


上海焦点品牌管理股份有限公司

SHANGHAI FOCUS MANAGEMENT CO. LTD.

(上海市松江区文汇路 1128 号 1205 室)

公开转让说明书



主办券商



东方花旗证券有限公司

(上海市中山南路 318 号 2 号楼 24 层)

二〇一六年四月

声 明

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

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

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

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

重大事项提示

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

一、实际控制人不当控制的风险

截至本说明书出具之日，公司的实际控制人高海涛与徐丽夫妇直接及间接控制公司 94%的表决权，所支配的表决权能够支配股东大会的决策，能够对公司股东大会、董事会的重大决策产生重大影响并能够实际支配公司的经营决策。公司有可能存在实际控制人及其关联方凭借控股地位，通过行使表决权等方式对公司的人事、财务、经营决策等方面进行不当控制，从而损害公司及中小股东利益的风险。

二、内部控制水平亟待提高的风险

焦点品牌系由焦点有限整体变更设立的股份公司。股份公司设立后，建立健全了法人治理结构，构建了现代企业发展所需的内部控制体系。但是，由于股份公司成立的时间较短，各项管理、控制制度的执行尚未经过较长经营周期的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在公司治理及管理经营过程中逐渐完善。同时，随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

三、客户集中度相对较高的风险

2014 年度和 2015 年度，公司前五大客户的营业收入分别为 1,236.62 万元、3,658.02 万元，占公司各期营业收入的比例分别为 76.78%和 70.44%。公司客户集中度较高，如果部分客户经营情况不利从而减少对公司服务的采购，公司的营业收入增长将受到影响。虽然公司加强了在市场开拓方面的投入，未来有望减轻对主要客户的依赖程度，但短期内公司仍存在客户集中度过高的风险。

四、供应商较为集中的风险

2014年度和2015年度公司对前五大供应商的采购总额分别为531.81万元和1,675.55万元，占公司各期采购总额的比例分别为77.87%和75.33%。报告期内，公司供应商集中度较高。如果公司主要供应商在产品、服务质量或供应及时性等方面不能满足公司的业务需求，或提高产品、服务价格，则会影响公司的产品质量、服务满意度和盈利水平。虽然报告期内，公司增加了供应商数量，对前五大供应商的采购总额占公司各期采购总额的比例有所下降，并减轻了对主要供应商的依赖程度，但短期内公司仍存在供应商集中度过高的风险。

五、宏观经济波动的风险

作为商务服务业的一个分支，整合营销传播服务行业的下游涉及汽车、IT、快速消费品、健康医疗等多个行业，整合营销传播服务行业与下游行业的营销需求密切相关。公司下游行业的发展状况直接影响其营销需求和营销费用预算，从而间接影响整合营销传播服务业的发展和公司的经营状况。如果未来宏观经济运行出现较大幅度的波动，会对公司下游行业的景气程度和生产经营状况产生影响，并间接影响公司的经营业绩。

六、核心人才流失风险

公司所在的整合营销传播服务行业属于知识密集型行业，行业主要依靠人才资源积累的知识和经验来提供服务，人才的专业素质是品牌管理综合服务质量的关键因素。随着公司发展规模的不断扩大，对人才的需求将进一步扩大。虽然公司制订了较为完善的人员薪资制度和考核体系，但未来如果公司的核心人才出现流失，将会影响公司所提供服务的质量和效率，进而对公司持续经营带来一定的不利影响。

七、行业竞争风险

整合营销传播服务行业是充分竞争的行业，行业内企业众多，行业集中度相对较低，而随着近年来行业并购潮流的兴起，国内整合营销传播服务行业的竞争进一步加剧。另外，整合营销传播服务行业在国内市场的发展历史较短，主要实行行业自律的管理体制，行业无明确的主管部门监督管理，相关法律法规也较为

缺乏，整合营销传播服务市场的无序竞争可能会加大公司的经营风险。

八、子公司焦点电商存在被采取行政处罚措施的风险

因消费者举报称其代理运营的江中牌猴姑酥性饼干旗舰店网站宣传涉及不科学的功效涉嫌误导消费者，子公司焦点电商于 2014 年 9 月 9 日被上海市徐汇区市场监管局立案调查，目前该案件尚未结案。经与市场监管部门的沟通，在目前阶段，上述举报事实是否成立尚无明确定论，是否会对焦点电商采取行政处罚措施尚有较大不确定性。

针对上述风险，公司实际控制人出具了《承诺函》：“焦点电商因消费者举报于 2014 年 9 月 9 日被上海市徐汇区市场监管局立案，目前尚未结案，上述情形不会对公司的运营产生重大不利影响，作为公司的实际控制人，本人承诺：如焦点电商因上述案件被市场监管机关处以行政处罚的，涉及的罚款或罚金本人愿意代为缴纳。本承诺在上述案件结案前有效且不可撤销。”

焦点电商自 2015 年 6 月已不再从事“江中旗舰店”的运营，焦点电商不再进行猴头姑饼干的网上销售和宣传。因此，存在的上述举报情形不会对公司的经营产生重大不利影响。

目录

声 明	2
重大事项提示	3
释 义	8
第一节 基本情况	11
一、公司基本情况	11
二、股份挂牌情况	11
三、股权情况	13
四、公司设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况	18
五、公司控股子公司、参股公司及分支机构情况	21
六、董事、监事及高级管理人员情况	27
七、最近两年的主要会计数据和财务指标	30
八、本次公开转让有关机构	32
第二节 公司业务	34
一、公司主要业务情况	34
二、公司组织结构及主要服务流程	39
三、公司业务关键资源要素	43
四、公司业务其他相关情况	50
五、商业模式	57
六、所处行业基本情况	59
第三节 公司治理	73
一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况	73
二、董事会对现有公司治理机制的讨论与评估	74
三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年内存在的违法违规及受处罚情况	76
四、公司独立性情况	79
五、同业竞争情况	81
六、股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为	82
七、为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生所采取的具体安排	83

八、董事、监事、高级管理人员对公司持续经营影响因素分析	84
九、董事、监事、高级管理人员报告期内发生变动的情况和原因	87
第四节 公司财务	88
一、最近两年一期经审计的财务报表	88
二、财务报表的编制基础	104
三、审计意见	104
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计	104
五、最近两年一期的主要会计数据和财务指标	135
六、关联方及关联交易	167
七、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	181
八、报告期内资产评估情况	181
九、股利分配政策	182
十、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的情况	183
十一、经营中可能影响公司持续经营能力的风险分析和风险管理措施	185
第五节 有关声明	189
一、申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明	189
二、主办券商声明	190
三、申请挂牌公司律师声明	191
四、会计师事务所声明	192
五、资产评估机构声明	193
第六节 附件	194

释义

释义包括但不限于：公开转让说明书中重复出现的机构名称的简称、专有名词的解释、法律法规的简称、货币单位等。

股份公司、公司、焦点品牌	指	上海焦点品牌管理股份有限公司
有限公司、焦点有限	指	上海焦点品牌管理有限公司，系上海焦点品牌管理股份有限公司前身
焦点电商	指	上海焦点电子商务有限公司
焦点投资	指	上海焦点投资管理有限公司，原名系上海焦点广告传播有限公司
考拉互动投资、考拉互动	指	宁波梅山保税港区考拉互动投资管理合伙企业（有限合伙）
焦点智造投资、焦点智造	指	宁波梅山保税港区焦点智造投资管理合伙企业（有限合伙）
报告期	指	2014 年度、2015 年度
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《管理办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
《公司章程》	指	股份公司创立大会暨第一次股东大会审议通过的《公司章程》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
全国股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统
全国股份转让系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
挂牌	指	公司在全国中小企业股份转让系统挂牌并进行股份公开转让的行为
主办券商、东方花旗	指	东方花旗证券有限公司

律师事务所	指	德恒上海律师事务所
会计师事务所、审计机构	指	众华会计师事务所（特殊普通合伙）
资产评估机构	指	开元资产评估有限公司
三会	指	股东（大）会、董事会、监事会
三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
股东大会	指	上海焦点品牌管理股份有限公司股东大会
股东会	指	上海焦点品牌管理有限公司股东会
董事会	指	上海焦点品牌管理股份有限公司董事会
监事会	指	上海焦点品牌管理股份有限公司监事会
元、万元	指	人民币元、人民币万元
和风来	指	上海和风来企业发展有限公司，原名系和风来（中国）有限公司
现代九草	指	浙江现代九草健康产业有限公司
云画廊	指	上海云画廊艺术投资有限公司
美好生物	指	上海美好生物技术有限公司
第一视觉	指	上海第一视觉文化传播有限公司
极珍堂生物	指	极珍堂生物科技有限公司
四川润康	指	四川润康商贸有限公司
极珍堂中药	指	浙江极珍堂中药有限公司
现代健康	指	杭州现代健康电子商务有限公司
美澳生物	指	杭州美澳生物技术有限公司
葵花药业	指	葵花药业集团医药有限公司
汇源果汁	指	北京汇源食品有限公司
中国电信	指	中国电信股份有限公司上海分公司
烟台现代	指	烟台现代商城置业开发有限公司
整合营销	指	一种对各种营销工具和手段的系统化结合，把各个独立地营销综合成一个整体，以产生协同效应。并根据环境

		进行即时性的动态修正，以使交换双方在交互中实现价值增值的营销理念与方法。
OTC	指	不需要医生处方，消费者可直接在药房或药店中即可购取的药物
TVC	指	商业电视广告，是指运用高清或标清摄像设备进行拍摄的一种广告片
SWOT 分析	指	基于企业内外部竞争环境和竞争条件下的态势分析，主要分析与企业相关各种内部优势、劣势和外部的机会和威胁等。
POSM	指	Point of Sales Materials 辅助销售材料
华与华	指	上海华与华营销咨询有限公司
卓越形象	指	卓越形象品牌营销集团

特别说明：本说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，均系计算中四舍五入所致。

第一节 基本情况

一、公司基本情况

公司名称:	上海焦点品牌管理股份有限公司
英文名称:	Shanghai Focus Management Co. LTD.
法定代表人:	徐丽
有限公司成立日期:	2013年1月16日
股份公司设立日期:	2015年11月16日
注册资本:	1200万元
住所:	上海市松江区文汇路1128号1205室
邮编:	201620
电话:	021-63055858
传真:	021-63056777
互联网网址:	www.shfocus.net
电子邮箱:	admin@shfocus.net
信息披露负责人:	安博
所属行业:	根据《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2011), 公司属于“L7233 社会经济咨询”; 根据《上市公司行业分类指引》(2012年修订), 公司属于“L72 商务服务业”; 根据股转系统《挂牌公司投资型行业分类指引》, 公司属于“1211 商业和专业服务”。
主要业务:	整合营销咨询、品牌管理综合服务
统一社会信用代码:	91310000060894456X

二、股份挂牌情况

(一) 股票代码、股票简称、股票种类、每股面值、股票总量、挂牌日期

股票代码:	【 】
股票简称:	【 】
股票种类:	人民币普通股
每股面值:	1.00元/股
股票总量:	1200万股

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

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

《公司章程》第 26 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。”

由于股份公司于 2015 年 11 月 16 日成立，截至本说明书出具之日，股份公司成立尚未满一年。因此，公司股票在全国股份转让系统挂牌之日，公司的发起人股东在股份公司设立时持有的股份尚无法进行公开转让。

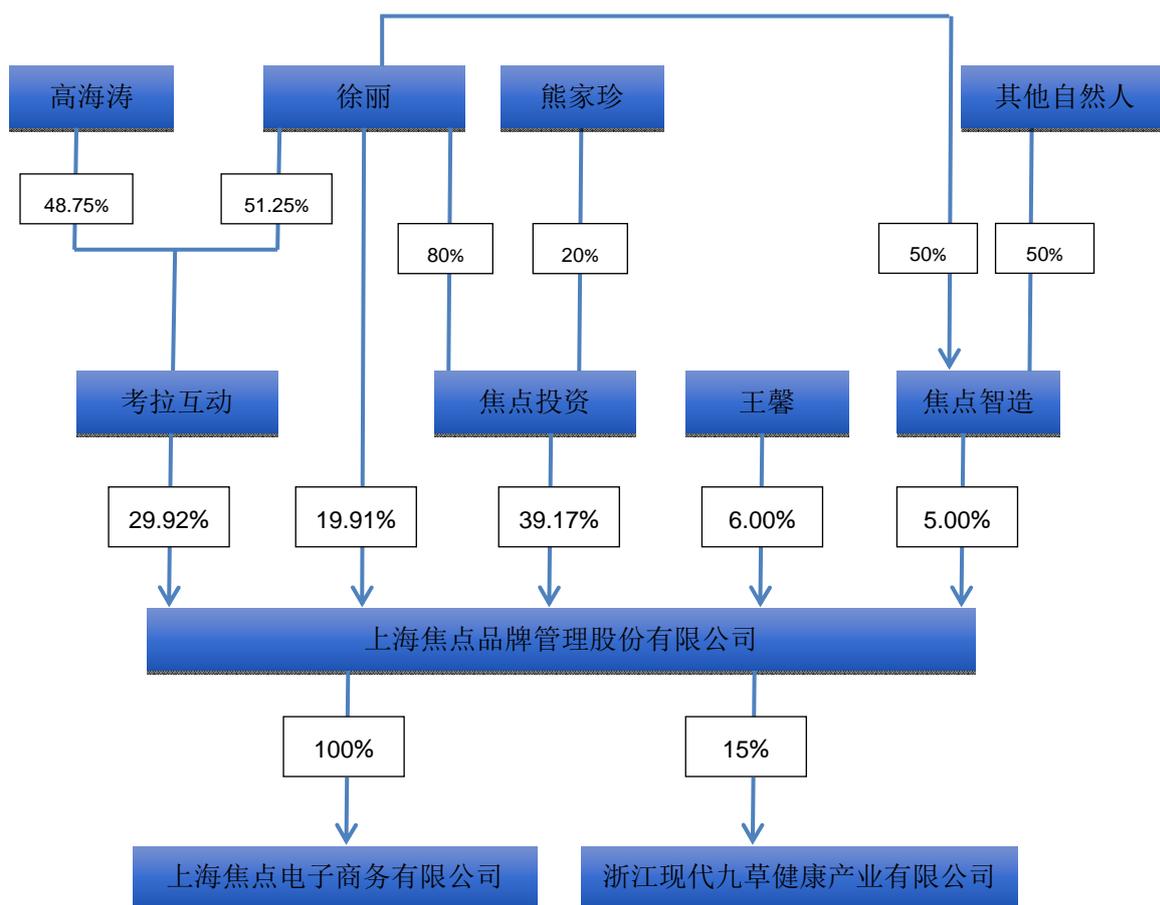
公司现有股东持股情况及本次可进入股份转让系统转让的股份数量如下：

单位：股

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	本次可进入股份转让系统转让的股份数量（股）
1	焦点投资	4,700,000	39.17%	0
2	考拉互动投资	3,590,000	29.92%	1,196,666
3	徐丽	2,390,000	19.91%	597,500
4	王馨	720,000	6.00%	105,000
5	焦点智造投资	600,000	5.00%	200,000
合计		12,000,000	100.00%	2,099,166

三、股权情况

（一）股权结构图



（二）控股股东、实际控制人、前十名股东、持股 5%以上股东持股情况

1、控股股东和实际控制人

焦点投资持有公司 470 万股，持股比例为 39.17%，为公司的控股股东。

（1）控股股东基本情况

截至本说明书签署之日，焦点投资的基本情况如下：

成立日期	1995 年 4 月 11 日
住所	上海市斜土路 768 号 505 室 A 座
法定代表人	徐丽
注册资本	800 万元
类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91310101607524679D
经营范围	投资管理。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
主要业务	投资管理。
控制方式	持有公司 39.17%的股份。

截至本说明书签署之日，焦点投资的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	持股数量 (万股)	持股比例
1	徐丽	640.00	80.00%
2	熊家珍	160.00	20.00%
合计		800.00	100.00%

备注：熊家珍女士与徐丽女士系母女关系。

（2）公司实际控制人的基本情况

公司实际控制人为徐丽女士及高海涛先生。认定依据如下：

第一，高海涛与徐丽系夫妻关系。徐丽直接持有公司 19.91%的股份，且能够通过焦点投资控制公司 39.17%的股份，通过焦点智造投资控制公司 5%的股份。同时，徐丽与高海涛通过考拉互动投资间接持有公司 29.92%的股份，二人合计控制公司 94.00%的股份，所支配的表决权能够支配股东大会的决策。

第二，焦点有限成立至今，徐丽长期担任公司执行董事、董事长等重要职务，高海涛目前担任公司董事及焦点电商总经理等职务，能够对公司股东会（股东大会）、董事会的重大决策产生重大影响并能够实际支配公司的经营决策。

实际控制人的基本情况如下所示：

徐丽女士，1966年10月生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。1992年2月至1994年7月，于上海敦煌国际文化艺术有限公司担任制片；1994年8月至1995年3月，于梅兰芳京剧团担任团长梅葆玖先生助理；1995年4月至今，于焦点投资（原焦点广告）任执行董事；2013年1月至2015年9月，于焦点有限任执行董事、总经理。2015年10月起任焦点品牌董事长，任期三年。此外，徐丽女士兼任和风来董事、现代九草副董事长。

高海涛先生，1967年1月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1989年2月至1993年12月，于厦门华宇外贸公司任总经理；1994年1月至2000年3月，于上海统一文化贸易有限公司任总经理；2000年3月至2015年3月于美好生物任总经理；2014年1月至今于焦点电商任总经理；2015年1月至2016年3月，兼任云画廊董事长；2015年10月至今任焦点品牌董事。

公司实际控制人最近两年未发生变化。

2、公司前十名股东及持股5%以上股东基本情况

（1）公司前十名股东持股数量、持股比例

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	股东性质	股份质押或其他争议事项情况
1	焦点投资	4,700,000	39.17%	法人	无
2	考拉互动投资	3,590,000	29.92%	合伙企业	无
3	徐 丽	2,390,000	19.91%	自然人	无
4	王 馨	720,000	6.00%	自然人	无
5	焦点智造投资	600,000	5.00%	合伙企业	无
合计		12,000,000	100.00%	-	-

截止至本说明书签署之日，上述股东持有的公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

(2) 公司前十名股东的基本情况

① 焦点投资

焦点投资的相关信息详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、股权情况”之“控股股东和实际控制人”。

② 考拉互动投资

截至本说明书签署之日，考拉互动投资的基本情况如下：

成立日期	2015年11月25日
住所	北仑区梅山大道商务中心九号办公楼1411室
执行事务合伙人	徐丽
注册资金	359万元
类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330206MA2817N09C
经营范围	一般经营项目：投资管理、投资咨询。
主要业务	投资管理
持股比例	29.92%

截至本说明书签署之日，考拉互动投资的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	投资额（万元）	持股比例
1	徐丽	184.00	51.25%
2	高海涛	175.00	48.75%
合计		359.00	100.00%

③ 徐丽

徐丽女士的简历详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、股权情况”之“控股股东和实际控制人”。

④ 王馨

王馨先生，1976年3月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1999年7月至2001年2月，于上海文渊堂信息咨询有限公司任副总经理；2001年3月至2002年3月，于上海丰帆市场咨询有限公司任市场总监，2002年4月至

2003年4月进行培训学习；2003年5月至2015年8月，于焦点投资（原焦点广告）先后担任市场经理、客户总监、副总经理等职务；2015年8月至2015年10月，于焦点有限任副总经理；2015年11月起，担任焦点品牌董事、总经理。持有股份公司6.00%股份。

⑤ 焦点智造投资

截至本说明书签署之日，焦点智造投资的基本情况如下：

成立日期	2015年12月14日
住所	北仑区梅山大道商务中心九号办公楼1409室
执行事务合伙人	徐丽
注册资金	72.00万元
类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330206MA2819UH8M
经营范围	一般经营项目：投资管理；企业管理咨询（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）。
主要业务	投资管理
持股比例	5.00%

截至本说明书签署之日，焦点智造投资的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	投资额（万元）	持股比例
1	徐丽	36	50.00%
2	王伯存	14.40	20.00%
3	聂富洪	10.80	15.00%
4	高扬君	7.20	10.00%
5	陈蔚	3.60	5.00%
合计		72.00	100.00%

3、前十名股东、持股5%以上股东之间关联关系

截至本说明书签署之日，公司前十名股东之间及持股5%以上股东之间，徐丽系焦点投资的控股股东，同时为考拉互动投资及焦点智造投资的执行事务合伙人，除此之外，不存在其他关联关系。

4、公司股东适格性及公司股权明晰情况

公司股东不存在法律法规或任职单位规定的不适合担任股东的情形，公司股东适格。公司股东所持有公司股份权属清晰，不存在委托持股、信托持股及股权质押的情形，也不存在股权方面的争议、纠纷。

5、公司及股东的私募基金备案情况

公司不属于私募股权投资基金及私募股权投资基金管理人，公司股东中不存在私募股权投资基金及私募股权投资基金管理人，无需按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定履行私募基金或私募基金管理人的备案登记。

四、公司设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况

（一）有限公司设立

焦点有限系由焦点投资与自然人王馨共同出资500万元设立，其中焦点投资以货币缴纳注册资本470万元，股东王馨以货币缴纳注册资本30万元。

2012年12月20日，上海海德会计师事务所有限公司出具“（2012）海德会验字（379）号”《验资报告》，经审验，截至2012年12月10日，焦点有限（筹）收到上述股东缴纳的货币出资合计人民币500万元。

2013年1月16日，上海市工商行政管理局松江分局核准公司设立并核发了注册号为310117002990064的《企业法人营业执照》。

公司成立时的股权结构及注册资本缴纳情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（元）	实缴出资额（元）	股权比例	出资方式
1	焦点投资	4,700,000	4,700,000	94.00%	货币
2	王馨	300,000	300,000	6.00%	货币
合计		5,000,000	5,000,000	100.00%	—

（二）股份有限公司设立及历次股权变更

1、股份公司成立

2015年10月8日,众华会计师事务所(特殊普通合伙)出具“众会字(2015)第5703号”《审计报告》,截至2015年8月31日焦点有限账面净资产为6,452,519.48元。

2015年10月9日,开元资产评估有限公司出具“开元评报字[2015]439号”《评估报告》,截至2015年8月31日焦点有限经评估的净资产金额为729.04万元。

2015年10月10日,焦点有限召开股东会,全体股东同意对焦点有限进行整体改制,以焦点有限的全体股东作为发起人,将公司整体变更为股份有限公司。全体发起人一致同意以其所享有的截至2015年8月31日止经审计的净资产以1.29:1折合500万股,即其中净资产5,000,000.00元折合为股份公司的股本,每股面值1元,总股本5,000,000.00元,由各发起人按照各自在公司的出资比例持有相应数额的股份;超过股本总额部分的净资产人民币1,452,519.48元计入变更后股份有限公司的资本公积。

2015年10月13日,焦点有限取得上海市工商行政管理局核发的“沪工商注名预核字第01201510130133号”《企业名称变更预先核准通知书》。

2015年10月25日,众华会计师事务所(特殊普通合伙)出具“众会字(2015)第5859号”《验资报告》,验证至2015年10月25日止,焦点品牌已收到全体发起人以拥有焦点有限的净资产出资折合500万元,注册资本已实缴到位。

2015年10月26日,公司发起人召开股份公司创立大会暨第一次股东大会,审议通过相关决议和公司章程,并选举产生了股份公司第一届董事会成员及第一届监事会股东代表监事。同日,经职工大会选举产生了第一届监事会职工监事。

2015年11月16日,上海市工商行政管理局核准焦点品牌成立,并核发了本次整体变更后的《营业执照》。

焦点品牌整体变更后的股权结构如下:

序号	发起人名称	持股数量(股)	持股比例	出资方式
----	-------	---------	------	------

1	焦点投资	4,700,000	94.00%	净资产
2	王馨	300,000	6.00%	净资产
合计		5,000,000	100.00%	—

2、股份公司第一次增资

2015年12月1日，焦点品牌召开2015年第一次临时股东大会，全体股东同意公司增加注册资本至1140万元。新增注册资本640万元，其中，考拉互动投资以货币出资359万元，徐丽以货币出资239万元，王馨以货币出资42万元。

根据银行凭证显示，截至2015年12月16日，焦点品牌已收到上述股东缴纳的出资额640万元。

2015年12月15日，上海市工商行政管理局核准上述变更。本次增资完成后，焦点品牌的股权结构如下：

序号	发起人名称	持股数量（股）	持股比例	出资方式
1	焦点投资	4,700,000	41.23%	净资产
2	考拉互动投资	3,590,000	31.49%	货币
3	徐丽	2,390,000	20.96%	货币
4	王馨	720,000	6.32%	净资产/货币
合计		11,400,000	100.00%	—

3、股份公司第二次增资

2015年12月22日，焦点品牌召开2015年第二次临时股东大会，全体股东同意公司增加注册资本至1200万元。新增注册资本60万元，由焦点智造投资以货币方式缴纳。

根据银行凭证显示，截至2015年12月23日，焦点品牌已收到上述新增股东缴纳的出资额71.40万元，其中60万元计入注册资本，11.40万元计入资本公积。

2015年12月25日，上海市工商行政管理局核准上述变更。本次增资完成

后，焦点品牌的股权结构如下：

序号	发起人名称	持股数量（股）	持股比例	出资方式
1	焦点投资	4,700,000	39.17%	净资产
2	考拉互动投资	3,590,000	29.92%	货币
3	徐丽	2,390,000	19.92%	货币
4	王馨	720,000	6.00%	净资产/货币
5	焦点智造投资	600,000	5.00%	货币
合计		12,000,000	100.00%	—

（三）重大资产重组情况

为充分利用公司的整合营销策划能力，以及发挥公司在提供品牌管理综合服务中积累的资源优势，延伸公司业务条线，公司于 2015 年 6 月及 2015 年 8 月斥资 405 万元收购了高海涛持有的焦点电商 81% 股权，实现了对焦点电商的 100% 控股。

此次重大资产重组的具体情况详见本说明书“第四节 公司财务”之“关联方及关联交易”之“关联交易情况及其公允性”。焦点电商主要从事电子商务、品牌推广、策划等服务，上述资产重组完成后，将有助于公司所服务的品牌成功开展电商业务，携手品牌互联网化转型，有助于发挥公司品牌管理业务及电子商务综合运营的协同效应。因此，本次重大资产重组有助于公司业务发展，对公司的持续经营能力不会产生不利影响。

公司的整体变更设立及股票发行履行了必要的程序，公司股权明晰，设立及股票发行合法合规。

五、公司控股子公司、参股公司及分支机构情况

截至本说明书签署之日，焦点品牌拥有 1 家全资子公司焦点电商，并参股了现代九草（认缴出资），持股比例为 15%。除此之外，公司不存在参股公司及其他分支机构。

（一）焦点电商的基本情况

公司名称	上海焦点电子商务有限公司
成立日期	2014年1月3日
住所	上海市松江区文汇路1128号2016室
法定代表人	高海涛
注册资本	500万元
类型	有限责任公司（法人独资）
统一社会信用代码	9131011709004169XK
经营范围：	食品流通，家具及家居用品、家电和数码产品及其配件、照相器材、厨卫用具、纺织品、针织品、服装鞋帽及箱包、化妆品及卫生用品、办公用品、体育用品及器材、玩具、日用百货、五金制品、计算机及配件、一类医疗器械、通讯设备（除卫星电视广播地面接收设施）的销售，计算机软件及硬件的技术研究、技术开发和销售，计算机系统集成，并提供相关技术咨询、技术支持和维护，市场营销策划，商务信息咨询（以上咨询除经纪），会务服务，从事货物和技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
主要业务	主要从事食品及日常用品的互联网销售

1、2014年1月，焦点电商成立

2013年11月07日，上海市工商局自由贸易试验区分局核发了沪工商注名预核字第01201311070376号《企业名称预先核准通知书》，预先核准企业名称为“上海焦点电子商务有限公司”。

焦点电商系由焦点有限及自然人高海涛共同设立。2013年11月15日，焦点电商（筹）召开股东会，决议同意设立公司；通过《上海焦点电子商务有限公司章程》。

2014年1月3日，上海市工商行政管理局自由贸易试验区分局核准焦点电商成立。

焦点电商成立时，公司的股东及持股情况为：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	焦点有限	350	0	70%
2	高海涛	150	0	30%
合计		500	0	100%

2、2014年2月，第一次股权转让及实缴出资到位

2014年2月8日，焦点电商召开股东会，决议同意焦点有限将其持有焦点电商51%的股权（255万元认缴出资）转让给曾庆春，其他股东放弃优先购买权。转让双方签署了《股权转让协议》。

根据银行凭证显示，2014年2月12日，焦点电商收到焦点有限、高海涛、曾庆春缴纳的出资款共计500万元，其中，焦点有限以货币方式缴纳出资95万元、高海涛以货币方式缴纳出资150万元、曾庆春以货币方式缴纳出资255万元。

2014年2月17日，上海市工商行政管理局自由贸易试验区分局核准上述变更。

本次变更完成后，焦点电商的股东及持股情况为：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	焦点有限	95	95	19%
2	高海涛	150	150	30%
3	曾庆春	255	255	51%
合计		500	500	100%

3、2014年10月，第二次股权转让

2014年10月23日，焦点电商召开股东会，决议同意曾庆春将其持有焦点电商51%的股权（255万元出资）转让给上海易恒实业有限公司（以下简称“易恒实业”），其他股东放弃优先购买权。转让双方签署了《股权转让协议》，约定曾庆春将其持有焦点电商51%的股权以255万元的价格转让给易恒实业。

2014年10月28日，上海市工商行政管理局自由贸易试验区分局核准上述变更。

本次股权转让后，焦点电商的股东及持股情况为：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
----	------	-----------	-----------	------

1	焦点有限	95	95	19%
2	高海涛	150	150	30%
3	易恒实业	255	255	51%
合计		500	500	100%

4、2015年4月，第三次股权转让

2015年4月25日，焦点电商召开股东会，决议同意易恒实业将其持有的焦点电商51%股权（255万元出资）转让给高海涛，其他股东放弃优先购买权。转让双方签署了《股权转让协议》，约定易恒实业将其持有焦点电商51%的股权以255万元的价格转让给高海涛。

2015年4月30日，上海市工商行政管理局自由贸易试验区分局核准上述变更。

本次股权转让后，焦点电商的股东及持股情况为：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	焦点有限	95	95	19%
2	高海涛	405	405	81%
合计		500	500	100%

5、2015年6月，第四次股权转让

2015年6月4日，焦点电商召开股东会，决议同意高海涛将其持有焦点电商的32%股权（160万元出资）转让给焦点有限。高海涛与焦点品牌签订《股权转让协议》，约定高海涛将其持有公司32%的股权以160万元的价格转让给焦点品牌。

2015年6月17日，上海市工商行政管理局自由贸易试验区分局核准上述变更。

本次股权转让后，焦点电商的股东及持股情况为：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	焦点有限	255	255	51%
2	高海涛	245	245	49%
合计		500	500	100%

6、2015年8月，第五次股权转让

2015年7月16日，焦点电商召开股东会，决议同意高海涛将其持有焦点电商的49%股权（245万元出资）转让给焦点有限。高海涛与焦点品牌签订《股权转让协议》，约定高海涛将其持有焦点电商49%的股权以245万元的价格转让给焦点品牌。

2015年8月24日，上海市工商行政管理局自由贸易试验区分局核准上述变更。

本次股权转让后，焦点电商的股东及持股情况为：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	焦点有限	500	500	100%
合计		500	500	100%

焦点电商的设立及历次股权变更履行了必要的程序，设立及股权变更合法合规。焦点电商股权清晰，不存在纠纷或潜在纠纷。

（二）现代九草的基本情况

公司名称	浙江现代九草健康产业有限公司
成立日期	2014年7月29日
住所	杭州市西湖区玉古路188号（现代国际大厦南座）901-5、6室
法定代表人	方治平
注册资本	1000万元
类型	私营有限责任公司（私营性质企业控股）
统一社会信用代码	91330106311301521T

经营范围	一般经营项目：批发、零售：预包装食品，酒类，化妆品；服务：保健食品的技术开发与技术服务，非医疗性健康管理咨询，冷热饮品制售（含现榨果蔬汁），企业管理咨询，文化艺术活动策划、组织文化艺术交流活动（除演出及演出中介）；含下属分支机构经营范围。
主要业务	主要从事保健食品的研发及销售。

现代九草系由现代联合控股集团有限公司（以下简称“现代控股”）、焦点品牌及自然人方治平、章鹏飞、朱晓辉共同发起设立。

现代九草注册资本 1000 万元，实缴出资 0 万元。根据各方签署的《公司章程》约定，现代控股认缴出资 550 万元，占比 55%，其中首期认缴出资 150 万元，将于 2016 年 12 月 31 日前到位，第二期认缴出资 400 万元，将于 2024 年 12 月 31 日前到位。焦点品牌认缴出资 150 万元，占比 15%，其中首期认缴出资 50 万元，将于 2016 年 12 月 31 日前到位，第二期认缴出资 100 万元，将于 2024 年 12 月 31 日前到位。章鹏飞认缴出资 200 万元，占比 20%，其中首期认缴出资 50 万元，将于 2016 年 12 月 31 日前到位，第二期认缴出资 150 万元，将于 2024 年 12 月 31 日前到位。方治平认缴出资 50 万元，占比 5%，将于 2024 年 12 月 30 日前到位。朱晓辉认缴出资 50 万元，占比 5%，将于 2024 年 12 月 30 日前到位。

2014 年 7 月 29 日，杭州市西湖区工商行政管理局核准现代九草成立。

截至本说明书出具之日，现代九草的股东及持股情况为：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	现代控股	550	0	55%
2	章鹏飞	200	0	20%
3	焦点品牌	150	0	15%
4	方治平	50	0	5%
5	朱晓辉	50	0	5%
合计		1000	0	100%

现代九草的设立履行了必要的程序，设立合法合规。现代九草股权清晰，不存在纠纷或潜在纠纷。

六、董事、监事及高级管理人员情况

（一）公司董事

1、现任董事基本情况

姓名	职务	性别	任期起始日期	任期终止日期
徐丽	董事长	女	2015年10月26日	2018年10月25日
王馨	董事、总经理	男	2015年10月26日	2018年10月25日
高海涛	董事	男	2015年10月26日	2018年10月25日
聂富洪	董事	男	2015年10月26日	2018年10月25日
王伯存	董事	男	2015年10月26日	2018年10月25日

2、现任董事简历

（1）董事长：徐丽女士，基本情况披露详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、股权情况”。

（2）董事：王馨先生，基本情况披露详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、股权情况”。

（3）董事：高海涛先生，基本情况披露详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、股权情况”。

（4）董事：聂富洪先生，1984年4月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2005年6月至2006年12月，于成都黑蚁广告有限公司任设计师；2007年1月至2009年5月，于上海东上海三众华纳传媒有限公司任创作部主管；2009年6月至2011年4月，于梅高（中国）任创意组长；2011年5月至2014年3月，于焦点投资（原焦点广告）任创意组长；2014年4月至2015年2月，于上海圆周率广告有限公司任创意总监；2015年3月至2015年10月，任焦点有限创意总监；2015年10月至今任焦点品牌董事、创意总监。

（5）董事：王伯存先生，1983年11月生，中国国籍，无境外永久居留权，

本科学历。2006年11月至2012年10月，于焦点投资（原焦点广告）任品牌经理；2012年11月至2014年2月，于贵阳新天药业股份有限公司任品牌部长；2014年3月至2015年9月，于焦点有限担任客户总监；2015年10月至今任焦点品牌董事、客户总监。

（二）公司监事

1、现任监事基本情况

姓名	职务	性别	任期起始日期	任期终止日期
杨辰如	监事会主席	男	2015年10月26日	2018年10月25日
朱晓辉	监事	男	2015年10月26日	2018年10月25日
刘晓虹	职工监事	女	2015年10月26日	2018年10月25日

2、现任董事简历

（1）监事会主席：杨辰如先生，1954年11月生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1974年12月至1996年6月，于上海石油化工总厂任安全监察员；1996年6月至1998年6月，于上海石化地区教师进修学校任电化教员；1998年7月至2015年7月，于第一视觉任总监、副总经理；2015年8月至今担任焦点投资（原焦点广告）副总经理。2015年10月至今于焦点品牌任监事。

（2）监事：朱晓辉先生，1974年1月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1994年7月至1999年12月，于四川电视台鸿川广告中心任策划设计部经理；2000年1月至2009年5月，于成都冠恒装饰公司任总经理；2009年6月至2011年1月，于青海春天药用资源科技利用有限公司任营销中心总经理；2011年2月至今，于成都尚珍生物科技有限公司任监事；2013年3月至2015年5月，于浙江极珍堂生物科技有限公司兼任品牌顾问；2014年1月至2015年5月，于现代九草兼任品牌顾问、总经理；2015年10月于焦点品牌任监事。截至本说明书出具之日，同时担任现代九草董事兼总经理、杭州美澳生物技术有限公司董事、杭州现代健康电子商务有限公司经理、浙江极珍堂中药科技有限公司监事、浙江极珍堂生物科技有限公司监事等职务。

(3) 职工监事：刘晓虹女士，1975年5月生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于东华大学（原中国纺织大学）视觉传达专业，本科学历。1999年1月至2000年3月，于上海神兵天将影视影业有限公司任美术指导；2000年3月至2002年12月，于上海育碧电脑软件有限公司任美术职务；2003年1月至2006年12月，于上海蔚蓝广告有限公司任助理创意总监；2007年1月至2015年8月，于焦点投资（原焦点广告）任创意支持总监。2015年8月至今于焦点品牌任制作部总监，并于2015年10月担任焦点品牌监事。

（三）公司高级管理人员

高级管理人员包括公司的总经理、副总经理、财务负责人及公司章程确定的其他人员。

1、现任高级管理人员基本情况

姓名	职务	性别	任期起始日期	任期终止日期
王馨	董事、总经理	男	2015年10月26日	2018年10月25日
高扬君	副总经理	男	2015年10月26日	2018年10月25日
陈蔚	财务负责人	女	2015年10月26日	2018年10月25日

2、现任高管简历

(1) 总经理：王馨先生，基本情况披露详见本公开转让说明书基本情况披露详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、股权情况”。

(2) 副总经理：高扬君先生，1979年8月生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。2000年11月至2001年6月，于上海环通电子有限公司任售后技术支持；2001年7月至2003年7月，于上海成英信息技术有限公司任售后技术支持；2003年8月至2007年10月，于上海金数码电器有限公司任IT兼行政主管；2007年11月至2015年1月，于焦点投资（原焦点广告）任行政经理；2015年2月至2015年9月，于云画廊任副总经理。2015年10月，于焦点品牌任副总经理。

(3) 财务负责人：陈蔚女士，1974年11月10日生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1996年7月至2003年3月，于上海铝线厂任会计；

2003年3月至2006年4月，于上海天森木业有限公司任主管会计；2006年4月至2012年9月，于上海埃慕迪磁电科技有限公司任财务经理；2012年9月至2013年4月，于焦点投资（原焦点广告）任财务经理；2013年5月至2015年10月，于焦点有限任财务经理；2015年10月至今任焦点品牌财务负责人。

（四）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持股情况

姓名	任职	直接持有股份 (股)	间接持有股份(股)	持股比例
徐 丽	董事长、核心技术人员	2,390,000	5,900,000	69.08%
王 馨	董事、总经理、核心技术人员	720,000	-	6.00%
高海涛	董事	-	1,750,000	14.58%
聂富洪	董事、核心技术人员	-	90,000	0.75%
王伯存	董事、核心技术人员	-	120,000	1.00%
杨辰如	监事会主席	-	-	-
朱晓辉	监事	-	-	-
刘晓虹	职工监事、核心技术人员	-	-	-
高扬君	副总经理	-	60,000	0.50%
陈 蔚	财务负责人	-	30,000	0.25%
金昀	核心技术人员	-	-	-
合计		3,110,000	7,950,000	92.16%

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他直接或间接持有公司股份的情况。

七、最近两年的主要会计数据和财务指标

项目	2015年12月31 日	2014年12月31 日
资产总计(元)	27,121,279.13	13,194,234.85
股东权益合计(元)	19,694,678.69	7,469,788.94
归属于申请挂牌公司股东的股东权益合计(元)	19,694,678.69	7,469,788.94
每股净资产(元/股)	1.64	1.49

归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	1.64	1.49
资产负债率（以母公司报表数据计算，%）	23.70	43.39
流动比率（倍）	3.37	1.65
速动比率（倍）	3.22	1.65
项目	2015 年度	2014 年度
营业收入（元）	51,931,082.53	16,106,568.78
净利润（元）	11,836,677.67	1,495,860.30
归属于申请挂牌公司股东的当期净利润（元）	11,836,677.67	1,495,860.30
扣除非经常性损益后的净利润（元）	11,918,544.82	1,495,860.30
扣除非经常性损益后归属于申请挂牌公司股东的净利润（元）	11,918,544.82	1,495,860.30
综合毛利率（%）	50.08	49.16
加权平均净资产收益率（%）	107.07	22.25
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益）（%）	107.42	22.25
基本每股收益（元/股）	2.3673	0.2992
稀释每股收益（元/股）	2.3673	0.2992
应收账款周转率（次）	15.14	7.71
存货周转率（次）	44.75	不适用
经营活动产生的现金流量净额（元）	12,357,713.97	2,940,592.67
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	2.47	0.59

注 1：如无特别说明，上表均以合并报表数据计算；

注 2：综合毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入；

加权平均净资产收益率、加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益）、基本每股收益、稀释每股收益按证监会公告[2010]2 号《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）的规定计算；

每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/发行在外的普通股加权平均数

每股净资产=期末股东权益/期末股本（或实收资本）；

归属于申请挂牌公司股东的每股净资产=期末归属于申请挂牌公司股东的股东权益/期末股本（或实收资本）；

应收账款周转率=营业收入/应收账款期初期末平均余额；

存货周转率=营业成本/存货期初期末平均余额；

资产负债率（以母公司报表数据计算）=负债总额/资产总额；

流动比率=流动资产/流动负债；

速动比率=（流动资产-存货-其他流动资产）/流动负债。

注 3：公司于 2015 年 11 月 16 日整体变更为股份有限公司，上表中已模拟计算并披露有限公司阶段的每股净资产、每股收益、每股经营活动现金流等指标。

八、本次公开转让有关机构

（一）主办券商

名称：东方花旗证券有限公司
法定代表人：马骥
住所：上海市黄浦区中山南路 318 号 24 层
联系电话：021-23153888
传真：021-23153500
项目负责人：许洪语
项目小组成员：戚黎明、王德慧

（二）律师事务所

名称：德恒上海律师事务所
负责人：沈宏山
经办律师：高慧、朱琴、王娅然
住所：上海市浦东新区陆家嘴环路 958 号华能联合大厦 905 室
电话：021-60897627
传真：021-60897590

（三）会计师事务所

名称：众华会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人： 孙勇
注册会计师： 吴焕明、马坚忠
住所： 上海市黄浦区中山南路 100 号金外滩国际广场 6 楼
电话： 021-63525500
传真： 021-63525566

（四）资产评估机构

名称： 开元资产评估有限公司
法定代表人： 胡劲为
注册资产评估师： 许洁、张佑民
住所： 北京市海淀区中关村南大街 18 号军艺大厦 B 座 15 层
电话： 010-62143639、62111740、62155827
传真： 010-62197312

（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
电话： 010-58598980
传真： 010-58598977

（六）证券交易场所

名称： 全国中小企业股份转让系统有限责任公司
法定代表人： 杨晓嘉
住所： 北京市西城区金融大街丁 26 号
联系电话： 010-63889512
邮编： 100033

第二节 公司业务

一、公司主要业务情况

(一) 主要业务情况

作为一家整合营销策略和品牌管理为一体的综合性创智公司，公司主营业务包括市场业绩管理、品牌溢价管理、整合创意等一系列咨询服务。公司秉承“专业赢得尊重，智慧创造价值”的理念，通过系统的营销量化管理工具和品牌量化管理工具，为客户提供有效的业绩增长策略、新品定位策略、品牌系统规划等综合服务。公司在大健康领域、快消品领域和文化创意领域积累了丰富的实战营销经验和创意经验，塑造或服务了多项知名度和销售量均位列行业领导地位的经典品牌。



(公司服务的部分品牌概览)

（二）主要产品和服务

公司的具体业务可分为整合营销咨询服务和电子商务业务，其中整合营销咨询服务致力于为客户提供全面系统的市场营销解决方案和品牌整合推广传播方案，主要服务内容如下：

服务名称	服务内容
品牌体检	公司运用专业的品牌跟踪研究工具，帮助客户定期进行品牌体检，全方位地诊断品牌的问题和机会，为年度和阶段性的营销策略制定提供客观、全面系统的决策依据，帮助客户找出销量增长的办法和发现新的市场机会。
营销诊断	公司围绕客户的增长目标和品牌目标，根据品牌体检的结果，从影响销量的三大核心要素中，帮助客户去发现问题和机会点，运用系统的量化营销管理工具和多年的品牌管理运营经验帮助客户制定提高销量和提升品牌的营销策略。
新品定位	当客户决定进入一个新市场或推出一个新品牌时，公司将会运用系统的定位理论，通过对行业发展趋势的判断、市场需求及竞争态势的洞察，结合企业的核心竞争力，帮助客户找到最佳路径，并且确立品牌的核心价值。
品牌形象规划	品牌形象是品牌定位向消费者表达的重要手段。围绕品牌定位，公司从消费者出发，为客户规划系统的品牌形象体系。从核心用户特征及洞察、品类联想、品质联想、利益联想、价值主张等方面进行系统的描述，并从品牌建立起就进行定期的量化体检，用量化的方法帮助企业及时了解品牌发展的状况，同时评估品牌传播的有效性。
新产品开发	公司的产品开发体系以品牌定位为前提，从产品概念开发开始，进行产品命名、包装设计、定价、规格建议等，帮助客户打造最

	<p>受用户欢迎的产品。在产品开发体系中通过系统的概念测试、口味测试、包装测试、价格测试等方法工具，不断的修正和调整，保证市场及用户对新品的接受度，提高新品上市的成功率。</p>
<p>品牌整合传播</p>	<p>公司结合品牌体检诊断发现的问题，围绕年度营销策略，制定从线上到线下、从媒体到终端的全方位传播手段，为客户提供整合的传播方案。</p>
<p>内容创意</p>	<p>公司的创意群为客户提供全方位的内容创意，包括传统领域的TVC创意、样本设计、终端形象创意及物料设计、公关软文创意写作，还包括数字营销领域的微电影创意、病毒视频创意、互动游戏创意设计、软文撰写等。</p>
<p>渠道招商规划</p>	<p>公司从品牌定位出发，结合客户的自身资源，帮助客户规划最佳的渠道组合，同时通过公司的自身渠道资源帮助客户落地和发展。在帮助客户渠道建立的过程中，公司为客户提供系统的招商策划，包括招商策略制定、招商广告创意、招商活动策划、招商工具开发，同时将跨行业的招商经验和方法带给不同领域的客户，增强了落地性和招商成果的变现。</p>
<p>数字营销及内容创意</p>	<p>围绕品牌定位和营销策略，公司为客户提供数字营销领域的解决方案，包括百度搜索优化、自媒体规划和创意、线上的整合传播等，帮助客户建立在线上与用户沟通的渠道，让品牌在线上同样有更好的表现。</p>
<p>广告片制作</p>	<p>公司为客户提供包括电视广告片、电视专题片、企业宣传片、网络微电影、病毒视频的制作。公司从客户的营销任务以及沟通策略出发，为客户提供符合策略的创意内容，并根据创意内容筛选最适合的制作资源。公司利用多年的专业经验，对制作过程进行监制和把控，以保证制作内容符合策略与创意。</p>

公司在大健康和快速消费品领域积累了丰富的专业营销和创意经验，主要服务的客户和相关品牌如下：

1、江中集团，中国著名制药企业，品牌资产过百亿，是中国医药界同时拥有三家国家级研究中心的制药企业。江中集团是公司最稳定的合作客户，公司负责为江中集团提供多项产品的品牌管理服务。江中牌健胃消食片是公司经典量化管理案例的代表，公司通过分人群诉求策略，把一个药品的市场成功升级为成人市场和儿童专属市场；通过分场景诉求策略，扩大了产品在节日尤其是春节的使用量，通过饭后嚼一嚼的消费主张，让忠诚消费者的使用量进一步提升；通过千县拓展计划，让渠道下沉到县乡；经过持续的量化管理，江中健胃消食片的业绩从3个亿增长到17个亿，改善了消费者对健胃消食片的认知。

在江中猴姑饼干的推广过程中，公司利用对胃病人群的持续跟踪研究，提出了专业养胃饼干的新品策略，并通过系统的命名、包装设计、价格设计、渠道设计、创意传播等一整套手段，成功地协助猴姑饼干成为2014年快消品市场的一匹黑马，推出后一年多销售额即突破十亿。

2、葵花药业，中国著名制药企业，品牌资产过百亿元，是公司稳定的合作客户。旗下葵花胃康灵是胃药市场的经典领导品牌，葵花护肝片畅销市场二十年，小葵花儿童药系列是中国儿童药领导品牌，拥有国内最多的儿童药OTC产品储备。在推广葵花小儿肺热咳喘口服液产品中，公司通过对市场敏锐的洞察和精准的策略，帮助小葵花找准了战略方向，成功将小葵花打造成为儿童药知名品牌。目前葵花药业每年委托公司的业务包括品牌年度服务、各类广告片的制作。



3、雅客糖果，中国糖果行业著名企业，是公司稳定的合作客户。雅客糖果是中国糖果市场国产品牌的佼佼者，2015年推出全新子品牌“小鲜蒟”雪糕果冻。该品牌经过公司的全新定位和整合传播，在线上创造了两周内点击量过千万的阅读率，首次线上预售2小时内销售额达到39.9万元，有望成为2016果冻行业的一匹黑马。



4、幸福九号，唯创集团旗下居家养老领导品牌，大健康领域的创新商业模式代表。公司作为幸福9号的品牌管家，从定位咨询、推广策略到活动策划等，帮助唯创集团规划打造中国养老产业的第一品牌。幸福九号原先的经营模式是通过会议营销专业销售推广保健品，近年来面临较大的转型压力。公司通过系统诊断，将幸福九号核心业务聚焦为居家养老服务，首创居家养老O2O模式，通过线上的幸福9号网上商城、线下的幸福9号居家养老服务店、大型老人乐园三大平台，用互联网思维和金融思维，打造了一个贴心的老年人健康产品线上商城。



公司的子公司焦点电商以主要从事电子商务、品牌推广、策划等一站式服务，助力公司所服务的品牌成功开展电商业务，携手品牌互联网化转型。

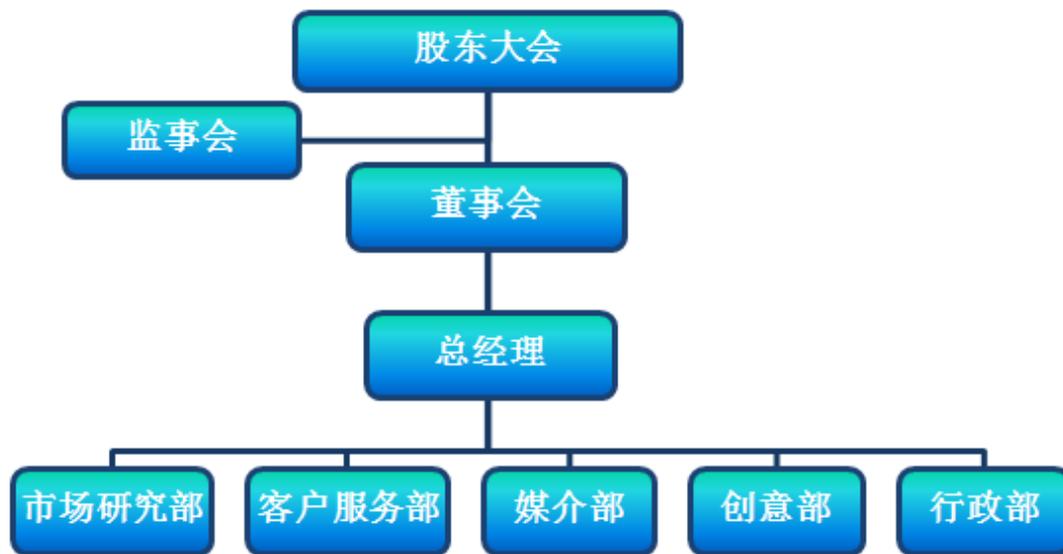
公司与焦点电商共同成立联合小组，以品牌定位和年度营销策略为前提，发

挥自身在大健康领域的资源优势、数据库优势以及运营经验，为客户提供系统的电商平台规划方案、线上直营店铺运营、渠道分销、平台活动策划等服务内容，帮助客户在线上实现销售业绩。焦点电商经营产品包括江中猴姑饼干、江中酵素粉、雅客糖果礼盒、和风来酵素桶等，主要服务内容涉及营销策划、销售管理、供应链管理、渠道管理、大数据报告（行业数据报告、SWOT 分析报告、潜力品类报告、消费者调研报告），通过数据化运营实现精准营销，助力所经营的品牌实现全网销售。

二、公司组织结构及主要服务流程

（一）组织结构

公司按照《公司法》和《公司章程》的规定，并结合公司业务发展的需要，建立了规范的法人治理结构和健全的内部管理机构，公司现行组织结构图如下：



公司实行董事会领导下的经理负责制。在董事会的领导下，由总经理负责公司的日常经营和管理，各部门的主要职责是：

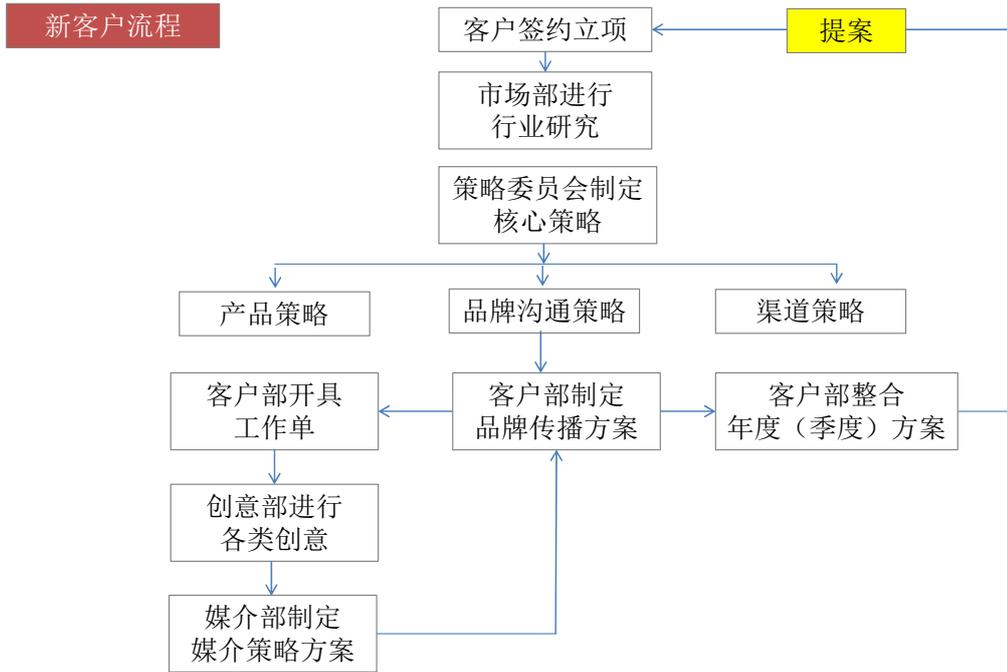
部门	主要职责
市场研究部	公司市场研究部具有丰富大健康 and 快消品市场调研经验，持续关注行业新趋势，定期提交书面行业趋势报告给管理层。熟悉公司

	服务项目现状，积极参与各项目策略讨论，为项目组提供策略支持。
客户服务部	作为客户品牌管理的前沿部门，客户服务部统管广告项目的全流程，全面参与客户品类规划、新品上市、品牌年度策划、项目管理等工作。利用焦点品牌及核心团队历年的市场研究心得和营销管理工具为客户提供业绩提升的最佳方案。目前公司的客户均配有专属的品牌小组，能够全程得到专业细致的服务。
媒介部	公司媒介部根据客户提出的网络传播明确需求和媒体的不同特性，与供应商对接，量身定制适合客户的方案，为客户提供策略媒介平台和解决方案，协助客户达成具体目标。
创意部	公司创意部擅长电视广告、平面广告、展览创意设计、网络创意等多方面创意和设计，基于对客户产品、市场及竞品品牌的深入了解与洞察，准确理解客户产品卖点及消费者潜在消费需求，拥有一流的品牌创意及表现能力，把握着公司的核心创造力。
行政部	主要包括人力资源部和财务部。人力资源部具体负责公司人力资源规划，各部门人员招聘及配置，以及员工薪酬福利、绩效考核等工作；财务部负责公司的财务报告、财务分析、财务会计核算等工作。

（二）公司主要运营流程

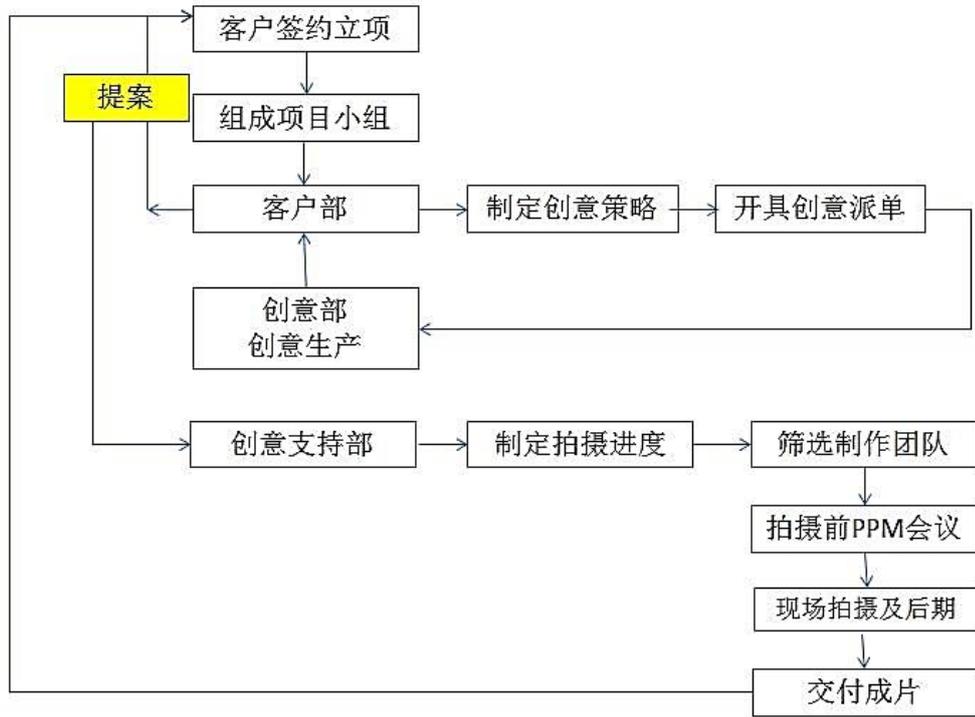
公司主营业务具体分为品牌管理服务、广告片制作和电子商务运营，三项业务的运营流程如下所示：

1.新客户品牌管理流程



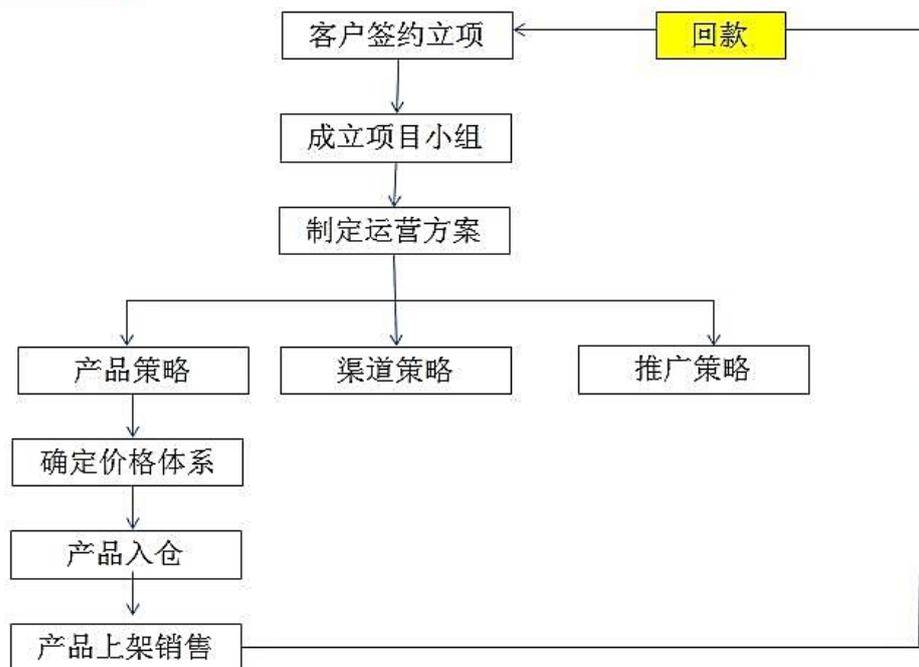
2. 广告片制作流程

广告制作流程



3. 子公司电子商务运营流程

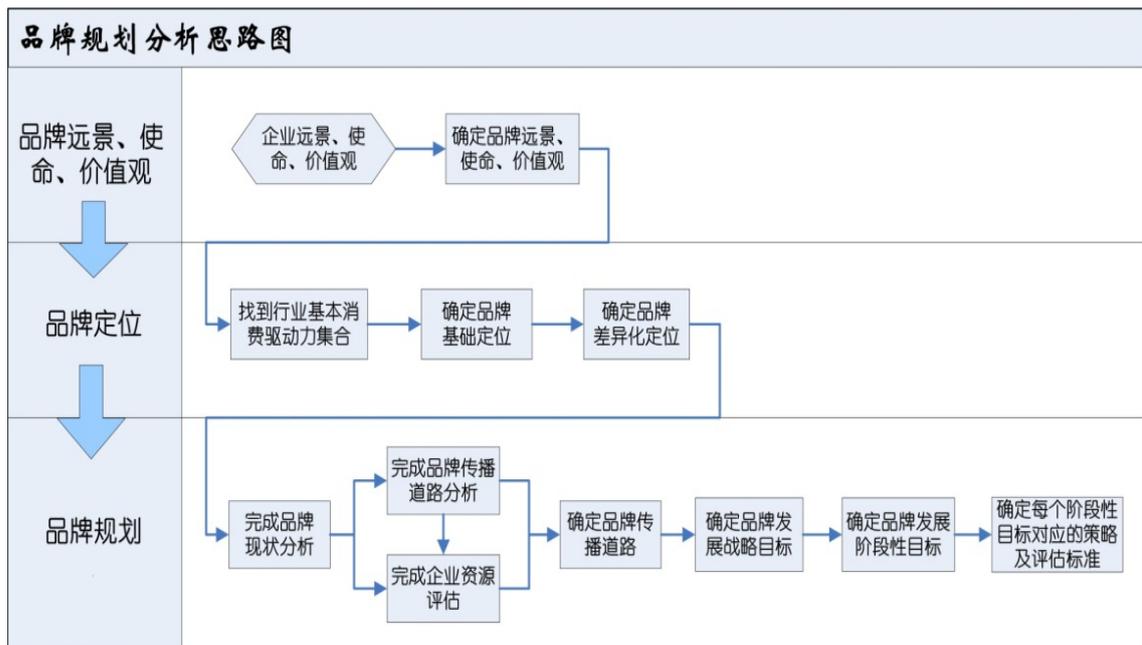
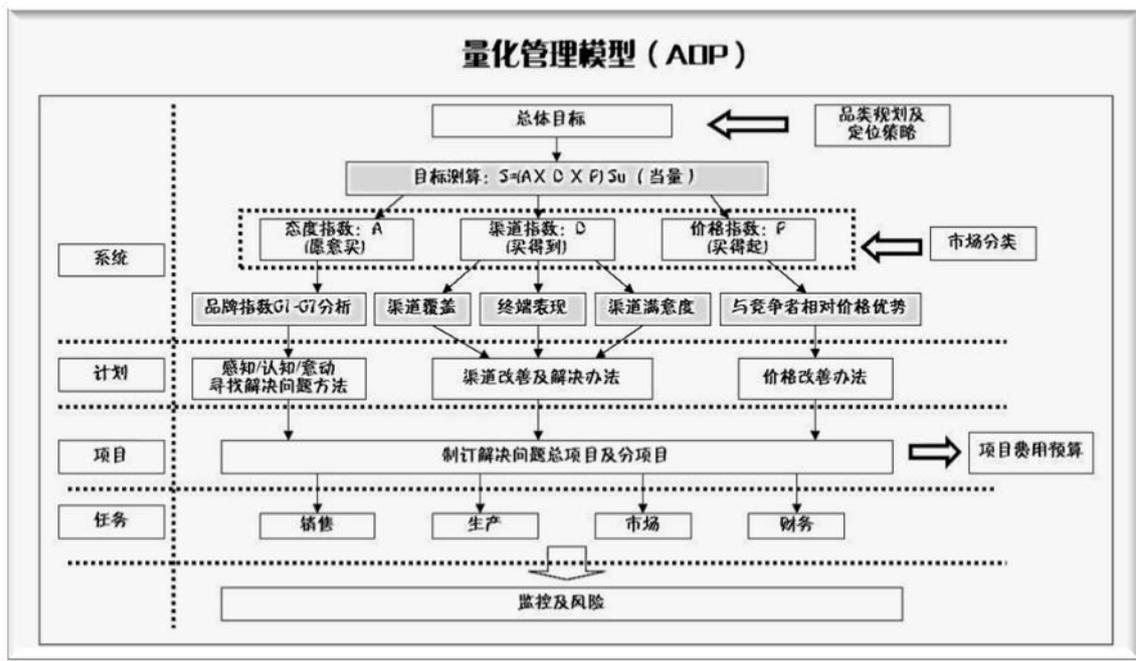
电商运营流程



三、公司业务关键资源要素

(一) 服务所使用的主要技术

公司主要提供整合营销策略和品牌管理综合服务，在为客户制定营销策略时，运用一整套经过国际知名品牌公司宝洁验证的品牌管理工具，并结合公司多年在大健康、快消品行业形成的实战数据、实战经验，形成了行之有效的营销策略。公司在品牌管理服务中所运用的主要的技术和工具如下：



广告效果衡量指标

- ASI 广告效果指数(COPY EFFECT INDEX®)是一个全面测量广告预期效果的有效指数
- 广告效果指数(CEI)是结合“到达-相关回忆”和“短期反应-说服力”的综合指数。两者综合考虑比单考虑其中一个因素更能预测市场销售效果



名称	详细描述
焦点ADP量化营销管理工具	ADP 量化营销管理工具是基于销量目标的管理工具，解决从销量目标到具体项目的系统问题。它主要是通过对影响销量的三个核心要素：消费者态度指数、渠道指数、价格指数的量化研究，根据研究结果制定营销策略和计划，找出影响销量的因素和提升销量的机会，制定相应的核心项目，然后围绕项目进行人力、资金预算等企业资金的分配，最终达成提升销量的结果。
消费者态度管理模型	消费者态度管理模型是指导品牌管理和品牌传播的模型，根据品牌目标消费者的态度和行为，将消费者进行分类管理，每年通过系统的品牌跟踪研究找出品牌传播及营销的核心人群，根据他们的态度、行为以及特征，制定有针对性的营销策略和计划，有针对性的提升传播效果以及达成相应的营销结果。
焦点品牌规划工具	品牌规划工具是帮助品牌确定发展目标的工具。它从企业的使命和价值观出发，确定所推广品牌的远景和理念，再根据市场情况确定品牌的差异化定位，根据定位和企业自

	身资源确定品牌的传播道路，设定品牌传播的阶段性目标及相应的传播策略。
焦点新品上市开发工具	新品上市开发工具是帮助客户提升新品上市成功率的工具，它从目标市场的分析和论证开始，帮助客户验证目标市场的机会和规模，根据细分市场真正的消费者为满足需求开发出对消费者有吸引力的产品概念，根据产品概念进行产品命名、包装设计、定价等产品复合体的制定，然后根据市场定位和产品概念制定合理的上市推广计划并进行试点，最后根据试点的评估调整和制定全国推广的方案。
焦点广告投放测试工具	广告效果ASI指数是广告投放前的测试工具，帮助客户在投放前检核投放内容的有效性。它通过对广告内容量化的测试研究，从广告在整体环境中的记忆度、信息传达以及广告的说服力等指标来对投放前的广告进行测试，以保证客户投放的内容是有效的。

营销策略的精准依赖于经验、研究工具、验证工具，完善的技术和工具是公司和客户长时间合作的关键所在。公司通过量化营销，帮助客户达成每年的业绩增长目标，也帮助客户实现了品牌溢价。

（二）主要无形资产情况

无形资产均为软件使用权。截至 2015 年 12 月 31 日，公司主要无形资产的账面价值为 7.95 万元。其他未入账的无形资产具体情况如下：

1、注册商标

截至本说明书出具之日，公司拥有注册商标 5 项，具体情况如下：

序号	商标	注册号	有效期	核定使用商品
1		第 5111991 号	2009年06月07日-2019年06月06日	第 16 类：剪贴簿；印刷品；书签；书籍；印刷出版物；期刊；连环漫画书；图画；照片；书籍封皮；

2	男左女右	第 5250144 号	2009年06月28日-2019年06月27日	第 16 类：书签；
3	海上书仓	第 5112003 号	2009年05月14日-2019年05月13日	第 35 类：广告传播；广告；电视广告；广告代理；数据通讯网络上的在线广告；广告策划；市场分析；公共关系；艺术家演出的商业管理；报刊剪贴；
4	海上书仓	第 5112002 号	2009年06月14日-2019年06月13日	第 41 类：教育；组织教育或娱乐竞赛；组织文化或教育展览；流动图书馆；图书出版(广告宣传册除外)；在线电子书籍和杂志的出版；电视文娱节目；节目制作；摄影；娱乐；
5	男左女右	第 5250143 号	2009年08月21日-2019年08月20日	第 41 类：组织竞赛(教育或娱乐)；书籍出版；无线电和电视节目制作；电视文娱节目；数字成像服务；新闻记者服务；摄影报道；配音；节目制作；无线电文娱节目；

2、域名

截至本说明书出具之日，公司拥有 1 项域名，具体情况如下：

注册人	域名	有效期
焦点品牌	shfocus.net	2008年12月24日至2016年12月24日

公司已取得了上述无形资产相关权属证书、办理了权属登记，合法拥有该等无形资产相关权益。上述无形资产不存在产权纠纷或潜在的产权纠纷，也未设置质押等担保权利或其他权利的限制。

(三) 取得的业务许可及资质情况

1、《食品经营许可证》

2015 年 12 月 16 日，子公司焦点电商取得了上海市松江区市场监督管理局颁发的《食品经营许可证》，许可证编号为 JY13101170004748，主体业态为

食品销售经营者，经营项目为预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品），许可证有效期至 2020 年 11 月 23 日。

公司及子公司取得了从事经营活动所必备的相关资质。

（四）主要固定资产使用情况、成新率

截至 2015 年 12 月 31 日，公司拥有原值为 2,916,410.27 元，净值为 1,399,069.57 元的固定资产，主要为办公设备、运输设备和电子设备，目前均用于公司日常生产与办公。公司固定资产成新率如下表：

固定资产成新率（%）		
类别	2015年12月31日	2014年12月31日
办公设备	47.97	69.69
运输设备	52.52	72.40
电子设备	42.60	66.35
合计	65.89	86.59

（五）员工情况

截至本说明书出具之日，公司共有员工 75 人，其中焦点品牌 56 人，全资子公司焦点电商 19 人，其具体结构如下：

1、按专业结构划分

专业结构	母公司人数(个)	子公司人数(个)	总人数(个)	比例(%)
市场人员	21	14	35	47%
创意人员	29	0	29	39%
行政人员	6	5	11	15%
合计	56	19	75	100%

2、按受教育程度划分

受教育程度	母公司人数(个)	子公司人数(个)	总人数(个)	比例(%)
硕士及以上	4	0	4	7%

本科	29	6	35	52%
专科	19	12	31	34%
专科以下	4	1	5	7%
合计	56	19	75	100%

3、按年龄划分

年龄段（岁）	母公司人数(个)	子公司人数(个)	总人数（个）	比例(%)
18-29	36	12	48	64%
30-39	14	5	19	25%
40以上	6	2	8	11%
合计	56	19	75	100%

4、按地域划分

地域	母公司人数(个)	子公司人数(个)	总人数（个）	比例(%)
上海市内	22	12	34	45%
上海市外	34	7	41	55%
合计	56	19	75	100%

5、按工龄划分

工龄	母公司人数(个)	子公司人数(个)	总人数（个）	比例(%)
1-5年	48	10	58	78%
6-10年	4	6	10	13%
10年以上	4	3	7	9%
合计	56	19	75	100%

6、核心技术人员情况

截至本说明书出具之日，公司共有创意人员 29 人，占 75 名员工中的 38.7%，其中核心技术人员 6 人，占全公司员工 8%。公司核心技术人员情况如下：

(1) 徐丽，详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、股权情况”。

(2) 王馨，详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、股权情况”。

(3) 王伯存，详见本说明书“第一节 基本情况”之“六、董事、监事及高级管理人员情况”之“（一）公司董事”。

(4) 聂富洪，详见本说明书“第一节 基本情况”之“六、董事、监事及高级管理人员情况”之“（一）公司董事”。

(5) 刘晓虹，详见本说明书“第一节 基本情况”之“六、董事、监事及高级管理人员情况”之“（二）公司监事”。

(6) 金昀，男，1973年8月出生，中国籍，无境外永久居留权，大专学历。1998年2月至2001年3月，于上海奥美广告有限公司任创意组长；2001年4月至2002年12月，于上海李奥贝纳广告有限公司任创意组长；2003年10月至2004年6月，于北京斐思想态广告有限公司任创意总监；2004年7月至2006年2月，于上海胜加广告有限公司任董事、创意总监；2006年3月至2012年1月，于上海斐思想态广告有限公司任创意群总监；2012年2月至2013年6月，于上海广告有限公司任资深创意总监；2013年7月至2014年4月，于北京电通广告有限公司任创意群总监；2014年8月至2015年8月，于焦点投资（原焦点广告）任创意总监；2015年8月至2015年10月，于焦点有限任首席创意官；2015年11月至今任焦点品牌首席创意官。

（六）房屋租赁情况

公司办公场所为上海市虹口区东大名路558号新华保险大厦17楼。公司于2013年11月1日与新华人寿保险公司上海分公司签署了《房屋租赁合同》，房屋面积为998.39平方米，租赁期限为36个月（即自2013年11月1日至2016年10月31日），租金为1,970,863.51元/年。

子公司焦点电商办公场所为上海市徐汇区徐家汇路550号2903室。2015年3月5日，徐丽与焦点电商签订了写字楼租赁合同，将上海市徐家汇路550号29楼A、B座办公区出租给焦点电商使用，出租房屋建筑面积为223.14平方米，租赁期限从2015年4月1日起至2017年3月31日止，租赁单价为2.80元/平方米/天；另外，于2015年11月01日，焦点电商与徐丽重新签署了《房

屋租赁合同》，房屋面积为 291 平方米，租赁期限为 36 个月（即自 2015 年 11 月 1 日至 2017 年 10 月 31 日），租赁单价为 3.60 元/平方米/天，租金为 382,380.00 元/年。

四、公司业务其他相关情况

（一）主营业务收入情况

公司 2014 年度和 2015 年度的主营业务收入分别为 1,610.66 万元和 5,193.11 万元，毛利率分别为 49.16% 和 50.15%。公司主营业务收入在报告期内增加较多，详见本说明书“第四节 财务部分”之“五、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标”之“（一）营业收入的主要构成”。

区域分布上，报告期内，公司的主要业务收入主要来源于华东地区，公司的主要客户集中在江西、上海和浙江地区。2015 年因为公司业务扩张，增加了新的合作品牌，包括黑龙江地区的葵花药业及北京地区的汇源果汁。

（二）公司及实际控制人控制的其他企业的业务整合情况

公司报告期内主营业务收入增加 221.77%，与公司及实际控制人徐丽、高海涛控制的焦点投资和第一视觉的业务整合有较大的关联。焦点投资原名焦点广告，成立于 1995 年 4 月，主要从事广告发布、广告制作和品牌管理综合服务，后基于专业化分工，对业务进行逐步的划分——由焦点投资从事广告发布、第一视觉从事广告片制作、焦点品牌从事品牌管理综合服务。

2013 年至 2015 年，焦点投资未经审计的主营业务收入分别为 1,981.13 万元、1,193.14 万元和 269.77 万元，其中品牌综合管理服务收入分别为 925.25 万元、256.72 万元和 0.00 万元。焦点投资自焦点品牌设立起逐步将品牌综合管理业务转移给焦点品牌。另外，因为广告发布代理业务相对品牌管理综合服务业务毛利率较低，并且公司管理层及实际控制人也将主要精力集中在品牌综合管理服务上，因此整体上焦点投资和焦点品牌的广告发布代理业务逐渐减少。2015 年焦点广告逐渐转型成为投资控股公司，不再从事具体的品牌管理综合服务业务和广告代理业务，并于 2016 年 1 月办理了工商变更，变更后的经营范围为投资管理。

2013年至2015年,第一视觉未经审计的主营业务收入分别为1,895.68万元、1,526.69万元和1,216.27万元,其主营业务收入主要为TVC广告制作收入。2014起第一视觉逐渐将制作业务转移给焦点品牌,在并入的过程中,因为焦点品牌承接了第一视觉现有的广告制作业务,而第一视觉人员尚未全部并入焦点品牌,导致焦点品牌存在向第一视觉采购制作费业务的关联交易行为。第一视觉已于2015年10月完成注销,第一视觉的制作费业务全部并入焦点品牌。

综上所述,由于报告期内公司与焦点投资和第一视觉的业务整合,公司主营业务收入尤其是广告制作收入有较大的提升。

(三) 产品或服务的主要消费群体和前五名客户情况

1、主要消费群体

公司的主营业务为品牌管理综合服务、广告片制作服务和线上产品销售,主要客户群体为大健康领域和快速消费品领域的企业品牌。公司在为集团客户提供服务时,通常是与集团客户下各个品牌子公司分别签订合同。因此,公司将自身客户构成分为两个层次:一是将集团公司下各个品牌子公司作为独立的客户进行统计;二是对受同一实际控制人控制的公司合并计算进行统计。

2、前五名客户的销售情况

(1) 报告期内,集团公司下各个品牌子公司作为独立的客户统计的前五大客户情况如下:

2014年度公司前五名客户的销售情况

单位:元

项目	营业收入金额	占营业收入比重(%)
上海幸福九号网络科技有限公司	3,375,779.27	20.96
上海集信堂文化传播有限公司	2,830,188.60	17.57
潍坊阿旺食品有限公司	2,169,674.76	13.47
江中药业股份有限公司	1,886,792.40	11.71
江西江中医药贸易有限责任公司	943,396.20	5.86
合计	11,205,831.23	69.57

2015 年度公司前五名客户的销售情况

单位：元

项目	营业收入金额	占营业收入比重 (%)
江西江中食疗科技有限公司	15,452,209.43	29.76
江中药业股份有限公司	8,059,348.84	15.52
北京汇源食品有限公司	4,129,855.37	7.95
浙江英诺珐医药有限公司	3,778,148.97	7.28
天津引力传媒文化产业有限公司	2,403,254.65	4.63
合计	33,822,817.26	65.13

(2) 报告期内，受同一实际控制人控制的公司合并计算进行统计的前五大客户情况如下：

2014 年度公司前五名客户的销售情况

单位：元

项目	营业收入金额	占营业收入比重 (%)
上海幸福九号网络科技有限公司	3,375,779.27	20.96
江中集团下属公司	3,066,037.65	19.04
上海集信堂文化传播有限公司	2,830,188.60	17.57
潍坊阿旺食品有限公司	2,169,674.76	13.47
上海焦点投资管理有限公司	924,528.28	5.74
合计	12,366,208.56	76.78

注：江中集团下属公司营业收入 306.63 万元包括：江中药业股份有限公司 188.68 万元、江西江中医药贸易有限责任公司 94.34 万元、江西食方食坊中药食品有限公司 23.58 万元。

2015 年度公司前五名客户的销售情况

单位：元

项目	营业收入金额	占营业收入比重 (%)
江中集团下属公司	23,747,407.32	45.73
汇源集团下属公司	4,477,644.05	8.62
浙江英诺珐医药有限公司	3,778,148.97	7.28

天津引力传媒文化产业有限公司	2,403,254.65	4.63
葵花药业集团医药有限公司	2,173,747.11	4.19
合计	36,580,202.10	70.44

注：江中集团下属公司营业收入 2,374.74 万元包括：江西江中食疗科技有限公司 1,545.22 万元、江中药业股份有限公司 805.93 万元、江西江中医药贸易有限责任公司 18.87 万元、江西食方食坊中药食品有限公司 4.72 万元；汇源集团下属公司营业收入 447.76 万元包括：北京汇源食品有限公司 412.99 万元、鲁中汇源饮料有限公司 34.78 万元。

2014 年度和 2015 年度公司前五大客户收入占总收入的比例分别为 76.78% 和 70.44%，公司对重大客户存在一定的依赖性。报告期内，公司的客户主要集中在大健康服务和快速消费品领域，随着保健养生观念的逐渐流行，公司的主要客户在品牌传播、产品广告等方面的投入都有一定幅度的上升，同时公司与主要客户均保持了多年的良好合作关系，因此，报告期内公司前五大客户收入占公司总收入比例较高。另外，公司从 2015 年起积极扩展新业务，引入新客户，将逐步降低对重要客户的依赖性。

3、公司与主要客户的关联情况

报告期内，公司实际控制人徐丽持有和风来 15% 的股权，公司 2015 年度对和风来的全年销售额为 207.14 万元，占公司当年占同类交易金额的比例为 4.55%；报告期内，公司与前五大客户关联交易的情况详细见本说明书“第四节 公司财务”之“六、关联方关系及关联交易”之“(二) 关联交易情况及其公允性”。

除以上关联交易事项外，报告期内，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及持有公司 5% 以上股份的股东及关联方在主要客户中不存在占有权益的情况。

(四) 产品或服务的原材料、能源、供应情况和前五名供应商情况

1、产品或服务的原材料、能源、供应情况

公司从事品牌管理综合服务、广告片制作服务和线上产品销售，品牌管理综合服务的成本主要系人力成本，广告片制作服务的成本主要系外包服务成本，产品销售成本主要系产品采购成本。

报告期内，公司成本的构成明细如下：

单位：元

项目	2015 年度	占比 (%)	2014 年度	占比 (%)
人工成本	5,583,820.84	21.54	3,841,734.36	46.92
服务成本	11,852,718.15	45.72		
媒介成本	2,542,433.95	9.81	2,972,075.47	36.30
产品采购成本	3,407,805.14	13.15		
其他成本	2,536,754.39	9.79	1,374,079.36	16.78
合计	25,923,532.47	100.00	8,187,889.19	100.00

人工成本主要是公司业务人员成本；服务成本主要是外购广告制作成本，主要是 TVC 广告拍摄制作费、广告形象代言人代言费等；媒介成本主要是广告发布代理成本，主要指期刊杂志广告发布成本、地铁灯箱广告发布和网络媒体发布成本等；产品采购成本主要是公司向供应商采购代理产品的成本；其他成本包括项目差旅费、招待费、办公费、劳务费等费用。

(1) 人工成本的变动情况

报告期内，公司人工成本增加 174.21 万元，主要因为随着公司业务收入的增加，公司业务人员基础工资及保险等均有所增加。人工成本占总成本的比例下降，主要是因为制作费业务的大幅增加，导致公司外包服务成本的增加，从而导致人工成本的占比降低。

(2) 服务成本的变动情况

2014 年焦点品牌未从事广告制作业务，当时广告制作业务主要是第一视觉的主营业务。2015 年起公司实际控制人徐丽控制的其他关联公司业务整合逐步启动，第一视觉制作费业务逐步并入焦点品牌。在并入的过程中，因为焦点品牌承接了第一视觉现有的广告制作业务，而第一视觉人员尚未全部并入焦点品牌，导致焦点品牌存在向第一视觉采购 56.60 万元制作费业务的关联交易行为。

同时，在第一视觉人员并入焦点品牌后，2015 年 8 月焦点品牌抓住江中猴姑饼干广告形象代言人重新选择的契机，与江中食疗签订了 865 万元的猴姑饼干广告制作协议，该项广告制作协议导致公司外购服务成本增加 760 万元。综上，公司 2015 年服务成本大幅增加。

(3) 媒介成本的变动情况

媒介成本主要为公司广告代理成本，2015 年公司媒介成本较 2014 年略有下降，主要是因为广告代理服务的毛利较低，公司将销售重心放在了品牌管理综合服务及制作费收入。

(4) 产品采购成本的变动情况

产品采购成本系公司代理销售和风来酵素桶、江中猴姑饼干和参灵草等产品的采购成本，公司于 2015 年 6 至 8 月收购了焦点电商剩余的 81% 股份，并将焦点电商财务报表纳入合并范围，从而导致公司 2015 年新增了产品采购成本。

2、成本的归集、分配结转方法

公司成本主要为品牌管理综合服务成本、广告片制作服务成本和广告代理成本，按照收入与成本匹配原则，在确认收入的同时确认对应成本支出。人工成本按业务员每月工资归集；服务成本主要系外包部分广告片制作服务的成本，其成本按实际外包制作费业务费归集；广告代理成本根据公司与广告供应商结算价，在广告发布期间按月分摊和归集成本。

3、采购总额、营业成本之间的勾稽关系

报告期内公司存货余额全部来源于焦点电商，2015 年焦点电商纳入合并报表范围的主营业务成本和采购总额分别为 340.78 万元和 497.83 万元，其相互之间的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2015年度
期初库存商品余额	15.01
加：本期采购总额	497.83
减：期末库存商品余额	110.72
减：物料消耗	3.12
发出商品增加额（1+2-3-4）	399.00
加：期初发出商品余额	28.37

减：期末发出商品余额	5.13
减：销售返利	81.46
主营业务成本-产品销售成本	340.78

4、前五名供应商情况

2014 年度公司前五名供应商情况

单位：元

项目	采购金额	占采购金额比重 (%)
上海焦点投资管理有限公司	2,731,731.81	40.00
上海聚力传媒技术有限公司	2,122,641.51	31.08
上海碧彩广告有限公司	277,358.49	4.06
上海隆汇广告有限公司	148,584.91	2.18
北京正和岛信息科技有限公司	37,735.85	0.55
合计	5,318,052.56	77.87

2015 年度公司前五名供应商情况

单位：元

项目	采购金额	占采购金额比重 (%)
南京德合影视文化工作室	7,423,254.72	33.37
和风来（中国）有限公司	3,071,388.84	13.81
上海焦点投资管理有限公司	2,093,611.62	9.41
京铁广联（北京）广告传媒有限公司	2,088,584.91	9.39
上海渴视数码科技有限公司	2,078,654.50	9.35
合计	16,755,494.58	75.33

2014年度和2015年度公司对前五大供应商采购总额占公司全部采购总额的比例分别为77.87%和75.33%，占比较高。其中，2014年主要是因为公司及公司实际控制人控制的其他企业之间的业务整合尚未完成，公司向焦点投资采购了较多劳务，扣除这一劳务外包后，公司对前五大供应商的采购总额将降到40%以下。2015年主要是因为公司与江中猴姑饼干新增了广告制作服务，该广告制作服务的主要成本系向白百何所在的经纪公司南京德合影视文化工作室支付代言

费用。扣除这一制作成本后，公司对前五大供应商的采购总额将降到 45%以下。

5、公司与主要供应商的关联情况

报告期内，焦点投资系公司的控股股东，2014 年度和 2015 年度公司对焦点投资的采购额分别为 273.17 万元和 209.36 万元，占公司当期全部采购额的比例分别为 40.00%和 9.41%。报告期内，实际控制人徐丽持有和风来 15%的股权，2015 年公司对和风来的采购额为 307.14 万元，占公司当期全部采购额的比例为 13.81%。报告期内，公司与前五大供应商关联交易的情况详细见本说明书“第四节 公司财务”之“六、关联方关系及关联交易”之“（二）关联交易情况及其公允性”。

除以上关联交易事项外，报告期内，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及持有公司 5%以上股份股东及关联方在主要供应商中不存在占有权益的情况。

（五）对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

截至本说明书出具之日，对于公司持续经营有重大影响的合同主要包括采购、销售金额较大的业务合同等，其履行情况如下：

1、销售合同

序号	合同主体	合同类别	合同金额（含税）	签订时间	履行情况
1	江西江中食疗科技有限公司	猴姑饼干广告制作协议	865 万元	2015 年 8 月 5 日	履行完毕
2	江西江中食疗科技有限公司	江中食疗品牌年费协议	360 万元	2015 年 1 月 31 日	履行完毕
3	江中药业股份有限公司	江中 OTC 品牌年费协议	360 万元	2015 年 2 月 3 日	履行完毕
4	上海集信堂文化传播有限公司	媒介服务协议	300 万元	2014 年 4 月 22 日	履行完毕
5	天津引力传媒文化产业有限公司	媒介服务协议	254.745 万元	2015 年 7 月 1 日	履行完毕
6	葵花药业集团医药有限公司	葵花药业代理服务协议	240 万元	2015 年 6 月 25 日	正在履行
7	知爱母婴专护服务	知爱母婴品牌年费协议	720 万元	2015 年 9 月 22 日	正在履行

	(上海)有限公司			日	
8	浙江英诺珐医药有限公司	品牌年费协议	360 万元	2015 年 2 月 1 日	正在履行
9	上海全家康健电子科技有限公司	幸福 9 号营销广告项目协议	200 万元	2015 年 1 月 20 日	履行完毕
10	雅客(中国)有限公司	营销策划项目协议	200 万元	2015 年 6 月 6 日	正在履行
11	上海创乐人企业发展有限公司	别吃胖 APP 整体规划及爆款单品框架协议	200 万元	2015 年 6 月 28 日	正在履行
12	怡宝化妆品(昆山)有限公司	遇见香芬品牌年费协议	600 万元	2015 年 6 月 1 日	正在履行
13	江西江中食疗科技有限公司	江中食疗品牌年费协议	360 万元	2016 年 1 月	正在履行
14	江中药业股份有限公司	江中参灵草品牌年费协议	360 万元	2015 年 2 月 3 日	正在履行
15	江中药业股份有限公司	江中 OTC 品牌年费协议	360 万元	2016 年 1 月 22 日	正在履行

注：披露标准为报告期内单项金额超过 200 万元的对于公司持续经营有重大影响的销售合同。

2、采购合同

序号	合同主体	合同标的/合同期间	合同金额(含税)	签订时间	履行情况
1	南京德合影视文化工作室	广告制作协议	760 万元	2015 年 8 月 11 日	正在履行
2	上海聚力传媒技术有限公司	广告发布协议	300 万元	2015 年 4 月 26 日	履行完毕
3	京铁广联(北京)广告传媒有限公司	广告发布协议	221.39 万元	2015 年 7 月 2 日	履行完毕
4	上海渴视数码科技有限公司	广告制作协议	120 万	2015 年 7 月 15 日	履行完毕
5	上海满点文化传播有限公司	广告制作协议	63 万	2015 年 4 月 1 日	履行完毕
6	上海碧彩广告有限公司	推广服务协议	29.40 万元	2014 年 9 月 24 日	履行完毕
7	上海传漾广告有限公司常熟分公司	广告发布协议	70 万元	2015 年 7 月 6 日	履行完毕

注：披露标准为报告期内前五大供应商主要采购合同。

五、商业模式

作为综合营销策略和品牌管理服务商，公司拥有系统、专业的品牌量化管理工具和稳定高效的核心团队。公司及核心团队拥有多年专注于大健康领域和快消品领域的实战经验，为国内大健康领域、快消品领域的诸多著名品牌提供了全程营销策划和品牌管理综合服务。公司通过老客户推荐、借助行业活动及自身品牌营销等方式开拓并积累了丰富的客户资源，与江中集团、康恩贝集团、雅客糖果、葵花药业、幸福九号等知名企业建立了长期的合作关系。客户与公司签订品牌年费合同，由公司为客户提供系统的年度业绩增长策略、品牌传播策略、品牌创意表现以及建立品牌的系列公关策划，并按月度收取固定的服务费。当客户有具体的营销项目或广告片制作项目需要执行时，公司为客户按项目提供包括创意策划、广告片制作、广告效果监测及评估在内的整合营销服务，并收取相应的项目费用。在项目服务过程中、公司根据品牌推广需求和广告片制作需求采购相关资源，以满足业务需要。

同时，公司通过收购焦点电商，将原有品牌合作业务进一步衍生，并通过公司的策略转化能力，发展独家代理的网络爆款产品，通过焦点电商的综合运营，形成第二笔销售代理业务利润。报告期内，公司的毛利率约为50%，在行业中处于较高的水平，原因是公司凭借专业的品牌管理工具和优秀的整合传播策划能力，帮助客户提升业绩，提高品牌溢价能力，获得了客户和业界的广泛认可。

六、所处行业基本情况

（一）行业概况

1、公司所处的行业

根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011），公司属于“L7233 社会经济咨询”；根据《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司属于“L72 商务服务业”；根据股转系统《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司属于“1211 商业和专业服务”。

2、行业发展概况及发展趋势

整合营销传播理念是上世纪八十年代中期由美国营销大师唐·舒尔茨提出和发展的。整合营销传播一方面把广告、促销、公关、直销、包装、新闻媒体等一切传播活动都涵盖于营销活动的范围之内，另一方面则使企业能够将统一的传播资讯传达给顾客。其中心思想是以通过企业与顾客的沟通满足顾客需要的价值为取向，确定企业统一的促销策略，协调使用各种不同的传播手段，发挥不同传播工具的优势，从而使企业实现促销宣传的低成本化，以高强冲击力形成促销高潮。

近十年以来，随着传统媒介的衰退及数字化媒介技术的开发，传统意义上以营销手段进行划分的广告、公关、活动营销、体验营销等营销结构的划分越来越不适应营销服务的新需求以及社会传播环境的剧烈变化，品牌主的需求越来越转向于以“精准且有消费共鸣的内容”为核心的整合营销服务供应商，整合营销传播体现出越来越强大的竞争力。

整合营销策略顾问在我国始终是一个需求旺盛的行业，尤其在中国推崇大众创业的今天，中小企业由于起步快、资源配备不足，特别需要系统实战的营销顾问。回顾中国广告行业的发展经历了三个阶段：第一阶段，本土广告公司的产生和外资 4A 综合广告公司进入中国，此阶段外资公司和本土公司都为客户提供从创意到公关的整体方案，其中本土广告公司主要为企业提供创意，外资广告公司主要为企业系统提供创意传播策略。第二阶段，西方的定位理论和公关理论进入中国，广告公司开始细分为市场研究公司、策略服务公司、创意传播公司、媒体发布公司以及公关公司等。第三阶段，随着互联网和新媒体的兴盛，诞生了新的互动营销公司，专门为客户提供互联网和自媒体解决方案。

从中国企业发展 30 年历史看，企业内部的市场部对企业决策人的影响力有限，加上系统验证市场营销的工具缺乏，客观上非常需要专业的第三方公司在源头上提供业绩增长策略、新品成功策略以及品牌溢价策略。目前，有三种现实需求对实战型的营销顾问利好，一是“大众创业、万众创新”的双创热潮诞生海量的新兴企业，他们更需要实战的营销顾问；二是传统企业面临新的转型、升级，在互联网和自媒体时代，传统的传播手段和营销模式都需要升级，此时他们需要专业的服务商给他们提供系统的营销解决方案；第三，诞生于互联网的淘品牌也

面临向线下拓展的需求，他们对传统实战营销指导的需求更为迫切。

3、行业监管体系及相关政策

(1) 行业监管部门

整合营销策略和整合品牌管理、传播服务行业主要是提供营销增长策略，品牌整合传播是通过整合不同媒介资源（包括电视、报纸、杂志、户外广告、互联网、移动互联网等）、整合各种营销技术和手段（包括广告、公关、社会化营销等）、整合各种不同服务机构（包括制作资源服务商、媒介资源提供商、公关执行资源商等），配合双方制定的市场目标及渠道策略，为客户量身定制各类提升品牌认知度和美誉度的传播解决服务。

与整合营销传播服务行业相关的行业包括广告、公关、传媒以及互联网等，均有相应的主管部门实施监管。国家工商行政管理总局是我国广告行业的主管部门，负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。其中，广告发布活动管理主要包括制定、执行、监测广告发布标准，查处违法广告；广告经营活动管理包括规范市场经营行为、取缔非法经营行为等。

同时，公司还接受包括中国公共关系协会、中国国际公共关系协会、中国互联网协会网络营销工作委员会、中国广告协会、中国商务广告协会等在内的自律性组织管理。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。中国公共关系协会成立于 1987 年，由公共关系专业机构、新闻媒体、教育科研机构、政府等有关机构和企业界人士自愿组成，经民政部核准登记成立的全国性社会团体法人。

(2) 行业相关法律法规及政策

① 《国务院关于加快发展服务业的若干意见》（2007 年）

适应新型工业化和居民消费结构升级的新形势，重点发展现代服务业，规范提升传统服务业，充分发挥服务业吸纳就业的作用，优化行业结构，提升技术结构，改善组织结构，全面提高服务业发展水平；鼓励服务业企业增强自主创新能

力，通过技术进步提高整体素质和竞争力，不断进行管理创新、服务创新、产品创新。依托有竞争力的企业，通过兼并、联合、重组、上市等方式，促进规模化、品牌化、网络化经营，形成一批拥有自主知识产权和知名品牌、具有较强竞争力的大型服务企业或企业集团。

②《关于加快发展服务业的若干政策措施的实施意见》（2008年）

加快实施品牌战略，大力支持企业开展自主品牌建设，鼓励企业注册和使用自主商标。鼓励流通企业与生产企业合作，实现服务品牌带动产品品牌推广、产品品牌带动服务品牌提升的良性互动发展。培育发展知名品牌，符合国家有关规定的，商务部等部门应将其纳入中央外贸发展基金等国家有关专项资金扶持范围。扶持中华老字号企业发展，在城市改造中，涉及中华老字号店铺原址动迁的，应在原地妥善安置或在适宜其发展的商圈内安置，并严格按国家有关规定给予补偿。

③《网络公关服务规范》（2010年）

有针对性地制定网络公关服务规范和从业行为准则，不断提高专业技术水平并提升从业人员专业素养，以确保网络公关行业的可持续、健康发展。以期原则性规范网络公关服务的标准。

④《关于加快我国工业企业品牌建设的指导意见》（2011年）

工业和信息化、工商、质检等部门和行业协会，要组织开展品牌培训活动，提高企业品牌培育意识和商标注册、运用、管理和保护能力；要推广先进的营销理论、品牌管理模式和方法，重点增强企业在市场调研、产品定位、营销策划、传播宣传、公关服务等方面的能力和水平。

⑤《服务业发展“十二五”规划》（2012年）

坚持生产性服务业与生活性服务业并重、现代服务业与传统服务业并举，大力推动涉及面广、辐射作用大的服务业重点行业和领域加快发展，带动服务业全面发展。鼓励商务服务业专业化、规模化、网络化发展，加大品牌培育力度，积极开拓国内外市场。支持文化产业公共服务平台建设，建设一批产业特色鲜明、创新能力强、产业链完整、规模效应明显的特色文化产业基地，加快特色文化城

市建设。培育骨干企业，扶持中小企业，鼓励文化企业跨地域、跨行业、跨所有制经营和重组。

⑥《关于加强中央企业品牌建设的指导意见》（2013年）

中央企业要结合企业总体发展战略、内外资源禀赋、企业文化传播等因素，加强顶层设计，制定或完善适合本企业的、具有独创性和吸引力的品牌战略，并与企业发展战略同步实施、系统推进。要将品牌战略作为最高竞争战略，渗透到公司运营管理的各个层面，建立以客户为中心、培育差异化竞争优势的品牌战略导向机制和流程，围绕品牌战略，优化资源配置，促进品牌建设与业务发展的协同。要保持品牌战略的稳定性，加强对品牌战略落实情况的督促检查和评价考核，持续加强品牌战略的贯彻执行。

4、行业壁垒

（1）人才壁垒

营销咨询和品牌管理行业属于人力资本密集型行业，该行业高度依赖智力资本，要求公司有足够的专业人才来满足客户的需求。因此，具备高素质策略思维和市场经验的人才成为智力公司竞争的关键要素。而行业新进企业往往难以构建有市场影响力的专业咨询服务团队，较难获得大客户的信赖，人才壁垒成为业务扩展的主要障碍。

（2）品牌壁垒

营销顾问和品牌管理提供的是智力服务，并且营销咨询和品牌管理的效果往往需要通过市场验证之后才能体现，智力产品和实物产品的最大不同在于购买者的判断标准，实物产品的购买者更容易通过自身观察实物来决策，智力产品的购买决策往往依赖于他人的口碑。相比较购买实物产品的消费者，购买智力服务的消费者更关注咨询服务机构的品牌知名度和美誉度，这需要一定数量的成功案例来积累，而新进企业受到服务团队和服务经验的限制，一般较难在短期内在市场中建立有广泛认知度的良好口碑。

（3）资金壁垒

营销策略和品牌管理公司要帮助客户实现业绩稳定增长，确保品牌定位精准、投放策略有效，其营销策略、传播策略、媒介策略均需要以科学的量化分析为支撑，需要建立专业的研究技术团队、购买庞大的、及时更新的专业数据库以及开发广告决策研究分析工具，因此品牌管理公司每年需要投入大量资金用于研究技术人才的引进、各项数据库的购买或更新以及研究分析工具的开发。充足的资金实力已成为影响品牌管理公司业务发展和服务能力的重要因素，而资金不足成为一些公司进入该领域以及谋求进一步发展的瓶颈。

（二）行业规模及现状

1、我国整合营销服务行业整体概况

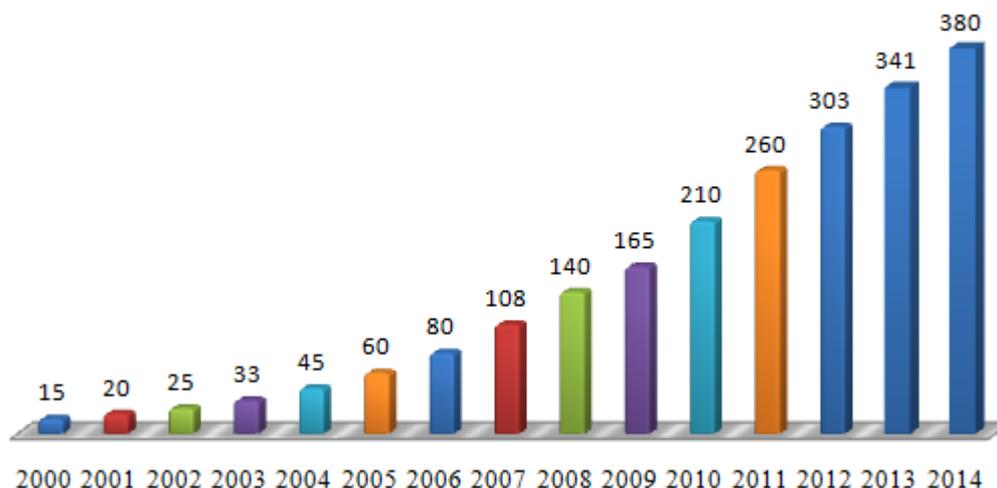
目前关于广告行业、公共关系行业等方面的统计数据较为全面，而整合营销传播行业尚无权威的统计数据。整合营销传播服务商通过提供包括营销策略创意服务，创意内容制作服务，广告服务、公关服务、体验营销、社会化营销、营销效果监测及评估服务在内的一站式整合营销服务解决方案，可有效降低企业营销成本、提高营销效率。根据《中国公共关系业2014年度调查报告》对品牌主在广告、公关等方面投入的调查数据显示，品牌主在广告、公关等方面投入巨大并逐年上升，这也间接证明我国整合营销传播服务行业市场空间巨大。

当企业成为公共关系的服务对象时，公共关系主要目的是为了加强企业与公众的沟通，改善企业的公众形象，其主要内涵为品牌的建立、传播和维护，即品牌管理。从这个角度上讲，品牌管理是企业公共关系功能的具体化，公共关系是品牌管理价值实现的有效手段。随着传播环境和方式的变革，营销模式和手段进入公关领域，而广告和营销行业也借助公关的特点，富有创意性地宣传和推广产品，并借此为企业树形象、创品牌，这一变化导致行业之间的边界越来越模糊。

随着经济的全球化进程加快以及信息技术的发展，经济全球化趋势的不断加强，企业的竞争正在不断的升级。企业逐渐意识到品牌管理对自身发展的重要性，投入越来越多的资源加强品牌建设。作为新兴产业的公共关系行业，其成长速度仍高于整体经济发展的增速。2014年，中国公共关系市场保持稳定增长。据调查估算，整个市场的年营业规模约为380亿元人民币，年增长率为11.5%左右，2014年度以蓝色光标为代表的大型公司的年营业额、年营业利润分别比上一年

增长了 19.2%和 20%，呈现较快的增长态势。随着我国经济的持续稳定增长，我国公共关系行业将会打开巨大的市场空间，预计未来 10 年国内公共关系行业将会保持超过 15%的速度快速发展。下图为 2000 年以来公共关系行业营业额的变化。

年度营业额变化（亿元）



资料来源：中国公共关系业 2014 年度调查报告

随着新媒体的不断发展，公关行业正在发生结构性变化，传统公关业务增速放缓，而新兴公关业务（如数字公关、娱乐公关等）发展迅速，特别是在互联网和移动互联网的大规模普及，大数据广泛应用，以及微博、微信等社会化媒体快速、深入发展的背景下，数字公关已经成为客户非常认可的重要传播手段。在未来我国经济持续稳定增长的整体背景下，预计作为新兴产业的公共关系行业，行业的成长速度仍然要高于整体经济发展的增速，预计未来 5 年内我国公关行业的市场规模将超过 500 亿元。

在互联网、移动互联网、数字传播技术迅速发展以及营销娱乐化快速发展的大趋势下，近年来媒体、传播形态、公众信息获取方式和消费态度已发生巨大变化，我国整合营销传播行业呈现出营销手段和技术、营销传播渠道多元化的趋势，导致了企业对整合营销传播需求的不断加深，我国整合营销传播行业开始向规模化和专业化转变。具体表现在以下方面：

- (1) 数字新媒体发展迅猛,2010年以新浪微博为代表的新型社交媒体平台

开始运营；2011年被称为智能机这一代表性移动终端的发展元年；2011年互联网巨头腾讯推出全新的微信平台为用户提供私人化互动平台。互联网、移动电视、手机APP和数字户外等新技术为企业提供了更加精准的营销传播方式，为品牌主开发新应用、创新营销提供了基础。

(2) 借助技术和新媒体的发展,传统新内容呈出不穷,影视剧软植入、娱乐节目营销、病毒话题成为策划内容和传播内容的主要形式。品牌建立的手段呈现多样化,传统媒体在品牌传播媒体组合中扮演的角色在发生转变,而作为传统媒体有益补充的数字媒体,则以更加互动化、精准化的优势发挥其功用。二者有效配合,实现从孤立到联动的跨媒体传播,从而发挥媒体联动的力量。

(3) 跨行业及行业内部中并购已成为常态,原因是整合营销行业具备更好的协同效果。与纯技术的行业整合不同,整合营销行业的并购往往更容易整合资源。通过并购不仅可以利用客户共享实现交叉服务和销售,还可以用较低的成本介入新的业务市场。行业中最著名的案例是蓝色光标自2011年以来通过进行一系列的参股和全资收购,不仅在品牌管理和公关业务积累了进一步的资源,还完成了广告领域对资源、关系和技术能力的整合布局,并涉足国际业务,初步显露出综合传播集团的产业雏形。

(4) 近年来,随着互联网及移动互联网应用的普及率提升,微博、微信、视频SNS等新型传播方式频现,电子商务发展日趋成熟,品牌主的传播和销售可以同时在互联网(包括移动互联网)实现,销售又为品牌主的传播提供了内容和口碑数字营销传播呈现“传播即营销、营销即传播”的特征,数字营销传播持续提升,数字营销广告收入(包括互联网及移动互联网)占中国广告市场的份额力由2005年的4.80%上升到2013年的20.80%,已经超越报纸、杂志和户外成为仅次于电视的第二大媒体。

随着整合营销行业的快速发展和经济全球化带来的激烈竞争,营销需求企业对于营销效果与效率的需求正达到前所未有的高度,这就要求整合营销公司能够在媒介资源开发、采购和推广阶段对资源进行战略布局,能够掌握成熟或领先技术工具或能力的整合营销公司有更大的希望开辟广阔的市场空间。

2、我国整合营销服务行业主要企业

目前，我国整合营销传播服务行业已经涌现了一批优秀的企业。行业内主要企业情况如下：

（1）蓝色光标数字营销机构

蓝色光标数字营销机构，是蓝色光标传播集团（股票代码:300058）旗下提供数字整合营销服务的专业机构。公司全面整合了传统公关和数字营销的专业能力和资源，形成从消费者洞察、到内容创意、全渠道应用和企业销售促进解决方案提供的全价值链服务体系，致力于通过一站式的数字整合营销服务实现客户商业价值最大化，为客户在数字时代的品牌和产品沟通需求提供更专业的整合营销解决方案。现有员工超过 1100 人，持续服务于包括超过 40 个财富 500 强企业在内的近 200 个国内外领先客户。

（2）特劳特中国

特劳特在全球设有 29 个分支机构，是定位咨询及品牌定位全球领导者。2002 年，特劳特中国公司成立，将全球最佳战略定位实践引入中国，协助中国企业以定位引领战略，实现更高效经营，成为行业典范。十多年来，特劳特公司作为战略顾问长期护航加多宝、东阿阿胶、劲霸男装、香飘飘奶茶等中国企业发展，提供了战略定位咨询服务，打造众多行业成功案例。同时，带动定位咨询、品牌定位、战略定位、定位培训等服务在中国得到了迅速发展。

（3）叶茂中营销机构

叶茂中营销机构是由中国大陆、香港、台湾及美国、韩国人才组成的创作群，由 200 名营销策划精英组成的实力和影响力兼具的综合营销策划团队，专注本土市场、洞察本土消费者，为真功夫、赶集网、柒牌男装、爱华仕、雅客、361 度等 200 多家企业进行整合营销传播策划和品牌设计，创意拍摄 1000 多支广告片，迅速提升企业的品牌与销量。

（4）宣亚国际

宣亚国际传播集团成立于 1999 年，是中国最领先的整合传播机构之一。服

务网络覆盖北京、上海、广州、重庆、长沙等全国 34 个重点城市。宣亚国际以打造“中国传播行业第一推动力”为核心使命和目标，坚持“合适就是竞争力”的经营哲学，通过借鉴与学习国际传播行业的先进经验及其深刻的消费者洞察体系，结合中国本土市场的传播特征和独特需求，建立了数字动力舱、品牌全传播、公关、广告、体验营销等多个业务板块，形成了最具差异化的体系竞争力，从而能够为客户量身定制最合适的整合传播解决方案。为华为、TCL、王老吉、清华同方、中国联通等国内领先的著名企业提供包括广告、公关、市场活动、展览展示、互动营销等全方位的整合传播服务，获得了客户的一致好评。

（三）行业基本风险特征

1、宏观经济影响的风险

整合营销咨询行业主要为企事业单位提供信息和智力服务，提升企业的管理水平，因此企业的经营状况直接影响企业在购买咨询服务方面的成本支出。当宏观经济发生波动或受到经济危机时，品牌企业的盈利能力下降，带来的最直接的连锁反应就是对第三方整合服务商给付能力下降。

2、人才流动的风险

人才是营销策略和品牌管理公司的核心要素，由于行业综合性人才稀缺，专业人才紧俏，客观上造就这个行业的流动率较高，随着客户的要求进一步提高，人才因压力转行现象增多，新的互动营销公司的高薪挖角，加剧了人才流动的风险。

3、行业竞争加剧的风险

随着传播环境和方式的变革，营销模式和手段已悄然进入公关领域，而广告和营销行业也借助公关的特点，富有创意性地宣传和推广产品，并借此为企业树立形象、创品牌，这一变化导致行业之间的边界越来越模糊、竞争越来越激烈。随着传播环境的变化，行业内部、行业之间出现了激烈的竞争态势。行业竞争加剧，营销行业必须要在创新中求发展。

(四) 公司在行业中的竞争地位

公司创始人徐丽是 2012 年《中国广告》年度贡献人物，被评为中国三十大女性广告人和中国实战营销 25 强。由于公司推崇智慧创造价值，多年来形成了实战能力强的稳定专业队伍，也形成了和客户稳定的合作关系。

公司目前在大健康领域的知名度和影响力强，核心团队服务过大健康领域中的上百个知名品牌，管理品牌资产超过 300 亿，积累了业绩持续增长的十大经典案例。通过提供有效的市场增长策略和新品策略，公司与大健康领域的江中集团、葵花药业、康恩贝集团等建立了稳定的合作关系，新的健康连锁养老品牌幸福九号和养生品牌虎杖传说也进入了长期合作的名单。近年来，公司开拓了快消品领域品牌整合营销咨询的业务。汇源果汁、绝味鸭脖、雅客糖果等国内知名企业的品牌打造中凝聚了公司的整体营销策略和品牌量化管理的智慧。公司及核心团队服务过的品牌如下图所示：



公司建立了由多名品牌管理精英组成的创作团队，拥有一流的品牌创意及表现能力，把握着焦点品牌的核心创造力。“树立品牌形象，成就第一品牌”，这是徐丽女士和焦点品牌团队的理念和梦想。秉承这一理念，焦点品牌在中国企业

由“中国制造”向“中国创造”转型升级和品牌化塑造的过程中将获得更大的发展空间。

1、公司的主要竞争对手

(1) 华与华

华与华是中国领先的品牌战略公司，服务领域横跨药品、日化、食品、文具、快速消费品、房地产、工业园区、旅游、服装、出版等多个行业。华与华开创了企业战略、产品战略、品牌战略三位一体的独特策略和创意服务，为客户提供从制定企业战略、设计产品结构、创意开发新产品、管理品牌、设计包装，到创意广告的品牌战略顾问服务。华与华服务的主要客户包括三精制药、晨光文具、田七牙膏国内知名企业。

(2) 奥美中国

奥美集团由大卫·奥格威于 1948 年创立，目前已发展成为全球最大的传播集团之一，为众多世界知名品牌提供全方位传播服务。业务涉及广告、媒体投资管理、一对一传播、顾客关系管理、数码传播、公共关系与公共事务、品牌形象与标识、医药营销与专业传播等。奥美在北京、上海、广州、福州、香港及台湾等地设立多家公司，随着越来越多的客户在中国市场的日趋活跃，奥美中国也逐步成为广告业最本土化的国际公司。

(3) 梅高

梅高（中国）总部设立于上海，在北京、香港、桂林等地设有分支公司，是拥有 200 名策略、创意、设计、管理、咨询精英的全国性实效智能型机构。目前，梅高公司已发展成为初具全国性规模的商业创意顾问型服务公司，成为本土最具实力的咨询公司之一。梅高服务的主要客户包括光明乳业、中粮集团、山东中烟、燕京集团、金丝猴集团、华东电网等国内知名企业。

(4) 卓越形象

卓越形象旗下设有卓越营销咨询、卓越数字传播、卓越电商顾问等 3 个独立子公司，定位为实效品牌营销及时效品牌传播服务提供商，坚持“全球视野，实

效中国”的理念，运用互联网思维，为客户提供全方位品牌营销咨询、创意传播、销售顾问等服务。卓越形象服务的主要客户包括美国银行、浦发银行、联想电脑、方正集团、中兴手机等国内外知名企业。

2、公司的竞争优势

（1）丰富的整合营销经验

公司在大健康领域积累了丰富的品牌实战经验和品牌测试数据，积累了大健康领域的国医大师专家库，日韩美国国际健康发展数据库，这些数据库和资源，对公司服务新品牌带来良好的信任，也为焦点提出的验证式调研提供了基础，扎实的经验 and 数据为新品牌研究节省了发现商机的成本。

（2）专业的品牌管理团队

作为轻资产企业，人才是公司发展的重要资源。公司拥有一批从业 15 年以上的品牌管理人才，建立了稳定的核心技术管理团队，形成了完善的人才培养和激励体制，保证了公司拥有持续的竞争力。自成立以来，公司项目执行团队以其专业的水准和高效的执行能力赢得了客户的广泛好评。

（3）稳定的客户资源

公司追求发展长线品牌客户，积累了大批稳定的而优质的客户资源。公司核心团队与江中集团合作 15 年，目前与大多数客户的合作期均在三年以上，这种业务模式确保了客户利益最大化和稳定化，也间接形成了公司的服务优势。

（4）品牌管理和电商整合模式

子公司焦点电商将利用公司的客户平台，聚焦年轻白领女性和主妇为入口，整合大焦点的策划和创意力量，打造自身的可持续发展的内容电商，形成独家的城市白领女性大数据，再为焦点品牌客户提供与城市白领女性用户沟通的有价值平台，这种整合模式产生的协同效应帮助公司的销售额和规模不断扩大。

3、公司的竞争劣势

（1）客户集中度相对较高

目前公司的客户主要集中在大健康领域和快消品领域，在其他的行业的实战经验较少。如果大健康行业和快消品行业在未来发生行业整体增长乏力的现象，将对公司的业绩持续增长带来一定的风险。

（2）电商运营缺乏经验

子公司焦点电商成立于 2014 年，缺乏电商运营的经验和相关资源，尚处于盈亏平衡的阶段，存在影响公司未来整体业绩的风险。焦点电商的人员素质需要不断提高，尤其市场推广团队和客户服务团队均需更多的专业化人员，以保证电商业务的持续发展。

第三节 公司治理

一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

股份公司成立以来，股东大会、董事会、监事会制度逐步建立健全，公司已建立了比较科学和规范的法人治理制度。

2015年10月26日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《上海焦点品牌管理股份有限公司章程》；选举徐丽、王馨、高海涛、聂富洪、王伯存为董事，组成公司第一届董事会；选举杨辰如、朱晓辉为监事，与职工选举产生的职工监事刘晓虹共同组成公司第一届监事会；制定和完善了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《监事会议事规则》，并制定了《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》。公司第一届董事会第一次会议制定了《投资者关系管理办法》、《总经理工作制度》、《信息披露管理制度》等相关制度。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

公司制定了《股东大会议事规则》，且股东大会规范运行。股东严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使自己的权利。公司股东大会决定公司经营方针和投资计划，审议批准公司的年度财务预算方案和决算方案。涉及关联交易的，关联股东实行回避表决制度。

截至本说明书签署之日，自股份公司成立后，公司共组织召开了4次股东大会，历次股东大会均按照《公司章程》和《股东大会议事规则》规定的程序召集、召开、表决、形成决议、制作会议记录。股东大会对公司的战略发展规划、章程修订、董事和监事的选举、公司重要规章制度制定和修改、进入全国股份转让系统挂牌等重大事项的决策做出了有效决议。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

公司制定了《董事会议事规则》，董事会规范运行。公司全体董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利。公司董事会负责制

定财务预算和决算方案，确定运用公司资产所做出的风险投资权限，建立严格的审查和决策制度。

截至本说明书签署之日，自股份公司成立后，公司共组织召开了 4 次董事会，并严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》规定的职权范围和程序对各项事务进行了讨论决策，除审议日常事项外，对公司管理人员任命、内部机构的设置、基本制度的制定、关联交易、公司治理机制的有效性评估等事项进行审议并做出了有效决议；同时，对需要股东大会审议的事项提交股东大会审议决定，切实发挥了董事会的作用。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

公司制定了《监事会议事规则》，监事会规范运行。监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利。公司监事会严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利。监事会由三名监事组成，其中除职工代表一人由公司职工代表大会选举产生外，其余两名由公司股东大会选举产生。公司监事会设监事会主席一名。

截至本说明书签署之日，自股份公司成立后，公司共组织召开了 1 次监事会，会议的召集、召开均遵守了《公司章程》和《监事会议事规则》规定，监事会成员列席公司董事会和股东大会，公司监事会对董事会的决策程序、公司董事、高级管理人员履行职责情况进行了有效监督，在检查公司财务、审查关联交易、促进公司治理完善等方面发挥了重要作用。

二、董事会对现有公司治理机制的讨论与评估

（一）董事会对现有公司治理机制的讨论

公司召开的第一届董事会第四次会议，通过了《上海焦点品牌管理股份有限公司董事会对公司治理机制的评估报告》（以下简称“《治理评估机制报告》”）。

《治理评估机制报告》指出公司现有治理机制给股东提供了适当的保护，并且得到了有效执行，具体内容如下：

1、知情权

根据《公司章程》第 30 条的规定，公司股东有权查阅本章程、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。

2、参与权

《公司章程》第 30 条规定，公司股东有权依法请求、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；第 53 条规定，召集人将在年度股东大会召开 20 日前通知各股东，临时股东大会将于会议召开 15 日前通知各股东。自股份公司设立以来，公司严格执行《公司章程》中关于股东大会的召集、通知、召开等相关规定，有效保证了公司股东行使参与权。

3、质询权

股东有权查阅公司章程、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，对公司的经营进行监督，提出建议或者质询。公司设信息披露义务负责人接受股东质询。截至《治理评估机制报告》出具之日，尚未出现股东对公司进行质询的情况。

4、表决权

公司股东有权参加股东大会并行使相应的表决权；股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。截至《治理评估机制报告》出具之日，公司已召开 3 次股东大会，参加会议的公司股东均依法行使了表决权。

5、投资者关系管理

《公司章程》第 8 章、第 9 章中明确规定了信息披露和投资者关系管理制度，对公司与投资者沟通的主要内容和方式进行了规定。

6、纠纷解决机制

《公司章程》第 191 条规定公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间涉及章程规定的纠纷，应当先行通过协商解决，协商不成的，通过诉讼方式解决。

7、财务管理、风险控制相关的内部管理制度

公司建立了较为规范的财务管理制度和风险控制制度，公司制定的各项规章制度基本涵盖了公司正常经营的全流程，能满足公司日常经营和管理的各项需求，适合公司目前的发展规模。

（二）董事会对公司治理机制执行情况的评估

公司董事会认为，公司结合自身的经营特点和风险因素，已建立较为完善的法人治理结构和健全的内部控制制度，符合国家有关法律、行政法规和部门规章的要求。公司已在制度层面上规定投资者关系管理和纠纷解决机制、关联股东回避制度，以及财务管理、风险控制相关的内部控制制度。公司内部控制活动在采购、销售等各个关键环节，能够得以较好的贯彻执行，发挥了较好的管理控制作用，对公司的经营风险起到有效的控制作用，能够保证财务报告的真实、可靠，保护公司资产的安全与完整。

公司内部控制制度自制定以来，各项制度得到了有效的实施和不断完善。今后公司还会不断强化内部控制制度的执行和监督检查，防范风险，促进公司稳定发展。

三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年内存在的违法违规及受处罚情况

（一）控股股东、实际控制人最近两年内存在的违法违规及受处罚情况

公司控股股东焦点投资因在 2012 年 8 月、2013 年 6 月存在两次未代扣代缴个人所得税的情形，未代扣代缴个人所得税金额合计 2,272.25 元，被上海市地方税务局第五稽查局依法出具“沪地税五稽罚一[2014]91 号”《税务行政处罚决定书》，处罚决定如下：根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十九的规定，处应扣未扣个人所得税 2,272.25 元百分之五十的罚款计 1,136.13 元。

针对上述情形，上海市地方税务局第五稽查局依法向焦点投资下发了“沪地税五稽处[2014]115 号”《税务处理决定书》，处理决定如下：根据《中华人民共和国企业所得税法》第五条、《中华人民共和国企业所得税法实施条例》第四十三条的规定，核减焦点投资 2013 年度纳税调整后所得额 2,364.8 元；根据《中

《中华人民共和国税收征收管理法》第六十九、《国家税务总局关于贯彻<中华人民共和国税收征收管理法>及其实施细则若干具体问题的通知》（国税发[2003]47号）第二条的规定，补扣补缴个人所得税 2,272.25 元。

焦点投资因在 2013 年 2 月及 6 月存在不合理抵扣增值税进项税额合计 792.9 元的情形，被上海市国家税务局第五稽查局依法出具“沪国税五稽处[2014]42 号”《税务处理决定书》，处理决定如下：根据《中华人民共和国增值税暂行条例》第十条、《中华人民共和国城市维护建设税暂行条例》第二条、《中华人民共和国税收征收管理法》第三十二条的规定，补缴增值税 792.9 元，城建税 55.5 元，并加收增值税滞纳金 138.31 元，城建税滞纳金 9.68 元；根据《征收教育费附加的暂行规定》（国发[1986]50 号）第二条、《关于提高本市城市教育费附加征收率的通知》（沪税地[1993]79 号）的规定，补缴教育费附加 23.79 元；根据《上海市人民政府关于本市开征地方教育附加的通知》（沪府发[2011]2 号）第二条的规定，补缴地方教育附加 15.85 元；根据《关于转发<上海市人民政府办公厅关于本市河道工程修建维护管理费征收事项的通知>的通知》（沪财预[2006]25 号）第二条的规定，补缴河道费 7.93 元。

对于上述《税务行政处罚决定书》，焦点投资未代扣代缴个人所得税金额较小，且根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十九条规定：扣缴义务人应扣未扣、应收而不收税款的，由税务机关向纳税人追缴税款，对扣缴义务人处应扣未扣、应收未收税款百分之五十以上三倍以下的罚款。税务机关决定对焦点投资按照最低限额百分五十处以罚款，且罚款金额较小。

对于上述《税务处理决定书》，税务机关对焦点投资的上述行为作出的处理决定是补缴税款并加收滞纳金及补扣补缴个人所得税，根据《税务行政复议规则》及《行政处罚法》的规定，补缴税款和税收滞纳金属于税款征收行为，不属于行政处罚。

因此，焦点投资的上述行为不属于重大违法违规行为，上述税务行政处罚决定及税收处理决定不属于重大行政处罚。根据上海市黄浦区国家税务局及上海市地方税务局黄浦分局出具的《涉税事项调查证明》，经核实，焦点投资 2013 年 1 月至 2015 年 12 月均按期申报纳税，无欠税。

通过全国法院失信被执行人名单信息公布与查询系统，取得实际控制人的《个人信用报告》、《无违法犯罪记录证明》，并通过查询全国企业信用信息公示系统及控股股东取得的工商部门出具的无违规证明，截至本说明书出具之日，焦点品牌的控股股东及实际控制人最近两年均不存在重大违法违规行为，不存在因违反国家法律、行政法规、部门规章等而受到行政处罚的情况。

（二）公司及子公司最近两年内存在的违法违规及受处罚情况

根据工商行政机关、税务机关、人力资源与社会保障部门出具的无违规证明，公司及子公司最近两年内不存在因违法违规行为而受行政处罚的情形。

综上所述，公司及其控股股东、实际控制人最近两年均不存在重大违法违规行为，不存在因违反国家法律、行政法规、部门规章等而受到重大处罚的情况。

（三）环境保护、安全生产、产品质量等相关法律法规规定的履行情况

1、环境保护情况

公司的主营业务为整合营销咨询及品牌管理综合服务，公司所处行业不属于污染行业，公司未投资相关建设项目。公司不需要取得相应的环保资质、履行相应的环保手续。报告期内，公司不存在因环保违法而受处罚的情形。

2、安全生产情况

公司主要从事整合营销咨询及品牌管理综合服务业务，属于商业服务企业，无需办理相关部门的安全生产许可，公司日常经营活动合法合规。

3、质量管理情况

公司的日常生产经营活动不涉及产品的加工和生产。公司从事的主营业务是管理综合服务业务，目前行业未有统一的质量标准。报告期内，公司未因质量问题受到相应主管部门的处罚。

4、其他合规经营问题

除已经披露的情形外，公司不存在其他如劳动社保、消防、食品安全、海关、工商、质检等等合规经营方面的问题和法律风险。

5、重大诉讼、仲裁或其他重大或有事项

因消费者举报称其代理运营的江中牌猴姑酥性饼干旗舰店网站宣传涉及不科学的功效涉嫌误导消费者，子公司焦点电商于2014年9月9日被上海市徐汇区市场监管局立案调查，目前该案件尚未结案。经与市场监管部门的沟通，在目前阶段，上述举报事实是否成立尚无明确定论，是否会对焦点电商采取行政处罚措施尚有较大不确定性。

根据上海市松江区市场监督管理局于2016年2月26日出具的《证明》（2016074），除上述未结案情况外，焦点电商自成立至出具日未发现其他违反工商行政管理法律法规的违法行为受到该机关行政处罚的记录。截至本说明书出具之日，目前焦点电商正常经营，积极配合工商部门的调查，并未受到相关监管部门其他监管要求或者处罚。

针对上述风险，公司实际控制人出具了《承诺函》：“焦点电商因消费者举报于2014年9月9日被上海市徐汇区市场监管局立案，目前尚未结案，上述情形不会对公司的运营产生重大不利影响，作为公司的实际控制人，本人承诺：如焦点电商因上述案件被市场监管机关处以行政处罚的，涉及的罚款或罚金本人愿意代为缴纳。本承诺在上述案件结案前有效且不可撤销。”

焦点电商自2015年6月已不再从事“江中旗舰店”的运营，焦点电商不再进行猴头姑饼干的网上销售和宣传。因此，存在的上述举报情形不会对公司的经营产生重大不利影响，律师事务所律师及主办券商经调查后认为：焦点品牌控股子公司焦点电商上述被举报调查的广告宣传行为不会对公司本次挂牌构成实质性障碍。

除上述情形外，截至本说明书出具之日，公司不存在重大诉讼、仲裁或者其他重大或有事项。

四、公司独立性情况

（一）业务独立情况

公司承继了焦点有限全部的资产、负债，拥有独立完整的技术研发、采购、

销售和服务体系以及面向市场的独立经营能力，拥有完整的法人财产权，能够独立支配和使用人、财、物等生产要素，顺利组织和实施经营活动。截至本说明书签署之日，公司的业务独立于控股股东、实际控制人，与控股股东、实际控制人不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。公司业务独立。

（二）资产独立情况

截至本说明书签署之日，股份公司资产与股东的资产严格分开，并完全独立运营。公司从事业务所必需的办公设备及其他资产的权属完全由公司独立享有，不存在与股东单位共用的情况，资产产权明晰。公司不存在股东单位及其他关联方违规占用公司资金、资产和其他资源的情况；不存在以承包、委托经营或其他类似方式，依赖股东单位及其他关联方进行经营的情况，具有开展经营所必备的独立完整的资产。股份公司在资产上与控股股东保持独立。公司资产独立。

（三）人员独立情况

焦点品牌拥有独立的人事聘用和任免制度，依法与公司员工签订了劳动合同，并建立了独立的工资管理、福利和社会保障体系。公司总经理、副总经理、财务负责人等高级管理人员均专职在公司工作并领取报酬，目前并未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的任何职务，也未在与公司业务相同或相似、或存在其他利益冲突的企业任职。公司已与全体员工签订了劳动合同，由公司人力资源部门独立负责公司员工的聘任、考核和奖惩；公司在有关员工的社会保障、工资报酬等方面保持独立。公司人员独立。

（四）财务独立情况

公司设立了独立的财务部门，建立了独立的会计核算体系和财务管理制度，配备了独立的财务人员，独立做出财务决策。公司独立开设银行账户，独立纳税，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司根据企业发展规划，自主决定投资计划和资金安排，不存在货币资金或其他资产被股东单位或其他关联方占用的情况，也不存在为各股东及其控制的其他企业提供担保的情况。公司财务独立。

（五）机构独立情况

公司依照《公司法》和《公司章程》设置了股东大会、董事会、监事会等决策及监督机构，建立了符合自身经营特点、独立完整的组织结构，建立了完整、独立的法人治理结构，各机构依照《公司章程》和各项规章制度行使职权。公司生产经营场所与股东及其他关联方完全分开，不存在混合经营、合署办公的情况。公司机构独立。

五、同业竞争情况

（一）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

1、控股股东

公司控股股东为焦点投资，曾用名上海焦点文化传播有限公司，在股份公司发起成立前，主要从事广告设计、制作、代理业务，与焦点有限主要从事的品牌管理综合服务及整合营销业务存在一定的同业竞争。股份公司设立后，为消除同业竞争，上海焦点文化传播有限公司进行了业务调整，转型为控股公司，经营范围变更为投资管理。因此，截至本说明书出具之日，公司与控股股东焦点投资不存在同业竞争。

2、实际控制人及其控制的其他企业

公司实际控制人为徐丽女士和高海涛先生，除共同控制焦点品牌、焦点电商外，徐丽、高海涛控制或共同控制的其他企业情况如下：

序号	公司名称	持股情况	实际从事业务	经营状态
1	第一视觉	焦点投资持有 57.14%的股权，徐丽持有 42.86%的股权	曾主要从事广告片制作业务	已注销
2	美好生物	徐丽、高海涛持有 85%的股权	曾主要从事参灵草的代理销售。	无实际业务，注销中
3	云画廊	报告期内，高海涛曾直接持有 47%的股权	主要从事文化艺术品的投资	已进行股权转让
4	考拉互动	高海涛、徐丽持有 100%份额	投资管理	经营中
5	焦点智造	徐丽持有 50%份额	投资管理	经营中

2015年8月份之前，第一视觉主要从事广告片制作业务，与焦点有限之间构成一定的同业竞争，为消除存在的同业竞争及防范潜在的同业竞争风险，第一

视觉已于 2015 年 10 月 12 日完成注销登记。

报告期内，美好生物主要从事参灵草的线下代理销售，与焦点电商的主要从事的互联网销售业务虽不构成直接的同业竞争，但是存在潜在的同业竞争风险。为了防范上述风险，美好生物的已将参灵草业务划转至焦点电商，目前已无实际业务，且已经股东会决议办理注销程序，美好生物已于 2016 年 3 月 1 日在《东方早报》刊登了《注销公告》。

报告期内，实际控制人高海涛持有云画廊 47%的股权。云画廊主要从事文化艺术品的投资，与焦点品牌及焦点电商不存在同业竞争。2016 年 3 月 1 日，高海涛对外转让了其持有的云画廊全部股权。

考拉互动和焦点智造主要从事投资管理，与焦点品牌不存在同业竞争。

因此，截至本说明书出具之日，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。

（二）为避免同业竞争采取的措施及做出的承诺

为避免今后出现同业竞争情形，公司控股股东及实际控制人均出具了《避免同业竞争承诺函》，表示目前未从事或参与与公司存在同业竞争的行为，并承诺：将不在中国境内外，直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务及活动；将不直接或间接开展对公司有竞争或可能构成竞争的业务、活动或拥有与公司存在同业竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益；或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权；或在该经济实体、机构、经济组织中担任总经理、副总经理、财务负责人、营销负责人及其他高级管理人员或核心技术人员。在持有公司股份期间，本承诺为有效之承诺，并愿意承担因违反以上承诺而给焦点品牌造成的全部经济损失。

此外，公司持股 5%以上的股东以及公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员均出具了《避免同业竞争承诺函》。

六、股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为

最近两年内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业

占用，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

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，《公司章程》第 35 条规定：公司股东及其关联方不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益。

在《公司章程》第 37 条规定：公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。前述人员违反法律、法规及本章程规定的，给公司及其他股东造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司和全体股东负有诚信义务。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。

《公司章程》同时规定，公司审议关联交易或担保等事项，关联股东应严格履行相关决策程序及回避制度。

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

为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生，公司在《公司章程》中对关联交易和对外担保的决策程序作出了明确的规定，例如：

《公司章程》第 77 条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不记入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。”

《公司章程》第 40 条规定：“股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或者受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。”

公司股东大会审议通过了《关联交易决策制度》和《对外担保管理制度》，进一步对关联交易和对外担保的决策程序进行了细化，例如：

根据《关联交易决策制度》第 16 条的规定，公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 1000 万元人民币以上，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，应当提交股东大会审议。公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

根据《对外担保管理制度》第 7 条的规定，股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或者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。

八、董事、监事、高级管理人员对公司持续经营影响因素分析

（一）本人及其直系亲属持有公司股份情况

截至本说明书出具之日，公司董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持有公司股份情况如下：

姓名	任职	亲属关系	直接持有股份 (股)	间接持有股份 (股)	持股比例
徐 丽	董事长	系高海涛配偶	2,390,000	5,900,000	69.08%
熊家珍	-	系徐丽母亲	-	940,000	7.83%
王 馨	董事、总经理	-	720,000	-	6.00%
高海涛	董事	系徐丽配偶	-	1,750,000	14.58%
聂富洪	董事	-	-	90,000	0.75%
王伯存	董事	-	-	120,000	1.00%
杨辰如	监事会主席	-	-	-	-
朱晓辉	监事	-	-	-	-
刘晓虹	职工监事	-	-	-	-
高扬君	副总经理	-	-	60,000	0.50%
陈 蔚	财务负责人	-	-	30,000	0.25%
合计		-	3,110,000	8,890,000	100.00%

（二）相互之间的亲属关系

截至本说明书出具之日，高海涛与徐丽系夫妻关系，除此之外，公司董事、监事、高级管理人员中不存在其他互为亲属关系的情况。

（三）与公司签订的重要协议或做出的重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员均签订了避免同业竞争的承诺并就个人的诚信状况出具了承诺；公司董事、监事、高级管理人员还根据中国证监会和全国股份转让系统公司关于在全国股份转让系统公开转让的相关要求对挂牌申报文件出具了相应声明、承诺。

（四）在其他单位兼职情况

截至本说明书出具之日，公司董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况如下：

姓名	任职	在其他单位任职情况	兼职单位与焦点品牌关系
徐 丽	董事长	焦点投资执行董事、法定代表人；	控股股东
		和风来董事	-
		现代九草副董事长	焦点品牌参股 15%的公司
王 馨	董事、总经理	-	-
高海涛	董事	焦点电商执行董事、总经理、法定代表人	全资子公司
聂富洪	董事	-	-
王伯存	董事	-	-
杨辰如	监事会主席	焦点投资副总经理	焦点品牌控股股东
朱晓辉	监事	现代九草董事兼总经理	焦点品牌参股 15%的公司
		杭州美澳生物技术有限公司董事	焦点品牌参股公司现代九草的子公司
		杭州现代健康电子商务有限公司经理	焦点品牌参股公司现代九草的子公司
		浙江极珍堂中药科技有限公司监事	-
		浙江极珍堂生物科技有限公司监事	-
		成都尚珍生物科技有限公司监事	-
刘晓虹	职工监事	-	-
高扬君	副总经理	焦点电商监事	公司全资子公司
陈 蔚	财务负责人	-	-

(五) 对外投资与申请挂牌公司是否存在利益冲突的情况

截至本说明书出具之日，公司董事、监事、高级管理人员存在的对外投资情况如下：

姓名	任职	对外投资情况	持股比例
徐 丽	董事长	焦点投资	80.00%
		考拉互动投资	51.25%
		焦点智造投资	50.00%
		美好生物	35.00%
		和风来	15.00%
王 馨	董事、总经理	-	-
高海涛	董事	美好生物	50.00%
		考拉互动投资	48.75%
聂富洪	董事	焦点智造投资	15.00%
王伯存	董事	焦点智造投资	20.00%
杨辰如	监事会主席	-	-
朱晓辉	监事	现代九草	5.00%
		浙江极珍堂生物科技有限公司	30.00%
		成都尚珍生物科技有限公司	50%
		四川润康商贸有限公司	10%
		四川谦德投资管理有限公司	10%
刘晓虹	职工监事	-	-
高扬君	副总经理	焦点智造投资	10.00%
陈 蔚	财务负责人	焦点智造投资	5.00%

公司董事、监事、高级管理人员不存在对外投资与公司利益冲突的情形。

(六) 报告期内受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员无受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施，也无受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况。

(七) 是否存在不具备法律法规规定的任职资格或违反法律法规规定、所兼职单位规定的任职限制等任职资格方面的瑕疵、最近 24 个月内是否存在重大违法

违规行为

公司现任董事、监事和高级管理人员具备和遵守《公司法》等相关法律法规及公司章程规定的任职资格和义务，不存在违反法律法规规定或章程约定的董事、监事、高管义务的问题。最近 24 个月内是不存在重大违法违规行为。

九、董事、监事、高级管理人员报告期内发生变动的情况和原因

董事变动情况		
变动前	变动时间	变动后
徐丽（执行董事）	2015 年 10 月 26 日	徐 丽（董事长）
		王 馨（董事）
		高海涛（董事）
		聂富洪（董事）
		王伯存（董事）
监事变动情况		
王馨（监事）	2015 年 10 月 26 日	杨辰如（监事会主席）
		朱晓辉（监事）
		刘晓虹（职工监事）
高级管理人员变动情况		
徐丽（总经理）	2015 年 10 月 26 日	王 馨（总经理）
		高扬君（副总经理）
		陈 蔚（财务负责人）

报告期内，为进一步完善公司治理结构，公司在股份公司成立时组建了董事会、监事会，选举产生了新的董事、监事；并在公司内部聘任了高级管理人员。上述管理层的变化，有利于公司治理的进一步完善。公司经营方针明确，运营管理保持稳定，已经形成了较为稳定的公司治理结构，上述变动不会对公司持续经营造成不利影响。

第四节 公司财务

一、最近两年一期经审计的财务报表

合并资产负债表

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
流动资产：		
货币资金	17,811,277.58	5,565,456.44
应收票据		
应收账款	4,451,036.62	2,410,625.00
预付款项	464,247.04	726,594.51
应收利息		
应收股利		
其他应收款	1,170,647.05	738,247.65
存货	1,158,479.28	
一年内到期的非流动资产		
其他流动资产		
流动资产合计	25,055,687.57	9,440,923.60
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		936,083.13
投资性房地产		
固定资产	1,399,069.57	1,977,890.11
在建工程		
工程物资		
固定资产清理		
无形资产	79,478.41	
开发支出		
商誉		
长期待摊费用	469,515.04	807,619.26
递延所得税资产	117,528.54	31,718.75
其他非流动资产		
非流动资产合计	2,065,591.56	3,753,311.25
资产总计	27,121,279.13	13,194,234.85
流动负债：		

短期借款		
应付票据		
应付账款	2,828,305.91	
预收款项	333,333.33	
应付职工薪酬	204,209.38	111,050.24
应交税费	3,619,928.59	704,001.46
应付利息		
应付股利		
其他应付款	440,823.23	4,909,394.21
一年内到期的非流动负债		
其他流动负债		
流动负债合计	7,426,600.44	5,724,445.91
非流动负债：		
长期借款		
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	7,426,600.44	5,724,445.91
所有者权益：		
实收资本（股本）	12,000,000.00	5,000,000.00
资本公积	1,292,307.40	
盈余公积	627,694.56	246,978.89
未分配利润	5,774,676.73	2,222,810.05
归属于母公司所有者权益合计	19,694,678.69	7,469,788.94
少数股东权益		
所有者权益合计	19,694,678.69	7,469,788.94
负债和所有者权益总计	27,121,279.13	13,194,234.85

母公司资产负债表

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
流动资产：		
货币资金	14,697,413.52	5,565,456.44
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产		
应收票据		
应收账款	3,503,408.10	2,410,625.00
预付款项		726,594.51
应收利息		
应收股利		
其他应收款	655,243.55	738,247.65

买入返售金融资产		
存货		
划分为持有待售的资产		
一年内到期的非流动资产		
其他流动资产		
流动资产合计	18,856,065.17	9,440,923.60
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	5,338,533.43	936,083.13
固定资产	1,323,074.93	1,977,890.11
在建工程		
工程物资		
固定资产清理		
无形资产	18,157.64	
开发支出		
商誉		
长期待摊费用	364,711.68	807,619.26
递延所得税资产	105,059.74	31,718.75
其他非流动资产		
非流动资产合计	7,149,537.42	3,753,311.25
资产总计	26,005,602.59	13,194,234.85
流动负债：		
短期借款		
应付票据		
应付账款	1,760,989.12	
预收款项	333,333.33	
应付职工薪酬	204,209.38	111,050.24
应交税费	3,591,366.64	704,001.46
应付利息		
应付股利		
其他应付款	272,238.98	4,909,394.21
一年内到期的非流动负债		
其他流动负债		
流动负债合计	6,162,137.45	5,724,445.91
非流动负债：		
长期借款		
递延收益		
递延所得税负债		
其他非流动负债		

非流动负债合计		
负债合计	6,162,137.45	5,724,445.91
所有者权益：		
实收资本（股本）	12,000,000.00	5,000,000.00
资本公积	1,566,519.48	
盈余公积	627,694.56	246,978.89
一般风险准备		
未分配利润	5,649,251.10	2,222,810.05
所有者权益合计	19,843,465.14	7,469,788.94
负债和所有者权益总计	26,005,602.59	13,194,234.85

合并利润表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
一、营业总收入	51,931,082.53	16,106,568.78
其中：营业收入	51,931,082.53	16,106,568.78
二、营业总成本	36,764,513.31	13,977,595.87
其中：营业成本	25,923,532.47	8,187,889.19
营业税金及附加	198,812.45	69,836.98
销售费用	3,440,790.75	275,031.64
管理费用	7,065,309.44	5,445,412.79
财务费用	-27,923.56	-20,488.96
资产减值损失	77,545.34	33,831.10
加：公允价值变动收益（损失以“—”号填列）		
投资收益（损失以“—”号填列）	86,446.42	-13,916.87
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	78,238.22	-13,916.87
汇兑收益（损失以“—”号填列）		
三、营业利润（亏损以“—”号填列）	15,339,462.06	2,101,139.17
加：营业外收入	458,635.33	
其中：非流动资产处置利得	13,990.27	
减：营业外支出	28.05	
其中：非流动资产处置损失		
四、利润总额（亏损总额以“—”号填列）	15,798,069.34	2,101,139.17
减：所得税费用	3,961,391.67	605,278.87
五、净利润（净亏损以“—”号填列）	11,836,677.67	1,495,860.30
归属于母公司所有者的净利润	11,836,677.67	1,495,860.30
少数股东损益		
六、其他综合收益的税后净额		
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益		
1.重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动		

2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额		
(二)以后将重分类进损益的其他综合收益		
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额		
2.可供出售金融资产公允价值变动损益		
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益		
4.现金流量套期损益的有效部分		
5.外币财务报表折算差额		
七、综合收益总额	11,836,677.67	1,495,860.30
归属于母公司所有者的综合收益总额	11,836,677.67	1,495,860.30
归属于少数股东的综合收益总额		
七、每股收益：		
(一)基本每股收益	2.3673	0.2992
(二)稀释每股收益	2.3673	0.2992

母公司利润表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	45,507,860.95	16,106,568.78
减：营业成本	22,515,727.33	8,187,889.19
营业税金及附加	177,411.41	69,836.98
销售费用	484,034.76	275,031.64
管理费用	6,575,400.52	5,445,412.79
财务费用	-22,883.03	-20,488.96
资产减值损失	57,514.90	33,831.10
加：公允价值变动收益（损失以“－”号填列）		
投资收益（损失以“－”号填列）		
其中：对联营企业和合营企业的投资收益		
二、营业利润（亏损以“－”号填列）	15,807,101.48	2,101,139.17
加：营业外收入	184,109.32	
其中：非流动资产处置利得	13,990.27	
减：营业外支出		
其中：非流动资产处置损失		
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	15,991,210.80	2,101,139.17
减：所得税费用	4,005,746.68	605,278.87
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	11,985,464.12	1,495,860.30
五、其他综合收益的税后净额	11,985,464.12	1,495,860.30
(一)以后不能重分类进损益的其他综合收益		
1.重新计量设定受益计划净负债净资产的变动		

2.权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额		
(二) 以后将重分类进损益的其他综合收益		
1.权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额		
2.可供出售金融资产公允价值变动损益		
3.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益		
4.现金流量套期损益的有效部分		
5.外币财务报表折算差额		
六、综合收益总额	11,985,464.12	1,495,860.30

合并现金流量表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金	54,567,981.30	16,396,341.34
收到的税费返还		
收到其他与经营活动有关的现金	6,210,037.98	6,073,592.91
经营活动现金流入小计	60,778,019.28	22,469,934.25
购买商品、接受劳务支付的现金	21,609,860.24	4,890,046.69
支付给职工以及为职工支付的现金	8,634,100.29	4,852,533.13
支付的各项税费	3,829,658.27	584,597.71
支付其他与经营活动有关的现金	14,346,686.51	9,202,164.05
经营活动现金流出小计	48,420,305.31	19,529,341.58
经营活动产生的现金流量净额	12,357,713.97	2,940,592.67
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	7,000,000.00	
取得投资收益收到的现金	8,208.20	
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	65,000.00	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		
收到其他与投资活动有关的现金	164,329.67	
投资活动现金流入小计	7,237,537.87	
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	463,430.70	941,854.36
投资支付的现金	7,000,000.00	950,000.00
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	7,463,430.70	1,891,854.36
投资活动产生的现金流量净额	-225,892.83	-1,891,854.36
三、筹资活动产生的现金流量：		

吸收投资收到的现金	7,114,000.00	
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金		
取得借款收到的现金		
收到其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流入小计	7,114,000.00	
偿还债务支付的现金		
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	7,000,000.00	
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润		
支付其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流出小计	7,000,000.00	
筹资活动产生的现金流量净额	114,000.00	
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响		
五、现金及现金等价物净增加额	12,245,821.14	1,048,738.31
加：期初现金及现金等价物余额	5,565,456.44	4,516,718.13
六、期末现金及现金等价物余额	17,811,277.58	5,565,456.44

母公司现金流量表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金	47,522,548.26	16,396,341.34
收到的税费返还		
收到其他与经营活动有关的现金	2,489,670.68	6,073,592.91
经营活动现金流入小计	50,012,218.94	22,469,934.25
购买商品、接受劳务支付的现金	16,106,321.92	4,890,046.69
支付给职工以及为职工支付的现金	7,529,120.95	4,852,533.13
支付的各项税费	3,268,560.52	584,597.71
支付其他与经营活动有关的现金	9,935,102.58	9,202,164.05
经营活动现金流出小计	36,839,105.97	19,529,341.58
经营活动产生的现金流量净额	13,173,112.97	2,940,592.67
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	7,000,000.00	
取得投资收益收到的现金	8,208.20	
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	65,000.00	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		
收到其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流入小计	7,073,208.20	
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	178,364.09	941,854.36
投资支付的现金	11,050,000.00	950,000.00
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	11,228,364.09	1,891,854.36
投资活动产生的现金流量净额	-4,155,155.89	-1,891,854.36
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	7,114,000.00	
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	7,114,000.00	
偿还债务支付的现金	7,000,000.00	
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		
支付其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流出小计	7,000,000.00	
筹资活动产生的现金流量净额	114,000.00	
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响		
五、现金及现金等价物净增加额	9,131,957.08	1,048,738.31
加：期初现金及现金等价物余额	5,565,456.44	4,516,718.13
六、期末现金及现金等价物余额	14,697,413.52	5,565,456.44

合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2014 年度												少数股 东权益	所有者权益合 计
	归属于母公司所有者权益													
	实收资本（股 本）	其他权益工具			资本 公积	减：库 存股	其他综 合收益	专项 储备	盈余公积	一般风 险准备	未分配利润	其 他		
优 先 股		永 续 债	其 他											
一、上年期末余额	5,000,000.00							97,392.86		876,535.78				5,973,928.64
加：会计政策变更														
前期差错更正														
同一控制下企业合并														
其他														
二、本年期初余额	5,000,000.00							97,392.86		876,535.78				5,973,928.64
三、本期增减变动金额(减 少以“-”号填列)								149,586.03		1,346,274.27				1,495,860.30
（一）综合收益总额										1,495,860.30				1,495,860.30
（二）所有者投入和减少 资本														
1. 股东投入的普通股														
2. 其他权益工具持有者投 入资本														
3. 股份支付计入所有者权 益的金额														

4. 其他														
(三) 利润分配									149,586.03		-149,586.03			
1. 提取盈余公积									149,586.03		-149,586.03			
2. 提取一般风险准备														
3. 对所有者（或股东）的分配														
4. 其他														
(四) 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														
(五) 专项储备														
1. 本期提取														
2. 本期使用														
(六) 其他														
四、本期期末余额	5,000,000.00								246,978.89		2,222,810.05			7,469,788.94

合并所有者权益变动表（续）

单位：元

项 目	2015 年度												
	归属于母公司所有者权益											少数 股东 权益	所有者 权益合 计
	实收资本（股 本）	其他权益工具			资本公积	减：库 存股	其他 综合 收益	专 项 储 备	盈 余 公 积	一 般 风 险 准 备	未 分 配 利 润		
	优 先 股	永 续 债	其 他										
一、上年期末余额	5,000,000.00							246,978.89			2,222,810.05		7,469,788.94
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	5,000,000.00							246,978.89			2,222,810.05		7,469,788.94
三、本期增减变动金 额（减少以“-”号填 列）	7,000,000.00				1,292,307.40			380,715.67			3,551,866.68		12,224,889.75
（一）综合收益总额											11,836,677.67		11,836,677.67
（二）所有者投入和 减少资本	7,000,000.00				114,000.00								7,114,000.00
1. 股东投入的普通股	7,000,000.00				114,000.00								7,114,000.00
2. 其他权益工具持有 者投入资本													
3. 股份支付计入所有													

者权益的金额													
4. 其他								1,198,546.41		-8,198,546.41			-7,000,000.00
(三) 利润分配								1,198,546.41		-1,198,546.41			
1. 提取盈余公积													
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者(或股东)的分配										-7,000,000.00			-7,000,000.00
4. 其他													
(四) 所有者权益内部结转					1,178,307.40			-817,830.74		-360,476.66			
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					1,178,307.40			-817,830.74		-360,476.66			
(五) 专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
(六) 其他										274,12.08			274,212.08
四、本期期末余额	12,000,000.00				1,292,307.40			627,694.56		5,774,676.73			19,694,678.69

母公司所有者权益变动表

单位：元

项 目	2014 年度											
	实收资本(股本)	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	5,000,000.00							97,392.86			876,535.78	5,973,928.64
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	5,000,000.00							97,392.86			876,535.78	5,973,928.64
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	5,000,000.00							97,392.86			876,535.78	1,495,860.30
（一）综合收益总额								149,586.03			1,346,274.27	1,495,860.30
（二）所有者投入和减少资本											1,495,860.30	1,495,860.30
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他												
（三）利润分配								149,586.03			-149,586.03	
1. 提取盈余公积								149,586.03			-149,586.03	

2. 对所有者（或股东）的分配												
3. 其他												
（四）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												
（五）专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
（六）其他												
四、本期期末余额	5,000,000.00								246,978.89		2,222,810.05	7,469,788.94

母公司所有者权益变动表（续）

单位：元

项 目	2015 年度											
	实收资本(股本)	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	5,000,000.00							246,978.89		2,222,810.05	7,469,788.94	
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	5,000,000.00							246,978.89		2,222,810.05	7,469,788.94	
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	7,000,000.00				1,566,519.48			380,715.67		3,426,441.05	12,373,676.20	
（一）综合收益总额										11,985,464.12	11,985,464.12	
（二）所有者投入和减少资本	7,000,000.00				114,000.00						7,114,000.00	
1. 股东投入的普通股	7,000,000.00				114,000.00						7,114,000.00	
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他												
（三）利润分配								1,198,546.41		-8,198,546.41	-7,000,000.00	
1. 提取盈余公积								1,198,546.41		-1,198,546.41		

2. 对所有者（或股东）的分配											-7,000,000.00	-7,000,000.00	
3. 其他													
（四）所有者权益内部结转					1,178,307.40						-817,830.74	-360,476.66	
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					1,178,307.40						-817,830.74	-360,476.66	
（五）专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
（六）其他					274,212.08							274,212.08	
四、本期期末余额	12,000,000.00				1,566,519.48						627,694.56	5,649,251.10	19,843,465.14

二、财务报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则—基本准则》和其他各项会计准则的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

根据财政部《关于印发修订<企业会计准则第 2 号——长期股权投资>的通知》等 7 项通知（财会[2014]6~8 号、10~11 号、14 号、16 号）等规定，本公司自 2014 年 7 月 1 日起执行财政部 2014 年发布的前述 7 项企业会计准则。根据财政部《中华人民共和国财政部令第 76 号——财政部关于修改<企业会计准则——基本准则>的决定》，本公司自 2014 年 7 月 23 日起执行该决定。根据财政部《关于印发修订<企业会计准则第 37 号--金融工具列报>的通知》（财会[2014]23 号）的规定，本公司自 2014 年度起执行该规定。

三、审计意见

公司财务报告经具有证券从业资格的众华会计师事务所(特殊普通合伙)审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（众会字(2016)第 1449 号），公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日合并及母公司的财务状况以及 2015 年度、2014 年度合并及母公司的经营成果和现金流量。

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了企业的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

公司会计年度为每年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。本财务报表所载财务信息的会计期间为 2014 年 1 月 1 日起至 2015 年 12 月 31 日止。

（三）营业周期

公司以一年（12个月）作为正常营业周期。

（四）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。通常情况下，同一控制下的企业合并是指发生在同一企业集团内部企业之间的合并，除此之外，一般不作为同一控制下的企业合并。

同一控制下的企业合并，合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，应当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。被合并方在合并日的净资产账面价值为负数的，长期股权投资成本按零确定。如果被合并方在被合并以前，是最终控制方通过非同一控制下的企业合并所控制的，则合并方长期股权投资的初始投资成本还应包含相关的商誉金额。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，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并方以发行权益性证券作为合并对价的，应当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，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司作为合并方为进行企业合并发生的各项直接相关费用，包括支付的审计费用、评估费用、法律服务费等，于发生时计入当期损益。与发行权益性工具作为合并对价直接相关的交易费用，冲减资本公积（股本溢价），资本公积（股本溢价）不足冲减的，依次冲减盈余公积和未分配利润。与发行债务性工具作为合并对价直接相关的交易费用，计入债务性工具的初始确认金额。

通过多次交易分步实现同一控制下企业合并，属于一揽子交易的，合并方应

当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，在母公司财务报表中，以合并日持股比例计算的合并日应享有被合并方账面所有者权益份额作为该项投资的初始投资成本，初始投资成本与其原长期股权投资账面价值加上合并日取得进一步股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积不足冲减的，冲减留存收益。

在合并财务报表中，合并方在达到合并之前持有的长期股权投资，在取得日与合并方与被合并方向处于同一最终控制之日孰晚日与合并日之间已确认有关损益、其他综合收益和其他所有者权益变动，应分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

2、非同一控制下的企业合并

参与合并的各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。

一次交换交易实现的企业合并，合并成本为公司在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值之和。

通过多次交换交易分步实现的企业合并，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等应当转为购买日所属当期收益，不能重分类计入当期损益的其他综合收益除外。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，应于发生时计入当期损益。购买方作为合并对价发行的权益性工具或债务性工具的交易费用，应当计入权益性工具或债务性工具的初始确认金额。在合并合同或协议中对可能影响合并成本的未来事项作出约定的，购买日如果估计未来事项很可能发生并且对合并成本的影响金额能够可靠计量的，公司将其计入合并成本。

非同一控制下的企业合并中，企业合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；在吸收合并情况下，该差额在母公司个别财务报表中确认为商誉；在控股合并情况下，该差额在合并财务报表中列示为商誉。企业合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，公司计入合并当期损益（营业外收入）。在吸收合并情况下，该差额计入合并当期母公司个别利润表；在控股合并情况下，该差额计入合并当期的合并利润表。

（六）合并财务报表的编制方法

1、合并财务报表范围的确定原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制是指公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。相关活动是指对被投资方的回报产生重大影响的活动。被投资方的相关活动根据具体情况进行判断，通常包括商品或劳务的销售和购买、金融资产的管理、资产的购买和处路、研究与开发活动以及融资活动等。

母公司将其全部子公司（包括母公司所控制的单独主体）纳入合并财务报表的合并范围，包括被公司控制的企业、被投资单位中可分割的部分以及结构化主体。

2、合并财务报表编制的方法

母公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体；合并财务报表以母公司和纳入合并范围的子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料编制合并财务报表，以反映企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

（1）合并母公司与子公司的资产、负债、所有者权益、收入、费用和现金流等项目。

（2）抵销母公司对子公司的长期股权投资与母公司在子公司所有者权益中所享有的份额。

(3) 抵销母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易的影响。内部交易表明相关资产发生减值损失的，应当全额确认该部分损失。

(4) 站在企业集团角度对特殊交易事项予以调整。

少数股东权益，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“少数股东权益”项目列示。少数股东损益，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。在合并财务报表中，子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额的，其余额仍应当冲减少数股东权益。

公司在编制合并财务报表时，如果子公司所采用的会计政策、会计期间与母公司不一致的，需要按照母公司的会计政策和会计期间对子公司财务报表进行必要的调整；或者要求子公司按照母公司的会计政策和会计期间另行编报财务报表。

母公司在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，编制合并资产负债表时，应当调整合并资产负债表的期初数，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。因非同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的期初数。母公司在报告期内处置子公司以及业务，编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的期初数。

母公司在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表。同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。因非同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，将该子公司以及业务购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表。母公司在报告期内处置子公司以及业务，将该子公司以及业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表。

母公司在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点

起一直存在。因非同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，将该子公司以及业务购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。母公司在报告期内处置子公司，将该子公司以及业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

子公司持有母公司的长期股权投资，视为企业集团的库存股，作为所有者权益的减项，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“减：库存股”项目列示。子公司相互之间持有的长期股权投资，比照母公司对子公司的股权投资的抵销方法，将长期股权投资与其对应的子公司所有者权益中所享有的份额相互抵销。

3、合并财务报表编制特殊交易的会计处理

(1) 母公司购买子公司少数股东拥有的子公司股权，在合并财务报表中，因购买少数股权新取得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（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

(2) 企业因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。

(3) 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，在合并财务报表中，处置价款与处置长期股权投资相对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，应当调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

(4) 企业因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资方的控制权的，在编制合并财务报表时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

(5) 企业通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，如果处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合下列一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

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

(七) 合营安排的分类及共同经营的会计处理方法

1、合营安排的分类

合营安排，是指一项由两个或两个以上的参与方共同控制的安排。合营安排分为共同经营和合营企业。共同经营，是指合营方享有该安排相关资产且承担该安排相关负债的合营安排。合营企业，是指合营方仅对该安排的净资产享有权利的合营安排。

2、共同经营的会计处理方法

公司确认与共同经营中利益份额相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：

- (1) 确认单独所持有的资产，以及按其份额确认共同持有的资产；
- (2) 确认单独所承担的负债，以及按其份额确认共同承担的负债；
- (3) 确认出售其享有的共同经营产出份额所产生的收入；
- (4) 按其份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；
- (5) 确认单独所发生的费用，以及按其份额确认共同经营发生的费用。

（八）现金及现金等价物的确定标准

现金，是指企业库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物，是指企业持有的同时具备期限短（一般指从购入日起不超过 3 个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（九）金融工具

1、金融工具的分类

按照投资目的和经济实质将公司拥有的金融资产划分为四类：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；②持有至到期投资；③贷款和应收款项；④可供出售金融资产。

按照经济实质将承担的金融负债划分为两类：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；②其他金融负债。

2、金融工具的确认依据

金融工具是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。公司于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。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：收取该金融资产现金流量的合同权利终止；该金融资产已转移，且符合《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》规定的终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才终止确认该金融负债或其一部分。

3、金融工具的计量方法

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

公司对金融资产和金融负债的后续计量主要方法：

(1) 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，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

(2) 持有至到期投资和应收款项，采用实际利率法，按摊余成本计量。

(3) 可供出售金融资产按照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形成的汇兑损益外，计入其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。

(4) 在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

(5) 其他金融负债按摊余成本进行后续计量。但是下列情况除外：

①与在活跃市场中没有报价，公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量。

②不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：

a. 《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额。

b. 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。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

金融资产转移，是指公司（转出方）将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，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。

公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其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。

5、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

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

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

公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

6、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

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。公司公允价值计量按《企业会计准则第39号—公允价值计量》的相关规定执行，具体包括：

（1）公允价值初始计量

公司根据交易性质和相关资产或负债的特征等，判断初始确认时的公允价值是否与其交易价格相等。其他相关会计准则要求或者允许企业以公允价值对相关资产或负债进行初始计量，且其交易价格与公允价值不相等的，公司将相关利得

或损失计入当期损益，但其他相关会计准则另有规定的除外。

（2）公允价值的估值技术

公司以公允价值计量相关资产或负债使用的估值技术主要包括市场法、收益法和成本法。公司使用多种估值技术计量公允价值时，会充分考虑各估值结果的合理性，选取在当前情下最能代表公允价值的金额作为公允价值。公司在估值技术的应用中，优先使用相关可观察输入值，只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

（3）公允价值的层次划分

公司将公允价值计量所使用的输入值划分为三个层次，并首先使用第一层次输入值，其次使用第二层次输入值，最后使用第三层次输入值。

第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价。第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值。第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。

以上层次划分具体表现为：金融工具存在活跃市场的，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，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。

7、金融资产（不含应收款项）减值测试方法及会计处理方法

（1）持有至到期投资

以摊余成本计量的持有至到期投资发生减值时，将其账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值（折现利率采用原实际利率），减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。计提减值准备。对持有至到期投资单独进行减值测试。

(2) 可供出售金融资产

可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，则按其公允价值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提减值准备。在确认减值损失时，将原直接计入其他综合收益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，计入减值损失。该转出的累计损失，等于可供出售金融资产的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。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

对于可供出售权益工具投资发生的减值损失，在该权益工具价值回升时，通过权益转回，不通过损益转回。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，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发生的减值损失，不予转回。

对于权益工具投资，公司判断其公允价值发生“严重”或“非暂时性”下跌的具体量化标准、成本的计算方法、期末公允价值的确定方法，以及持续下跌期间的确定依据为：

公允价值发生“严重”下跌的具体量化标准	期末公允价值相对于成本的下跌幅度已达到或超过50%。
公允价值发生“非暂时性”下跌的具体量化标准	连续12个月出现下跌。
成本的计算方法	取得时按支付对价（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为投资成本。
期末公允价值的确定方法	存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值；如不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。

持续下跌期间的确定依据	连续下跌或在下跌趋势持续期间反弹上扬幅度低于20%，反弹持续时间未超过6个月的均作为持续下跌期间。
--------------------	---

(3) 其他

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发生减值时，将该权益工具投资或衍生金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。

(十) 应收款项

公司采用备抵法核算坏账损失。

对于单项金额重大的金融资产单独进行减值测试。坏账准备根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提；单项金额重大主要应收账款大于 100 万元，且应收账款余额比例超过 10%的应收账款划分为单项金额重大的应收款项；

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、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准	对于单项金额重大的应收款项（应收账款单项金额占应收账款总额5%以上，含5%；其他应收款单项金额在其他应收款总额5%以上，含5%），当存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回所有款项时，确认相应的坏账准备。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	根据该款项预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，单独进行减值测试，计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备的应收款项：

组合名称	按组合计提坏账准备的计提方法	确定组合的依据
账龄组合	账龄分析法	相同账龄的应收款项具有类似的信用风险特征
确信可以收回组合	确信可以收回的款项，不计提坏账准备	将应收款项中确信可以收回的款项划分为一个组合（如合同期内履约保证金、押金或内部暂借款等）

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1年以内（含1年）	5.00	5.00
1-2年（含2年）	20.00	20.00
2-3年（含3年）	50.00	50.00
3年以上	100.00	100.00

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

公司将有确凿证据表明其可收回性存在明显差异的应收款项分类为单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收款项。

单项计提坏账准备的理由	有确凿证据表明其可收回性存在明显差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备；经单独测试未发生减值的，除有确凿证据表明某项应收款项的可收回性与其他各项应收款项存在明显差别应单独进行减值测试外，包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中计提坏账准备。

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

（十一）存货

1、存货类别

公司存货主要包括原材料、包装物、低值易耗品、在产品及自制半成品、库存商品等。

2、发出存货的计价方法

存货的发出按加权平均法。

3、确定不同类别存货可变现净值的依据及存货跌价准备的计提方法

中期末及年末，公司存货按照成本与可变现净值孰低计量。公司在对存货进行全面盘点的基础上，对于存货因已霉烂变质、市场价格持续下跌且在可预见的未来无回升的希望、全部或部分陈旧过时，产品更新换代等原因，使存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，并计入当期损益。

公司按照单个存货项目计提存货跌价准备。

可变现净值为在正常生产过程中，以存货的估计售价减去至完工估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品于领用时一次摊销法摊销；包装物于领用时一次摊销法摊销。

(十二) 长期股权投资

1、投资成本的确定

(1) 企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益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合并对价之间的差额，调整资本公积中的股本溢价；资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。合并发生的各项直接相关费用，包括为进行合并而支付的审计费用、评估费用、法律服务费用等，于发生时计入当期损益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。合并成本为购买日购买方为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。购买方为企业合并而发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。通过多次交易分步实现的非同一控制下企业合并，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本。公司将合并协议约定的或有对价作为企业合并转移对价的一部分，按照其在购买日的公允价值计入企业合并成本。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或利润）作为初始投资成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

2、后续计量及损益确认

（1）后续计量

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算，编制合并财务报表时按照权益法进行调整。

对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，采用成本法核算。

对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。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差额，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差额，计入当期损益。

被投资单位除净损益以外所有者权益其他变动的处理：对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动，在持股比例不变的情况下，公司按照持股比例计算应享有或承担的部分，调整长期股权投资的账面价值，同时增加或减少资本公积（其他资本公积）。

（2）损益确认

成本法下，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益。

权益法下，在被投资单位账面净利润的基础上考虑：被投资单位与公司采用的会计政策及会计期间不一致，按公司的会计政策及会计期间对被投资单位财务报表进行调整；以取得投资时被投资单位固定资产、无形资产的公允价值为基础计提的折旧额或摊销额以及有关资产减值准备金额等对被投资单位净利润的影响；对公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易予以抵销等事项的适当调整后，确认应享有或应负担被投资单位的净利润或净亏损。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，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盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值，同时确认投资收益。

在持有投资期间，被投资单位能够提供合并财务报表的，应当以合并财务报表中的净利润和其他权益变动为基础进行核算。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照合同约定对某项经济活动所共有的控制，仅在与该项经济活动相关的重要财务和经营决策需要分享控制权的投资方一致同意时存在。投资企业与其他方对被投资单位实施共同控制的，被投资单位为其合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决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。投资企业能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为其联营企业。

4、减值测试方法及减值准备计提方法

重大影响以下的、在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，其减值损失是根据其账面价值与按类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额进行确定。

除因企业合并形成的商誉以外的存在减值迹象的其他长期股权投资，如果可收回金额的计量结果表明，该长期股权投资的可收回金额低于其账面价值的，将差额确认为减值损失。

长期股权投资减值损失一经确认，不再转回。

（十三）固定资产

1、固定资产的确认条件

公司固定资产指为生产商品、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。在同时满足下列条件时才能确认固定资产：

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

2、固定资产分类和折旧方法

公司固定资产分为房屋及建筑物、机器设备、办公设备、运输设备等。

固定资产折旧采用年限平均法计提折旧。按固定资产的类别、使用寿命和预计净残值率确定的年折旧率如下：

固定资产类别	预计净残值率(%)	预计使用年限(年)	年折旧率(%)
办公设备	5.00	3—5	19-31.67
运输设备	5.00	4	23.75
电子设备	5.00	3	31.67

已计提减值准备的固定资产折旧计提方法：已计提减值准备的固定资产，按该项固定资产的原价扣除预计净残值、已提折旧及减值准备后的金额和剩余使用寿命，计提折旧。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的固定资产，按照估计价值确定其成本，并计提折旧；待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不需要调整原已计提的折旧额。

公司至少于每年年度终了时，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如果发现固定资产使用寿命预计数与原先估计数有差异的，进行相应的调整。

(十四) 无形资产

1、无形资产的计价方法

公司无形资产按照成本进行初始计量。购入的无形资产，按实际支付的价款和相关支出作为实际成本。投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。自行开发的无形资产，其成本为达到预定用途前所发生的支出总额。

公司无形资产后续计量，分别为：①使用寿命有限无形资产采用直线法摊销，并在年度终了，对无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如与原先估计数存

在差异的，进行相应的调整；②使用寿命不确定的无形资产不摊销，但在年度终了，对使用寿命进行复核，当有确凿证据表明其使用寿命是有限的，则估计其使用寿命，按直线法进行摊销。

2、使用寿命有限的无形资产，使用寿命估计情况

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

使用寿命有限的无形资产，其应摊销金额在使用寿命内系统合理摊销。公司采用直线法摊销。

3、使用寿命不确定的无形资产，使用寿命不确定的判断依据以及对其寿命的复核程序

公司将无法预见该资产为公司带来经济利益的期限，或使用期限不确定等无形资产确定为使用寿命不确定的无形资产。

使用寿命不确定的判断依据：①来源于合同性权利或其他法定权利，但合同规定或法律规定无明确使用年限；②综合同行业情况或相关专家论证等，仍无法判断无形资产为公司带来经济利益的期限。

每年年末，对使用寿命不确定无形资产使用寿命进行复核，主要采取自下而上的方式，由无形资产使用相关部门进行基础复核，评价使用寿命不确定判断依据是否存在变化等。

4、内部研究、开发支出会计政策

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：(1)完成该无形资产以使其能够使用

或出售在技术上具有可行性；(2)具有完成该无形资产并使用或出售的意图；(3)无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；(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。

划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段的具体标准：为获取新的技术和知识等进行的有计划的调查阶段，应确定为研究阶段，该阶段具有计划性和探索性等特点；在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等阶段，应确定为开发阶段，该阶段具有针对性和形成成果的可能性较大等特点。

(十五) 资产减值

1、长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、采用成本模式计量的生产性生物资产、油气资产、无形资产、商誉等长期资产的减值测试方法及会计处理方法：

(1) 公司在资产负债表日按照单项资产是否存在可能发生减值的迹象。存在减值迹象的，进行减值测试，估计资产的可收回金额。资产的可收回金额低于其账面价值的，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用应当在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

(2) 存在下列迹象的，表明资产可能发生了减值：

①资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌。

②公司经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对公司产生不利影响。

③市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响公司计算资

产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低。

④有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏。

⑤资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。

⑥公司内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等。

⑦其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

2、有迹象表明一项资产可能发生减值的，公司应当以单项资产为基础估计其可收回金额。公司难以对单项资产的可收回金额进行估计的，应当以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。同时，在认定资产组时，考虑公司管理层管理生产经营活动的方式（如是按照生产线、业务种类还是按照地区或者区域等）和对资产的持续使用或者处置的决策方式等。资产组一经确定，各个会计期间应当保持一致，不得随意变更。

3、因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产以及未探明矿区权益，无论是否存在减值迹象，每年都应当进行减值测试。

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

（十六）商誉的减值

因非同一控制下企业合并形成的商誉，其初始成本是合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额。

企业在会计年末对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试，如果发现包含商誉的资产组或者资产组组合发生减值迹象，应当按照以下步骤处理：

首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试,计算可收回金额,并与相关的资产组或者资产组组合账面价值相比较,确认相应的资产减值损失;然后再对包含所分摊商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试,比较这些资产组或者资产组组合(包含所分摊的商誉的账面价值部分)与其可收回金额,如果相关的资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值,应确认为商誉减值,但需要注意的是,确认的资产组或者资产组组合的商誉减值损失不应当超过其分摊的金额。对于超出的部分应归属于该资产组或者资产组组合的减值损失。

(十七) 长期待摊费用

长期待摊费用是指公司已经发生但应由本期和以后各期分担的分摊期限在一年以上(不含一年)的各项费用,包括以经营租赁方式租入的固定资产改良支出等。

长期待摊费用按实际支出入账,在项目受益期内平均摊销。若长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益,则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

(十八) 职工薪酬

职工薪酬,是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

公司短期薪酬具体包括:职工工资、奖金、津贴和补贴,职工福利费,医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费,住房公积金,工会经费和职工教育经费,短期带薪缺勤,短期利润分享计划,非货币性福利以及其他短期薪酬。公司离职后福利,是指企业为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后,提供的各种形式的报酬和福利,短期薪酬和辞退福利除外。辞退福利,是指企业在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系,或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿。公司其他长期职工福利,是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外所有的职工薪酬,包括长期带薪缺勤、长期残疾福利、长期利润分享计划等。

1、短期薪酬的会计处理方法

公司在职工为公司提供的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

(1) 公司在职工为公司提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

(2) 对设定受益计划的会计处理通常包括如下步骤：

①根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间；

②设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。资产上限是指公司可从设定受益计划退款或减少未来对设定受益计划缴存资金而获得的经济利益的现值；

③期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额；

④在设定受益计划结算时，确认一项结算利得或损失。

3、辞退福利的会计处理方法

公司向职工提供辞退福利的，在下列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：①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；②公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

4、其他长期职工福利的会计处理方法

公司向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划进行会计处理，但是重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动计入当期损益后相关资产成本。

（十九）预计负债

1、预计负债的确认标准

当与对外担保、未决诉讼或仲裁、产品质量保证、裁员计划、亏损合同、重组义务、固定资产弃置义务等或有事项相关的业务同时符合以下条件时，确认为负债：

- （1）该义务是公司承担的现时义务。
- （2）该义务的履行很可能导致经济利益流出企业。
- （3）该义务的金额能够可靠地计量。

2、预计负债的计量方法

预计负债按照履行现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量。所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的最佳估计数按该范围的中间值确定；在其他情况下，最佳估计数按如下方法确定：

- （1）或有事项涉及单个项目时，最佳估计数按最可能发生金额确定。
- （2）或有事项涉及多个项目时，最佳估计数按各种可能发生额及其发生概率计算确定。

公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿的，则补偿金额在基本确定能收到时，作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过所确认预计负债的账面价值。

公司资产负债表日对预计负债账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能真实反映当前最佳估计数，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（二十）收入

1、收入确认的基本原则

（1）销售商品的收入确认

销售商品收入同时满足下列条件时，才能予以确认：企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施控制；收入的金额能够可靠的计量；与交易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。

（2）提供劳务的收入确认

①在同一会计年度内开始并完成的劳务，在完成劳务时确认收入。

②如劳务的开始和完成分属不同的会计年度，在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，在资产负债表日按完工百分比法确认相关劳务收入。在提供劳务交易的结果不能可靠估计的情况下，在资产负债表日按已经发生并预计能够补偿的劳务成本金额确认收入。

在同时满足下列条件的情况下，表明其结果能够可靠估计：与合同相关的经济利益很可能流入企业；实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量；固定造价合同还必须同时满足合同总收入能够可靠计量及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。

③合同完工进度的确认方法：公司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合同完工进度。

（3）让渡资产使用权收入确认

在满足相关的经济利益很可能流入企业和收入的金额能够可靠地计量等两个条件时，公司分别以下情况确认收入：

①利息收入按照他人使用公司货币资金的时间和实际利率计算确定。

②使用费收入按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、收入确认的方法、时点和条件

(1) 主营业务收入确认的方法、时点和条件

①品牌管理综合服务收入

本公司提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：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，交易的完工进度能够可靠地确定，交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量时，确认营业收入的实现。品牌管理收入系本公司主营业务中的核心服务，包括品牌管理综合服务协议、品牌广告综合代理服务协议等内容。本公司按合同提供服务的月份，逐月确认营业收入。

②广告发布代理收入

广告发布代理收入主要为客户提供广告代理服务，促成客户确认投放媒体，在规定的时间内按约定的数量发布广告。本公司按媒体发布广告日当月开始，把广告费总额在约定服务期限内分摊确认收入。

③制作费收入

制作费收入主要是按客户事先认可的拍摄脚本进行的电视广告片制作，本公司制作部门服务完成提供客户确认后确认收入。

④商品销售收入

商品销售在商品所有权上的主要风险和报酬已转移给买方，本公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，与交易相关的经济利益很可能流入企业，并且与销售该商品相关的收入和成本能够可靠地计量时，确认营业收入的实现。其中：淘宝平台收入确认：对于淘宝网、天猫商城等平台，在客户确认收货且公司收取货款时确认收入。非淘宝平台收入确认：对于1号店、亚马逊等其他电商平台，公司依据客户提供的销售结算单确认收入。经销商-渠道商收入确认：本公司在将订单约定的产品发货运输至客户处且经客户验收后，以发货数量、订单约定的价格，确认营业收入。

⑤其他收入

其他收入主要包括为企业提供设计及咨询服务费等，收入确认标准：以合同签订的服务已提供并开具发票为准。

(2) 其他业务收入确认的方法、时点和条件

①让渡资产使用权收入

让渡资产使用权取得的利息收入和使用费收入，在与交易相关的经济利益能够流入企业，且收入的金额能够可靠地计量时，确认收入的实现。

(二十一) 政府补助

1、政府补助的类型

政府补助是指公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产（但不包括政府作为所有者投入的资本），主要划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助两种类型。

2、政府补助会计处理

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益；按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。与收益相关的政府补助，分别下列情况处理：①用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；②用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

3、区分与资产相关政府补助和与收益相关政府补助的具体标准

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，确认为与资产相关的政府补助。

公司取得的除与资产相关的政府补助之外的政府补助，确认为与收益相关的政府补助。

若政府文件未明确规定补助对象，将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据：

4、与政府补助相关的递延收益的摊销方法以及摊销期限的确认方法

公司取得的与资产相关的政府补助，确认为递延收益，自相关资产可供使用时起，按照相关资产的预计使用期限，将递延收益平均分摊转入当期损益。

5、政府补助的确认时点

按照应收金额计量的政府补助，在期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时予以确认。

除按照应收金额计量的政府补助外的其他政府补助，在实际收到补助款项时予以确认。

（二十二）递延所得税资产和递延所得税负债

1、暂时性差异

暂时性差异包括资产与负债的账面价值与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。暂时性差异分为应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异。

2、递延所得税资产的确认依据

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：

（1）该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

（2）对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

3、递延所得税负债的确认依据

对于各种应纳税暂时性差异均据以确认递延所得税负债，除非应纳税暂时性

差异是在以下交易中产生的：

(1) 商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

(2) 对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

4、递延所得税资产的减值

在资产负债表日应当对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法取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。除原确认时计入所有者权益的递延所得税资产部分，其减记金额也应计入所有者权益外，其他的情况应计入当期的所得税费用。在很可能取得足够的应纳税所得额时，减记的递延所得税资产账面价值可以恢复。

(二十三) 租赁

租赁是指在约定的期间内，出租人将资产使用权让与承租人以获取租金的协议，包括经营性租赁与融资性租赁两种方式。

1、经营租赁的会计处理方法

对于经营租赁的租金，出租人、承租人在租赁期内各个期间按照直线法确认为当期损益。出租人、承租人发生的初始直接费用，计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

2、融资租赁的会计处理方法

(1) 承租人的会计处理

在租赁期开始日，将租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用（下同），

计入租入资产价值。在计算最低租赁付款额的现值时，采用出租人租赁内含利率作为折现率。

未确认融资费用在租赁期内按照实际利率法计算确认当期的融资费用。

公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

或有租金在实际发生时计入当期损益。

（2）出租人的会计处理

在租赁期开始日，出租人将租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。

未实现融资收益在租赁期内按照实际利率法计算确认当期的融资收入。

或有租金是指金额不固定、以时间长短以外的其他因素(如销售量、使用量、物价指数等)为依据计算的租金。由于或有租金的金额不固定，无法采用系统合理的方法对其进行分摊，因此或有租金在实际发生时计入当期损益。

（二十四）重要会计政策和会计估计变更

会计政策变更，因执行新企业会计准则导致的会计政策变更。

2014年初，财政部分别以财会[2014]6号、7号、8号、10号、11号、14号及16号发布了《企业会计准则第39号——公允价值计量》、《企业会计准则第30号——财务报表列报（2014年修订）》、《企业会计准则第9号——职工薪酬（2014年修订）》、《企业会计准则第33号——合并财务报表（2014年修订）》、《企业会计准则第40号——合营安排》、《企业会计准则第2号——长期股权投资（2014年修订）》及《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》，要求自2014年7月1日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行，鼓励在境外上市的企业提前执行。同时，财政部以财会[2014]23号发布了

《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（2014 年修订）》（以下简称“金融工具列报准则”），要求在 2014 年年度及以后期间的财务报告中按照该准则的要求对金融工具进行列报。

公司于 2014 年 7 月 1 日开始执行前述除金融工具列报准则以外的 7 项新颁布或修订的企业会计准则，在编制 2014 年度财务报告时开始执行金融工具列报准则，并根据各准则衔接要求进行了调整，未对可比期间财务报表项目及金额产生影响。

五、最近两年一期的主要会计数据和财务指标

（一）营业收入的主要构成

1、营业收入构成情况

单位：元

项目	2015年度		2014年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）
主营业务收入	51,826,262.01	99.80	16,106,568.78	100.00
其他业务收入	104,820.52	0.20		
合计	51,931,082.53	100.00	16,106,568.78	100.00

公司主营业务收入主要为品牌管理综合服务收入、制作费收入、产品销售收入和广告发布代理收入等。其他业务收入主要系办公室租赁收入。公司报告期内，主营业务未发生变化，且其占营业收入比重始终在 99.80%以上，主营业务明确且构成稳定。报告期内，公司对关联方交易明细，见本小节之“六、关联方关系及关联交易”之“（二）关联交易情况及其公允性”。

2、主营业务收入按服务类别划分

单位：元

项目	2015年度		2014年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）
品牌管理综合服务收入	23,985,816.94	46.28	8,974,995.15	55.72

制作费收入	17,492,714.52	33.75	1,106,281.67	6.87
产品销售收入	6,215,553.98	11.99		
广告发布代理收入	3,469,666.90	6.69	3,749,377.26	23.28
其他收入	662,509.67	1.28	2,275,914.70	14.13
合计	51,826,262.01	100.00	16,106,568.78	100.00

2015 年公司收入较去年大幅增加，主要原因在于：第一，公司的客户集中在大健康服务和快速消费品领域，随着保健养生观念的逐渐流行，公司的主要客户在品牌创意、品牌传播、产品广告等方面的投入都有一定幅度上升。同时，公司也加强了新客户开发投入。第二，2015 年公司业务线全面展开，除了加大对原有的品牌管理综合服务业务投入外，也加大了对制作费业务的投入力度。第三、自 2015 年起，公司整合了实际控制人控制的焦点投资和第一视觉的品牌管理和制作费业务，注销了第一视觉公司，并将其制作费业务悉数纳入本公司的业务范围，关于公司业务整合情况，详见本说明书“第二节 公司业务”之“四、公司业务其他相关情况”之“（二）公司及实际控制人控制的其他企业的业务整合情况”。同时于 2015 年 6 至 8 月，公司逐步收购了焦点电商剩余的 81% 股权，在线上产品销售上也增加了自己业务收入。第四，公司在报告期内通过加强广告策划、品牌管理的投入，有效提高了市场调研、品牌营销和售后服务质量，并有针对性地对核心客户开展服务和技术性支持。综合上述因素，公司 2015 年度主营业务收入相比上年度增长 221.77%。

（1）品牌管理综合服务收入

品牌管理综合服务主要是指公司为客户提供品牌战略规划、传播策划、新品包装推广、POS M 系统及平面设计、渠道支持等综合服务。

报告期内，公司的主要客户在品牌传播、产品广告等方面的投入都有一定幅度上升。公司在与老客户的原有合作基础上，积极扩大与老客户的合作内容，尤其是加大了与江中集团的合作深度。相比 2014 年，2015 年公司在健胃消食片、猴姑饼干和参灵草等各项品牌上均与江中集团有较大的服务收入提升。同时，公司也积极扩展新品牌客户，包括葵花药业、遇见香氛、康恩贝、别吃胖 APP 等。因此，2015 年公司品牌管理综合服务收入总额较去年上升了 167.25%。2015 年公司制作费业务收入的大幅增加，使得品牌管理综合服务占营业收入比重较

2014年有所下降。

（2）制作费收入

制作费收入主要是指，公司为制作广告片、品牌宣传方案和设计制作而产生的收入。

2015年公司制作费收入较去年大幅上升主要是因为公司加大了制作费业务方面的投入，其中与江中集团签订的江中猴姑饼干广告制作协议的广告制作费用达865.00万元。同时，公司整合了母公司集团体系内的制作费业务，注销了第一视觉公司，并将其制作费业务悉数纳入本公司的业务范围。因此，2015年公司制作费收入较2014年有了大幅的提升。

（3）产品销售收入

产品销售收入主要是指公司在电子商务平台上的代理销售和风来酵素桶、江中猴姑饼干和参灵草等产品的销售收入。

公司于2015年6至8月收购了焦点电商剩余的81%股份，并将焦点电商财务报表纳入合并范围，从而导致公司新增了产品销售收入。

（4）广告发布代理收入

广告发布代理收入主要是指公司为客户提供广告代理服务，按客户要求将广告投放媒体并在相应的时间内发布广告。

2015年公司广告发布代理收入较2014年略有下降，主要是因为广告代理服务的毛利较低，公司将销售重心放在了品牌综合服务及制作费服务。

（5）其他收入

其他收入系公司为客户提供项目推广、咨询费和服务费等收入。

2014年其他收入主要系对中国电信服务费收入，服务内容包括互联网推广和业务引流等，同时还包含对关联方焦点投资的咨询费收入。2015年较2014年收入下降161.34万元，主要是因为公司减少了与中国电信服务费合作业务，同时公司也减少了与关联方的业务往来。

3、主营业务毛利情况分析

单位：元

项目	2015年度			
	收入	成本	毛利	毛利率 (%)
品牌管理综合服务收入	23,985,816.94	6,343,602.10	17,642,214.84	73.55
制作费收入	17,492,714.52	13,247,947.31	4,244,767.21	24.27
产品销售收入	6,215,553.98	3,407,805.14	2,807,748.84	45.17
广告发布代理收入	3,469,666.90	2,542,433.95	927,232.95	26.72
其他收入	662,509.67	295,791.37	366,718.30	55.35
合计	51,826,262.01	25,837,579.87	25,988,682.14	50.15

项目	2014年度			
	收入	成本	毛利	毛利率 (%)
品牌管理综合服务收入	8,974,995.15	4,094,432.59	4,880,562.56	54.38
制作费收入	1,106,281.67	499,288.55	606,993.12	54.87
广告发布代理收入	3,749,377.26	2,972,075.47	777,301.79	20.73
其他收入	2,275,914.70	622,092.58	1,653,822.12	72.67
合计	16,106,568.78	8,187,889.19	7,918,679.59	49.16

2014年度和2015年度公司主营业务的综合毛利率分别为49.16%和50.15%，综合毛利率在报告期内稳步上升，主要是由于品牌管理综合服务收入和制作费收入变动所引起的。

(1) 品牌管理综合服务收入毛利率分析

2015年公司品牌管理综合服务收入毛利率较去年上涨19.17个百分点，主要是因为公司品牌管理综合服务收入大幅上涨，而同时相应的成本主要为人力成本，该成本并未随着公司业务收入的上涨而大幅上升。同时，公司对部分客户的品牌管理综合服务月费收费标准根据合同规定也每年逐步提升。基于此，2015年公司品牌管理综合服务的毛利率上升较大。

(2) 制作费收入毛利率分析

2015年公司制作费收入毛利率较去年下降30.6个百分点，主要是因为2015年公司新增的制作费收入毛利较低，其中对江中集团猴姑饼干制作费销售额为865.00万元，而其毛利为12%左右。因此，2015年公司制作费业务的毛利率下降较大。

(3) 产品销售收入毛利率分析

产品销售收入系公司2015年新增业务收入。产品销售收入系公司代理销售和风来酵素桶、江中猴姑饼干和参灵草等产品的销售收入，其产品终端销售价格和产品采购价格均根据供应商的代理协议约定，由于和风来和江中集团是焦点品牌多年的合作伙伴，故焦点电商代理销售其产品具有一定优势。因此，2015年公司产品销售收入的毛利率达45.17%。

(4) 广告发布代理收入毛利率分析

2015年公司广告费用收入毛利率较2014年上升5.99个百分点，总体偏稳定。因为广告发布代理收入主要是指公司为客户提供广告发布代理服务，其代理过程中毛利率变化较小，两年毛利率均维持在20%至27%之间。

(5) 其他收入毛利率分析

其他业务收入的主要来源系对中国电信的服务费收入，公司从2015年开始逐渐减少了与中国电信的服务费业务合作，故导致其他收入总额的减少，同时也导致其他收入毛利率的减少。

4、主营业务按地区划分

单位：元

地区	2015年度		2014年度	
	主营业务收入	占比 (%)	主营业务收入	占比 (%)
东北	2,173,747.10	4.19		
华北	6,880,898.69	13.25	695,754.69	4.32
华东	42,876,436.74	82.56	15,410,814.09	95.68
合计	51,931,082.53	100.00	16,106,568.78	100.00

说明：（1）东北：辽宁省、吉林省、黑龙江省

(2) 华北：北京市、天津市、河北省、山西省、内蒙古自治区

(3) 华东：上海市、江苏省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、山东省

报告期内，公司的收入来源主要为华东地区，公司的主要客户集中在江西、上海和浙江地区。2015年因为公司业务扩张，增加了新的合作品牌并扩大了与原有客户的合作程度，如黑龙江地区的葵花药业及北京地区的汇源果汁。2015年度焦点电商纳入合并报表的收入为642.32万元，该部分电商平台的收入统一归入焦点电商注册地华东地区。

(二) 主要费用及变化情况

单位：元

项目	2015 年度	增长率(%)	2014 年度
销售费用	3,440,790.75	1,151.05	275,031.64
管理费用	7,065,309.44	29.75	5,445,412.79
财务费用	-27,923.56	36.29	-20,488.96
营业收入	51,826,262.01	221.77	16,106,568.78
销售费用占营业收入比重	6.63%	——	1.71%
管理费用占营业收入比重	13.61%	——	33.81%
财务费用占营业收入比重	-0.05%	——	-0.13%
费用占营业收入比重	20.18%	——	35.39%

2014年度和2015年度，期间费用占当期营业收入比重分别为35.39%和20.18%。由于公司业务收入大幅增加，而期间费用涨幅低于收入的涨幅，因此2015年度期间费用占比相比上年度大幅降低。

公司销售费用以销售人力成本、差旅费、运杂费和服务费为主。报告期内销售费用增加316.58万元，增加幅度达1,151.05%，同时销售费用占营业收入比重也有所上升，主要有以下原因：①2015年6至8月公司收购了焦点电商剩余81%的股权，并将焦点电商财务报表纳入合并报表，焦点电商2015年纳入合并范围的销售费用共有295.67万元；②公司随着业务收入的增长，与业务相关的差旅费和车辆使用费也相应增加。

销售费用明细具体如下：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
工资	701,437.41	
社保	129,973.20	
公积金	25,535.00	
福利费	6,829.57	
办公费	55,730.99	29,656.84
车辆使用费	167,598.09	79,818.50
差旅费	260,976.71	151,737.05
制作费	70,543.78	13,819.25
物料消耗	7,164.58	
通讯费	9,167.00	
邮递费	2,302.27	
业务招待费	67,313.44	
运杂费	284,765.05	
会务费	4,800.00	
推广费	149,866.41	
服务费	1,496,787.25	
合计	3,440,790.75	275,031.64

注：焦点品牌从2014年开始至今未设立专门的销售部门，公司与业务直接相关的人员工资等其他费用均计入了主营业务成本。2015年工资费用均系焦点电商的销售人员工资费用。

公司管理费用以管理人员成本、折旧及无形资产摊销、房租费用和中介机构费用为主。2015年公司管理费用总额较去年上升161.99万元，增幅为22.93%，主要有以下原因：①因为焦点电商财务数据纳入合并报表，导致管理费用增加48.99万元；②公司2015年度启动挂牌全国股份转让系统（新三板）工作，导致新增新三板相关中介机构费用57.60万元；③随着公司业务收入的增加，公司管理人员工资有所增加同时公司在2015年提高了人员工资社保缴纳比例。

2015年度，管理费用占营业收入比重较上年度下降20.20个百分点，主要因为公司2015年度收入较上年度增长222.77%，而2014年度非可变成本比重较高的管理费用并未相应增加所致。管理费用明细具体如下：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
工资	1,601,096.55	1,101,135.00
社保、公积金等	242,151.52	96,923.95
福利费	115,274.30	31,440.07
职工教育经费	96,575.18	111,400.24
差旅费	206,832.28	190,889.50
办公费	345,774.61	441,903.48
房租及物业费	2,391,155.30	2,305,483.96
长期待摊费用摊销	527,184.22	471,480.31
无形资产摊销	2,269.71	
车辆使用费	40,269.88	22,671.83
折旧费	729,857.83	653,797.19
业务招待费	62,567.50	2,334.50
其他税费	59,655.08	15,952.76
中介机构顾问、咨询及审计费	23,679.24	
新三板费用	575,971.68	
服务费	44,994.56	
合计	7,065,309.44	5,445,412.79

公司财务费用均为利息收入和手续费。报告期内，财务费用总额和占主营业务收入比例降低，主要系因为营业收入的涨幅超过财务费用的涨幅导致。财务费用明细具体如下：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度

利息支出		
减：利息收入	33,147.24	20,757.46
银行手续费	5,223.68	268.50
合计	-27,923.56	-20,488.96

(三) 非经常性损益情况

单位：元

项目	2015年度	2014年度
非流动资产处置损失	13,990.27	
计入当期损益的政府补助(与企业业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)	170,000.00	
其他营业外收入和支出	274,617.01	
委托他人投资或管理资产的损益	8,208.2	
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-575,971.68	
减：所得税影响金额	-27,289.05	
扣除所得税后的非经常性损益	-81,867.15	
归属于普通股股东的当期净利润	11,836,677.67	
调整后扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	11,918,544.82	

2015年，公司非经常性损益金额占公司2015年度利润总额的1.14%。

2015年度，其他营业外收入和支出27.46万元系无需支付的款项，包含核销曾庆春个人应付款项20.5万元、和风来系列产品无偿退货收入6.74万元和核销无法支付的迟到扣款0.20万元。其中，核销曾庆春个人应付款20.5万元，该款项产生原因为2014年8月曾庆春代焦点电商支出20.5万元策划咨询服务费用，该笔费用主要用于焦点电商网络平台策划、宣传咨询等支出，由于该笔服务的效果并不理想，焦点电商并未支付该笔费用，曾庆春也出具证明无需要求公司支付。于2015年11月，公司为真实反映企业财务状况，将账龄较长且无需支付的应付款曾庆春款项确认为营业外收入；

其他符合非经常性损益定义的损益项目-57.60万元系公司新三板挂牌相关费用，其主要为审计费用和律师费用。结合非经常性损益影响程度和报告期整体

情况而言，公司盈利不存在对非经常性损益的重大依赖。

报告期内，计入非经常性损益的税收优惠和财政补贴的依据和内容具体如下：

单位：元

项目	财政补贴依据	2015年度	2014年度
财政补助	上海松江文化创意园有限公司纳税优惠协议书	170,000.00	
合计		170,000.00	

1、根据《上海松江文化创意园有限公司纳税优惠协议书》（2015年1月）文件规定：为了促进松江经济发展和扶持企业发展壮大，上海松江文化创意园有限公司对于园区内企业增值税纳税额超过100万的，根据纳税企业实缴税额的街道实得部分的5%扶持给纳税企业；对于所得税，根据纳税企业实缴税额的10%扶持给纳税企业。该协议书有效期为三年。

（四）适用的各项税收政策及缴纳的主要税种

税种	计税依据	税率（%）
增值税	应纳税增值额(应纳税额按应纳税销售额乘以适用税率扣除当期允许抵扣的进项税后的余额计算)	6%、17%
城市维护建设税	当期应纳流转税额	1%、5%
教育费附加	当期应纳流转税额	3%
地方教育费附加	当期应纳流转税额	2%
河道管理费	当期应纳流转税额	1%
文化事业建设费	应纳娱乐业、广告业营业税的营业额	3%
企业所得税	应纳税所得额	25%

关于松江区调整城市维护建设税税率的通知，根据《中华人民共和国城市维护建设税暂行条例》（国务院令〔1985〕19号），自2015年4月1日起，在全区范围内，城市维护建设税税率统一适用5%。

（五）报告期内各期末主要资产情况

1、应收账款

(1) 应收账款账龄情况

单位：元

账龄	2015年12月31日		2014年12月31日	
	账面净额	占比(%)	账面净额	占比(%)
1年以内	4,451,036.62	100.00	2,410,625.00	100.00
合计	4,451,036.62	100.00	2,410,625.00	100.00

公司品牌管理综合服务收入业务信用期基本在 90 天以内，同时，公司会给部分优质客户一定的信用额度。报告期末，账龄 1 年以内的应收账款余额占应收账款总额比重达到 100.00%，不存在大额长期未还款情况。公司的应收账款余额主要集中在 1 年以内且坏账准备计提政策稳健。

2014 年末和 2015 年末，公司应收账款账面金额分别为 241.06 万元和 445.10 万元，占报告期各期营业收入比例分别为 14.97% 和 8.57%。

2015 年因公司业务收入的大幅增加导致应收账款余额也相应增加。结合历史回款记录、公司与客户的合作程度、客户的信誉分析，应收账款无法回收的风险很小，公司也在进一步加强款项的收回工作。

(2) 应收账款坏账准备计提情况

单位：元

账龄	2015年12月31日		2014年12月31日	
	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备
1年以内	4,685,301.71	234,265.09	2,537,500.00	126,875.00
合计	4,685,301.71	234,265.09	2,537,500.00	126,875.00

2014 年末和 2015 年末，应收账款坏账准备计提比例均为 5.00%，扣除坏账准备后应收账款净额分别为 241.06 万元和 445.10 万元。应收账款坏账准备均采用账龄分析法进行组合计提。结合同行业公司以及公司自身特点，公司坏账计提政策具有谨慎性。

公司报告期内不存在本期坏账准备转回、收回或应收账款实际核销的情况，不存在因金融资产转移而终止确认的应收账款。

(3) 应收账款金额前五名单位情况

截至 2015 年 12 月 31 日，公司应收账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占总额比例 (%)
浙江英诺珐医药有限公司	非关联方客户	1,140,000.00	1 年以内	24.33
和风来(中国)有限公司	关联方客户	900,000.00	1 年以内	19.21
江西江中食疗科技有限公司	非关联方客户	649,621.00	1 年以内	13.87
北京汇源食品有限公司	非关联方客户	600,397.00	1 年以内	12.81
上海根莱食品有限公司	非关联方客户	257,000.00	1 年以内	5.49
合计		3,547,018.00		75.71

截至 2014 年 12 月 31 日，公司应收账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占总额比例 (%)
北京汇源食品有限公司	非关联方客户	737,500.00	1 年以内	29.06
上海幸福九号网络科技有限公司	非关联方客户	500,000.00	1 年以内	19.70
江中药业股份有限公司	非关联方客户	400,000.00	1 年以内	15.76
潍坊阿旺食品有限公司	非关联方客户	200,000.00	1 年以内	7.88
上海尊致文化传播有限公司	非关联方客户	100,000.00	1 年以内	3.94
合计		1,937,500.00		76.34

报告期内，公司应收账款管理情况良好，多数客户信用情况较好且与公司保持稳定的合作关系，应收账款形成坏账的风险相对较小。

报告期内持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方欠款情况见本小节之“六、关联方关系及关联交易”之“（二）关联交易情况及其公允性”。

(4) 应收账款金额前五名单位期后回款情况

2015 年 12 月 31 日前五名应收账款客户截至 2016 年 3 月 17 日的期后收款情况进行检查，主要客户回款情况如下：

单位：元

单位名称	2015年12月31日金额	期后回款
浙江英诺珐医药有限公司	1,140,000.00	720,000.00
和风来（中国）有限公司	900,000.00	900,000.00
江西江中食疗科技有限公司	649,621.00	649,621.00
北京汇源食品有限公司	600,397.00	600,397.00
上海根莱食品有限公司	257,000.00	257,000.00
合计	3,547,018.00	3,127,018.00

公司期后收款情况良好，剩余应收款基本在信用期内。

2、预付账款

(1) 预付账款账龄情况

单位：元

账龄	2015年12月31日		2014年12月31日	
	账面余额	占比(%)	账面余额	占比(%)
1年以内	464,247.04	100.00	726,594.51	100.00
合计	464,247.04	100.00	726,594.51	100.00

预付账款主要为预付酵素桶货款和劳务费。2015年12月31日预付账款余额较2014年12月31日有所下降，主要是因为2015年公司减少了对关联方的劳务采购。

(2) 期末余额较大的预付款情况

截至2015年12月31日，公司期末余额较大的预付款情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占总额比例(%)
和风来（中国）有限公司	关联方供应商	414,226.00	1年以内	89.23
雅客（中国）有限公司	非关联方供应商	18,200.00	1年以内	3.92
合计	—	432,426.00	—	93.15

截至 2014 年 12 月 31 日，公司期末余额较大的预付款情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占总额比例 (%)
上海焦点投资管理有限公司	关联方供应商	664,494.51	1 年以内	91.45
上海海友金融信息服务有限公司	非关联方供应商	33,800.00	1 年以内	4.65
上海炎传文化传播有限公司	非关联方供应商	20,600.00	1 年以内	2.84
合计	—	718,894.51	—	98.94

报告期内持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方欠款情况见本小节之“六、关联方关系及关联交易”之“（二）关联交易情况及其公允性”。

3、其他应收款

（1）其他应收款账龄情况

单位：元

账龄	2015年12月31日		2014年12月31日	
	账面净额	占比 (%)	账面净额	占比 (%)
1年以内	389,483.7	33.27	117,084.3	15.86
1至2年	160,000.00	13.67	621,163.35	84.14
2至3年	621,163.35	53.06		
合计	1,170,647.05	100.00	738,247.65	100.00

报告期内，其他应收款账面金额主要由办公楼租赁押金、电商平台保证金和员工暂借款组成。报告期末，除办公楼租赁押金和电商平台的保证金外，其他应收款账龄均在1年以内。

（2）其他应收款坏账准备计提情况

报告期末各期其他应收款的余额主要是办公楼租赁押金、电子商务平台保证金和关联方款项，这些款项均属于确信可收回款项，未发现存在需要计提坏账准备的情况。因此报告期内，公司其他应收款均未计提坏账准备。

报告期内持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方欠款情况见本小节之“六、关联方关系及关联交易”之“（二）关联交易情况及其公允性”。

（3）期末余额较大的其他应收款情况

截至 2015 年 12 月 31 日，公司期末余额较大的其他应收款情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	款项性质	占总额比例 (%)
新华人寿保险股份有限公司上海分公司	非关联方客户	621,163.35	2-3 年	办公楼租赁 押金	53.06
浙江淘宝网络有限公司	非关联方客户	60,000.00	1 年以内	平台押金	5.13
		110,000.00	1-2 年		9.40
江西食方食坊中药食品有限公司	非关联方客户	100,000.00	1 年以内	保证金	8.54
纽海信息技术（上海）有限公司（1 号店）	非关联方客户	60,000.00	1 年以内	平台押金	5.13
亚马逊卓越有限公司	非关联方客户	50,000.00	1-2 年	平台押金	4.27
合计		1,001,163.35			85.53

截至 2014 年 12 月 31 日，公司期末余额较大的其他应收款情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	款项性质	占总额比例 (%)
新华人寿保险股份有限公司上海分公司	非关联方客户	621,163.35	1-2 年	办公楼租赁 押金	84.14
上海第一视觉文化传播有限公司	关联方客户	84,034.00	1 年以内	往来款	11.38
合计		705,197.35			95.52

4、存货

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日

	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	账面余额	账面余额
库存商品	1,107,150.15		1,107,150.15			
发出商品	51,329.13		51,329.13			
合计	1,158,479.28		1,158,479.28			

公司存货主要包括库存商品和发出商品，其中发出商品是指公司在电商平台发货后，终端客户尚未确认收货验收的商品。公司 2015 年存货余额包含和风来酵素桶 5L 装和 10L 装、雅客糖果大礼包、和江中猴姑饼干等。2015 年存货余额系公司收购焦点电商剩余 81% 的股权导致焦点电商财务报表纳入合并范围。

报告期期末，公司存货账龄大部分在 3 个月以内，状况良好，未发现减值迹象，因此未对其计提存货跌价准备。

5、长期股权投资

母公司报表长期股权投资变动情况

单位：元

项目	核算方法	投资成本	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年12月31日	持股比例(%)
对子公司投资	成本法	5,000,000.00		5,338,533.43		5,338,533.43	100.00
对联营企业投资	权益法		936,083.13	78,238.22	1,014,321.35		19.00
合计			936,083.13	5,338,533.43	936,083.13	5,338,533.43	

截至报告期末，公司不存在未确认的投资损失或长期股权投资减值的情况。

6、固定资产

截至 2014 年 12 月 31 日，固定资产账面原值、累计折旧、减值准备和账面价值情况参见下表：

单位：元

项目	办公设备	运输设备	电子设备	合计
一、账面原值：				
1.期初余额	605,513.68	1,891,561.88	46,487.18	2,543,562.74
2.本期增加金额				

(1) 购置	76,976.07		217,584.29	294,560.36
(2) 在建工程转入				
(3) 企业合并增加				
3.本期减少金额				
(1) 处置或报废				
4.期末余额	682,489.75	1,891,561.88	264,071.47	2,838,123.10
二、累计折旧				
1.期初余额	11,700.80	187,185.00	7,550.00	206,435.80
2.本期增加金额				
(1) 计提	176,698.44	449,244.00	27,854.75	653,797.19
(2) 企业合并增加				
3.本期减少金额				
(1) 处置或报废				
4.期末余额	188,399.24	636,429.00	35,404.75	860,232.99
三、减值准备				
1.期初余额				
2.本期增加金额				
(1) 计提				
3.本期减少金额				
(1) 处置或报废				
4.期末余额				
四、账面价值				
1.期末账面价值	494,090.51	1,255,132.88	228,666.72	1,977,890.11
2.期初账面价值	593,812.88	1,704,376.88	38,937.18	2,337,126.94

截至 2015 年 12 月 31 日，固定资产账面原值、累计折旧、减值准备和账面价值情况参见下表：

单位：元

项目	办公设备	运输设备	电子设备	合计
一、账面原值：				
1 期初余额	682,489.75	1,891,561.88	264,071.47	2,838,123.10
2.本期增加金额				
(1) 购置	33,589.75		146,748.71	180,338.46
(2) 在建工程转入				
(3) 企业合并增加				
3.本期减少金额				
(1) 处置或报废	102,051.29			102,051.29
4.期末余额	614,028.21	1,891,561.88	410,820.18	2,916,410.27
二、累计折旧				
1.期初余额	188,399.24	636,429.00	35,404.75	860,232.99

2.本期增加金额				
(1) 计提	163,604.04	449,244.09	104,745.58	717,593.71
3.本期减少金额				
(1) 处置或报废	60,486.00			60,486.00
4.期末余额	291,517.28	1,085,673.09	140,150.33	1,517,340.70
三、减值准备				
1.期初余额				
2.本期增加金额				
(1) 计提				
3.本期减少金额				
(1) 处置或报废				
4.期末余额				
四、账面价值				
1.期末账面价值	322,510.93	805,888.79	270,669.85	1,399,069.57
2.期初账面价值	494,090.51	1,255,132.88	228,666.72	1,977,890.11

固定资产包括办公设备、运输工具和电子设备。公司采用直线法计提折旧，各类固定资产折旧年限为 3 至 5 年，预计残值率为 5.00%。2014 年度和 2015 年度，公司分别计提折旧 65.38 万元和 72.99 万元。报告期末，固定资产使用状况良好，未发现减值迹象。

7、无形资产

截至 2015 年 12 月 31 日，无形资产账面原值、累计摊销、减值准备和账面价值情况参见下表：

单位：元

项目	财务软件	合计
一、账面原值		
1.期初余额		
2.本期增加金额		
(1)购置	94,012.24	94,012.24
(2)内部研发		
(3)企业合并增加		
3.本期减少金额		
(1)处置		
4.期末余额	94,012.24	94,012.24
二、累计摊销		
1.期初余额		
2.本期增加金额		

(1) 计提	14,533.83	14,533.83
3.本期减少金额		
(1)处置		
4.期末余额	14,533.83	14,533.83
三、减值准备		
1.期初余额		
2.本期增加金额		
(1) 计提		
3.本期减少金额		
(1)处置		
4.期末余额		
四、账面价值		
1.期末账面价值	79,478.41	79,478.41
2.期初账面价值		

无形资产为公司 2015 年度新购财务软件，采用直线法计提摊销，摊销年限为 3 年，预计残值率为零。2015 年度，公司计提摊销 1.45 万元。报告期末，无形资产使用状况良好，未发现减值迹象。

10、长期待摊费用

截至 2014 年 12 月 31 日，长期待摊费用当年变动情况参见下表：

单位：元

项目	2013年12月31日	本年增加	本年摊销	2014年12月31日
装修支出	839,055.57	440,044.00	471,480.31	807,619.26
合计	839,055.57	440,044.00	471,480.31	807,619.26

截至 2015 年 12 月 31 日，长期待摊费用当期变动情况参见下表：

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加	本期摊销	2015年12月31日
装修支出	807,619.26	189,080.00	527,184.22	469,515.04
合计	807,619.26	189,080.00	527,184.22	469,515.04

长期待摊费用主要为办公楼装修费，在受益期内平均摊销，摊销年限为 5 年。2014 年度和 2015 年度，公司分别计提摊销 47.15 万元和 52.72 万元。

11、资产减值准备

(1) 公司资产减值准备计提政策具体详见本说明书第四节之“四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”。公司资产减值准备均为坏账准备。

(2) 资产减值准备计提情况：

截至 2014 年 12 月 31 日，资产减值准备计提情况参见下表：

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
		本期计提数	合并转入	合计		
坏账准备	93,043.90	33,831.10		33,831.10		126,875.00
合计	93,043.90	33,831.10		33,831.10		126,875.00

截至 2015 年 12 月 31 日，资产减值准备计提情况参见下表：

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加			本期减少	2015年12月31日
		本期计提数	合并转入	合计		
坏账准备	126,875.00	77,545.34	29,844.75	107,390.09		234,265.09
合计	126,875.00	77,545.34	29,844.75	107,390.09		234,265.09

(六) 报告期内各期末主要负债情况

2、应付账款

(1) 应付账款账龄情况

单位：元

账龄	2015年12月31日		2014年12月31日	
	账面金额	占比 (%)	账面金额	占比 (%)
1年以内	2,828,305.91	100.00		
合计	2,828,305.91	100.00		

公司采购内容主要为制作费外包，广告发布业务以及焦点电商采购代理销售产品。报告期末，应付账款账龄均在 1 年内。公司的品牌综合服务和制作费采购模式以订单式采购为主，根据订单采购相应的劳务。焦点电商则根据市场行情，在销售旺季增加采购以应对备货需求。

公司与广告片制作服务和广告发布业务供应商之间的结算模式一般为合同签订 3 到 10 日内支付第一笔货款，合同签订 1 个月内支付第二笔货款，前两笔款项金额占合同总金额比例一般在 90%左右，剩余尾款在服务完成之后支付。焦点电商采购代理销售产品的结算模式一般为发货前预付货款。

2014 年公司应付账款余额为零，而 2015 年末应付账款余额为 313.34 万元，一方面是因为公司于 2015 年 6 至 8 月逐步收购焦点电商的剩余 81%股权，导致焦点电商财务报表纳入合并范围；另一方面，因为公司 2015 年业务收入大幅增加，公司因此也增加了制作费和劳务费方面的采购量。2015 年应付账款主要是因为根据合同规定未到付款时点而留有余额。

(2) 应付账款金额前五名单位情况

截至 2015 年 12 月 31 日，公司应付账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占总额比例 (%)
上海美好生物技术有限公司	关联方供应商	692,500.72	1年以内	24.48
南京德合影视文化工作室	非关联方供应商	600,000.00	1年以内	21.21
上海传漾广告有限公司常熟分公司	非关联方供应商	482,075.47	1年以内	17.04
上海渴视数码科技有限公司	非关联方供应商	299,528.29	1年以内	10.59
江西江中健康科技有限公司	非关联方供应商	297,356.44	1年以内	10.51
合计	—	2,371,460.92		

报告期内应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方款项情况见本小节之“六、关联方关系及关联交易”之“（二）关联交易情况及其公允性”。

4、预收款项

(1) 预收款项账龄情况

单位：元

账龄	2015年12月31日		2014年12月31日	
	账面金额	占比 (%)	账面金额	占比 (%)
1年以内	333,333.33	100.00		
合计	333,333.33	100.00		

预收款项主要为预收客户品牌综合服务款项，根据合同约定，公司一般于月初或者季度初预收当月或当季度的品牌管理综合服务费。2015 年期末余额系预收雅客中国品牌管理综合服务费。

报告期末，预收账款中不存在持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东。

(2) 预收账款金额前五名单位情况

截至 2015 年 12 月 31 日，公司预收账款金额前五名单位情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	占总额比例 (%)
雅客（中国）有限公司	非关联方	333,333.33	1 年以内	100.00
合计		333,333.33		100.00

5、应交税费

单位：元

税种	2015年12月31日	2014年12月31日
企业所得税	3,104,833.84	555,088.82
增值税	366,710.84	133,785.36
城市维护建设税	17,787.97	452.00
教育费附加	18,335.54	2,260.02
河道管理费	3,667.11	452.00
印花税	10,004.27	11,963.26

代扣代缴个人所得税	98,589.02	
合计	3,619,928.59	704,001.46

6、其他应付款

(1) 其他应付款账龄情况

单位：元

账龄	2015年12月31日		2014年12月31日	
	账面金额	占比 (%)	账面金额	占比 (%)
1年以内	438,823.23	99.55	1,509,394.21	21.10
1至2年	2,000.00	0.45	3,400,000.00	78.90
合计	440,823.23	100.00	4,909,394.21	100.00

报告期内公司其他应付款主要系应付未付款项和关联方往来款，余额逐渐下降主要是因为公司结清了与关联方之间的往来款。报告期末，应付账款账龄在 1 年以上的系经销商保证金。

(2) 其他应付款金额前五名单位情况

截至 2015 年 12 月 31 日，公司金额较大的其他应付款情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占总额比例 (%)
德恒律所	非关联方	往来款	141,509.43	1年以内	32.10
众华会计师事务所	非关联方	往来款	94,339.62	1年以内	21.40
上海美好生物技术有限公司	关联方	代收款	29,909.00	1年以内	6.78
合计	—	—	265,758.65	—	60.29

截至 2014 年 12 月 31 日，公司金额较大的其他应付款情况：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占总额比例 (%)
------	--------	------	----	----	-----------

徐丽	关联方	往来款	4,283,544.76	1年以内	87.25
四川润康商贸有限公司	非关联方	往来款	600,000.00	1年以内	12.22
上海第一视觉文化传播有限公司	关联方	代垫款	25,814.00	1年以内	0.53
合计	—	—	4,909,358.76	—	100.00

注：四川润康系公司监事朱晓辉持股 10% 之公司，2015 年 10 月前朱晓辉尚未为公司监事，故其 2015 年 10 月前与公司无关联关系。

报告期内应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方款项情况见本小节之“六、关联方关系及关联交易”之“（二）关联交易情况及其公允性”。

（七）报告期内各期末股东权益变动表

单位：元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
股本	12,000,000.00	5,000,000.00
资本公积	1,292,307.40	
盈余公积	627,694.56	246,978.89
未分配利润	5,774,676.73	2,222,810.05
归属于母公司所有者权益合计	19,694,678.69	7,469,788.94
少数股东权益		
所有者权益（或股东权益）合计	19,694,678.69	7,469,788.94

（八）主要财务指标及现金流量分析

1、盈利能力分析

公司报告期内主营业务未发生变化，且其占营业收入比重始终在 99.80% 以上，主营业务明确且构成稳定。公司的客户集中在大健康服务和快消领域，随着保健养生观念的逐渐流行，公司的主要客户在品牌传播、产品广告等方面的投入都有一定幅度上升。2015 年公司业务线全面展开，除了加大对原有的品牌综合服务业务投入外，也扩大了对制作费业务的投入。自 2015 年起，公司整合了母

公司控股公司体系内的制作费业务，注销了第一视觉公司，并将其制作费业务悉数纳入本公司的业务范围，并且于 2015 年 6 至 8 月逐步收购了焦点电商剩余的 81% 股权，在线上产品销售上也增加了自己业务收入。

2014 年度和 2015 年度，公司主营业务的综合毛利率分别为 49.16% 和 50.15%，综合毛利率在报告期内稳步上升，主要是由于品牌管理综合服务收入和制作费收入变动所引起的。公司品牌管理综合服务收入 2015 年较 2014 年大幅上涨，而同时相应的成本主要为人力成本，该成本并未随着公司业务收入的上涨而大幅上升。同时，公司对部分客户的品牌管理综合服务月费收费标准根据合同规定也每年逐步提升。

2014 年度和 2015 年度，公司加权平均净资产收益率分别为 22.25% 和 107.42%。公司净资产收益率水平与盈利水平保持相适应。2015 年度净资产收益率较 2014 年度大幅上升主要是因为公司 2015 年公司整合了母公司控股公司体系内的制作费业务，并将母公司业务人员逐步并入公司，导致公司 2015 年收入大幅上涨，从而导致公司加权平均净资产收益率大幅上升。

2、偿债能力分析

2014 年末和 2015 年度末，公司流动比率分别为 1.65 和 3.37，速动比率分别为 1.65 和 3.22。其中，报告期末现金及现金等价物余额为 1,781.13 万元，而公司流动负债的账面余额为 742.66 万元，短期偿债能力较强。2014 年末和 2015 年度末，以母公司报表为基础的资产负债率分别为 43.39% 和 23.70%，公司资本结构合理、稳定，财务风险可控。

3、营运能力分析

2014 年度和 2015 年度，应收账款周转率分别为 7.71 次和 15.14 次。公司应收账款周转率从 2015 年起逐渐上升，主要与公司加强了对应收款的管理有关。2015 年公司营业收入较 2014 年增加了 221.77%，而公司对品牌管理综合服务业务的收款政策基本未变的，同时公司优化了客户结构，加强了应收账款的回收管理。

2015 年度，存货周转率为 44.75 次，周转天数较快。公司存货余额均系焦

点电商存货余额。公司于 2015 年 6 至 8 月逐步收购了焦点电商剩余的 81% 股份，从而并将焦点电商财务报表纳入合并范围。

4、现金流量分析

2014 年度和 2015 年度，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 294.06 万元和 1,235.77 万元。报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况良好，并逐年上升，主要是因为公司业务收入逐年上升并且客户回款情况良好。

报告期内各期，经营活动产生的现金流量中，销售商品、提供劳务收到的现金主要与当期营业收入相匹配；购买商品、接受劳务支付的现金主要与当期营业成本相匹配，支付给职工以及为职工支付的现金与当期应付职工薪酬借方发生额相匹配，支付的各项税费与当期应交税费借方发生额相匹配。收到的其他与经营活动有关的现金主要包括企业间往来、营业外收入和利息收入；支付的其他与经营活动有关的现金主要包括企业间往来、费用支出、营业外支出和财务费用。

2014 年度和 2015 年度，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-189.19 万元和-22.59 万元。投资活动产生的现金流出主要是公司为购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金（2014 年度：94.19 万元；2015 年度：46.34 万元）以及取得子公司及其他营业单位支付的现金净额(2015 年度-16.43 万元)。

报告期内各期，投资活动产生的现金流量中，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与当期固定资产、无形资产和其他长期资产原值本期增加额相匹配。

2014 年度和 2015 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 0.00 万元和 11.40 万元。2015 年度筹资活动产生的现金流入均系吸收股东投资收到的现金 711.40 万元；2015 年度筹资活动产生的现金流出均系分配股利、利润或偿付利息支付的现金 700.00 万元。

报告期内各期，筹资活动产生的现金流量中，吸收投资收到的现金与股本和资本公积增加额相匹配，分配股利所支付的现金与应付股利的借方发生额相匹配。

根据各项大额现金流量项目与相关科目的会计核算勾稽情况判断，报告期内

各期大额现金流量变动项目与实际业务的发生相符。

报告期内，公司现金及现金等价物净额变动较大，但期末现金及现金等价物余额基本保持充裕，同时公司在报告期内积极通过债务融资，为公司业务开展获取了充足的资金支持。

5、经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异分析

单位：元

补充资料	2015年度	2014年度
1. 将净利润调节为经营活动现金流量：		
净利润	11,836,677.67	1,495,860.30
加：资产减值损失	77,545.34	33,831.10
固定资产折旧	717,593.71	653,797.19
无形资产摊销	14,533.83	
长期待摊费用摊销	527,184.22	471,480.31
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-13,990.27	
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）		
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）		
财务费用（收益以“-”号填列）		
投资损失（收益以“-”号填列）	-86,446.42	13,916.87
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-78,348.60	-8,457.77
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）		
存货的减少（增加以“-”号填列）	-724,626.68	
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	3,372,406.75	-899,154.36
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-3,284,815.58	1,179,319.03
其他		
经营活动产生的现金流量净额	12,357,713.97	2,940,592.67

根据上表数据，报告期内公司经营活动净现金流量与净利润的差异主要是受固定资产折旧、经营性应收应付项目的变动影响所致。2014年度和2015年度，

固定资产折旧、经营性应收、应付项目变动导致经营活动产生的现金流量净额分别低于同期净利润93.40万元和80.52万元。

(1) 固定资产折旧的影响

固定资产折旧分析详见本说明书第四节之“五、最近两年一期的主要会计数据和财务指标”之“(六) 报告期内各期末主要资产情况”。

(2) 经营性应收项目变动的的影响

经营性应收项目变动主要受应收账款余额变动影响所致。应收账款余额的变动分析详见本说明书第四节之“五、最近两年一期的主要会计数据和财务指标”之“(六) 报告期内各期末主要资产情况”。

(3) 经营性应付项目变动的的影响

经营性应付项目变动主要受应付账款余额变动影响所致。应付账款余额的变动分析详见本说明书第四节之“五、最近两年一期的主要会计数据和财务指标”之“(七) 报告期内各期末主要负债情况”。

6、报告期内所有大额现金流量变动项目的内容、发生额、与实际业务之间的关系以及与相关科目的会计核算勾稽

(1) 销售商品、提供劳务收到的现金与相关科目勾稽关系

单位：万元

项目	2015年度	2014年度
营业收入	5,193.11	1,610.66
加：应交税费-增值税-销项税	393.88	96.64
加：应收帐款的减少（期初-期末）	-155.09	-67.67
加：预收账款的增加（期末-期初）	24.90	
销售商品提供劳务收到现金	5,456.80	1,639.63
报表金额	5,456.80	1,639.63
差额		

(2) 购买商品、接受劳务支付的现金与相关会计科目勾稽关系

单位：万元

项目	2015年度	2014年度
营业成本	2,592.35	818.79
加：存货(期末-期初)	72.46	
加：预付账款(期末-期初)	-185.50	6.21
加：应付账款(期初-期末)	65.25	
加：应交税-增值税-进项税	190.74	48.18
减：进项税转出	-15.94	
减：计入营业成本价值的工薪、折旧摊销	-558.38	-384.17
购买商品、接受劳务支付的现金	2,160.99	489.00
报表金额	2,160.99	489.00
差额		

(3) 收到的其他与经营活动有关的现金

单位：万元

项目	2015年度	2014年度
往来款及其他	582.74	600.00
政府补助收入	17.00	
收回保证金或押金	17.92	5.28
其他（财务费用-利息收入）	3.34	2.08
收到的其他与经营活动有关的现金	621.00	607.36
报表金额	621.00	607.36
差额		

(4) 支付的其他与经营活动有关的现金

单位：万元

项目	2015年度	2014年度
资金往来	836.34	600.00
支付保证金或押金	5.00	10.79
差旅费	46.78	40.78

办公费	42.51	47.16
房租及物业费	228.66	216.12
车辆使用费	20.79	3.73
业务招待费	12.99	0.23
中介机构顾问、咨询及审计费	2.37	
新三板费用	34.01	
服务费	154.18	
运杂费	28.48	
推广费	14.99	
制作费	7.05	1.38
其他	0.52	0.03
支付其他与经营活动有关的现金	1,434.67	920.22
报表金额	1,434.67	920.22
差额		

(5) 构建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金

单位：万元

项目	2015年度	2014年度
固定资产增加	18.03	29.46
无形资产增加	9.40	
长期待摊费用增加	18.91	44.00
其他应付款的减少		20.73
构建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	46.34	94.19
报表金额	46.34	94.19
差额		

7、同行业相关指标比较分析

单位：万元

指标	公司简称	2015年1-6月	2014年度
----	------	-----------	--------

盈利能力			
营业收入（万元）	世纪龙文	3,174.41	7,186.81
	蓝色光标	345,271.25	597,908.82
	焦点品牌	1,281.12	1,610.66
净利润（万元）	世纪龙文	50.71	156.63
	蓝色光标	8,755.59	71,188.39
	焦点品牌	364.77	149.59
毛利率	世纪龙文	50.18%	60.78%
	蓝色光标	29.18%	31.75%
	焦点品牌	65.48%	49.16%
加权平均净资产收益率	世纪龙文	0.84%	2.81%
	蓝色光标	1.91%	16.96%
	焦点品牌	42.99%	22.25%
扣除非经常性损益后的净资产收益率	世纪龙文	0.84%	2.82%
	蓝色光标	3.39%	14.52%
	焦点品牌	42.99%	22.25%
基本每股收益（元/股）	世纪龙文	0.03	0.10
	蓝色光标	0.04	0.75
	焦点品牌	0.7295	0.2992
稀释每股收益（元/股）	世纪龙文	0.03	0.10
	蓝色光标	0.04	0.74
	焦点品牌	0.7295	0.2992
偿债能力			
资产负债率	世纪龙文	13.57%	8.45%
	蓝色光标	63.14%	59.19%
	焦点品牌	17.02%	43.39%
流动比率（倍）	世纪龙文	7.04	11.55
	蓝色光标	1.09	1.90
	焦点品牌	4.38	1.65

速动比率（倍）	世纪龙文	7.04	10.94
	蓝色光标	1.09	1.08
	焦点品牌	4.38	1.65
营运能力			
应收账款周转率（次）	世纪龙文	0.67	1.87
	蓝色光标	1.46	3.33
	焦点品牌	6.62	7.71
存货周转率（次）	世纪龙文	不适用	不适用
	蓝色光标	184.01	620.38
	焦点品牌	不适用	不适用

注：公司2015年1-6月数据为焦点品牌单体未经审计数据

（1）盈利能力

相比同行业公司，公司的营业收入、净利润均低于蓝色光标，毛利率和净利润均高于世纪龙文。相比创业板上市公司蓝色光标，由于公司尚处于高速发展期，公司在服务规模、服务和产品种类、销售渠道等方面都存在一定差距；而相比全国股份转让系统挂牌公司世纪龙文，公司收入规模逐渐与其接近，盈利能力较好。

公司净资产收益率均高于世纪龙文和蓝色光标，主要是因为公司的资产负债率有异于两家公司，资产结构有一定的差异，另外公司2014年度公司注册资本一致保持较低的金額，净资产一直保持在一个较低的水平，同时公司营业收入一致保持较高的增长率，净利润逐年增加，导致公司净资产收益率较高。

公司每股收益均高于世纪龙文和蓝色光标。2015年1-6月蓝色光标每股收益出现较大的下滑，但是公司在2015年1-6月度抓住机遇扩大销售，每股收益大于另外两家，显示出公司较好的盈利能力。

（2）偿债能力

2014年度公司资产负债率较世纪龙文高，2015年逐渐下降并且均低于世纪龙文和蓝色光标，显示出公司较好资产结构。2014年公司流动比率和速动比率均与蓝色光标接近，低于世纪龙文，2015年1-6月两指标均高于蓝色光标低于世

纪龙文。今近年来，偿债能力逐渐增强，主要是因为公司快速发展，导致流动资金更为充裕，资本构成中债权性资本较低所致。

(3) 营运能力

报告期内，公司应收账款周转率均高于两家同行业公司，主要是因为报告期内公司优化了客户结构，同时加强了应收账款的回收管理。

六、关联方及关联交易

(一) 关联方及关联关系

控制关系	关联方	与本公司关系
控股股东	焦点投资	持有公司39.17%股份的控股股东
实际控制人	徐丽、高海涛	二人合计控制公司94.00%的股份
持有公司5%及以上股份的其他股东	考拉互动投资	持有公司29.92%股份的股东
	王馨	持有公司6.00%股份的股东
	焦点智造投资	持有公司5.00%股份的股东
全资子公司、控股子公司	焦点电商	公司持有其100.00%的股权
董事、监事和高级管理人员	徐丽	董事长
	王馨	董事、总经理
	王伯存	董事
	高扬君	副总经理
	高海涛	董事
	聂富洪	董事
	杨辰如	监事会主席
	刘晓虹	职工监事
	朱晓辉	监事
	陈蔚	财务负责人
实际控制人参股企业	美好生物	实际控制人徐丽高海涛合计持股85%

	第一视觉	实际控制人之一徐丽持有其43%的股权
	和风来	实际控制人之一徐丽持有其15%的股权
实际控制人控制的其他公司	美好生物	实际控制人徐丽、高海涛合计持有85%的股权
	云画廊	报告期内实际控制人之一高海涛持有其47%的股权，目前股权已转让。
公司参股的企业	现代九草	公司持有其15%股权（认缴未实缴）
公司监事参股的企业	极珍堂生物	公司监事朱晓辉持有其30%股权
	四川润康	公司监事朱晓辉持有其10%股权
	成都尚珍生物科技有限公司	公司监事朱晓辉持有其50%股权
	四川谦德投资管理有限公司	公司监事朱晓辉持有其10%股权
公司监事担任监事的企业	极珍堂中药	公司监事朱晓辉担任监事之公司
公司监事担任高管的企业	现代健康	公司监事朱晓辉担任经理之公司
公司监事担任董事的企业	美澳生物	公司监事朱晓辉担任董事之公司
实际控制人近亲属控制的公司	上海德熙贸易有限公司	公司实际控制人之一徐丽近亲属参股5%的公司

注：2015年10月前，朱晓辉尚未为公司监事，故其参股的企业及其担任董、监、高的企业与焦点品牌的关联关系均从2015年10月开始。第一视觉已于2015年10月12日完成工商注销登记。

（二）关联交易情况及其公允性

1、经常性关联交易及其公允性

（1）提供劳务和出售商品情况

报告期内，公司与关联方之间提供劳务和出售商品情况如下：

单位：万元

关联方名称	定价方式	交易内容	2015 年度		2014 年度	
			销售金额	占同类交易金额的比例(%)	销售金额	占同类交易金额的比例(%)
现代九草	市场价	提供劳务			75.74	4.70
和风来	市场价	提供劳务	207.43	4.55		
和风来	市场价	出售商品	10.26	1.65		
美好生物	协议价	出售商品	53.45	8.60		

① 提供劳务

报告期内，公司对现代九草及和风来均有提供劳务行为，提供劳务内容分别为广告代理服务和品牌管理综合服务。2014年度公司向现代九草提供劳务的金额为75.74万元，占同类交易金额的比例为4.70%。2015年度公司向和风来提供劳务的金额为207.43万元，占同类交易金额的比例为4.55%。

现代九草成立于2014年7月，其成立初期因宣传需要委托焦点品牌在航机杂志上发布广告。报告期内，公司因长期从事品牌管理综合服务业务，拥有较强品牌策划能力和广告发布议价能力。因此，2014年度现代九草委托焦点品牌为其航机杂志的广告发布代理商。

2015年度，和风来因扩大市场、提供品牌知名度的需要，委托焦点品牌为其提供品牌管理综合服务。服务内容包括和风来旗下虎杖传说品牌设计服务、品牌VI设计和POS设计等综合服务。

上述关联交易的交易价格与公司同期向无关联第三方销售价格或公开市场价格比较如下表所：

期间	对方单位	交易内容	平均交易单价（单位：万元）	单位
2014 年度	现代九草	提供广告代理	25.25	月
	非关联方		15.00 至 84.91	
2015 年度	和风来	提供品牌设计等综合服务	18.33	月
	非关联方		15.00 至 30.00	

通过以上比较，公司提供给和风来的品牌设计等综合服务与公司提供非关联

方的价格相比，价格相对公允。公司为现代九草提供的广告代理服务，发布媒介为航机杂志。因广告发布媒介不同，公司的广告代理收入差异较大。对比公司其他广告代理收入，公司对现代九草的广告代理收入在合理区间范围内，价格相对公允合理。

② 销售商品

报告期内，公司对和风来、美好生物均有出售商品行为，出售产品分别为月饼、江中猴姑饼干和和风来酵素桶等。2015年度公司向和风来、美好生物出售产品的金额分别为10.26万元和53.45万元，占同类交易金额的比例分别为1.65%和8.6%。

报告期内，焦点电商和美好生物均系江中猴姑饼干的代理销售商。2015年度美好生物在销售江中猴姑饼干时存在因市场需求旺盛而暂时缺货的情况，故美好生物因临时周转需要向焦点电商采购了江中产品。另外，2015年度和风来因中秋节节日福利需要向焦点电商采购了月饼。

上述关联交易的交易价格与公司同期向无关联第三方销售价格或公开市场价格比较如下表所示。

期间	对方单位	交易内容	平均交易单价（单位：元）	单位
2015 年度	和风来	销售月饼	200.00	盒
	非关联方		260.00	
2015 年度	美好生物	采购江中猴姑饼干等产品	45.85 至 89.25	盒
	非关联方		91.83 至 160.81	

通过以上对比，焦点电商销售给和风来的月饼较其销售给其他非关联方价格低，主要是因为焦点电商总体月饼销量不大，而和风来的采购量占其总销售量比重为26%左右，因此有价格上的优惠，同时该笔交易金额较小，对公司利润影响较小。因此，公司与和风来关联交易不存在通过显失公允的关联交易进行利益输送的情形。

公司与美好生物关联交易价格较非关联方低，主要是因为美好生物向公司采购产品系因市场需求旺盛而临时采购行为，公司同样也存在向美好生物临时采购

行为，相互之间采购行为均为平进平出，交易价格均为成本价，故公司向美好生物的销售价格低于公司向非关联方的销售价格。2015年度，公司向美好生物的采购总额为83.68万元，销售总额为53.45万元，两者相抵，对公司全年净利润影响微小。同时，美好生物已于2016年2月底起停止其主营业务，不再与公司有任何业务往来。截止本说明书出具之日，美好生物正在办理清算注销手续。因此，报告期内，公司与美好生物关联交易不存在通过显失公允的关联交易进行利益输送的情形。

(2) 采购商品和接受劳务情况

报告期内，公司与关联方之间和受劳务和采购商品情况如下：

单位：万元

关联方名称	定价方式	采购内容	2015 年度		2014 年度	
			采购金额	占同类交易金额的比例(%)	采购金额	占同类交易金额的比例(%)
焦点投资	市场价	接受劳务	209.36	9.33	273.17	33.36
第一视觉	市场价	接受劳务	56.60	2.52		
和风来	协议价	采购商品	307.14	56.98		
美好生物	协议价	采购商品	83.68	15.52		

①接受劳务

报告期内，公司向焦点投资和第一视觉均有接受劳务行为，接受劳务内容分别为接受品牌管理综合服务和广告片制作服务。2014年和2015年公司向焦点投资接受劳务的金额分别为339.62万元和141.51万元，占同类交易金额的比例分别为41.48%和6.31%。2015年度公司向第一视觉接受劳务的金额为56.60万元，占同类交易金额的比例为2.52%。

2014年度因公司实际控制人徐丽控制的其他关联公司业务整合尚未完成，焦点投资和第一视觉分别从事提供品牌综合服务和广告片制作服务业务，而焦点品牌在2014年度因当时业务人员不足以满足业务发展的需要，故分别向焦点投资和第一视觉外包了部分品牌综合服务和广告片制作服务。公司已于2015年10月注销了第一视觉，并将第一视觉的制作费业务全部并入焦点品牌。同时，公司

自2015年8月起，不再向焦点投资外包品牌综合服务业务，并将焦点投资全部业务人员并入焦点品牌。焦点投资自2015年起逐步转型成为投资控股公司，不再从事具体的品牌综合服务业务，并于2016年1月办理工商变更，变更后的经营范围为投资管理。

上述关联交易的交易价格与公司同期向无关联第三方销售价格或公开市场价格比较如下表所示：

期间	对方单位	交易内容	平均交易单价（单位：万元）	单位
2015 和 2014 年度	焦点投资	品牌综合服务劳务	50 万至 60 万	月
	非关联方		50 万至 60 万	
2015 年度	第一视觉	TVC 广告制作代理	60.00	条
	非关联方	服务	60.00	

通过以上比较分析，上述关联交易定价处于合理的价格区间，不存在公允性问题。

②采购商品

报告期内，公司向和风来和美好生物均有采购商品行为，采购内容主要为和风来酵素桶。报告期内，公司向和风来和美好生物采购商品的金额分别为307.14万元和83.68万元，占同类交易金额的比例分别为56.98%和15.92%。

公司向和风来采购产品均系焦点电商采购行为，其采购商品包括和风来酵素桶10L装和风来酵素桶5L装等。报告期内，焦点电商系和风来還元系列产品代理商，其代理产品包括酵素桶、多功能粉、纺织生活品等，代理协议的有效期限从2014年5月16日起至2017年5月15日止。公司向美好生物采购产品均为焦点电商向美好生物采购行为，其采购商品主要为和风来酵素桶5L装和10L装。报告期内，焦点电商和美好生物均和风来系列产品的代理销售商。2015年度焦点电商在销售和风来系列产品时存在因市场需求旺盛而暂时缺货的情况，故焦点电商临时向美好生物采购了和风来系列产品。

同时，为解决美好生物与公司存在的潜在同业竞争风险，美好生物已于2015年2月停止向第三方销货行为，并已清理所有库存，不再与公司有任何业务往来，

并启动了注销程序。

上述关联交易的交易价格与公司同期向无关联第三方销售价格或公开市场价格比较如下表所示。

期间	对方单位	交易内容	平均交易单价（单位：元）	单位
2015 年度	和风来	采购酵素桶等产品	118.95 至 153.92	桶
	非关联方		182.77 至 238.33	
2015 年度	美好生物	采购和风来酵素桶等产品	119.66 至 153.85	盒
	非关联方		33.5 至 123.5	

通过以上对比，公司向和风来采购产品价格较和其他无关联第三方向和风来采购相同产品价格低，主要是因为焦点电商系和风来产品的旗舰代理商，其在采购和风来产品的同时，还承担了和风来产品的推广和宣传费用，而其他非关联方无需承担该部分费用。同时，公司董事、监事、高级管理人员及公司出具了《承诺函》，承诺报告期内与和风来发生的关联交易不存在利益输送，交易价格公允合理。

报告期内，公司与美好生物关联交易价格较非关联方低，主要是因为公司向美好生物采购产品系因市场需求旺盛而临时周转采购行为，美好生物同样也存在向公司临时周转采购行为，相互之间采购行为均为平进平出，交易价格均为成本价，故公司向美好生物的采购价低于公司向非关联方的采购价。2015年度，公司向美好生物的采购总额为83.68万元，销售总额为53.45万元，两者相抵，对公司全年净利润影响微小。同时，美好生物已于2016年2月底起停止主营业务，不再与公司有任何业务往来，并逐步启动注销程序。因此，报告期内，公司与美好生物关联交易不存在通过显失公允的关联交易进行利益输送的情形。

（3）写字楼租赁情况

单位：万元

关联方(出租方)	承租方	关联交易内容	平均单价（元/平方米/天）	2015年度	2014年度
徐丽（高海涛）	焦点电商	写字楼	3.60	16.87	
焦点品牌	和风来	写字楼	5.90	10.48	

2015年3月5日，徐丽与焦点电商签订了写字楼租赁合同，将上海市徐家汇路550号29楼A、B座办公区出租给焦点电商使用，出租房屋建筑面积为223.14平方米，租赁期限从2015年4月1日起至2017年3月31日止，租赁单价为2.80元/平方米/天；另外，于2015年11月1日，焦点电商与徐丽重新签署了《房屋租赁合同》，房屋面积为291平方米，租赁期限为36个月（即自2015年11月1日至2017年10月31日），租赁单价为3.60元/平方米/天。

2015年3月5日，焦点品牌与和风来签订了写字楼租赁合同，将上海市虹口区东大名路558号新华保险大厦17楼部分办公区出租给和风来使用，出租房屋建筑面积为109.83平方米，租赁期限从2015年8月1日起至2016年10月31日止，租赁单价为5.90元/平方米/天。

双方定价原则为：徐丽出租给焦点电商写字楼办公区的平均租赁单价与徐丽在同一写字楼出租给其他无关联关系的公司的平均租赁单价相近，价格相对公允；焦点品牌出租给和风来写字楼办公区的平均租赁单价与焦点品牌从新华保险大厦处租入的价格相等，公司未从中赚取差价，价格相对公允。

2、偶发性关联交易及其公允性

(1) 提供劳务给焦点投资

单位：万元

关联方名称	定价方式	交易内容	2015年度		2014年度	
			销售金额	占同类交易金额的比例(%)	销售金额	占同类交易金额的比例(%)
焦点投资	市场价	提供劳务			92.45	5.74

报告期内，公司向焦点投资有提供劳务行为，提供劳务内容主要为提供品牌管理综合服务。2014年度公司向焦点投资提供劳务的金额分别为92.45万元，占同类交易金额的比例分别为5.74%。

焦点投资原名焦点广告，主要从事广告发布、广告制作和品牌管理综合服务，后基于公司架构调整，对业务进行逐步的划分——由焦点投资从事广告发布、第一视觉从事广告片制作、焦点品牌从事品牌管理综合服务。在上述架构调整思路

确定后，焦点品牌与焦点投资完成业务调整之前，焦点投资与焦点品牌曾同时从事过品牌管理综合服务。2013年8月焦点广告与烟台现代商城置业开发有限公司签订了品牌综合服务协议，根据协议，服务年费为300万，第一年服务期间为2013年8月至2014年7月，其中2013年焦点投资对烟台现代开票确认收入200万并已收到款项。2014年，焦点投资逐步将品牌综合服务业务转移给焦点品牌，实际对现代烟台提供品牌管理综合服务的人员均为焦点品牌人员，于是存在焦点投资开票给现代烟台而焦点品牌开票给焦点投资确认收入情形。同时2014年，由于焦点投资和焦点品牌人员划拨尚未完成，焦点品牌业务人员的劳动合同与社保关系尚在焦点投资，因此焦点品牌发生的品牌综合服务的劳务成本均需向焦点投资采购。

为解决同业竞争问题，焦点投资全部业务人员于2015年起逐步并入焦点品牌，同时转型成为投资控股公司，不再从事具体的品牌综合服务业务和广告代理业务，并于2016年1月办理工商变更，变更后的经营范围为投资管理。

上述关联交易的交易价格与公司同期向无关联第三方销售价格或公开市场价格比较如下表所：

期间	对方单位	交易内容	平均交易单价（单位：万元）	单位
2014年度	焦点投资	提供广告策划和品牌综合服务	25.00	月
	非关联方		15.00 至 30.00	

通过以上比较，公司提供给焦点投资品牌综合服务月费与公司提供非关联方的价格相比，交易价格公允。

(2) 收购焦点电商股权

单位：万元

关联方	关联交易内容	2015年度	占同类交易金额比例 (%)	2014年度	占同类交易金额比例 (%)
高海涛	收购股权	160.00	65.31		
高海涛	收购股权	245.00	34.69		

合计	—	405.00	100.00		
----	---	--------	--------	--	--

焦点电商成立于 2014 年 1 月 3 日，注册资本 500.00 万元，主营业务为线上产品销售，其代理销售产品包括和风来酵素桶、江中猴姑饼干和参灵草等产品。焦点电商历史沿革的基本情况，详见本说明书“第一节 基本情况”之“五、公司控股子公司、参股子公司及分支机构情况”之“（一）焦点电商的基本情况”。

为了更好地整合业务和资源，2015 年 6 月 4 日，焦点电商召开股东会，决议同意高海涛将其持有焦点电商的 32% 股权（160 万元出资）转让给焦点品牌，并于 2015 年 7 月 16 日，焦点电商再次召开股东会，决议同意高海涛将其持有焦点电商的 49% 股权（245 万元出资）转让给焦点品牌，

2015 年 5 月 31 日，焦点电商未经审计账面净资产为 467.33 万元，32% 的持股比例的股权价值为 149.54 万元，收购溢价 10.46 万元，溢价金额占焦点电商 2015 年 5 月低未经审计总资产比重为 1.33%。2015 年 7 月 31 日，焦点电商未经审计账面净资产为 460.19 万元，49% 的持股比例的股权价值为 225.49 万元，收购溢价 19.51 万元，溢价金额占焦点电商 2015 年 7 月低未经审计总资产比重总资产比重为 3.29%。

两次收购溢价金额占焦点电商总资产比重较小。公司主营业务为品牌管理综合服务，主要客户集中在大健康 and 快消领域，公司收购焦点电商后不仅能从事和风来酵素桶等大健康概念产品的线上销售，也丰富了焦点品牌的业务线。

焦点电商的上述股权变更于 2015 年 8 月 24 日经上海市工商局自由贸易试验区分局核准。至此，焦点电商成为有限公司的全资子公司，有关焦点电商的基本情况与财务数据详见本说明书“第四节 公司财务”之“十、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的情况”。

3、关联方资金占款

报告期内，关联方往来余额如下：

单位：元

项目	关联方名称	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	款项性质
应收账款	和风来（中国）有限公司	900,000.00		应收服务款

应收账款	上海美好生物技术有限公司	37,611.50		货款
其他应收款	上海第一视觉文化传播有限公司		84,034.00	往来款
预付账款	和风来（中国）有限公司	414,226.00		货款
应付账款	上海美好生物技术有限公司	692,500.72		货款
其他应付款	徐丽		4,283,544.76	往来款
	上海第一视觉文化传播有限公司		25,814.00	代垫款
	上海美好生物技术有限公司	29,909.00		往来款

截至本说明书出具之日，关联方往来期后还款明细如下：

单位：元

项目	关联方名称	2015年12月31日	期后还款
应收账款	和风来（中国）有限公司	900,000.00	900,000.00
应收账款	上海美好生物技术有限公司	37,611.50	37,611.50
预付账款	和风来（中国）有限公司	414,226.00	
应付账款	上海美好生物技术有限公司	692,500.72	
其他应付款	上海美好生物技术有限公司	29,909.00	29,909.00

截至本说明书出具之日，公司与关联方之间的往来款项除预付和应付货款外，其他均已结清。

（三）关联方交易的合规性

有限公司阶段，由于法律风险意识不强及内控制度欠缺，公司章程未就关联交易决策程序作出明确规定，上述关联方交易和关联方资金拆借由各股东协商确定，并未形成书面决议文件。

股份公司成立后，公司在《公司章程》中规定了关联交易决策的程序，并制定了《关联交易决策制度》，股份公司将在日后经营过程中，严格按照相关规定履行关联交易决策程序。

2016年3月17日，焦点品牌召开2016年第一次临时股东大会，审议通过了《关于追认公司2014年度、2015年度关联交易的议案》，对报告期内的关联交易予以确认。

（四）关联方交易决策权限、决策程序和定价机制

1、关联交易决策权限和决策程序

《公司章程》第七十七条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不记入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。”《公司章程》第一百零三条规定：“董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、借款，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。”

《关联交易决策制度》第十五条规定：“公司与关联自然人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在人民币 30 万元以上、与关联法人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在人民币 100 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易，应当提交董事会审议。”

《关联交易决策制度》第十六条规定：“公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 1000 万元人民币以上，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，应当提交股东大会审议。”

《关联交易决策制度》第十八条规定：“公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 1,000 万元人民币以上，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，若交易标的为公司股权，公司应当聘请具有从事证券、期货相关业务资格会计师事务所对交易标的最近一年又一期财务会计报告进行审计，审计截止日距协议签署日不得超过六个月；若交易标的为股权以外的其他资产，公司应当聘请具有从事证券、期货相关业务资格资产评估机构进行评估，评估基准日距协议签署日不得超过一年。”

《关联交易决策制度》第十六条规定：“公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 1000 万元人民币以上，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，应当提交股东大会审议。公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

公司不得直接或者通过子公司向董事、监事和高级管理人员提供借款。”

《关联交易决策制度》第二十六条规定：“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。公司在召开董事会审议关联交易事项时，会议召集人应在会议表决前提醒关联董事须回避表决。关联董事未主动声明并回避的，知悉情况的董事应要求关联董事予以回避。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。前款所称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，或者在能直接或者间接控制该交易对方的法人或其他组织、该交易对方直接或者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者间接控制权的；（四）交易对方或者其直接或者间接控制人的关系密切的家庭成员；（五）交易对方或者其直接或者间接控制人的董事、监事和高级管理人员的关系密切的家庭成员；（六）中国证监会及全国中小企业股份转让系统有限责任公司或者公司认定的与公司存在利益冲突，可能影响其独立商业判断的董事。”

《关联交易决策制度》第二十七条规定：“股东大会审议关联交易事项时，下列股东应当回避表决：（一）交易对方；（二）拥有交易对方直接或者间接控制权的；（三）被交易对方直接或者间接控制的；（四）与交易对方受同一法人或者自然人直接或者间接控制的；（五）交易对方或者其直接或者间接控制人的关系密切的家庭成员；（六）在交易对方任职，或者在能直接或间接控制该交易对方的法人单位或者该交易对方直接或间接控制的法人单位任职的（适用于股东为自然人的）；（七）因与交易对方或者其关联人存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使其表决权受到限制或者影响的；（八）中国证监会及全国中小企业股份转让系统有限责任公司认定的可能造成公司利益对其倾斜的。”

《关联交易决策制度》第二十九条规定：“对于首次发生的日常关联交易，公司应当与关联人订立书面协议并及时披露，根据协议涉及的交易金额分别适用第十五条、第十六条、第十七条规定提交董事会、股东大会或者总经理审议；协议没有具体交易金额的，应当提交股东大会审议。”

2、关联交易定价机制

《关联交易决策制度》第三条规定：“公司关联交易应当遵循以下原则：（1）诚实信用原则；（2）平等、自愿、等价、有偿原则；（3）公平、公正、公开原则；（4）关联股东、董事回避表决原则；（5）公司董事会应当根据客观标准判断该关联交易是否公允、是否对公司有利，必要时聘请专业评估师或独立财务顾问发表意见和报告。关联交易的定价原则上不应偏离市场独立第三方的价格和收费标准，对于难以比较市场价格或定价受到限制的关联交易，应通过合同明确有关成本和利润的标准。”

《关联交易决策制度》第六条规定：“公司与关联人之间的关联交易应签订书面协议。协议的签订应当遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，协议内容应明确、具体。公司应将该协议的订立、变更、终止及履行情况等事项按照有关规定予以披露。”

《关联交易决策制度》第八条规定：“公司应采取有效措施防止关联人以垄断采购和销售业务渠道等方式干预公司的经营，损害公司利益。关联交易活动应遵循商业原则，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准。公司应对关联交易的定价依据予以充分披露。”

（五）减少和规范关联交易的具体安排

为规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正，本公司董事会按照《公司法》、《上市公司章程指引》等有关法律、法规及相关规定，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事制度》、《关联交易决策制度》等规章制度，对关联交易的决策权限、决策程序及关联董事、关联股东的回避表决制度进行了详细的规定，以保证公司董事会、股东大会关联交易决策对其他股东利益的公允性。

（六）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方及持有公司5%以上股份股东在主要供应商或客户占有权益的情况

报告期内，焦点投资系公司的控股股东，2014年度和2015年度公司对焦点投资的采购额分别为273.17万元和209.36万元，占公司当期全部采购额的比例

分别为 40.00%和 9.41%。报告期内，实际控制人徐丽持有和风来 15%的股权，2015 年公司对和风来的采购额为 307.14 万元，占公司当期全部采购额的比例为 13.81%。

报告期内，公司实际控制人徐丽持有和风来 15%的股权，公司 2015 年度对和风来的全年销售额为 207.14 万元，占公司当年占同类交易金额的比例为 4.55%；

除以上关联交易事项外，报告期内，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及持有公司 5%以上股份股东及关联方在主要供应商或者客户中不存在占有权益的情况。

七、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至 2015 年 12 月 31 日，公司不存在需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至 2015 年 12 月 31 日，公司不存在需要披露的或有事项。

（三）其他重要事项

截至 2015 年 12 月 31 日，公司不存在需要披露的其他重要事项。

八、报告期内资产评估情况

为了整体变更设立股份公司，公司聘请开元资产评估有限公司对其整体资产和负债进行了评估。本次资产评估的基准日为 2015 年 8 月 31 日，开元资产评估有限公司 2015 年 10 月 9 日出具了《资产评估报告》（开元评报字[2015]439 号）。本次评估目的为确定有限公司账面净资产评估基准日的市场价值，为有限公司企业改制办理工商注册登记事宜提供价值参考意见，评估对象为有限公司账面净资产评估基准日的市场价值，评估方法为资产基础法。

经实施评估程序后，于评估基准日，公司账面净资产在持续经营前提下的市场价值为 645.25 万元，账面净资产评估价值较账面价值评估增值 83.79 万元，增值率为 12.99%。评估结果汇总如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增减率 (%)
资产总额	2,164.39	2,248.18	83.79	3.87
负债总额	1,519.14	1,519.14		
净资产	645.25	729.04	83.79	12.99

九、股利分配政策

(一) 最近两年股利分配政策

《公司章程》第一百五十二条规定：“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。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。”

《公司章程》第一百五十三条规定：“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，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。”

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。”

《公司章程》第一百五十四条规定：“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。”

(二) 最近两年股利分配情况

2015年8月8日，公司召开股东会，决议以现金方式分配人民币700万元股利，其中焦点投资658万元、王馨42万元。2015年11月公司实际支付王馨股利33.6

万元，并于同月代扣代缴了王馨个人所得税8.4万元；2015年12月公司实际支付焦点投资股利658万元。除此外，均未对股东进行利润分配。

（三）公开转让后的股利分配政策

公开转让后，公司仍将按照《公司章程》执行股利分配政策。

十、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的情况

（一）控股子公司及纳入合并报表的其他企业基本情况

1、上海焦点电子商务有限公司

子公司名称	上海焦点电子商务有限公司
公司类型	有限责任公司（法人独资）
成立时间	2014年1月3日
法定代表人	高海涛
注册资本	500.00万元
实缴资本	500.00万元
注册地址	上海市松江区文汇路1128号2016室
业务性质	主要从事食品及日常用品的互联网销售
经营范围	食品流通，家具及家居用品、家电和数码产品及其配件、照相器材、厨卫用具、纺织品、针织品、服装鞋帽及箱包、化妆品及卫生用品、办公用品、体育用品及器材、玩具、日用百货、五金制品、计算机及配件、一类医疗器械、通讯设备（除卫星电视广播地面接收设施）的销售，计算机软件及硬件的技术研究、技术开发和销售，计算机系统集成，并提供相关技术咨询、技术支持和维护，市场营销策划，商务信息咨询（以上咨询除经纪），会务服务，从事货物和技术的进出口业务。
投资比例	100.00%
表决比例	100.00%

（二）报告期内纳入合并报表范围子公司情况

1、上海焦点电子商务有限公司

(1) 购买方的确定

有限公司取得焦点电商的控制权，是焦点电商的购买方。

(2) 购买日的确定

2015年4月25日前，焦点电商的股权结构为，焦点有限持股19%，高海涛持股30%，易恒实业持股51%。易恒实业能对焦点电商实施控制，并且焦点电商最终实际控制人为王影和曾庆春。

2015年4月25日，焦点电商召开股东会，决议同意易恒实业将其持有的焦点电商51%股权（255万元出资）转让给高海涛，至此，高海涛持有焦点电商81%的股权，能够对其实施控制。

在2015年4月25日后，有限公司持有焦点电商19%的股权、高海涛持有焦点电商81%的股权，并且高海涛为焦点电商唯一的董事，有限公司通过高海涛能够控制焦点电商。因此，高海涛于2015年4月25日收购易恒实业51%的股权的交易中参与合并各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制，属于非同一控制下的企业合并。

由于购买日是购买方获得对被购买方控制权的日期，因此有限公司以2015年4月25日作为合并交易的购买日。

(3) 合并报表范围的确定

对于本期取得的子公司，合并资产负债表以本期取得的子公司在合并资产负债表日的资产负债表为基础编制，合并利润表和合并现金流量表以本期取得的子公司自取得控制权之日起至本期期末未会计期间的财务报表为基础编制。

(三) 控股子公司及纳入合并报表其他企业的经营情况

1、焦点电商合并范围内的个别财务报表数据具体如下：

单位：万元

项目	2015年12月31日	2014年12月31日
总资产	645.42	

净资产	518.97	
项目	2015年5-12月	2014年度
营业收入	642.32	
净利润	-14.88	

十一、经营中可能影响公司持续经营能力的风险分析和风险管理措施

（一）实际控制人不当控制风险

截至本说明书出具之日，公司的实际控制人高海涛与徐丽夫妇直接及间接控制公司 94%的表决权，所支配的表决权能够支配股东大会的决策，能够对公司股东大会、董事会的重大决策产生重大影响并能够实际支配公司的经营决策。公司有可能存在实际控制人及其关联方凭借控股地位，通过行使表决权等方式对公司的人事、财务、经营决策等方面进行不当控制，从而损害公司及中小股东利益的风险。

风险管理措施：（1）公司在《公司章程》中明确规定公司的控股股东、实际控制人不得损害公司利益。公司控股股东及实际控制人对公司和公司社会公众股东负有诚信义务，同时，公司制定了三会议事规则以及《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》，建立健全了公司的治理机制；（2）公司已经引入了 1 名职工监事，从决策、监督层面加强对实际控制人的制衡，以防范实际控制人侵害公司及其他股东利益。

（二）内部控制水平亟待提高的风险

焦点品牌系由焦点有限整体变更设立的股份公司。股份公司设立后，建立健全了法人治理结构，构建了现代企业发展所需的内部控制体系。但是，由于股份公司成立的时间较短，各项管理、控制制度的执行尚未经过较长经营周期的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在公司治理及管理经营过程中逐渐完善。同时，随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

风险管理措施：整体变更设立为股份公司后，公司依据《公司法》、《证券法》、

《非上市公众公司监督管理办法》等法律、法规之规定，制定了《公司章程》，并以《公司章程》为基础建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的法人治理架构，并制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作制度》等制度。公司还将通过加强对管理层培训等方式，不断增强实际控制人及管理层的诚信和规范意识，督促其切实遵守相关法律法规，忠诚履行职责。

（三）客户较为集中的风险

2014年度和2015年度，公司前五大客户的营业收入分别为1,236.62万元、3,658.02万元，占公司各期营业收入的比例分别为76.78%和70.44%。公司客户集中度较高，如果部分客户经营情况不利从而减少对公司服务的采购，公司的营业收入增长将受到影响。虽然公司加强了在市场开拓方面的投入，未来有望减轻对主要客户的依赖程度，但短期内公司仍存在客户集中度过高的风险。

风险管理措施：公司在保持自己精品服务发展战略的同时，已积极扩展在大健康和快速消费品领域客户范围，合作品牌在15年底已达10个以上并将逐渐增加。另外，公司也逐步扩大了自己的人员规模，使公司能为更多的品牌提供品牌管理综合服务。

（四）供应商较为集中的风险

2014年度和2015年度公司对前五大供应商的采购总额分别为531.81万元和1,675.55万元，占公司各期采购总额的比例分别为77.87%和75.33%。报告期内，公司供应商集中度较高。如果公司主要供应商在产品、服务质量或供应及时性等方面不能满足公司的业务需求，或提高产品、服务价格，则会影响公司的产品质量、服务满意度和盈利水平。虽然报告期内，公司增加了供应商数量，对前五大供应商的采购总额占公司各期采购总额的比例有所下降，并减轻了对主要供应商的依赖程度，但短期内公司仍存在供应商集中度过高的风险。

风险管理措施：报告期内公司采购成本主要为外包劳务和外包制作服务。对于外包劳务费，公司自2015年8月起，将焦点投资全部业务人员并入焦点品牌，不再向焦点投资外包品牌综合服务业务。对于外包制作服务，公司逐渐增加了制

作服务的供应商，减轻了对主要供应商的依赖程度。

（五）宏观经济波动的风险

作为商务服务业的一个分支，整合营销传播服务行业的下游涉及汽车、IT、快速消费品、健康医疗等多个行业，整合营销传播服务行业与下游行业的营销需求密切相关。公司下游行业的发展状况直接影响其营销需求和营销费用预算，从而间接影响整合营销传播服务业的发展和公司的经营状况。如果未来宏观经济运行出现较大幅度的波动，会对公司下游行业的景气程度和生产经营状况产生影响，并间接影响公司的经营业绩。

风险管理措施：公司将密切关注国家宏观经济的动向，提高自身的竞争力，并加强在电商领域的投入，分散宏观经济波动带来的风险。

（六）行业竞争风险

整合营销传播服务行业是充分竞争的行业，行业内企业众多，行业集中度相对较低，而随着近年来行业并购潮流的兴起，国内整合营销传播服务行业的竞争进一步加剧。另外，整合营销传播服务行业在国内市场的发展历史较短，主要实行行业自律的管理体制，行业无明确的主管部门监督管理，相关法律法规也较为缺乏，整合营销传播服务市场的无序竞争可能会加大公司的经营风险。

风险管理措施：随着近年来焦点品牌影响力逐渐增加以及公司成功服务多项大型品牌的经验，公司已经与大健康和快速消费品领域多家大企业建立了合作，具有持续获取优质客户资源和业务创新的能力，公司将进一步加强与客户的战略合作关系。

（七）核心人才流失风险

公司所在的整合营销传播服务行业属于知识密集型行业，行业主要依靠人才资源积累的知识和经验来提供服务，人才的专业素质是品牌管理综合服务质量的关键因素。随着公司发展规模的不断扩大，对人才的需求将进一步扩大。虽然公司制订了较为完善的人员薪资制度和考核体系，但未来如果公司的核心人才出现流失，将会影响公司所提供服务的质量和效率，进而对公司持续经营带来一定的不利影响。

风险管理措施：公司将加强建设对人才的培养和激励制度。一方面，充分发挥现有核心人员的技术优势，不断培养具有丰富经验的创意人才；另一方面，加强对核心技术人员的激励措施，通过股权激励等方式保持核心技术人员的稳定性。

（八）子公司焦点电商存在被采取行政处罚措施的风险

因消费者举报称其代理运营的江中牌猴姑酥性饼干旗舰店网站宣传涉及不科学的功效涉嫌误导消费者，子公司焦点电商于 2014 年 9 月 9 日被上海市徐汇区市场监管局立案调查，目前该案件尚未结案。经与市场监管部门的沟通，在目前阶段，上述举报事实是否成立尚无明确定论，是否会对焦点电商采取行政处罚措施尚有较大不确定性。

风险管理措施：针对上述风险，（1）公司实际控制人出具了《承诺函》：“焦点电商因消费者举报于 2014 年 9 月 9 日被上海市徐汇区市场监管局立案，目前尚未结案，上述情形不会对公司的运营产生重大不利影响，作为公司的实际控制人，本人承诺：如焦点电商因上述案件被市场监管机关处以行政处罚的，涉及的罚款或罚金本人愿意代为缴纳。本承诺在上述案件结案前有效且不可撤销。”（2）根据上海市松江区市场监督管理局于 2016 年 2 月 26 日出具的《证明》（2016074），除上述未结案情况外，焦点电商自成立至出具日未发现其他违反工商行政管理法律法规的违法行为受到该机关行政处罚的记录。截至本说明书出具之日，目前焦点电商正常经营，积极配合工商部门的调查，并未受到相关监管部门其他监管要求或者处罚。（3）焦点电商自 2015 年 6 月已不再从事“江中旗舰店”的运营，焦点电商不再进行猴头姑饼干的网上销售和宣传。因此，存在的上述举报情形不会对公司的经营产生重大不利影响，律师事务所律师及主办券商经调查后认为：焦点品牌控股子公司焦点电商上述被举报调查的广告宣传行为不会对公司本次挂牌构成实质性障碍。

第五节 有关声明

一、 申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事签字：

徐丽：

王馨：

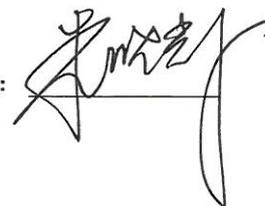
高海涛：

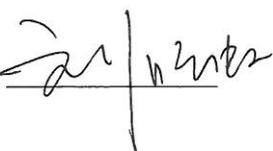
王伯存：

聂富洪：

全体监事签字：

杨辰如：

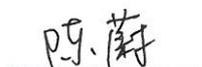
朱晓辉：

刘晓虹：

全体高级管理人员签字：

王馨：

高扬君：

陈蔚：

上海焦点品牌管理股份有限公司

2016年4月6日

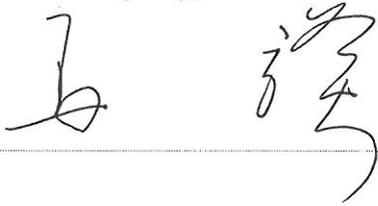


二、主办券商声明

本公司已对本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、完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：

马 骥



项目负责人：

许洪语



项目小组成员：

王德慧

戚黎明



东方花旗证券有限公司

2016年4月6日



三、申请挂牌公司律师声明

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

经办律师 高慧

经办律师 朱玲

经办律师 王娅迪

机构负责人 沈瑞

德恒上海律师事务所

2016年4月6日



四、会计师事务所声明

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

机构负责人 孙勇

签字注册会计师 吴焕明

签字注册会计师 马忠



众华会计师事务所（特殊普通合伙）



2016年4月6日

五、资产评估机构声明

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

签字注册资产评估师



签字注册资产评估师



机构负责人

开元资产评估有限公司



第六节 附件

- 一、主办券商推荐报告
- 二、财务报表及审计报告
- 三、法律意见书
- 四、公司章程
- 五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见