

上海榕智市场营销策划股份有限公司

SHANGHAI RONGZHI MARKETING PLANNING CO., LTD.

(上海市闵行区紫东路 58 号第 3 幢 5 层 517 室)



公开转让说明书

推荐主办券商



国金证券股份有限公司
SINOLINK SECURITIES CO., LTD.

(四川省成都市青羊区东城根上街 95 号)

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

本公司特别提醒投资者注意下列风险及重大事项：

一、公司治理和内部控制风险

公司于 2016 年 3 月由有限公司整体变更为股份有限公司，由于股份有限公司和有限公司在公司治理上存在较大的区别，股份公司成立后，建立健全了法人治理结构，完善了现代化企业发展所需的内部控制体系。随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，特别是公司股份挂牌公开转让后，新的制度对公司治理和内控提出了更高的要求，而公司在对相关制度的执行中尚需理解、熟悉，公司治理和内控制度存在未能有效执行的风险。

二、公司主要客户较为集中的风险

2014 年、2015 年公司对前五大客户合计销售额占当期销售总额的比例分别为 77.93%和 84.93%，报告期内公司存在客户较为集中的风险，主要系随着公司服务能力的不断提升，客户数量逐年递增，主要客户业务量增长迅速。随着未来公司在化妆品、快速消费品、奢侈品及网络游戏多元化业务布局的建立以及服务客户群体的扩张，该风险将逐步缓解。

三、应收账款较大风险

截至2014年12月31日、2015年12月31日，公司应收账款账面余额分别为942.79万元和1,699.55万元，占当期营业收入比例分别为31.39%和32.04%。虽然公司客户主要为大型企业，具有良好的信用和经营实力，公司应收账款回款情况较好，但随着公司业务规模的持续扩张，应收账款规模可能继续扩大。

四、行业风险

我国市场营销行业市场化程度较高，企业数量众多且规模偏小，虽然近年来业务逐渐向具有整合营销能力的行业企业集中，但仍呈现出竞争激烈、高度分散的行业特点。另外，海外公共关系公司凭借其在行业中的经验和资本优势，陆续进入国内市场，虽然近年来国内公司凭借本地化资源在与海外公司的竞争中逐渐取得优势，但海外公关公司的进入仍导致国内市场竞争更加激烈。

市场营销行业在国内市场的发展历史较短，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，相关法律法规建设也较为缺乏，市场营销行业中无序竞争可能影响公司的正常经营活动。

随着新媒体时代的来临，新媒体环境对营销策划市场影响越来越大，一些从事传统业务的公关公司不断转型，逐步涉足数字化传播及营销、大数据营销等领域。微博、微信、微视频等传播手段以及营销模式层出不穷，如何应对、如何转型、如何创新，关系着市场营销行业未来的生存和发展。

五、核心人才流失风险

企业之间的竞争，已经越来越多地体现为人才的竞争，随着公司行业品牌的建立及市场竞争地位的提升，公司自主培养出一大批经验丰富的优秀创意人才和营销服务人才，同时公司注重优秀人才的引进，目前，公司的主要管理层和骨干技术人员均具有多年行业从业经历，也成为众多企业竞相追逐的对象。虽然公司所处的市场营销行业仍将快速增长、公司客户主要为化妆品、快速消费品、奢侈品及网络游戏等经济活跃行业的市场领先企业，且公司具有良好的人才引进制度、建立了完善的约束与激励机制，但如果优秀创意人才和营销服务人才流失，将对公司持续发展产生不利影响。

六、公司实际控制人控制风险

截至本公开转让说明书签署日，公司实际控制人郭炜、张旻合计间接控制公司 70% 的股份，同时郭炜担任公司董事长之职、张旻担任公司董事及总经理之职，虽然公司已经根据《公司法》、《证券法》等法律法规和规范性文件的要求，建立了较为完善的法人治理结构，但公司实际控制人如果利用其控制地位，对公司发展战略、经营决策、人事安排和利润分配等重大事项施加影响，将存在公司决策偏离中小股东最佳利益目标的风险。

目录

声 明	2
重大事项提示	3
一、公司治理和内部控制风险	3
二、公司主要客户较为集中的风险	3
三、应收账款较大风险	3
四、行业风险	3
五、核心人才流失风险	4
六、公司实际控制人控制风险	4
目 录	5
释 义	7
第一节 公司基本情况	10
一、公司基本情况	10
二、本次挂牌情况	10
三、公司股权结构图	12
四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况	12
五、公司历次股本演变情况及重大资产重组情况	17
六、公司董事、监事和高级管理人员情况	27
七、最近两年主要会计数据和财务指标	29
八、与本次挂牌有关的机构	32
第二节 公司业务	34
一、公司主营业务及主要服务	34
二、公司内部组织结构	43
三、主要服务的商业模式及流程	43
四、公司业务关键资源要素	47
五、公司业务相关情况	52
六、公司所处行业情况、市场规模及风险特征	58
第三节 公司治理	74
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书依法运作情况	74

二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果	83
三、公司投资者权利保护的情况	83
四、公司及控股股东、实际控制人报告期内违法违规情况	84
五、公司独立运作情况	85
六、同业竞争	87
七、公司报告期内资金占用和对外担保情况	89
八、董事、监事及高级管理人员	91
九、公司对子公司及其资产、人员、业务的控制	96
第四节 公司财务与会计信息	97
一、最近两年的财务会计报表	97
二、最近两年财务会计报告的审计意见	113
三、财务报表编制基础和合并报表范围及变化情况	113
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计	114
五、报告期利润形成的有关情况	134
六、财务状况分析	145
七、关联方、关联关系及关联交易	167
八、或有事项、期后事项及其他重要事项	182
九、资产评估情况	182
十、股利分配政策和股利分配情况	183
十一、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况	185
十二、风险因素	187
第五节 有关声明	190
一、申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明	190
二、主办券商声明	191
三、律师事务所声明	192
四、审计机构声明	193
五、资产评估机构声明	194
第六节 附件	195
一、备查文件	195
二、查阅地点和时间	195

释义

在本公开转让说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下之含义：

一、常用术语		
本公司、公司、榕智股份、股份公司	指	上海榕智市场营销策划股份有限公司
榕智有限	指	公司前身上海榕智市场营销策划有限公司
福州智源	指	福州智源动力市场营销策划有限公司
香港智源	指	香港智源动力广告有限公司
上海邑凌	指	上海邑凌广告有限公司
上海榕光	指	上海榕光投资管理有限公司
上海榕友	指	上海榕友市场营销策划合伙企业（有限合伙）
上海榕喆	指	上海榕喆投资管理有限公司
福建众智	指	福建众智投资管理有限公司
福建智见	指	福建智见影视制作有限公司
深圳火橙	指	深圳火橙股权投资基金管理有限公司
上海启旻	指	上海启旻股权投资基金管理有限公司
金清食品	指	上海金清食品贸易部
福州有聊	指	福州有聊影视文化有限公司
福州瑞索斯	指	福州瑞索斯广告有限公司
福州启创	指	福州启创营销策划有限公司
上海足智	指	上海足智品牌管理有限公司
一物贸易	指	广州市一物贸易发展有限公司
上海起祎	指	上海起祎创业投资合伙企业（有限合伙）
上海智岳	指	上海智岳投资管理合伙企业（有限合伙）
上海六町	指	上海六町投资管理有限公司
上海果木	指	上海果木果木市场营销策划事务所
瑞森电子	指	福州瑞森电子有限公司
蓝色光标	指	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
谊熙加	指	上海谊熙加品牌管理股份有限公司

温迪数字	指	广东温迪数字传播股份有限公司
时空视点	指	北京时空视点整合营销顾问股份有限公司
注意力	指	广州注意力数字新媒体股份有限公司
股东大会	指	上海榕智市场营销策划股份有限公司股东大会
董事会	指	上海榕智市场营销策划股份有限公司董事会
监事会	指	上海榕智市场营销策划股份有限公司监事会
招商银行	指	招商银行股份有限公司
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
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
《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》
推荐主办券商、主办券商	指	国金证券股份有限公司
律师、天衡	指	福建天衡联合（福州）律师事务所
会计师、福建华兴	指	福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）
评估师、北京中企华	指	北京中企华资产评估有限责任公司
本公开转让说明书、本说明书、说明书	指	上海榕智市场营销策划股份有限公司公开转让说明书
公司章程（草案）	指	上海榕智市场营销策划股份有限公司公司章程（草案）
报告期	指	2014 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

二、专业术语

数字营销	指	数字营销是指公司通过对产品的品牌、特性及目标客户群体深入分析，形成营销策略、方案，并通过互联网/移动互联网社交媒体、门户网站、垂直网站等平台传播产品卖点和用户互动，目的是激发目标消费群体参与，带来潜在用户和有效促进并引导用户购买，从而达到营销、传播和带动客户销售的目的。
交易营销	指	交易营销是指通过创造、建立和保持与目标市场之间的有益交换和联系，以实现组织的各种目标而进行的分析、计划、执行和控制的过程。
公关传播	指	公关传播是指公司应客户新品上市、产品再推广、提升品牌形象等传播需求，提供公关传播的整体策略及规划、新闻稿件撰写、新闻稿发布、媒体采访、媒体关系管理及媒体监测服务。
整合营销	指	随着数字技术的发展，信息日益社交化、移动化、碎片化，整合营销成为必然。其中，数字营销的策略创意和内容制作是核心，以此为基础，与交易营销相结合，形成线上线下整合营销，同时与传统公关传播整合，可以实现信息权威性和用户参与度双赢的效果。

新媒体	指	新媒体是指利用数字技术、网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态。
O2O	指	O2O 即 Online To Offline（在线离线/线上到线下），是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台；同时，线下所产生的用户自发创造内容引导传播至线上，形成整合营销的闭环。
Html5	指	Html5 是一个描述用于帮助开发者创建下一代网站和应用的 Html、CSS 和 JavaScript 规格的涵盖性术语。Html5 为网页的内嵌视频内容提供定义和支持，为移动设备上支持多媒体提供技术规范。
AR	指	一种实时地计算摄影机影像的位置及角度并加上相应图像的技术，这种技术的目标是在屏幕上把虚拟世界套在现实世界并进行互动，让消费者的体验变得更具突破性，更具想象力。
VR	指	借助计算机及最新传感器技术创造的一种崭新的人机交互手段。这种技术可以让消费者在现场获得虚拟体验，从而促进品牌好感度并有效推动销售。
beacon	指	一种基于蓝牙 4.0 的新一代近场通讯技术，可以将其看做一个小型的信息基站，而多个 Beacon 能构成信息服务网络，它可以基于地理位置，通过低功耗蓝牙向附近的设备推送信息。

敬请注意：本公开转让说明书中可能存在部分合计数与各分项数值之和略有差异的情况，该等差异是由于四舍五入原因造成。

第一节 公司基本情况

一、公司基本情况

中文名称	上海榕智市场营销策划股份有限公司
英文名称	Shanghai Rongzhi Marketing Planning Co., Ltd.
法定代表人	张旻
有限公司设立日期	2011 年 06 月 01 日
股份公司设立日期	2016 年 03 月 07 日
注册资本	1,000 万元
统一社会信用代码	91310112575859043D
注册地址	上海市闵行区紫东路 58 号第 3 幢 5 层 517 室
邮编	200060
电话	021-52120775
传真	021-52120369
网址	www.maxpr.com.cn
信息披露负责人	严丽婷
所属行业	根据中国证监会 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》，公司所在行业属于 L72 商务服务业；根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011），本公司所在行业属于 L7233 社会经济咨询。根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司《挂牌公司管理型行业分类指引》（2015 年），公司属于“L7233 社会经济咨询”。
经营范围	市场营销策划，商务咨询，企业管理咨询（咨询类项目除经纪），市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），设计、制作各类广告，展览展示服务，文化艺术交流策划，票务代理。【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】
主营业务	市场营销策划服务

二、本次挂牌情况

（一）挂牌股票情况

股票简称	【】
股票代码	【】
股票种类	人民币普通股
每股面值	1.00 元

股票总量	【】股
转让方式	协议转让
挂牌日期	【】年【】月【】日

（二）股东所持股份的限售情况

1、相关法律法规对股东所持股份的限制性规定

《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的本公司股份，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）》第二章第八条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。

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

《公司章程》第二十五条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起 1 年内不得转让。

2、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

公司股东未就所持股份作出严于相关法律法规规定的自愿锁定承诺。

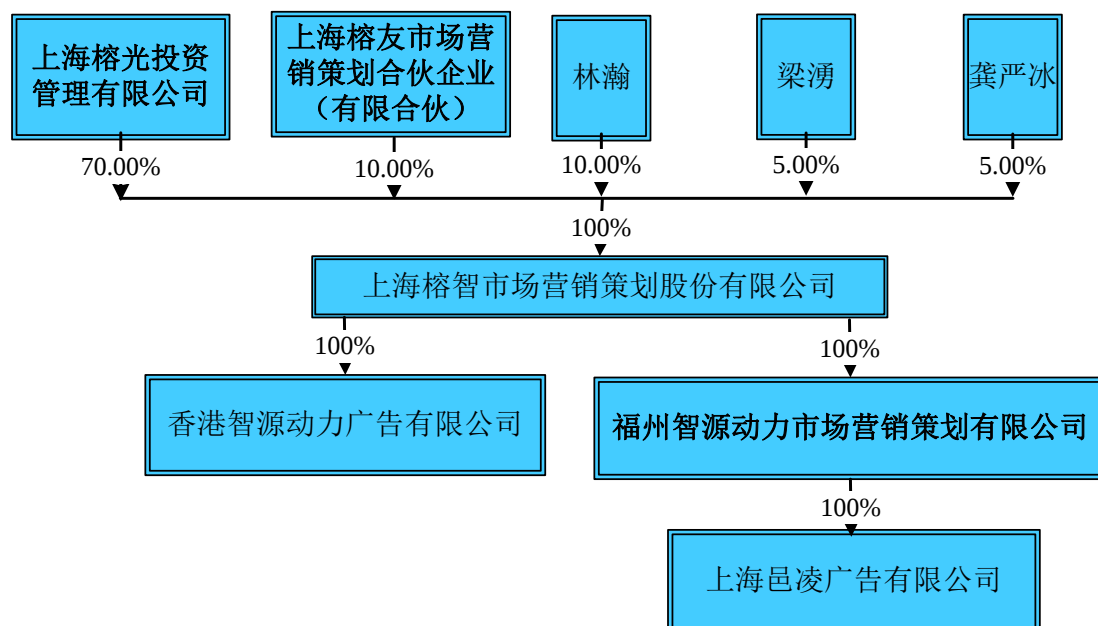
截至本公开转让说明书签署之日，股份公司成立未满一年，因此发起人持有的股份在挂牌当日不可以转让。公司股票第一批进入全国中小企业股份转让系统公开转让

的股份数量共计 0 股，占比 0%。具体情况如下：

单位：股；%

序号	股东名称	任职情况	持股数量	持股比例	第一批可转让股份数
1	上海榕光投资管理有限公司	-	7,000,000	70.00	-
2	上海榕友市场营销策划合伙企业（有限合伙）	-	1,000,000	10.00	-
3	林瀚	-	1,000,000	10.00	-
4	梁湧	董事	500,000	5.00	-
5	龚严冰	-	500,000	5.00	-
合计			10,000,000	100.00	-

三、公司股权结构图



四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况

（一）公司控股股东及实际控制人基本情况

本公司控股股东为上海榕光投资管理有限公司，直接持有本公司 70% 的股份；实际控制人为郭炜、张旻，两者合计持有上海榕光 81% 的股份，为其实际控制人，并已于 2015 年 7 月 13 日作为上海榕光股东签署《一致行动人协议》。郭炜先生、张旻先生在股权关系上构成了对公司的实际控制，并分别担任本公司董事长、董事兼总经理，对本

公司的生产经营决策及财务决策具有重大影响，为本公司的实际控制人，且在最近两年内没有发生过变化。

上海榕光基本情况参见本节之“四、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况”之“（三）公司股东基本情况”。

郭炜先生、张旻先生简历参见本节之“六、公司董事、监事和高级管理人员情况”之“（一）董事”。

（二）公司前十大股东情况

本公司持股 5%以上及前十大股东情况如下：

单位：股；%

序号	股东名称	直接持股数量	持股比例	股东性质
1	上海榕光投资管理有限公司	7,000,000	70.00	有限公司
2	上海榕友市场营销策划合伙企业（有限合伙）	1,000,000	10.00	合伙企业
3	林瀚	1,000,000	10.00	自然人
4	梁湧	500,000	5.00	自然人
5	龚严冰	500,000	5.00	自然人
合计		10,000,000	100.00	

（三）公司股东基本情况

1、上海榕光投资管理有限公司

（1）基本情况

公司名称	上海榕光投资管理有限公司
成立日期	2015 年 7 月 13 日
注册资本	1,000 万元
注册地址	上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 7 幢 2101 室
企业类型	有限公司
法定代表人	郭炜
经营范围	投资管理，资产管理，创业投资，实业投资，市场营销策划，企业形象策划，商务咨询，企业管理咨询，投资咨询（除金融、证券），知识产权代理（除专利代理），从事计算机软件技术领域内的技术开发，日用百货、五金交电、模具、装饰装修材料、木制品、金属制品、化工产品及原料（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、办公用品、工艺品、钢材、厨房用具、保温材

	料（除危险化学品）、消防器材、建材的销售，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
统一社会信用代码	913101143422370404
主营业务	股权投资
与公司主营业务的关系	无

（2）股权结构

单位：万元；%

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	郭炜	510.00	51.00
2	张旻	300.00	30.00
3	林瀚	190.00	19.00
	合计	1,000.00	100.00

上海榕光的股东为郭炜、张旻、林瀚，上述股东投资设立上海榕光的资金来源均为自有资金，不存在向他人以非公开方式募集资金的情形，其资产也未委托基金管理人进行管理，据此，主办券商、律师认为，上海榕光不属于私募投资基金或私募基金管理人，无需按照《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）》的规定办理私募投资基金备案手续。

2、上海榕友市场营销策划合伙企业（有限合伙）

（1）基本情况

公司名称	上海榕友市场营销策划合伙企业（有限合伙）
成立日期	2015年7月28日
注册资本	100万元
注册地址	上海市嘉定工业区叶城路1630号7幢2121室
企业类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	林瀚
经营范围	市场营销策划，创业投资，实业投资，投资管理，投资咨询（除金融、证券）。【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】
统一社会信用代码	913101143509513919
主营业务	股权投资
与公司主营业务的关系	无

（2）股权结构

单位：万元；%

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	林瀚	20	20
2	娄蔚春	10	10
3	卢勇	10	10
4	陈瑶	7.5	7.5
5	黄虹兰	7.5	7.5
6	章志炜	7.5	7.5
7	冯坤	7.5	7.5
8	房洁	5	5
9	张佳璐	5	5
10	水文彪	5	5
11	张佳东	5	5
12	谭和	2.5	2.5
13	袁智晟	2.5	2.5
14	姜磊	2.5	2.5
15	江琳	2.5	2.5
	合计	100.00	100.00

上海榕友股东为公司及其子公司高级管理人员及核心团队员工，上述股东投资设立上海榕友的资金来源均为自有资金，不存在向他人以非公开方式募集资金的情形，其资产也未委托基金管理人进行管理，据此，主办券商、律师认为，上海榕友不属于私募投资基金或私募基金管理人，无需按照《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）》的规定办理私募投资基金备案手续。

3、林瀚

林瀚，男，1980 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：35010219800503****，住所为福州市台江区****。

4、梁湧

梁湧，男，1977 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：15020319771018****，住所为广州市天河区枫叶路****。

5、龚严冰

龚严冰，男，1976 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：

35052419760519****，住所为北京市海淀区****。

（四）公司股东所持有的股份质押或其他争议事项

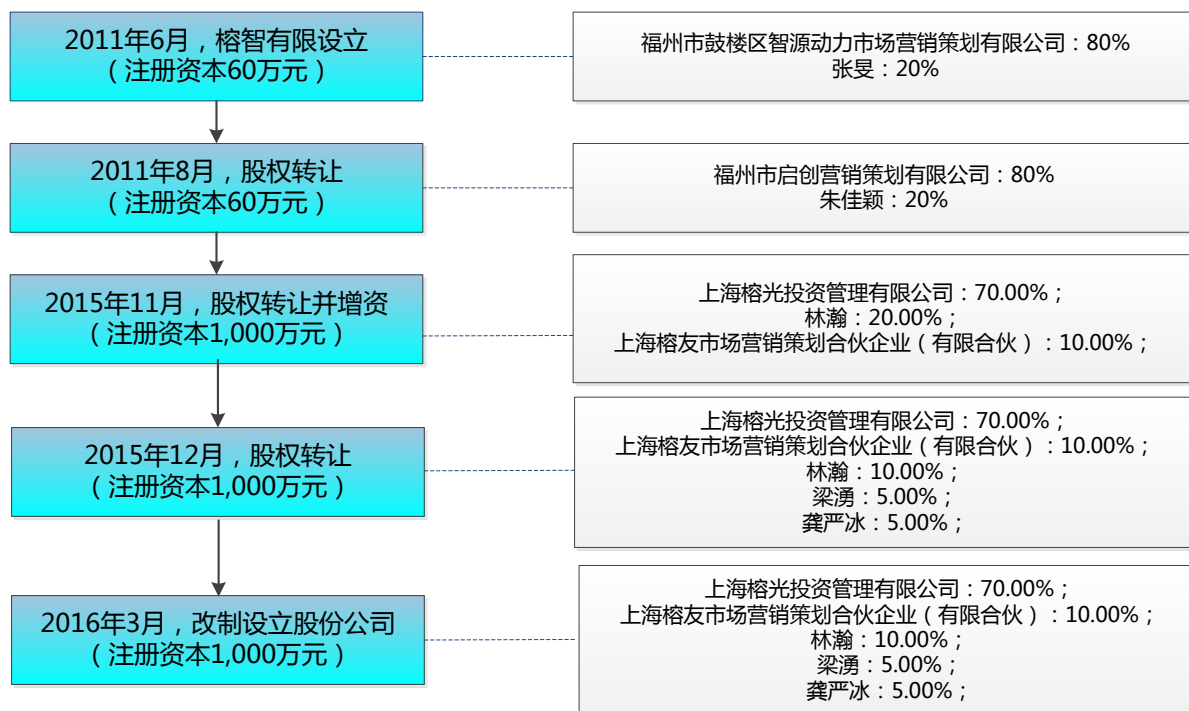
本公司股东所持有的股份不存在质押或其他争议事项的情况。

（五）本次挂牌前各股东间的关联关系

本次挂牌前，各股东间的关联关系为：林瀚系公司控股股东上海榕光的股东之一，持股 19.00%；同时林瀚也是公司股东上海榕友的执行事务合伙人，并持有其 20.00%的出资额。除此之外公司各股东之间不存在其他关联关系。

五、公司历次股本演变情况及重大资产重组情况

（一）公司历次股本演变情况



1、2011年06月，榕智有限设立

2011年3月24日，上海市工商行政管理局核发编号为“沪工商注名预核字第01201103240373号”《企业名称预先核准通知书》，同意预先核准设立的企业名称为上海榕智市场营销策划有限公司。

2011年5月19日，股东福州市鼓楼区智源动力市场营销策划有限公司、张旻签署股东会决议，同意设立“上海榕智市场营销策划有限公司”，根据上述股东于2011年5月19日签订的《上海榕智市场营销策划有限公司章程》，榕智有限设立时注册资本为60万元。2011年5月18日，上海大诚会计师事务所出具“沪大诚验字（2011）第1379号”验资报告对首期出资情况进行了审验，确认首期出资12万元已缴纳，鼓楼智源、张旻分别实缴9.6万元、2.4万元。

2011年6月1日，榕智有限经上海市工商行政管理局闵行分局注册登记成立，并取

得了注册号为 310112001076320 的《企业法人营业执照》，注册资本为 60 万元。

公司设立时，经工商登记确认的股权结构和出资方式如下：

单位：万元；%

	股东名称	出资额	出资方式	出资比例
1	福州市鼓楼区智源动力市场营销策划有限公司	48.00	货币出资	80.00
2	张旻	12.00	货币出资	20.00
	合计	60.00	-	100.00

2、2011年08月，榕智有限第一次股权转让

2011 年 7 月 25 日，鼓楼智源、张旻签署《股权转让协议》，分别将其所持有的公司 80%、20%股权转让给福州市启创营销策划有限公司、朱佳颖，股权转让价款分别为 48 万元、12 万元。

本次股权转让详情如下：

单位：%，万元

序号	出让方	受让方	转让股权比例	转让价款
1	福州市鼓楼区智源动力市场营销策划有限公司	福州启创	80.00	48.00
2	张旻	朱佳颖	20.00	12.00
	合计		100.00	60.00

2011 年 8 月 19 日，公司在上海市工商行政管理局闵行分局办理了变更登记手续。

本次变更后，经工商登记确认的股权结构和出资方式如下：

单位：万元；%

序号	股东名称	出资额	出资方式	出资比例
1	福州市启创营销策划有限公司	48.00	货币出资	80.00
2	朱佳颖	12.00	货币出资	20.00
	合计	60.00	-	100.00

2013 年 5 月 13 日，上海大诚会计师事务所有限公司出具沪大诚验字(2013)第 1498 号《验资报告》，审验确认第二期新增实收资本 48 万元已足额到位，其中福州启创出资 38.4 万元，朱佳颖出资 9.6 万元。2013 年 5 月 24 日，公司在上海市工商行政管理局闵行分局办理了变更登记手续。

3、2015年11月，榕智有限第二次股权转让及第一次增资

2015年11月4日，福州启创分别与上海榕光、上海榕友签订《股权转让协议》，将其所持有的公司80%的股权（计出资额48万元）分别转让给上海榕光70%（计出资额42万元）、上海榕友10%（计出资额6万元），股权转让价款以原始出资额为定价依据确定为42万元、6万元；同日，朱佳颖与林瀚签订《股权转让协议》，将其所持有的公司20%的股权（计出资额12万元）转让给林瀚，股权转让价款以原始出资额为定价依据确定为12万元。其他股东同意放弃优先受让权。本次股权转让详情如下：

单位：%，万元

序号	出让方	受让方	转让股权比例	转让价款
1	朱佳颖	林瀚	20	12
2	福州启创	上海榕光	70	42
3		上海榕友	10	6
合计			100	60

2015年11月4日，经公司股东会决议同意，公司注册资本由60万元增加到1,000万元，增加的940万元注册资本由股东上海榕光、上海榕友、林瀚以货币形式认缴。

2015年11月30日，上海明宇会计师事务所有限公司出具明宇（2015）验字第030号《验资报告》，审验确认新增注册资本940万元已足额到位，其中上海榕光、林瀚、上海榕友分别以货币出资658万元、188万元、94万元。2015年11月11日，公司在上海市工商行政管理局闵行分局办理了变更登记手续。

本次股权转让及增资后，经工商登记确认的股权结构和出资方式如下：

单位：万元；%

序号	股东名称	出资额	出资方式	出资比例
1	上海榕光投资管理有限公司	700.00	货币出资	70.00
2	林瀚	200.00	货币出资	20.00
3	上海榕友市场营销策划合伙企业（有限合伙）	100.00	货币出资	10.00
	合计	1,000.00	-	100.00

4、2015年12月，榕智有限第三次股权转让

2015年12月1日，林瀚与梁湧、龚严冰签订《股权转让协议》，将其所持有的公司10%的股权（计出资额100万元）分别转让给梁湧5%（计出资额50万元）、龚严冰5%（计出资额50万元），股权转让价款以原始出资额为定价依据确定为50万元、50万元。其他股东同意放弃优先受让权。本次股权转让详情如下：

单位： %；万元

序号	出让方	受让方	转让股权比例	转让价款
1	林瀚	梁湧	5	50
2		龚严冰	5	50
合计			10	100

2015 年 12 月 24 日，公司在上海市闵行区市场监督管理局办理了变更登记手续。

本次股权转让后，经工商登记确认的股权结构和出资方式如下：

单位：万元；%

序号	股东名称	出资额	出资方式	出资比例
1	上海榕光投资管理有限公司	700.00	货币出资	70.00
2	上海榕友市场营销策划合伙企业（有限合伙）	100.00	货币出资	10.00
3	林瀚	100.00	货币出资	10.00
4	梁湧	50.00	货币出资	5.00
5	龚严冰	50.00	货币出资	5.00
	合计	1,000.00	-	100.00

5、2016年3月，股份有限公司成立

2016 年 2 月 6 日，经榕智有限股东会决议，决定由全体股东作为发起人，榕智有限整体变更为“上海榕智市场营销策划股份有限公司”。本次整体变更以福建华兴于 2016 年 2 月 5 日出具的“闽华兴所（2016）审字 C-016 号”《审计报告》确认的截至 2015 年 12 月 31 日的榕智有限净资产 17,724,882.04 元按 1.7725:1 的比例折为股本 10,000,000 股，余额 7,724,882.04 元计入资本公积。公司各股东的持股比例不变。

2016 年 2 月 6 日，北京中企华出具“中企华评报字（2016）第 3100 号”《评估报告》，确认 2015 年 12 月 31 日评估基准日公司净资产的评估值为 1,797.56 万元，评估增值 25.07 万元，增值率 1.41%；评估价值仅作为整体变更设立股份公司的价值参考，公司未根据评估值进行调账。

2016 年 2 月 18 日，福建华兴出具“闽华兴所（2016）验字 C-003 号”《验资报告》，对股份公司股本总额予以审验确认。

2016 年 2 月 18 日，公司召开了创立大会暨首次股东大会，审议并通过了《关于上海榕智市场营销策划有限公司整体变更为上海榕智市场营销策划股份有限公司的议案》等议案。

2016年3月7日，公司在上海市工商行政管理局办理了工商变更登记手续，领取了统一社会信用代码为91310112575859043D的《企业法人营业执照》。

本次股份制改制后，公司经工商登记确认的股权结构如下：

单位：股；%			
序号	股东名称	持股数	持股比例
1	上海榕光	700.00	70.00
2	上海榕友	100.00	10.00
3	林瀚	100.00	10.00
4	梁湧	50.00	5.00
5	龚严冰	50.00	5.00
	合计	1,000.00	100.00

根据主办券商、律师核查，以及金眉清、刘月英、林华于2015年12月签署的《询问笔录》，张旻、郭炜、林瀚在福州启创营销策划有限公司中分别占总股本51%、30%、19%的股份，对应出资人民币25.5万元、15万元、9.5万元，该股份分别由金眉清、刘月英、林华三人代为持股，代持股份的投资款系完全由张旻、郭炜、林瀚提供，其中，金眉清系张旻的母亲、刘月英系郭炜的母亲、林华系林瀚的父亲；2009年12月23日，郭炜、张旻作为福州启创实际股东签署《一致行动人协议》，双方约定：在协议各方直接或间接持有公司股权期间，在处理有关公司经营发展且根据公司法等有关法律法规和公司章程需要由公司股东大会、执行董事作出决议的事项时均应采取一致行动。

2015年7月13日，郭炜、张旻作为上海榕光投资管理有限公司股东签署《一致行动人协议》，双方约定：在协议各方直接或间接持有公司股权期间，在处理有关公司经营发展且根据公司法等有关法律法规和公司章程需要由公司股东大会、执行董事作出决议的事项时均应采取一致行动。

综上，报告期内，郭炜、张旻作为公司实际控制人未发生变化。

（二）子公司历史沿革情况

1、福州智源动力市场营销策划有限公司

（1）2009年11月，福州智源设立

2009年10月22日，福州市鼓楼区工商行政管理局核发编号为“（鼓）登记内名预核字第0102091022002号”《企业名称预先核准通知书》，同意预先核准设立的企业名

称为福州市鼓楼区智源动力市场营销策划有限公司。

2009年11月1日，股东郭炜、张旻、林瀚签署股东会决议，协商表决本公司聘任执行董事、公司监事、公司经理等事宜，根据上述股东于2009年11月13日签订的《福州市鼓楼区智源动力市场营销策划有限公司章程》，榕智有限设立时注册资本为20万元。2011年11月6日，福建闽兴会计师事务所有限公司出具“（2009）闽兴所验字第251号”验资报告对首期出资情况进行了审验，确认首次注册资本20万元已缴纳，郭炜、张旻、林瀚分别实缴10.2万元、6万元、3.8万元。

2009年11月18日，福州智源经福州市鼓楼区工商行政管理局注册登记成立，并取得了注册号为350102100065639的《企业法人营业执照》，注册资本为20万元。

公司设立时，经工商登记确认的股权结构和出资方式如下：

单位：万元；%

	股东名称	出资额	出资方式	出资比例
1	郭炜	10.20	货币出资	51.00
2	张旻	6.00	货币出资	30.00
3	林瀚	3.80	货币出资	19.00
	合计	20.00	-	100.00

（2）2010年3月，福州智源第一次股权转让

2010年2月25日，郭炜、赵培楚、张旻、张志明签署《股权转让协议》，郭炜、张旻分别将其所持有的公司51%、30%股权转让给赵培楚、张志明，股权转让价款分别为10.2万元、6万元。

本次股权转让详情如下：

单位：%，万元

序号	出让方	受让方	转让股权比例	转让价款
1	郭炜	赵培楚	51.00	10.20
2	张旻	张志明	30.00	6.00
合计			81.00	16.20

2010年3月4日，公司在福州智源经福州市鼓楼区工商行政管理局办理了变更登记手续。

本次变更后，经工商登记确认的股权结构和出资方式如下：

单位：万元；%

序号	股东名称	出资额	出资方式	出资比例
1	赵培楚	10.20	货币出资	51.00
2	张志明	6.00	货币出资	30.00
3	林瀚	3.8	货币出资	19.00
	合计	20.00	-	100.00

(3) 2011 年 4 月，福州智源第一次增资

2011 年 3 月 15 日，经公司股东会决议同意，公司注册资本由 20 万元增加到 50 万元，增加的 30 万元注册资本由股东赵培楚、张志明、林瀚以货币形式认缴。

2011 年 3 月 25 日，福州榕信会计师事务所有限公司出具榕信（2011）验字第 044 号《验资报告》，审验确认新增注册资本 30 万元已足额到位，其中赵培楚、张志明、林瀚分别以货币出资 15.3 万元、9 万元、5.7 万元。2011 年 4 月 8 日，福州智源在福州市鼓楼区工商行政管理局办理了变更登记手续。

本次股权转让及增资后，经工商登记确认的股权结构和出资方式如下：

单位：万元；%

序号	股东名称	出资额	出资方式	出资比例
1	赵培楚	25.50	货币出资	51.00
2	张志明	15.00	货币出资	30.00
3	林瀚	9.50	货币出资	19.00
	合计	50.00	-	100.00

(4) 2012 年 7 月，福州智源第二次股权转让及第二次增资

2012 年 6 月 26 日，赵培楚与刘月英签订《股权转让协议》，将其所持有的公司 51% 的股权（计出资额 25.5 万元）转让给刘月英，股权转让价款以原始出资额为定价依据确定为 25.5 万元。

本次股权转让详情如下：

单位：%；万元

序号	出让方	受让方	转让股权比例	转让价款
1	赵培楚	刘月英	51	25.5

合计	51	25.5
----	----	------

2012年6月26日，经公司股东会决议同意，公司注册资本由50万元增加到500万元，增加的450万元注册资本由股东刘月英、张志明、林瀚以货币形式认缴。

2012年7月2日，德健会计师事务所有限公司出具德健验字(2012)第D397号《验资报告》，审验确认新增注册资本450万元已足额到位，其中刘月英、张志明、林瀚分别以货币出资229.5万元、135万元、85.5万元。2012年7月3日，福州智源在福州市鼓楼区工商行政管理局办理了变更登记手续。

本次股权转让及增资后，经工商登记确认的股权结构和出资方式如下：

单位：万元；%

序号	股东名称	出资额	出资方式	出资比例
1	刘月英	255.00	货币出资	51.00
2	张志明	150.00	货币出资	30.00
3	林瀚	95.00	货币出资	19.00
	合计	500.00	-	100.00

(5) 2015年12月，福州智源第三次股权转让

2015年12月2日，刘月英、张志明、林瀚分别与榕智有限签署《股权转让协议》，刘月英、张志明、林瀚分别将其持有的福州智源51%股权（计出资额为255万元）、30%股权（计出资额为150万元）、19%股权（计出资额为95万元）转让给榕智有限，股权转让价款以原始出资额为定价依据分别确认为255万元、150万元、95万元。

本次股权转让详情如下：

单位：%；万元

序号	出让方	受让方	转让股权比例	转让价款
1	刘月英	榕智有限	51	255
2	张志明		30	150
3	林瀚		19	95
合计			100	500

2015年12月8日，福州智源在福州市工商行政管理局办理了变更登记手续。

本次股权转让后，经工商登记确认的股权结构和出资方式如下：

单位：万元；%

序号	股东名称	出资额	出资方式	出资比例
1	榕智有限	500.00	货币出资	100.00
合计		500.00	-	100.00

根据主办券商、律师核查，以及刘月英、张志明于 2015 年 12 月签署的《询问笔录》，截至 2015 年 12 月 1 日，刘月英、张志明持有的福州智源 51%、30% 股权分别系郭炜、张旻实际出资，刘月英、张志明仅受郭炜、张旻委托代为持股，该等代持行为已于 2015 年 12 月全部消除；刘月英、张志明与郭炜、张旻之间代持关系的形成、变动以及最终的解除，均系双方真实的意思表示，且该行为不存在合同法第五十二条规定的欺诈、胁迫及损害国家、社会公共利益或者第三人利益等情形，也不存在任何非法目的，故双方之间的代持行为是合法有效的。

上述股权代持双方不存在股权纠纷或潜在纠纷，且不影响郭炜、张旻作为福州智源实际控制人的认定；上述情形不会对公司本次挂牌构成法律障碍。

（三）子公司业务情况

公司是一家整合营销先进企业，主要为企业客户提供基于创意策划和数字传播的整合营销、数字营销、交易营销和公关传播服务。子公司业务以数字营销服务为主，主要客户为网络游戏公司，具体情况可参见本公开转让说明书“第二节 公司业务”。

（四）子公司的公司治理及重大资产重组情况

榕智股份持有福州智源 100% 股权。福州智源不设董事会，执行董事为林剑；总经理为林剑。福州智源按照《公司法》及公司章程的规定规范运作。

2015 年 11 月，榕智有限收购福州智源，除上述情况外，截至本公开转让说明书签署日，福州智源无重大资产重组情况。收购具体情况可参见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“五、公司历次股本演变情况及重大资产重组情况”之“（五）公司重大资产重组情况”。

（五）公司重大资产重组情况

1、2015 年 11 月收购福州智源

（1）收购的基本情况

福州智源成立于 2009 年 11 月，主营业务为市场营销策划服务，2015 年 12 月，为避免同业竞争以及潜在关联交易，同时为完善公司业务布局，增强公司综合竞争实力，榕智有限通过收购股权方式取得福州智源 100% 股权（计出资额 500 万元），股权转让价款以原出资额为基础作价。截至 2015 年 11 月 30 日，福州智源经审计后净资产为 502.40 万元。

（2）属于同一控制下企业合并的原因

报告期内，截至 2015 年 12 月 2 日，刘月英、张志明、林瀚分别持有福州智源 51%、30%、19% 股权，刘月英系郭炜母亲，张志明系张旻父亲，其二人所持福州智源 51%、30% 股权系为郭炜、张旻代持，出资款均来源于郭炜、张旻，福州智源实际为郭炜、张旻分别持股 51%、30% 的企业，对应出资额为 255 万元、150 万元。郭炜、张旻分别为福州智源的第一大、第二大股东，此外，2012 年 7 月 3 日，郭炜、张旻作为福州智源实际股东签署《一致行动人协议》，双方约定：在协议各方直接或间接持有公司股权期间，在处理有关公司经营发展且根据公司法等有关法律法规和公司章程需要由公司股东会、执行董事作出决议的事项时均应采取一致行动，因此郭炜、张旻为福州智源共同实际控制人。

（3）合并履行的法律程序

2015 年 12 月 2 日，榕智有限召开股东会并作出决议，同意公司受让刘月英、张志明、林瀚分别持有的福州智源 51%、30%、19% 股权（分别计出资额 255 万元、150 万元、95 万元）。

2015 年 12 月 2 日，福州智源股东会决议同意，原股东刘月英、张志明、林瀚分别将其所持有的福州智源股权转让予榕智有限；同日，榕智有限与刘月英、张志明、林瀚签署《股权转让协议书》，收购福州智源 100% 股权。

2015 年 12 月 8 日，福州智源就上述事项在福州市鼓楼区工商行政管理局办理了变更登记手续。

合并方及被合并方均从事市场营销服务，本次合并行为并未导致公司主营业务发生重大变化。

六、公司董事、监事和高级管理人员情况

（一）董事

1、郭炜先生

中国国籍，无境外永久居留权，1977年6月出生，硕士学历，2011年6月毕业于香港公开大学；2001年7月至2014年7月，任福建电视新闻频道主持人、制片人；2014年7月至今，经营管理上海榕智市场营销策划有限公司，现任公司董事长。

2、张旻先生

中国国籍，无境外永久居留权，1982年10月出生，本科学历，2006年6月毕业于上海师范大学；2006年6月至2007年12月，任蓝色光标上海公司高级客户主任；2007年12月至2008年3月，任上海参智公关客户经理；2008年4月至2009年11月，在网龙网络有限公司任集团公关部经理、中国区市场营销公关部总监；2009年11月至2010年6月，任福州智源动力市场营销策划有限公司总监；2010年6月至今，任本公司总经理，现任公司董事、总经理。

3、梁湧先生

中国国籍，无境外永久居留权，1977年10月出生，本科学历，2000年7月毕业于厦门大学；2000年7月至2002年12月，在福建西岸网讯科技有限公司任总裁助理；2003年1月至2004年11月，在泰禾（福建）集团任董事长助理；2004年11月至2008年2月，在广州微服科技有限公司任总经理；2008年3月至2012年1月，从事个人投资；2012年2月至今，在上海嘉博投资管理有限公司任总经理。现任公司董事。

4、陆挺先生

中国国籍，无境外永久居留权，1985年1月出生，硕士学历，2008年9月毕业于英国剑桥大学；2009年9月至2013年2月，在上海交通银行任支行行长助理；2013年3月至2013年6月，在上海银行总行公司业务部任市场策划部经理；2013年7月至2015年8月，在上海住陆集团任总经理助理兼投资部负责人；2015年9月至今，在上海启旻股权投资基金管理有限公司任投资总监。现任公司董事。

5、乐青霖先生

中国国籍，无境外永久居留权，1988年2月出生，硕士学历，2012年7月毕业于美国丹佛大学；2012年6月至2013年4月，任美国LIB投资管理有限公司高级研究员；2013年5月至2015年10月，在上海汉韬股权投资管理有限公司任投资副总监；2015年11月至今，在上海启旻股权投资基金管理有限公司任投资经理。现任公司董事。

（二）监事

1、吴晓雯女士

中国国籍，无境外永久居留权，1980年12月出生，本科学历；2003年6月毕业于福建师范大学；2003年6月至2011年3月，在福建教育杂志社任编辑部主任；2011年3月至2014年3月，任正荣集团品牌经理；2014年3月至2014年12月，在苏菲尔鞋业有限公司任品牌总监；2015年1月至今，在福建智见影视制作有限公司任总经理助理。现任公司监事。

2、李慧女士

中国国籍，无境外永久居留权，1984年3月出生，专科学历，2003年6月毕业于上海行健职业学院；2006年2月至2010年6月，在上海花嫁喜铺礼仪服务有限公司任婚礼顾问；2010年7月至2015年9月，在汤池印象创意文化发展（上海）有限公司任婚礼顾问；2015年10月至今，在本公司任客户助理；现任公司客户助理、监事。

3、庄晶君女士

中国国籍，无境外永久居留权，1990年3月出生，本科学历，2012年6月毕业于福建医科大学；2012年6月至2013年8月，任赛诺菲巴斯德生物制品有限公司医学信息沟通代表；2013年8月至今，任本公司助理客户经理；现任公司助理客户经理、监事。

（三）高级管理人员

1、张旻先生

总经理，其简历参见本节中“七、公司董事、监事和高级管理人员情况”之“（一）董事”。

2、娄蔚春先生

男，中国国籍，无境外永久居留权，1982年2月出生，本科学历，2008年6月毕业于上海东华大学；2006年6月至2006年12月，任上海精彩公关有限公司设计师；2006年12月至2008年7月，在上海新熙坤文化发展有限公司任设计主管；2008年8月至2010年4月，在桦霖展览展示设计(上海)有限公司任高级客户主任；2010年4月至2012年5月，在上海麦迪广告任高级客户主任；2012年5月至今，任本公司客户总监。现任公司客户总监、副总经理。

3、严丽婷女士

女，中国国籍，无境外永久居留权，1983年2月出生，本科学历，2005年6月毕业于上海师范大学；2005年7月至2008年1月，在蓝色光标公关机构任高级公关主任；2008年1月至2011年6月，任浦发银行信用卡中心公关主任；2011年6月至2014年11月，在上海汉海信息技术发展有限公司任高级公关经理；2014年11月至今，任本公司高级客户经理。现任公司高级客户经理、董事会秘书、副总经理。

4、虞有仙女士

中国国籍，无境外永久居留权，1956年10月出生，中专学历，1987年7月毕业于上海农场局电视大学；1975年3月至1980年1月，在上海海丰农场工程队任事务员；1980年2月至1992年5月，在上海海滨无线电厂工作；1992年6月至1996年4月，在上海农垦商社商贸家电公司任出纳；1996年5月至2006年10月，在上海鸿联塑胶制品有限公司任会计；2006年11月至2011年11月，从事自由财务工作；2011年12月至今，在上海榕智市场营销策划有限公司任财务总监；现任本公司财务总监。

七、最近两年主要会计数据和财务指标

(一) 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(万元)	3,066.47	1,820.30
股东权益合计(万元)	1,752.89	473.67
归属于申请挂牌公司的股东权益合计(万元)	1,752.89	473.67
每股净资产(元)	1.75	7.89
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产(元)	1.75	7.89
资产负债率(母公司)	43.48	92.92

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	2.23	1.27
速动比率（倍）	1.98	1.25
项目	2015 年度	2014 年度
营业收入（万元）	5,304.96	3,003.45
净利润（万元）	839.21	-29.02
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	839.21	-29.02
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	698.62	18.50
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	698.62	18.50
毛利率（%）	39.89	22.11
净资产收益率（%）	90.24	-5.94
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	75.13	3.79
基本每股收益（元/股）	6.07	-0.48
稀释每股收益（元/股）	6.07	-0.48
应收帐款周转率（次）	4.02	4.96
存货周转率（次）	18.10	163.20
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-109.96	30.61
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.11	0.51

上述指标除资产负债率以母公司财务报告的财务数据为基础计算，其余指标均以合并财务报告数据为基础计算。主要财务指标计算方法如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=（流动资产－存货）/流动负债

资产负债率=总负债/总资产

每股净资产=净资产/期末股份总数

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率=营业成本/存货平均余额

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/加权平均股份总数

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/加权平均股份总数

毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入

（二）净资产收益率和每股收益

1、净资产收益率

报告期利润	加权平均净资产收益率（%）
-------	---------------

	2015年度	2014年度
归属于公司普通股股东的净利润	90.24	-5.94
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	75.13	3.79

发行前加权平均净资产收益率的计算公式：

加权平均净资产收益率= $P / (E_0 + NP/2 + E_i * M_i / M_0 - E_j * M_j / M_0)$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为报告期净利润；E₀ 为期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数。

2、每股收益

报告期利润	每股收益（元/股）			
	基本每股收益		稀释每股收益	
	2015年度	2014年度	2015年度	2014年度
归属于公司普通股股东的净利润	6.07	-0.48	6.07	-0.48
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	5.05	0.31	5.05	0.31

发行前每股收益的计算公式：

①基本每股收益= P / S ； $S = S_0 + S_1 + S_i * M_i / M_0 - S_j * M_j / M_0 - S_k$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

②稀释每股收益= $[P + (已确认为费用的稀释性潜在普通股利息 - 转换费用) * (1 - 所得税率)] / (S_0 + S_1 + S_i * M_i / M_0 - S_j * M_j / M_0 - S_k + 认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)$

其中，P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润。

③各报告期调整后的普通股股数，因各报告期后派发股票股利、公积金转增资本、拆股或并股等，予以重新计算。

八、与本次挂牌有关的机构

（一）主办券商

名称：	国金证券股份有限公司
法定代表人：	冉云
注册地址：	四川省成都市东城根上街 95 号
办公地址：	上海市浦东新区芳甸路 1088 号 23 层
联系电话：	021- 6822 6801
传真：	021- 6822 6800
项目负责人：	李鸿
项目组成员：	林亮、徐振飞、胥娟

（二）律师事务所

名称：	福建天衡联合（福州）律师事务所
负责人：	林晖
联系地址：	福建省福州市广达路 108 号世茂中心 10 楼
联系电话：	0591-83810300
传真：	0591-83810301
经办律师：	林啸、吴乐飞

（三）会计师事务所

名称：	福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）
法定代表人：	林宝明
联系地址：	福建省福州市鼓楼区湖东路 152 号中山大厦 B 座 7-9 楼
联系电话：	0591-87852574
传真：	0591-87840354
经办注册会计师：	翁杰菁、林隽

（四）资产评估机构

名称：	北京中企华资产评估有限责任公司
法定代表人：	权忠光
联系地址：	北京市东城区青龙胡同 35 号
联系电话：	010-65881818

传真:	010-65881818
经办注册资产评估师:	余文庆、罗顺珠

(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
联系地址:	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
联系电话:	010-58598980
传真:	010-58598977

(六) 证券交易场所

名称:	全国中小企业股份转让系统
联系地址:	北京市西城区金融大街丁 26 号
联系电话:	010-63889512、010-63889513
传真:	010-63889694

第二节 公司业务

一、公司主营业务及主要服务

（一）主营业务

公司是一家整合营销先进企业，主要为企业客户提供基于创意策划和数字传播的市场营销策划服务，公司提供的主要服务包括整合营销、数字营销、交易营销和公关传播。

公司在为客户提供营销策略和创意策划的基础上，通过整合营销、数字营销、交易营销和公关传播，为客户提供各类营销传播服务。经过多年发展，公司在营销领域积累了大量项目经验，同时营销方法论也日趋成熟；此外，公司通过数字传播客户的产品和品牌形象，从而提升营销效果的精准度。公司的主要客户群体是化妆品、快速消费品、网络游戏、奢侈品等经济活跃行业的市场领先企业，这些领先企业在消费力旺盛的女性消费者市场占有一席之地。公司为这些行业领先企业提供策略创意、资源整合、执行、效果评估全流程营销服务。

公司主营业务突出，自设立以来未发生重大变化。

（二）主要服务及其用途

按营销方式，公司提供的主要服务包括整合营销、数字营销、交易营销及公关传播，其中，整合营销是集数字营销、交易营销及公关传播等多种营销方式于一体的整体营销模式。

1、数字营销

数字营销是指公司通过对产品的品牌、特性及目标客户群体深入分析，形成营销策略、方案，并通过互联网/移动互联网社交媒体、门户网站、垂直网站等平台传播产品卖点并和用户互动，目的是激发目标消费群体参与，带来潜在用户和有效促进并引导用户购买，从而达到营销、传播和带动客户销售的目的。数字营销是一种线上营销模式，有关客户产品的文章、图片、视频和 Html5 页面等通过互联网/移动互联网平台进行发布和传播，其运用的平台主要包括微博、微信等互联网/移动互联网社交媒体（主要为名人及意见领袖的社交账号）、新浪等门户网站、行业垂直网站、优酷土豆等视频网站、

BBS 社区、博客等。

Jo Malone London 祖·玛珑 Rock the age H5，撼动时代 型格由我

以五个英伦年代的剧变瞬间为引，带入祖玛珑有着历史灵感的香水故事里，增强人们对祖玛珑历史的认同感，提高对产品的关注度，塑造品牌的自身形象，增强与消费者的互动。



微信H5互动页面“撼动时代 型格由我”浏览量累计29,093，参与用户数据16,860人。

Jo Malone London 祖·玛珑 Rock the age 线上微博话题

官方微博发布主帖，创造线上微博话题，邀请用户参与，通过属于自己的气息遇上撼动时代，碰撞出自己的时代，加大品牌曝光率。

#撼动时代 英伦瞬间# 撼动时代香氛邂逅故事

发微博 +关注 申请主持人

#撼动时代 英伦瞬间# 还记得第一次邂逅撼动时代限量香氛的惊喜心情？华都都玫瑰与琥珀香露、柔芙幽谷百合与紫藤香露、神秘黑石榴香露、清新天竺葵与马鞭草香露、个性黑明蜡与薄荷香露，带来英伦妙趣香闻。即日起至9/21，转发本帖分享与撼动时代限量香氛的邂逅故事并@ 3位好友，有机会获得 祖·玛珑礼遇。



9月18日 12:32 来自 微博 weibo.com

阅读 3.5万

推广

转发 163

评论 94

总阅读
36987
互动数
280

#时代型格 专属混搭# 分享最爱混搭香氛

发微博 +关注 申请主持人

#时代型格 专属混搭# 特立独行的五大英伦盛世，幻化为经典香气，带来鲜明的时代印记，以祖·玛珑撼动时代限量香氛系列，混搭打造独具魅力的英伦气息，让你尽兴玩转专属香氛时空！即日起至9月27日，关注@JoMaloneLondon祖·玛珑 转发分享你最爱的时代混搭及理由，并@ 3位好友，就有机会获得惊喜礼遇。



9月23日 11:38 来自 微博 weibo.com

阅读 1.1万

推广

转发 77

评论 39

总阅读
12630
互动数
126

Jo Malone London 祖·玛珑 Rock the age 外国渠道配合传播

与走起APP合作，发起免费领活动，配合第三方微信公众平台合作宣传，通过福利机制与预约机制引流受众到线下互动，参与线下撩动时代香氛巡礼活动。



公司数字营销业务可细分为：内容营销、社会化营销、O2O 营销、电商营销等。

(1) 内容营销：内容营销能充分展示产品卖点和功能，可以帮助消费者做出购买决策。公司内容营销的优势是基于公司管理层人员多年营销策划经验积淀下来的对内容体验促成消费者行为的理解，以及强大的创意和实现能力。

(2) 社会化营销：社交时代，社会化事件是重要的营销手段。社会化营销是聚焦消费者的注意力，构建具有影响力的营销场景和社会化事件，为消费者带入参与感。优秀的社会化营销创意，不仅能聚焦消费者，拉动消费者在社交媒体上的互动，同时也能带动消费者购买产品。

(3) O2O 营销：通过线下的消费者体验设置，促进消费者转化至线上平台购买或产生基于体验后的消费者内容，从而获得更大的影响与传播；另外一方面，通过线上的创意互动和奖励刺激，引导消费者留下资料，或推动消费者到线下实体渠道购买。公司的 O2O 营销，通过整合技术、创意、资源、内容优势，帮助客户有效提高营销转化，达成更好的销售目标。

(4) 电商营销：公司是行业中将数字营销及内容营销进一步拓展到核心电商渠道的先进企业。这种营销方式有效延长用户在电商渠道的停留时间，增强用户粘性，并推

动电商销售目标达成。电商平台是未来重要营销渠道，国内各大电商平台正发生巨大变化，其中明显的趋势就是打破单一电商属性，增加电商平台的内容多样性与丰富性，在吸引用户点击与使用的基础上，进入用户粘留与跟随的第二阶段。电商营销将是营销行业的重要未来趋势。

此外，公司还积极准备大数据营销，即通过大数据的积累，对消费者（特别是女性消费者和年轻消费者群体）的购买行为进行分析，关注消费者的喜好及消费倾向，分析消费者在营销过程中的行为特征，在此基础上帮助客户优化营销过程，制定更为清晰和明确的营销策略和计划。

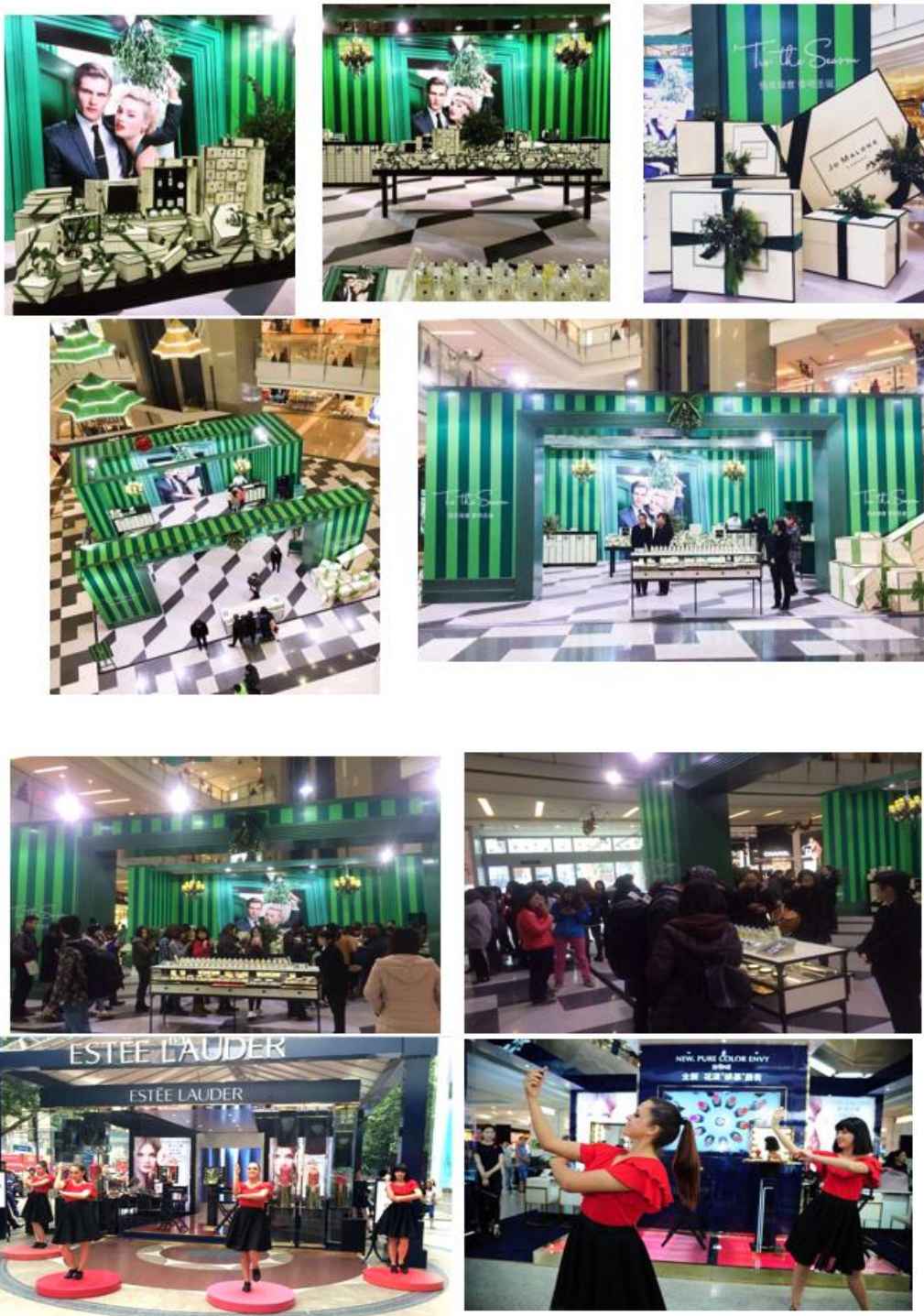
2、交易营销

交易营销是指通过创造、建立和保持与目标市场之间的有益交换和联系，以实现组织的各种目标而进行的分析、计划、执行和控制的过程。交易营销是企业导向的，是以实现交换为核心的企业的营销活动，强调保持市场份额。公司提供的交易营销服务主要包括户外搭台（Outpost）、临时性展台（Popup）及高端沙龙（VIP Salon）三种方式。

户外搭台（Outpost）、临时性展台（Popup）和高端沙龙（VIP Salon）均是公司帮助客户设计组织并执行交易营销的一种服务。公司首先根据客户需求，对客户产品或品牌的特点和亮点进行深度挖掘，策划相应的交易营销方案，包括如何有效吸引消费者、如何通过互动进行转化、如何促进销售等。户外搭台（Outpost）和临时性展台（Popup）以及高端沙龙（VIP Salon）的区别在于：

在户外搭台（Outpost）模式下，方案经客户确认后，公司调配人力、物力执行活动方案，包括活动设计、活动通告、场地准备、活动现场管理、消费者吸引、互动环节设计、销售转化环节设计、多元素舞台表演、明星嘉宾出场等。其中活动现场管理又包括搭建管理、视频及互动设备管理、物料管理、人员管理、资源及资金管理。活动结束后，公司对交易营销过程中每个环节参与的消费者情况、数据、具体信息等进行深入分析，甚至跟踪二次销售，从而促进并完成客户的销售目标。

祖·玛珑来福士商场搭台



临时性展台（Popup）指在已有的产品柜台所进行的短期吸引顾客的创新性营销手段。临时性展台（Popup）更注重展台设计与包装，更具简单有力的互动形式，更容易吸引消费者驻足，从而给销售人员创造销售机会。由于临时性展台（Popup）模式的成本较低，因此可在全国多个城市的多个产品柜台同步开展，可以在更广阔的地域范围扩大产品的知名度并达成销售，而户外搭台（Outpost）模式由于单个项目成本较高，一

般会根据产品特性，在全国选取重点商场开展，主要起到增加品牌曝光及增强消费者对品牌的好感度，并集中式地大力促进销售、引起销售高峰的作用。



唇启倾慕
耀羨朋友圈
Envy Moment
Outpost



Envy Shine
Lipstick

一系列的新颖活动
形式很好的契合了
产品时尚俏皮的形
象，并吸引众多新
客群，且多为年轻
客群。

高端沙龙（VIP Salon）指的是邀请品牌已有资深用户，去到一个特定场地（通常为五星级酒店、高端艺廊等），为其设计专有的体验式过程，通过一系列的体验、互动、沟通交流，有效精准地传递产品信息，同步维护客户与资深用户的关系，促进并达到销售目标。高端沙龙（VIP Salon）项目通常在 5-10 人的规模，一个项目会持续 3-5 天，每天多批次，通过“一对一”互动模式，精准、密集影响用户。

雅思兰黛VIP体验会



此外，公司在交易营销模式的基础上，通过增加线上元素，为客户提供数字化交易营销服务。传统的交易营销主要负责帮助客户建立完善的展览活动体系，为客户负责规划场地及其周边配套，设计并完成展览布展。数字化交易营销服务，在原有交易营销的基础上整合了数字媒体技术、AR（增强现实）与VR（虚拟现实）技术从而使得交易营销的内容和触点变得更加深入、更加丰富，并且更有互动性，使得交易营销更容易吸引消费者，销售转化更顺畅，品牌更容易获得消费者的青睐。

公司的数字化交易营销增加了如下数字化工具：（1）UGC（用户创造内容，User Generated Content）：通过现场活动的执行，引导来宾自行创造内容，并分享到自己的社交关系中，如发送活动现场内容、照片到微博、微信朋友圈；（2）数字化内容：通过二维码、Html5 等技术，为静态的产品展示带来更加丰富的内容体验；（3）近场营销：借助 beacon 等数字技术，让活动现场变成有效的营销场景；（4）AR（增强现实）技术：是一种实时地计算摄影机影像的位置及角度并加上相应图像的技术，这种技术的目标是在屏幕上把虚拟世界套在现实世界并进行互动，让消费者的体验变得更具突破性，更具想象力；（5）VR（虚拟现实）技术：借助计算机及最新传感器技术创造的一种崭新的人机交互手段。这种技术可以让消费者在现场获得虚拟体验，从而促进品牌好

感度并有效推动销售；（6）社会化客户关系管理（Social CRM）：线下的用户数据，聚合到社会化客户关系管理平台上，并继续深入挖掘客户价值。

3、公关传播

公关传播是指公司应客户新品上市、产品再推广、提升品牌形象等传播需求，提供公关传播的整体策略及规划、新闻稿件撰写、新闻稿发布、媒体采访、媒体关系管理及媒体监测服务。公司为客户提供的公关传播主要为营销公关，营销公关主要帮助客户提高产品营销的效率。公关传播与交易营销的主要区别在于：公关传播面对的对象主要是各类媒体，交易营销直接面向消费者。

Bobbi Brown 虫草精华媒体见面会



4、整合营销

随着数字技术的发展，信息日益社交化、移动化、碎片化，整合营销成为必然。其中，数字营销的策略创意和内容制作是核心，以此为基础，与交易营销相结合，形成线上线下整合营销，同时与传统公关传播整合，可以实现信息权威性和用户参与度双赢的效果。

LA MER 世界海洋日整合营销项目



40.1万 阅读	244 讨论	2 粉丝
16.2万 阅读	1471 讨论	0 粉丝

线上配合活动传播
通过海洋知识及海洋日活动报道，结合明星话题，推广H5活动二维码，引发受众对品牌的关注。



Blue Heart
保护海洋的100个理由
LA MER

#共续蔚蓝心动的100个理由#

通过该话题发起有奖互动，并整合发布UGC海洋保护理由，嵌入H5活动二维码，吸引受众的关注和参与。



H5: 共续蔚蓝心动的100个理由
微信端: PV 28,072 UV 12,890 参与数: 11,033 分享数: 1,660 申领数: 3,466

H5: Wear Blue Tell
微信端: PV 21,791 UV 10,912 参与数: 5,801 分享数: 3,383 申领数: 3,584

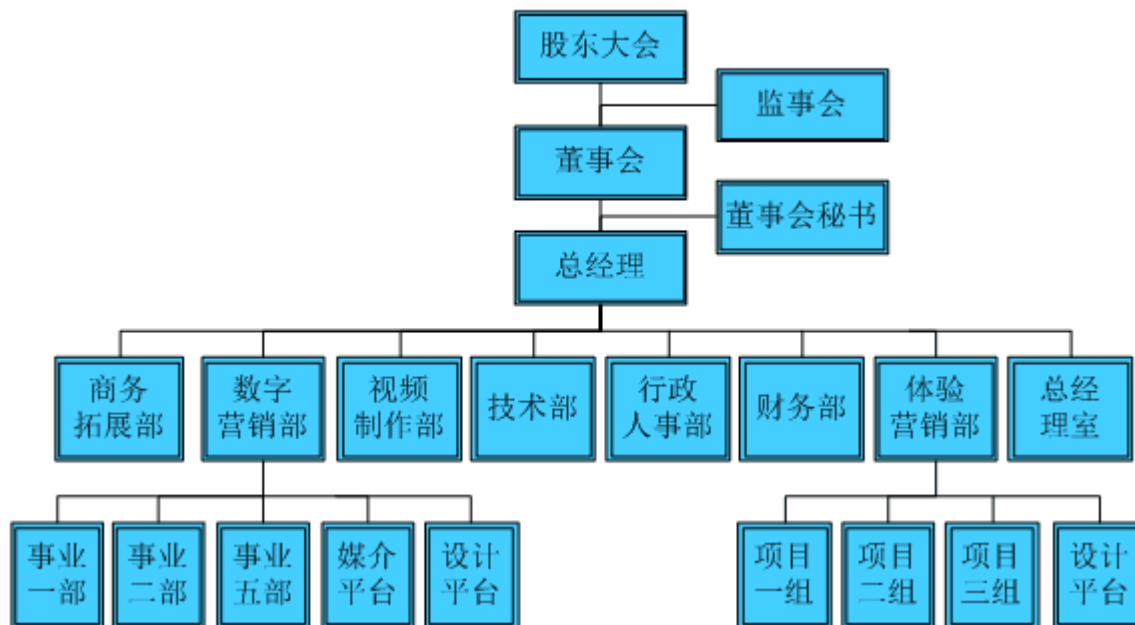


外围渠道配合传播

KPI总数: 175,000 实际阅读数: 191,071 高于预计阅读量16,071

二、公司内部组织结构

（一）公司内部组织结构



（二）公司及其子公司的业务分工及合作模式

母公司榕智股份与子公司福州智源、香港智源以不同的客户群体区分业务范围，彼此独立又相互支持。榕智股份以女性消费群体为主要目标客户的化妆品、快速消费品行业为主，为其提供整合营销或数字营销、交易营销、公关传播服务。福州智源以互联网游戏行业为主要目标客户，主要为其提供数字营销服务；香港智源 2015 年 12 月设立，目前尚未开展实质业务。公司设立香港智源的目的是：公司拟凭借对女性消费群体的消费行为、习惯长期研究分析及大数据积累的优势，进入同样以女性消费群体为主要目标客户的奢侈品行业，由于该行业企业的亚太总部一般设在香港，为就近服务客户，故设立香港智源。综上所述，母公司与 2 家子公司的业务范围各有不同，但又相互支持、互为补充。

三、主要服务的商业模式及流程

（一）商业模式

市场营销、公关传播在过往的发展历程中，基本还是停留在产品认知和口碑、企业

形象等层面，而移动互联网的发展，把品牌、产品和消费者建立了直接的关联，消费者在社会化媒体上看到的信息，可以直接链接到电商平台，去购买产品。社会化媒体的出现，给消费者的触媒习惯、信息获取、购买方式带来深刻的改变，也给传播行业和技术、客户需求带来巨大变化。

报告期内，公司从传统的市场营销模式向基于创意策划及数字技术的整合营销模式转变：以营销效果为导向，帮助客户达成营销目标，从发现消费者，到影响消费者，到拉动消费者到店购买等消费者实效需求。经过实践和研发的不断探索，公司总结出一套以营销效果为导向，以创意策划和数据为基础的整合传播服务链，通过对客户的营销需求分析和消费者喜好，为客户提供精准时效的整合营销策略和创意，组织团队实施，并以此收取服务费用。

具体来说，公司根据客户需求、推广目的、产品特点等信息，按所需知识结构安排项目人员，对项目进行需求分析、产品设计分析、潜在消费者群体、市场情况、接受度调研等，形成对客户需求的充分了解。公司选择能满足客户需求的营销手段、推广模式和活动种类，并制作项目预算，形成初始提案。与客户针对提案进行沟通，针对客户需求和活动预算等内容进行调整，向客户提交提案，最终签订合同。此后，公司根据提案内容，进行营销推广和公关活动的执行。调配相应的人员，安排现场管理控制和媒体宣传等细节。项目完成后，将媒体传播情况、项目情况、现场效果评估、项目评估、市场效果评估等情况汇总成报告交予客户，并收取费用。

1、服务模式

在服务提供上，针对不同的产品和不同的客户需求，公司提供的营销服务通常采用个案服务的原则，即成立专门的项目组，针对不同品牌、受众和不同传播理念进行完整独立的个案设计。

2、研发模式

公司以往的服务主要为交易营销和公关传播服务，随着移动互联网的发展，主营业务逐渐地转向数字营销以及基于创意策划和数字传播技术的整合营销传播服务。在将核心业务定位为帮助企业销售产品为目的的数字整合传播服务后，社交媒体的不断发展和客户需求的衍进，需要公司研发不断推出营销模型和产品。

公司研发内容主要包括：营销传播模型、知识和工具、产品和服务，研发来源主要为业务实践，另一个来源是业务人员的日常研究。其中业务实践是通过和领先的客户合作，创造出优秀传播案例，在此基础上深化总结出知识和工具。另一方面，公司业务人员也进行营销模型、产品的日常研究。

3、销售模式

公司目前的销售模式可以分为现有客户营销模式、品牌营销模式、引荐模式。

现有客户营销模式：公司在长期服务已有客户的基础上，针对市场细分，通过与客户约见、需求的分析，直接建立深度的合作关系，并深入挖掘客户需求。

品牌营销模式：公司服务的客户主要为化妆品、快速消费品等经济活跃行业的市场领先企业，这些企业对营销策划有着行业内最严格的要求，公司通过服务这类企业有利于快速扩大自己的专业口碑和影响力。通过品牌营销，公司吸引了一部分客户主动要求业务上的合作。此外，公司通过积极参与其他行业领先企业的竞标，争取进入其采购体系，并最终成为其供应商。

引荐模式：主要是与公司合作的各类媒体、营销资源、合作伙伴等推荐新客户予公司，来自这些渠道的推荐，对公司有很高的认可度，因此业务合作的概率较高。

4、采购模式

公司未设立独立的采购部门，由公司业务人员根据项目实际需要联系供应商，在采购环节落实公司的合规和内控要求，保证质量、控制成本。公司通过设定严格的采购流程来完成采购目标，采购内容通常为媒体资源、物料、场地租用及搭建。

具体的采购流程如下：在立项确定后，由业务人员根据项目相关的采购需求，在公司的供应商资料库中对供应商进行筛选，筛选的要素主要包括比较价格、比较工艺、供应商资质的审核、相应的配合度以及突发情况应变的能力。在确认需求、预估成本、确认具体的服务信息，并在比较性价比、确认相关资质后最终确认供应商。业务人员继而进行合作的准备工作，包括合同、预付款等。项目结束后，业务部门将组织对采购项目进行评估，分别从服务质量和客户满意度、供货数量、服务主动和配合度等方面对供应商服务质量进行总结和评估。

5、盈利模式

公司通过为客户提供基于创意策划和数字传播的整合营销、数字营销、交易营销及公关传播服务，来收取相应的服务费。公司服务费有两种收取的方式，一种按照单个项目收取，另一种以月度服务费的形式。单个项目服务费的形式，是基于某个单独服务的项目并定价，按照服务项目收取服务费用。公司根据项目执行的明细，提供成本报价，收取相应的服务费；月费的形式，一般为签署维护合同的客户，按月为客户提供相应的服务并逐月收取费用。报告期内，公司业务主要为单个项目服务费形式。

（二）主要服务的流程

公司提供的营销传播服务通常采用个案服务的原则，即针对不同产品、不同品牌、受众、客户的需求和不同传播理念进行完整独立的方案设计。公司的业务模式是通过为客户提供服务，帮助客户实现产品营销推广、品牌价值提升等目的，从而收取服务费用。

公司主要服务的业务流程如下：



四、公司业务关键资源要素

（一）服务使用的主要技术

1、通过项目实践和日常研究摸索出的营销方法论；自主研发的营销模型，如移动（O2O）营销模型等。

2、公司积极准备以大数据为基础的营销策略和创意，通过大数据的抓取，聆听消费者对品牌和产品的看法，锁定品牌和消费者关系；发现消费者的行为习惯，让策略和创意有迹可循。

（二）主要无形资产

1、计算机软件著作权

截至 2015 年 12 月 31 日，公司拥有的计算机软件著作权情况如下：

序号	软件名称	著作权人	发证日期	证书号	登记号	取得方式
1	榕智消费者线上行为分析软件 V1.0	榕智股份	2015 年 6 月 5 日	软著登字第 0986316 号	2015SR099230	原始取得
2	智源动力消费者行为分析软件 V1.0	福州智源	2015 年 6 月 1 日	软著登字第 0981587 号	2015SR094501	原始取得

2、域名

截至 2015 年 12 月 31 日，公司正在使用的域名共 10 项，具体情况如下：

序号	域名	网站名称	经营许可证/备案号	域名到期时间
1	maxpr.com.cn	智源动力官网	闽 ICP 备 12010746 号-1	2023 年 11 月 17 日
2	iopedigital.com	-	-	2016 年 12 月 8 日
3	igniteorange.com	-	-	2016 年 11 月 6 日
4	igniteorange.cn	-	-	2016 年 11 月 6 日
5	igniteorange.com.cn	-	-	2016 年 11 月 6 日
6	max-digital.cn	-	-	2016 年 11 月 23 日
7	max-digital.com.cn	-	-	2016 年 11 月 23 日
8	maxexperience.com.cn	-	-	2016 年 11 月 23 日
9	max-experience.cn	-	-	2016 年 11 月 23 日
10	max-experience.com.cn	-	-	2016 年 11 月 23 日

第 2 项至第 10 项域名暂未从事互联网信息服务，故不需办理经营许可证或取得备案。

（三）业务许可和资质情况

公司所从事的行业不需要特殊业务许可或资质。

（四）主要固定资产

公司固定资产主要为电脑、办公家具等经营所需的办公设备，截至 2015 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元；%

项目	原值	累计折旧	净值	成新率
办公设备	122.94	62.70	60.24	49.00
合计	122.94	62.70	60.24	49.00

（五）房屋租赁情况

截至本公开转让说明书签署日，公司主要租赁情况如下：

单位：元

序号	承租方	出租方	房屋位置	月租金	租赁期
1	榕智股份	上海舜联置业有限公司	上海市普陀区江宁路 1158 号 2201C 单元	36,075.44	2015 年 5 月 6 日至 2017 年 5 月 31 日
2	榕智股份	上海舜联置业有限公司	上海市普陀区江宁路 1158 号 2101BC 单元	54,825.30	2014 年 5 月 1 日至 2017 年 4 月 30 日
3	榕智股份	上海新汇房产开发有限公司	上海市长乐路 989 号世纪商贸广场 2 楼	489,196.79	2016 年 7 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日
4	福州智源	黄笑、黄秀挺、林美娟	福州市台江区宁化街道西江滨东北侧海西金融大厦 1204 单元	25,711.00	2015 年 7 月 31 日至 2020 年 7 月 30 日

注：公司因业务规模扩大需更换经营场所，故与上海新汇房产开发有限公司签订新的租赁合同（即表格中第 3 项），租赁期自 2016 年 7 月 1 日始。目前，公司原与上海舜联置业有限公司所签租赁合同（即表格中第 1、2 项）仍在履行中。

根据《城市房屋租赁管理办法》第十三条规定，城市房屋租赁应办理登记备案手续。公司上述租赁房产存在未办理房屋租赁登记手续的情况，但该等情况不影响租赁合同的有效性，上述租赁合同系双方真实意思表示，租赁合同合法、有效。

（六）公司员工及核心技术人员情况

1、员工结构

（1）员工专业结构

截至 2015 年 12 月 31 日，公司全部员工专业结构如下：

单位：人；%

员工类别	人数	占员工总数比例
业务人员	92	72.44
管理人员	25	19.69
财务人员	7	5.51
技术人员	3	2.36
合计	127	100

注：公司未设置专门的销售人员，业务人员既从事项目销售也负责项目承做。

（2）员工教育结构

截至 2015 年 12 月 31 日，公司全部员工教育结构如下：

单位：人；%

教育结构	员工数量	占员工总数比例
本科及硕士以上	97	76.38
大学专科	26	20.47
大学专科以下	4	3.15
合计	127	100

（3）员工年龄结构

截至 2015 年 12 月 31 日，公司全部员工年龄结构如下：

单位：人；%

年龄结构	员工数量	占员工总数比例
24 岁以下	37	29.13
25-35 岁	82	64.57
36-45 岁	5	3.94
46 岁以上	3	2.36
合计	127	100.00

2、核心技术人员情况

公司核心技术人员共 7 人，分别为张旻、娄蔚春、袁智晟、严丽婷、房洁、卢勇及张佳璐。

(1) 张旻

简历参见“第一节 公司基本情况”之“六、公司董事、监事和高级管理人员情况”之“(一) 董事”。

(2) 娄蔚春

简历参见“第一节 公司基本情况”之“六、公司董事、监事和高级管理人员情况”之“(三) 高级管理人员”。

(3) 袁智晟

袁智晟，男，1982 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2004 年 7 月至 2005 年 3 月，在上海金百合展览展示有限公司任设计师；2005 年 3 月至 2008 年 3 月，在上海韦博国际英语任市场主管；2008 年 3 月至 2013 年 3 月，在上海双通市场营销策划有限公司任客户经理；2013 年 3 月至 2014 年 2 月，在上海奥维斯市场营销策划有限公司任客户经理；2014 年 2 月至今，在上海榕智市场营销策划有限公司任客户经理。

(4) 严丽婷

简历参见“第一节 公司基本情况”之“六、公司董事、监事和高级管理人员情况”之“(三) 高级管理人员”。

(5) 房洁

房洁，女，1987 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2009 年 6 月至 2011 年 11 月，在上海当代艺术馆任市场及媒体部专员；2011 年 11 月至 2014 年 7 月，在上海帕格索斯传播机构/爱德曼国际公关（中国）有限公司任快消组高级客户主任；2014 年 7 月至今，在上海榕智市场营销策划有限公司任社会化媒体营销部门高级客户经理。

(6) 卢勇

卢勇，男，1989年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2011年9月至2013年12月，在福州智源动力市场营销策划有限公司任项目二组高级客户主任；2013年12月至今，在上海榕智市场营销策划有限公司任事业五部客户总监。

(7) 张佳璐

张佳璐，女，1989年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2011年7月至2012年6月，在上海联智会展服务有限公司任客户主任；2012年7月至今，在上海榕智市场营销策划有限公司任客户经理。

五、公司业务相关情况

(一) 公司的收入结构

报告期内，公司营业收入按服务类型划分如下：

单位：万元；%

项目	2015 年		2014 年	
	收入	比例	收入	比例
数字营销	2,931.54	55.26	1,195.89	39.82
交易营销及公关传播	2,373.42	44.74	1,807.56	60.18
营业收入合计	5,304.96	100.00	3,003.45	100.00

(二) 公司服务的主要客户群体及前五名客户情况

1、公司服务的主要客户群体

公司的目标客户，是具有声誉和市场领先的企业，特别是在经济较活跃的行业，包括化妆品、快速消费品、网络游戏、奢侈品等，这类行业聚集了大量优秀的企业，对营销和品牌的理解相对成熟。

服务的行业	服务的代表客户	服务的主要品牌/项目
化妆品	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	护肤品牌： 雅诗兰黛（ESTEE LAUDER）、倩碧（CLINIQUE）、海蓝之谜（LA MER）、悦木之源（ORIGINS）

服务的行业	服务的代表客户	服务的主要品牌/项目
		美妆及香氛品牌： 魅可（MAC）、芭比波朗（BOBBI BROWN）、祖·玛珑（JO MALONE）、汤姆福特（TOM FORD）
	爱茉莉太平洋贸易有限公司	伊蒂之屋（Etude House）、艾诺碧（IOPE）
	上海百雀羚日用化学有限公司	百雀羚（Pechoin）
	上海权芮化妆品有限公司	娜露可（NARUKO）
	上海家化联合股份有限公司	玉泽（Dr.Yu）
快速消费品	皇誉宠物食品（上海）有限公司	皇家猫粮（Royal canin）
	弓箭玻璃器皿（南京）有限公司	乐美雅（Luminarc）
网络游戏	天津游吉科技有限公司	最终幻想 14、热血传奇、传奇 3、守护者传说、夺冠之路、时空裂痕、光明纪元
	上海纵游网络技术有限公司	NBA 梦之队 2、航海王启航、妖精的尾巴：启程、死神斩之灵、变形金刚前线
	谷米信息技术（上海）有限公司	新勇者前线、白猫计划
	美娱信息技术（上海）有限公司	钢铁骑士团、百万亚瑟王、拼战三国志、锁链战记、勇者世界、魔物狩猎者
	百度在线网络技术（北京）有限公司	百度手机助手
	福建博瑞网络科技有限公司	91 助手
	上海棋上信息技术有限公司	足球经理 OL
	蓝沙信息技术（上海）有限公司	泡泡堂、魔界村
	盛绩信息技术（上海）有限公司	血族、超级地城之光、魔王日记
	成都格斗科技有限公司	苍翼默示录、苍翼之刃
	杭州边锋网络技术有限公司	战旗
	境界游戏股份有限公司	龙门虎将
	完美世界（北京）数字科技有限公司	第三把剑
	南京数龙计算机科技有限公司	彩虹岛
	北京触控科技有限公司	鳄鱼小顽皮爱洗澡 2
	上海圣然信息科技有限公司	赛尔号
	杭州电魂网络科技股份有限公司	梦三国 2
	天津随悦科技有限公司	航海王强者之路
奢侈品	路易威登集团（LVMH）	宝格丽（BVLGARI）
	上海珂兰商贸有限公司	珂兰钻石（KELAN）
	潘多拉珠宝（上海）有限公司	潘多拉（Pandora）

服务的行业	服务的代表客户	服务的主要品牌/项目
其他	华特迪士尼（上海）有限公司	华特迪士尼（Disney）
	上海新兰房地产开发有限公司	大悦城（Joy City）
	上海东方明珠新媒体股份有限公司	东方明珠、百视通（BesTV）
	立邦投资有限公司	立邦漆（Nippon Paint）
	汇丰银行（中国）有限公司	汇丰银行（HSBC）

2、报告期内前五名客户销售情况

单位：万元；%

期间	客户名称	销售收入	占主营业务收入的比例
2015 年	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	3,789.61	71.44
	上海圣然信息科技有限公司	265.41	5.00
	上海新兰房地产开发有限公司	181.22	3.42
	爱茉莉太平洋贸易有限公司	180.46	3.40
	皇誉宠物食品（上海）有限公司	88.72	1.67
	合计	4,505.43	84.93
2014 年	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	1,753.75	58.39
	上海百雀羚日用化学有限公司	208.78	6.95
	融侨集团股份有限公司	182.71	6.08
	中国联合网络通信有限公司福建省分公司	141.84	4.72
	西安国中星城置业有限公司	53.72	1.79
	合计	2,340.79	77.93

2014 年、2015 年，公司向雅诗兰黛（上海）商贸有限公司的销售比例分别为 58.39% 及 71.44%，均超过当期营业收入的 50%。具体情况请参见本说明书“第四节 公司财务与会计信息”之“五、报告期利润形成的有关情况”之“（一）营业收入及毛利的主要构成、变化趋势及原因”之“2、“报告期内前五名客户销售情况”。

就上述客户集中度较高的情形，公司已在本公开转让说明书中做重大风险提示。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其他主要关联方均未在上述主要客户中占有权益。

（三）公司成本构成及前五名供应商情况

1、公司成本构成

报告期内，公司主营业务成本构成情况如下：

单位：万元；%

项目	2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比
媒体传播及物料	1,496.85	46.93	902.02	38.56
职工薪酬	661.43	20.74	459.17	19.63
劳务费	481.37	15.09	351.12	15.01
搭建费	241.70	7.58	324.53	13.87
场地租赁费	182.26	5.72	176.50	7.55
其他	125.45	3.93	125.98	5.39
合计	3,189.06	100.00	2,339.33	100.00

2、报告期内前五名供应商采购情况

单位：万元；%

时间	供应商名称	采购金额	占采购总额的比例
2015 年	上海纽程市场营销策划事务所	199.23	6.71
	福州瑞元德贸易有限公司	172.23	6.04
	上海果木果木市场营销策划事务所	154.74	5.43
	海南港澳资讯产业股份有限公司	133.96	4.70
	上海佳示展示服务有限公司	99.91	3.50
	合计	760.07	26.38
2014 年	上海纽程市场营销策划事务所	346.12	18.13
	上海果木果木市场营销策划事务所	306.41	16.05
	浙江快客电视传媒有限公司	123.36	6.46
	上海谦如展览展示服务有限公司	55.89	2.93
	北京市天恒展示有限公司	31.48	1.65
	合计	863.26	45.22

注：采购金额不含税。

公司的主要服务为提供整合营销、数字营销、交易营销及公关传播服务，故报告期

内公司主要的采购为媒体传播、物资物料、展台搭建以及模特、礼仪等人员的劳务费等。

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过采购总额的 50%或严重依赖于少数供应商的情形。

报告期内，除公司股东林瀚的父亲林华为上海果木果木市场营销策划事务所的股东外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其他主要关联方均未在上述主要供应商中占有任何权益。目前，为减少关联交易并避免潜在同业竞争，上海果木果木市场营销策划事务所正在履行注销程序。

（四）重大业务合同及履行情况

对于公司持续经营、未来发展或财务状况具有重大影响的业务合同如下：

1、主要销售合同

公司主要销售合同如下：

单位：万元

签订时间	序号	客户名称	合同主要内容	合同金额 (含税)	报告期内确 认收入	履行情况
2014 年	1	上海百雀羚日用 化学有限公司	年度公关传播服务	150.00	141.51	履行完毕
	2	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	雅诗兰黛超能奢宠之夜	252.59	238.29	履行完毕
	3	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	雅诗兰黛 Re-Nutriv 白金 超能奢宠尊享会白金	236.07 (注 1)	232.19	履行完毕
	4	融侨集团股份有 限公司	品牌宣传服务	120.00	113.21	履行完毕
2015 年	1	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	Clinique 宛若新生新品发 布 Media Trip 活动	99.21 (注 2)	103.00	履行完毕
	2	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	雅诗兰黛倾慕唇膏 Envy 魅色系列上市 Outpost 活 动	147.32	138.98	履行完毕
	3	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	雅诗兰黛倾慕唇膏 Envy 魅色系列上市 Popup 活动	155.12	146.34	履行完毕
	4	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	Bobbi Brown10 周年媒体活动	137.17 (注 3)	140.68	履行完毕
	5	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	LA MER WORLD OCEAN'S DAY	112.11 (注 4)	115.21	履行完毕
	6	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	CLINIQUE Lego Re-promotion Campaign	143.24	135.13	履行完毕

签订时间	序号	客户名称	合同主要内容	合同金额 (含税)	报告期内确 认收入	履行情况
	7	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	CLINQUE Special Project Campaign	129.36 (注 5)	130.04	履行完毕
	8	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	雅诗兰黛倾慕液态唇膏上 市 Outpost 活动	197.96	186.75	履行完毕
	9	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	雅诗兰黛倾慕液态唇膏上 市 Popup 活动	124.14	117.11	履行完毕
	10	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	CLINQUE Skincare 3 Steps Social Campaign	137.67	129.88	履行完毕
	11	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	雅诗兰黛 Holiday Project -Integration 活动	164.48 (注 6)	103.36	履行完毕
	12	雅诗兰黛（上海） 商贸有限公司	CLINQUE Sculptwear MKT Social Campaign	159.00	150.00	履行完毕
	13	上海圣然信息科 技有限公司	赛尔号 2015 品牌盛典	281.34	265.41	履行完毕

注 1：该合同确认收入金额大于合同税后金额，原因是发生增补 9.48 万元；注 2：该合同确认收入金额大于合同税后金额，原因是发生增补 9.41 万元；注 3：该合同确认收入金额大于合同税后金额，原因是发生增补 11.27 万元；注 4：该合同确认收入金额大于合同税后金额，原因是发生增补 9.45 万元；注 5：该合同确认收入金额大于合同税后金额，原因是发生增补 8.00 万元；注 6：该合同确认收入金额大于合同税后金额，原因是项目减少 51.80 万元。

2、主要采购合同

公司报告期内采购的资源主要为媒体资源、物料、搭建等。公司主要采购合同如下：

单位：万元

序号	供应商名称	合同内容	协议金额	履行情况
1	浙江快客电视 传媒有限公司	雅诗兰黛视频广告代理播放	130.76	履行完毕
2	上海果木果木市场 营销策划事务所	赛尔号大电影网络传播	70.00	履行完毕
3	上海谦如展览展 示服务有限公司	室外门头制作施工、室内中庭双层 建筑制作施工、全场广告位美工等	72.00	履行完毕
4	上海纽程市场营 销策划事务所	Estee Lauder 白金 Workshop 搭建服务	91.57	履行完毕
5	上海纽程市场营 销策划事务所	海蓝之谜假日活动的网络传播	52.76	履行完毕
6	海南港澳资讯产 业股份有限公司	负责提供上海榕智网络传播平台	74.00	履行完毕
7	海南港澳资讯产 业股份有限公司	负责提供福州智源网络传播平台	68.00	履行完毕

3、主要借款合同

单位：万元

借款人	债权人	贷款类别	金额	合同开始日	合同终止日	保证人或抵押物
福州智源	福建海峡银行股份有限公司福州东街分行	抵押担保贷款	200.00	2013.1.31	2016.1.31	郭炜、李珊珊以其自有房产做抵押担保
	合计	-	200.00			

六、公司所处行业情况、市场规模及风险特征

（一）公司所处行业的基本情况

1、公司的行业分类

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司主营业务所属行业为“L72 商务服务业”。

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），公司主营业务所属行业为“L72 商务服务业”中的“L7233 社会经济咨询”。

根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司业务所处行业为“L72 商务服务业”中的“L7233 社会经济咨询”。

2、行业的管理体制和主要法律法规

（1）行业管理体制

目前国内市场营销行业无明确的行政主管部门指导其产业发展，行业内部实行自律式管理机制，现有自律管理机构—中国公共关系协会和中国国际公共关系协会。

中国国际公共关系协会和中国公共关系协会是行业的自律性组织，主要负责组织制定行业规定，维护行业整体利益，实现行业自律；协调行业与政府主管部门的交流与沟通，提高我国公共关系行业的水平和服务质量，参与国际交流和有关标准的研究，促进我国公关行业的发展，发挥公关行业对我国社会、经济、文化发展和社会主义精神文明建设的积极推动作用。

（2）行业主要法律法规

本行业主要遵守的一些相关行业自律政策和规章如下：

①2002 年 12 月 6 日，中国国际公共关系协会第三次会员代表大会审议通过了《中国国际公共关系协会会员行为准则》，并于 2003 年 1 月 1 日实施执行，该准则结合中国实际情况，原则性地规定了公共关系从业人员的行为规范。

②2003 年 11 月 6 日，中国国际公共关系协会正式通过了《公共关系咨询业服务规范》（指导意见），该规范涉及公共关系行业总则、职业概述、工作流程、公司管理、战略与营销、职业开发、职业道德等内容，从原则上规范了中国公共关系业的行业服务标准。该规范于 2004 年中国国际公共关系大会期间正式对外发表，2004 年 7 月 1 日起正式生效。

③2004 年 3 月 5 日，《公关员国家职业标准》通过国家级专家评审。该标准对公共关系人员的职业等级、职业特征、相关培训要求、职业道德、所需知识体系等进行要求。

（3）近期主要政策

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》明确指出：“服务业比重进一步上升”，“开展加快发展现代服务业行动，放宽市场准入，促进服务业优质高效发展。推动生产性服务业向专业化和价值链高端延伸、生活性服务业向精细和高品质转变，推动制造业由生产型向生产服务型转变。大力发展旅游业。”

发布时间	发布主体	文件名称	主要内容
2015 年 1 月	国务院	《国务院关于加强发展服务贸易的若干意见》(国发[2015]8号)	国务院将完善服务贸易政策支持体系，加快服务贸易自由化和便利化，推动扩大服务贸易规模，优化服务贸易结构，增强服务出口能力，培育“中国服务”的国际竞争力。
2015 年 10 月	中国共产党中央委员会	《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》	开展加快发展现代服务业行动，放宽市场准入，促进服务业优质高效发展。推动生产性服务业向专业化和价值链高端延伸、生活性服务业向精细和高品质转变，推动制造业由生产型向生产服务型转变。大力发展旅游业。

3、市场营销及市场营销行业的产生背景

（1）市场营销的概念

传统营销是以 20 世纪 60 年代美国市场营销学家 J·麦卡锡教授的 4P'S 理论为基础

的，即以产品（Product）、价格（Price）、渠道（Place）和促销（Promotion）四个方面的组合来开展营销活动。后来，当代美国最有影响的市场营销专家菲利普·科特勒提出的“大市场营销观”，把 4P’S 又发展为 6P’S，即加上了公共关系（Public Relations）和政治力量（Political Power），即运用各种有效的传播媒介，在推广企业整体形象的基础上，促使公众对企业的产品增加了解、建立信任、获得好感，提升产品的非品质竞争能力。

与传统的市场营销战略相比较，现代市场营销战略在任务、对象、方式、功能、效果等方面，都有很多的不同。现代的营销理论更注重企业的整体形象，发挥企业无形资产的市场号召力，重视营造一个良好的市场营销环境，不计较一时一事的得失，而关注企业的长远利益。这样，就使得企业的营销更加富有人性化的色彩，也更容易赢得广大公众的支持。

整合营销传播是 20 世纪 90 年代以来在西方风行的营销理念和方法。它与传统营销“以产品为中心”相比，更强调“以客户为中心”；它强调营销即是传播，即和客户多渠道沟通，和客户建立起品牌关系。与传统营销 4P’S 相比，整合营销传播理论的核心是 4C，即相应于“产品”，要求关注客户的需求和欲望，提供能满足客户需求和欲望的产品；相应于“价格”，要求关注客户为了满足自己需求和欲望所可能的支付成本；相应于“渠道”，要求考虑客户购买的便利性；相应于“促销”，要求注重和客户的沟通。由美国西北大学唐·舒尔茨教授提出了整合营销传播的概念：将所有传播营销工具整合向市场传播信息，即完整的市场信息传递。整合营销传播的内容就是将企业信息通过广告、促销、公共关系、新闻、CI、包装、直销、网络等一切传播活动，传递给以消费者为主的一切社会公众。

（2）市场营销行业的产生背景

①商品经济是市场营销产生的基础环境

商品经济社会以社会化大生产、社会化大交换为其重要特征。任何社会组织要生存发展，必须参与社会化大生产和大交换，这就需要参与社会公众的传播沟通，了解消费群体的需求，传达自身的信息，使得商品市场交易得以实现，市场营销、公共关系管理服务恰好满足市场的需求，便应运而生了。

②市场营销是社会分工的必然产物

市场营销是社会分工的必然产物。随着市场经济的深入发展，促使社会分工向着更高的专业化程度方向演化与发展，带来了更加细化深入的社会分工，一方面要求社会组织之间要积极增加横向经济联系，利用相互合作、平等互利的良好横向网状关系，以推动和维系自身的发展，另一方面市场营销这一细化分工也由此产生了，尤其是现代商品经济，提升品牌形象，加强公众沟通，成了企业成败的关键，这就直接促成了市场营销的兴起。

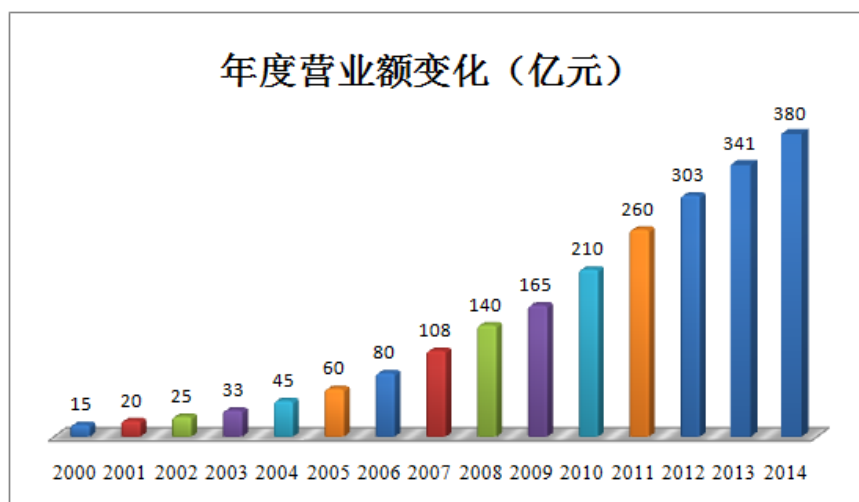
③现代科技为市场营销产生和发展提供物质基础

现代科学技术的不断发展，使得广播、电视、互联网等电子传媒媒介更加普及，加快了信息的传播速度，扩大了传媒的深度和广度，这也为商品经济大规模的信息流通提供了可能，并为市场营销的发展提供了必要的技术和方法。

4、行业发展状况

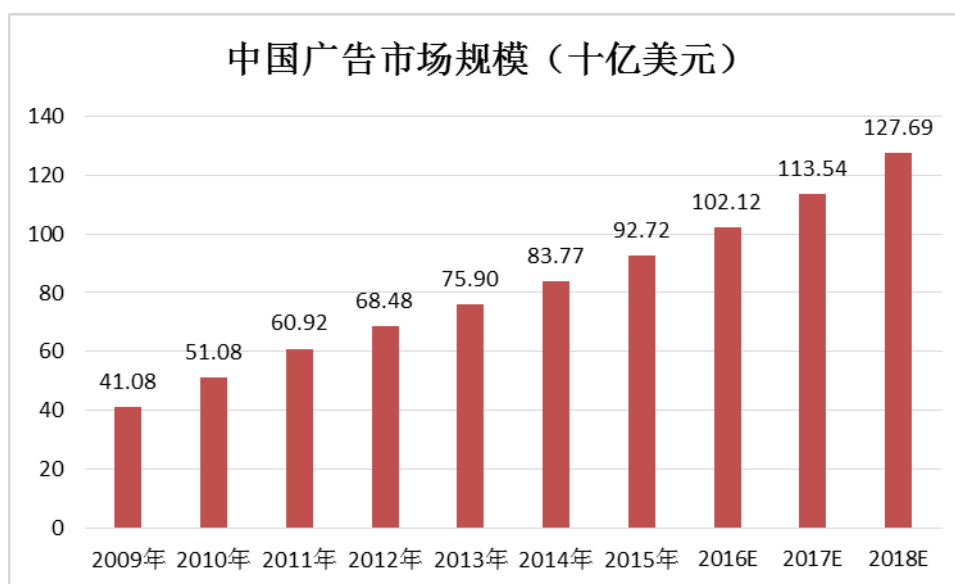
（1）行业规模及发展情况

目前，市场营销行业与公关行业已经彼此渗透，相互融合。一方面，市场营销吸纳了公关行业强调与客户多渠道沟通、和客户建立起品牌关系的优点，另一方面，公关行业也越来越多借鉴各类营销手法用于公关管理；此外，两个行业服务的主要客户群体也都日益趋同，均以企业客户为主；同一家企业及从事市场营销也从事公共关系管理服务。根据 2014 年中国国际公共关系协会发布的《中国公共关系业 2014 年度调查报告》，2014 年，中国公共关系市场保持稳定增长，整个市场的年营业规模约为 380 亿元人民币，较上年增长 11.5%。随着新媒体时代的不断发展，公共关系业务的结构性变化也逐渐凸显。传统公关业务增速放缓，而新兴公关业务（如数字化传播、新媒体营销等）发展迅猛。总体而言，作为新兴产业的市场营销（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。

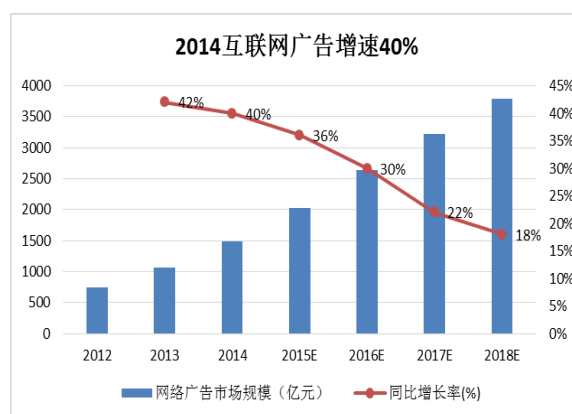
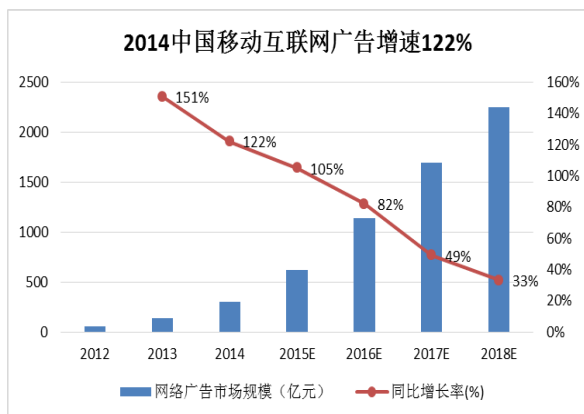


数据来源：中国国际公关关系协会

数字营销是市场营销、互联网及广告等行业的交叉行业，未来几年，广告行业预计还将保持较快增长，从数字营销行业的规模来看，无论是艾瑞还是申万宏源的第三方预测数据，2015 年市场规模都将超过 2 千亿元，到 2018 年预计接近 4 千亿，复合增速接近 24%，其中 2016 年预计增速 30%；数字营销行业中，移动数字营销增速更快，预计 2016 年实现 82% 的高速增长。数字营销行业在如此大的市场规模情况下，仍然保持高速增长，在互联网行业中都属于较为稀缺的行业动向。



数据来源：中国产业信息网、财富证券



资料来源：艾瑞咨询、申万宏源研究

(2) 行业特点

①行业日益集中。过去市场营销行业内企业小而分散，近几年随着产业升级和“互联网+”的传播革命，行业企业走向集中，各类市场资源，包括客户预算、人才等不断向具有整合营销运营力的行业先进企业汇集。

②行业增长迅速。我国市场营销及公共传播市场发展迅速，营业收入逐年增长。单就数字营销行业来看，2015年市场规模将超过2千亿元，到2018年预计接近4千亿，复合增速接近24%，其中2016年预计增速30%；数字营销行业中，移动数字营销增速更快，预计2016年实现82%的高速增长。从公共行业来看，2010年至2014年我国国内生产总值的增长速度为55.51%，同期公共关系行业营业额增长速度为80.95%，高于国内生产总值的增长速度。

③医疗保健首次进入行业前三位。调查显示，2014年中国市场营销及公关传播市场前5位分别为汽车(26.9%)、快速消费品(14.1%)、医疗保健(10%)、通讯(7.7%)、互联网(5.4%)。

④新媒体环境的影响越来越大。随着新媒体时代的来临，一些从事传统业务的公关公司不断转型，逐步涉足数字化传播及营销、大数据营销等领域。调查显示，网络公关、传播代理及媒体执行为行业内主营业务，而传统的顾问咨询类业务大幅下降。大数据挖掘和应用更加深入。互联网时代，大数据深刻影响行业变革，微博、微信、微视频等传播手段以及营销模式层出不穷。网上信息的精准抓取满足了客户个性化的需求，也让大数据开发和应用能够大展拳脚。市场营销行业与传播手段联系最为紧密，如何应对、如何转型、如何创新，关系着行业的生存和发展。

⑤客户预算重新分配。随着新媒体及新型传播手段的层出不穷，客户原先在传统渠道和传统营销手段上的投入，已经逐步转向新型推广领域，特别是数字营销、整合营销，并且其增速和范围逐年递增。传统的广告投放、报纸杂志等纸媒的传播预算，已经大量被数字营销、整合营销所取代。

⑥人才问题仍然是影响行业发展的瓶颈。由于行业整体稳定增长带来的人才需求，专业化人才短缺问题并没有得到缓解。另外人力资源成本上升较快，也给本行业公司带来了一定的压力。

（3）行业的发展趋势

未来的市场营销、公共关系行业发展将呈现以下主要特征：

①国内市场营销、公共关系市场将呈现一线城市带动二、三线城市的态势。北京、上海、广州等主要市场仍将保持良好的发展势头，与此同时，随着我国城市化速度的加快以及二、三线城市经济的发展，主要客户将会把更多的市场营销支出投向二、三线城市，市场营销公司也将在这些地区大量涌现出来。

②国际化程度进一步加深。未来国内市场营销、公关市场将进一步对外开放，将有更多的跨国公司通过合资或独资形式进入中国市场，随着国际资源与本土资源之间合作加强，本土公司将加快整合业务资源的步伐，公司间并购将日趋活跃，整体实力将进一步增强，行业集中度也将提高。

③服务领域更加突出，客户范围进一步扩大，作为主要消费市场的汽车、快速消费品等行业将进一步得到巩固，医疗保健还将迅猛发展。

④服务模式进一步成熟。数字营销、交易营销、公关传播等仍将是未来市场营销、公关服务的主要手段，重大行业会展活动和大型文化体育活动的策划、管理和传播业务将推动整合营销传播等专业工具和服务手段的不断完善。

⑤新型服务方式将深入开发。专业服务的技术研发和新型服务手段的采用，将促进营销与公共关系管理、广告等其它咨询业务的融合，进一步开发数字营销、大数据营销等业务的开发和推广，促进市场营销、公关市场的繁荣。

5、市场营销行业上下游关联情况

（1）市场营销行业的上游情况

市场营销行业的上游行业主要为传媒行业。市场营销策划公司提供专业服务时，需与相关媒体（包括电视、广播、杂志、报刊、网络等传媒机构）相互沟通，根据客户的需要采购广告类版面或栏目用于品牌传播或产品推广，因此，传媒行业是市场营销行业的上游行业。

由于人们信息接收的惯性化以及新闻传媒的口碑化，人们更倾向于信任主流传媒传播的信息。拥有主流媒体资源的多寡，直接影响到市场营销服务的传播范围和传播程度，进而影响到最终的服务质量，因此媒体资源的质量也是本行业发展的重要因素之一。

随着科技的进步，现代社会媒体介质越来越多，传播方式也越来越丰富。传媒市场供给较为充足，市场营销行业在传播介质的选择上拥有主动权，不存在对传媒行业的业务依赖。因此，传媒行业不会对市场营销行业产生较大影响，市场营销行业对上游行业的依赖程度较低。

此外，基于不同客户的具体需求，市场营销服务的提供过程中还需要涉及各类产品或服务供应商，主要包括礼品、花卉等道具供应商；会展、活动等场地搭建制作的劳务供应商；灯光音响设施等的租赁供应商；摄影、录像制作等服务供应商；表演、喷绘、翻译、餐饮、票务等服务供应商；以及模特、礼仪、主持人、现场工作人员等第三方外派人工服务等。

（2）市场营销行业的下游情况

作为现代服务业，市场营销行业的下游为客户，即市场营销服务最终消费者，包括需要市场营销、公关服务的企业。客户的市场营销需求随着所处行业的发展会同步增加，客户所处行业的发展直接影响其市场营销预算的高低，从而影响市场营销行业的发展。

最近几年我国市场营销、公共关系行业的客户主要集中在汽车、快速消费品、医疗保健、通讯、互联网、IT 等行业，上述行业的发展对行业的影响较为直接，其增长速度远远高于同期国内生产总值的速度，使得市场营销、公关市场伴随上述行业的高速增长而进一步扩大。

随着不同行业的客户拓展以及客户所在行业的不断拓展，如医疗保健等行业的市场营销及公关支出迅猛发展，使得原先单一行业对市场营销行业的影响越来越小。

（二）公司所处行业竞争情况

1、行业的竞争格局及市场化程度

（1）行业市场化程度高，竞争激烈

我国市场营销行业市场化程度较高，早前整个行业公司数量众多且规模较小，竞争较激烈且呈高度分散状态，随着产业升级和“互联网+”的传播革命，整个行业走向集中，客户的预算不断向具有整合营销能力的行业企业转移。

（2）呈“内资—外资”两大竞争阵营格局

我国市场营销、公关行业呈现“内资—外资”的竞争格局。在我国，内资公司和外资公司（包括外商独资和合资）无论是客户资源还是人力资源上竞争都较为激烈。

（3）行业竞争进入整合阶段

目前，我国市场营销行业已经进入并购整合阶段。而随着我国经济全球化不断深化，更多的海外公司也开始涉足国内市场，而海外公司进入国内市场最常用的方式是通过并购方式。最近几年，外资公司业已并购了国内多家公司，而随着外资公司并购热潮的到来，本土公司也逐渐意识到行业整合的趋势，开始通过并购方式增强自我实力，拓展自身的市场。整个行业已经进入到产业整合阶段。

2、主要竞争对手情况

中国市场营销行业经过最近 10 多年的发展，产业发展的层次和服务水准从量到质都有了根本的提升，也涌现出许多发展迅速、市场占有率较高的公司，现阶段公司主要的竞争对手有帖易、Verawom（维拉沃姆）。

（1）帖易

帖易成立于 2004 年，是中国领先的社会化商业咨询与实施机构。帖易为客户提供从社会化商业策略、创意、执行到技术开发的完整服务，在化妆品、母婴、快消、IT、B2B 等领域具备丰富经验，在上海、广州、北京拥有约 200 人的服务团队。

（2）Verawom（维拉沃姆）

Verawom（维拉沃姆）是中国领先的专注社会化媒体营销的数字营销机构，成立于

2006 年，总部在中国上海。Verawom（维拉沃姆）目前服务母婴、汽车、数码、快速消费品、化妆品等行业，服务世界 500 强品牌包括菲亚特、雅培、拜耳、LVMH、雪佛兰、百事、柯尼卡美能达、诺基亚等，本土品牌包括上海家化之高夫与家安品牌、王品集团、东锦日加满与娇源品牌、永和大王、金士顿、PPG 大师漆、统一、奇瑞等。Verawom（维拉沃姆）目前拥有超过 50 人的专业创意、客户服务团队，维拉沃姆以不制造虚假信息、不攻击竞争对手、为网民创造快乐以及社会责任为公司准则，目前是口碑营销协会（WOMMA）中国会员。

3、进入本行业的主要障碍

（1）品牌效应

市场营销、公共关系管理行业属于现代服务业，为客户提供品牌和组织形象的塑造、产品推广服务，因此自身拥有良好品牌形象的公司往往更容易受到客户的青睐，其背后往往代表着业务的品质、人员的素质、服务的经验等多个因素的综合表现；同时，创立一个知名品牌需要长期大量的投入，需要案例等丰富经验的积累，并形成优良的口碑。这对于新入企业短期内难以实现。

（2）客户基础

市场营销服务相对其它服务而言，要在对客户组织和产品深入了解的基础上，通过长期持续的活动才能实现，因此客户更希望与市场营销公司保持长期的、不间断的合作关系。稳定的客户合作导致市场营销市场有先入为主的特点，这也无形中提高了进入本行业的门槛。

（3）人力资源

市场营销行业主要依靠专业人员为客户提供专业服务。业内专业人才的供求具有人才紧缺、流动性高的特点，优秀专业人才的流动也倾向于知名度高、待遇较好的企业，这对于新进入市场营销行业的公司招聘专业人才方面形成了一定障碍。

（4）公司规模

市场营销公司服务的客户经常要在不同地区、不同时间进行不同的品牌传播和展示活动，并需要一些专业的设备和公司予以配合，这要求市场营销公司具有一定的人员规

模及能够垫付租用昂贵专业设备及活动场地费用的资金规模,这对于新进入市场的小型市场营销公司形成一定的壁垒。

4、公司的竞争地位、竞争优势和劣势

(1) 公司的竞争地位

公司是市场营销行业先进企业。2015 年公司营业收入较上年增长 76.63%，而行业前 25 家公司 2014 年营业收入较上年仅增长 19.2%，公司业务规模的增长速度远高于行业领先企业。公司的业务及服务水准也高于行业平均水平，公司提供的整合营销服务具备较高的门槛，处于行业先进水平。一方面，大型的公关传播集团虽可以提供整合营销传播服务，但由于其内部的沟通成本和跨公司团队执行的复杂程度，提供的服务往往无法满足客户要求；另一方面，小型公司很少具备线上线下均等优质的服务能力，其团队无法满足市场快速变化的需求。随着公司人才的持续引入，业务规模的不断扩大，公司未来还将保持较快的收入增长速度，并不断推进新型传播模型的扩张与复制，服务更多领先知名的企业客户。

(2) 竞争优势

①成长优势

公司自创立以来，多年保持高速增长：公司员工从最初不到 10 个人发展到 2015 年底的 120 多人，2016 年公司将进行更大规模的业务团队扩展；公司的业务网点从福州 1 处扩张到包括上海、福州、香港等国内发达城市；客户数量从几家发展到目前拥有超过几十家优质客户；年营业收入从 2014 年的 3,003.45 万元增长到 2015 年 5,304.96 万元，增长速度接近 80%。公司已经成长为本行业最具成长优势的公司之一，且未来仍将保持较为高速的发展态势。

②管理优势

公司治理结构和管理建设较为合理规范，公司股东持股比例较为稳定平均，使得公司经营决策更加谨慎合理，公司管理更加有效，执行力较强，避免了国内一些企业一股独大的公司治理缺陷。公司管理骨干和业务骨干从业经验较长，大部分从市场营销服务基层做起，业务技术熟练，管理经验丰富，对市场趋势的把握较敏锐，保证公司经营决策的高效性。公司领导层的业务能力得到公司员工普遍认同。公司非常重视公司管理系

统的建设，目前已构建完成符合公司业务特点的信息化管理平台，提升了公司管理水平，以保持公司管理的高效性。

③人才优势

公司从高层、到中层、到作业层，都积淀了人才优势。公司高层在专业上有相当丰富的经验，分别为化妆品、快速消费品等行业的营销专家。

公司在人才保留和发展上建立了完整的体系。在员工保留上，公司通过完善的、人性化的制度，家庭化的企业文化建设，多层次的薪酬福利奖金股权激励体系，让员工有了职业安全感、认同感，最终是归属感。

公司建立了培训机制，为新员工提供“导师制”的帮带制度，使其尽快成熟独立开展业务；公司还建立了“案例共享系统”，建立项目与案例、员工与专家的对话机制，激发员工思想火花；公司人性化的培训机制加快了公司新员工向业务专家的转换速度，提升了公司员工整体的业务素质。

公司通过企业文化建设加强员工的凝聚力，使员工在认同公司企业文化的过程中形成主人翁意识，同时分享公司高速成长的利益，最大程度的激发员工的工作积极性，保持管理团队和业务团队稳定性。公司业务团队士气充沛，战斗力强。公司薪酬制度具有较强的竞争力，处于国内同行业中上水平；公司福利制度较为人性化，除法定福利制度之外，公司还执行具有特色的福利制度，例如郁闷假期等，在保障员工物质需求的同时，丰富员工精神需求，从而形成了士气充沛，战斗力强的专业服务团队。公司员工业务水平较高，特别是方案设计具有创意。由于公司企业文化较为人性化，对员工发展束缚较少，扩展了员工的发展空间，并且公司对员工进行定期的业务培训，营造了学习型组织文化，员工在亲和的环境下，凭借专业的知识基础，容易产生创意和灵感，进而提升了业务水平。

④创新优势

公司将市场营销与数字技术融合集成，形成了独具特色的数字营销方式，是营销服务手段的创新。公司利用各种新媒介、采用互联网传播技术服务于客户，在短时间内形成了较大规模的专业团队，业务收入 2015 年已增至约 3,000 万元，体现了公司在数字营销方面的先进地位。

公司积极准备以大数据为基础的数字营销策略和创意，拟通过大数据的抓取，聆听消费者对品牌和产品的看法，锁定品牌和消费者关系，让策略和创意有迹可循，以更好地转化营销过程，实现更好的营销业绩。

公司通过项目实践和日常研究摸索出的营销方法论；公司自主研发先进的营销模型，如移动（O2O）营销模型等，可以更好的服务客户，增强公司的营销能力。

⑤经验优势

公司主要管理层具有多年从事市场营销服务经验，公司成立至今也将近五年，通过大量成功案例积累了可复制的业务经验。公司通过建立知识分享体系，将成功案例形成教案，与公司员工共享，充分运用公司经验成果培养人才，形成业务梯队。公司凭借丰富的经验和专业的人才梯队，形成了公司自身特有的方法体系，得到了客户的认可和赞同，奠定了自身的品牌基石。

⑥客户优势

市场营销、公关公司的服务质量关系到企业的品牌形象、产品的最终推广，因此企业客户对市场营销公司有严格的考核和要求，需要经过严格而长期的认证过程才能确定双方的合作关系，进入客户供应商体系后，由于更换供应商涉及重新进行业务、人员的对接，耗费大量的人力、物力、财力，所以一旦与客户确定供应商关系就不会轻易更换。自设立以来，公司与雅诗兰黛集团、盛大网络、网龙公司等国内外知名企业均建立了长期的合作伙伴关系。

在维持长期合作伙伴关系的同时，公司在能力许可的情况下，适时开拓新客户，2015年公司进入韩国爱茉莉集团、路易威登集团（LVMH）、玛氏公司（MARS）的供应商体系，为公司未来业绩增长打下坚实的市场基础。

⑦管理模式优势

公司通过将业务人员细分成多个小团队，并委以经营重任，从而实现全员参与经营，培养员工的目标意识，并培育出许多具有经营者意识的领导者。

（3）竞争劣势

①公司治理尚需完善

目前公司处于业务快速成长时期，工作重心主要放在市场开拓上，公司业务规模的不断扩张，对公司的经营管理工作和公司治理结构等提出了更高的要求。

公司于 2016 年 3 月由有限责任公司整体变更为股份有限公司，由于股份有限公司和有限责任公司在公司治理上存在较大的不同，股份公司成立后，建立健全了法人治理结构，完善了现代化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一个完整经营周期的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐渐完善。因此，公司需要在在发展业务的同时，需提高公司治理能力，进一步细化经营管理工作。

②市场营销、公共关系的理论基础和观点研究有待提高

由于国外公司发展历史长，理论积累丰富，在传统业务开展过程中采用市场营销、公共关系理论基础和观点研究方面较为娴熟，对市场营销、公共关系理论的指导功能运用得较为熟练。国内公司在市场营销、公共关系理论基础和观点研究上稍逊于外资公司。国内公司成立历史较短，对方法论等理论的研究较为不足，导致在理论基础和观点研究上稍微落后。但国内公司有着落地性强、效果可量化的特点，随着业务技术的快速发展，公司市场营销、公共关系理论基础方面进步明显，在新业务和新技术手段的创新方面形成一定实力，例如在数字营销方法论方面的创新，推动公司在数字营销方面已经达到行业较为先进水平。

③服务网络布局不足

报告期内，公司业务仅局限在中国大陆，在境外未建设服务网络。由于目前部分跨国公司的中国业务订单由总部所在地选择合作方签订，因此公司境外业务网络布局的不足，造成部分业务丢失。目前，公司通过成立子公司香港智源的方式来弥补这一劣势。

④融资渠道单一

目前国内中小企业的融资渠道较为单一。由于国内融资渠道少，相对于国有企业和外资公司，国内中小企业在融资渠道上处于劣势。市场营销企业由于其轻资产的特点，本身固定资产较少，无法满足为银行融资提供抵押担保的条件，导致融资渠道更加单一。

（三）影响公司所处行业发展的相关因素

1、有利因素

（1）国家战略政策

促进市场营销行业发展，大力发展第三产业，已成为改革开放不断深化，经济结构不断调整的必然趋势。作为现代服务业，市场营销服务能够协助企业增加品牌的美誉度，刺激社会消费，促进内需的增长。同时，作为高劳动附加值的市场营销行业，有着低排放、低污染、低消耗的特点，符合国家的低碳经济要求。

同时，《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》强调要营造环境推动服务业发展，明确指出：“把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点，营造有利于服务业发展的政策和体制环境，拓展新领域，发展新业态，培育新热点，推进服务业规模化、品牌化、网络化经营，不断提高服务业比重和水平。”

（2）企业形象传播管理将带来更大的市场空间

目前，越来越多的企业开始将企业形象提升到新的战略高度。同时，也更加关注企业社会责任（CSR）。比如，很多国际客户在进入中国市场的初期将精力主要集中在销售利润上，企业就要开始考虑本土化，就必须进行社区公关和企业社会责任宣传等公关活动。企业形象的传播比单纯的广告更具有优势，更能带给受众信赖感。这样的宣传是有深入度和持久性的，这就是为什么越来越多的企业开始重视企业形象传播管理。同时，也将使为企业形象提供服务的市场营销行业获得更大的市场空间。

（3）信息技术的广泛使用促进市场营销行业发展

随着信息技术和互联网时代的到来，为市场营销行业也带来了很大的发展。从市场营销行业的企业内部来讲，信息技术的广泛应用为企业注入了新的活力，主要表现在：为公司内部的信息发布与沟通提供便利；与门户网站链接为公司进行广告宣传；电子订单功能的实现；通过论坛等方式与客户互动；在互联网上介绍公司业务案例等。

从市场营销行业的业务层面来看，越来越多的企业开始重视互联网宣传，这势必为市场营销行业的发展带来新的利润增长。同时，高速的信息传播速度也使得公共关系的效果更加明显。互联网的发展也推动了市场营销行业传统的舆情监测、媒体效果评估等

业务组成，使其变得更加快捷和精准。

（4）跨国公司的示范效应

随着经济全球化，内资企业开始学习或效仿国际先进公司的运营经验，尤其是跨国公司采购市场营销服务的示范效应使得内资公司对市场营销的认识程度进一步加深。跨国公司一般都设置固定的市场营销预算用于提升公司的品牌价值。内资公司在学习优秀跨国公司经验的过程中，逐渐认识到公共关系服务的重要性和有效性，已经开始逐步加大市场营销的支出，扩大了市场营销策划服务的市场需求。

2、不利因素

（1）行业竞争加剧，行业并购成为常态

随着传播环境和方式的变革，广告、公共关系管理、营销行业相互渗透，彼此融合，三者通过富有创意性地宣传和推广产品，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、竞争越来越激烈。

（2）人才问题仍然是影响行业发展的瓶颈

由于行业整体稳定增长带来的人才需求，中国市场营销市场人才专业化问题并没有得到缓解。另外，市场营销行业人力资源成本上升较快，也给本行业公司带来了一定的压力。

（3）大数据挖掘和应用更加深入。互联网时代，大数据深刻影响行业变革，微博、微信、微视频等传播手段以及营销模式层出不穷。网上信息的精准抓取满足了客户个性化的需求，也让大数据开发和应用能够大展拳脚。市场营销行业与传播手段联系最为紧密，如何应对、如何转型、如何创新，关系着行业的生存和发展。

第三节 公司治理

一、股东大会、董事会、监事会和董事会秘书依法运作情况

公司股东大会、董事会、监事会、董事会秘书均能按照有关法律、法规和《公司章程》规定的职权及各自的议事规则独立有效运作。

（一）公司股东大会

1、股东大会职权

根据《公司章程》规定，股东大会作为公司的权力机构依法行使下列职权：

- （1）决定公司的经营方针和投资计划；
- （2）选举和更换非由职工代表担任的董事，决定有关董事的报酬事项；
- （3）选举和更换非由职工代表担任的监事，决定有关监事的报酬事项；
- （4）审议批准董事会的报告；
- （5）审议批准监事会的报告；
- （6）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （7）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （8）对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- （9）对发行公司债券作出决议；
- （10）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- （11）修改《公司章程》；
- （12）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- （13）审议批准本章程第三十八条规定的担保事项；
- （14）审议批准金额在一千万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易（公司获赠现金资产或提供担保除外）；

(15) 审议批准公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产30%的事项；

(16) 审议股权激励计划；

(17) 审议批准公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让以及首次公开发行股票并上市方案；

(18) 审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

上述股东大会的职权不得通过授权的形式由董事会或其他机构和个人代为行使。

2、股东大会的主要议事规则

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，并应于上一个会计年度完结后的六个月之内举行。当出现：董事人数不足《公司法》规定的最低人数或者不足《公司章程》所定人数的三分之二时；公司未弥补的亏损达实收股本总额的三分之一时；单独或合计持有公司 10%以上股份的股东书面请求时；董事会认为必要时；监事会提议召开时；法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定的其他情形时，应当在事实发生之日起 2 个月内召开临时股东大会。

(1) 股东大会的召集

股东大会由董事会召集。若董事会不能履行或者不履行召集股东大会会议的职责，监事会应当及时召集和主持；若监事会也不召集和主持，连续九十日以上单独或者合计持有公司百分之十以上股份的股东可以自行召集和主持。

监事会和单独或合计持有公司 10%以上股份的股东有权以书面形式向董事会提议召开临时股东大会。董事会应当根据法律、行政法规和本章程的规定，在收到提案后 10 日内以书面形式提出同意或不同意召开临时股东大会的反馈意见。若董事会同意召开，应在作出决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提议的变更，应征得监事会或相关股东的同意；若董事会不同意召开，或在收到提案后 10 日内未作出书面反馈，监事会可以自行召集，单独或合计持有公司 10%以上股份的股东有权以前述形式向监事会提出请求，若监事会未在规定期限内发出股东大会通知，视为监事会不召集

和主持股东大会，连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东可以自行召集和主持。监事会或股东自行召集的股东大会，董事会和董事会秘书将予配合，提供公司的股东名册，并由公司承担会议所需费用。

（2）股东大会提案的提交与通知

公司董事会、监事会、单独或者合计持有公司股份 3%以上的股东有权根据有关法律、行政法规、部门规章和《公司章程》的规定，提出内容属于股东大会职权范围且议题明确、决议事项具体的提案。

单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，告知临时提案的内容。

除前款规定外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。召集人将在年度股东大会召开 20 日前以书面形式通知各股东，临时股东大会将于会议召开 15 日前以前述方式通知各股东。经全体股东一致同意，可以缩短或者豁免前述召开股东大会的通知时限。

（3）股东大会的召开

公司应在公司住所地或在会议通知中载明的其他地点召开股东大会。股东大会将设置会场，以现场会议形式为主，电话、视频、传真、电子邮件等通讯方式为辅。股东名册所载的所有股东或其代理人，均有权出席股东大会，并依照有关法律、法规及本章程行使表决权。委托代理人出席会议的股东应出具授权委托书，委托书应当注明如果股东不作具体指示，股东代理人是否可以按自己的意思表决。

公司召开股东大会，公司全体董事、监事和高级管理人员应当出席会议，总经理和其他高级管理人员应当列席会议。股东大会应由董事长主持。董事长不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上董事共同推举的一名董事履行职务。监事会自行召集的股东大会由监事会主席主持，股东自行召集的股东大会由召集人推举代表主持。主持人应当在表决前宣布现场出席会议的股东和股东代理人人数及所持有表决权的股份总数。召集人应当保证股东大会连续举行，直至形成最终决议。因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议的，应采取必要措施尽快恢复召开股东大会或直接终止

本次股东大会，并及时并通知股东。

在年度股东大会上，董事会、监事会应当就其过去一年的工作向股东大会作出报告。董事、监事、高级管理人员在股东大会上就股东的质询和建议作出解释和说明。

股东大会应当将所议事项做成会议记录，由董事会秘书负责，出席会议的董事、监事、董事会秘书、召集人或其代表、会议主持人应当在会议记录上签名。会议记录应包括以下内容：①会议时间、地点、议程和召集人姓名或名称；②会议主持人以及出席或列席会议的董事、监事、总经理和其他高级管理人员姓名；③出席会议的股东和代理人人数、所持有表决权的股份总数及占公司股份总数的比例；④对每一提案的审议经过、发言要点和表决结果；⑤股东的质询意见或建议以及相应的答复或说明；⑥计票人、监票人姓名；⑦本章程规定应当载入会议记录的其他内容。会议记录应当与现场出席股东的签名册及代理出席的委托书、其他方式表决情况的有效资料一并保存，且保存期限不少于 10 年。

（4）股东大会的表决与决议

股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会做出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 1/2 以上通过。股东大会做出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。

下列事项由股东大会以普通决议通过：①董事会和监事会的工作报告；②董事会拟定的利润分配方案和弥补亏损方案；③董事会和监事会成员的任免及其报酬和支付方法；④公司年度预算方案、决算方案；⑤公司年度报告；⑥会计师事务所的聘用、解聘；⑦除法律、行政法规规定或者《公司章程》规定应当以特别决议通过以外的其他事项。

下列事项由股东大会以特别决议通过：①公司增加或者减少注册资本；②公司的分立、合并、解散、清算或者变更公司形式；③《公司章程》的修改；④公司在一年内购买、出售重大资产或者担保金额超过公司最近一期经审计总资产 30%的；⑤股权激励计划；⑥发行公司债券或其他证券；⑦调整或变更本章程规定的利润分配政策；⑧公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌以及首次公开发行股票并上市；⑨法律、行政法规或《公司章程》规定的，以及股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响

的、需要以特别决议通过的其他事项。

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，采取记名方式投票表决。公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。会议表决后，会议主持人或者出席会议的股东或其代理人如果对提交表决的决议结果有任何怀疑，可以在主持人的组织下对所投票数进行点票。

3、股东大会的运行情况

股份公司设立以来至本公开转让说明书签署日，公司共召开 2 次股东大会，历次股东大会均严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》规定的程序召集、召开、表决、决议。

（二）公司董事会制度的建立健全及运行情况

公司董事会由 5 名董事组成，设董事长 1 人，董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。有下列情形之一的，不能担任公司的董事：（1）无民事行为能力或者限制民事行为能力；（2）因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序，被判处刑罚，执行期满未逾 5 年，或者因犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾 5 年；（3）担任破产清算的公司、企业的董事或者厂长、经理，对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算完结之日起未逾 3 年；（4）担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾 3 年；（5）个人所负数额较大的债务到期未清偿；（6）被中国证监会处以证券市场禁入处罚，期限未满的；（7）法律、行政法规或部门规章规定的其他内容。

董事由股东大会选举或更换，每届任期三年。董事任期届满，可连选连任。董事在任期届满以前，股东大会不能无故解除其职务。董事任期从就任之日起计算，至本届董事会任期届满时为止。董事任期届满未及时改选，在改选出的董事就任前，原董事仍应当依照法律、行政法规、部门规章和《公司章程》的规定，履行董事职务。董事可以由总经理或者其他高级管理人员兼任。

1、董事会的职权

根据《公司章程》规定，本公司董事会依法行使下列职权：

- (1) 召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- (2) 执行股东大会的决议；
- (3) 决定公司的经营计划和投资方案；
- (4) 制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (5) 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (6) 制订公司增加或者减少注册资本、发行股票、债券或其他证券及上市方案；
- (7) 拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- (8) 在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；
- (9) 决定公司内部管理机构的设置；
- (10) 聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司财务负责人、总工程师等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
- (11) 制订公司的基本管理制度；
- (12) 制订《公司章程》的修改方案；
- (13) 管理公司信息披露事项；
- (14) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- (15) 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- (16) 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

2、董事会议事规则

董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会每年应至少召开两次定期会议，董

事会会议由董事长召集和主持，于会议召开 10 日以前书面通知全体董事和监事。董事长不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事召集和主持。有下列情形之一的，董事长应在接到提议后 10 个工作日内召集和主持董事会临时会议：（1）代表 1/10 以上表决权的股东提议时；（2）1/3 以上董事提议时；（3）监事会提议时。

召开董事会定期会议和临时会议，董事会日常办事机构应于会议召开五日以前将会议通知，通过专人送达、信函、传真、电子邮件等方式，书面通知全体董事和监事。包括但不限于情况紧急，需要尽快召开董事会临时会议的，可以随时通过电话或者其他口头方式发出会议通知，但召集人应当在会议上做出说明。

除法律、行政法规、部门规章、《公司章程》另有规定外，董事会会议应当由过半数的董事出席方可举行。每一董事享有一票表决权。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应当将该事项提交股东大会审议。

董事会的表决方式为举手表决或投票表决。董事会临时会议在保障董事充分表达意见的前提下，也可以电话、视频、传真、电子邮件等方式召开并作出决议，由参会董事签字。

董事会会议，应由董事本人出席。因故不能出席的，可以书面委托其他董事代为出席，委托书中应载明代理人的姓名，代理事项、授权范围和有效期限，并由委托人签名或盖章。代为出席会议的董事应当在授权范围内行使董事的权利。董事未出席董事会会议，亦未委托代表出席的，视为放弃在该次会议上的投票权。在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托。

董事会应当对会议所议事项的决定做成会议记录。出席会议的董事应当在会议记录上签名。董事会会议记录作为公司档案保存，保存期限不少于 10 年。

董事会会议记录应当包括以下内容：（1）会议召开的日期、地点和召集人姓名；

(2) 出席董事的姓名以及受他人委托出席董事会的董事（代理人）姓名；(3) 会议议程；(4) 董事发言要点；(5) 每一决议事项的表决方式和结果（表决结果应载明赞成、反对或弃权的票数）。

董事应当对董事会的决议承担责任。董事会的决议违反法律、行政法规或者公司章程、股东大会决议，致使公司遭受严重损失的，参与决议的董事对公司负赔偿责任。但经证明在表决时曾表明异议并记载于会议记录的，该董事可以免除责任。

3、董事会运行情况

股份公司设立以来至本公开说明书签署日，公司共召开 2 次董事会会议，历次会议均严格按照《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，对公司经营方案、管理人员任命、内部机构设置、基本制度规定等进行审议并作出了有效表决。

（三）公司监事会制度的建立健全及运行情况

监事会由 3 名监事组成，其中职工代表出任的监事 1 名，监事会主席 1 名，董事、总经理和其他高级管理人员不得兼任监事。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。监事每届任期三年，监事任期届满，连选可以连任。

1、监事会的职权

根据《公司章程》规定，本公司监事会依法行使下列职权：

- (1) 对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出意见；
- (2) 检查公司财务；
- (3) 对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- (4) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求其予以纠正；
- (5) 提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- (6) 向股东大会提出提案；

(7) 依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

(9) 发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；

(10) 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

2、监事会议事规则

监事会应当每六个月至少召开一次会议，每次会议应当于会议召开十日以前书面通知全体监事。监事可以提议召开临时监事会会议，应当于会议召开五日以前书面通知。

监事会会议必须由过半数的监事出席才能举行，会议表决实行一位监事一票表决权，以举手表决或投票表决的方式，决议须经全体监事的半数以上以上表决同意才能通过。

监事会应当将所议事项的决定做成会议记录，出席会议的监事应当在会议记录上签名。会议记录应括以下内容：（1）举行会议的日期、地点和会议期限；（2）事由及议题；（3）发出通知的日期。监事会会议记录作为公司档案至少保存 10 年。

3、监事会运行情况

股份公司设立以来至本公开转让说明书签署日，公司共召开 1 次监事会会议，历次会议均严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》规定的职权范围和程序对各项事务进行了审议。

（四）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

根据《公司章程》规定，公司设董事会秘书 1 名，董事会秘书应当具备履行职责所必需的财务、管理、法律等专业知识和经验，由董事长提名，董事会聘任或解聘，对董事会负责。董事会秘书每届任期三年，可以连续聘任。董事兼任董事会秘书的，如果某一行为需由董事、董事会秘书分别作出时，则该兼任董事及董事会秘书的人不得以双重身份作出。2016 年 2 月 18 日，公司第一届董事会第一次会议选举严丽婷女生担任公司董事会秘书。公司制定了《董事会秘书工作细则》，对董事会秘书的权利、职责进行了明确规定。

截至本公开转让说明书签署日，董事会秘书严格按照《公司章程》和《董事会秘书

工作细则》，在股东资料管理工作、组织筹备董事会会议、股东大会等方面行使职权，发挥了积极、重要的作用。

二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

公司建立了由股东大会、董事会、监事会、经理层组成的比较科学规范的法人治理结构。公司完善了《公司章程》，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《经理工作细则》及《董事会秘书工作细则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理办法》等规章制度，建立健全了公司治理结构，完善了公司内部控制体系。

公司完善了股东保护相关制度，注重保护股东表决权、知情权、质询权及参与权，在制度层面切实完善和保护股东，尤其是中小股东的权利。《公司章程》及《股东大会议事规则》对股东大会的召集、召开及表决程序、股东参会资格及董事会的授权原则做了明确规定，在制度设计方面确保中小股东与大股东享有平等权利；《关联交易管理制度》等文件对公司关联交易的程序及内容作了详细规定，进一步明确了关联股东及董事回避制度，确保公司能独立于控股股东规范运行；《投资者关系管理制度》明确了公司由董事会秘书作为公司投资者关系管理负责人，全面负责公司投资者关系管理工作，在深入了解公司运作和管理、经营状况、发展战略等情况下，负责策划、安排和组织各类投资者关系管理活动。董事会秘书负责协调和组织公司信息披露事宜，负责对公司高级管理人员及相关人员就投资者关系管理进行全面和系统的培训。

公司董事会认为，公司现有的治理机制能够提高公司治理水平，保护公司股东，尤其中小股东的各项权利。同时，公司内部控制制度的建立基本能够适应公司现行管理的要求，能够预防公司运营过程中的经营风险，提高公司经营效率、实现经营目标。公司已建立了规范的法人治理结构、合理的内部控制体系。公司将根据自身业务的发展以及新的政策法规的要求，及时补充和完善公司治理机制，同时公司的董事、监事、高级管理人员等相关人员也会进一步加强对相关法律法规的学习，更有效地执行各项内部制度，更好地保护全体股东的利益。

三、公司投资者权利保护的情况

（一）信息披露管理制度

2016年3月8日，公司第一届董事会第二次会议审议通过了《上海榕智市场营销策划股份有限公司信息披露管理制度》，规定公司需严格按照法律、法规和《公司章程》规定的信息披露的内容和格式的要求，及时、准确、合法、真实、完整地报送及披露信息。公司信息披露体现公开、公正、公平对待所有股东的原则。

（二）《公司章程》对投资者权益的保护

股东享有下列权利：

（1）公司股东享有收益权，有权依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；

（2）公司股东享有知情权，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；

（3）公司股东享有参与权，有权参与公司的重大生产经营决策、利润分配、弥补亏损、资本市场运作等（包括但不限于申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让、公开发行股票并上市、融资、配股等）重大事宜；

（4）公司股东享有质询权，有权对公司的生产经营进行监督，提出建议或者质询；有权对公司董事、监事和高级管理人员超越法律和本章程规定的权限的行为提出质询；

（5）公司股东享有表决权，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；

（6）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；

（7）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；

（8）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；

（9）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

股东提出查阅前条所述有关信息或者索取资料的，应当向公司提供证明其持有公司

股份的种类以及持股数量的书面文件，公司经核实股东身份后按照股东的要求予以提供。

公司股东大会、董事会决议内容违反法律、行政法规的，股东有权请求人民法院认定无效。股东大会、董事会的会议召集程序、表决方式违反法律、行政法规或者本章程，或者决议内容违反本章程的，股东有权自决议作出之日起60日内，请求人民法院撤销。

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

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

他人侵犯公司合法权益，给公司造成损失的，董事、高级管理人员违反法律、行政法规或者本章程的规定，损害股东利益的，股东可以向人民法院提起诉讼。

四、公司及控股股东、实际控制人报告期内违法违规行 况

经核查，公司及控股股东、实际控制人最近两年不存在违法违规行为，也不存在重大诉讼、仲裁、行政处罚及未决诉讼、仲裁事项。

五、公司独立运作情况

公司自设立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，不断建立健全公司治理结构，加强内部控制与管理，自主、独立开展生产经营活动，在资产、人员、财务、机构和业务方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。

（一）资产独立

公司拥有与日常经营相关的管理体系、运营体系，合法拥有与日常经营相关的设备、软件著作权、域名的所有权或使用权，各项资产权属清晰、独立完整，不存在产权纠纷或潜在纠纷，没有依赖控股股东的资产进行生产经营的情况。

（二）人员独立

公司建立了独立的人力资源部，严格遵循《劳动合同法》及国家相关劳动用工规定，制定了有关劳动、人事、工资和社会保障制度，依法签订劳动合同，独立开展人事、招聘、培训、考核等活动。

公司董事、监事、高级管理人员的任命与选聘，均依照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生，不存在违反上述规定和超越董事会、股东大会职权做出人事任免决定的情形。

公司按照《公司法》有关规定建立了健全的法人治理结构。公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员未在控股股东、实际控制人控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，也未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司财务人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司已按照《企业会计准则》的要求建立了一套独立、完整、规范的财务会计核算体系和财务管理制度，实施严格管理。公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员，独立进行会计核算和财务决策。公司独立做出财务决策，不受股东或其他单位干预或控制。公司对资产拥有完全的控制支配权，不存在资产、资金被股东占用或其它损害公司利益的情况。

公司拥有独立的银行账号，基本存款账户的开户银行为招商银行股份有限公司上海曹杨支行，开户账号为 121909437010102。公司已取得统一社会信用代码编号为 91310112575859043D 的《营业执照》。

（四）机构独立

公司根据相关法律，建立了相互制衡的法人治理结构，股东大会、董事会、监事会和总经理严格按照《公司章程》的规定履行各自的职责。公司根据自身业务经营管理的需要，设置了数字营销部、体验营销部、商务拓展部、视频制作部、技术部、行政人事、财务部、法务部等八大职能部门，并建立了独立行使经营管理职权的内部经营管理机构，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业机构混同的情形。

（五）业务独立

公司是一家整合营销先进企业，主要为企业客户提供基于创意策划和数字传播的整合营销、数字营销、交易营销和公关传播服务，拥有完整、独立的管理体系、运营体系。所有业务均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的情形和显失公平的关联交易。公司主要股东、实际控制人已经出具避免同业竞争的承诺函。

公司具有完整的业务流程、独立的经营场所以及供应、销售部门和渠道，在资产、人员、财务、机构和业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开，实现了独立运作，具有独立完整的业务体系及面向市场自主开发独立经营的能力。

六、同业竞争

（一）同业竞争情况

公司经营范围为：市场营销策划，商务咨询，企业管理咨询（咨询类项目除经纪），市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），设计、制作各类广告，展览展示服务，文化艺术交流策划，票务代理。截至本公开转让说明书签署日，上海榕光为公司控股股东，郭炜、张旻合计持有上海榕光 81%股份，为公司实际控制人。除上海榕光及本公司以外，公司实际控制人张旻不存在其控制的其他企业。

截至本公开转让说明书签署日，公司实际控制人郭炜控制的其他企业情况如下表

所示:

企业名称	主要业务
上海榕光投资管理有限公司	投资管理及咨询业务
上海榕喆投资管理有限公司	投资管理及咨询业务
福建智见影视制作有限公司	影视制作
福建众智投资管理有限公司	企业投资管理
福州有聊影视文化有限公司*	影视制作
上海足智品牌管理有限公司*	品牌推广及营销
深圳火橙股权投资基金管理有限公司	企业投资管理、资产管理
上海启旻股权投资基金管理有限公司	企业投资管理、资产管理

*注: 1、根据福州有聊影视文化有限公司 2015 年 6 月 16 日出具的《股东会决议》, “全体股东一致同意注销公司”。截至本说明书出具日, 上述清算注销程序已在进行中;

2、根据上海足智品牌管理有限公司 2015 年 9 月 2 日出具的《股东会决议》, “同意上海足智品牌管理有限公司注销”。截至本说明书出具日, 上述清算注销程序已在进行中。

截至本公开转让说明书签署日, 公司控股股东上海榕光、实际控制人郭炜、张旻投资控制的其他企业均不存在与公司从事相同、相似业务的情况, 与公司不存在同业竞争关系。

(二) 控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

为了避免与公司之间将来可能发生的同业竞争, 公司控股股东上海榕光、实际控制人郭炜、张旻及其他主要股东上海榕友、林瀚、梁湧、龚严冰分别于 2016 年 2 月 18 日向本公司出具了《避免同业竞争承诺函》, 承诺:

一、截至本承诺函出具之日, 本人/本企业及本人/本企业控制的公司(榕智股份除外, 下同)均未直接或间接从事任何与榕智股份构成竞争或可能构成竞争的产品生产或类似业务。

二、在今后的业务中, 本人/本企业不与榕智股份同业竞争, 即:

1、自本承诺函出具之日起, 本人/本企业及本人/本企业控制的公司将不会直接或间接以任何方式(包括但不限于独资、合资、合作和联营)参与或进行任何与榕智股份构成竞争或可能构成竞争的产品生产或类似业务。

2、自本承诺函出具之日起，本人/本企业及将来成立之本人/本企业控制的公司将不会直接或间接以任何方式（包括但不限于独资、合资、合作和联营）参与或进行与榕智股份构成竞争或可能构成竞争的产品生产或类似业务。

3、自本承诺函出具之日起，本人/本企业及本人/本企业控制的公司从任何第三者获得的任何商业机会与贵公司之业务构成或可能构成实质性竞争的，本人将立即通知榕智股份，并尽力将该等商业机会让与榕智股份。

4、本人/本企业及本人/本企业控制的公司承诺将不向其业务与榕智股份之业务构成竞争的其他公司、企业、组织或个人提供技术信息、工艺流程、销售渠道等商业秘密。

三、承诺

1、如上述承诺被证明为不真实或未被遵守，本人/本企业将向榕智股份赔偿一切直接和间接损失，该等责任是连带责任。

2、本人/本企业确认本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺，任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。

3、本人/本企业在承诺函中所作出的保证和承诺均代表本人/本企业及本人/本企业控制的公司而作出。

七、公司报告期内资金占用和对外担保情况

（一）资金占用和对外担保情况

报告期内，公司存在资金被控股股东、实际控制人及其关联方控制的其他企业占用的情形，其账面余额情况如下：

单位：万元

关联方	2015年12月31日	2014年12月31日
上海卡绿市场营销策划事务所	-	20.00
福州瑞索斯广告有限公司	-	18.20
合计	-	38.20

截至本公开转让说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制

的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

（二）公司为防止股东及其关联方占用或转移公司资金采取的具体安排

1、公司在《公司章程》和《对外担保管理制度》中明确了对外担保的审批权限和审议程序，其中公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过。

（1）公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；

（2）公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；

（3）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

（4）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；

（5）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；

（6）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 3000 万元；

（7）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

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

2、2016年2月18日公司召开第一届董事会第一次会议审议通过了《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》，对防止公司资金占用措施做出了具体规定：公司不得以下列方式将资金直接或间接地提供给控股股东及关联方使用：

（1）有偿或无偿地拆借公司的资金给控股股东及关联方使用；

- (2) 通过银行或非银行金融机构向关联方提供委托贷款；
- (3) 委托控股股东及关联方进行投资活动；
- (4) 为控股股东及关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；
- (5) 代控股股东及关联方偿还债务；
- (6) 中国证监会认定的其他方式。

八、董事、监事及高级管理人员

(一) 董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况

公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持有公司股份的情况如下：

单位：股；%

姓名	任职情况	直接持股数量	持股比例
梁湧	董事	500,000	5
合计		500,000	5

公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属，间接持有本公司股份的情况如下：

单位：股；%

姓名	任职及亲属情况	间接持股数额	持股比例
郭炜	董事长	3,570,000	35.70
张旻	董事、总经理、核心技术人员	2,100,000	21.00
娄蔚春	副总经理、核心技术人员	100,000	1.00
卢勇	核心技术人员	100,000	1.00
房洁	核心技术人员	50,000	0.50
张佳璐	核心技术人员	50,000	0.50
袁智晟	核心技术人员	25,000	0.25
合计		5,995,000	59.95

除上述持股情况外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属未持有本公司股份。上述董事、监事、高级管理人员、其他核心人员持有本公司的股份不

存在质押、冻结或权属不清的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间均不存在亲属关系。

（三）公司与董事、监事、高级管理人员的相关协议、承诺及履行情况

本公司已与高级管理人员及核心技术人员签订了《劳动合同》。并与核心技术人员签订了《保密合同》，对涉及的保密事项、保密期限、保密范围、竞业禁止、违约救济等进行了明确的约定。除此之外未签订其他协议和承诺。

（四）董事、监事、高级管理人员的兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员兼职情况如下：

姓名	职位	兼职单位	兼任职务	与公司关系
郭炜	董事	上海榕光投资管理有限公司	董事	公司股东
		上海榕喆投资管理有限公司	董事	关联自然人担任董事的公司
		福州有聊影视文化有限公司	董事	
		上海足智品牌管理有限公司	董事	
		福建智见影视制作有限公司	董事、经理	关联自然人担任董事、经理的公司
		福建众智投资管理有限公司	董事、经理	
张旻	董事	上海榕光投资管理有限公司	监事	关联自然人担任监事的公司
		上海榕喆投资管理有限公司	监事	
陆挺	董事	上海启祎创业投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	关联自然人担任执行事务合伙人的公司
		上海六町投资管理有限公司	董事	关联自然人担任董事的公司
吴晓雯	监事	深圳火橙股权投资基金管理有限公司	监事	关联自然人担任监事的公司
		上海启旻股权投资基金管理有限公司	监事	
		浙江智铭影视制作有限公司	董事	关联自然人担任董事的公司

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员未有在其他企业担任职务的情形。

（五）董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

公司董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下：

单位：万元；%

姓名	在本公司任职	所投资企业名称	注册资本	持股比例	是否与公司存在同业竞争或其他利益冲突的情况
郭炜	董事	上海榕光投资管理有限公司	1,000	51	否
		上海榕喆投资管理有限公司	500	51	否
		福建智见影视制作有限公司	5,000	间接持有35.70	否
		福建众智投资管理有限公司	500	间接持有30.60	否
		福州有聊影视文化有限公司*	50	间接持有35.70	否
		上海足智品牌管理有限公司*	500	间接持有45.90	否
		深圳火橙股权投资基金管理有限公司	500	间接持有35.70	否
		上海启旻股权投资基金管理有限公司	200	间接持有35.70	否
		福州启创营销策划有限公司*	50	30	否
张旻	董事、总经理	上海榕光投资管理有限公司	1,000	30	否
		上海榕喆投资管理有限公司	500	30	否
		福建智见影视制作有限公司	5,000	间接持有21.00	否
		福建众智投资管理有限公司	500	间接持有18.00	否
		福州有聊影视文化有限公司*	50	间接持有21.00	否
		上海足智品牌管理有限公司*	500	间接持有27.00	否
		深圳火橙股权投资基金管理有限公司	500	间接持有21.00	否
		上海启旻股权投资基金管理有限公司	200	间接持有21.00	否
		福州启创营销策划有限公司*	50	51	否
		福州瑞索斯广告有限公司*	50	20	否

梁湧	董事	广州市一物贸易发展有限公司	500	31	否
陆挺	董事	上海启祎创业投资合伙企业（有限合伙）	100	5	否
		上海智岳投资管理合伙企业（有限合伙）	100	99	否
		上海六町投资管理有限公司	100	60	否
乐青霖	董事	上海启祎创业投资合伙企业（有限合伙）	100	95	否
吴晓雯	监事	浙江智铭影视制作有限公司	1,000	70	否

*注：1、根据福州有聊影视文化有限公司 2015 年 6 月 16 日出具的《股东会决议》，“全体股东一致同意注销公司”。截至本说明书出具日，上述清算注销程序已在进行中；

2、根据上海足智品牌管理有限公司 2015 年 9 月 2 日出具的《股东会决议》，“同意上海足智品牌管理有限公司注销”。截至本说明书出具日，上述清算注销程序已在进行中。

3、根据金眉清、刘月英、林华于 2015 年 12 月签署的《询问笔录》，张旻、郭炜、林瀚在福州启创中分别占总股本 51%、30%、19%的股份，对应出资人民币 25.5 万元、15 万元、9.5 万元，该股份分别由金眉清、刘月英、林华三人代为持股，代持股份的投资款系完全由张旻、郭炜、林瀚提供，该等代持行为已于 2015 年 11 月全部消除。根据福州启创营销策划有限公司 2016 年 1 月 21 日出具的《股东会决议》，“股东会同意公司解散，决定公司停止营业，进行清算”。截至本说明书出具日，上述清算注销程序已在进行中。

4、根据福州瑞索斯广告有限公司 2016 年 2 月 26 日出具的《股东会决议》，“经全体股东协商一致同意解散”。截至本说明书出具日，上述清算注销程序已在进行中。

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员无与本公司存在利益冲突的对外投资。

（六）董事、监事、高级管理人员的违法违规情况

公司董事、监事、高级管理人员最近两年未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。

公司董事、监事、高级管理人员出具了关于诚信状况的书面声明如下：

1、最近两年内，本人不存在因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则等受到刑事、民事、行政处罚或纪律处分的情况；

2、本人不存在因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情形；

3、最近两年内，本人不存在对于所任职（包括现任职和曾任职）的公司因重大违法违规行为而被处罚负有责任的情形；

- 4、本人不存在负有数额较大债务到期未清偿的情形；
- 5、本人不存在欺诈或其它不诚实行为等情况。
- 6、最近两年内，本人不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司开谴责的情形。”

已查询全国法院被执行人信息查询系统，并取得了董事、监事和高级管理人员的无违法犯罪记录的证明，未发现异常情况。

（七）董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况

1、董事报告期内变动情况

时间	变动原因	程序	董事
2014.1.1	-	公司设执行董事一名	张旻
2016.2.18	股份公司成立	公司召开创立大会并选举第一届董事会董事	郭炜、张旻、梁湧、陆挺、乐青霖

2、监事报告期内变动情况

时间	变动原因	程序	监事
2014.1.1	-	公司设监事一名	金眉清
2015.11.13	临时股东会议	2015年11月13日，公司召开临时股东会议同意公司监事金眉清变更为林瀚	林瀚
2016.2.18	股份公司成立	2016年2月1日，公司召开职工代表大会选举庄晶君成为公司第一届监事会职工代表监事。2016年2月18日，公司召开创立大会并选举第一届监事会非职工代表监事	吴晓雯、李慧、庄晶君

3、高级管理人员报告期内变动情况

时间	变动原因	程序	高级管理人员
2014.1.1	-	-	-
2016.2.18	股份公司成立，第一届董事会第一次会议选举高管	公司召开第一届董事会第一次会议并作出决议，同意聘请张旻担任总经理，聘请娄蔚春担任副总经理，聘请严丽婷担任副总经理、董事会秘书，聘请虞有仙担任财务总监	总经理：张旻 副总经理：娄蔚春 副总经理、董事会秘书：严丽婷 财务总监：虞有仙

九、公司对子公司及其资产、人员、业务的控制

公司目前拥有福州智源、香港智源、上海邑凌三个全资子公司，公司持有三个子公司 100%股权，对其拥有绝对的控制权，公司可以通过股东决定形式实现对子公司及其资产、人员、业务的直接控制；福州智源、香港智源、上海邑凌并未设置董事会，而是由执行董事履行董事会职责，但该执行董事均系由公司通过股东决定方式任命，因此公司可以通过执行董事的任命有效贯彻公司的决定进而实现对子公司及其资产、人员、业务的有效控制；公司已根据《公司法》制定了较为完备且符合公司实际情况的《公司章程》、《内部控制制度》、《人事管理制度》、《员工培训制度》以及其他细则，该等制度能够有效保证公司对子公司进行科学管理，进而有效控制其资产、人员及业务；福州智源、香港智源、上海邑凌已根据法律、法规要求制定了《公司章程》且在相关章节规定了利润分配机制，因公司是三个子公司的控股股东，因此可以遵循现有利润分配机制享受分红，而且可以在适当时候在法律、法规允许规范内修订利润分配方式以保证公司的合法权益。

主办券商及公司律师经核查后认为：公司对其子公司拥有 100%股权，居于绝对控股地位，可以通过股东表决权的形式、有效的决策机制、现行公司制度以及利润分配方式实现对子公司及其资产、人员、业务的有效控制。

第四节 公司财务与会计信息

一、最近两年的财务会计报表

(一) 合并财务报表

1、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	3,777,756.54	1,410,947.63
应收账款	16,928,986.81	9,401,573.84
预付款项	3,784,397.13	1,109,836.32
其他应收款	1,505,182.29	4,875,045.84
存货	3,237,879.05	286,674.15
其他流动资产	37,878.84	-
流动资产合计	29,272,080.66	17,084,077.78
非流动资产：		
固定资产	602,418.33	704,181.59
在建工程	-	-
无形资产	48,313.26	12,192.66
长期待摊费用	333,656.57	385,090.58
递延所得税资产	408,278.65	17,465.63
非流动资产合计	1,392,666.81	1,118,930.46
资产总计	30,664,747.47	18,203,008.24
负债和股东权益		
流动负债：		
短期借款	2,200,000.00	2,379,897.84
应付账款	6,051,703.74	8,837,651.39
预收款项	76,780.53	83,878.64
应付职工薪酬	1,121,000.00	-
应交税费	3,509,074.10	292,741.61
其他应付款	177,328.67	1,872,090.11

一年内到期的非流动负债	-	-
流动负债合计	13,135,887.04	13,466,259.59
非流动负债：		
长期借款	-	-
长期应付款	-	-
非流动负债合计	-	-
负债合计	13,135,887.04	13,466,259.59
股东权益：		
股本	10,000,000.00	600,000.00
资本公积	-	5,000,000.00
盈余公积	770,084.19	20,357.92
未分配利润	6,758,776.24	-883,609.27
归属于母公司的股东权益合计	17,528,860.43	4,736,748.65
少数股东权益	-	-
股东权益合计	17,528,860.43	4,736,748.65
负债和股东权益总计	30,664,747.47	18,203,008.24

2、利润表

单位：元

	项目	2015 年度	2014 年度
一	营业总收入	53,049,630.63	30,034,513.52
二	营业总成本	42,182,418.13	30,324,630.40
	其中：营业成本	31,890,642.69	23,393,291.27
	营业税金及附加	159,682.32	164,674.35
	销售费用	-	-
	管理费用	9,885,031.99	6,530,796.36
	财务费用	216,826.82	191,533.80
	资产减值损失	30,234.31	44,334.62
	加：公允价值变动净收益	-	-
	投资收益	-	-
三	营业利润	10,867,212.50	-290,116.88
	加：营业外收入	420,000.00	137,248.75
	减：营业外支出	-	21,742.22
四	利润总额	11,287,212.50	-174,610.35

	减：所得税费用	2,895,100.72	115,579.27
五	净利润	8,392,111.78	-290,189.62
	归属于母公司所有者的净利润	8,392,111.78	-290,189.62
	少数股东损益	-	-
六	每股收益：		
	（一）基本每股收益	6.07	-0.48
	（二）稀释每股收益	6.07	-0.48
七	其他综合收益	-	-
八	综合收益总额	8,392,111.78	-290,189.62
	归属于母公司所有者的综合收益总额	8,392,111.78	-290,189.62
	归属于少数股东的综合收益总额	-	-

3、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	45,722,263.35	24,739,560.13
收到的税费返还	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	4,171,676.67	594,110.88
经营活动现金流入小计	49,893,940.02	25,333,671.01
购买商品、接受劳务支付的现金	32,418,331.31	12,267,092.24
支付给职工以及为职工支付的现金	8,621,174.84	6,682,546.36
支付的各项税费	1,637,871.07	1,495,164.62
支付其他与经营活动有关的现金	8,316,196.77	4,582,807.46
经营活动现金流出小计	50,993,573.99	25,027,610.68
经营活动产生的现金流量净额	-1,099,633.97	306,060.33
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-
投资活动现金流入小计	-	-

购建固定资产、无形资产和其它长期资产支付的现金	542,545.34	321,259.33
投资支付的现金	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	5,000,000.00	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-
投资活动现金流出小计	5,542,545.34	321,259.33
投资活动产生的现金流量净额	-5,542,545.34	-321,259.33
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	9,400,000.00	-
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	2,200,000.00	2,500,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-
筹资活动现金流入小计	11,600,000.00	2,500,000.00
偿还债务支付的现金	2,379,897.84	2,120,102.16
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	211,113.94	187,284.53
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-
筹资活动现金流出小计	2,591,011.78	2,307,386.69
筹资活动产生的现金流量净额	9,008,988.22	192,613.31
四、汇率变动对现金的影响	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	2,366,808.91	177,414.31
加：期初现金及现金等价物余额	1,410,947.63	1,233,533.32
六、期末现金及现金等价物余额	3,777,756.54	1,410,947.63

4、所有者权益变动表

(1) 2015 年度

单位：元

项目	归属于母公司所有者（或股东）权益								少数股东权益	所有者（或股东）权益合计
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他		
一、上年年末余额	600,000.00	5,000,000.00	-	-	20,357.92	-	-883,609.27	-	-	4,736,748.65
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	600,000.00	5,000,000.00	-	-	20,357.92	-	-883,609.27	-	-	4,736,748.65
三、本年增减变动金额	9,400,000.00	-5,000,000.00	-	-	749,726.27	-	7,642,385.51	-	-	12,792,111.78
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	8,392,111.78	-	-	8,392,111.78
（二）所有者投入和减少资本	9,400,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	9,400,000.00
1. 所有者投入资本	9,400,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	9,400,000.00
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	-	-	-	-	749,726.27	-	-749,726.27	-	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	749,726.27	-	-749,726.27	-	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对股东的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
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	-	-5,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-5,000,000.00
四、本年期末余额	10,000,000.00	-	-	-	770,084.19	-	6,758,776.24	-	-	17,528,860.43

(2) 2014 年度

单位：元

项目	归属于母公司所有者（或股东）权益								少数股东权益	所有者（或股东）权益合计
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	其他		
一、上年年末余额	600,000.00	5,000,000.00	-	-	-	-	-573,061.73	-	-	5,026,938.27
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	600,000.00	5,000,000.00	-	-	-	-	-573,061.73	-	-	5,026,938.27
三、本年增减变动金额	-	-	-	-	20,357.92	-	-310,547.54	-	-	-290,189.62
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	-290,189.62	-	-	-290,189.62
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 所有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
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	-	-	-	-	20,357.92	-	-20,357.92	-	-	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	20,357.92	-	-20,357.92	-	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对股东的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(四)所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
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、本年期末余额	600,000.00	5,000,000.00	-	-	20,357.92	-	-883,609.27	-	-	4,736,748.65

(二) 母公司财务报表

1、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	3,138,467.08	372,076.22
应收账款	16,183,745.07	9,001,462.25
预付款项	2,186,094.33	944,650.32
其他应收款	937,870.12	469,691.50
存货	3,237,879.05	286,674.15
流动资产合计	25,684,055.65	11,074,554.44
非流动资产：		
长期股权投资	5,024,040.18	-
固定资产	269,758.86	268,080.19
在建工程	-	-
无形资产	-	-
长期待摊费用	-	-
递延所得税资产	382,979.31	11,108.22
非流动资产合计	5,676,778.35	279,188.41
资产总计	31,360,834.00	11,353,742.85
负债和股东权益		
流动负债：	-	-
应付账款	9,002,066.44	8,416,210.16
预收款项	30,600.00	-
应付职工薪酬	1,121,000.00	-
应交税费	3,305,048.40	265,928.01
其他应付款	177,237.12	1,868,025.50
流动负债合计	13,635,951.96	10,550,163.67
非流动负债：		
长期借款	-	-
非流动负债合计	-	-

负债合计	13,635,951.96	10,550,163.67
股东权益：		
股本	10,000,000.00	600,000.00
资本公积	24,040.18	-
盈余公积	770,084.19	20,357.92
未分配利润	6,930,757.67	183,221.26
股东权益合计	17,724,882.04	803,579.18
负债和股东权益总计	31,360,834.00	11,353,742.85

2、利润表

单位：元

	项目	2015 年度	2014 年度
一	营业总收入	49,249,704.76	21,622,500.72
二	营业总成本	39,457,987.47	21,350,866.93
	其中：营业成本	32,180,886.37	17,318,250.63
	营业税金及附加	118,367.23	104,311.82
	销售费用	-	-
	管理费用	7,167,274.00	3,893,423.43
	财务费用	2,333.98	2,768.66
	资产减值损失	-10,874.11	32,112.39
	加：公允价值变动净收益		
	投资收益		
三	营业利润	9,791,717.29	271,633.79
	加：营业外收入	420,000.00	125,795.00
	减：营业外支出		300.00
四	利润总额	10,211,717.29	397,128.79
	减：所得税费用	2,714,454.61	118,023.71
五	净利润	7,497,262.68	279,105.08
六	其他综合收益	-	-
七	综合收益总额	7,497,262.68	279,105.08

3、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	45,071,481.44	14,909,061.52
收到的税费返还	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	422,795.04	593,310.05
经营活动现金流入小计	45,494,276.48	15,502,371.57
购买商品、接受劳务支付的现金	32,214,483.89	8,966,638.32
支付给职工以及为职工支付的现金	6,228,694.91	2,467,264.67
支付的各项税费	1,303,956.10	963,595.24
支付其他与经营活动有关的现金	7,310,318.51	3,234,669.48
经营活动现金流出小计	47,057,453.41	15,632,167.71
经营活动产生的现金流量净额	-1,563,176.93	-129,796.14
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-
投资活动现金流入小计	-	-
购建固定资产、无形资产和其它长期资产支付的现金	70,432.21	234,689.37
投资支付的现金	5,000,000.00	
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	5,070,432.21	234,689.37
投资活动产生的现金流量净额	-5,070,432.21	-234,689.37
三、筹资活动产生的现金流量：	-	-
吸收投资收到的现金	9,400,000.00	
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	9,400,000.00	
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	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	9,400,000.00	-
四、汇率变动对现金的影响	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	2,766,390.86	-364,485.51
加：期初现金及现金等价物余额	372,076.22	736,561.73
六、期末现金及现金等价物余额	3,138,467.08	372,076.22

4、所有者权益变动表

(1) 2015 年度

单位：元

项目	实收资本 (或股本)	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险 准备	未分配利润	所有者(或股东) 权益合计
一、上年年末余额	600,000.00	-	-	-	20,357.92	-	183,221.26	803,579.18
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	600,000.00	-	-	-	20,357.92	-	183,221.26	803,579.18
三、本年增减变动金额	9,400,000.00	24,040.18	-	-	749,726.27	-	6,747,536.41	16,921,302.86
(一) 综合收益总额	-	-	-	-	-	-	7,497,262.68	7,497,262.68
(二) 所有者投入和减少资本	9,400,000.00	-	-	-	-	-	-	9,400,000.00
1. 所有者投入资本	9,400,000.00	-	-	-	-	-	-	9,400,000.00
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	-	-	-	-	749,726.27	-	-749,726.27	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	749,726.27	-	-749,726.27	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对股东的分配	-	-	-	-	-	-	-	-

4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增股本	-	-	-	-	-	-	-	-
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	-	24,040.18	-	-	-	-	-	24,040.18
四、本年期末余额	10,000,000.00	24,040.18	-	-	770,084.19	-	6,930,757.67	17,724,882.04

(2) 2014 年度

单位：元

项目	实收资本 (或股本)	资本公积	减：库存股	专项储备	盈余公积	一般风险 准备	未分配利润	所有者(或股东) 权益合计
一、上年年末余额	600,000.00		-	-		-	-75,525.90	524,474.10
加：会计政策变更		-	-	-		-		
前期差错更正		-	-	-		-		
其他		-	-	-		-		
二、本年初余额	600,000.00		-	-		-	-75,525.90	524,474.10
三、本年增减变动金额		-	-	-	20,357.92	-	258,747.16	279,105.08
(一) 综合收益总额		-	-	-		-	279,105.08	279,105.08
(二) 所有者投入和减少资本		-	-	-		-		
1. 所有者投入资本		-	-	-		-		
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		-	-	-	20,357.92	-	-20,357.92	
1. 提取盈余公积		-	-	-	20,357.92	-	-20,357.92	
2. 提取一般风险准备		-	-	-		-		
3. 对股东的分配		-	-	-		-		

4. 其他								
（四）所有者权益内部结转								
1. 资本公积转增股本								
2. 盈余公积转增股本								
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、本年期末余额	600,000.00		-	-	20,357.92	-	183,221.26	803,579.18

二、最近两年财务会计报告的审计意见

福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司财务报表，包括 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日的资产负债表与合并资产负债表，2014 年度和 2015 年度的利润表与合并利润表、现金流量表与合并现金流量表、所有者权益变动表与合并所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计，出具了闽华兴所（2016）审字 C-016 号标准无保留意见审计报告，并发表意见如下：

“我们认为，贵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，公允反映了贵公司 2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2015 年度、2014 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”

三、财务报表编制基础和合并报表范围及变化情况

（一）财务报表编制的基础

1、编制基础

本公司财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》（财政部令第 33 号发布、财政部令第 76 号修订）、于 2006 年 2 月 15 日及其后颁布和修订的 41 项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）的披露规定编制。

2、持续经营

本公司自报告期末 12 个月内具有持续经营能力。无导致对持续经营能力产生重大怀疑的因素。

（二）合并财务报表范围

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。本公司合并财务报表按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》及相关规定的要求编制。对于同一控制下企业合并取得的子公司，视同该企业合并于报告期期初已经发生。

截至 2015 年 12 月 31 日，本公司控制的子公司均为全资子公司，并全部纳入合并财务报表范围。具体情况如下：

单位：万元；%

公司名称	成立日期	注册地址	注册资本	持股比例	表决权比例	合并期间
福州智源	2009.11.18	福州市鼓楼区温泉街道东大路 1 号水产大厦 1913 单元	500	100.00	100.00	2014 年至今
香港智源	2015.12.9	UNIT 04, 7/F BRIGHT WAY TOWER NO.33 MONG KOK RD KL	100	100.00	100.00	2015 年至今
上海邑凌	2015.10.30	上海市嘉定工业区叶城路 925 号 B 区 4 幢 J22 室	500	100.00	100.00	2015 年至今

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

本公司及各子公司从事市场营销业务。本公司及各子公司根据实际生产经营特点，依据相关企业会计准则的规定，对应收款项坏账准备的确认和计量、存货计量、固定资产的分类及折旧方法、无形资产摊销、收入确认等交易和事项制定了若干项具体会计政策和会计估计，详见本节之“（二十）收入”等描述。关于管理层所作出的重大会计判断和估计的说明，请参阅本节之“（二十四）重大会计判断和估计”。

（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、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

公司会计年度自公历每年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

（三）营业周期

公司以 12 个月作为一个营业周期。

（四）记账本位币

公司以人民币作为记账本位币。

（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

同一控制下企业合并：本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并

本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。本公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；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，对合并中取得的资产、负债的公允价值、作为合并对价的非现金资产或发行的权益性证券等的公允价值进行复核，复核结果表明所确定的各项可辨认资产和负债的公允价值确定是恰当的，将企业合并成本低于取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额之间的差额，计入合并当期的营业外收入。

通过多次交易分步实现非同一控制下的企业合并：①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。购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，应当在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在处置该项投资时转入处置期间的当期损益。购买日之前持有的股权投资按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。②在合并财务报表中，合并成本为购买日支付的对价与购买日之前已经持有的被购买方的股权在购买日的公允价值之和；对于购买日之前已经持有的被购买方的股权，按照购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值之间的差额计入当期收益；购买日之前已经持有的被购买方的股权涉及其他综合收益、其他所有者权益变动应当转为购买日当期收益，由于被投资方重新计量设定收益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

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直接相关费

用，于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券的交易费用，冲减权益。

（六）合并财务报表的编制方法

1、合并报表编制范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，不仅包括根据表决权（或类似权利）本身或者结合其他安排确定的子公司，也包括基于一项或多项合同安排决定的结构化主体。控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。

2、合并程序

合并财务报表以公司及其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。

公司统一子公司所采用的会计政策及会计期间，使子公司采用的会计政策、会计期间与公司保持一致。在编制合并会计报表时，遵循重要性原则，抵销母公司与子公司、子公司与子公司之间的内部往来、内部交易及权益性投资项目。

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

（1）增加子公司以及业务

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，调整合并资产负债表的期初数；编制利润表时，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；合并现金流量表时，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；同时应当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。

在报告期内因非同一控制下企业合并或其他方式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。编制利润表时，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。编制现金流表时，将该子公司购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

公司以子公司的个别财务报表反映为在购买日公允价值基础上确定的可辨认资产、负债及或有负债在本期资产负债表日的金额进行编制合并报表。对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。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，经复核后，计入当期损益。

通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的，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，应当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、其他所有者权益变动的，应当转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（2）处置子公司以及业务

A、一般处理方法

在报告期内，本公司处置子公司以及业务，则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；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。

公司因处置部分股权投资等原因丧失了对原有子公司控制权的，在合并财务报表中，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和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、其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

B、分步处置股权至丧失控制权

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，应当将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为

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，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- (A) 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- (B) 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- (C) 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- (D) 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。

(3) 购买子公司少数股权

本公司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）开始持续计算的可辨认净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的资本溢价或股本溢价，资本公积中的资本溢价或股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

(4) 不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司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，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

(七) 合营安排分类及共同经营会计处理方法

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。

1、共同经营是指本公司享有该安排相关资产且承担该安排相关负债的合营安排。本公司确认与共同经营中利益份额相关的下列项目：

- (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。

2、合营企业是指本公司仅对该安排的净资产享有权利的合营安排。本公司按照长期股权投资有关权益法核算的规定对合营企业的投资进行会计处理。

（八）现金及现金等价物的确定标准

公司在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小的投资，确定为现金等价物。受到限制的银行存款，不作为现金流量表中的现金及现金等价物。

（九）金融工具

1、金融工具分为下列五类

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接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或金融负债；

（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；

（5）其他金融负债。

2、确认依据和计量方法

金融工具的确认依据：当公司成为金融工具合同的一方时，确认与之相关的金融资产或金融负债。

金融工具的计量方法：

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债：按照取得时的公允价值作为初始确认金额，相关的交易费用在发生时计入当期损益。支付的价款中包含已宣告发放的现金股利或债券利息，单独确认为应收项目。持有期间取得的利息或现金股利，确认为投资收益。资产负债表日，将其公允价值变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资：按取得时的公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付的价款中包含已宣告发放债券利息的，单独确认为应收项目。持有期间按照

实际利率法确认利息收入，计入投资收益。实际利率与票面利率差别很小的，可按票面利率计算利息收入，计入投资收益。处置持有至到期投资时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

(3) 应收款项：按从购货方应收的合同或协议价款作为初始入账金额。单项金额重大的应收款项持有期间采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量。

(4) 可供出售金融资产：按取得该金融资产的公允价值和相关费用之和作为初始确认金额。支付的价款中包含了已宣告发放的债券利息或现金股利的，单独确认为应收项目。持有期间取得的利息或现金股利，计入投资收益。期末，可供出售金融资产以公允价值计量，且公允价值变动计入其他综合收益。

对于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，按成本计量。

处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入当期损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

(5) 其他金融负债：按其公允价值和相关交易费用之和作为初始入账金额，除《企业会计准则第 22 号——金融工具确认与计量》第三十三条规定的三种情况外，按摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

金融资产转移的确认

情形		确认结果
已转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬		终止确认该金融资产(确认新资产/负债)
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	放弃了对该金融资产控制	
	未放弃对该金融资产控制	按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关资产和负债及任何保留权益
保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬		继续确认该金融资产,并将收益确认为负债

公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。

(1) 金融资产整体转移满足终止确认条件的，应当将下列两项金额的差额计入当期损益：所转移金融资产的账面价值；因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。

(2) 金融资产部分转移满足终止确认条件的，应当将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：终止确认部分的账面价值；终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认所转移的金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债的终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。如存在下列情况：

(1) 公司将用于偿付金融负债的资产转入某个机构或设立信托，不应当终止确认该金融负债。

(2) 公司与债权人之间签订协议(不涉及债务重组所指情形)，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，应当终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

5、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。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。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并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。

6、金融资产（不含应收款项）减值测试方法及会计处理方法

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产不需要进行减值测试。

期末，对持有至到期投资的账面价值进行检查，有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额计算确认减值损失；计提后如有证据表明其价值已恢复且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失可予以转回，计入当期损益，但该转回的账面价值不超过假定不计提减值准备情况

下该金融资产在转回日的摊余成本。

期末，如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降，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，认定该可供出售金融资产已发生减值，并确认减值损失。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，计入当期损失。该转出的累计损失，为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上与确认原减值损失确认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。可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。同时，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。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不得通过损益转回。同时，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。

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的可供出售权益工具投资，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，本公司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

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	单项金额重大的应收款项指单项金额超过 100 万元人民币以上的应收款项为单项金额重大的应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，应当根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额确认减值损失，个别认定计提坏账准备，经减值测试后不存在减值的，应当包括在具有类似风险组合特征的应收款项中计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

组合名称	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄状态	账龄分析法
关联方组合	纳入股份公司合并报	单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值

	表范围内关联方之间以及对公司股东的应收款项。	的，应当根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额确认减值损失，个别认定计提坏账准备；经减值测试后不存在减值的，不计提坏账准备。
备用金组合	公司员工备用金借款	单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，应当根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额确认减值损失，个别认定计提坏账准备；经减值测试后不存在减值的，不计提坏账准备

3、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(%)
3个月以内（含3个月）	0	0
3个月-1年（含1年）	5	5
1—2年（含2年）	20	20
2—3年（含3年）	50	50
3年以上	100	100

（十一）存货

1、存货的分类

公司存货是指在项目执行过程中持有以备销售，或者仍然处在生产或实施过程，或者在提供劳务过程中将消耗的材料、物资以及媒体资源等，包括各类原材料、包装物、低值易耗品、项目成本等。

2、存货取得和发出的计价方法

存货按照成本进行初始计量。存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。应计入存货成本的借款费用，按照《企业会计准则第17号——借款费用》处理。投资者投入存货的成本，应当按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

发出存货的计价方法：采用加权平均法核算。

3、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

4、低值易耗品及包装物的摊销方法

采用“一次摊销法”核算。

5、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备计提方法

期末存货按成本与可变现净值孰低计价，存货期末可变现净值低于账面成本的，按差额计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

（1）存货可变现净值的确定依据

为生产而持有的材料等，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，该材料仍然按照成本计量；材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的，该材料应当按照可变现净值计量。

为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值应当以合同价格为基础计算。企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

（2）存货跌价准备的计提方法

按单个存货项目的成本与可变现净值孰低法计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货按存货类别计提存货跌价准备。

（十二）长期股权投资

1、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断所有参与方或参与方组合是否集体控制该安排，如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排。其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意，当且仅当相关活动的决策要求集体控制该安排的参与方一致同意时，才形成共同控制。如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影

响。

2、初始投资成本确定

(1) 企业合并形成的长期股权投资

A、同一控制下的企业合并,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。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的,在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额,确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本,与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额,调整股本溢价,股本溢价不足冲减的,冲减留存收益。

B、非同一控制下的企业合并,在购买日按照《企业会计准则第 20 号——企业合并》的相关规定确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的,按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和,作为改按成本法核算的初始投资成本。

(2) 除企业合并形成的长期股权投资以外,其他方式取得的长期股权投资,按照下列规定确定其初始投资成本:

A、以支付现金取得的长期股权投资,应当按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。

B、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。

C、通过非货币性资产交换取得的长期股权投资,其初始投资成本按照《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定。

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

3、后续计量和损益确认方法

(1) 成本法核算:能够对被投资单位实施控制的长期股权投资,采用成本法核算。采用成本法核算时,追加或收回投资调整长期股权投资的成本。采用成本法核算的长期股权

投资，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，公司应当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，不再划分是否属于投资前和投资后被投资单位实现的净利润。

（2）权益法核算：对被投资单位共同控制或重大影响的长期股权投资，除“对联营企业的权益性投资，其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的，无论以上主体是否对这部分投资具有重大影响，公司按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定，对间接持有的该部分投资选择以公允价值计量且其变动计入损益”外，采用权益法核算。采用权益法核算时，公司取得长期股权投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；公司按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；公司对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，应当调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。公司确认被投资单位发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，公司负有承担额外损失义务的除外。被投资单位以后实现净利润的，公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。公司在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整，并且将公司与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益予以抵销，在此基础上确认投资损益。公司与被投资单位发生的内部交易损失，按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》等规定属于资产减值损失的则全额确认。如果被投资单位采用的会计政策及会计期间与公司不一致的，按照公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资损益。

对于首次执行日之前已经持有的对联营企业和合营企业的长期股权投资，如存在与该投资相关的股权投资借方差额，按原剩余期限直线法摊销，摊销金额计入当期损益。

（3）处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款差额，计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比例转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（十三）固定资产

1、固定资产的确认条件

固定资产系使用寿命超过一个会计年度，为生产商品、提供劳务、出租或经营管理所持有的有形资产。

2、折旧方法

类别	折旧方法	估计残值率	折旧年限	年折旧率
办公设备、器具及家具	年限平均法	5%	5 年	19%

公司于每年年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，应当调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，应当调整预计净残值；与固定资产有关的经济利益预期实现方式有重大改变的，改变固定资产折旧方法。

（十四）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用包括因借款发生的利息、折价或溢价的摊销和辅助费用，以及因外币借款而发生的汇兑差额。公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，应予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

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

借款费用同时满足下列条件，开始资本化：

- （1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；
- （2）借款费用已发生；
- （3）为使资产达到预计可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化的期间

为购建或者生产符合资本化条件的资产发生的借款费用，满足上述资本化条件

的，在该资产达到预定可使用或者可销售状态前所发生的，计入该资产的成本，若资产的购建或者生产活动发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化，将其确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始；当所购建或生产的资产达到预定可使用或者销售状态时，停止其借款费用的资本化。在达到预定可使用或者可销售状态后所发生的借款费用，于发生当期直接计入财务费用。

3、借款费用资本化金额的计算方法

在资本化期间内，每一会计期间的利息（包括折价或溢价的摊销）资本化金额，按照下列规定确定：

（1）为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。

（2）为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

（十五）无形资产

1. 无形资产的计价方法

无形资产按实际成本计量。外购的无形资产，其成本包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。采用分期付款购买无形资产，购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实际上具有融资性质的，无形资产的成本为购买价款的现值。投资者投入的无形资产的成本，应当按照投资合同或协议约定的价值确定，在投资合同或协议约定价值不公允的情况下，应按无形资产的公允价值入账。通过非货币性资产交换取得的无形资产，其初始投资成本按照《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定。通过债务重组取得的无形资产，其初始投资成本按照《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定。以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

2. 无形资产的使用寿命

公司于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命有限的无形资产自无形资

产可供使用时起，至不再作为无形资产确认时止，采用直线法分期平均摊销，计入损益。对于使用寿命不确定的无形资产不进行摊销。

公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。如果无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计不同的，改变摊销期限和摊销方法。公司在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命，并按上述规定处理。

3. 无形资产的减值测试

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见附注三、（十六）“长期资产减值”。

（十六）长期资产减值

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、无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

商誉至少在每年年度终了进行减值测试。本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。在将商誉的账面价值分摊至相关的资产组或者资产组组合时，按照各资产组或者资产组组合的公允价值占相关资产组或者资产组组合公允价值总额的比例进行分摊。公允价值难以可靠计量的，按照各资产组或者资产组组合的账面价值占相关资产组或者资产组组合账面价值总额的比例进行分摊。在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，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，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（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负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用，包括以经营租赁方式租入的固定资产发生的改良支出等。长期待摊费用在相关项目的受益期内平均摊销。

（十八）职工薪酬

职工薪酬是指公司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。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。职工薪酬主要包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

1、短期薪酬

短期薪酬是指本公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬，离职后福利和辞退福利除外。本公司在职工提供服务的会计期间，将应付的短期薪酬确认为负债，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

2、离职后福利

离职后福利是指公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与公司解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，本公司不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。

（1）设定提存计划

设定提存计划包括基本养老保险、失业保险以及企业年金计划（如有）。在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。本公司设定受益计划导致

的职工薪酬成本包括下列组成部分：

A、服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中，当期服务成本，是指职工当期提供服务所导致的设定受益计划义务现值的增加额；过去服务成本，是指设定受益计划修改所导致的与以前期间职工服务相关的设定受益计划义务现值的增加或减少。

B、设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务的利息费用以及资产上限影响的利息。

C、重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动。

除非其他会计准则要求或允许职工福利成本计入资产成本，本公司将上述第 A 和 B 项计入当期损益；第 C 项计入其他综合收益且不会在后续会计期间转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益中确认的金额。

3、辞退福利

辞退福利是指公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿。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：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；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

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。本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行处理；除上述情形外的其他长期职工福利，按照设定受益计划的有关规定，确认和计量其他长期职工福利净负债或净资产。在报告期末，公司将其他长期职工福利产生的福利义务归属于职工提供服务期间，并计入当期损益或相关资产成本。

（十九）收入

1、一般原则

（1）销售商品

在公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；公司既没有保留通常

与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认销售商品收入的实现。

（2）提供劳务

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务的收入。

在资产负债表日提供劳务交易的结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

A 已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同的金额结转劳务成本。

B 已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，应当将已经发生的劳务成本转入当期损益，不确认提供劳务收入。

（3）让渡资产使用权

提供资金的利息收入，按照他人使用公司货币资金的时间和实际利率计算确定；他人使用公司非现金资产，发生的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。让渡资产使用权收入应同时满足下列条件的，予以确认：

A 相关的经济利益很可能流入企业；

B 收入的金额能够可靠地计量。

2、收入确认的具体方法

本公司的主营业务是为客户提供基于创意策划和数字技术的市场营销策划服务，主要包括整合营销、数字营销、交易营销和公关传播等全链条服务。

公司提供劳务收入分为月费项目收入和非月费项目收入，并以非月费项目收入为主。

月费项目收入：公司一般于每月月末服务提供完毕后，根据合同约定确认收入，并同时结转成本。非月费项目收入：公司于项目执行完毕并经客户确认后确认收入实现。

（二十）政府补助

政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

本公司将所取得的用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助界定为与资产

相关的政府补助。对于政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。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。

2、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

本公司所取得的与资产相关的政府补助之外的政府补助界定为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，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。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

（二十一）递延所得税资产和递延所得税负债

公司在取得资产、负债时，确定其计税基础。资产、负债的账面价值与其计税基础存在的暂时性差异，按照规定确认所产生的递延所得税资产或递延所得税负债。

1. 递延所得税资产的确认

公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：①该项交易不是企业合并；②交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：①暂时性差异在可预见的未来很可能转回；②未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

对于按照税法规定可以结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

2. 递延所得税负债的确认

（1）除下列交易中产生的递延所得税负债以外，公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：①商誉的初始确认；②同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该项交易不是企业合并；交易发生时既不影响会计利润也

不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

（2）公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认相应的递延所得税负债。但是，同时满足下列条件的除外：①投资企业能够控制暂时性差异转回的时间；②该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

（二十二）租赁

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。

（二十三）重要会计政策和会计估计的变更

1、重要会计政策变更

本报告期公司未发生会计政策变更事项。

2、会计估计变更

本公司本期未发生会计估计变更事项。

3、会计差错更正的内容及金额

本公司本期无会计差错更正事项。

五、报告期利润形成的有关情况

（一）营业收入及毛利的主要构成、变化趋势及原因

1、营业收入构成

报告期内，公司营业收入构成如下：

单位：万元；%

项目	2015 年度		2014 年度	
	收入	比例	收入	比例
主营业务收入	5,304.96	100.00	3,003.45	100.00
其他业务收入	-	-	-	-
合计	5,304.96	100.00	3,003.45	100.00

公司是一家整合营销先进企业，主要为企业客户提供基于创意策划和数字传播的市

场营销策划服务。公司主营业务突出，报告期内公司收入均来自主营业务。

①报告期内，公司主营业务收入按行业分类列示如下：

单位：万元；%

项目	2015 年 1-5 月		2014 年度	
	收入	比例	收入	比例
商务服务业	5,304.96	100.00	3,003.45	100.00
合计	5,304.96	100.00	3,003.45	100.00

公司是一家从事市场营销策划服务的企业，报告期内主营业务收入均来源于上述业务。

②报告期内，公司主营业务收入按服务分类列示如下：

单位：万元；%

项目	2015 年度		2014 年度	
	收入	比例	收入	比例
数字营销	2,931.54	55.26	1,195.89	39.82
交易营销及公关传播	2,373.42	44.74	1,807.56	60.18
合计	5,304.96	100.00	3,003.45	100.00

公司营业收入均来源于市场营销策划服务，主要包括数字营销、交易营销及公关传播。报告期内，上述业务合计实现营业收入 3,003.45 万元、5,304.96 万元，占主营业务收入比重 100%。

数字营销为线上营销服务，交易营销及公关传播为线下营销服务，其中交易营销直接面向消费者，公关传播面向的对象主要是各类媒体。报告期内，公司主要收入来源为数字营销及交易营销。

具体分析如下：

A、数字营销

数字营销是指公司通过对产品的品牌、特性及目标客户群体深入分析，形成营销策略、方案，并通过互联网/移动互联网社交媒体、门户网站、垂直网站等平台传播产品卖点并和用户互动，目的是激发目标消费群体参与，带来潜在用户和有效促进并引导用户购买，从而达到营销、传播和带动客户销售的目的。

报告期内，公司数字营销业务收入大幅增长，同时占当期主营业务收入比重也大幅

上升。2014 年、2015 年数字营销业务分别实现营业收入 1,195.89 万元、2,931.54 万元，2015 年度较上年同期增长 145.13%，主要原因如下：

第一，随着移动互联网以及社交媒体的普及，数字营销占客户营销预算比例逐步增大，公司数字营销业务量大幅增加；

第二，随着与主要客户雅诗兰黛业务合作的深入，2015 年度，雅诗兰黛数字营销业务收入为 2,378.83 万元，较上年度增长 68.62%，截至本说明书出具日，公司数字营销业务服务范围已覆盖雅诗兰黛在中国地区全部 8 个品牌，成为雅诗兰黛市场营销服务主要供应商之一，双方具有较强业务黏性；

第三，随着公司业务能力、品牌知名度的提升，以及对各阶层消费群体的高认知度，2015 年度公司实现对爱茉莉太平洋贸易有限公司、上海圣然信息科技有限公司、上海新兰房地产开发有限公司的开拓，并形成收入增长，服务行业范围涵盖化妆品、网络游戏、快速消费品、房地产等。

B、交易营销及公关传播

交易营销是指通过创造、建立和保持与目标市场之间的有益交换和联系，以实现组织的各种目标而进行的分析、计划、执行和控制的过程；公关传播是指公司应客户新品上市、产品再推广、提升品牌形象等传播需求，提供公关传播的整体策略及规划、新闻稿件撰写、新闻稿发布、媒体采访、媒体关系管理及媒体监测服务。报告期内，上述两项业务构成公司线下营销服务，其中交易营销为公司主要线下营销服务。

报告期内，交易营销及公关传播收入分别为 1,807.56 万元、2,373.42 万元，呈稳定增长态势。2015 年度收入较上年度增长 565.86 万元，增幅为 31.31%，主要系公司交易营销业务量较上年度增长。

③报告期内，公司主营业务收入按地区分类列示如下：

单位：万元；%

地区	2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例
华东区	5,110.60	96.34	2,854.26	95.03
华北区	165.23	3.11	65.38	2.18
华南区	-	-	9.52	0.32
西南区	29.13	0.55	20.58	0.69

西北区	-	-	53.72	1.79
合计	5,304.96	100.00	3,003.45	100.00

报告期内，公司业务主要集中于上海等华东地区，占当期营业收入比重均在 90% 以上。

④报告期内，同行业经营情况如下：

单位：万元；%

公司名称	2015 年度			2014 年度	
	营业收入	营业收入增长率	综合毛利率	营业收入	综合毛利率
蓝色光标 (300058)	345,271.25	15.49	29.18	597,908.82	31.75
谊熙加 (832127)	5,249.40	14.76	15.57	9,148.61	13.41
温迪数字 (831975)	4,192.72	223.39	63.12	2,592.98	48.67
注意力 (824709)	4,458.57	-0.51	52.40	10,755.85	28.64
时空视点 (836416)	5,379.34	-1.57	35.55	9,368.59	26.36
平均值	89,792.99	50.31	40.07	155,101.57	26.36
中位数	5,249.40	14.76	35.55	9,368.59	30.62
榕智股份	5,304.96	76.63	39.89	3,003.45	22.11

注：数据根据同行业上市公司年度报告披露。其中，蓝色光标、谊熙加、温迪数字 2015 年的数据是 2015 半年报数据，时空视点、注意力 2015 年的数据分别为 2015 年 1-7 月数据及 2015 年 1-5 月数据；同行业可比公司 2015 年营业收入增长率均为年化增长率。

2015 年度，榕智股份营业收入增长率为 76.63%，高于同行业同期营业收入增长率平均值、中位数，主要系公司当期数字营销业务规模大幅增长；其中，温迪数字营业收入增长幅度较大，主要系其 2015 年上半年增量数字公共关系服务收入大幅增长。

2、报告期内前五名客户销售情况

单位：万元；%

年度	客户名称	销售金额	占营业收入的比例
2015 年	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	3,789.61	71.44
	上海圣然信息科技有限公司	265.41	5.00
	上海新兰房地产开发有限公司	181.21	3.42
	爱茉莉太平洋贸易有限公司	180.46	3.40
	皇誉宠物食品(上海)有限公司	88.72	1.67

	合计	4,505.42	84.93
2014 年	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	1,753.75	58.39
	上海百雀羚日用化学有限公司	208.78	6.95
	融侨集团股份有限公司	182.71	6.08
	中国联合网络通信有限公司福建省分公司	141.84	4.72
	西安国中星城置业有限公司	53.72	1.79
	合计	2,340.79	77.93

2014、2015 年度，公司前五大客户合计收入占当期收入总额比例分别为 77.93%、84.93%，占比相对较高，主要系公司与雅诗兰黛保持长期合作关系，报告期内收入金额相对较大。

截至本说明书出具日，公司服务范围已覆盖雅诗兰黛在中国地区全部 8 个品牌，成为雅诗兰黛市场营销服务主要供应商之一。同时，公司在维护好现有客户资源、保证销售收入稳定性的情况下，也在积极开发新的客户，预计未来在提高业务收入的同时，公司前五大客户集中度也将逐步发生变化。

报告期内公司客户集中度较高的原因主要系：

第一，由于行业特点，一般市场营销服务企业均需要与客户逐步建立信任的过程，从而在相互了解的基础上进行更好的合作。报告期内，公司仍处于发展初期阶段，但凭借对化妆品行业的高度理解以及高品质服务，公司成功完成对雅诗兰黛营销业务的开拓，并成为雅诗兰黛市场营销服务主要供应商之一。因此在上述客户培养过程中，公司主要业务收入会暂时来源于相对单一客户；

第二，公司向客户提供的营销服务内容具有一定的商业机密性及独特性，且公司与雅诗兰黛等客户已形成长期深入的合作关系，保持持续稳定的合作将节约双方沟通成本、转换成本等，提高服务质量及效率，因此公司与其存在较强业务黏性，同时也导致公司将较大的精力投入到对老客户的服务中。

第三，公司主要的客户拓展战略是大客户战略。规模较大的公司成熟度普遍较高，相比小客户业务需求更为精准，且能够投入较大的预算，优质的大客户能提高公司服务效率。

公司主要通过以下方法保持客户黏性：第一，专注于深耕化妆品、快速消费品、网

络游戏、奢侈品等行业；第二，以客户价值为导向，管理层深入业务一线，从战略咨询、创意产生、项目质量、资源调配、团队管理等各方面，给客户提供高满意度的服务；第三，以大数据技术为基础，强化公司在数字营销时代的比较优势；第四，通过严格的合规和内控，给客户带来安全性的服务。

在经营计划、市场开拓策略等方面，公司将采取以下措施减少客户集中度：

第一，从公司目前服务行业中进行延伸，可以一定程度上分散客户的集中度；

第二，除了目前公司服务的核心行业，越来越多其他行业的企业加入到数字营销的大潮中来，公司可以依托自身的经验和优势，稳健地扩展更多领域的客户。

就上述客户集中度较高的情形，公司已在本公开转让说明书中做重大风险提示。

3、营业成本分析

报告期内，公司营业成本均为主营业务成本，其构成情况如下：

单位：万元；%

项目	2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比
媒体传播及物料	1,496.85	46.93	902.02	38.56
职工薪酬	661.43	20.74	459.17	19.63
劳务费	481.37	15.09	351.12	15.01
搭建费	241.70	7.58	324.53	13.87
场地租赁费	182.26	5.72	176.50	7.55
其他	125.45	3.93	125.98	5.39
合计	3,189.06	100.00	2,339.33	100.00

公司主营业务成本主要为媒体传播及物料、职工薪酬，报告期内营业成本逐步增长，与营业收入增长趋势一致。其中，公司 2015 年度媒体传播及物料较 2014 年度增加了 65.94%，主要系公司业务规模扩大，媒体传播及物料成本增加。

4、毛利率分析

(1) 毛利率趋势分析

报告期内，公司分服务毛利率及主营业务毛利率变动情况如下：

单位：万元；%

项目	2015 年度			2014 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
数字营销	2,931.54	1,352.11	53.88	1,195.89	823.20	31.16
交易营销及公关传播	2,373.42	1,836.95	22.60	1,807.56	1,516.13	16.12
合计	5,304.96	3,189.06	39.89	3,003.45	2,339.33	22.11

报告期内，公司毛利率分别为 22.11%、39.89%，2015 年度较 2014 年度大幅提升，主要原因系数字营销业务毛利率大幅增长，2015 年度公司数字营销业务毛利率为 53.88%，较上年度增长 22.72%，且数字营销业务收入规模扩大，占营业收入总额比重上升，导致综合毛利率提升。具体分析如下：

①收入方面

A、项目报价。一方面，随着公司与客户合作的深入，客户黏性逐步增强，项目议价能力也逐渐提升；另一方面，由于公司业务特点，公司一般根据项目实施内容及范围确定预计工作总量及工作内容后协商确定合同总价。随着公司业务范围及业务数量的扩大，公司项目团队更为成熟，同时可择优确定自媒体、意见领袖、社交网络等媒体渠道以更好保障业务效果，从而进一步提高公司对客户的议价能力。

B、项目数量。报告期内，随着雅诗兰黛等客户需求量的提升以及公司业务熟练程度的提高，公司 10-50 万元等规模相对较小的项目数量明显增加，而此类项目具备一定的可复制性，项目完成效率较高，同时小规模项目外部采购金额较小，导致上述业务毛利率相对较高；另一方面，单位媒体传播成本也随着项目数量增加而下降，规模效应导致项目毛利率增长。

报告期内，公司收入金额为 10-50 万元的项目变动情况如下：

单位：万元

项目收入金额	期间	项目数量	收入总额	成本总额	综合毛利率
10-50	2015 年度	67	2,253.76	963.84	57.23%
	2014 年度	46	888.47	610.53	31.28%

C、单位员工产值。2014 年度，公司为支撑未来业务增长提前储备了各类项目人才，平均员工人数由 59 人增长至 129 人，较 2013 年度增长 117.86%，引起人工成本增加。同时，为保证业务交付质量，公司建立了完善的培训机制，需对新员工提前进行培训，造成前期投入成本未能及时形成收入，导致当期毛利率较低。随着公司业务规模的扩大

以及员工成熟度的提高，单位员工产值逐步提升。

单位：万元

期间	营业收入总额	月平均员工人数	单位员工产值
2015 年度	5,304.96	123	43.13
2014 年度	3,003.45	129	23.28

②成本方面

报告期内，公司数字营销业务成本主要为媒体传播费以及职工薪酬。

A、媒体传播成本

公司通过上游供应商采购的媒体渠道主要包括：自媒体、意见领袖、娱乐资源、体育资源、垂直社交媒体等，随着公司业务规模的扩大、合作数量的增加，对上述媒体渠道供应商的议价能力逐步提升，单位媒体传播成本下降。

B、项目人员配置

由于不同级别员工之间薪酬水平各不相同，因此项目人员结构搭配不同对项目毛利率构成实质影响。各项目的人员搭配根据项目需求及客户要求决定，随着公司各级员工的项目经验积累以及项目熟练度的提升，单位业务收入所需员工薪酬逐步降低，导致毛利率水平上升。

C、项目管理

对于固定总价项目，由于客户对于公司项目人员配备与工作时间无硬性规定，项目成本主要由公司项目团队进行控制。随着公司项目管理水平提升，资源利用效率逐步提高，有效提升了项目毛利率。

报告期内，公司交易营销及公关传播业务毛利率分别为 16.12%、22.60%，2015 年度毛利率水平较上年度上升，促进综合毛利率增长，主要系当期线下业务量提升，引起营业收入增长所致。

随着公司业务规模的增长、业务能力及品牌知名度的提升，公司毛利率水平逐步体现。

(2) 与同行业上市公司比较

报告期内，公司与同行业上市公司综合毛利率比较如下：

单位：%

公司名称	2015 年度	2014 年度
蓝色光标（300058）	29.18	31.75
谊熙加（832127）	15.57	13.41
温迪数字（831975）	63.12	48.67
注意力（824709）	52.40	28.64
时空视点（836416）	35.55	26.36
平均值	40.07	30.62
中位数	35.55	28.64
公司	39.89	22.11

注：数据根据同行业上市公司年度报告披露。其中，蓝色光标、谊熙加、温迪数字 2015 年的数据是 2015 半年报数据，时空视点、注意力 2015 年的数据分别为 2015 年 1-7 月数据及 2015 年 1-5 月数据。

报告期内，公司毛利率水平与同行业保持相对一致，2014 年度公司毛利率较同行业相对较低，主要系当期公司业务规模相对较小。

（二）主要费用分析

报告期内，公司期间费用及其占当期营业收入的比例如下：

单位：万元；%

项目	2015 年度		2014 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	-	-	-	-
管理费用	988.50	18.63	653.08	21.74
财务费用	21.68	0.41	19.15	0.64
合计	1,010.19	19.04	672.23	22.38

报告期内，公司期间费用随着营业规模的增长而增加，期间费用占营业收入的比例整体呈小幅下降趋势，具体如下：

1、销售费用

报告期内，公司未设置专门的销售部门及销售人员，故未形成销售费用。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用明细及其占比情况如下：

单位：万元；%

项目	2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	312.79	31.64	208.94	31.99
租赁费	188.28	19.05	107.65	16.48
差旅费	156.69	15.85	165.8	25.39
业务招待费	90.18	9.12	21.34	3.27
装修费	64.96	6.57	42.3	6.48
办公费	41.43	4.19	42.19	6.46
咨询费	36.26	3.67	7.76	1.19
水电物业费	30.56	3.09	21.98	3.37
折旧	20.36	2.06	16.05	2.46
车辆费用	18.3	1.85	8.07	1.24
通讯费	4.42	0.45	0.96	0.15
残疾人保障金	1.88	0.19	0.7	0.11
无形资产摊销	1.5	0.15	0.79	0.12
印花税	1.49	0.15	0.4	0.06
其他	19.41	1.96	8.15	1.25
合计	988.50	100.00	653.08	100.00

公司管理费用主要包括职工薪酬、租赁费、装修费、差旅费等。报告期内，公司管理费用逐步增长，与营业收入增长趋势一致。

3、财务费用

报告期内，公司财务费用及占比情况如下：

单位：万元；%

项目	2015 年度	2014 年度
利息支出	21.11	18.73
减：利息收入	0.33	0.18
手续费等	0.90	0.61
合计	21.68	19.15

报告期公司财务费用主要为利息支出、手续费等，未发生重大变化。

（三）报告期内重大投资收益情况

报告期内公司无合并财务报表范围以外的投资收益。

(四) 报告期非经常性损益情况

公司非经常性损益明细表如下：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
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）	420,000.00	125,795.00
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	1,090,870.71	-569,294.70
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-	-300.00
所得税影响额	-105,000.00	-31,373.75
少数股东损益影响额（税后）	-	-
合计	1,405,870.71	-475,173.45

报告期内，公司收到的政府补助情况如下：

单位：万元

序号	2015 年度		
	项目	金额	来源和依据
1	财政资金扶持	42.00	《上海旗忠森林体育城经济园区有限公司与上海榕智市场营销策划有限公司协议书》、上海旗忠森林体育城经济园区有限公司出具的《补助说明》
	合计	42.00	

单位：万元

序号	2014 年度		
	项目	金额	来源和依据
1	营改增补贴	2.58	上海市财政局、上海市国家税务局、上海市地方税务局沪财税〔2012〕5号《关于实施营业税改征增值税试点过渡性财政扶持政策的通知》
2	财政资金扶持	10.00	《上海旗忠森林体育城经济园区有限公司与上海榕智市场营销策划有限公司协议书》、上海旗忠森林体育城经济园区有限公司出具的《补助说明》
	合计	12.58	

(五) 主要税收政策及适用的税率情况

1、公司执行的主要税收政策及适用税率

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	6%
城市维护建设税	应交增值税、营业税额	5%

教育费附加	应交增值税、营业税额	3%
地方教育费附加	应交增值税、营业税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%

2、税收优惠及批文

本公司不享受税收优惠。

六、财务状况分析

(一) 资产

1、资产构成

单位：万元；%

项目	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例
流动资产	2,927.21	95.46	1,708.41	93.85
非流动资产	139.27	4.54	111.89	6.15
资产总额	3,066.47	100.00	1,820.30	100.00

(1) 资产规模

2015 年末公司总资产规模较上年末增加 1,246.17 万元，增长 68.46%，主要系公司业务规模扩大，使得流动资产中应收账款、预付款项及存货相应增长。

(2) 资产结构

报告期内，公司资产以流动资产为主，非流动资产比例较小，符合轻资产行业企业特点。2014 年末、2015 年末，公司资产结构保持稳定，流动资产的比例均在 90%以上。

2、流动资产

单位：万元；%

项目	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例
货币资金	377.78	12.91	141.09	8.26
应收账款	1,692.90	57.83	940.16	55.03
预付款项	378.44	12.93	110.98	6.50

其他应收款	150.52	5.14	487.50	28.54
存货	323.79	11.06	28.67	1.68
其他流动资产	3.79	0.13	-	-
流动资产合计	2,927.21	100.00	1,708.41	100.00

公司流动资产主要为货币资金、应收账款、预付款项、其他应收款和存货。各项目变动分析如下：

(1) 货币资金

单位：万元；%

项目	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例
现金	1.06	0.28	28.66	20.31
银行存款	376.71	99.72	112.44	79.69
合计	377.78	100.00	141.09	100.00

2014 年末、2015 年末，公司货币资金余额分别为 141.09 万元、377.78 万元，占流动资产的比例分别为 8.26%、12.91%。

公司货币资金期末余额中无其他抵押、质押或冻结等对使用有限制的款项，也无存放在境外或有潜在回收风险的情况。

(2) 应收账款

①各报告期末，公司应收账款基本情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
账面余额	1699.55	942.79
坏账准备	6.65	2.64
账面价值	1,692.90	940.15

2014 年末、2015 年末，公司应收账款账面价值分别为 940.15 万元、1,692.90 万元，呈上升趋势，其账面价值占当期流动资产比例分别为 55.03%、57.83%，保持相对稳定。

2015 年末公司应收账款较 2014 年度增长 752.75 万元，与营业收入增长趋势一致。

②各报告期期末应收账款按类别披露如下：

单位：万元；%

项目	2015 年 12 月 31 日				2014 年 12 月 31 日			
	账面 余额	比例	坏账准备	计提 比例	账面 余额	比例	坏账准备	计提 比例
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-		-	-	-	
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项	1,699.55	100.00	6.65	0.39	942.79	100.00	2.64	0.28
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项	-	-	-		-	-	-	
合计	1,699.55	100.00	6.65	0.39	942.79	100.00	2.64	0.28

各报告期末公司不存在单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款及单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款。

③按账龄分析法计提坏账准备的应收账款

单位：万元；%

账龄结构	2015 年 12 月 31 日			2014 年 12 月 31 日		
	余额	比例	坏账准备	余额	比例	坏账准备
3 个月以内	1,644.51	-	-	928.32	-	-
3 个月-1 年	35.37	5.00	1.77	1.73	5.00	0.09
1-2 年	16.49	20.00	3.30	12.75	20.00	2.55
2-3 年	3.17	50.00	1.59	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-	-
合计	1,699.55	0.39	6.65	942.79	0.28	2.64

2015 年末、2014 年末，公司应收账款余额中 3 个月以内的分别为 1,644.51 万元和 928.32 万元，占各期末应收账款总额比例分别为 96.76%和 98.47%，公司应收账款资产质量较高。此外，公司客户源相对稳定且多为雅诗兰黛、爱茉莉等大型跨国企业，信誉良好且与公司保持良好的合作关系，报告期内公司应收款回款情况良好，各期实际发生坏账的损失率较低，公司应收账款发生不可回收的可能性较小。

④应收账款坏账计提分析

公司应收账款坏账准备计提比例与可比公司比较情况如下表：

单位：%

账龄	公司	蓝色光标 (300058)	谊熙加 (832127)	温迪数字 (831975)	注意力 (824709)	时空视点 (836416)
----	----	------------------	-----------------	------------------	-----------------	------------------

1 年以内	5.00	2.00	0	5.00	5.00	3.00
1 至 2 年	20.00	30.00	50.00	10.00	10.00	10.00
2 至 3 年	50.00	100.00	100.00	20.00	50.00	30.00
3 至 4 年	100.00	100.00	100.00	30.00	100.00	50.00
4 至 5 年	100.00	100.00	100.00	50.00	100.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

报告期公司应收账款坏账准备计提政策根据公司实际情况制定，与同行业水平相类似且更加谨慎，不存在坏账准备计提政策不谨慎的情况。

⑤期末应收账款余额前五名债务人情况

截至 2015 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位：万元；%

单位名称	金额	占应收账款总额的比例
雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	1,326.49	78.05
上海新兰房地产开发有限公司	192.09	11.30
境界游戏股份有限公司	45.64	2.69
皇誉宠物食品(上海)有限公司	34.05	2.00
潘多拉珠宝（上海）有限公司	26.72	1.57
合计	1,624.99	95.61

报告期内，雅诗兰黛业务收入占公司当期营业收入总额比重较大，随着公司客户数量的增加以及业务收入规模的扩大，未来公司客户集中度将逐步降低。

⑥应收账款周转情况

单位：天；次

项目	2015 年度		2014 年度	
	周转天数	周转率	周转天数	周转率
蓝色光标（300058）	251.13	1.43	109.32	3.29
谊熙加（832127）	232.76	1.55	109.52	3.29
温迪股份（831975）	233.06	1.54	15.22	23.66
注意力（824709）	99.83	3.61	39.33	9.15
时空视点（836416）	148.15	2.43	80.90	4.45
平均值	204.20	2.03	68.35	9.85
中位数	232.76	1.55	80.90	4.45

公司	89.57	4.02	72.65	4.96
----	-------	------	-------	------

注：数据根据同行业上市公司年度报告披露。其中，蓝色光标、谊熙加、温迪数字 2015 年的数据是 2015 半年报数据，时空视点、注意力 2015 年的数据分别为 2015 年 1-7 月数据及 2015 年 1-5 月数据。

应收账款周转率=当期主营业务收入/（期初应收账款余额+期末应收账款余额）/2；

应收账款周转天数=360/应收账款周转率；半年应收账款周转天数=180/应收账款周转率；1-5 月应收账款周转天数=360/12*5/应收账款周转率；1-7 月应收账款周转天数=360/12*7/应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率在同行业公司中较快，回款情况良好。

⑦应收账款期后回款情况

报告期内公司应收账款前五名情况及期后（分别截至 2016 年 3 月 20 日、2015 年 3 月 20 日）回款情况：

单位：万元

期间	客户名称	期末余额	期后收款	期后回款情况
2015 年	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	1,326.49	1,267.75	95.57%
	上海新兰房地产开发有限公司	192.09	192.09	100%
	境界游戏股份有限公司	45.64	-	-
	皇誉宠物食品(上海)有限公司	34.05	34.05	100%
	潘多拉珠宝（上海）有限公司	26.72	26.72	100%
	合计	1,624.99	1,520.61	93.58%
2014 年	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	821.49	899.30	109.47%
	上海百雀羚日用化学品有限公司	72.00	72.00	100%
	福建同元文化古镇旅游开发有限公司	15.43	-	-
	天津游吉科技有限公司	12.18	12.18	100%
	上海积和展览展示过程有限公司	6.13	-	-
	合计	927.24	983.48	106.07%

报告期内，公司期后回款情况良好，主要客户应收款余额基本在下一个会计年度全部收回。

⑦报告期应收账款期末余额中无应收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

（3）预付账款

各报告期末，公司预付账款账龄如下：

单位：万元；%

账龄	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例
1 年以内	306.25	80.92	106.49	95.95
1-2 年	69.45	18.35	4.50	4.05
2-3 年	2.75	0.73	-	-
3 年以上	-	-	-	-
合计	378.44	100.00	110.98	100.00

预付账款主要系公司预付物料费、媒体传播费等。2014 年末、2015 年末，公司预付账款余额分别为 110.98 万元、378.44 万元，占流动资产的比例分别为 6.50%、12.93%。报告期内，公司各期末预付款项余额呈上升趋势，与营业收入变动趋势一致。

截至 2015 年 12 月 31 日，公司预付账款前五名单位如下：

单位：万元；%

单位名称	与本公司关系	金额	占比	性质
上海维沁市场营销策划事务所	非关联方	73.78	19.50	预付媒体传播费
上海仙红市场营销策划事务所	非关联方	67.61	17.87	预付媒体传播费
上海东方明珠国际旅行社有限公司	非关联方	28.62	7.56	预付机票酒店费用
上海鑫朗印务有限公司	非关联方	16.57	4.38	预付宣传材料印制费
杰纳文化传播（上海）有限公司	非关联方	15.93	4.21	预付模特礼仪费用
合计	-	202.51	53.52	-

预付账款报告期末余额中无预付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

（4）其他应收款

①报告期期末其他应收款按类别披露如下：

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
账面余额	154.51	492.49
坏账准备	3.99	4.99
账面价值	150.52	487.50

公司其他应收款主要为往来款、备用金等。

②报告期期末其他应收款按类别披露如下：

单位：万元；%

项目	2015 年 12 月 31 日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	154.51	100	3.99	2.58	150.52
其中：以账龄作为信用风险特征的组合计提坏账准备的其他应收款	64.45	41.71	3.99	6.19	60.46
以关联方作为信用风险特征的组合计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
以备用金、押金、保证金等作为信用风险特征的组合计提坏账准备的其他应收款	90.06	58.29	-	-	90.06
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	154.51	100	3.99	2.58	150.52

单位：万元；%

项目	2014 年 12 月 31 日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	492.49	100.00	4.99	1.01	487.50
其中：以账龄作为信用风险特征的组合计提坏账准备的其他应收款	85.35	17.33	4.99	5.84	80.36
以关联方作为信用风险特征的组合计提坏账准备的其他应收款	360.00	73.09	-	-	360.00
以备用金、押金、保证金等作为信用风险特征的组合计提坏账准备的其他应收款	47.14	9.57	-	-	47.14
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合计	492.49	100.00	4.99	1.01	487.50

③组合中，按账龄分析法计提坏账准备的其他应收款如下：

单位：万元；%

账龄结构	2015 年 12 月 31 日			2014 年 12 月 31 日		
	余额	比例	坏账准备	余额	比例	坏账准备
3 个月以内	26.70	41.42	-	24.89	29.17	-
3 个月-1 年	24.73	38.38	1.24	48.37	56.68	2.42
1-2 年	12.83	19.91	2.57	11.89	13.93	2.38
2-3 年	-	-	-	-	-	-
3 年以上	0.19	0.29	0.19	0.19	0.22	0.19

账龄结构	2015 年 12 月 31 日			2014 年 12 月 31 日		
	余额	比例	坏账准备	余额	比例	坏账准备
合计	64.45	100.00	3.99	85.35	100.00	4.99

④期末其他应收款余额前五名债务人情况

截至 2015 年 12 月 31 日，公司主要其他应收账款情况如下：

单位：万元；%

单位名称	金额	占其他应收款总额比例	性质
上海舜联置业有限公司	21.64	14.01	押金
张扬雪	16.06	10.39	备用金
林杰	10.68	6.91	备用金
秦玲	9.00	5.82	押金
上海龙峰物业管理有限公司	6.71	4.34	押金
合计	64.10	41.49	

(5) 存货

①报告期各期末，存货的构成情况如下：

单位：万元；%

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	跌价准备	账面价值
项目成本	323.79	-	323.79	28.67	-	28.67
合计	323.79	-	323.79	28.67	-	28.67

由于公司为非生产型企业，主要业务为提供市场营销策划服务，收入以完成服务并经客户验收为主要风险报酬转移时点确认，故报告期末尚未执行完成或已完成但尚未经客户确认的项目的前期投入成本将计入存货，在项目执行完毕经客户确认后一次性计入营业成本。

2014 年末、2015 年末公司存货账面价值分别为 28.67 万元、323.79 万元，占流动资产比例分别为 1.68%、11.06%，呈逐步上升趋势；各期末存货余额占当期营业收入的比例分别为 0.95%、6.10%。报告期内，随着公司业务规模扩大，跨期项目数量及成本投入随之增加，公司存货水平与经营状况相符。

②报告期同行业存货周转情况

单位：天；次

公司	2015 年度		2014 年度	
	周转天数	周转率	周转天数	周转率
蓝色光标（300058）	1.96	184.01	0.29	1,240.77
谊熙加（832127）	-	-	-	-
温迪股份（831975）	-	-	-	-
注意力（824709）	-	-	-	-
时空视点（836416）	-	-	-	-
平均	1.96	184.01	0.29	1,240.77
中位数	1.96	184.01	0.29	1,240.77
本公司	19.89	18.10	2.21	163.20

注：蓝色光标 2015 年数据为 2015 半年报数据，谊熙加、温迪股份、注意力、时空视点报告期内无存货。

存货周转率=当期营业成本/（期初存货余额+期末存货余额）/2

存货周转天数=360/存货周转率；半年度存货周转天数=180/存货周转率。

报告期内，上述同行业公司未将跨期项目前期投入成本计入存货科目，因此各报告期末无相应存货余额；报告期内，同行业部分其他公司存货周转率情况如下：

单位：天；次

公司	2015 年度		2014 年度	
	周转天数	周转率	周转天数	周转率
天合新媒（835242）	9.01	16.64	3.79	94.95
炫泰文化（831803）	166.67	1.08	1.24	290.08
众引传播（833402）	32.43	5.55	14.56	24.72
平均	69.37	7.76	6.53	136.58
中位数	32.43	5.55	3.79	94.95
本公司	19.89	18.10	2.21	163.20

注：炫泰文化、众引传播 2015 年数据为 2015 半年报数据，天合新媒 2015 年数据为 2015 年 1-5 月数据。

存货周转率=当期营业成本/（期初存货余额+期末存货余额）/2

存货周转天数=360/存货周转率；半年度存货周转天数=180/存货周转率；1-5 月存货周转天数=360*5/12/存货周转率。

上述同行业公司各期末存货为当期未结转的项目成本，报告期内榕智股份存货周转率相比同行业可比公司平均值、中位数较高，主要系公司加强项目管理，项目周转较快。

③存货跌价准备

报告期，公司存货未出现减值迹象，经测试不存在需要计提存货减值准备。

主办券商、会计师核查了公司存货情况，主要履行了以下核查程序：

(1) 公司存货主要系跨期项目成本。存货按实际发生成本计价，主要包括媒体传播、物料、场地租赁等，通过检查存货入账金额的构成，抽查记账凭证及原始凭证，检查相关合同协议，对本期末存货各项目的发生额进行了确认；

(2) 获取报告期初和报告期内的存货明细表，检查公司存货明细表差异以及结果处理情况，判断内部控制是否有效；

(3) 通过抽查程序，关注是否存在长期、大额项目存货，核查存货结存成本，结合公司业务特点判断存货是否存在跌价情形；

(4) 实施截止性测试，抽查存货对应的相关销售合同、记账凭证及原始凭证，核查期末项目完成情况，结合项目变动分析和往来科目核验，检查是否为跨期项目；

主办券商、会计师核查后认为，公司期末存货履行了必要的核查程序，公司存货不存在跌价准备计提情况，报告期内存货各项目的发生、计价、核算与结转未见重大异常，成本费用的归集与结转与实际业务流转一致，不存在通过存货科目调节利润的情形。

3、非流动资产

报告期各期末，公司非流动资产构成如下：

单位：万元；%

公司	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例
固定资产	60.24	43.26	70.42	62.93
无形资产	4.83	3.47	1.22	1.09
长期待摊费用	33.37	23.96	38.51	34.42
递延所得税资产	40.83	29.32	1.75	1.56
非流动资产合计	139.27	100.00	111.89	100.00

报告期内，公司非流动资产规模从2014年末的111.89万元增至2015年末的139.27万元，保持相对稳定。非流动资产具体分析如下：

(1) 固定资产

报告期内固定资产变化情况如下表：

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
固定资产原值	122.94	112.76
累计折旧	62.70	42.35
固定资产净额	60.24	70.42
减值准备	-	-
固定资产净值	60.24	70.42
其中：机器设备	-	-
运输设备	-	-
其他	60.24	70.42

报告期内，公司固定资产主要为办公设备及家具，报告期内公司固定资产净值的减少系计提折旧所致，未发生重大异常变动。

(2) 无形资产

截至 2015 年 12 月 31 日，公司无形资产情况如下表所示：

单位：万元

无形资产-软件	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
账面原值	7.48	2.36
累计摊销	2.64	1.15
账面价值	4.83	1.22

公司无形资产均为计算机软件，2014 年末、2015 年末，账面价值分别为 1.22 万元、4.83 万元，占非流动资产比例很小。

(3) 长期待摊费用

报告期公司长期待摊费用情况如下表所示：

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
办公楼装修费	33.37	38.51
合计	33.37	38.51

公司长期待摊费用为装修费，根据公司装修需求而定，并在预计受益期间按直线法进行摊销。

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日	本期增加额	本年摊销额	2015 年 12 月 31 日
办公楼装修费	38.51	38.96	44.11	33.37
合计	38.51	38.96	44.11	33.37

2015 年，公司新增长期待摊费用 38.96 万元，截至 2015 年 12 月 31 日，长期待摊费用余额为 33.37 万元。

(4) 递延所得税资产

报告期各期末，公司已确认的递延所得税资产构成如下：

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
尚未支付的职工薪酬	28.03	-
已开票未确认收入	10.14	-
资产减值准备	2.66	1.75
合计	40.83	1.75

4、资产减值准备的提取情况

公司已按企业会计准则的规定建立了各项资产减值准备的计提政策，报告期内各期末按照公司关于资产减值准备计提的相关会计政策以及各项资产的实际情况，足额计提了各项资产减值准备。

报告期，公司计提资产减值准备的具体情况如下：

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度
坏账准备	3.02	4.43
合计	3.02	4.43

截至 2015 年 12 月 31 日，公司各项资产质量良好，除应收账款、其他应收款按政策计提坏账准备外，其他各项资产未出现减值情形，故未计提减值准备。

公司管理层认为，公司制定了稳健的会计估计政策，各项资产减值准备计提政策符合企业会计准则的规定，主要资产的减值准备提取充分、合理，与公司资产的实际质量状况相符。

综上所述，通过对公司资产质量与结构的分析，公司管理层认为，目前公司的资产质量相对较高，资产结构与公司的业务能力相匹配。

(二) 负债

报告期各期末，公司负债构成情况如下：

单位：万元；%

项目	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例
流动负债：				
短期借款	220.00	16.75	237.99	17.67
应付账款	605.17	46.07	883.77	65.63
预收款项	7.68	0.58	8.39	0.62
应付职工薪酬	112.10	8.53	-	-
应交税费	350.91	26.71	29.27	2.17
其他应付款	17.73	1.35	187.21	13.90
流动负债合计	1,313.59	100.00	1,346.63	100.00
负债合计	1,313.59	100.00	1,346.63	100.00

报告期内，公司负债均为流动负债。流动负债中，应付账款、短期借款、应付职工薪酬占比较高。

1、短期借款

截至 2015 年 12 月 31 日，公司短期借款明细如下：

单位：万元；%

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
抵押借款	200.00	200.00
保证借款	20.00	37.99
合计	220.00	237.99

截至 2015 年 12 月 31 日，公司正在履行的短期借款合同及其抵押和保证情况如下：

序号	债权人	贷款类别	2015.12.31	合同开始日	合同终止日	保证人或抵押物
1	福建海峡银行 福州东街支行	抵押借款	200.00	2013.1.31	2016.1.31	郭炜、李珊珊 分别以房屋抵 押担保
2	厦门银行福州分行	保证借款	20.00	2015.10.08	2016.10.08	郭炜、刘月英、 林瀚保证担保
	合计	-	220.00	-	-	-

2014 年末、2015 年末，公司短期借款余额分别为 237.99 万元、220 万元。报告期内，公司短期借款主要用于补充营运资金。

2、应付账款

各期末应付账款情况如下：

单位：万元；%

项目	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	余额	比例	余额	比例
媒体传播款	244.35	40.38	611.06	69.14
线下项目采购款	360.82	59.62	272.71	30.86
合计	605.17	100.00	883.77	100.00

公司应付账款主要由应付媒体传播费、物料、搭建等款项构成。2015 年末应付账款较上年末降低 31.52%，主要系应付的媒体传播款减少。

截至 2015 年 12 月 31 日，公司应付账款余额前五名为：

单位：万元；%

名称	金额	占应付账款比例	性质
上海组程市场营销策划事务所	94.21	15.57	媒体传播费
上海果木果木市场营销策划事务所	89.38	14.77	媒体传播费
浙江快客电视传媒有限公司	60.76	10.04	媒体传播费
上海佳示展示服务有限公司	39.80	6.58	物料及搭建费
仟传网络科技（上海）有限公司	25.70	4.25	媒体传播费
合计	309.85	51.20	

应付账款期末余额中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

3、预收款项

报告期内，预收款项各期末余额明细如下：

单位：万元；%

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
市场推广服务款	7.68	8.39
合计	7.68	8.39

公司预收账款主要为预收客户的市场推广服务款。报告期内，公司预收款项各期末账龄明细如下：

单位：万元；%

账龄	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例
1 年以内	5.89	76.71	8.39	100.00
1-2 年	1.79	23.29	-	-
2-3 年	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-
合计	7.68	100.00	8.39	100.00

报告期内，预收款项期末余额中无预收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

4、应付职工薪酬

应付职工薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利、社会保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费、离职后福利等。2014 年末，公司无应付职工薪酬余额，2015 年末公司应付职工薪酬余额为 112.10 万元，主要系 2015 年公司绩效大幅提升而计提的年终奖。

2015 年度应付职工薪酬变动情况如下表：

单位：万元

项目	2014.12.31	本期增加额	本期减少额	2015.12.31
一、短期薪酬	-	906.69	794.59	112.10
二、离职后福利-设定提存计划	-	67.53	67.53	-
三、辞退福利	-	-	-	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	-	974.22	862.12	112.10

其中，2015 年度短期薪酬变动情况如下表：

单位：万元

项目	2014.12.31	本期增加额	本期减少额	2015.12.31
一、工资、奖金、津贴和补贴	-	787.38	675.28	112.10
二、职工福利费	-	58.72	58.72	-
三、社会保险费	-	40.03	40.03	-
其中：医疗保险费	-	35.41	35.41	-

工伤保险费	-	1.64	1.64	-
生育保险费	-	2.98	2.98	-
四、住房公积金	-	20.55	20.55	-
五、工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
六、短期带薪缺勤	-	-	-	-
七、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	-	906.69	794.59	112.10

5、应交税费

单位：万元

税费项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
增值税	14.02	15.43
教育费附加	0.70	0.77
企业所得税	328.59	11.93
个人所得税	4.84	0.19
城市维护建设税	0.70	0.82
其他	2.05	0.13
合计	350.91	29.27

2015 年末公司应交税费较上年大幅提升主要系当年度公司业绩大幅提升、计提的应交企业所得税增加所致。报告期内公司税收政策请参见本节之“五、报告期利润形成的有关情况”之“（五）主要税收政策及适用的税率情况”。

报告期内，公司均正常申报缴纳各项税款，无处罚情况。

6、其他应付款

报告期，公司其他应付款按性质区分，主要情况如下：

单位：万元：%

项目	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例
代收代付项目	1.80	10.16	0.41	0.22
垫付款项	15.93	89.84	186.80	99.78
合计	17.73	100.00	187.21	100.00

报告期内，公司其他应付款主要为项目垫付款项。其他应付款余额由 2014 年末的 187.21 万元减少至 2015 年 12 月末的 17.73 万元，主要系偿还项目垫付款项。

公司无大额长期其他应付款项，各报告期末，其他应付款账龄如下：

单位：万元；%

账龄	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例
1 年以内	17.73	100.00	178.23	95.20
1-2 年	-	-	8.98	4.80
2-3 年	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-
合计	17.73	100.00	187.21	100.00

（三）股东权益

1、股本

2015 年，公司股本变动情况如下：

单位：万元；%

股东名称	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.12.31	持股比例
福州启创营销策划有限公司	48.00	-	48.00	-	-
朱佳颖	12.00	-	12.00	-	-
上海榕光投资管理有限公司	-	700.00	-	700.00	70.00
上海榕友市场营销策划合伙企业 (有限合伙)	-	100.00	-	100.00	10.00
林瀚	-	200.00	100.00	100.00	10.00
龚严冰	-	50.00	-	50.00	5.00
梁湧	-	50.00	-	50.00	5.00
合计	60.00	1,100.00	160.00	1,000.00	100.00

2015 年 11 月，榕智有限进行了第二次股权转让及第一次增资；2015 年 12 月，榕智有限进行了第三次股权转让，具体情况参见“第一节 公司基本情况”中“五、公司历次股本演变情况及重大资产重组情况”之“（一）公司历次股本演变情况”。

2014 年，公司股本变动情况如下：

单位：万元；%

股东名称	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31	持股比例
福州启创营销策划有限公司	48.00	-	-	48.00	80.00
朱佳颖	12.00	-	-	12.00	20.00
合计	60.00	-	-	60.00	100.00

2、资本公积

2015 年度，公司资本公积变动情况如下：

单位：万元

项目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.12.31
资本溢价	500.00	-	500.00	-
合计	500.00	-	500.00	-

2015 年 11 月，公司收购福州智源 100%股权，属于同一控制下企业合并，资本公积因此减少 500 万元。

2014 年度，公司资本公积变动情况如下：

单位：万元

项目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31
资本溢价	500.00	-	-	500.00
合计	500.00	-	-	500.00

3、未分配利润

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
调整前上年末未分配利润	-88.36	-57.31
调整后年初未分配利润	-88.36	-57.31
加：本期归属于母公司所有者的净利润	839.21	-29.02
减：提取法定盈余公积	74.97	2.04
期末未分配利润	675.88	-88.36

（四）现金流量分析

1、现金流量情况

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	-109.96	30.61
投资活动产生的现金流量净额	-554.25	-32.13
筹资活动产生的现金流量净额	900.90	19.26
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-
现金及现金等价物净增加额	236.68	17.74

项目	2015 年度	2014 年度
期初现金及现金等价物余额	141.09	123.35
期末现金及现金等价物余额	377.78	141.09

2014 年度、2015 年度，公司的现金及现金等价物净增加额分别为 17.74 万元、236.68 万元。

2、经营活动现金流量

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	4,572.23	2,473.96
收到的税费返还	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	417.17	59.41
经营活动现金流入小计	4,989.39	2,533.37
购买商品、接受劳务支付的现金	3,241.83	1,226.71
支付给职工以及为职工支付的现金	862.12	668.25
支付的各项税费	163.79	149.52
支付其他与经营活动有关的现金	831.62	458.28
经营活动现金流出小计	5,099.36	2,502.76
经营活动产生的现金流量净额	-109.96	30.61

2014 年度、2015 年度，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 30.61 万元、-109.96 万元。

报告期，公司净利润与经营活动产生的现金流量净额关系如下表所示：

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度
净利润	839.21	-29.02
加：资产减值准备	3.02	4.43
固定资产折旧	20.36	16.05
无形资产摊销	1.50	0.79
长期待摊费用摊销	44.11	12.16
处置固定资产、无形资产等的损失 （收益以“-”号表示）	-	-
固定资产报废损失	-	-
财务费用	21.11	18.73

项目	2015 年度	2014 年度
递延所得税资产减少（增加以“-”号表示）	-39.08	-1.05
存货的减少（增加以“-”号表示）	-295.12	-28.67
经营性应收项目的减少（增加以“-”号表示）	-463.49	-725.33
经营性应付项目的增加（减少以“-”号表示）	-241.58	762.50
经营活动产生的现金流量净额	-109.96	30.61

由上表可知，公司净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异主要由存货、经营性应收应付项目的变动引起。

报告期内公司销售商品、提供劳务收到的现金占当期营业收入比重如下表所示：

单位：万元；%

项目	2015 年度	2014 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	4,572.23	2,473.96
营业收入	5,304.96	3,003.45
销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入比重	86.19	82.37

公司营业收入基本已转变为现金，营业收入质量较好。

3、投资活动现金流量

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-
投资活动现金流入小计	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	54.25	32.13
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	500.00	-
投资活动现金流出小计	554.25	32.13
投资活动产生的现金流量净额	-554.25	-32.13

2014 年度、2015 年度，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-32.13 万元、-554.25 万元。

报告期内，公司投资活动现金流出主要为购买固定资产支出、取得子公司支付的金额。

4、筹资活动现金流量

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度
吸收投资收到的现金	940.00	-
取得借款收到的现金	220.00	250.00
筹资活动现金流入小计	1,160.00	250.00
偿还债务支付的现金	237.99	212.01
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	21.11	18.73
其中：子公司支付少数股东的股利、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	259.10	230.74
筹资活动产生的现金流量净额	900.90	19.26

2014 年度、2015 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 19.26 万元、900.90 万元。

报告期内，公司筹资活动现金流入主要为取得借款收到的现金、增资款；筹资活动现金流出主要为偿还债务支付的现金。

（五）主要财务指标分析

1、公司盈利能力分析

财务指标	2015 年度	2014 年度
营业收入（万元）	5,304.96	3,003.45
净利润（万元）	839.21	-29.02
毛利率（%）	39.89	22.11
净资产收益率（%）	90.24	-5.94
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	75.13	3.79
基本每股收益（元/股）	6.07	-0.48
稀释每股收益（元/股）	6.07	-0.48

2014 年度、2015 年度，公司营业收入分别为 3,003.45 万元、5,304.96 万元；净利润分别为-29.02 万元、839.21 万元；毛利率分别为 22.11%、39.89%；净资产收益率分别为-5.94%、90.24%；每股收益分别为-0.48 元、6.07 元。

2015 年盈利指标较 2014 年有所改善，这主要得益于公司主要业务的发展，公司营业收入水平提升，净利润实现增长。

2、公司偿债能力分析

财务指标	2015 年度	2014 年度
流动比率（倍）	2.23	1.27
速动比率（倍）	1.98	1.25
资产负债率（母公司）%	43.48	92.92

报告期内，公司的负债主要系流动性负债。2014 年末、2015 年末，公司的流动比率分别为 1.27 倍、2.23 倍，速动比率分别为 1.25 倍、1.98 倍，母公司资产负债率分别为 92.92%、43.48%。

同行业其他上市公司流动比率、速动比率和资产负债率指标如下：

上市公司		蓝色光标 (300058)	谊熙加 (832127)	温迪数字 (831975)	注意力 (824709)	时空 视点	平均数	公司
流动比率	2015 年	1.09	1.62	7.28	2.13	1.78	2.78	2.23
	2014 年	1.09	0.11	4.19	1.11	1.56	1.61	1.27
速动比率	2015 年	1.09	1.62	7.28	2.13	1.61	2.74	1.98
	2014 年	1.08	0.11	4.19	1.11	1.54	1.61	1.25
资产负债率 (母公司)%	2015 年	40.61	57.39	5.23	40.38	59.15	40.55	43.48
	2014 年	36.54	70.21	19.06	63.52	67.66	51.40	92.92

注：数据根据同行业上市公司年度报告披露。其中，蓝色光标、谊熙加、温迪数字 2015 年的数据是 2015 半年报数据，时空视点、注意力 2015 年的数据分别为 2015 年 1-7 月数据及 2015 年 1-5 月数据。

从上表可见，公司偿债能力指标和行业内其他公司相比较略低，但报告期内公司偿债能力指标已逐步改善。

3、公司营运能力分析

财务指标	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次）	4.02	4.96
存货周转率（次）	18.10	163.20

公司 2014 年度、2015 年度的应收账款周转率分别为 4.96 次、4.02 次，应收账款的周转率较高。公司各期末应收账款的账龄较短，应收账款质量较高，发生坏账的可能性较小。

公司 2014 年度、2015 年度的存货周转率分别为 163.20 次、18.10 次，存货周转率

较高。存货占流动资产的比例不高，存在贬值的可能性较小。

同行业可比公司 2014 年末、2015 年末应收账款周转率和存货周转率情况见下表：

上市公司		蓝色光标 (300058)	谊熙加 (832127)	温迪数字 (831975)	注意力 (824709)	时空 视点	平均数	公司
应收账款 周转率	2015 年	1.43	1.55	1.54	3.61	2.43	2.11	4.02
	2014 年	3.29	3.29	23.66	9.15	4.45	8.77	4.96
存货 周转率	2015 年	184.00	-	-	-	-	184.00	18.10
	2014 年	1240.76	-	-	-	-	1,240.76	163.20

注：数据根据同行业上市公司年度报告披露。其中，蓝色光标、谊熙加、温迪数字 2015 年的数据是 2015 半年报数据，时空视点、注意力 2015 年的数据分别为 2015 年 1-7 月数据及 2015 年 1-5 月数据。

与同行业相比，报告期内公司应收账款周转率、存货周转率等指标处于同行业的适中水平，随着公司竞争实力与市场地位的不断增强，公司的资产周转能力将不断提高。报告期内，公司业务形式主要为项目制，各期末存货主要为跨期项目未结转的成本投入。

4、公司获取现金流能力分析

单位：万元

财务指标	2015 年度	2014 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	4,572.23	2,473.96
营业收入	5,304.96	3,003.45
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	86.19%	82.37%
经营活动产生的现金流量净额	-109.96	30.61
净利润	839.21	-29.02
经营活动产生的现金流量净额/净利润	-13.10%	-105.48%

2014 年度、2015 年度公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比重分别为 86.19%、82.37%，经营活动产生的现金流量净额占净利润的比重分别为-105.48%、-13.10%，公司获取现金的能力较强。

七、关联方、关联关系及关联交易

（一）关联方与关联关系

本公司存在的关联方及关联关系如下：

1、控股股东、实际控制人及其关联股东

序号	股东名称	持股比例	关联关系
1	郭炜	间接持有 35.70%	实际控制人之一、董事长
2	张旻	间接持有 21.00%	实际控制人之一、董事、总经理

2、其他持有公司5%以上股份的股东

序号	股东名称	持股比例	关联关系
1	林瀚	间接持有 15.30%， 直接持有 10.00%	持股 5%以上股东
2	梁湧	5.00%	持股 5%以上股东
3	龚严冰	5.00%	持股 5%以上股东

3、控股企业

序号	公司名称	关联关系
1	福州智源动力市场营销策划有限公司	全资子公司
2	香港智源动力广告有限公司	全资子公司
3	上海邑凌广告有限公司	全资子公司

4、控股股东、实际控制人及其关联方控制的其他企业

关联方名称	与公司关系
上海榕光投资管理有限公司	郭炜、张旻合计持有该公司 81%的股权
上海榕喆投资管理有限公司	郭炜持有其 51%股权
福建智见影视制作有限公司	郭炜通过上海榕喆投资管理有限公司 间接持有该公司 35.70%的股权
福建众智投资管理有限公司	郭炜通过上海榕喆投资管理有限公司 间接持有该公司 30.60%的股权
深圳火橙股权投资基金管理有限公司	福建智见影视制作有限公司持有其 100%股权，郭炜间接持 有该公司 35.70%的股权
上海启旻股权投资基金管理有限公司	福建智见影视制作有限公司持有其 100%股权，郭炜间接持 有该公司 35.70%的股权
上海金清食品贸易部	该公司系金眉清个人独资企业，金眉清系张旻的母亲
福州有聊影视文化有限公司*	郭炜通过上海榕喆投资管理有限公司 间接持有该公司 35.70%的股权
上海足智品牌管理有限公司*	郭炜通过上海榕喆投资管理有限公司 间接持有该公司 45.90%的股权
福州启创营销策划有限公司*	郭炜通过其母亲刘月英实际持有该公司 30%股权、张旻通 过其母亲金眉清实际持有该公司 51%的股权

*注：1、根据福州有聊影视文化有限公司 2015 年 6 月 16 日出具的《股东会决议》，“全体股东一致同意注销公司”。截至本说明书出具日，上述清算注销程序已在进行中；

2、根据上海足智品牌管理有限公司 2015 年 9 月 2 日出具的《股东会决议》，“同意上海足智品牌管理有限公司注销”。截至本说明书出具日，上述清算注销程序已在进行中。

3、根据金眉清、刘月英、林华于 2015 年 12 月签署的《询问笔录》，张旻、郭炜、林瀚在福州启创中分别占总股本 51%、30%、19%的股份，对应出资人民币 25.5 万元、15 万元、9.5 万元，该股份分别由金眉清、刘月英、林华三人代为持股，代持股份的投资款系完全由张旻、郭炜、林瀚提供，该等代持行为已于 2015 年 11 月全部消除。根据福州启创营销策划有限公司 2016 年 1 月 21 日出具的《股东会决议》，“股东会同意公司解散，决定公司停止营业，进行清算”。截至本说明书出具日，上述清算注销程序已在进行中。

4、根据福州瑞索斯广告有限公司 2016 年 2 月 26 日出具的《股东会决议》，“经全体股东协商一致同意解散”。截至本说明书出具日，上述清算注销程序已在进行中。

(1) 上海榕光投资管理有限公司

公司名称	上海榕光投资管理有限公司
成立时间	2015 年 7 月 13 日
注册资本	1000 万元
股权结构	郭炜持有 51%股份；张旻持有 30%股份；林瀚持有 19%股份
企业类型	有限责任公司
法定代表人	郭炜
注册地址	上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 7 幢 2101 室
经营范围	投资管理，资产管理，创业投资，实业投资，市场营销策划，企业形象策划，商务咨询，企业管理咨询，投资咨询（除金融、证券），知识产权代理（除专利代理），从事计算机软件技术领域内的技术开发，日用百货、五金交电、模具、装饰装修材料、木制品、金属制品、化工产品及其原料（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、办公用品、工艺品、钢材、厨房用具、保温材料（除危险化学品）、消防器材、建材的销售，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
企业法人营业执照注册号	310114002937161
主营业务	股权投资管理
与发行人主营业务的关系	无

(2) 上海榕喆投资管理有限公司

公司名称	上海榕喆投资管理有限公司
成立时间	2014 年 2 月 20 日
注册资本	500 万元
股权结构	郭炜持有 51%股份；张旻持有 30%股份；林瀚持有 19%股份
企业类型	有限责任公司
法定代表人	郭炜
注册地址	上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 5 幢 2050 室

经营范围	投资管理，资产管理，创业投资，实业投资，市场营销策划，企业形象策划，商务咨询，企业管理咨询，投资咨询（除金融、证券），知识产权代理（除专利代理），从事计算机软件技术领域内的技术开发，日用百货、五金交电、模具、装饰装修材料、木制品、金属制品、化工产品及其原料（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、办公用品、工艺品、钢材、厨房用具、保温材料、消防器材、建材的销售，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
企业法人营业执照注册号	310114002654588
主营业务	股权投资管理
与发行人主营业务的关系	无

（3）福建智见影视制作有限公司

公司名称	福建智见影视制作有限公司
成立时间	2014 年 9 月 26 日
注册资本	5000 万元
股权结构	上海榕喆持有 70%股份；林杨持有 25%股份；龚严冰持有 5%股份
企业类型	有限责任公司
法定代表人	郭炜
注册地址	福建省福州保税区综合大楼 12 层 197 区间
经营范围	影视制作；承办设计、制作、代理、发布国内各类广告。（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）
企业法人营业执照注册号	350105100103482
主营业务	影视制作
与发行人主营业务的关系	无

（4）福建众智投资管理有限公司

公司名称	福建众智投资管理有限公司
成立时间	2014 年 6 月 11 日
注册资本	500 万元
股权结构	上海榕喆持有 60%股份；林杨持有 40%股份
企业类型	有限责任公司
法定代表人	郭炜
注册地址	福建省福州市仓山区金山街道浦上大道 216 号福州仓山万达广场 C 区 C1#楼 22 层 01 办公
经营范围	企业投资管理，企业资产管理，市场营销策划，企业形象策划，商务信息咨询（不含期货、证券），企业管理咨询，投资咨询（除金融、证券），知识产权代理（除专利代理），从事计算机软件技术领域内的技术开发；日用百货、五金交电（不含电动自行车）、模具、装饰装修材料、木制品、金属制品、化工产品及其原料（不含危险化学品及

	易制毒化学品）、办公用品、工艺品、钢材、厨房设备、保温材料、消防器材、建材的批发、代购代销；自营和代理国内各类商品和技术的进出口，但国家限定或禁止公司经营的商品和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
企业法人营业执照注册号	350100100392787
主营业务	影视制作
与发行人主营业务的关系	无

（5）深圳火橙股权投资基金管理有限公司

公司名称	深圳火橙股权投资基金管理有限公司
成立时间	2015 年 11 月 10 日
注册资本	500 万元
股权结构	福州智见持有 100%股份
企业类型	有限责任公司
法定代表人	龚严冰
注册地址	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
经营范围	股权投资基金管理(不得从事证券投资活动；不得以公开方式募集资金开展投资活动；不得从事公开募集基金管理业务)；受托资产管理、投资管理（不得从事信托、金融资产管理、证券资产管理及其他限制项目）；股权投资(不得从事证券投资活动；不得以公开方式募集资金开展投资活动；不得从事公开募集基金管理业务)；投资咨询、经济信息咨询、企业管理咨询（以上均不含限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）；从事担保业务（不含融资担保）；经营进出口业务（不含专营、专控、专卖商品）。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）
统一社会信用代码号	914403003592875621
主营业务	股权投资管理
与发行人主营业务的关系	无

（6）上海启旻股权投资基金管理有限公司

公司名称	上海启旻股权投资基金管理有限公司
成立时间	2015 年 11 月 11 日
注册资本	200 万元
股权结构	福州智见持有 100%股份
企业类型	有限责任公司
法定代表人	龚严冰
注册地址	上海市普陀区江宁路 1158 号 2504 室

经营范围	股权投资管理，投资管理，资产管理，投资咨询，企业管理咨询，财务咨询，商务咨询，经济信息咨询。【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】
统一社会信用代码号	91310000MA1FL0HX5L
主营业务	股权投资管理
与发行人主营业务的关系	无

(7) 上海金清食品贸易部

公司名称	上海金清食品贸易部
成立时间	2001 年 8 月 15 日
投资人	金眉清
注册地址	武康路 280 弄兴国花园 6 号 401 室
经营范围	食品的销售
主营业务	食品经销
与发行人主营业务的关系	无

(8) 福州有聊影视文化有限公司

公司名称	福州有聊影视文化有限公司
成立时间	2014 年 5 月 16 日
注册资本	50 万元
股权结构	上海榕喆持有 70%股份；盘流恋持有 30%股份
企业类型	有限责任公司
法定代表人	盘流恋
注册地址	福建省福州市闽侯县科技东路 8 号福州高新区海西高新技术产业园创业大厦 B 区 1 层 159 室
经营范围	影视和节目制作；承办设计、制作、代理、发布国内各类广告。（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）
企业法人营业执照注册号	350100100386872
主营业务	影视制作
与发行人主营业务的关系*	无

*注：截至本说明书出具日，福州有聊已在进行清算注销程序。

(9) 上海足智品牌管理有限公司

公司名称	上海足智品牌管理有限公司
成立时间	2014 年 5 月 15 日
注册资本	500 万元
股权结构	上海榕喆持有 90%股份；朱佳颖持有 10%股份

企业类型	有限责任公司
法定代表人	郭炜
注册地址	上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 5 幢 3013 室
经营范围	企业形象策划，市场营销策划，企业管理咨询，商务咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），设计、制作各类广告，展览展示服务，文化艺术交流策划，票务代理。【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】
企业法人营业执照注册号	310114002707028
主营业务	企业营销策划
与发行人主营业务的关系*	无

*注：截至本说明书出具日，福州有聊已在进行清算注销程序。

（10）福州启创营销策划有限公司

公司名称	福州启创营销策划有限公司
成立时间	2009 年 12 月 23 日
注册资本	50 万元
股权结构	金眉清代张旻持有 51%股权、刘月英代郭炜持有 30%股权、林华代林瀚持有 19%股权
企业类型	有限责任公司
法定代表人	林华
注册地址	福州市台江区宁化街道江滨西大道 98 号滨江御园 3#楼 1403 单元
经营范围	市场营销策划、设计、代理、发布国内各类广告。(以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营)
企业法人营业执照注册号	350103100036624
主营业务	企业营销策划
与发行人主营业务的关系*	无

*注：截至本说明书出具日，福州启创已在进行清算注销程序。

5、公司曾经存在的关联方

关联方名称	关联关系演变
上海卡绿市场营销策划事务所	该公司系金眉清个人独资企业，金眉清系张旻的母亲； 该公司已于 2015 年 6 月 11 日注销。

注：1、上海卡绿市场营销策划事务所，在上海市普陀区市场监督管理局登记注册，《企业法人营业执照》注册号为 310114002610182，经营范围为市场营销策划，企业营销策划，企业形象策划，体育赛事策划，公关活动组织策划，会务服务，展览展示服务，摄影服务（除冲扩），礼仪服务，商务咨询，企业管理咨询，旅游咨询（不得从事旅行社业务），市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），室内装饰工程设计，风景园林工程设计，室内外装潢工程。【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】，住所为上海市普陀区江宁路 1158 号 2102A 单元，投资人为金眉清。

6、关联自然人

关联自然人为公司董事、监事、高级管理人员，具体情况参见“第三节 公司治理”之“八、董事、监事及高级管理人员”。

7、其他关联自然人

其他关联自然人为与公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

8、关联自然人控制的、或者担任董事、高管的其他企业

(1) 关联自然人控制的其他企业

单位：%

关联自然人	与本公司的关系	控制企业	持股比例
郭炜	董事	上海榕光投资管理有限公司*	51
		上海榕喆投资管理有限公司	51
		福建智见影视制作有限公司	间接持有 35.70
		福建众智投资管理有限公司	间接持有 30.60
		福州有聊影视文化有限公司*	间接持有 35.70
		上海足智品牌管理有限公司*	间接持有 45.90
		深圳火橙股权投资基金管理有限公司	间接持有 35.70
		上海启旻股权投资基金管理有限公司	间接持有 35.70
		福州启创营销策划有限公司*	30
张旻	董事	福州启创营销策划有限公司*	51
		上海榕光投资管理有限公司*	30
陆挺	董事	上海启祎创业投资合伙企业（有限合伙）	5 （任执行事务合伙人）
		上海智岳投资管理合伙企业（有限合伙）	99
		上海六町投资管理有限公司	60
乐青霖	董事	上海启祎创业投资合伙企业（有限合伙）	95
吴晓雯	监事	浙江智铭影视制作有限公司	70
龚严冰	持股 5%以上股东	彭泽（厦门）光学科技有限公司	45
		天津华清键坤膜科技有限公司	54
		厦门彭泽投资管理合伙企业（有限合伙）	90
		福州彭泽投资管理中心（有限合伙）	90
林瀚	持股 5%以上股东	上海榕友市场营销策划合伙企业（有限	20

		合伙)	(任执行事务合伙人)
林华	公司持股 5%以上 股东林瀚的父亲	上海果木果木市场营销策划事务所*	100
		福州瑞森电子有限公司	100
金眉清	公司董事张旻的 母亲	上海金清食品贸易部	100

*注：1、2015 年 7 月 13 日，郭炜、张旻作为上海榕光投资管理有限公司股东签署《一致行动人协议》，双方约定：在协议各方直接或间接持有公司股权期间，在处理有关公司经营发展且根据公司法等有关法律法规和公司章程需要由公司股东大会、执行董事作出决议的事项时均应采取一致行动。

2、根据福州有聊影视文化有限公司 2015 年 6 月 16 日出具的《股东会决议》，“全体股东一致同意注销公司”。截至本说明书出具日，上述清算注销程序已在进行中；

3、根据上海足智品牌管理有限公司 2015 年 9 月 2 日出具的《股东会决议》，“同意上海足智品牌管理有限公司注销”。截至本说明书出具日，上述清算注销程序已在进行中。

4、根据金眉清、刘月英、林华于 2015 年 12 月签署的《询问笔录》，张旻、郭炜、林瀚在福州启创中分别占总股本 51%、30%、19%的股份，对应出资人民币 25.5 万元、15 万元、9.5 万元，该股份分别由金眉清、刘月英、林华三人代为持股，代持股份的投资款系完全由张旻、郭炜、林瀚提供，该等代持行为已于 2015 年 11 月全部消除。根据福州启创营销策划有限公司 2016 年 1 月 21 日出具的《股东会决议》，“股东会同意公司解散，决定公司停止营业，进行清算”。截至本说明书出具日，上述清算注销程序已在进行中。

5、根据上海果木果木市场营销策划事务所 2016 年 4 月 7 日出具的《清算报告》，决定注销该企业。截至本说明书出具日，上述清算注销程序已在进行中。

(2) 关联自然人在其他企业担任董事、高管的情况

关联自然人	与公司的关系	兼职单位	职务
郭炜	董事	上海榕光投资管理有限公司	董事
		上海榕喆投资管理有限公司	董事
		福州有聊影视文化有限公司	董事
		上海足智品牌管理有限公司	董事
		福建智见影视制作有限公司	董事、经理
		福建众智投资管理有限公司	董事、经理
张旻	董事	上海榕光投资管理有限公司	监事
		上海榕喆投资管理有限公司	监事
陆挺	董事	上海启祎创业投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人
		上海六町投资管理有限公司	董事
吴晓雯	监事	深圳火橙股权投资基金管理有限公司	监事
		上海启旻股权投资基金管理有限公司	监事
		浙江智铭影视制作有限公司	董事
林瀚	持股 5%以上股东	上海榕友市场营销策划合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人

龚严冰	持股 5%以上股东	贯屿丰投（厦门）资产管理有限公司	董事、经理
		深圳火橙股权投资基金管理有限公司	董事、经理
		福建富兜信息科技有限公司	董事、经理
		泉州新华都电子商务有限公司	董事、经理
		上海启旻股权投资基金管理有限公司	董事、经理
		莆田新华都国货购物广场有限公司	董事、经理
		福建华都置业有限公司	董事
		彭泽（厦门）光学科技有限公司	董事
		贵州新华都购物广场有限公司	董事
		福建新华都信息科技有限公司	董事
		泰州新华都购物广场有限公司	董事
		杭州华都超市有限公司	董事
		福建智见影视制作有限公司	监事
		新华都实业集团股份有限公司	监事
		厦门彭泽投资管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人
		上海智岳投资管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人
		福州彭泽投资管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人
林华	公司持股 5%以上 股东林瀚的父亲	上海果木果木市场营销策划事务所	个体工商户 负责人
		福州启创营销策划有限公司	董事、总经理
		福州瑞森电子有限公司	董事、总经理
金眉清	公司董事张旻的 母亲	上海金清食品贸易部	个体工商户 负责人
		福州启创营销策划有限公司	监事

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）媒体传播服务采购

①合同内容

2014 年 4 月至 2015 年 12 月，根据公司与上海果木签订的《传播服务合同》，公

司委托上海果木进行赛尔号发布会、La Mer Holiday Campaign、IOPE Super Vital Campaign、EL Supreme Social Campaign 等项目的网络传播。公司已根据合同约定与上海果木完成相关服务内容，同时为了减少关联交易，在上述交易履行完毕后，公司不再发生委托上海果木进行项目网络传播的关联交易。

报告期内，公司与关联方上海果木发生的媒体传播服务采购情况如下：

单位：万元

交易内容	年度	金额	占采购总额比例
媒体传播服务采购	2015 年	154.74	5.43
	2014 年	306.41	16.05

2015 年度公司关联方采购金额占采购总额的比例为 5.43%，较上年大幅降低，公司未来将不再与上海果木发生关联交易。

②定价依据及公允性

本次采购价格系按照公司与媒体传播服务供应第三方的采购价格确定，定价公允。

2、偶发性关联交易

（1）受让刘月英、张志明、林瀚持有的福州智源股权

①合同内容

2015 年 12 月 2 日，公司与刘月英、张志明、林瀚签署《股权转让协议》，刘月英、张志明、林瀚分别将其持有的福州智源 51%股权（计出资额为 255 万元）、30%股权（计出资额为 150 万元）、19%股权（计出资额为 95 万元）转让给公司，股权转让价格分别为 255 万元、150 万元、95 万元。

本次股权转让完成后，公司持有福州智源 100%的股权。福州智源于 2015 年 12 月 8 日在福州市工商行政管理局办理变更登记手续。

②定价依据及公允性

福建华兴会计师对福州智源截至 2015 年 11 月 30 日财务报表进行了审计，截至 2015 年 11 月 30 日，福州智源经审计后的净资产为 502.40 万元。

（2）关联担保

报告期内，公司与关联方的担保事项如下：

单位：万元

担保方	被担保方	担保金额	借款截止日	是否履行完毕
郭炜、刘月英、林瀚	福州智源	20	2016.10.8	否
郭炜	福州智源	200	2016.1.31	是
郭炜、刘月英、林瀚	福州智源	50	2015.9.28	是

公司除上述偶发性关联交易外，无其他偶发性关联交易。

3、关联方往来款项余额

根据华兴出具的闽华兴所（2016）审字 C-016 号《审计报告》，报告期内，公司与关联方之间的往来款项期末余额情况如下：

（1）其他应收款

单位：万元

关联方	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
林瀚	-	391.95
上海卡绿市场营销策划事务所	-	20.00
福州瑞索斯广告有限公司	-	18.20
合计	-	430.15

截至本公开转让说明书签署日，公司不存在资金被关联方占用的情形。

（2）其他应付款

单位：万元

关联方	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
郭炜	-	0.23
林瀚	-	36.99
林华*	-	9.00
金眉清*	-	78.77
张志明*	-	10.00
合 计	-	134.99

*注：林华系林瀚的父亲、金眉清系张旻的母亲、张志明系张旻的父亲。

截至公开转让说明书签署日，公司与关联方之间无其他应付往来余额。

为规范公司与关联方资金往来的行为，防范控股股东及关联方占用公司资金，公

司制定了《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》，对防止公司资金占用措施做出了具体规定。

（三）关联交易决策权限与程序的规定

1、《公司章程》及《关联交易管理制度》对关联交易决策权限的规定

（1）《公司章程》对关联交易决策权限的规定

《公司章程》第三十七条第（十三）项规定：股东大会依法行使审议批准金额在一千万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易（公司获赠现金资产或提供担保除外）的职权。

《公司章程》第三十八条第（七）项规定：公司对股东、实际控制人及其关联方提供的担保，须经股东大会审议通过。

《公司章程》第一百零二条第（八）项规定：董事会在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项。

《公司章程》第一百零五条规定：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、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。

《公司章程》第一百三十八条规定：监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

《公司章程》第一百七十一条第（四）项规定：投资者关系管理工作中，公司与投资者沟通的依法可披露的重大事项，包括公司的重大投资及其变化、资产重组、收购兼并、对外合作、对外担保、重大合同、关联交易、重大诉讼或仲裁、管理层变动以及大股东变化等信息。

（2）《关联交易管理制度》对关联交易决策权限的规定

《关联交易管理制度》第十四条规定：公司拟进行的关联交易由公司职能部门提出议案，议案应就该关联交易的具体事项，定价依据和对公司及股东利益的影响程度做出详细说明。

《关联交易管理制度》第十五条规定：公司与关联自然人发生的交易金额低于人民币 30 万元的关联交易事项，由公司总经理批准。公司与关联法人发生的交易金额低于人民币 100 万元或低于公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%的关联交易事项，由公司总经理批准。公司不得直接或间接通过子公司向董事、监事和高级管理人员提供借款。

《关联交易管理制度》第十六条规定：公司与关联自然人发生的交易金额达到人民币 30 万元以上的关联交易事项，由董事会审议批准。公司与关联法人发生的交易金额达到人民币 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，并低于人民币 3000 万元或低于公司最近一期经审计净资产绝对值 5%的关联交易事项，由董事会审议批准。

《关联交易管理制度》第十七条规定：公司与关联自然人、关联法人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额达到人民币 3,000 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易事项，经由董事会审议通过后提交股东大会审议批准。

《关联交易管理制度》第十八条规定：公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当经董事会审议通过后提交股东大会审议批准。股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或者受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决。

《关联交易管理制度》第十九条规定：公司发生的关联交易涉及提供财务资助、提供担保和委托理财等事项时，应当以发生额作为计算标准，并按交易事项的类型在连续十二个月内累计计算，经累计计算达到本制度第十五条、第十六条、第十七条标准的，分别适用上述各条规定。已按照第十五条、第十六条、第十七条规定履行相关程序的，不再纳入相关的累计计算范围。

《关联交易管理制度》第二十条规定：公司在连续十二个月内发生的以下关联交易，应当按照累计计算的原则适用本制度第十五条、第十六条、第十七条的规定：（1）与同一关联人进行的交易；（2）与不同关联人进行的与同一交易标的相关的交易。前款第（一）项所称的“同一关联人”包括与该关联人受同一主体控制或者相互存在股权控制关系的其他关联人。已按照第十五条、第十六条、第十七条规定履行相关程序的，不再纳入相关的累计计算范围。

《关联交易管理制度》第二十一条规定：董事会应当就提交股东大会审议的重大关联交易事项是否对公司有利发表意见。董事会发表意见时应当说明理由、主要假设和所考虑的因素。监事会应对提交董事会和股东大会审议的关联交易是否公允发表意见。

2、《公司章程》及《关联交易管理制度》对关联交易决策程序的规定

（1）《公司章程》对关联交易决策程序的规定

《公司章程》第三十八条规定：股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或者受该实际控制人支配的股东、与关联方存在关联关系的股东，不得参与该项表决，该表决须由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

《公司章程》第七十五条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当说明非关联股东的表决情况。

《公司章程》第一百一十三条规定：董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足三（3）人的，应将该事项提交股东大会审议。

《公司章程》第一百一十五条规定：董事会会议在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托；

（2）《关联交易管理制度》对关联交易审议程序的规定

《关联交易管理制度》第二十二条规定：属于本制度第十五条规定的由公司总经理审议批准的关联交易，应当由公司相关职能部门就关联交易情况以书面形式报告公司总经理，由公司总经理对该等关联交易的必要性、合理性、公允性进行审查，审查通过后由相关部门实施。

《关联交易管理制度》第二十三条规定：属于本制度第十六条规定的由董事会审议批准的关联交易，按照下列程序审议：（1）公司有关职能部门拟定该项关联交易的详细书面报告和关联交易协议；（2）经总经理初审后提请董事会审议；（3）董事长或董

事会秘书收到提议后向公司全体董事发出召开董事会会议通知，董事会应当就该等关联交易的必要性、合理性、公允性进行审查和讨论；（4）董事会对该项关联交易进行表决，通过后方可实施。

《关联交易管理制度》第二十四条规定：公司发生的关联交易事项不论是否需要董事会批准同意，关联董事均应在该交易事项发生之前向董事会披露其关联关系的性质和关联程度。董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会会议的非关联董事人数未超过全体董事的半数的，公司应当将交易提交股东大会审议。

《关联交易管理制度》第二十五条规定：属于本制度第十七条所规定的应由公司股东大会审议批准的关联交易，若关联交易标的为公司股权，公司应聘请具有执行证券、期货相关业务资格的会计师事务所对交易标的最近一年又一期的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；若关联交易标的为股权以外的其他资产，公司还应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的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。

《关联交易管理制度》第二十六条规定：公司股东大会审议关联交易事项时，关联股东应当回避表决。股东大会对有关关联交易事项作出决议时，视普通决议和特别决议不同，分别由出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数或者三分之二以上通过。有关关联交易事项的表决投票，应当由两名非关联股东代表参加计票、监票。

八、或有事项、期后事项及其他重要事项

截至本公开转让说明书出具日，公司无需要披露的重大期后事项、或有事项及其他重要事项。

九、资产评估情况

报告期内，公司不存在进行资产评估的情形。

榕智有限整体变更为股份公司时，北京中企华资产评估有限责任公司受榕智有限委托，以 2015 年 12 月 31 日为评估基准日，对榕智有限股东全部权益采用资产基础法进行了资产评估，并出具了中企华评报字（2016）第 3100 号《上海榕智市场营销策划

有限公司拟改制设立股份有限公司项目评估报告》。本次评估目的为榕智有限整体改制设立股份公司所涉及的相关股东全部权益价值提供参考依据。

本次评估采用资产基础法，最终评估榕智有限净资产的评估值为 1,797.56 万元，评估前账面价值为 1,772.49 万元，评估增值 25.07 万元，增值率 1.41%。评估结果如下：

单位：万元；%

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率
资产总计	3,136.08	3,161.15	25.07	0.8
负债总计	1,363.60	1,363.60	0.00	0.00
所有者权益	1,772.49	1,797.56	25.07	1.41

公司未根据此评估结果进行账务调整。

十、股利分配政策和股利分配情况

（一）报告期内的股利分配政策

根据《公司章程》，公司税后利润分配政策如下：

第一百五十条 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

第一百五十一条 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转

为增加公司资本。但是，资本公积金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%。

第一百五十二条 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（二）报告期内的股利分配情况

报告期内，公司未分配股利。

（三）本次公开转让后的股利分配政策

公司创立大会暨第一次股东大会审议通过了公开转让后适用的《公司章程（草案）》，公司公开转让后的股利分配政策如下：

第一百五十条 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

第一百五十一条 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金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%。

第一百五十二条 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（四）子公司股利分配政策及最近两年股利分配情况

1、子公司股利分配政策

（1）公司实行统一领导、分级管理的管理体制，各全资子公司执行统一的财务制度；公司财务制度中关于分红的相关条款如下：公司应正确计算本年利润，及时组织利润分配，维护资产的安全和完整。

（2）榕智股份各子公司均依法制定《公司章程》，对子公司利润分配政策进行规定，具体分红条款如下：公司缴纳所得税后的利润按下列顺序分配：①弥补以前年度亏损；②按 10%的比例提取法定公积金；③支付股东股利（依据《公司章程》，由股东会决定分配方案）。鉴于子公司已在财务制度和公司章程中规定了分红条款，且纳入公司合并财务报表的子公司均为全资子公司，公司拥有子公司利润分配事项的决定权，并可经由子公司股东会决定其具体分配方案，从而保证公司未来具备现金分红能力。

2、子公司最近两年股利分配情况

报告期内，各子公司未分配股利。

十一、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

（一）控股子公司

截至本说明书签署日，公司拥有的控股子公司为：

1、福州智源

公司名称	福州智源动力市场营销策划有限公司
成立日期	2009 年 11 月 18 日
公司住所	福州市鼓楼区温泉街道东大路 1 号水产大厦 1913 单元
法定代表人	林剑
注册资本（实收资本）	500.00 万元
经营范围	市场营销策划；市场调查；商务信息咨询；礼仪庆典服务；票务代理；组织策划各种赛事活动；展示展览服务；代理发布国内各类广

	告；自营和代理各类商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。(以上经营范围涉及许可经营项目的，应在取得有关部门的许可后方可经营)
统一社会信用代码	91350102696632582A
股权结构	榕智股份持有 100%股权

最近两年，福州智源主要财务数据如下表所示：

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日/2015 年度	2014 年 12 月 31 日/2014 年度
总资产	7,487,953.65	6,849,265.39
净资产	4,828,018.57	3,933,169.47
营业收入	7,158,416.35	8,412,012.80
净利润	894,849.10	-569,294.70

2、香港智源

名称	香港智源动力广告有限公司
成立日期	2015 年 12 月 9 日
注册国家（地区）	中国香港
注册编号	2317333
注册地址	UNIT 04, 7/F BRIGHT WAY TOWER NO.33 MONG KOK RD KL
商业登记证号码	65561196-000-12-15-9
认购股本	1,000,000 股
现任董事	张旻
业务性质	市场营销策划，设计，制作各类广告，展览展示服务

截至目前，香港智源尚未实际经营。

3、上海邑凌

公司名称	上海邑凌广告有限公司
成立日期	2015 年 10 月 30 日
公司住所	上海市嘉定工业区叶城路 925 号 B 区 4 幢 J22 室
法定代表人	张旻
注册资本（实收资本）	500 万元
经营范围	设计、制作、代理、发布各类广告，市场营销策划，企业营销策划，企业形象策划，体育赛事策划，公关活动组织策划，会务服务，展览展示服务，摄影服务（除冲扩），礼仪服务，商务咨询，企业管理咨询，旅游咨询（不得从事旅行社业务），市场信息咨询与调

	查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），建筑装饰装修建设工程设计与施工，风景园林建设工程专项设计。【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】
企业法人营业执照注册号	91310114MA1GT0PC91
股权结构	福州智源持有 100%股权

截至目前，上海邑凌正在办理注销程序。

（二）纳入合并报表的其他企业

报告期，公司不存在纳入合并报表范围的除子公司以外的其他企业。

十二、风险因素

（一）公司治理和内部控制风险

公司于 2016 年 3 月由有限公司整体变更为股份有限公司，由于股份有限公司和有限公司在公司治理上存在较大的区别，股份公司成立后，建立健全了法人治理结构，完善了现代化企业发展所需的内部控制体系。随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，特别是公司股份挂牌公开转让后，新的制度对公司治理和内控提出了更高的要求，而公司在对相关制度的执行中尚需理解、熟悉，公司治理和内控制度存在未能有效执行的风险。

（二）公司主要客户较为集中的风险

2014 年、2015 年公司对前五大客户合计销售额占当期销售总额的比例分别为 77.93%和 84.93%，报告期内公司存在客户较为集中的风险，主要系随着公司服务能力的不断提升，客户数量逐年递增，主要客户业务量增长迅速。随着未来公司在化妆品、快速消费品、奢侈品及网络游戏多元化业务布局的建立以及服务客户群体的扩张，该风险将逐步缓解。

（三）应收账款较大风险

截至2014年12月31日、2015年12月31日，公司应收账款账面余额分别为942.79万元和1,699.55万元，占当期营业收入比例分别为31.39%和32.04%。虽然公司客户主要为大型企业，具有良好的信用和经营实力，公司应收账款回款情况较好，但随着公司业务规模的持续扩张，应收账款规模可能继续扩大。

（四）行业风险

我国市场营销行业市场化程度较高，企业数量众多且规模偏小，虽然近年来业务逐渐向具有整合营销能力的行业企业集中，但仍呈现出竞争激烈、高度分散的行业特点。另外，海外公共关系公司凭借其在行业中的经验和资本优势，陆续进入国内市场，虽然近年来国内公司凭借本地化资源在与海外公司的竞争中逐渐取得优势，但海外公关公司的进入仍导致国内市场竞争更加激烈。

市场营销行业在国内市场的发展历史较短，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，相关法律法规建设也较为缺乏，市场营销行业中无序竞争可能影响公司的正常经营活动。

随着新媒体时代的来临，新媒体环境对营销策划市场影响越来越大，一些从事传统业务的公关公司不断转型，逐步涉足数字化传播及营销、大数据营销等领域。微博、微信、微视频等传播手段以及营销模式层出不穷，如何应对、如何转型、如何创新，关系着市场营销行业未来的生存和发展。

（五）核心人才流失风险

企业之间的竞争，已经越来越多地体现为人才的竞争，随着公司行业品牌的建立及市场竞争地位的提升，公司自主培养出一大批经验丰富的优秀创意人才和营销服务人才，同时公司注重优秀人才的引进，目前，公司的主要管理层和骨干技术人员均具有多年行业从业经历，也成为众多企业竞相追逐的对象。虽然公司所处的市场营销行业仍将快速增长、公司客户主要为化妆品、快速消费品、奢侈品及网络游戏等经济活跃行业的市场领先企业，且公司具有良好的人才引进制度、建立了完善的约束与激励机制，但如果优秀创意人才和营销服务人才流失，将对公司持续发展产生不利影响。

（六）公司实际控制人控制风险

截至本公开转让说明书签署日，公司实际控制人郭炜、张旻合计间接控制公司 70% 的股份，同时郭炜担任公司董事长之职、张旻担任公司董事及总经理之职，虽然公司已经根据《公司法》、《证券法》等法律法规和规范性文件的要求，建立了较为完善的法人治理结构，但公司实际控制人如果利用其控制地位，对公司发展战略、经营决策、人事安排和利润分配等重大事项施加影响，将存在公司决策偏离中小股东最佳利益目标的

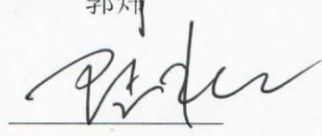
风险。

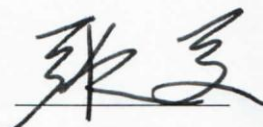
第五节 有关声明

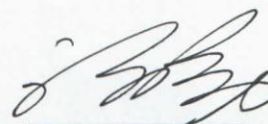
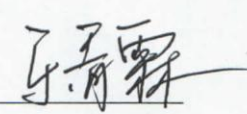
一、申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本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。

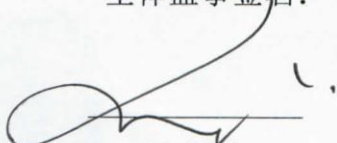
全体董事签名：


郭炜

陆挺

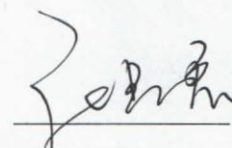

张旻


梁湧

乐青霖

全体监事签名：

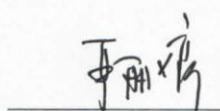

吴晓雯

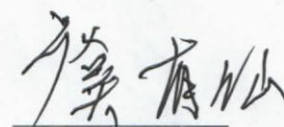

李慧


庄晶君

其它高级管理人员签名：


姜蔚春


严丽婷


虞有仙

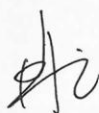
上海榕智市场营销策划股份有限公司



二、主办券商声明

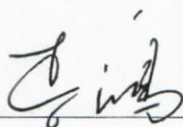
本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人（或授权代表）：



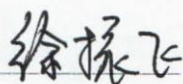
冉 云

项目负责人：



李 鸿

其他项目组成员：



徐振飞



林 亮



胥 娟



国金证券股份有限公司

2016年4月12日

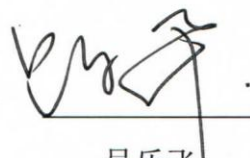
三、律师事务所声明

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

律师事务所负责人：


林晖

经办律师：


林啸
吴乐飞

福建天衡联合（福州）律师事务所

2016年4月12日



四、审计机构声明

本所及经办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所出具的审计报告无矛盾之处。本所及经办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。

会计师事务所负责人：


林宝明

签字会计师：


翁杰菁


林 隼

福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）

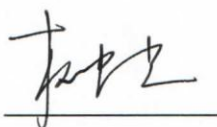


2016年4月12日

五、资产评估机构声明

本机构及经办资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及经办人员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。

评估机构负责人：

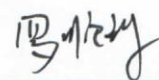


权忠光

签字评估人员：



余文庆



罗顺珠

北京中企华资产评估有限责任公司



第六节 附件

一、备查文件

- (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意见及中国证监会核准文件
- (六) 其他与公开转让有关的重要文件

二、查阅地点和时间

投资者可以自本公开转让说明书公告之日起到下列地点查阅本公开转让说明书全文及上述备查文件：

- (一) 上海榕智市场营销策划股份有限公司

地址：上海市闵行区紫东路 58 号第 3 幢 5 层 517 室

电话：021-52120775

传真：021-52120369

联系人：严丽婷

查询时间：每周一至周五上午 9:30-11:30，下午 1:30-3:30

- (二) 国金证券股份有限公司

地址：四川省成都市东城根上街 95 号

电话：021- 6882 6021

传真：021- 6822 6800

联系人：李鸿、林亮、徐振飞

查询时间：每周一至周五上午 9:30-11:30，下午 1:30-3:30