44	100.00

报告期内，公司财务费用支出较小。

（五）非经常性损益情况

1、公司在报告期内非经常性损益明细情况

单位：元

项目	2015年1-7月	2014年度	2013年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-	-
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司年初至合并日的当期净损益	112,452.63	696,192.36	-377,431.84
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-196.58	-	-250.00
所得税金额影响	-49.15	-	-62.50
非经常性损益合计	112,256.05	696,192.36	-377,681.84
扣除所得税后的非经常性损益	112,305.19	696,192.36	-377,619.34
利润总额	-221,990.59	3,051,306.51	131,869.76
非经常性损益占利润总额比例	-	22.82%	-

2、公司在报告期内获取政府补贴的项目名称及补贴金额

公司在报告期内未取得政府补贴。

（六）适用税率及主要财政税收优惠政策

1、主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	商品销售收入	3%、6%
城市维护建设税	实际缴纳的增值税税额	7%
教育费附加	实际缴纳的增值税税额	3%
地方教育费附加	实际缴纳的增值税税额	2%
文化事业建设费	含税销售额（可扣除含税发布成本）	3%
企业所得税	应纳税所得额	25%

注：公司 2013 年 1-4 月按小规模纳税人征收率为 3%，子公司广东东文广告有限公司 2013 年度、2014 年 1-4 月按小规模纳税人征收率为 3%。

（七）报告期内主要资产情况

1、货币资金

单位：元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
现金：	8,306.33	487,697.51	311,648.36
银行存款	3,422,828.45	341,368.40	289,439.53
合计	3,431,134.78	829,065.91	601,087.89

2、应收账款

（1）报告期内各期末应收账款期末余额情况：

单位：元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
应收账款	7,729,826.74	6,718,241.62	5,473,875.99
合计	7,729,826.74	6,718,241.62	5,473,875.99

申报期间内，公司的应收帐款呈逐年增长的趋势，主要是由于公司营业收入每年也在增长。

（2）报告期内各期末应收账款按种类披露如下：

①2015年7月31日

金额单位：元

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按账龄组合计提坏账准备的应收账款	7,729,826.74	100.00	386,491.34	5	7,343,335.40
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	7,729,826.74	100.00	386,491.34	5	7,343,335.40

②2014年12月31日

金额单位：元

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按账龄组合计提坏账准备的应收账款	6,718,241.62	100.00	335,912.08	5	6,382,329.54
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	6,718,241.62	100.00	335,912.08	5	6,382,329.54

③2013年12月31日

金额单位：元

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	

单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	5,473,875.99	100.00	273,693.80	5.00	5,200,182.19
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	5,473,875.99	100.00	273,693.80	5.00	5,200,182.19

(3) 报告期内各期末应收账款按账龄披露如下：

①2015年7月31日

金额单位：元

账龄	账面金额		坏账准备	
	金额	比例%	金额	比例%
1年以内	7,729,826.74	100.00	386,491.34	5.00
合计	7,729,826.74	100.00	386,491.34	5.00

②2014年12月31日

金额单位：元

账龄	账面金额		坏账准备	
	金额	比例%	金额	比例%
1年以内	6,718,241.62	100.00	335,912.08	5.00
合计	6,718,241.62	100.00	335,912.08	5.00

③2013年12月31日

金额单位：元

账龄	账面金额		坏账准备	
	金额	比例%	金额	比例%
1年以内	5,473,875.99	100.00	273,693.80	5.00
合计	5,473,875.99	100.00	273,693.80	5.00

(4) 报告期内，公司不存在核销应收账款的情况。

(5) 应收账款余额前五名情况:

金额单位: 元

年度	单位名称	款项性质	金额	年限	占应收账款总额的比例(%)
2015-07-31	北京博视得广告有限公司	货款	1,952,727.30	1年以内	25.26
	深圳市海岸融通投资有限公司	货款	1,225,720.00	1年以内	15.86
	博润广告传媒江苏有限公司	货款	1,120,000.00	1年以内	14.49
	中山市雅景房地产开发有限公司	货款	500,000.00	1年以内	6.47
	深圳市永丰源实业有限公司	货款	295,944.00	1年以内	3.83
	合计	-	5,094,391.30	-	65.91
2014-12-31	安防投资(中国)有限公司	货款	2,141,666.60	1年以内	31.88
	深圳雅宝房地产开发有限公司	货款	1,060,000.00	1年以内	15.78
	中山市雅景房地产开发有限公司	货款	750,000.00	1年以内	11.16
	深圳市海岸融通投资有限公司	货款	374,285.71	1年以内	5.57
	博润广告传媒江苏有限公司	货款	373,333.33	1年以内	5.56
	合计	-	4,699,285.64	-	69.95
2013-12-31	安防投资(中国)有限公司	货款	1,488,146.64	1年以内	27.19
	深圳市华夏之光广告发展有限公司	货款	957,000.00	1年以内	17.48
	惠州白鹭湖旅游事业开发有限公司	货款	706,480.00	1年以内	12.91

	东莞市华瑞世界鞋业总部基地有限公司	货款	550,000.00	1年以内	10.05
	深圳市永丰源实业有限公司	货款	512,040.00	1年以内	9.35
	合计	-	4,213,666.64	-	76.98

(6) 应收账款中含持本公司 5%(含 5%)以上股份的股东款项及其他关联方款项情况如下:

单位: 元

项目名称	关联方名称	2015-07-31	2014-12-31	2013-12-31	款项性质
应收账款	深圳市媒友网络科技有限公司	5,000.00	-	-	发布费
应收账款	深圳市爱琴海广告有限公司	153,272.00	-	-	发布费

3、其他应收款

(1) 报告期内各期末其他应收款期末余额情况:

单位: 元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
其他应收款	1,543,153.07	484,292.48	10,872,625.96
合计	1,543,153.07	484,292.48	10,872,625.96

(2) 其他应收款按种类披露情况如下:

①2015年7月31日

金额单位: 元

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按账龄组合计提坏账准备的其他应收	1,543,153.07	100	77,157.65	5	1,465,995.42

款					
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	1,543,153.07	100	77,157.65	5	1,465,995.42

②2014年12月31日

金额单位：元

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按账龄组合计提坏账准备的其他应收款	484,292.48	100	24,214.62	5	460,077.86
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	484,292.48	100	24,214.62	5	460,077.86

③2013年12月31日

金额单位：元

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	10,872,625.96	100	543,631.30	5	10,328,994.66
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-

合计	10,872,625.96	100	543,631.30	5	10,328,994.66
----	----------------------	------------	-------------------	----------	----------------------

(3) 报告期内各期末其他应收款按账龄披露如下:

①2015年7月31日

金额单位: 元

账龄	账面金额		坏账准备	
	金额	比例%	金额	比例%
1年以内	1,543,153.07	100	77,157.65	5
合计	1,543,153.07	100	77,157.65	5

②2014年12月31日

金额单位: 元

账龄	账面金额		坏账准备	
	金额	比例%	金额	比例%
1年以内	484,292.48	100	24,214.62	5
合计	484,292.48	100	24,214.62	5

③2013年12月31日

金额单位: 元

账龄	账面金额		坏账准备	
	金额	比例%	金额	比例%
1年以内	10,872,625.96	100	543,631.30	5
合计	10,872,625.96	100	543,631.30	5

(1) 其他应收款余额前五名单位情况:

金额单位: 元

年度	单位名称	款项性质	金额	年限	占其他应收款总额的比例(%)
2015/7/31	广东恒驰广告有限公司	广告位押金	1,000,000.00	1年以内	64.80
	深圳市口岸广告有	广告位押	219,000.00	1年以内	14.19

	限公司	金			
	深圳市金明霖投资有限公司	广告位押金	164,207.00	1年以内	10.64
	杨辉	往来款	100,000.00	1年以内	6.48
	深圳市泰然物业管理服务有限公司	房租押金	12,000.00	1年以内	0.78
	合计	-	1,495,207.00	-	96.89
2014/12/31	深圳市口岸广告有限公司	广告位押金	219,000.00	1年以内	45.22
	杨辉	往来款	100,000.00	1年以内	20.65
	范宁	往来款	73,300.00	1年以内	15.14
	涂东	往来款	46,000.00	1年以内	9.50
	泛海物业管理有限公司深圳分公司	广告位押金	25,000.00	1年以内	5.16
	合计	-	463,300.00	-	95.67
2013/12/31	振盛腾	往来款	10,000,000.00	1年以内	91.97
	涂东	往来款	752,986.20	1年以内	6.93
	武涵	往来款	81,000.00	1年以内	0.74
	泛海物业管理有限公司深圳分公司	广告位押金	25,000.00	1年以内	0.23
	李正军	往来款	8,700.00	1年以内	0.08
	合计	-	10,867,686.20	-	99.95

(5) 其他应收款中含持本公司 5%(含 5%)以上股份的股东款项及其他关联方款项情况如下:

单位: 元

项目名称	关联方名称	2015-07-31	2014-12-31	2013-12-31	款项性质
其他应收款	范宁		73,300.00	-	往来款、备用金
其他应收款	涂东		46,000.00	752,986.20	往来款、备用金

注: 报告期末, 公司其他应收款-杨辉余额 10.00 万元, 经核查, 公司职工

杨辉于 2015 年 9 月 28 日创立大会才选举为监事会主席，截至报告期末（2015 年 7 月 31 日）杨辉并非公司监事，也不属于关联方，所以本处关联方往来余额情况表并不对杨辉作为关联方进行披露。

4、预付款项

(1) 报告期内各期末预付账款期末余额情况：

单位：元

项目	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
预付账款	22,076,986.66	20,584,554.15	12,077,557.19
合计	22,076,986.66	20,584,554.15	12,077,557.19
占总资产比例	61.37%	71.08%	42.26%

报告期各期末，公司预付款余额均较高，占资产总额比例较大。其原因主要是公司属于广告行业，主营业务为提供专业化户外媒体广告策划，创新设计、制作、发布、代理等一揽子服务。公司广告投放须依托于户外媒体资源（即广告牌、广告位），而该部分媒体资源主要通过以购买、租赁的方式取得，公司在取得该资源时，首先要向媒体主缴纳一定的预付款，预付款的比例通常为合同总额的 20%-50%不等，预付时间通常为 1-12 个月不等。

此外，公司 2015 年 7 月 31 日、2014 年末预付款余额较 2013 年末有明显增加，主要是因为公司近两年经营规模扩张较快，广告牌数量自 2014 年 7 月以来增长迅速，2015 年 7 月较 2013 年大概翻两番。

公司广告牌数量大致统计如下：

时间	2013 年 7 月	2014 年 7 月	2014 年 10 月	2015 年 7 月	2015 年 11 月
数量(块)	24	37	52	70	75

综上，公司报告期末预付款余额较大是比较合理的。

(2) 按账龄分类情况：

金额单位：元

账龄	2015 年 7 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
----	-----------------	------------------	------------------

	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例(%)
1年以内	22,076,986.66	100.00	12,586,202.71	61.14	6,197,325.80	51.31
1-2年	-	-	2,608,253.05	12.67	5,880,231.39	48.69
2-3年	-	-	5,390,098.39	26.19	-	-
3年以上	-	-	-	-	-	-
合计	22,076,986.66	100.00	20,584,554.15	100.00	12,077,557.19	100.00

(3) 公司报告期内不存在核销预付账款的情况。

(4) 预付款项余额前五名情况

①2015年7月31日

金额单位：元

单位名称	金额	比例%	与本公司关系	发生时间	未结算原因
深圳市睿意整合文化传播有限公司	13,596,396.91	61.59	供应商	2015年	交易未完成
深圳市盛德斯嘉贸易有限公司	3,650,005.00	16.53	供应商	2015年	交易未完成
深圳市喜韵广告传媒有限公司	578,460.73	2.62	供应商	2015年	交易未完成
深圳市英路广告有限公司	501,333.32	2.27	供应商	2015年	交易未完成
深圳市泛太平洋广告有限公司	380,000.00	1.72	供应商	2015年	交易未完成
合计	18,706,195.96	84.73	-	-	-

②2014年12月31日

金额单位：元

单位名称	金额	比例%	与本公司关系	发生时间	未结算原因
深圳市睿意整合文化传播有限公司	12,675,851.55	61.58	供应商	2014年	交易未完成

深圳市爱琴海广告有限公司	2,816,894.66	13.68	供应商	2014年	交易未完成
深圳市英路广告有限公司	971,333.38	4.72	供应商	2014年	交易未完成
深圳市口岸广告有限公司	460,273.32	2.24	供应商	2014年	交易未完成
深圳市龙媒广告有限公司	457,500.00	2.22	供应商	2014年	交易未完成
合计	17,381,852.91	84.44	-	-	-

③2013年12月31日

金额单位：元

单位名称	金额	比例(%)	与本公司关系	发生时间	未结算原因
深圳市睿意整合文化传播有限公司	8,488,484.44	70.28	供应商	2013年	交易未完成
深圳市金驿道投资有限公司	874,781.00	7.24	供应商	2013年	交易未完成
武汉金驿道广告有限公司	692,666.69	5.74	供应商	2013年	交易未完成
广东黑白广告有限公司	339,583.33	2.81	供应商	2013年	交易未完成
中山市东区凤飞翔广告工程部	218,313.13	1.81	供应商	2013年	交易未完成
合计	10,613,828.59	87.88	-	-	-

(2) 预付款项中含持本公司5%(含5%)以上股份的股东款项及其他关联方款项情况如下：

单位：元

项目名称	关联方名称	2015-07-31	2014-12-31	2013-12-31	款项性质
预付款项	深圳市媒友网络科技有限公司	200,000.00	363,281.00	874,781.00	媒体资源采购款

预付款项	武汉金驿道 广告有限公司	-	311,000.02	692,666.69	媒体资源 采购款
预付款项	深圳市睿意 整合文化传 播有限公司	13,596,396.91	12,675,851.55	8,488,484.44	媒体资源 采购款
预付款项	深圳市爱琴 海广告有限 公司	-	2,816,894.66	-	媒体资源 采购款

5、固定资产及累计折旧

(1) 固定资产情况

①2015年7月31日

金额单位：元

项目	原值	累计折旧	账面价值	成新率
办公设备	333,203.19	141,225.16	191,978.03	57.62
运输设备	319,800.00	60,762.00	259,038.00	81.00
合计	653,003.19	201,987.16	451,016.03	69.07

②2014年12月31日

金额单位：元

项目	原值	累计折旧	账面价值	成新率%
办公设备	285,083.43	91,405.98	193,677.45	67.94
运输设备	319,800.00	25,317.50	294,482.50	92.08
合计	604,883.43	116,723.48	488,159.95	80.70

③2013年12月31日

金额单位：元

项目	原值	累计折旧	账面价值	成新率%
办公设备	188,981.37	20,105.01	168,876.36	89.36
运输设备	-	-	-	-
合计	188,981.37	20,105.01	168,876.36	89.36

公司的固定资产主要是运输设备和办公设备。

6、无形资产

无形资产分类列示情况如下：

①2015年7月31日

项目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年7月31日
账面原值	-	262,135.93	-	262,135.93
软件	-	262,135.93	-	262,135.93
累计摊销	-	4,368.93	-	4,368.93
软件	-	4,368.93	-	4,368.93
账面净值	-	-	-	257,767.00
软件	-	-	-	257,767.00

②公司2013年12月31日、2014年12月31日无无形资产余额。

7、长期待摊费用

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
办公区域装修费	709,780.87	-	-
合计	709,780.87	-	-

8、递延所得税资产

已确认的递延所得税资产

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
递延所得税资产：	-	-	-
资产减值准备	115,912.25	90,031.68	204,331.28
未弥补亏损	118,951.05	9,231.51	810.61
小计	234,863.30	99,263.19	205,141.89

报告期内，公司子公司包括广东东文、上海洪基等形成亏损，该亏损按税法规定可递延 5 个连续会计年度来弥补，所以各报告期末形成可抵扣暂时性差异，确认递延所得税资产。

9、其他非流动资产

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
预付软件款	-	117,281.56	-
合计	-	117,281.56	-

公司预付的软件款系子公司广东东文委托深圳腾华兄弟互联技术有限公司开发软件产品所预付的款项，截至 2015 年 7 月 31 日，该系统平台已开发完毕。

10、资产减值准备

①2015年7月31日

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加	本期减少		2015年7月31日
			转回	转销	
坏账准备	360,126.70	103,522.29	-	-	463,648.99
合计	360,126.70	103,522.29	-	-	463,648.99

②2014年12月31日

单位：元

项目	2013年12月31日	本期增加	本期减少		2014年12月31日
			转回	转销	
坏账准备	817,325.10		457,198.40		360,126.70

合计	817,325.10		457,198.40		360,126.70
----	-------------------	--	-------------------	--	-------------------

③2013年12月31日

单位：元

项目	2012年12月31日	本期增加	本期减少		2013年12月31日
			转回	转销	
坏账准备	67,714.60	749,610.50			817,325.10
合计	67,714.60	749,610.50			817,325.10

(八) 报告期内主要负债情况

1、应付账款

(1) 应付账款账龄分析列示如下：

金额单位：元

账龄	2015年7月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
1年以内	4,064,812.03	100.00	1,728,315.81	100.00	6,503,065.34	100.00
合计	4,064,812.03	100.00	1,728,315.81	100.00	6,503,065.34	100.00

(2) 报告期内，应付账款期末余额中应付持本公司5%以上（含5%）表决权股份的股东及关联单位款项如下：

单位：元

项目名称	关联方	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日	性质
应付账款	深圳市媒友网络科技有限公司	2,096,049.08	4,500.00	-	往来款
应付账款	深圳市爱琴海广告有限公司	30,842.99	-	69,559.04	往来款

(3) 报告期内应付账款期末余额前五名明细如下：

①2015年7月31日

金额单位：元

公司名称	金额	占比%	账龄
深圳金驿道投资有限公司	2,096,049.08	51.57	1年以内
广东新路广告有限公司	560,306.79	13.78	1年以内
广州天泓传媒有限公司	349,999.85	8.61	1年以内
广州市睿天广告有限公司	175,000.00	4.31	1年以内
深圳市英路广告有限公司	133,333.32	3.28	1年以内
合计	3,314,689.04	81.55	

②2014年12月31日

金额单位：元

公司名称	金额	占比%	账龄
广东新路广告有限公司	1,260,332.13	72.92	1年以上
深圳市怡和兴物业管理有限公司	146,333.37	8.47	1年以内
湖南煌翎文化传媒有限公司	95,000.07	5.50	1年以内
深圳中外运物业管理有限公司	77,041.66	4.46	1年以内
广州天泓传媒有限公司	41,157.80	2.38	1年以内
合计	1,619,865.03	93.73	

③2013年12月31日

金额单位：元

公司名称	金额	占比%	账龄
广东新路广告有限公司	1,713,715.95	26.35	1年以内
上海福仁广告有限公司	984,560.40	15.14	1年以内
湖南红方广告传媒有限公司	980,000.00	15.07	1年以内
江苏丰瑞尔广告有限公司	701,146.68	10.78	1年以内
深圳福顺来广告有限公司	655,000.00	10.07	1年以内
合计	5,034,423.03	77.42	

2、预收款项

(1) 预收账款账龄分析列示如下：

金额单位：元

账龄	2015年4月30日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
1年以内	5,944,666.74	100.00	4,518,238.82	100.00	2,779,940.12	100.00
合计	5,944,666.74	100.00	4,518,238.82	100.00	2,779,940.12	100.00

公司预收账款主要是预收的广告牌租赁发布费，报告期内预收账款期末余额变动较小。

(2) 报告期各期末，预收账款余额前五名明细如下：

①2015年7月31日

金额单位：元

公司名称	金额	占比%	账龄	款项性质
深圳市宜保通金融服务（集团）有限公司	909,999.99	15.31	一年以内	发布费
上海文畅广告有限公司	823,333.27	13.85	一年以内	发布费
中原证券股份有限公司	798,000.00	13.42	一年以内	发布费
深圳雅兰家居用品有限公司	740,000.00	12.45	一年以内	发布费
深圳市麦迪逊广告有限公司	729,166.67	12.27	一年以内	发布费
合计	12,092,629.71	34.96		

②2014年12月31日

金额单位：元

公司名称	金额	占比%	账龄	款项性质
深圳市效果文化传播有限公司	720,000.00	15.94	一年以内	发布费
深圳市泰富华天峦湖置业有限公司	666,666.68	14.76	一年以内	发布费
深圳雅兰家居用品有限公司	610,000.00	13.50	一年以内	发布费
深圳市中爱联实业有限公司	495,000.00	10.96	一年以内	发布费
西藏老马广告有限公司	450,000.00	9.96	一年以内	发布费

合计	2,941,666.68	65.11		
----	--------------	-------	--	--

③2013年12月31日

金额单位：元

公司名称	金额	占比%	账龄	款项性质
上海文畅广告有限公司	800,000.00	28.78	一年以内	发布费
东风本田汽车有限公司	648,666.63	23.33	一年以内	发布费
中国信达资产股份有限公司深圳市分行	578,666.65	20.82	一年以内	发布费
尚爵澜尊洋酒（上海）有限公司	158,333.36	5.70	一年以内	发布费
科勒（中国）有限公司上海分行	126,666.71	4.56	一年以内	发布费
合计	2,312,333.35	83.18		

（3）报告期内，预收账款无预收持本公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位及其他关联方款项。

3、应交税费

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
增值税	824,625.13	1,007,660.42	707,776.80
所得税	-89,840.85	321,319.02	-20,635.47
城市维护建设税	49,885.49	70,229.79	47,358.78
教育费附加	21,529.42	30,248.42	20,446.55
地方教育费附加	14,340.46	20,153.12	13,618.55
个人所得税	1,875.13	1,840.00	1,840.00
印花税	41,687.41	23,314.14	17,084.03
文化建设费	-24,995.56	204,508.11	-3,151.54
堤围费	2,319.99	2,319.99	2,075.95
合计	841,426.62	1,681,593.01	786,413.65

4、其他应付款

(1) 其他应付款账龄分析列示如下：

金额单位：元

账龄	2015年7月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
1年以内	1,403,885.15	100.00	200,000.00	100.00	300,162.00	100.00
合计	1,403,885.15	100.00	200,000.00	100.00	300,162.00	100.00

(2) 报告期各期末其他应付款余额前五名明细如下：

①2015年7月31日

金额单位：元

公司名称	金额	占比%	账龄	款项性质
涂东	696,486.32	49.61	一年以内	往来款
刘卫彪	502,738.00	35.81	一年以内	往来款
申长久	200,000.00	14.25	一年以内	往来款
员工工资	4,660.83	0.33	一年以内	往来款
合计	1,403,885.15	100.00		

②2014年12月31日

金额单位：元

公司名称	金额	占比%	账龄	款项性质
刘卫彪	200,000.00	100.00	一年以内	往来款
合计	200,000.00	100.00		

③2013年12月31日

金额单位：元

公司名称	金额	占比%	账龄	款项性质
刘卫彪	240,000.00	79.96	一年以内	往来款
涂东	50,300.00	16.76	一年以内	往来款
深圳市佳进光电技术有限公司	9,600.00	3.20	一年以内	往来款
刘飞龙	262.00	0.09	一年以内	往来款
合计	300,162.00	100.00		

(3) 报告期内，其他应付款期末余额中其他应付持本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东及关联单位款项如下：

单位：元

项目名称	关联方	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日	性质
其他应付款	刘卫彪	502,738.00	200,000.00	240,000.00	往来款
其他应付款	涂东	696,486.32	-	50,300.00	往来款
其他应付款	申长久	200,000.00	-	-	往来款

（九）报告期内股东权益情况

单位：元

项目	2015年7月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
实收资本（或股本）	20,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00
资本公积	3,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00
盈余公积	262,399.01	258,689.68	69,751.48
未分配利润	212,201.89	404,165.34	-1,966,098.73
股东权益合计	23,474,600.90	20,662,855.02	18,103,652.75

公司实收资本形成过程详见本公开转让说明书“第一节公司基本情况”之“四、公司历史沿革”。

六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况

（一）关联方认定标准

根据《公司法》和财政部《企业会计准则第 36 号——关联方披露》的相关规定，关联方认定标准如下：

一方控制、共同控制另一方或对另一方施加重大影响，以及两方或两方以上受同一方控制、共同控制或重大影响的，构成关联方。关联方可为个人或企业。仅仅同受国家控制而不存在其他关联方关系的公司之间不构成本公司的关联方。

本公司的关联方包括但不限于：

- 1、本公司的母公司；
- 2、本公司的子公司；
- 3、与本公司受同一母公司控制的其他企业；
- 4、对本公司实施共同控制的投资方；
- 5、对本公司施加重大影响的投资方；
- 6、本公司的合营企业，包括合营企业的子公司；
- 7、本公司的联营企业，包括联营企业的子公司；
- 8、本公司的主要投资者个人及与其关系密切的家庭成员；主要投资者个人，是指能够控制、共同控制一个企业或者对一个企业施加重大影响的个人投资者；
- 9、本公司或其母公司的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员；关键管理人员，是指有权力负责计划、指挥和控制公司活动的人员；
- 10、本公司的主要投资者个人、关键管理人员或与其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。

（二）公司相关制度对关联交易的规定

1、公司关联交易遵循的原则

公司关联交易遵循的原则详见本公开转让说明书“第三节公司治理”之“五、公司报告期内对外担保、委托理财、关联交易等重要事项”之“（三）关联交易”之“1、公司关联交易遵循的原则”。

2、公司关联交易价格的确定和管理机制

公司关联交易价格的确定和管理机制详见本公开转让说明书“第三节公司治理”之“五、公司报告期内对外担保、委托理财、关联交易等重要事项”之“（三）关联交易”之“2、公司关联交易价格的确定和管理机制”。

3、公司关联交易的决策权限

公司关联交易的决策权限详见本公开转让说明书“第三节公司治理”之“五、公司报告期内对外担保、委托理财、关联交易等重要事项”之“（三）关联交易”之“3、公司关联交易的决策权限”。

4、关联交易的董事会表决程序

公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

5、关联交易的股东会表决程序

公司股东会审议的事项属于关联交易的，关联股东不得参加表决。关联股东应主动提出回避申请，否则其他股东有权向股东会提出关联股东回避申请；股东会对有关关联交易事项进行表决时，在扣除关联股东所代表的有表决权的股份数后，由出席会议的非关联股东依照有关规定进行表决；如有特殊情况关联股东无法回避的，公司在征得监管机构同意后，股东会可按正常程序进行表决，并在决议中对关联股东无法回避的特殊情况予以说明。

（三）本公司的关联方情况

1、存在控制的关联方

关联方名称	与本公司关系
广东东文广告有限公司	本公司之子公司
浙江东文广告有限公司	本公司之孙公司
上海洪基文化传媒有限公司	本公司之子公司

2、不存在控制的关联方

公司不存在控制关系的关联方主要包括持股 5%以上股东、公司董事、监事、高级管理人员等。报告期内，不存在其他公司对本公司形成共同控制、重大影响的情况，且本公司不存在投资其他合营、联营公司的情况。

(1) 持股本公司 5%以上的股东

股数单位：股

序号	名称或姓名	持股数量	直接持股比例	股东性质
1	刘卫彪	12,000,000.00	60%	自然人股东
2	涂东	2,200,000.00	11%	自然人股东
3	申长久	2,000,000.00	10%	自然人股东
4	深圳市欧米派合伙企业 (有限合伙)	2,000,000.00	10%	非法人组织股东
5	范宁	1,800,000.00	9%	自然人股东

(2) 公司董事、监事、高级管理人员

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事、监事和高级管理人员情况如下：

序号	姓名	职务	是否在外部单位任职
1	刘卫彪	董事长	是
2	涂东	副董事长	否
3	范宁	董事兼总经理	否
4	何剑遥	董事、董事会秘书兼副总经理	否
5	申长久	董事	否
6	杨辉	监事会主席	否
7	刘臣	职工监事兼总经理助理	否
8	张桃龙	监事	否
9	陈思晓	执行总监	否
10	夏鑫	财务负责人	是

报告期内，公司控股股东、实际控制人为刘卫彪。刘卫彪在东莞市敦旺电子有限公司担任监事。东莞市敦旺电子有限公司经营范围为产销：电子产品、连接线；销售：五金、塑胶制品；货物进出口、技术进出口。东莞市敦旺电子有限公司经营范围未与深圳东文经营范围重叠，两者不存在同业竞争。

公司财务负责人夏鑫目前担任深圳市十二生肖科技有限公司股东及深圳市三桥水果配送服务有限公司总经理。经核查，深圳市十二生肖科技有限公司经营范围为：电子产品、五金制品、塑胶产品的技术开发及购销(以上不含再生资

源回收经营)；国内贸易(法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外)；货物及技术进出口(法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营)；深圳市三桥水果配送服务有限公司经营范围为水果的销售，国内贸易(法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营)及水果配送。

3、其他关联方

(1) 关联自然人

其他关联方名称	其他关联方与本公司关系
申喜	股东申长久之子

(2) 关联法人

企业名称	深圳市金驿道广告有限公司(深圳市金驿道投资有限公司前身)
成立时间	2011年8月25日
注册资本	10.00万元
法定代表人	胡艳芬
关联关系	受同一实际控制人控制的企业(自2012年4月20日起,刘卫彪担任该公司法人及股东。2013年11月26日深圳市金驿道广告有限公司变更为深圳市金驿道投资有限公司)
营业执照号	440301105661053
经营场所	深圳市福田区新洲北村41-3号(仅限办公)
经营范围	从事广告业务

(3) 关联法人

企业名称	深圳市金驿道投资有限公司(深圳市媒友网络科技有限公司前身)
成立时间	2011年8月25日
注册资本	1,000.00万元人民币
法定代表人	刘卫彪
关联关系	受同一实际控制人控制的企业(2015年4月15日,刘卫彪、涂东、范宁、申长久签署股权转让协议,将各自股份转让给申喜、刘百川。深圳市公证处就此次股权转让协议出具(2015)深证字

	第 56999 号。)
营业执照号	440301105661053
经营场所	深圳市福田区深南大道与泰然九路交界东南都市阳光名苑 1 栋 18D
经营范围	房地产开发；房屋租赁；建筑装饰工程；物业管理；教育投资；广告媒体开发；制作，发布。

(4) 关联法人

企业名称	深圳市媒友网络科技有限公司
成立时间	2011 年 08 月 25 日
注册资本	1,000.00 万元
法定代表人	刘百川
关联关系	前身为深圳市金驿道投资有限公司，已于 2015 年 5 月 14 日变更为深圳市媒友网络科技有限公司。深圳东文传媒股份有限公司股东之一申长久与媒友科技现控股股东申喜系父子关系。
营业执照号	440301105661053
经营场所	深圳市福田区深南大道与泰然九路交界东南都市阳光名苑 1 栋 18D
经营范围	国内贸易；进出口业务；网络技术开发、技术咨询、技术转让；经营电子商务。^教育投资；互联网信息服务业务。

(5) 关联法人

企业名称	武汉金驿道广告有限公司（已于 2015 年 6 月 29 日注销）
成立时间	2012 年 12 月 10 日
注册资本	1,000.00 万元
法定代表人	涂东
关联关系	受同一实际控制人控制的企业
营业执照号	420100000327245
经营场所	武汉经济技术开发区 12C2 地块武汉经开万达广场二期第六栋 18 层 6 号房
经营范围	广告制作与发布。（国家专项规定的项目经审批后或凭许可证在核定期限内经营）

(6) 关联法人

企业名称	深圳市睿意整合文化传播有限公司
成立时间	2011年08月25日
注册资本	1,000.00万元
法定代表人	高小敏
关联关系	本公司现董事、董事会秘书兼副总经理何剑遥在2013年11月14日前直接持有该公司股权,2013年11月14日至2015年6月11日,本公司高管之妹妹何剑科直接持有该公司股权。
营业执照号	440301106453334
经营场所	深圳市福田区竹子林四路与紫竹六道交汇处越众越海家园3栋31C
经营范围	从事广告业务(法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的,另行办理审批登记后方可经营),会议会展策划、礼仪策划、企业形象策划,国内贸易(以上不含专营、专控、专卖商品及限制项目)。

(7) 关联法人

企业名称	深圳市爱琴海广告有限公司
成立时间	2009年12月22日
注册资本	10.00万元人民币
法定代表人	张影
关联关系	本公司现有股东范宁在2015年6月9日之前为企业法定代表人、董事及总经理。
营业执照号	440301104428586
经营场所	深圳市福田区深南大道与泰然九路交界东南都市阳光名苑1栋10D
经营范围	网上从事广告业务;网上从事企业形象策划(以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目)。

(四) 关联交易及关联方资金往来

1、存在控制关系且已纳入本公司合并报表范围的子公司,其相互间交易及母子公司交易已作抵销。

2、经常性关联交易

1) 购销商品、提供和接受劳务的关联交易

采购商品/接受劳务情况

关联方	交易内容	2015年1-7月	占比%	2014年	占比%	2013年	占比%
深圳市媒友网络科技有限公司	采购商品	2,642,639.08	8.64	904,500.00	2.19	3,200,000.00	10.08
武汉金驿道广告有限公司	采购商品	381,000.00	1.25	795,666.67	1.93	1,054,333.31	3.32
深圳市睿意整合文化传播有限公司	采购商品	7,170,657.21	23.44	410,500.00	0.99	136,000.00	0.43
深圳市爱琴海广告有限公司	采购商品	1,230,499.99	4.02	2,541,666.62	6.15	1,866,721.18	5.88

出售商品/提供劳务情况

关联方	关联交易内容	2015年1-7月	占比%	2014年	2013年
深圳市爱琴海广告有限公司	销售商品	144,596.23	0.41	-	-

2) 关联租赁情况

承租方名称	租赁资产种类	2015年1-7月	2014年	2013年
深圳市媒友网络科技有限公司	无形资产	4,716.97	-	-

3、偶发性关联交易

(1) 关联方提供借款担保的情况如下：

报告期内无关联方向公司提供担保的情况。

(2) 关联方提供生产场地情况

报告期内无关联方向公司提供生产场地的情况。

4、公司应收关联方款项情况：

单位：元

项目名称	关联方名称	2015-07-31	2014-12-31	2013-12-31	款项性质
应收账款	深圳市媒友网络科技有限公司	5,000.00	-	-	发布费
应收账款	深圳市爱琴海广告有限公司	153,272.00	-	-	发布费
其他应收款	范宁	-	73,300.00	-	往来款、备用金
其他应收款	涂东	-	46,000.00	752,986.20	往来款、备用金
预付款项	深圳市媒友网络科技有限公司	200,000.00	363,281.00	874,781.00	发布费
预付款项	武汉金驿道广告有限公司	-	311,000.02	692,666.69	发布费
预付款项	深圳市睿意整合文化传播有限公司	13,596,396.91	12,675,851.55	8,488,484.44	发布费
预付款项	深圳市爱琴海广告有限公司	-	2,816,894.66	-	发布费

5、公司应付关联方款项情况：

单位：元

项目名称	关联方	2015-7-31	2014-12-31	2013-12-31	款项性质
应付款项	深圳市媒友网络	2,096,049.08	4,500.00	-	往来款

	科技有限公司				
应付款项	深圳市爱琴海广告有限公司	30,842.99	-	69,559.04	往来款
其他应付款	刘卫彪	502,738.00	200,000.00	240,000.00	往来款
其他应付款	涂东	696,486.32	-	50,300.00	往来款
其他应付款	申长久	200,000.00	-	-	往来款

(五) 关联交易的公允性和必要性

关联交易的必要性：

一方面，公司目前已经开始逐步加快发展广告代理发布业务，此业务需要了解并能跟踪到全国媒体资源，而公司几个关联公司是专门从事此业务的网络公司、专业广告媒介团队。其中深圳市媒友网络科技有限公司（以下简称媒友科技）是专门从事媒体整合、代理采购的网络服务公司，依托电子网络平台，能从国内快速寻找与客户需求相匹配的媒体位置，并且能同时整合国内户外媒体，做到线上线下同时交易。根据业务开展要求，东文传媒需要了解并能跟踪到全国媒体资源，而媒友科技是专门从事此业务的网络公司，具备这样的媒体服务能力，与媒友科技的合作能提高深圳东文媒体主网络覆盖，提高工作效率。同时，公司将合同金额较小、投放广告牌位较多的广告代理服务交给媒友公司，可以节省大量人力物力，集中力量专注于深圳市区“黄金三线”与广东省高速公路立柱广告的开发与运营。

另一方面，东文传媒虽然在深圳、广州等城市及地区拥有自己专业的媒介团队，但放眼全国市场，对广告媒体资源掌控能力还比较薄弱，因此公司需要有专业的广告媒介团队帮公司进行前期调研评估、寻找及接洽全国区域内可执行的媒体资源。公司通过深圳市睿意整合文化传播有限公司（以下简称睿意文化公司）与深圳市爱琴海广告有限公司（以下简称爱琴海公司）能弥补东文传媒在全国范围内对媒体资源掌控的短板，加强媒体整合能力。

关联交易的公允性：

公司从深圳市睿意整合文化传播有限公司、深圳市爱琴海广告有限公司采购部分广告媒体资源，一般以在睿意文化公司、爱琴海公司对外采购价格的基

础上加上合理税费、手续费等费用进行定价，该等内部采购与销售均以签订合法有效的合同为基础，合同内容均对购销价款以及定价方式进行明确规定，并以银行划款等方式支付相关价款，总体上讲，公司与睿意文化公司、爱琴海公司等关联交易价格较为公允。

公司支付深圳市媒友网络科技有限公司约占收益的 25%的金额作为网络媒体资源服务费，据了解，该费用比例与市场价格无较大差异，目前媒友科技公司电子网络平台尚未正式对外开放，待对外部第三方客户开放后，预期其服务费价格也大概按照 25%的收益比例收取。

2015 年 10 月 25 日，股份公司召开临时股东大会，审议通过《关于公司最近二年及一期关联交易的议案》，全体股东确认公司近二年及一期与各关联方所发生的关联交易定价公允，不存在交易不真实，定价不公允及影响公司独立性及日常经营的情形，亦不存在损害公司及其他股东权益的情形。

综上，公司报告期内关联交易价格比较公允，且公司股东大会已针对报告期内关联交易的公允性做出确认，公司及控股股东也做出承诺，后续会逐步减少关联交易，公司股东会持续监督公司该等关联交易行为的合法合规性。

（六）关联交易对财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司涉及除子公司外的关联交易，对公司的财务状况和经营成果不构成重大影响。

（七）减少与规范关联交易的说明

公司在《公司章程》中对关联交易进行了相关规定，另外，为使相关决策更具有操作性，以便于有效落实管理决策，管理层对关联交易的决策程序做了进一步的规范，起草了《关联交易决策制度》，并提交股东大会予以通过。

随着公司在全国范围内分公司的建立及业务开展，公司将逐渐减少与上述关联方的合作。同时，公司持股 5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员出具《规范关联交易承诺函》，承诺尽量减少与股份公司间的关联交易，对于无法避免的关联交易，将严格按照《公司法》、《公司章程》、《关联交易决策制度》等规定，履行相关的决策程序。

股份公司成立后建立了完善的关联方交易决策制度，公司已承诺严格遵守相关制度。

此外，公司为进一步规范关联交易，武汉金驿道广告有限公司已于 2015 年 6 月 29 日注销；深圳市爱琴海广告有限公司目前正协商转让给外部第三方；深圳市睿意整合文化传播有限公司计划执行完毕已签订合同后进行转让或者注销；深圳市媒友网络科技有限公司在后续会根据公司业务的发展需要而将其收购为东文传媒之全资子公司。

七、需提请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）期后事项

报告期后，股份公司成立第一次监事会会议，职工杨辉被选举为监事会主席。

据查，杨辉 2014 年及 2015 年 1-7 月，从公司借款 10.00 万元。2015 年 9 月 28 日，深圳东文传媒股份有限公司召开第一届监事会第一次会议，选举杨辉为公司第一届监事会主席，任期三年。

为避免影响监事的独立性，主办券商已经要求杨辉将 10.00 万元归还公司，截至本公开转让说明书签署之日，杨辉已将 10.00 万元归还公司。

（二）或有事项

本公司截至本公开转让说明书签署之日未有需要披露的或有事项。

（三）其他重要事项

本公司截至本公开转让说明书签署之日未有需要披露的其它重要事项。

八、报告期内资产评估情况

为了整体变更为股份公司，公司委托国众联资产评估土地房产评估有限公司进行了市场价值评估。该次评估采用了资产基础法对整体资产进行评估，评估基准日为 2015 年 7 月 31 日。2015 年 9 月 13 日，国众联出具文号为国众联评报

字（2015）第 2-504 号的《深圳市东文广告有限公司拟进行股份制改造所涉及的深圳市东文广告有限公司净资产资产评估报告》，评估结论如下：

金额单位：人民币万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
流动资产	2,126.85	2,128.89	2.04	0.10
非流动资产	1,090.47	1,089.52	-0.95	-0.09
其中：	-	-	-	-
长期股权投资	1,047.43	1,045.96	-1.47	-0.14
固定资产	41.07	43.56	2.49	6.06
递延所得税资产	1.97		-1.97	-100.00
资产总计	3,217.33	3,218.40	1.07	0.03
流动负债	798.39	798.39	-	-
非流动负债	-	-	-	-
负债总计	798.39	798.39	-	-
净资产	2,418.93	2,420.01	1.08	0.04

在评估基准日 2015 年 7 月 31 日资产总额账面值 3,217.33 万元，评估值 3,218.40 万元，评估增值 1.07 万元，增值率 0.03%；

负债总额账面值 798.39 万元，评估值 798.39 万元，评估值与账面值无差异；

净资产账面值 2,418.93 万元，评估值 2,420.01 万元，评估增值 1.08 万元，增值率 0.04%。

除上述资产评估外，公司未进行过其他资产评估情形。

九、股利分配政策

（一）报告期内股利分配政策

《公司章程》第一百七十一条：“公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公

积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。”

第一百七十二条公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金不得用于弥补公司的亏损。

第一百七十三条法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的百分之二十五。

第一百七十四条公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项”。

（二）报告期内股利分配情况

报告期内，公司不存在股利分配情形。

（三）挂牌后股利分配政策

根据《公司章程》，公司挂牌后的股利分配政策如下：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上时，可以不再提取。

2、公司交纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

（1）弥补以前年度的亏损；

（2）提取交易风险准备金及应提取的其他准备金；

(3) 提取法定公积金 10%，当法定公积金累计达到注册资本 50%时可不再提取；

(4) 根据股东大会的决定，提取任意公积金；

(5) 按照股东的出资比例分配利润，股东另有约定的从其约定。

3、公司的利润分配重视对投资者的合理回报，公司可以采取现金股票方式分配股利。在不影响公司正常生产经营所需现金流的情况下，公司优先选择现金分配方式。公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

十、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

报告期内，东文传媒纳入合并报表的控股子公司有广东东文、上海洪基。各关联公司基本情况详见本公开转让说明书之“第一节基本情况”之“六、东文传媒合并范围内关联方情况”。

十一、风险因素

（一）核心技术人员流失风险

广告公司最重要的资源之一是人才，创新能力和对市场变化的敏锐判断是公司重要的竞争力，公司后续业绩的持续快速增长和核心技术的不断提升，对人才具有一定的依赖性。公司一旦在人才的引进和培养上落后于行业其他公司，将面临核心技术人员不足甚至流失的风险。

（二）控股股东、实际控制人控制不当风险

截至本公开转让说明书签署之日，刘卫彪通过直接持股、间接持股方式一共持有公司 64.50%的股份，为公司的控股股东、实际控制人。即使本次新三板成功挂牌后导致其持股比例有所下降，但其依然可以利用其控股股东地位，通过在董事会、股东大会行使表决权的方式影响公司的重大决策，对公司经营决策可施予重大影响。

（三）资金不足风险

由于行业特征，公司在采购部分优质媒介资源时，需预付一部分费用。公司想要快速扩张业务，争取更多的优质客户，就必须获取更多的优质媒介资源来吸引客户，这意味着公司需要补充资金来完成媒介布局。如果公司不能尽快的争取先发优势，增强客户黏性，则可能被市场中有资金实力的竞争对手所挤压。

（四）预付账款占资产比例较高的风险

公司截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 7 月 31 日，预付账款占资产总额的比重分别为 42.26%、71.08%、61.37%，公司预付账款主要是预付广告媒体供应商等款项，预付账款的增加会对公司日常资金需求产生较大影响，若公司现金流不足或者中断，会对公司的持续经营产生较大影响。

（五）区域市场风险

在户外媒体服务中，丰富稳定的媒体资源和客户资源是运营成功的关键因素，而该两类资源均是长期经营和积累的结果，因此若要进入其他市场或区域进行业务拓展存在一定的不确定性和风险，媒体资源、客户资源的竞争以及前期开发成本的投入在短期内会对公司的盈利能力造成影响。公司目前的业务范围主要集中在广东省内，公司将继续拓展该区域的市场份额并抓住机遇开拓新的市场。

（六）发布虚假广告而被处罚的风险

公司只能对代理广告的合法合规性提高合理有限保证，尽力保证广告内容的真实可靠，如客户故意隐瞒产品真实信息，公司在保持谨慎审核原则的前提下，仍未能发现广告里存在不合法内容，公司将难以规避因发布虚假广告而受到处罚的风险。

（七）最近一期盈利能力下降的风险

2013 年度、2014 年度、2015 年 1-7 月，公司营业利润分别为 13.21 万元、305.13 万元、-22.18 万元，公司净资产收益率分别为 2.14%、13.20%、-1.06%。2013 年及 2014 年公司利润增长较快，2015 年公司正处于战略扩张期，为了支持公司业务的扩张，公司在 2014 年后半年及 2015 年购入较多优质的广告位资

源，而广告位从采购到设计、改造、寻找客户到上画需要一定的时间，导致了公司目前资源的空置率上升，导致公司 2015 年 1-7 月的利润下降。

（八）公司广告代理业务合法合规性风险

公司的主营业务为提供专业化户外媒体广告策划，创新设计、制作、发布、代理等一揽子服务，具体方式为自有媒体广告投放及广告代理业务。广告代理业务是指公司根据广告主对广告投放城市、特定地段及时间的要求，向其他同行业广告公司进行采购。有别于自有媒体广告投放，广告代理业务中，公司直接面对拥有该户外广告媒体资源的出租方（即其他广告公司），而不是直接面对该户外广告媒体资源的原始产权方。因此，如果该广告媒体资源的原始产权方不允许出租方（即其他广告公司）进行转租，则公司代理业务部分广告媒体经营权可能存在因得不到原始产权方认可而被收回的风险，可能会对公司广告代理业务的开展造成一定的影响。

（九）户外广告设施未经设置审批的风险

根据《深圳特区市容和环境卫生管理条例》及《深圳市户外广告管理办法》，户外广告设施应经过城管部门的设置审批，未经城管部门批准擅自设立户外广告的，责令限期拆除，并处罚款。报告期内，公司存在户外广告未经设置审批的情况，若该等情形被相关部门认定为不合规设置广告牌或者不合规经营等行为，则有可能对公司日常业务的开展产生一定的影响。

（十）因媒体资源无法续期对经营产生影响的风险

近年来，深圳市加强了对户外广告设施设置的管理，户外广告设置规划由深圳市城市管理局、深圳市规划和国土资源委员会等多个部门联合规划。随着深圳市政府对户外广告位设置标准的不断提升，未来存在市区广告位设置规划变更、市容市貌整治等不可抗力因素，导致公司户外广告位因不符合规划要求而被迫搬迁或弃租的可能，会对公司日常业务经营产生一定的影响。

第五节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

申请挂牌公司及董事、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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

公司全体董事签名:

刘卫彪 涂东 范宁

刘卫彪

涂东

范宁

何剑遥 申长久

何剑遥

申长久

公司全体监事签名:

杨辉 刘臣 张桃龙

杨辉

刘臣

张桃龙

公司高级管理人员签名:

范宁 何剑遥 陈思晓

范宁

何剑遥

陈思晓

夏鑫

夏鑫



深圳东文传媒股份有限公司

2015年12月31日

主办券商声明

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

法定代表人签字： 

余维佳

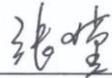
项目负责人签字： 

朱永华

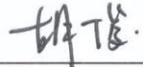
项目小组成员签字：



向君



张瑾



胡俊

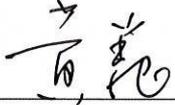
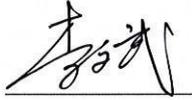
西南证券股份有限公司（公章）



2015年12月31日

律师事务所声明

本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的法律意见书无矛盾之处。本所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。

经办律师签字：  
黄巍 李斌

律师事务所
负责人签字： 
高树

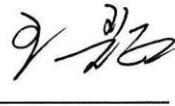


2015年12月31日

会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的审计报告无矛盾之处。本所及注册会计师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告内容无异议，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。

经办注册会计师签名：



王磊



龙丽萍

会计师事务所执行事务

合伙人签名：



杨剑涛

瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）



2015年 12月 31日

资产评估机构声明

本公司及经办注册资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的评估报告无矛盾之处。本公司及经办注册资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的内容无异议，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。

经办注册资产评估师签名：


陈军


邢贵祥

评估机构负责人签名：


黄西勤

国众联资产评估土地房地产估价有限公司



2015年12月31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、全国中小企业股份转让系统有限责任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。