

北京众享互动传媒科技股份有限公司
公开转让说明书



推荐主办券商



南京证券股份有限公司

二零一六年六月

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

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

1、宏观经济波动风险

广告行业的发展速度和水平很大程度上依赖于国家或地区经济的发展速度和水平。近年来，随着宏观经济和商品消费需求的高速增长，广告需求也出现了较大增长。但在经济低迷时期，由于大多数广告客户将广告支出并不作为一项硬性支出，因此可能会削减其广告投放，从而导致整体广告投放需求的减少。同时，广告行业的客户来自国民经济的各个行业，客户所在行业整体发展状况、产业政策和监管措施的变化，往往会影响该行业的整体广告投放，进而传导给广告行业。因此，如果宏观经济整体下滑，经济增长减速，将会影响整个广告行业的发展，进而影响公司的业务和经营。

2、市场竞争风险

虽然公司通过多年的经营已经树立了一定的行业口碑与品牌形象，且铁路媒体经营领域已经形成了较为稳定的竞争格局，但不排除现有经营主体改变经营策略，或者具有较强竞争优势的新进入者进入行业的可能性。如果行业竞争加剧且公司不能持续保持与对手的竞争优势，公司的经营业绩可能会受到不利影响。

3、媒体资源可持续性获取的风险

报告期内，公司主营业务为全国铁路媒体资源的开发与运营，主要通过在全国各地火车站购买的特定媒体资源经营权从事广告发布业务。由于公司运营的媒体资源均属于中国铁路总公司的下属子公司，该业务性质使公司的营业收入对相关铁路媒体资源形成了重大的依赖；虽然公司通过多年的经营，在行业内树立了较好的信誉与品牌知名度，并与上游资源的提供方形成了较好的合作关系，但不排除因外部环境发生突变或重大事件而中断合作的情况。公司经营模式，为规模化网络化经营，因此某一特定资源对公司整体经营而言不会构成“关键资源”，但如果大量媒体资源在短期内集中流失且公司无法获得替代性资源补充，则可能对公司经营造成较大不利影响；另外，运营媒体资源采购成本的大幅度上升，也会对公司的经营及盈利产生较大的不利影响。

4、实际控制人不当控制风险

截至本公开转让说明书签署日，股东江海民持有公司 40.22%的股份，能实际支配公司股份表决权，能对公司董事会成员选举和公司重大事项决策产生重大影响，为公司控股股东及实际控制人。若公司实际控制人对公司的经营决策、人事、财务等进行不当控制，则存在损害公司利益的风险。

5、公司治理的风险

公司于 2015 年 9 月 8 日由北京众享互动广告有限公司整体变更设立。股份公司设立后，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，各项内部管理制度的执行尚未经过充分的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在经营过程中逐渐完善；同时，随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

6、应收款项占资产比重较高的风险

2014 年末、2015 年末公司应收账款余额分别为 28,739,532.84 元、29,686,748.04 元，占同期资产总额的比例分别为 29.47%和 59.48%，呈增长趋势，主要原因是应收账款随着公司业务规模的扩大而增加。虽然公司对应收账款按谨慎性原则计提了坏账准备，一定程度上涵盖了应收账款坏账的风险，但如果公司主要客户的财务状况出现恶化、或者经营情况和商业信用发生重大不利变化，公司应收账款产生坏账的可能性将增加，从而对公司的经营产生重大不利影响。

7、公司应收票据融资风险

公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日应收票据账面余额分别为 143,677.60 元、200,000.00 元，均为不带追索权的票据贴现。公司票据贴现主要是提供服务产生的应收票据以不带追索权的方式出售给市场，公司采用该种票据贴现方式进行融资，可能产生应收账款转让市场上的债务纠纷以及国家对该类市场监管法规变动的影响。

目录

重大事项提示.....	2
释义.....	2
第一节 基本情况.....	4
一、公司简介	4
二、股票挂牌情况	4
三、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	5
四、公司股权结构图及实际控制人、股东持股情况	6
五、公司设立以来股本的形成及其变化	9
六、重大资产重组情况	19
七、公司董事、监事、高级管理人员基本情况	20
八、公司最近两年主要会计数据和财务指标	4
十、本次申请挂牌的有关机构	24
第二节 公司业务.....	26
一、公司的主要业务、产品及用途	26
二、公司组织结构和主要运营流程	28
三、公司与业务相关的关键资源要素	35
四、公司业务经营情况	38
五、公司的商业模式	41
六、公司所在行业基本情况	45
第三节 公司治理.....	65
一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况	65
二、董事会对公司治理机制的讨论与评估	66
三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年违法违规为情况	69
四、公司独立性	75
五、同业竞争情况	78
六、公司最近两年资金占用和对外担保情况	81
七、董事、监事、高级管理人员的具体情况	65
第四节 公司财务.....	84
一、最近两年的审计意见及财务报表编制基础	84
二、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变化情况	104
三、报告期内主要会计数据和财务指标及分析	113

四、报告期内公司收入情况	121
五、报告期公司主要成本、费用及变动情况	128
六、报告期公司非经常性损益情况	130
七、报告期公司主要资产情况	131
八、报告期公司主要负债情况	155
九、报告期股东权益情况	162
十、关联方关系及关联交易	163
十一、需提醒关注的期后事项、或有事项及其他重要事项	168
十二、资产评估情况	168
十三、股利分配政策和报告期内的股利分配情况	168
十四、控股子公司或纳入合并报表的其他企业基本情况	170
十五、风险因素和自我评价	163
第五节 有关声明	166
第六节 附件	171

释义

本公开转让说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下含义：

股份公司、公司、本公司、众享互动	指	北京众享互动传媒科技股份有限公司
众享互动有限、有限公司	指	北京众享互动广告有限公司（股份公司的前身，曾用名北京百城新科广告有限公司、北京百城传媒广告有限公司、北京强势映像传媒广告有限公司、北京强势映像广告有限公司）
百城新科	指	北京百城新科广告有限公司
百城传媒	指	北京百城传媒广告有限公司
强势映像传媒	指	北京强势映像传媒广告有限公司
强势映像	指	北京强势映像广告有限公司
蓝石天成	指	林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙企业（曾用名林芝市巴宜区蓝石天成投资管理有限合伙企业、林芝县蓝石天成投资管理有限合伙企业）
子公司、林芝雅江	指	林芝市雅江文化科技有限公司（曾用名西藏林芝市雅江文化广告有限公司、西藏林芝地区雅江文化广告有限公司）
林芝市雅江广告	指	西藏林芝市雅江文化广告有限公司
林芝地区雅江广告	指	西藏林芝地区雅江文化广告有限公司
齐旭科贸	指	北京齐旭科贸有限公司
希望北方	指	北京希望北方投资有限公司
国建北方	指	北京国建北方投资有限公司
国信基石	指	北京国信基石投资管理有限公司
股东大会	指	北京众享互动传媒科技股份有限公司股东大会
董事会	指	北京众享互动传媒科技股份有限公司董事会
监事会	指	北京众享互动传媒科技股份有限公司监事会
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书
三会	指	股东大会、董事会、监事会
《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》
《公司章程》	指	公司现行有效的《北京众享互动传媒科技股份有限公司章程》
《股东大会议事规则》	指	《北京众享互动传媒科技股份有限公司股东大会议事规则》
《董事会议事规则》	指	《北京众享互动传媒科技股份有限公司董事会议事规则》
《监事会议事规则》	指	《北京众享互动传媒科技股份有限公司监事会议事规则》
三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会

全国股份转让系统公司、股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
全国股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统
主办券商、南京证券	指	南京证券股份有限公司
律师、天元	指	北京市天元律师事务所
会计师、天职国际	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
沃克森、评估机构	指	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
报告期	指	2014 年度、2015 年度
元、万元	指	人民币元、人民币万元
受众	指	受众指的是信息传播的接收者，信息传播的接收者，包括报刊和书籍的读者、广播的听众、电影电视的观众、网民等。受众从宏观上来看是一个巨大的集合体，从微观上来看有体现为具有丰富的社会多样性的人。
广告受众	指	广告受众就是接受广告信息的受众。
媒体	指	媒体是指传播信息的媒介。它是指人借助用来传递信息与获取信息的工具、渠道、载体、中介物或技术手段。
新媒体	指	新技术支撑体系下出现的媒体形态，如数字杂志、数字报纸、数字广播、手机短信、网络、桌面视窗、数字电视、数字电影、触摸媒体等。
传统媒体	指	以传统的大众传播方式即通过某种机械装置定期向社会公众发布信息或提供教育娱乐的交流活动的媒体，有时间和空间的局限性，主要体现为电视、收音机、报纸、杂志等传统意义上的媒体。
媒介采购、媒体采购	指	对广播、电视、报纸、网络、户外等各类媒体广告时段、广告版面、广告版位的采购。
LBS	指	是指通过电信移动运营商的无线电通讯网络或外部定位方式，获取移动终端用户的位置信息，在 GIS 平台的支持下，为用户提供相应服务的一种增值业务。
iBeacon	指	是基于蓝牙低功耗 4.0 技术，可以用它来打造一个信号基站，当用户持有 iOS 设备进入该区域时，就会得到获得该基站的推送信息。

第一节 基本情况

一、公司简介

中文名称：北京众享互动传媒科技股份有限公司

英文名称：Beijing Interactive Sharing Media & Technologies Company Limited

注册资本：2168 万元

法定代表人：李鹏

信息披露负责人：高远

有限公司设立日期：2007 年 6 月 8 日

股份公司设立日期：2015 年 9 月 8 日

住所：北京市海淀区北太平庄 27 号 7 号楼图书馆 402 室

邮编：100088

电话：010-51949255

传真：010-51949255-8001

互联网网址：www.zxhdmedia.com

E-mail 地址：zxhd_ir@163.com

统一社会信用代码：91110108663717758C

所属行业：根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》的分类标准，公司业务所在行业属于大类“L 租赁和商务服务业”中的子类“L72 商务服务业”；根据国家统计局《国民经济行业分类（GB/T 4754-2011）》的分类标准，公司业务属于“L72 商务服务业”中的“L7240 广告业”。根据股转公司《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“L72 商务服务业”中的“L7240 广告业”。

主要业务：全国铁路媒体资源的开发与运营。

二、股票挂牌情况

股票代码：

股票简称：

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00 元

股票总量：21,680,000 股

挂牌日期： 年 月 日

三、股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

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

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第二章 2.8 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

《公司章程》第二十九条规定：“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。”第三十条规定：“公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报其所持有的本公司股份及其变动情况；在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%；上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

股份公司成立于 2015 年 9 月 8 日，根据上述相关规定，预计截至本公司股票在股份转让系统挂牌之日，股份公司成立尚未满一年，公司无可公开转让的发起人股票，本次可进入全国中小企业股份转让系统报价转让非发起人股票数量为 5,000,000 股。除上述股份锁定情况外，公司股东对其所持股份未作出其他严于法律法规规定的自愿锁定承诺。公司全体股东所持股份也无冻结、质押或其他转让限制情况。

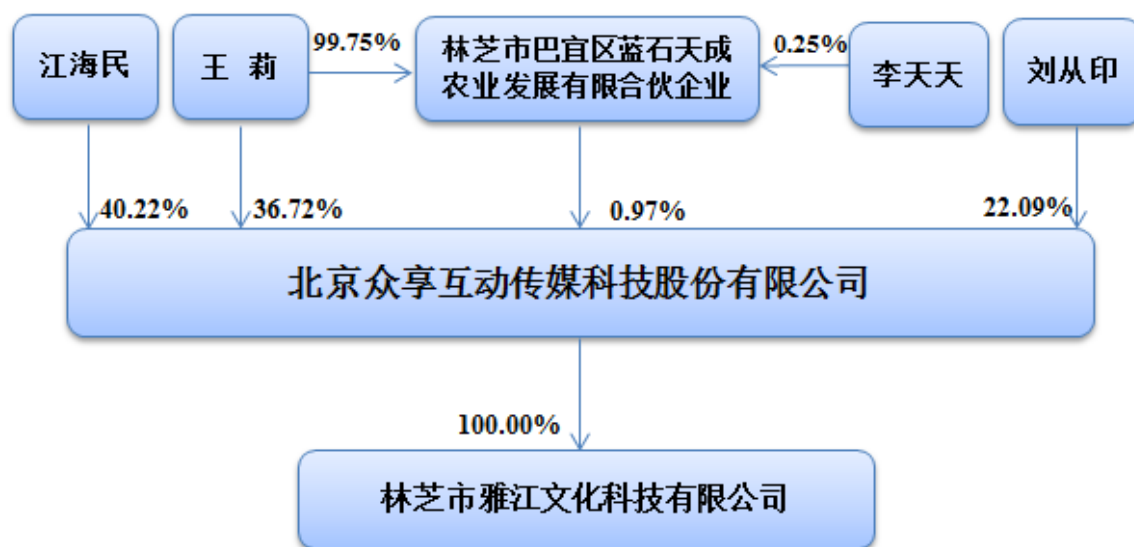
公司本次可进入全国中小企业股份转让系统公开转让的股票数量为 5,000,000 股。具体情况如下：

序号	股东姓名/名称	任职	是否为控股股东、实际控制人	截止挂牌前持股数量(股)	持股比例(%)	本次可进入全国中小企业股份转让系统报价转让数量(股)
1	江海民	-	是	8,720,000	40.22	0
2	王莉	-	否	7,960,000	36.72	0
3	刘从印	-	否	4,790,000	22.09	4,790,000
4	林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙企业	-	-	210,000	0.97	210,000
合计				21,680,000	100.00	5,000,000

四、公司股权结构图及实际控制人、股东持股情况

(一) 公司股权结构图

截至本公开转让说明书签署之日，公司股权结构如下图所示：



(二) 公司控股股东、实际控制人基本情况

股东江海民持有公司 40.22%的股份，是公司第一大股东，能实际支配公司股份表决权，能对公司董事会成员选举和公司重大事项决策产生重大影响，为公司控股股东及实际控制人。股东王莉虽直接持有公司 36.72%的股份，间接持有 0.97%的股份，但其于 2016 年 3 月 24 日出具声明：“本人投资本公司期间仅作为财务投资者，实际不参与具体的经营管理，不参与董事、监事提名和管理者的选择，不实际控制公司，与股东江海民非一致行动关系或其他关联关系。”故股东王莉虽系公司第二大股东，但不实际经营管理公司，不是公司的控股股东或实际控制人。

江海民，男，中国国籍，1957年出生，研究生学历，无境外永久居留权。1984年6月毕业于中国人民大学哲学专业；1988年毕业于日本明治日本语学院；1990年6月毕业于日本立教大学东洋经济专业。1979年5月至1980年8月，就职于北京电子管厂（电子部774厂），工人；1984年10月至1986年6月，就职于中国人民大学书报资料社，任编辑；1990年4月至1992年4月，就职于日本东京テスク株式会社，任中国贸易代表；1992年5月至1995年5月，就职于日本东京シーエイチロード株式会社，任中国贸易代表；1995年6月至2003年8月，就职于北京瑞海马经贸有限公司，任总经理；2003年9月至2007年10月，就职于北京世纪泰丰经贸有限公司，任总经理；2007年11月至今，创办北京希望北方投资有限公司，任总经理；2009年1月至2012年6月，就职于北京百城传媒广告有限公司，任执行董事。

江海民现持有公司发起人股份8,720,000股，占公司股份总额的40.22%。江海民所持有的公司股份目前不存在质押或其他争议。除持有公司股权外，目前江海民还对外投资其他公司，对外投资具体情况详见“第三节公司治理”之“五、同业竞争情况”之“（一）同业竞争情况的说明”。除此之外，目前江海民无其他对外投资。

报告期内，公司股权结构发生过两次变更，控股股东、实际控制人一直为江海民：

（1）根据有限公司2015年6月29日召开的股东会决议，原股东董长春将其持有的有限公司股权全部转让给王莉；增加公司注册资本566万元，由股东王莉增加出资566万元。公司注册资本由1102万元变更为1668万元。工商行政管理机关于2015年7月16日就公司该次变更办理变更登记。2015年7月2日，新增股东王莉通过网上银行转账进行了实缴出资。增资及股权转让前后的股东持股情况如下：

股东	出资额（万元）		持股比例（%）	
	变动前	变动后	变动前	变动后
江海民	872.00	872.00	79.13	52.28
董长春	230.00	-	20.87	-
王莉	-	796.00	-	47.72
合计	1102.00	1,668.00	100.00	100.00

（2）根据2015年9月8日公司召开的2015年第二次临时股东大会，公司增加注册资本500万元，由新增股东刘从印、林芝县蓝石天成投资管理有限合伙企业分别以货币增资479万元、21万元，刘从印、林芝县蓝石天成投资管理有限合伙企业持股比例分别为22.09%、0.97%；修改公司章程。新增股东刘从印于2015年9月30日、2015年10月8日进行了实缴出资。新增股东蓝石天成于2015年9月30日进行了实缴出资。工

商行政管理机关于 2015 年 9 月 17 日就公司该次变更办理变更登记。

增资后各股东持股数量及持股比例如下：

序号	股东	持股数（股）	持股比例（%）	出资方式
1	江海民	8,720,000	40.22	净资产折股
2	王莉	7,960,000	36.72	净资产折股
3	刘从印	4,790,000	22.09	货币
4	林芝县蓝石天成投资管理有限合伙企业	210,000	0.97	货币
合计		21,680,000	100.00	-

注：林芝县蓝石天成投资管理有限合伙企业已于 2016 年 3 月 23 日经工商核准将其名称变更为林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙企业。

报告期内，公司股权结构经过了上述两次变更，股东江海民持股比例相应由 79.13% 变更为 40.22%。江海民持股比例虽相应变小，但江海民一直为公司第一大股东。故报告期内，公司控股股东、实际控制人未发生变化。

（三）公司前十名股东及持有 5%以上股份股东的情况

截至本公开转让说明书签署之日，本公司持股 5%以上及前十大股东情况如下：

序号	股东	股东性质	持股数（股）	持股比例（%）	是否存在质押或争议
1	江海民	自然人	8,720,000	40.22	否
2	王莉	自然人	7,960,000	36.72	否
3	刘从印	自然人	4,790,000	22.09	否
4	林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙企业	合伙企业	210,000	0.97	否
合计		-	21,680,000	100.00	-

江海民为公司控股股东、实际控制人，其基本情况详见本章节“四、公司股权结构图及实际控制人、股东持股情况”之“（二）公司控股股东、实际控制人基本情况”。公司全体股东所持股份无冻结、质押或其他转让限制情况。

（四）公司股东相互间的关联关系

截至本公开转让说明书签署之日，公司股东之间存在的关联关系如下：股东王莉系股东林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙企业的有限合伙人，王莉对林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙企业的出资比例为 99.75%。除此之外，公司股东之间不存在关联关系、不存在一致行动等其他约定。

（五）公司股东主体适格

公司股东包含 3 名自然人、1 名有限合伙企业。

3 名自然人股东均具有完全民事行为能力。

1 名有限合伙企业林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙企业成立于 2015 年 6 月 29 日，统一社会信用代码为 542621200000763，执行事务合伙人为李天天，主要经营场所为西藏林芝市巴宜区生物科技产业园 402-1 室，经营范围为：农产品开发，加工及销售【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可展开经营活动】，并经林芝市巴宜区工商行政管理局注册登记，系依法成立的有限合伙企业。有限合伙人为王莉（出资比例 99.75%），普通合伙人为李天天（出资比例 0.25%）。

主办券商及律师经核查后认为，公司全体股东均具有法律法规和规范性文件规定担任股份有限公司股东的资格，不存在国家法律、法规、规章及规范性文件规定不适宜担任股东的情形，公司股东主体适格。

五、公司设立以来股本的形成及其变化

（一）公司设立以来股本的形成及其变化

1、2007 年 6 月，有限公司设立

股份公司前身北京强势映像广告有限公司，成立于 2007 年 6 月 8 日，注册号 110108010254904，注册资本 102 万元，实收资本 102 万元，其中北京齐旭科贸有限公司货币出资 51 万元，出资比例为 50%；张晓齐货币出资 51 万元，出资比例为 50%。法定代表人为张晓齐，住所地为北京市海淀区北太平庄 27 号 7 号楼图书馆 402 室，经营范围为：代理、发布广告；法律、行政法规、国务院决定禁止的，不得经营；法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的，经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营；法律、行政法规、国务院决定未规定许可的，自主选择经营项目开展经营活动。

2007 年 5 月 29 日，北京联首会计师事务所出具联首验字[2007]第 Y007 号《验资报告》，确认截至 2007 年 5 月 29 日止，有限公司已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币 1,020,000.0 元。

2007 年 6 月 8 日，有限公司取得北京市工商管理局海淀分局核发的注册号为 110108010254904 的企业法人营业执照。

有限公司设立时，股东的出资情况如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	张晓齐	51.00	51.00	50.00	货币
2	齐旭科贸	51.00	51.00	50.00	货币
合计		102.00	102.00	100.00	-

注：有限公司于 2009 年 11 月 12 日召开股东会、2009 年 11 月 13 日取得工商核准变更公司名称为“北京强势映像传媒广告有限公司”；于 2009 年 12 月 5 日召开股东会、2009 年 12 月 16 日取得工商核准变更公司名称为“北京百城传媒广告有限公司”；于 2014 年 11 月 5 日召开股东会、2014 年 11 月 28 日取得工商核准变更公司名称为“北京百城新科广告有限公司”；于 2015 年 6 月 29 日召开股东会、于 2015 年 7 月 16 日取得工商核准变更公司名称为“北京众享互动广告有限公司”；于有限公司整体变更为股份公司后公司名称为“北京众享互动广告股份有限公司”；于 2015 年 12 月 25 日召开股东会、于 2016 年 2 月 17 日取得工商核准变更公司名称为“北京众享互动传媒科技股份有限公司”。

2、2008 年 12 月，有限公司第一次股权转让

2008 年 12 月 12 日，有限公司召开股东会并通过决议，同意股东齐旭科贸将其在有限公司的 51.00 万元出资转让给高红冰；同意股东张晓齐将其在有限公司的 30.6 万元出资和 20.4 万元出资分别转让给高红冰和韩强；修改公司章程等。同日，转让各方自愿就上述转让事宜签署了《出资转让协议书》；转让协议已经工商备案登记。因有限公司成立时间较短，未实现盈利，本次股权转让价格定为 1 元/出资份额，股东无需就该次股权转让缴纳所得税。

2008 年 12 月 16 日，有限公司取得北京市工商行政管理局海淀分局换发的企业法人营业执照。

本次股权转让后，有限公司股东的出资情况如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例%	出资方式
1	高红冰	81.60	81.60	80.00	货币
2	韩强	20.40	20.40	20.00	货币
合计		102.00	102.00	100.00	-

3、2009 年 4 月，有限公司第二次股权转让

2009 年 4 月 27 日，有限公司召开股东会并通过决议，同意股东高红冰将其在有限公司的 81.60 万元出资转让给吕忠山；修改公司章程等。2009 年 4 月 28 日，转让各方自愿就上述转让事宜签署了《出资转让协议书》；转让协议已经工商备案登记。因有限公司成立时间较短，未实现盈利，本次股权转让价格定为 1 元/出资份额，股东无需就该次股权转让缴纳所得税。

2009年5月19日，有限公司取得北京市工商行政管理局海淀分局换发的企业法人营业执照。

本次股权转让后，有限公司股东的出资情况如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例%	出资方式
1	吕忠山	81.60	81.60	80.00	货币
2	韩强	20.40	20.40	20.00	货币
合计		102.00	102.00	100.00	-

4、2009年9月，有限公司第三次股权转让

2009年9月1日，有限公司召开股东会并通过决议，同意股东吕忠山将其在有限公司的39.00万元出资转让给江海民；修改公司章程等。同日，转让各方自愿就上述转让事宜签署了《出资转让协议书》；转让协议已经工商备案登记。截至股权转让时点，有限公司仍未实现盈利，本次股权转让价格定为1元/出资份额，股东无需就该次股权转让缴纳所得税。

2009年9月14日，有限公司取得北京市工商行政管理局海淀分局换发的企业法人营业执照。

本次股权转让后，有限公司股东的出资情况如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例%	出资方式
1	吕忠山	42.60	42.60	41.76	货币
2	江海民	39.00	39.00	38.24	货币
3	韩强	20.40	20.40	20.00	货币
合计		102.00	102.00	100.00	-

5、2010年1月，有限公司第四次股权转让

2010年1月12日，有限公司召开股东会并通过决议，同意股东吕忠山将其在有限公司的42.60万元出资转让给彭克刚；修改公司章程等。同日，转让各方自愿就上述转让事宜签署了《出资转让协议书》；转让协议已经工商备案登记。截至股权转让时点，有限公司仍未盈利，本次股权转让价格定为1元/出资份额，股东无需就该次股权转让缴纳所得税。

2010年1月21日，有限公司取得北京市工商行政管理局海淀分局换发的企业法人营业执照。

本次股权转让后，有限公司股东的出资情况如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例%	出资方式
----	----	----------	----------	-------	------

1	彭克刚	42.60	42.60	41.76	货币
2	江海民	39.00	39.00	38.24	货币
3	韩强	20.40	20.40	20.00	货币
合计		102.00	102.00	100.00	-

6、2010年3月，有限公司第五次股权转让

2010年3月6日，有限公司召开股东会并通过决议，同意股东韩强将其在有限公司的20.40万元出资转让给江海民；同意股东彭克刚将其在有限公司的42.60万元出资转让给董长春；修改公司章程等。2010年3月16日，转让各方自愿就上述转让事宜签署了《出资转让协议书》；转让协议已经工商备案登记。截至股权转让时点，有限公司仍未实现盈利，本次股权转让价格定为1元/出资份额，股东无需就该次股权转让缴纳所得税。

2010年3月19日，有限公司取得北京市工商行政管理局海淀分局换发的企业法人营业执照。

本次股权转让后，有限公司股东的出资情况如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例%	出资方式
1	江海民	59.40	59.40	58.24	货币
2	董长春	42.60	42.60	41.76	货币
合计		102.00	102.00	100.00	-

7、2010年6月，有限公司第一次增资

2010年6月7日，有限公司召开股东会并通过决议，同意有限公司注册资本增加至1102万元，由江海民、董长春分别实缴新增注册资本580万元、420万元；修改公司章程。

2010年6月11日，北京联首会计师事务所出具宏信验字[2010]第54号《验资报告》，确认截止2010年6月11日，有限公司已收到股东江海民、董长春缴纳的新增注册资本壹仟万元整，各股东出资方式均为货币。

2010年6月12日，有限公司取得北京市工商行政管理局海淀分局换发的《企业法人营业执照》。

本次增资后，有限公司股东的出资情况如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例%	出资方式
1	江海民	639.40	639.40	58.02	货币
2	董长春	462.60	462.60	41.98	货币

合计	1,102.00	1,102.00	100.00	-
----	----------	----------	--------	---

8、2010年9月，有限公司第六次股权转让

2010年9月18日，有限公司召开股东会并通过决议，同意股东江海民和董长春分别将其在有限公司的329.4万元出资和232.6万元出资转让给孙鼎；修改公司章程等。同日，转让各方自愿就上述转让事宜签署了《出资转让协议书》；转让协议已经工商备案登记。截至股权转让时点，有限公司仍未实现盈利，本次股权转让价格定为1元/出资份额，股东无需就该次股权转让缴纳所得税。

2010年9月28日，有限公司取得北京市工商行政管理局海淀分局换发的企业法人营业执照。

本次股权转让后，有限公司股东的出资情况如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例%	出资方式
1	孙鼎	562.00	562.00	51.00	货币
2	江海民	310.00	310.00	28.13	货币
3	董长春	230.00	230.00	20.87	货币
合计		1,102.00	1,102.00	100.00	-

9、2011年11月，有限公司第七次股权转让

2011年11月22日，有限公司召开股东会并通过决议，同意股东孙鼎将其在有限公司的562万元出资转让给江海民；修改公司章程等。同日，转让各方自愿就上述转让事宜签署了《出资转让协议书》；转让协议已经工商备案登记。截至股权转让时点，有限公司虽实现盈利，但不足以弥补以前年度的亏损，本次股权转让价格定为1元/出资份额，股东无需就该次股权转让缴纳所得税。

2011年12月2日，有限公司取得北京市工商行政管理局海淀分局换发的企业法人营业执照。

本次股权转让后，有限公司股东的出资情况如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例%	出资方式
1	江海民	872.00	872.00	79.13	货币
2	董长春	230.00	230.00	20.87	货币
合计		1,102.00	1,102.00	100.00	-

10、2015年6月，有限公司第八次股权转让、第二次增资

2015年6月29日，有限公司召开股东会并通过决议，同意股东董长春将其在有限公司的230万元出资转让给王莉；同意增加注册资本566万元，由股东王莉实缴新增注

册资本 566 万元；修改公司章程等。同日，转让各方自愿就上述转让事宜签署了《出资转让协议书》；转让协议已经工商备案登记。基于转让双方的友好协商，双方一致同意本次股权转让价格定为 1 元/出资份额，2015 年 8 月 11 日，股权转让双方依法填报了《个人股东变动情况报告表》，办理了税务申报。

2015 年 7 月 2 日，新增股东王莉通过网上银行转账进行了实缴出资。中国工商银行股份有限公司北京北太平庄支行出具了 5 份投资款均为 100 万元的业务回单（收款）凭证（回单编号分别为 15183000003、15183000004、15183000005、15183000006、15183000009）和 1 份投资款为 66 万元的业务回单（收款）凭证（回单编号分别为 15183000001），业务回单均显示：付款人：王莉；收款人：北京百城新科广告有限公司；用途：投资款；日期：2015 年 7 月 2 日。（注：有限公司于 2014 年 11 月 5 日召开股东会、2014 年 11 月 28 日取得工商核准变更公司名称为“北京百城新科广告有限公司”；于 2015 年 6 月 29 日召开股东会、于 2015 年 7 月 16 日取得工商核准变更公司名称为“北京众享互动广告有限公司”）

2015 年 7 月 16 日，有限公司取得北京市工商行政管理局海淀分局换发的企业法人营业执照。

本次股权转让后，有限公司股东的出资情况如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例%	出资方式
1	江海民	872.00	872.00	52.28	货币
2	王莉	796.00	796.00	47.72	货币
合计		1,668.00	1,668.00	100.00	-

11、2015 年 9 月，有限公司整体变更为股份公司

2015 年 8 月 21 日，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具天职业字[2015]12346 号《审计报告》，截至 2015 年 7 月 31 日，有限公司账面净资产值为 18,914,086.51 元。

2015 年 8 月 22 日，沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具沃克森评报字[2015]第 0483 号《评估报告》，截至 2015 年 7 月 31 日，有限公司经评估的净资产值为 1,959.92 万元。

2015 年 8 月 22 日，有限公司召开股东会并通过决议，同意《关于将有限公司整体变更为股份有限公司的议案》、《关于公司审计情况的报告》和《关于公司评估情况的报告》等议案。以 2015 年 7 月 31 日为审计基准日，有限公司经审计的账面净资产按原持股比例折合股份 16,680,000 股，每股面值 1 元人民币，净资产大于股本的部分计入公司资本公积。

2015年9月7日，全部发起人共同签署了《发起人协议书》。

2015年9月7日，公司召开创立大会，通过《关于北京众享互动广告有限公司整体变更为股份有限公司的议案》等议案。公司在审计基准日经审计的账面净资产18,914,086.51元为依据进行折股，折合成16,680,000股，每股面值壹元，余额部分计入股份有限公司资本公积。整体变更设立的股份公司股本为16,680,000股。由各发起人按照各自在有限公司的出资比例持有相应数额的股份，整体变更设立股份有限公司。

2015年9月8日，天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)出具天职业字[2015]13488号《验资报告》，审验截止2015年9月8日，公司已收到全体股东以其拥有的北京众享互动广告有限公司的净资产折合的股本壹仟陆佰陆拾捌万元整。

2015年9月8日，北京市工商行政管理局海淀分局核发了股份公司的《企业法人营业执照》。有限公司整体变更为股份公司后，公司股权结构如下：

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
1	江海民	8,720,000	52.28	净资产折股
2	王莉	7,960,000	47.72	净资产折股
合计		16,680,000	100.00	-

有限公司整体变更为股份公司合法、合规，构成整体变更设立。

12、2015年9月，股份公司第一次增资

2015年9月8日，股份公司召开股东会并通过决议，同意增加注册资本500万元；由新增股东刘从印以货币增资574.8万元，其中479万元计入注册资本、95.8万元计入资本公积；由新增股东林芝县蓝石天成投资管理有限合伙企业以货币增资25.2万元，其中21万元计入注册资本、4.2万元计入资本公积；刘从印、蓝石天成持股比例分别为22.09%、0.97%；修改公司章程。

新增股东刘从印于2015年9月30日、2015年10月8日进行了实缴出资。中国工商银行股份有限公司北京北太平庄支行出具了投资款分别为479万元的业务回单(收款)凭证(回单编号为15273000002、日期：2015年9月30日)和95.8万元的业务回单(收款)凭证(回单编号为15281000001、日期：2015年10月8日)为证，业务回单均显示：付款人：刘从印；收款人：北京众享互动广告股份有限公司；摘要：投资款。

新增股东林芝县蓝石天成投资管理有限合伙企业于2015年9月30日进行了实缴出资，中国工商银行股份有限公司北京北太平庄支行出具了投资款分别为21万元的业务回单(收款)凭证(回单编号15273000003)和4.2万元的业务回单(收款)凭证(回

单编号 15273000004)，业务回单均显示：付款人：林芝县蓝石天成投资管理有限合伙企业；收款人：北京众享互动广告股份有限公司；摘要：投资款；日期：2015 年 9 月 30 日。林芝县蓝石天成投资管理有限合伙企业已于 2016 年 3 月 23 日经工商核准将其名称变更为林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙。

2015 年 9 月 17 日，股份公司取得北京市工商行政管理局海淀分局换发的《企业法人营业执照》。

本次增资后，公司的股权结构如下：

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
1	江海民	8,720,000	40.22	净资产折股
2	王莉	7,960,000	36.72	净资产折股
3	刘从印	4,790,000	22.09	货币
4	林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙	210,000	0.97	货币
合计		21,680,000	100.00	-

注：林芝县蓝石天成投资管理有限合伙企业已于 2016 年 3 月 23 日经工商核准将其名称变更为林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙企业。

公司设立以来股权转让、增资等股本变动事项均经公司股东（大）会审议通过，并进行了工商变更登记手续，股本变动均履行了合法程序。公司全体股东出具声明，股东所持公司股份不存在与其他人之间的股权纠纷、为他人代持等应披露而未披露情形，也不存在质押或其它任何形式的转让限制情形。主办券商及律师经核查后认为，公司股本变动事项不存在纠纷，无重大违法违规现象；公司股东出资合法合规；公司股权明晰、股份发行转让合法合规；股东所持公司股份不存在股权纠纷、为他人代持等应披露而未披露情形。

（二）子公司设立以来股本的形成及其变化

1、子公司简介

公司名称：林芝市雅江文化科技有限公司

统一社会信用代码：91540400064694099N

注册资本：2000 万元

法定代表人：孙筱婧

公司类型：有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）

公司设立日期：2014 年 1 月 23 日

公司经营期限：2014 年 1 月 23 日至 2034 年 1 月 22 日

住所：西藏林芝市巴宜区八一镇广东花园之三 6 单元 203 室

经营范围：文化活动创意、设计、组织、代理、推介、咨询、会展、会议策划服务；广告设计、制作、代理及发布；建筑材料、化妆品、办公用品、机械设备、礼品、工艺品、日化用品销售；计算机软件开发及服务；计算机硬件、系统集成、网络工程、通讯、机电工程设备、多媒体科技、电子信息、网络产品的设计、研究、开发、委托加工、销售、维修、测试及服务。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营该项目]

2、子公司设立以来股本的形成及其变化

(1) 2014 年 1 月，林芝雅江的设立

林芝市雅江文化科技有限公司，原名西藏林芝地区雅江文化广告有限公司，成立于 2014 年 1 月 23 日，由北京希望北方投资有限公司（代表江海民持股，持股比例 99.00%）和孙志仙（代表江海民持股，持股比例 1.00%）共同出资组建，设立时注册资本为人民币 100.00 万元，实收资本 20.00 万元，住所地为林芝地区生物科技产业园 402 室，经营范围为：广告设计、制作、代理及发布。

2013 年 12 月 26 日，江海民与孙志仙签订了《委托持股协议》，约定江海民认缴西藏林芝地区雅江文化广告有限公司注册资本人民币 100.00 万元，占公司注册资本的 100.00%，由孙志仙代持其中 1.00%的股权。孙志仙接受江海民的委托以名义股东身份代为行使该相关权利。

2013 年 12 月 26 日，江海民与北京希望北方投资有限公司签订了《委托持股协议》，约定江海民认缴西藏林芝地区雅江文化广告有限公司注册资本人民币 100.00 万元，占公司注册资本的 100.00%，由北京希望北方投资有限公司代持其中 99.00%的股权。北京希望北方投资有限公司接受江海民的委托以名义股东身份代为行使该相关权利。

2013 年 12 月 23 日，西藏中融汇会计师事务所有限公司出具藏中汇验字[2013]第 424 号《验资报告》，确认公司注册资本为人民币 1,000,000.00 元，截止 2013 年 12 月 23 日，公司已收到股东第一期缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币 200,000.00 元，占注册资本总额的 20%，各股东均以货币出资。

2014 年 1 月 23 日，林芝地区雅江广告取得了工商局核发的注册号为 542600200004769 的《企业法人营业执照》。

2014 年 4 月 9 日，林芝地区雅江广告取得了林芝地区文广局市场科核发的 54501

号《文化经营许可证》，经营范围：文化创意。

林芝雅江设立时股东的出资情况如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	希望北方(代江海民)	99.00	19.8	99.00	货币
2	孙志仙(代江海民)	1.00	0.2	1.00	货币
合计		100.00	20.00	100.00	-

注：子公司于 2015 年 1 月 28 日召开股东会、2015 年 7 月 30 日取得工商核准变更公司名称为“西藏林芝市雅江文化广告有限公司”；于 2016 年 1 月 28 日经股东决定、2016 年 2 月 24 日取得工商核准变更公司名称为“林芝市雅江文化科技有限公司”；

(2) 2014 年 11 月，林芝雅江第一次股权转让

2014 年 11 月 21 日，林芝地区雅江广告召开股东会并决议，同意股东孙志仙将其所持有的林芝雅江的 1.00% 的股权（1.00 万元出资额）无偿转让给股东希望北方；同意修改章程。

2014 年 11 月 30 日，江海民与北京希望北方投资有限公司签订了《委托持股协议》，约定江海民将其持有的西藏林芝地区雅江文化广告有限公司全部股权委托北京希望北方投资有限公司代持。北京希望北方投资有限公司接受江海民的委托以名义股东身份代为行使该相关权利。根据该协议，同日，孙志仙与希望北方签订了《出资转让协议书》。

2014 年 12 月 19 日，林芝地区雅江广告就本次股权转让取得了工商局换发的《企业法人营业执照》。

本次变更后股权结构如下：

序号	股东	认缴出资(万元)	实缴出资(万元)	出资比例(%)	出资方式
1	希望北方(代江海民)	100.00	20.00	100.00	货币
合计		100.00	20.00	100.00	-

(3) 2015 年 7 月，林芝雅江第二次股权转让、第二次实缴出资

2015 年 7 月 8 日，林芝地区雅江广告股东做出决定，同意希望北方将所持有的林芝地区雅江广告 100% 的股权（计 100 万元出资，其中，实缴 20 万元）以 20 万元转让给百城新科。2015 年 6 月 25 日，百城新科与希望北方签订《股权转让协议书》。

2015 年 7 月 30 日，林芝地区雅江广告就本次股权转让取得了工商局换发的《企业法人营业执照》。

股权转让后，百城新科于 2015 年 7 月 31 日进行了实缴出资。中国工商银行股份有限公司林芝支行出具编号为 15212000001 的业务回单，记录：付款人：北京百城新科广

告有限公司；收款人：西藏林芝地区雅江文化广告有限公司；金额：捌拾万元整（¥800,000.00 元）；用途：投资款；入账日期：2015 年 7 月 31 日。

本次股权转让并实缴出资后股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例(%)	出资方式
1	众享互动有限	100.00	100.00	100.00	货币
合计		100.00	100.00	100.00	-

注：百城新科于 2015 年 6 月 29 日召开股东会、于 2015 年 7 月 16 日取得工商核准变更公司名称为“北京众享互动广告有限公司”

（4）2016 年 1 月，林芝雅江变更注册资本

2016 年 1 月 27 日，林芝市雅江广告股东决定，公司注册资本由 100.00 万元变更为 2,000.00 万元；修改公司章程；注册资本为 2,000.00 万元人民币，公司的实收资本为 100.00 万元人民币，剩余 1,900.00 万元于 2017 年 5 月 7 日前全部缴足。

2016 年 2 月 24 日，林芝市雅江广告取得了工商局换发的《企业法人营业执照》。

本次变更后股权结构如下：

序号	股东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例(%)	出资方式
1	众享互动股份	2,000.00	100.00	100.00	货币
合计		2,000.00	100.00	100.00	-

六、重大资产重组情况

报告期内，有限公司收购了同一控制下的林芝市雅江文化科技有限公司为全资子公司。资产重组情况如下：

1、决策审批和收购协议签订情况

2015 年 7 月 8 日，林芝地区雅江广告股东做出决定，同意希望北方将所持有的林芝地区雅江广告 100%的股权（注册资本 100 万元，其中，实缴 20 万元，未缴 80 万元）以 20 万元转让给百城新科。

2015 年 6 月 25 日，百城新科与希望北方签订《股权转让协议书》，约定希望北方将其持有的林芝地区雅江广告 100%的股权以货币 20 万元平价转让给百城新科，未出资金额由百城新科继续履行认缴出资义务。

股权转让后，林芝雅江变更为百城新科的全资子公司。

2、收购的作价依据

公司收购林芝地区雅江广告时，林芝地区雅江广告实收资本为 200,000.00 元，账

面净资产为 721,788.08 元，因本次收购系同一控制下的收购，经收购双方协商一致，由公司按照实收资本金额 200,000.00 元对林芝地区雅江广告进行收购，该收购利于增强公司的核心竞争力和开展相关业务，不影响公司利益及股东权益。同时，为保障公司及其他股东的权益，公司控股股东及实际控制人江海民承诺，本次收购不存在利益输送或侵害公司或其他股东利益的情形，如因本次收购对公司产生税务追偿或其他相关赔偿责任，其自愿承担连带法律赔偿责任。

3、收购实施情况

2015 年 6 月 25 日，百城新科与希望北方签订《股权转让协议书》，约定希望北方将其持有的林芝地区雅江广告 100%的股权以货币 20 万元价格转让给百城新科，未出资金额由百城新科继续履行认缴出资义务。同日，百城新科依据与希望北方签订的《股权转让协议》，将转让款以转账方式支付给希望北方。

2015 年 7 月 30 日，林芝地区雅江广告取得了工商登记核准备案。林芝地区雅江广告变更为百城新科独资的有限责任公司。

本次收购完成后，有限公司减少了潜在的关联交易和同业竞争，有利于增强公司的核心竞争力和开展相关业务。

七、公司董事、监事、高级管理人员基本情况

（一）公司董事

李鹏，董事长，男，中国籍，1979 年出生，本科学历，无境外永久居留权。2004 年 5 月至 2010 年 9 月，就职于《新财经》杂志社有限责任公司，任市场广告总监；2010 年 11 月至今，先后就职于有限公司、股份公司，曾任执行董事、总经理，现任公司本届董事长兼总经理，任期 3 年。

孙筱婧，董事，女，中国籍，1982 年出生，本科学历，无境外永久居留权。2005 年毕业于北京第二外国语学院。2006 年 1 月至 2007 年 5 月，就职于北京坦达传媒广告有限公司，任总监；2007 年 5 月至今，先后就职于有限公司、股份公司，曾任副总经理，现任公司本董事兼副总经理，任期 3 年。

高远，董事，男，中国籍，1978 年出生，硕士研究生学历，无境外永久居留权。2004 年毕业于外交学院国际法专业。2004 年 7 月至 2005 年 6 月，就职于中国财产再保险股份有限公司，任秘书；2005 年 7 月至 2011 年 9 月，就职于北京市竞天公诚律师事务所，为执业律师；2011 年 10 月至 2013 年 12 月，就职于北京市嘉源律师事务所，为执业律

师；2014年1月至2016年1月，就职于浙江华策影视股份有限公司，任法务总监；2016年2月至今，就职于股份公司，任本届董事、董事会秘书，任期3年。

李长军，独立董事，男，中国籍，1971年出生，本科学历，无境外永久居留权。2000年7月毕业于对外经济贸易大学。2005年3月至今就职于北京大成律师事务所，系高级合伙人律师；2015年9月至今任股份公司本届独立董事，任期3年。

彭和平，独立董事，男，中国籍，1950年6月出生，硕士研究生学历，无境外永久居留权。1988年7月毕业于中国人民大学。2004年12月至2012年9月就职于中国人民大学，任教育基金会秘书长；2014年7月至今任内蒙古伊利实业集团股份有限公司监事；2015年2月至今深圳长亮科技股份有限公司独立董事；2015年9月至今被股份公司聘任为本届独立董事，任期3年。

（二）公司监事

丛蓓，监事会主席，女，中国籍，1982年出生，本科学历，无境外永久居留权。2005年毕业于北京第二外国语学院。2005年9月至2008年12月，就职于山东高速集团有限公司，任阿尔及利亚项目部翻译；2009年3月至2012年12月，就职于苏丹驻华大使馆，任武官处中秘；2013年1月至2014年10月就职于北京安龙科技集团有限公司，任国际部销售；2014年11月至今，先后就职于有限公司、股份公司，现任公司网络资源部总监、公司本届监事会主席，监事任期3年。

邵伟刚，监事，男，中国籍，1979年出生，高中学历，无境外永久居留权。2008年11月至2010年4月，就职于上海迪岸传媒广告有限公司，任销售总监；2010年5月至2011年8月，就职于上海分众德峰广告有限公司，任销售总监；2011年9月至今，先后就职于有限公司、股份公司，曾任销售总监，现任股份公司销售总监、本届职工监事，任期3年。

杨晓娜，监事，女，中国籍，1986年出生，硕士研究生学历，无境外永久居留权。2011年7月毕业于澳大利亚悉尼大学。2012年3月至2013年2月，就职于北京百城传媒广告有限公司，任策划总监；2013年3月至2013年6月，就职于北京嘉程润景汽车销售服务有限公司，任市场专员；2013年7月至2014年7月，就职于北京北方投资集团有限公司，任企划经理；2014年8月至今，先后就职于有限公司、股份公司，现任公司数据策划部总监、公司本届监事，监事任期3年。

（三）公司高级管理人员

李鹏，总经理，其具体情况详见本章节之“七、公司董事、监事、高级管理人员基

本情况”之“（一）公司董事”。

孙筱婧，副总经理，其具体情况详见本章节之“七、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）公司董事”。

孔令川，财务总监，男，中国籍，1965年出生，本科学历，无境外永久居留权。1996年毕业于山东经济管理学院经济管理专业。1996年9月至2000年7月，就职于山东绿原集团，任财务主管；2000年7月至2004年5月，就职于阿胶集团山东阿华保健品有限公司，任财务部长；2004年5月至2006年7月，就职于香港华润集团山东阿华保健品有限公司，任财务部长；2006年7月至2011年7月，就职于山东金牌畜禽实业集团有限公司，任财务经理；2011年7月至2015年7月，就职于威海金牌生物科技股份有限公司，任财务总监；2015年7月至今，先后就职于有限公司、股份公司，任财务总监。

高远，董事会秘书，其具体情况详见本章节之“七、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）公司董事”。

公司董事、监事和高级管理人员具备法律法规规定的任职资格，报告期内不存在违反关于竞业禁止的约定、法律规定，亦不存在关于前述事项的纠纷或潜在纠纷，也不存在侵犯原任职单位知识产权、商业秘密的纠纷或潜在纠纷，不存在重大违法违规行为，任职合法合规。

八、公司最近两年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）	4,990.63	9,751.22
股东权益合计（万元）	3,752.61	2,333.24
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	3,752.61	2,333.24
每股净资产（元/股）	1.73	2.12
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	1.73	2.12
资产负债率（母公司）	31.70%	91.87%
流动比率（倍）	3.57	1.28
速动比率（倍）	3.57	1.28
项目	【2015】年度	【2014】年度
营业收入（万元）	10,654.58	5,875.41

净利润（万元）	6,510.91	1,645.59
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	6,510.91	1,645.59
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,998.25	-129.91
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）	1,998.25	-129.91
毛利率（%）	71.40	43.24
净资产收益率（%）	228.63	110.41
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	102.33	-21.52
基本每股收益（元/股）	4.45	1.49
稀释每股收益（元/股）	4.45	1.49
应收帐款周转率（次）	3.65	2.50
存货周转率（次）	0.00	0.00
经营活动产生的现金流量净额（万元）	5,699.03	311.87
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	3.90	0.28

公司主要财务指标计算公式如下：

（1）毛利率=（主营业务收入-主营业务成本）÷主营业务收入×100%

（2）净资产收益率=净利润÷加权平均净资产×100%

（3）净资产收益率（扣除非经常性损益）=[净利润-非经常性损益（1-所得税率）]÷加权平均净资产×100%

（4）基本每股收益=归属于普通股股东的当期净利润÷当期实际发行在外普通股的加权平均数

（5）稀释每股收益=稀释调整后的归属于普通股股东当期净利润÷当期实际发行在外普通股与稀释性潜在普通股的加权平均数

（6）资产负债率（母公司）=负债总额÷资产总额×100%

（7）流动比率=流动资产÷流动负债

（8）速动比率=（流动资产-存货）÷流动负债

（9）应收账款周转率=主营业务收入÷[(期初应收账款余额+期末应收账款余额)÷2]

（10）存货周转率=主营业务成本÷[(期初存货净值+期末存货净值)÷2]

（11）资产周转率=主营业务收入÷[(期初资产值+期末资产值)÷2]

（12）每股净资产=净资产/期末股本数

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

（14）扣除非经常性损益前后的加权平均净资产收益率和每股收益是根据

中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益（2008）》和《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的要求编制。

九、本次申请挂牌的有关机构

（一）主办券商

名称：南京证券股份有限公司

法定代表人：步国旬

住所：江苏省南京市大钟亭 8 号

电话：025-83367888

传真：025-83367377

项目负责人：岳晋

项目组成员：闫培新、阮小青、彭立伟

（二）律师事务所

名称：北京市天元律师事务所

负责人：朱小辉

住所：北京市西城区丰盛胡同 28 号太平洋保险大厦 10 层

邮政编码：100032

电话：010-57763888

传真：010-57763777

经办律师：李琦、郑敏俐

（三）会计师事务所

名称：天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

执行合伙事务人：陈永宏

住所：北京海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A1-A5 区域

电话：010-88827799

传真：010-88018737

经办注册会计师：谭宪才、解小雨、刘佳

（四）资产评估机构

名称：沃克森（北京）国际资产评估有限公司

法定代表人：徐伟建

住所：北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 楼 A-6

电话：010-88018767

传真：010-88019300

经办资产评估师：赵新明、李娟娟

（五）证券登记结算机构

机构名称：中国证券登记结算有限责任公司北京分公司

住所：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层

电话：010-58598980

传真：010-58598977

（六）申请挂牌证券交易场所

名称：全国中小企业股份转让系统有限责任公司

住所：北京市西城区金融大街丁 26 号

电话：010-63889513

传真：010-63889514

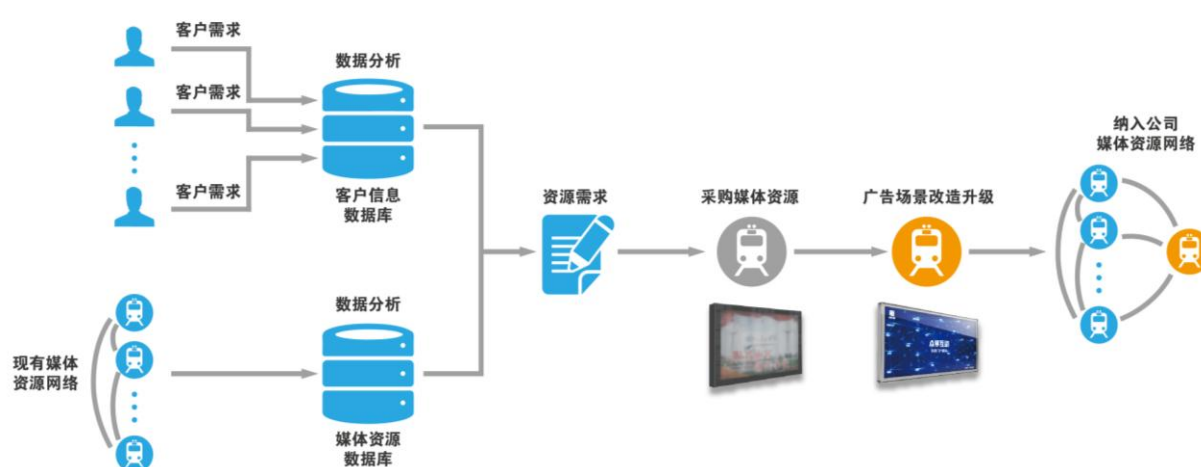
第二节 公司业务

一、公司的主要业务、产品及用途

（一）公司主要业务

公司自成立以来一直致力于打造国内领先的全国性城市入口媒体资源网络平台。目前，公司主要聚焦火车站这一汇聚巨大人流的城市入口设施，通过长期积累客户需求和广告资源数据，充分发掘火车站，尤其是到达站口设施媒体的广告资源，利用自主研发技术改造广告场景，提升广告效果，并通过对资源的整合形成覆盖全国的铁路媒体资源网络平台，然后基于该平台为客户提供广告策划及发布服务。公司在保持铁路媒体市场地位的同时，将逐步开拓航空媒体市场领域及通过移动互联网等创新技术改造升级媒体资源设施，进一步拓宽全国性城市入口媒体资源的广度、深度及增加公司高端媒体营销资源储备。

公司搭建自有媒体资源网络的具体运营模式如图所示：



报告期内，公司主营业务为全国铁路媒体资源的开发与运营，主要运营媒体为位于火车站出站通道的灯箱媒体，及 LED 视频媒体和玻璃看板媒体。公司主要服务为基于自行建设运营的全国性铁路媒体资源网络平台为客户提供广告策划及发布服务，公司服务的客户主要以全国各地的互联网通讯、旅游、金融、食品饮料等行业的企业或机构为主。

公司目前开发和运营的媒体资源主要位于火车站出站通道，形成了对城市人流入口这一关键节点的精准卡位，结合特定的商旅到达场景，具有覆盖人群广、传播精准、到达率高的特点。同时，由于传播地点为火车站等特定场所，传播时间为等候交通工具的

空闲时间以及出站等时间，与电视、报纸、杂志、广播和互联网等媒体的传播地点和时间不重合。因此，相比传统媒体，公司运营的全国性城市入口媒体平台对广告客户具有更大的吸引力。

最近两年内，公司的主营业务收入均来源于向客户提供广告制作发布服务取得的收入，主营业务收入占公司营业收入比例均为 100%，公司主营业务突出。

项目	2015 年		2014 年	
	收入金额（元）	比例（%）	收入金额（元）	比例（%）
广告制作发布	106,545,815.72	100.00	58,754,133.75	100.00

（二）主要产品或服务及其用途

公司前期致力于全国性铁路媒体资源的开发与运营，目前掌握位于北京、广州等全国近百个城市火车站点的优质媒体资源，媒体形式主要包括灯箱媒体、玻璃看板媒体、LED 视频媒体，具体如下表所示：

媒体形式	实物图	特点	用途
灯箱媒体		灯箱媒体具有画面面积大、色彩艳丽且连续性展示的特点，为受众形成独有的视觉长廊，视觉冲击力强。	媒体分布在车站出站通道内，全面覆盖出站及换乘旅客。
玻璃看板媒体		玻璃看板媒体具有发布形式多样，发布位置灵活的特点，媒体画面色彩艳丽，连续性展示，同时具有警示作用。	媒体多点位发布，从进站到出站，全程无缝覆盖，在车站大环境中极易被旅客发现并关注。

LED 视频媒体		LED 视频媒体位置优越，可全角度无遮挡的展示，是站内公众信息最为权威的发布平台之一，播放形式多样，可编排多种形式，多广告内容轮番播放。	媒体分布在火车站人流量大的进站广场以及候车室内，可以很好的覆盖进、出站以及送站人员。
----------	---	--	--

截止 2015 年 12 月 31 日，公司已经搭建完成了覆盖全国近百个城市的铁路媒体资源网络平台，其中，一线城市包括北京和广州两个城市；二线城市包括济南、重庆、青岛、大连、成都、武汉、沈阳、长春、长沙、郑州等 14 个城市；三、四线城市包括吉林、惠州、潍坊、德州、绵阳等 76 个城市，具体情况如下表所示：

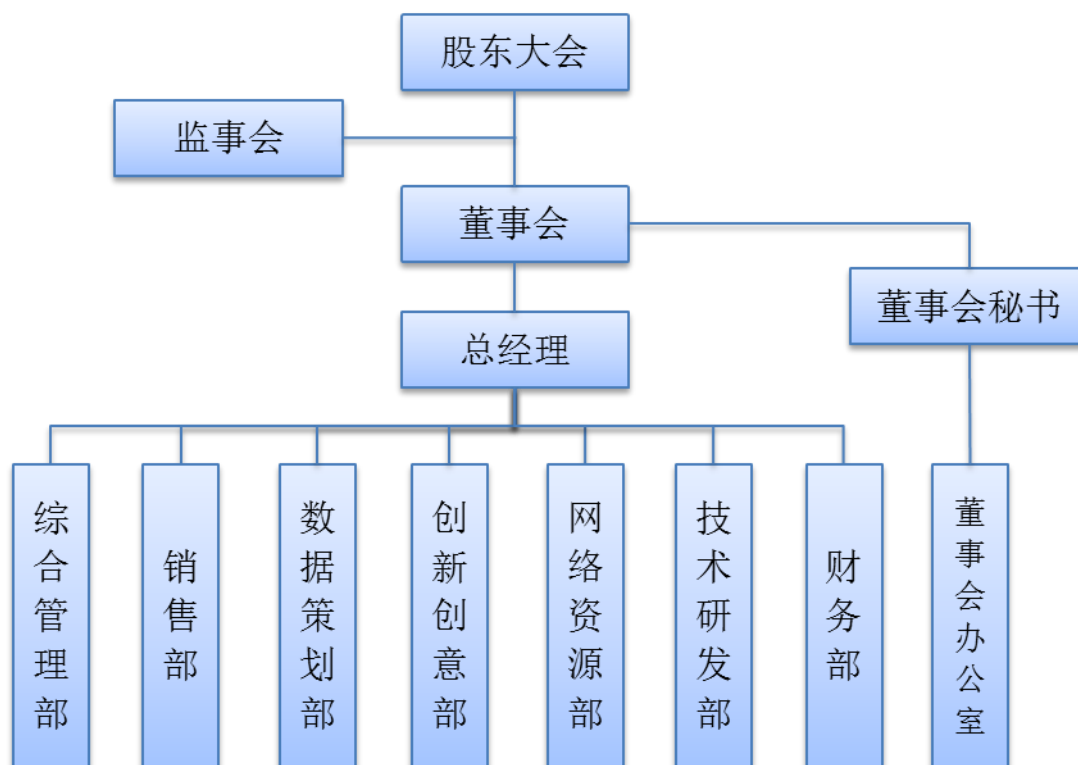
城市等级	媒体种类	单一媒体覆盖城市数量（个）	媒体覆盖城市数量（个）	说明
一线城市	LED 视频媒体	1	2	其中一个城市同时拥有 LED 视频媒体与灯箱媒体
	灯箱媒体	2		
二线城市	灯箱媒体	8	14	其中一个城市同时拥有灯箱媒体与看板媒体
	玻璃看板媒体	7		
三、四线城市	灯箱媒体	54	76	
	玻璃看板媒体	22		

二、公司组织结构和主要运营流程

（一）公司组织结构图

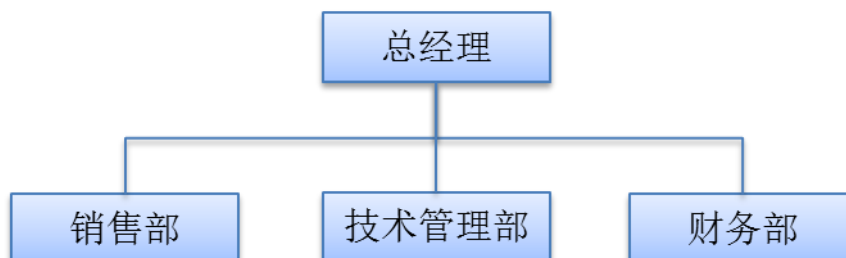
1、众享互动组织结构图

截至本公开转让说明书签署之日，公司内部组织结构情况如下：



2、子公司组织结构图

截至本公开转让说明书签署之日，子公司林芝雅江内部组织结构情况如下：



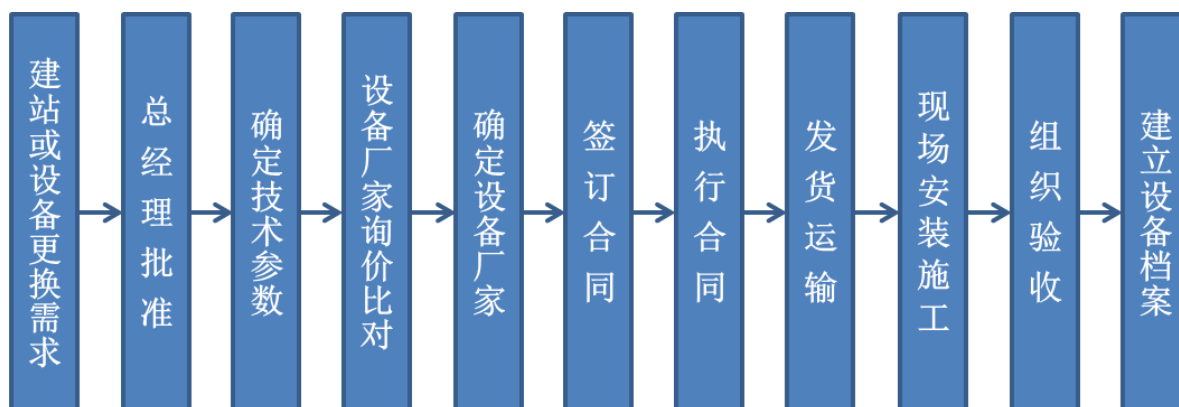
（二）公司主要业务流程

公司及其子公司致力于全国性城市入口媒体平台的开发和运营，涉及的主要环节包括设备及媒体资源的购买、广告场景改造升级、销售策划、广告发布、监测报告。

1、设备、媒体资源的购买流程

（1）设备购买流程

公司主要采购的媒体设备包括滚动灯箱、全彩 LED 显示屏以及其它相关组件等，具体采购流程如下：



（2）媒体资源（代理权）购买流程

公司目前运营的媒体资源主要为铁路媒体资源，其上游供应商主要为各地区铁路局，采购工作由网络资源部负责，主要以买断媒体资源经营权模式来进行。



2、广告场景改造升级流程

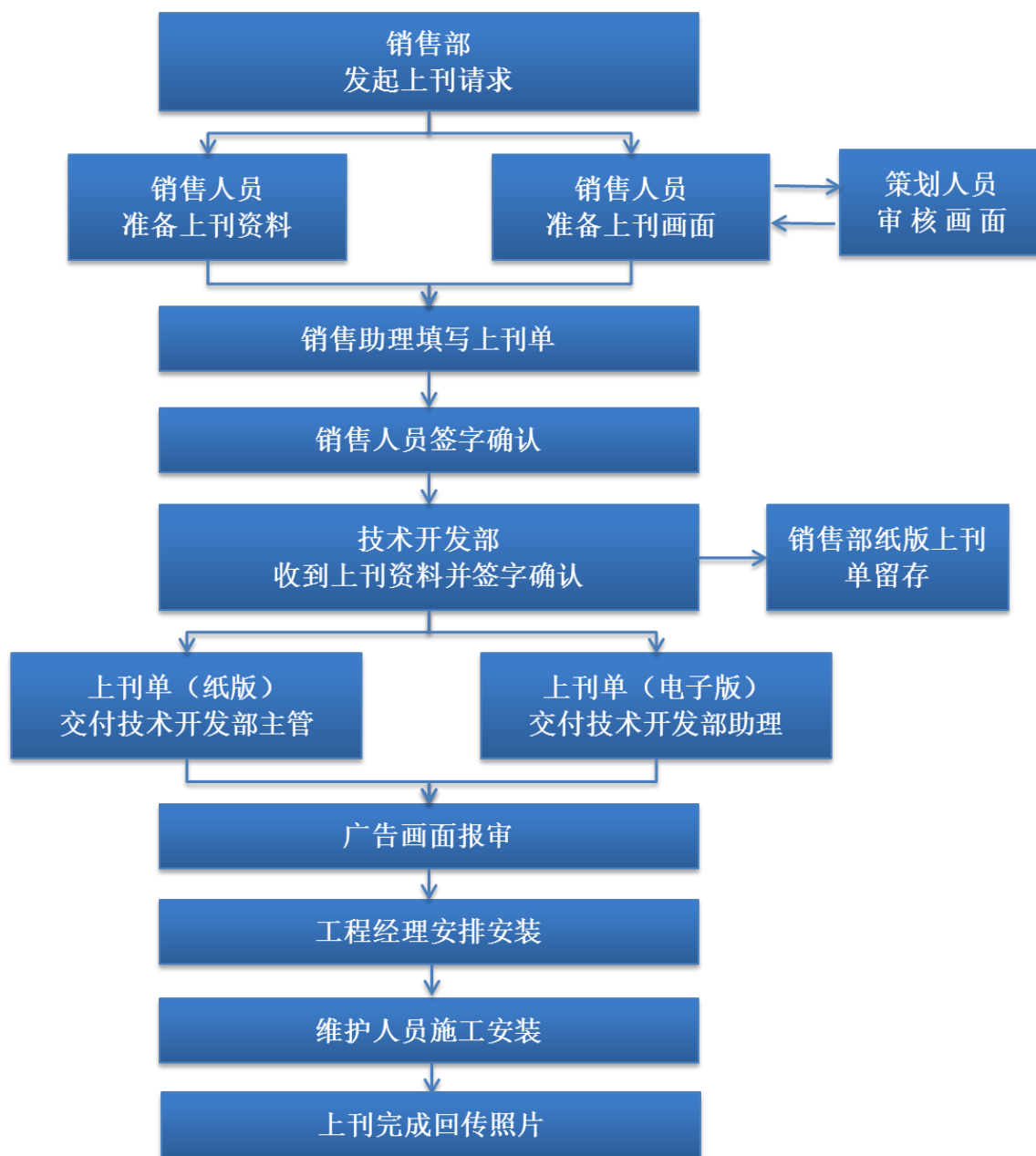


3、销售策划流程



4、广告发布流程

媒体发布包括销售部发出发起上刊请求至技术研发部和技术研发部进行媒体发布两个环节。



5、监测报告



三、公司与业务相关的关键资源要素

（一）公司产品、服务所使用的主要技术

1、滚动灯箱系统

公司目前开展业务过程中所使用的主要技术为建设并维护的铁路媒体广告发布系统，即滚动灯箱系统。

公司开发的滚动灯箱系统的优势主要体现在外观设计、照明系统、动力系统三个方面。时尚新颖的外观设计不仅优化了设备结构和材料，使整机厚度压缩了 50%，简化了外形结构并减轻了框架的重量，并且增加了展示面的透光性，使所展示的画面更加清晰美观；照明系统通过整机光源照明的合理化设计，在不影响照明效果的前提下大大减小了整机功率；动力系统通过采用数字轴集成系统，减少了故障发生点，也简化了维修过程，并从软件系统实现了汉化提示和中文操作界面，省去了最初的位置传感器，对画面进行首尾端识别后自动计算长度，按照操作人员设置的画面幅数分割运转，从而大大减少了故障发生。

公司与上百个铁路系统的单位合作，根据每一个车站的空间设计、人流分布、信息系统、物理环境等情况，自主研发、安装、运营了覆盖全国近百个火车站的独家网络化城市入口场景广告投放系统，该系统采用动态自动同步控制技术，有效解决了静态灯箱的主要缺点。

（二）主要无形资产情况

1、专利情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司拥有的专利共 1 项，具体信息如下：

序号	类型	名称	申请日期	申请号	专利权人
1	实用新型	滚动灯箱	2008.01.31	2008200043505	北京众享互动传媒科技股份有限公司

2、软件著作权情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司拥有的 8 项软件著作权，具体信息如下：

序号	软件著作权登记号	软件名称	软件著作权登记批准日期	软件著作权人
1	2015SR277185	众享互动人流统计软件	2015-12-24	北京众享互动广告股份有限公司
2	2015SR274964	众享互动流媒体播放软件	2015-12-23	北京众享互动广告股份有限公司
3	2015SR274925	众享互动流媒体转发服务器软件	2015-12-23	北京众享互动广告股份有限公司

序号	软件著作权登记号	软件名称	软件著作权登记批准日期	软件著作权人
4	2015SR274279	众享互动移动终端互动系统软件	2015-12-23	北京众享互动广告股份有限公司
5	2015SR273461	众享互动网络监控管理平台系统	2015-12-23	北京众享互动广告股份有限公司
6	2015SR273352	众享互动媒体场景定位管理系统软件	2015-12-23	北京众享互动广告股份有限公司
7	2015SR273271	众享互动屏幕控制切换软件	2015-12-23	北京众享互动广告股份有限公司
8	2015SR272564	众享互动移动终端后台统计软件	2015-12-22	北京众享互动广告股份有限公司

说明：公司正在办理软件著作权人更名相关手续。

3、商标情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司拥有 1 项商标正在申请过程中，具体信息如下：

序号	商标名称	申请日期	申请号	核定使用类别	权利人
1		2015 年 8 月 26 日	17755885	第 35、42 类	北京众享互动广告有限公司

说明：公司正在办理申请人名称变更手续

4、租赁房产

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其子公司租赁房产情况如下：

承租方	出租方	出租房屋地址 (租赁房屋地址)	租赁面积 (m ²)	租赁期限	用途
众享互动	铁道党校	北京市海淀区北太平庄路 27 号院图书馆楼 4 层 402 (套间)、403、404、410、413、414 号	354.87	2015.11.01-2016.10.31	办公
众享互动	铁道党校	北京市海淀区北太平庄路 27 号院图书馆楼 4 层 412 号	35.99	2015.12.01-2016.11.30	办公
众享互动	铁道党校	北京市海淀区北太平庄路 27 号院图书馆楼 3 层 303、304 号	71.28	2015.12.11-2016.12.31	办公
众享互动	铁道党校	北京市海淀区北太平庄路 27 号院学员楼 1 层 123 号	25.28	2015.10.01-2016.09.30	办公
林芝雅江	林芝市人民防空办公室	巴宜区广福大道 73 号，房间号 501 至 509	300	2015.09.17-2023.01.22	办公
林芝雅江	李宁	林芝地区林芝县八一镇会展中心广东花园之三 6 单元二楼 203 室	85.40	2014.03.01-2017.03.01	办公

(三) 业务许可或资质情况

公司及其子公司不属于《广告经营许可管理办法》和《广告管理条例实施细则》中规定的需要向广告监督管理机关申请登记并取得广告经营许可证的企业，只须在经营范围中申请有关业务即可。

（四）主要固定资产情况

公司拥有的固定资产主要包括机器设备、运输工具、电子设备、办公设备。截至 2015 年 12 月 31 日，公司拥有的各类主要固定资产情况如下表所示：

项目	固定资产原值（元）	累计折旧（元）	固定资产净值（元）	成新率（%）
机器设备	3,120,318.45	900,729.86	2,219,588.59	71.13
运输工具	1,025,472.69	614,813.56	410,659.13	40.05
电子设备	18,835.32	4,335.43	14,499.89	76.98
办公设备	235,400.00	170,252.68	65,147.32	27.68
合计	4,400,026.46	1,690,131.53	2,709,894.93	61.59

（五）公司员工情况

1、公司及其子公司人员结构

截至 2016 年 2 月 29 日，公司及其子公司共有员工 42 人，员工构成情况如下所示：

（1）按工作岗位划分

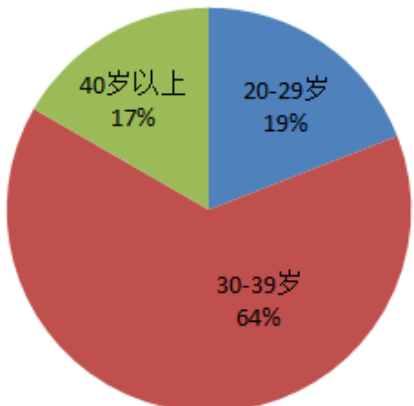
岗位	人数（人）	占比（%）
管理人员	4	9.52
财务人员	3	7.14
销售人员	20	47.62
工程人员	8	19.05
运营人员	7	16.67
合计	42	100.00

（2）按教育程度划分

教育程度	人数（人）	占比（%）
硕士及以上	2	4.76
本科	13	30.95
大专	21	50.00
大专以下	6	14.29

合计	42	100.00	
----	----	--------	--

(3) 按年龄划分

年龄	人数（人）	占比（%）	
20-29 岁	8	19.00	
30-39 岁	27	64.30	
40 岁以上	7	16.70	
合计	42	100.00	

2、核心业务人员情况

目前，公司核心业务人员基本情况具体如下：

李鹏，基本情况参见“第一节 基本情况”之“七、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”。

孙筱婧，基本情况参见“第一节 基本情况”之“七、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”。

3、核心业务人员变动情况

报告期内，公司核心业务人员未发生变动，核心业务团队较为稳定。

四、公司业务经营情况

(一) 公司业务收入情况

最近两年内，公司的主营业务收入来源于向客户提供广告制作发布服务取得的收入。2014 年度、2015 年度份公司主营业务收入占公司营业收入比例均为 100%，公司主营业务突出。

报告期内，公司各期产品的规模、销售收入情况如下：

项目	2015 年		2014 年	
	收入金额（元）	比例（%）	收入金额（元）	比例（%）
广告制作发布	106,545,815.72	100.00	58,754,133.75	100.00

(二) 客户情况

1、主要消费群体

报告期内，公司服务的客户主要以互联网通讯、旅游、金融、食品饮料等行业的企

业或机构为主,2014 年和 2015 年度,公司前五大客户营业收入总额分别为 34,841,838.28 元和 73,720,765.53 元, 占当期营业收入的比例分别为 59.30%和 69.19%。

2、公司前五名客户情况

(1) 2015 年前五名客户情况

2015 年度,公司主营业务收入总额为 106,545,815.72 元,其中前五名客户销售收入占当期营业收入的收 69.19%,前五大客户的具体销售额如下表:

客户名称	销售额(元)	占公司当期营业收入的比例(%)
湖北黄山头酒业营销有限公司	24,528,301.89	23.02
新疆鼎函文化传媒有限公司	19,386,792.44	18.20
北京杰尔思行广告有限公司	17,900,415.11	16.80
冠群驰骋投资管理(北京)有限公司	8,773,584.93	8.23
陕西省西咸新区沣东新城管委会	3,131,671.16	2.94
合计	73,720,765.53	69.19

(2) 2014 年前五名客户情况

2014 年度,公司主营业务收入总额为 58,754,133.75 元,其中前五名客户销售收入占当期营业收入的收 59.30%,前五大客户的具体销售额如下表:

客户名称	销售额(元)	占公司当期营业收入的比例(%)
北京杰尔思行广告有限公司	17,598,792.46	29.85
冠群驰骋投资管理(北京)有限公司	5,988,396.23	10.19
中国联合水泥集团有限公司山东运营管理区营销中心	5,908,018.87	10.06
陕西省西咸新区沣东新城管委会	3,082,479.78	5.25
山西省旅游局	2,264,150.94	3.85
合计	34,841,838.28	59.30

(三) 采购情况

1、采购情况

报告期内,公司所采购的产品及服务主要包括媒体资源代理权、滚动灯箱、广告制作服务、维护媒体设备所需的人工及物料等。

2、公司前五名供应商情况

(1) 2015 年前五名供应商情况

供应商名称	采购额(元)	占公司当期营业成本的比例(%)
-------	--------	-----------------

中铁世纪传媒广告有限公司北京西站广告分公司	8,501,535.16	24.17
成都铁路文化传媒总公司	3,245,657.63	9.23
沈阳铁道文化传媒集团有限公司	3,224,541.27	9.17
广州铁路集团文化广告总公司	3,128,651.64	8.89
河南中原铁道文化传媒有限公司	2,935,204.25	8.34
合计	21,035,589.95	59.79

(2) 2014 年前五名供应商情况

供应商名称	采购额（元）	占公司当期营业成本的比例（%）
中铁世纪传媒广告有限公司北京西站广告分公司	9,552,846.92	24.36
广州铁路集团文化广告总公司	4,245,330.05	10.83
河南中原铁道文化传媒有限公司	3,401,174.67	8.67
成都铁路文化传媒总公司	3,178,512.26	8.11
沈阳铁道文化传媒集团有限公司	3,046,981.81	7.77
合计	23,424,845.70	59.74

(四) 重大的业务合同及履行情况

1、销售合同

报告期内，公司及子公司签订的金额较大的销售合同如下表所示：

序号	签署日期	客户名称	合同金额	履行情况
1	2014.4.1	湖北黄山头酒业营销有限公司	26,000,000.00	履行完
2	2014.5.1	北京杰尔思行广告有限公司	18,000,000.00	履行完
3	2015.5.1	新疆鼎涵文化传媒有限公司	10,950,000.00	履行完
4	2015.4.1	新疆鼎涵文化传媒有限公司	9,600,000.00	履行完
5	2014.11.26	山西省旅游局	2,400,000.00	履行完
6	2015.1.21	冠群驰骋投资管理（北京）有限公司	3,100,000.00	履行完
7	2015.4.22	冠群驰骋投资管理（北京）有限公司	3,100,000.00	履行完
8	2015.7.15	冠群驰骋投资管理（北京）有限公司	3,100,000.00	履行完
9	2015.08.03	广西壮族自治区旅游发展委员会	3,660,000.00	履行完
10	2015.04.03	北京杰尔思行广告有限公司	18,000,000.00	履行中
11	2015.4.15	陕西省西咸新区沣东新城管理委员会	3,700,000.00	履行中

2、采购合同

报告期内，公司及子公司签订的金额较大的采购合同如下表所示：

序号	签署日期	客户名称	合同内容	合同金额区间	履行情况
----	------	------	------	--------	------

1	2010.11.05	广州铁路集团文化广告总公司	湖南境内车站地下通道广告代理发布	500 万以上	履行中
2	2011.09.01	广州铁路集团文化广告总公司	广东境内车站地下通道广告代理发布	500 万以上	履行中
3	2013.08.20	成都铁路文化传媒总公司	成都东等 9 个铁路客运站部分区域广告代理发布	500 万以上	履行中
4	2011.11.18	中铁世纪传媒广告有限公司北京西站广告分公司	北京西站 VIP3/VIP4 候车室广告合作经营	500 万以上	履行中
5	2013.03.06	中铁世纪传媒广告有限公司北京西站广告分公司	北京西站广告媒体购买	500 万以上	履行中
6	2012.04.01	武汉铁路武昌车站博强实业公司	广告位租赁合同	500 万以上	履行完
7	2012.06.12	山东中铁旅游广告集团有限公司	济南铁路局客运站玻璃贴媒体广告代理	500 万以上	履行完
8	2015.06.10	武汉铁路武昌车站博强实业公司	场地租赁使用	500 万以上	履行中
9	2015.09.24	河南中原铁道文化传媒有限公司	郑州铁路局站舍代理广告媒体发布	500 万以上	履行中

五、公司的商业模式

公司商业模式可分为采购模式、改造升级模式、销售模式和服务模式，子公司与公司商业模式一致。

（一）采购模式

1、媒体资源的采购

公司目前运营的媒体资源主要为铁路媒体资源，主要以买断媒体资源经营权（代理权）的模式来进行采购。公司的经营模式为规模化网络经营，通过在全国各地火车站购买特定媒体资源经营权，然后通过整合形成全国性的规模化网络经营。公司先根据潜在媒体资源所处的地理位置、人流和消费者情况、周边商业形态、广告覆盖率、改造升级的可能性和可行性等因素对其广告价值进行研究，而后决策是否向媒体资源提供方购买媒体资源的经营权。公司与资源方（火车站）达成合作意向后，签订长期合作协议，资源方主要提供媒体资源场地，公司负责提供媒体设备、负责技术和系统运营及所需资金。公司经营的铁路媒体资源最主要形式为灯箱媒体，其他形式还包括玻璃看板媒体和 LED 视频媒体。此外，公司在业务拓展中为满足目标客户的特定媒体发布需求，还会通过媒体代理等方式以实现多元化媒体发布的定制化服务。

2、其他设备和服务的采购

其他设备和服务的采购主要由公司技术研发部负责。技术研发部首先根据市场询价形成的备选采购名单中的供应商基本信息和产品信息，对采购产品的质量、价格、售后及供应商资质和服务等因素进行综合考量评估，最终确定 3-5 家合格供应商，然后根据具体产品价格、产品质量以及项目的实际需求确定最终供应商。

（二）改造升级模式

公司业务经营的一大特点为利用自主研发技术对广告场景进行改造升级，从而显著提升资源价值。公司广告场景改造升级工作主要分为四个阶段：前期评估建议、制定正式方案、施工安装调试和后续维护升级。

前期评估建议：公司在接触、评估潜在铁路媒体资源时，即充分考虑广告场景改造升级的可行性，并向资源方提出广告场景改造建议和初步方案。

制定正式方案：公司取得铁路媒体资源经营权且站方同意进行改造升级后，根据车站空间布局、人流分布、电力和信息系统状况等，重新对媒体资源点位和媒体资源形式进行优化设计，并根据各资源位置的墙体结构、区域环境（例如通道高低、宽窄、长短、墙面颜色、照明条件）、用电需求等因素，拟订方案并制作效果图，与铁路和车站相关部门反复沟通协商并修改，最终形成正式改造升级方案。

施工安装调试：正式改造升级方案经铁路和车站相关部门批准后，公司进一步和铁路和车站相关部门协商确定施工时间、安全防护措施等工程细节，并委托铁路部门的建设工程机构（或铁路部门指定的其他具有资质的施工单位）进行施工和设备安装。施工、安装完成后，公司专业技术人员对设备进行联机调试。

后续维护升级：媒体资源设备投入使用后，由于火车站环境具有人流量大、持续高强度震动等特殊因素，除需要及时排除软硬件故障、更换损坏部件外，还需要定期进行系统校准等维护工作。公司专业技术人员除对突发故障及时维修外，还定期巡视公司运营各媒体资源设备，进行维护并提前排除潜在故障隐患，保障公司媒体设备良好运行。此外，公司技术研发部还不断进行创新研发，不定期对设备实施软硬件升级。

由于铁路广告场景改造项目涉及铁路、车站系统不同部门的协调和批准，且铁路部门高度强调安全性并要求对铁路、车站正常运行的影响最小化，因此整个项目工作流程较为复杂。根据公司经验，公司从前期评估建议到最终完成安装调试并投入使用，一般需要 6-12 个月的时间。

（三）销售模式

公司为客户提供以需求为导向的直接销售模式与服务模式。公司主要围绕目标受众

的特点，结合各媒体资源的表现形式和地域特点寻找适合的目标客户。通过与目标客户市场、品牌人员进行沟通，对其消费者、竞争品牌、市场产品特点及营销资源契合度等方面进行分析，在充分掌握客户需求的基础上，结合公司长期累积的广告数据资源，选定投放区域及媒介种类的组合，设定合理的媒介比重，进行媒体组合优化，形成总体媒介策略，围绕客户特点及其目标市场背景等因素形成整体营销方案，以达到增强客户传播竞争力、提高客户满意度的目的。

对于长期客户，公司与客户进行深度互动，逐步积累针对客户和产品的精准数据信息，介入客户产品研发和市场定位等早期广告策略环节，利用独家数据资源为客户提供基于效果整体营销方案，并且通过公司独有的营销资源网络化平台，降低客户广告成本，提高广告投入回报。

（四）服务模式

众享模式是公司通过多年经营的经验总结，基于稳定、良好的全国性城市入口媒体资源布局优势和自主建设媒体设备的不断改造升级优势，通过对资源设备及经营理念的升级、将资源进行充分高效利用而打造出的一种商业模式，它包括营销资源众享、客户众享、地域众享和渠道众享。

1、营销资源众享

公司拥有的主要铁路媒体资源为公司基于自有专利技术自主建设安装的滚动灯箱，预留了改造升级并嫁接创新技术的空间。公司将进一步通过基于地理位置的服务（LBS）等创新技术，逐步改造公司现有媒体资源网络，将单一媒体资源升级成为基于 LBS 的精准场景营销平台，实现屏端到终端的精准互动，在保持现有媒体传播优势的基础上进一步实现基于场景的移动互联网精准营销。通过上述方式，公司可以达到原有媒体发布传播方式和创新性移动互联网营销方式共享同一场景营销资源，在不增加资源获取成本的前提下实现公司资源升级，使公司可以迅速低成本切入快速增长的移动互联网广告市场，分享行业发展红利。

2、客户众享

因为受众人群在同一地区观看固定类广告的时间是单次的，所以在受众人群未看广告的时间媒体发布平台实际是被闲置的。基于此，公司在保证受众人群单次接受广告投放时间的基础上，将固定单幅画面的灯箱媒体转变为滚动多幅画面的灯箱媒体，使静态广告转变为人体可主动捕捉的动态广告，从而让单一广告平台发布单一客户广告转变为多广告发布平台发布多客户广告，即在不影响广告主投放广告效果的情况下，增大了广

告面积，降低了公司运营的边际成本。同时，通过客户众享模式实现的巨大可发布容量，公司在面对具体客户需求时，具有较高的冗余度，可以更好满足客户需求，维护客户关系，增强客户粘性。

3、地域众享

公司通过全国性网络化媒体资源平台，可以从市场角度对资源进行充分重组，使原有经营条件下被低估的资源价值得到提升，不仅大大提升了资源使用效率，也增强了公司盈利能力。主要体现在以下两方面：

一方面是通过跨区域重组实现资源价值提升。铁路车站广告经营模式为属地铁路局分段经营，这种经营模式决定了各地铁路广告媒体经营具有独立性、区域性的特点，限制了铁路广告整体布局传播的规模效益和广告发布的投放效果，往往和市场需求存在错位，公司通过运营的全国性网络化铁路媒体资源平台从市场角度对广告资源进行跨区域重组可以显著提升资源价值。例如河南驻马店火车站隶属于武汉铁路局，公司取得媒体经营权后将其划入河南片区进行整体经营，而将郑州铁路局所属的山西晋城、长治火车站划出河南片区。

另一方面是通过“热门资源”和“冷门资源”重组实现价值提升。从整个行业资源采购的情况分析，核心地区的优质资源受到广告主的青睐，而欠发达地区、人流量少、关注度低的资源采购率较低，造成大量资源的闲置。公司在建立大中型城市核心资源代理权的同时，利用较少的成本同时获得业主其他地域的闲置资源代理权，进而加大了公司资源网络的辐射范围与投放密度，并通过合理安排媒介组合，将有关资源整体打包销售给目标客户，既达到了优惠促销广告发布的效果，使客户用略高于原核心资源的发布成本获得了更多地域的发布机会，又达到了更加广泛有力的投放效果，使公司盘活了许多闲置的资源，大大提高了公司资源的使用效率和采购过程中的议价能力。

4、渠道众享

渠道众享是将不同类型间的资源整合，使得客户的投放可以跨地域、跨平台，从而达到为目标客户进行立体式、全方位的传播效果。目前我国广告行业呈现市场集中度低、竞争激烈的特点，不具有一定规模的广告公司很难吸引优质的客户，造成其资源的闲置，得不到有效利用。公司利用多年经营积累的行业信息优势与客户资源优势，采用网络化经营的理念，利用较低的市场价格获得行业内其他公司的闲置资源，并将该资源通过系统整合的方式打包或以略低于广告主直接获得使用的成本销售给目标客户，从而在获取差额利润的同时，提高了产品的美誉度。

六、公司所在行业基本情况

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》的分类标准，公司业务所在行业属于大类“L 租赁和商务服务业”中的子类“L72 商务服务业”；根据国家统计局《国民经济行业分类（GB/T 4754-2011）》的分类标准，公司业务属于“L72 商务服务业”中的“L7240 广告业”。

根据股转公司《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“L72 商务服务业”中的“L7240 广告业”。

（一）行业管理规定

我国广告监管法律环境包括政府行政机关对广告的监管、广告行业自律、消费者权益保护和广告监管法律法规四个方面。

1、主管部门及监管体制

（1）广告监督管理机关

我国广告监督管理机关主要是县级以上人民政府工商行政管理部门，其主要职责包括对广告主、广告经营者和广告发布的全过程进行监督和管理，保证广告活动在法律规定的范围内进行并负责查处广告违法案件，依法追究违法广告行为责任者的法律责任，并予以处罚。此外，国务院工商行政管理部门还会同国务院有关部门负责制定大众传播媒介广告发布行为规范。

（2）广告审查机关

发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门（以下简称“广告审查机关”）对广告内容进行审查。广告审查机关在广告交付设计、制作、代理和发布前，对广告主体资格、广告内容及其表现形式和有关证明文件或材料进行审查，并出具与审查结果和审查意见相应的证明文件。广告主申请广告审查，应当依照法律、行政法规规定做出审查决定，并应当将审查批准文件抄送同级工商行政管理部门。

（3）广告行业自律组织

广告行业自律是指广告活动主体以行业普遍认可的行为规范，或者以行业组织依程序制定的广告活动规则为标准，进行自我约束和管理，使其行为符合国家法律、社会道德和职业道德的要求。我国广告行业自律组织主要有中国广告协会、中国商务广告协会、中国 4A 协会等。

① 中国广告协会

中国广告协会成立于 1983 年 12 月 27 日，是国家工商行政管理总局的直属事业单位，由国家相关部委直接领导，是中国广告界的行业组织，其主要职能是在国家工商行政管理总局的指导下，按照国家有关方针、政策和法规，对行业进行指导、协调、服务、监督。经过 20 多年的发展，已有全国各省、自治区、直辖市等地方广告协会单位会员 51 家以及 15 个专业领域的分支机构。

② 中国商务广告协会

中国商务广告协会原为中国对外经济贸易广告协会，成立于 1981 年，是我国最早成立的全国性广告行业组织，并编辑出版《国际广告》和《IAI 中国广告作品年鉴》。更名后的中国商务广告协会职能任务为围绕商务部的工作，包括加强对创业产业的研究，加强对创意产业的建设，以及加强对会员单位的服务。

③ 消费者协会和其他消费者组织

消费者协会和其他消费者组织对违反《广告法》规定，发布虚假广告侵害消费者合法权益，以及其他损害社会公共利益的行为，依法进行社会监督。同时，《消费者权益保护法》和《广告管理条例》中也都规定了消费者有权监督广告活动的进行。消费者对广告的监督和约束主要是通过广告监管机关、消费者协会和社会舆论工作，依法保护自身合法权益，例如索取赔偿金，要求更改广告内容等。

2、主要法律法规及政策

（1）主要法律法规

我国广告行业实行由《中华人民共和国广告法》为核心和主干、以《广告管理条例》为必要补充、以国家工商局或会同有关部门制定的行政规章和规定为具体操作依据、以地方行政规定为实际针对性措施、以行业自律规则为司法行政措施的重要补充的多层次的法律体系。目前国内广告业中的主要法律法规如下：

类别		名称	颁布单位
法律		《中华人民共和国广告法》	全国人民代表大会常务委员会
行政法规		《广告管理条例》	国务院
部门章程	经营管理类	《广告管理条例实施细则》	国家工商行政管理总局
		《广告经营许可证管理办法》	国家工商行政管理总局
	产品、行业监管类	《化妆品广告管理办法》、《医疗广告管理办法》、《广告显示屏管理办法》等	国家工商行政管理总局
其他		《铁道部关于铁路站车广告管理办	铁道部

	法》	
	《中国广告行业自律规则》	中国广告协会

(2) 主要产业政策

国家大力扶持广告行业，相继出来了一系列的促进广告行业发展的相关政策。

2009 年 1 月，国务院办公厅《关于促进服务外包产业发展问题的复函》(国办函[2009]9 号)，指出将服务外包产业的发展提升到国家战略高度，明确要把促进服务外包产业发展作为推进结构调整、转变外贸发展方式、增加高校毕业生就业机会的重要途径。并给予包括税收、用工、市场开拓等全方位的产业政策支持。

2009 年 9 月 26 日，国务院发布《文化产业振兴规划》，确定将以文化创意、广告、动漫等产业为重点，加大扶持力度，完善产业政策体系，实现跨越式发展。首次把文化产业的发展规划列入国家发展战略中来，标志着把文化产业发展作为一个战略性产业提升到了国家战略的层面，意义重大而深远。

2011 年 3 月 17 日，国家“十二五”规划纲要首次明确提出“促进广告业健康发展”，规划纲要作为国家中期发展战略，对广告业发展的指导性意义深远，定位准确，方向明确。

2011 年 3 月 27 日，国家发改委发布《产业结构调整指导目录(2011 年本)》，已把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类，这是广告业第一次享受国家鼓励类政策，为广告业发展提供了强有力的政策支持依据和空间。

2012 年 6 月 18 日，国家工商总局印发《广告产业发展“十二五”规划》，明确提出广告业要提高专业化、集约化、国际化水平，推动行业健康、全面、协调、可持续发展。

2012 年 7 月，财政部办公厅、国家工商总局办公厅日前印发《关于开展 2012 年现代服务业试点支持广告业发展有关问题的通知》，正式开展 2012 年中央财政支持广告业发展试点工作。

2013 年 2 月 16 日，国家发展改革委第 21 号令公布了《国家发展改革委关于修改<产业结构调整指导目录（2011 年本）>有关条款的决定》，修改后的《产业结构调整指导目录（2011 年本）（2013 修正）》，继续将“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类，为广告业发展提供了强有力的政策支持依据和空间。

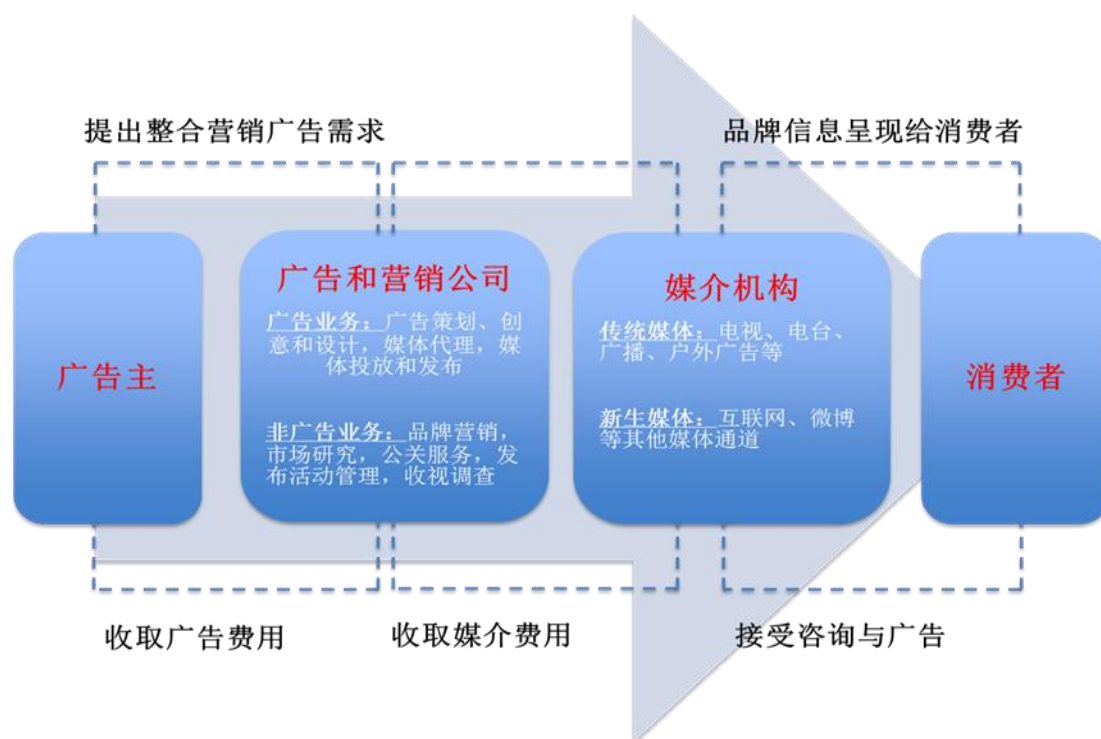
(二) 广告行业发展概况

1、广告及广告行业概述

根据《中华人民共和国广告法》，广告是指商品经营者或者服务提供者承担费用，

通过一定媒介和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者所提供的服务的商业广告；广告主，是指为推销商品或者提供服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的法人、其他经济组织或者个人；广告经营者，是指受委托提供广告设计、制作、代理服务的法人、其他经济组织或者个人，主要为各种类型的广告公司。广告发布者具体用以传播商品或劳务信息所运用的物质与技术手段成为广告媒体。

典型的广告产业链是从广告主的诉求出发，通过第三方公司完成媒体的购买和广告创意的设计，从而通过媒体上的投放实现目标受众向消费者的转化。广告公司在广告市场的产业链中处于中介地位，连接上游广告客户和下游媒介机构，从而为广告主将广告信息发布在选择的媒介上，实现广告目标。下图显示广告行业产业链结构分析。



2、全球广告行业发展情况

随着世界经济的增长，广告市场规模不断增大。根据群邑全球（GroupM，全球最大媒体集团 WPP 旗下企业）于 2015 年 12 月发布的《今年，明年》（This Year, Next Year），预估 2015 年全球广告支出将增长 3.4%，2016 年增长率预计为 4.5%。根据该报告，2016 年，巴西、俄罗斯、中国和印度四国将占全球广告支出的 23%，该比例自 2000 年起逐年攀升，预计至 2020 年，这一数值将每年增长一个百分点。

就地区而言，该报告预估的北美（2015 年为 1.7%，2016 年为 2.6%）和西欧（2015 年为 2.3%，2016 年为 3.4%）的增长率均低于全球平均增长率，而中国（2015 年为 7.8%，2016 年为 9.1%）、拉丁美洲（2015 年为 8.0%，2016 年为 5.9%）和东盟国家（2015 年

为 7.0%，2016 年为 8.6%）的增长率均高于全球平均增长率。

根据该报告，就媒体类型而言，全球范围内，广告预算向数字媒体转移仍是最大的趋势。2015 年数字广告支出预计增长率为 17%，2016 年预计将增长 14%，占全球广告支出的 31%。受益于原生营销方式的涌现、技术创新、价值提升、广告可见度和测量方法的改进、自动化和效率提升、更好的广告创意以及对数据的运用，虽然数字广告支出预计增长速度有所放缓，但增长依然强劲。

2016 年全球平面媒体的广告份额预计将维持在 18%。平面媒体的广告份额流失速度正逐渐减缓。但该报告指出，平面媒体市场状态仍不能称为稳定。平面媒体在向数字渠道转型，但只有几家强大的机构在数字领域仍取得了成功。转变遇到的主要障碍有：碎片化的市场，到达率下降，缺乏统一的受众衡量和交易标准等。

传统的电视媒体保持着良好的发展态势。电视广告在 2012 年的峰值时期，占到了全球广告总支出的近 44%，此后则每年流失一个百分点。但各国情况出现分化，部分国家电视广告份额上升，而部分国家电视广告份额出现下降。

3、中国广告行业发展情况

（1）中国广告行业发展概述

改革开放以来，随着《广告法》的颁布和实施，同时又得益于国民经济发展的提速，广告行业加速发展，传播技术不断进步，行业经营环境不断优化，使广告行业成为中国经济持续发展的重要推动力量。

2014 年，我国广告经营额达到 5605.60 亿元，广告经营单位 54.37 万户，广告从业人员 271.79 万人，同比 2013 年分别增长了 11.67%，22.08%和 3.66 %。

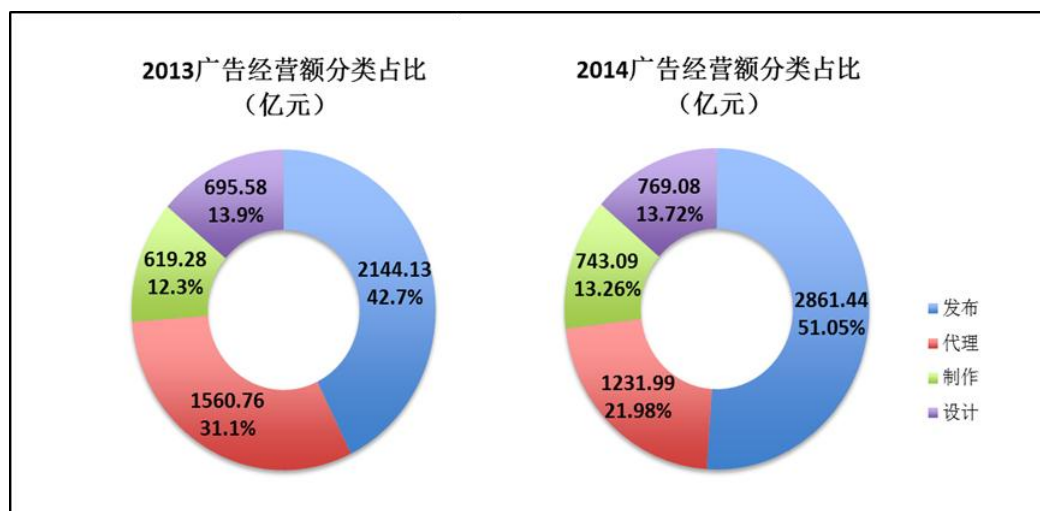
2013-2014 年全国广告经营情况

项目	2013 年	2014 年	增长率（%）
经营单位（户）	445365	543690	22.08
从业人员（人）	2622053	2717939	3.66
营业额（亿元）	5019.75	5605.60	11.67

数据来源：现代广告

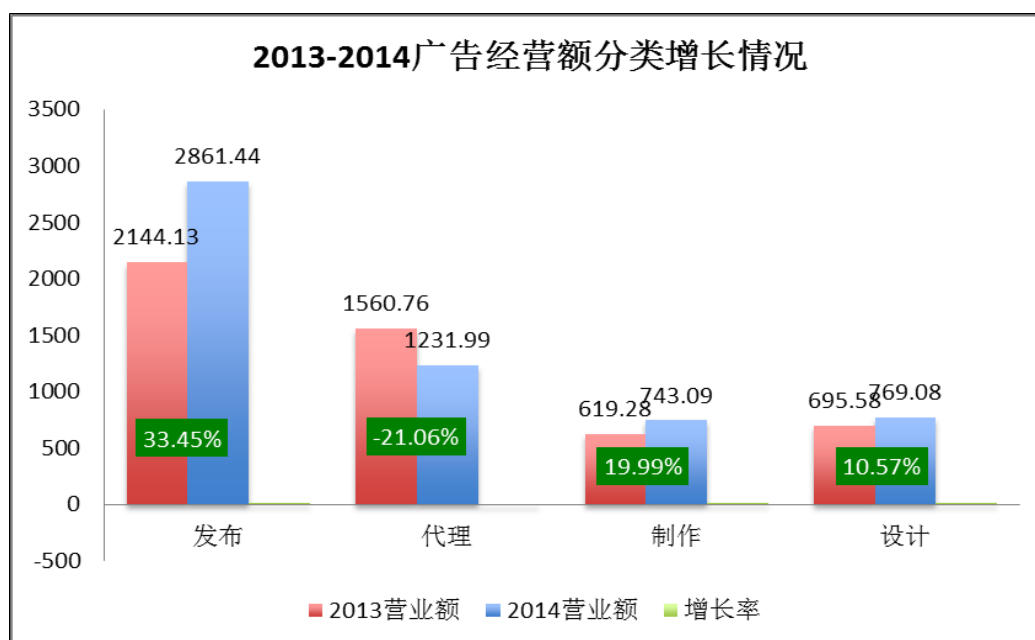
按业务门类划分，2014 年，设计、制作、代理、发布四大业务门类的费用总额分别为 769.08 亿元、743.09 亿元、1231.99 亿元、2861.44 亿元，分别占据了总额的 13.72%、13.26%、21.98%、51.05%。2013 年，该四大业务门类的费用总额分别为 695.58 亿元、619.28 亿元、1560.76 亿元、2144.13 亿元，分别占据了总额的 13.9%、12.3%、31.1%、

42.7%。



资料来源：整理自《现代广告》

相比 2013 年,设计、制作、代理、发布四大业务门类的增长率分别为 10.57%、19.99%、-21.06%、33.45%。其中,代理业务与发布业务的份额比例变化较大,“代理”业务的份额减少了 9.12%;而“发布”业务份额则增加了 8.35%。

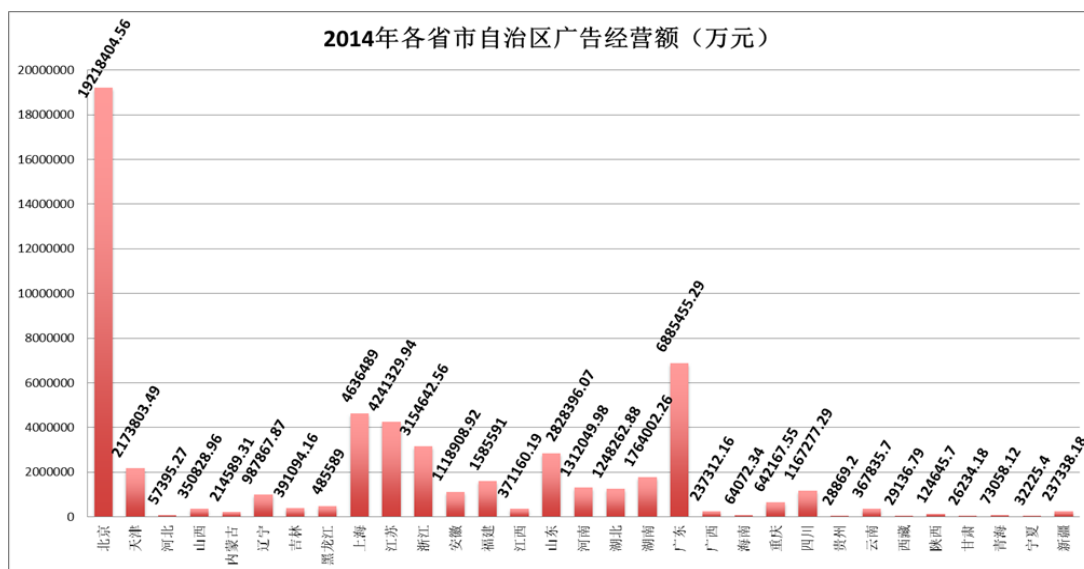


资料来源：整理自《现代广告》

(2) 中国广告行业区域状况

广告行业的发展依托于经济的繁荣和增长,一般来说,经济较为发达的地区和城市,其广告行业的发展也较为成熟,因此,中国区域经济发展的不平衡性导致广告行业的发展亦呈现出区域不平衡的特点。以 2014 年为例,全国各地区广告经营业务前五省份(直辖市)是北京(1921.84 亿元)、广东(688.55 亿元)、上海(463.65 亿元)、江苏(424.13

亿元)、浙江(315.46 亿元)。这五省市的广告经营收入总和达到 3813.63 亿元,占到全国广告经营额的 68.03%,达到了三分之二强,而排名全国各地区广告经营额最后的五个省份分别是:甘肃(2.62 亿元)、贵州(2.89 亿元)、西藏(2.91 亿元)、宁夏(3.22 亿元)、河北(5.74 亿元)。

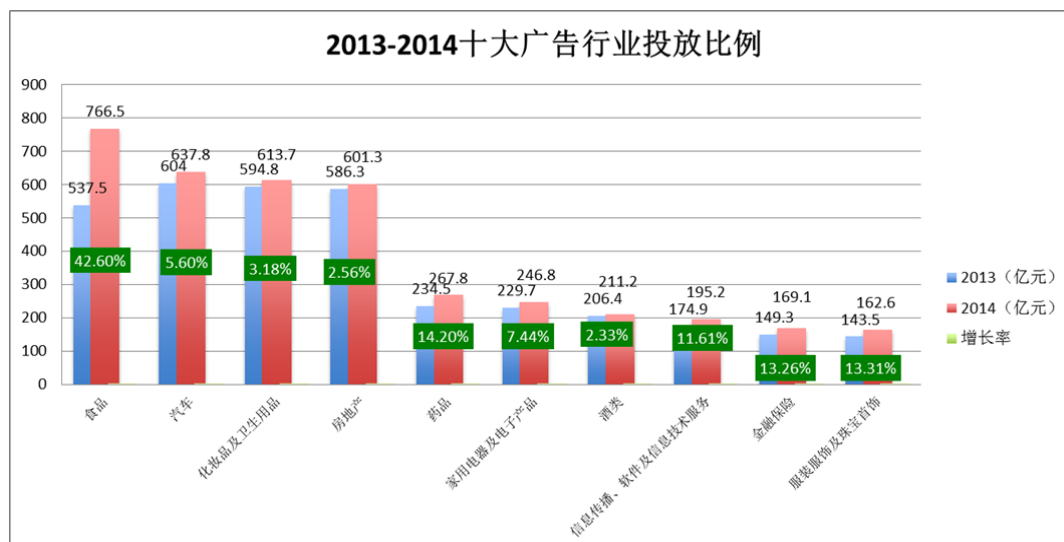


资料来源:整理自《现代广告》

(3) 中国广告品类/行业投放情况

广告行业的下游是各广告主。根据《现代广告》数据显示,近两年中国广告投放前五位的行业分别是食品、汽车、化妆品及卫生用品、房地产、药品。

2014 年,食品广告投放额从上一年度的 537.51 亿元增长到 766.48 亿元,增幅为 42.6%,成为品类投放排名第一。汽车、化妆品及卫生用品、房地产各退一位,分居二至四席,药品、家用电器及电子产品、酒类、信息传播、金融保险、服装服饰则排在五到十位,次序与 2013 年相同。



资料来源：整理自《现代广告》

2014 年，汽车、化妆品及卫生用品和房地产三大门类的广告投入增幅与食品行业增幅相比，相去甚远；这一变动表明，随着经济发展和人民生活水平的提高，广告内容的主体逐渐由刚需型向消费型转移，由卖方市场逐渐向买方市场过渡。此外，从排在第八至十名的信息传播、软件及信息技术服务以及金融保险、服装服饰及珠宝首饰三大类别增长的幅度，同样可以间接看出，物质刚需之外的消费型产品与服务类别将逐渐进入投放主流阵营。

（4）中国移动互联网广告市场

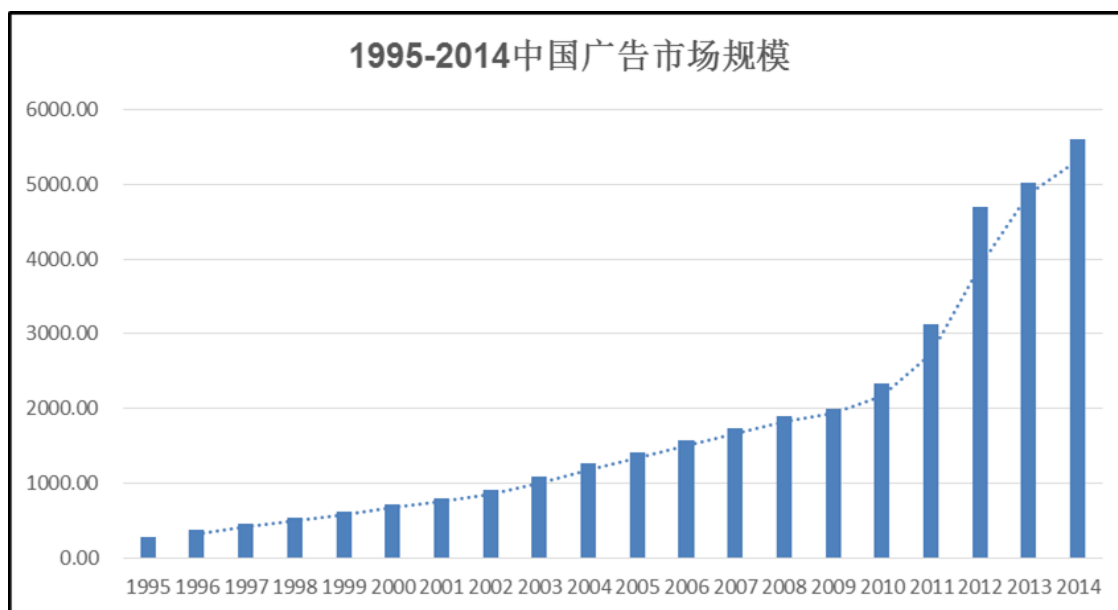
根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第 37 次中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2015 年 12 月，我国网民规模达 6.88 亿，2015 年全年共计新增网民 3,951 万人，互联网普及率为 50.3%，较 2014 年底提升了 2.4 个百分点。截至 2015 年 12 月，手机网民规模达 6.20 亿，较 2014 年底增加 6,303 万人，网民中使用手机上网人群的占比由 2014 年 85.8% 提升至 90.1%，手机依然是拉动网民规模增长的首要设备。仅通过手机上网的网民达到 1.27 亿，占整体网民规模的 18.5%。

巨大的网络与手机用户数量为网络广告的发展奠定了稳定的基础，根据 eMarketer《2015 年中国移动广告市场规模展望》，2014 年，中国移动广告市场规模增长迅速，从 2013 年只有 19.1 亿美元的规模增至 82.1 亿美元，预计 2015 年移动广告的市场规模将增长 80%，到 147.7 亿美元，2016 年增速将放缓至 55%。2016 年中国移动广告市场规模将首次超过 PC 互联网广告的市场规模。eMarketer 在其报告中认为，中国已是移动广告份额方面的先驱，2014 年中国移动互联网广告支出占媒体广告的 11.7%，这一比例仅次于英国、挪威和丹麦，到 2016 年，中国移动互联网广告份额将达到 27.3%，成为全球份额最高的国家。

（5）中国广告行业市场规模

广告行业的发展速度和水平与国家地区的经济发展速度和水平呈现密切的相关性。改革开放 30 年来我国国民经济持续快速增长，综合国力显著增强，人民生活水平不断提高。2002 年至 2011 年，我国国内生产总值增长率连续十年保持在 9% 以上，2012 年国内生产总值增长 7.7% 至 534,123 亿元，2013 年国内生产总值增长 7.7% 至 588,019 亿元，2014 年国内生产总值增长 7.4% 至 636,463 亿元，伴随着国内经济的稳定增长，我国广告行业亦呈现出快速增长的态势，截至 2014 年，我国广告业经营额已达 5,605.6 亿元。

单位：亿元



数据来源：《中国广告年鉴 2014》、《现代广告》

根据《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》指出，国家仍将以扩大国内需求特别是消费需求为基本立足点，促使经济增长由主要依靠投资和出口拉动转变为投资与消费、内需与外需协调拉动。由此可以预见，国民经济和内需的持续增长，将有效地拉动广告业持续、快速的发展。

4、行业发展趋势

(1) 精准性的需求不断提升

随着消费者特征与需求日益个性化，要求产品与服务日趋细分化，因此广告主对传播精准性的要求不断提升，随着大数据技术的发展，广告媒体必须运用大数据进行消费者图像描摹，从而达成更精准的广告与信息传播。

(2) 互动性的需求不断提升

随着移动互联网技术的发展，媒体行业正从单向传播转向与用户的互动传播，品牌广告不仅要有效到达消费者，更要通过用户互动把品牌信息进一步链接到手机上，并在手机上参与品牌线上活动或完成下单交易形成闭环。媒体公司已纷纷在探索和布局将媒体与手机以某种形式相链接，从而达成消费者可以与有兴趣的广告或信息进行互动。

(3) 基于地理位置的服务（LBS）

LBS 通过定位的方式获取移动端用户的位置信息，在地理信息系统的支持下，为用户提供相应服务的一种增值业务。例如，在 LBS 技术下的城市入口场景营销中，当某

人通过某一位置时，他打开手机应用，发现推送的广告都是他所在地的旅游景区的介绍和消费信息，在就餐时间还会适时推送离其不远的餐饮场所中的、实时的商品服务、折扣、促销信息，这将极大地促成其发生消费行为，广告的转化率将会得到大大提高。

（4）科技信息化程度进一步加深

科技进步推动了媒体的发展，媒体行业在运营过程中采用了大量的互联网、移动互联网等计算机信息处理技术手段实现广告内容网络推送、播出自动控制和网点动态监控，媒体的播放设备也在不断升级。伴随着科技的不断发展，媒体行业与科技的融合将会进一步加深，并成为广告精准化、互动化投放的重要支撑。

（5）电视广告的地位下降

电视广告媒体在未来的一段时间内仍会保持较高的市场份额，但过高的广告成本和相对较弱的人群针对性，使得电视广告媒体对一些广告主的吸引力正在下降，广告将会逐渐集中于一些内容强势的频道和栏目，这些频道和栏目将会继续保持高增长，而电视广告的整体增速将会维持在较低的水平或出现负增长。

（三）行业进入壁垒

对于业务品种单一的小型广告公司，其市场进入门槛低、退出障碍小，参与竞争者众多，市场同质化程度很高。但对于运营媒体资源网络的大型广告公司来说，其市场壁垒则较高。具体而言：

1、资源网络壁垒

优质的广告资源极为稀缺，具有较强的资源属性；相比普通媒体资源，可以精准覆盖巨大人流量的城市入口媒体资源则更为稀缺。而媒体资源作为广告投放的终端，决定着广告投放的效果，是广告媒体运营商竞争实力的核心要素，对广告公司生存和发展产生着重大的影响。广告媒体运营商所拥有的媒体资源数量和质量直接决定了其广告播出网络的范围、层次、服务水平以及广告传播效果和转化率，是广告主衡量广告运营商的重要因素。

由于优质媒体资源的稀缺性，经过一定期间的发展，行业内龙头企业与各大媒体资源供应商通过长期合作，构建了较为稳定的合作关系，并通过全国范围内逐步布局，建立了覆盖范围广、层次丰富的媒体网络，具备了较为明显的先发优势。广告媒体投放需要规模效应，单个或少量媒体投放效果不佳，行业新进入者初期必须一次性投入较大资金和人力，并通过一段建设期间才可能建立起具有一定规模的媒体资源网络，这对新进入者形成了壁垒。

2、客户资源壁垒

客户资源是广告公司维持生产经营的必要保障，积累一定数量的优质客户资源可以为广告公司的生存和发展奠定良好的基础。一般来说，客户资源的取得往往依赖于广告公司对广告主所处行业的深刻理解、高水平的团队服务能力、丰富的行业经验、系统的服务支持和良好的品牌声誉等多方面的因素，而获得优质客户的认同并维持良好的合作关系则需要广告公司较长时间的积累。新加入竞争的企业难以在短期内形成较强的竞争力并获得优质客户的认同。

3、资金规模壁垒

广告行业是资金密集型行业，尤其是媒体资源运营业务，通常要求定期集中结算或提前支付采购款，而广告主一般是在广告投放后，确认了投放证明后才支付全部广告投放费用。因而，广告公司通常需要保持较大金额的流动资金，用以集中结算支付或垫付资源采购款。

此外，广告行业又是一个知识密集型行业，需要对人才培养、数据购买和企业运营信息化等方面进行持续的投入以构筑长期的竞争力，这也需要广告公司投入大量的资金。充足的资金实力已成为影响广告公司业务发展和服务能力的重要因素，而资金不足甚至成为一些广告公司进一步发展的瓶颈。

4、数据资源壁垒

数据是广告资源运营公司为客户制定并持续优化广告策略、实施广告投放、监测与评估广告投放效果的前提和基础，并且数据资源的丰富性、分析手段的先进性直接关系到广告策略制定的有效性、投放的精准性、效果监测的准确性。并且从行业未来发展趋势来看，随着技术在广告营销领域竞争中的重要性越来越突出，数据资源的占有和分析能力也日益成为广告行业未来的核心竞争因素之一。因此，要成为广告行业内的领先企业，必须具备非常强的数据资源获取、分析、评估能力。而做到这一点，必须经过长期、专注的行业积累，对于行业新进入者而言，很难在短期内获得数据资源优势。

（四）影响本行业发展的因素

1、有利因素

（1）宏观经济持续增长带动广告行业的持续发展

广告行业是一个国家或地区经济发展的晴雨表，其发展速度和水平与国家和地区的经济增长速度和水平呈现密切的相关性。在经济持续稳定增长周期中，居民可支配收入和消费水平逐步提高，广告主加大广告投入力度；而在经济衰退周期中，居民消费能力

减弱，广告主对广告投入也会相应减少。

经过近三十年快速稳定的经济增长，中国已发展成为全球最大的潜在消费市场之一。一方面，居民可支配收入和消费能力的增强，提升了商品零售的购买需求；另一方面，居民在住房、旅游、交通、健康、奢侈品等方面的多元化消费局面明显，而这类商品或服务在推广和营销过程中对广告投放的需求较高。为了在多元化市场中建立良好的企业形象和消费者认知度，大量的企业需要提高品牌认知，导致企业营销支出增加。基于此，伴随着居民消费能力的提升、消费结构的升级以及产业发展的需要，为广告行业带来了良好的发展机遇。“十二五”期间，我国经济发展的主要目标是国内生产总值保持7%的年均增长率，至2015年国内生产总值达到55.8万亿。未来宏观经济的持续增长，将带动我国广告行业持续的发展。

（2）经济结构调整为广告行业发展提供了良好契机

我国“十二五”规划明确提出，要“坚持把经济结构战略性调整作为加快转变经济发展方式的主攻方向”，“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”。

中国经济正在全面进入新常态，具体体现为：经济结构不断优化升级，第三产业消费需求逐步成为主体，城乡区域差距逐步缩小，居民收入占比上升，发展成果惠及更广大民众；经济增长的动能从要素驱动、投资驱动、出口驱动转向创新驱动、消费驱动、内需驱动，这些都是高度利好公司广告传播和营销服务业务的发展。

（3）国家宏观政策及产业政策为广告业的发展提供了良好的政策环境

近年来，国家及各部委相继出台的一系列支持性宏观政策及产业政策，为广告行业的快速发展创造了良好的政策环境。如国家“十二五”规划明确将广告行业列入文化和经济产业之一，鼓励有优势的企业通过并购、参股、控股、整合等方式做大做强形成大型的传媒集团。随着市场的竞争加剧，具有广告载体及购买能力的公司在产业链中的优势地位会得以体现，议价能力得以提升，形成市场份额和利润率双重增长。

（4）铁路客流量的增长提升公司平台价值

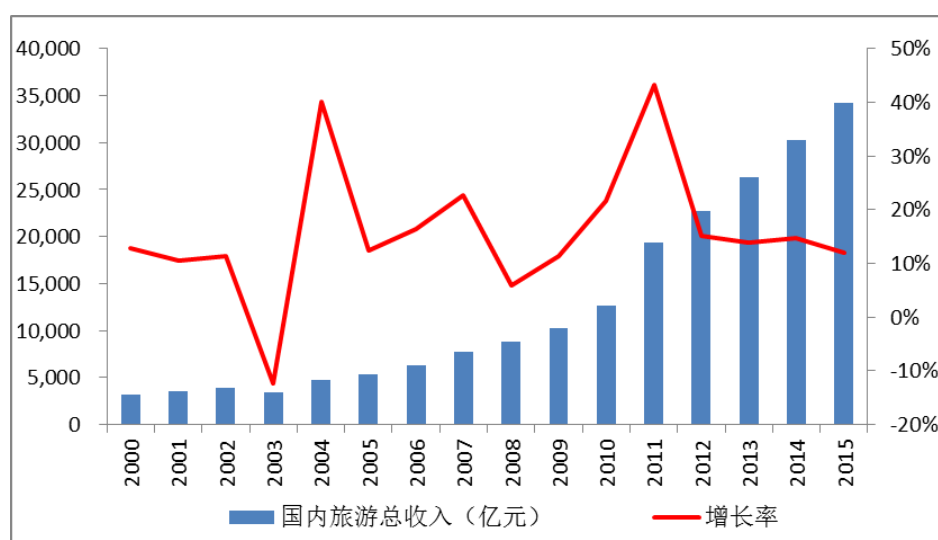
根据中国国家统计局数据显示，2014年，中国铁路营运里程已达11.18万公里，客运量达23.57亿人次；随着高速铁路的持续大规模建设和高速铁路进一步网络化，越来越多航空客流向高速铁路转移，铁路尤其是高速铁路客流预计将在一段时期内保持持续增长，预计火车站作为最主要城市人流入口的地位在未来还将长期保持。由于公司当前的主营业务为全国铁路媒体资源的开发与运营，因此，铁路客流量的增长也将间接提升

公司运营的铁路媒体资源的价值。

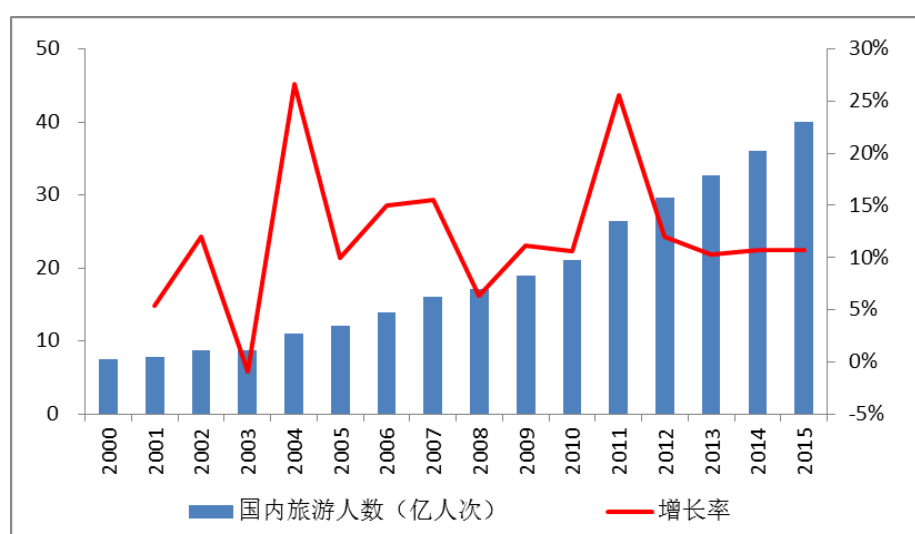
(5) 我国旅游行业的蓬勃发展将提高城市入口媒体价值，为公司业务带来良好发展机遇

从社会发展水平上来看，我国人口结构呈现流动人口加大的特点。人均收入水平提升、流动人口的增加和人们旅游意识的增强必然推动旅游行业的繁荣，进而提升了火车站、高铁、机场等城市入口场景资源的广告资源价值。根据国家统计局最新统计数据，2015 年，国内旅游总收入 34,195 亿元，同比 2014 年增长 12.00%；2015 年国内旅游人数达到 40 亿人次，同比 2014 年增长 10.77%。

图：旅游行业整体维持较高增速



图：国内旅游人数持续高速增长



近年来，旅游行业增速已连续六年超过社会零售总额增速，是成长性最高的消费板块之一。历年黄金周节假日集中爆发出的旅游服务消费需求持续高涨，表明旅游服务已

经逐步成为刚需。

虽然近几年我国旅游收入、旅游人数增长较快，但是，由于我国人口较多，收入水平差异较大，旅游人均消费水平和旅游次数与欧美等发达国家差距较大，因此，我国旅游行业仍有巨大的提升空间。城市入口是旅游人群进入城市的关键节点，城市入口媒体已成为一种最重要的旅游广告投放媒体，其市场规模会随着我国旅游行业市场规模扩大而扩大，考虑城市入口媒体资源量相对紧缺，因此其价值也会随着市场的增长而增长。因此，旅游行业的蓬勃发展为城市入口广告业务带来良好发展机遇。

2、不利因素

（1）广告行业公信力不足

目前，我国广告行业还不够成熟，行业集中度不高，市场竞争机制不够完善，行业自律性较弱。部分广告公司为迎合一些广告主企业特别是中小型企业进行炒作，存在虚假违法广告的情况，严重影响了广告行业的公信力。这种状况将不利于我国广告行业长期稳定的发展，不利于培育规范的市场竞争环境。

（2）消费市场细分化

与国际消费发展趋势一致，我国消费市场呈现出大众、小众、碎片化细分的发展趋势，不同市场交错层叠。在这种情况下，传统市场研究中抽样的科学性和代表性不断被削弱。我国传统的粗放型、单一型的本土广告传播模式越来越难以捕捉目标消费者，操作难度越来越高。目标客户对精准化传播、针对性投放和细分化管理的消费需求对本土广告公司的传统传播模式提出了新的挑战。

（五）行业风险特征

1、宏观经济波动风险

广告行业是一个国家或地区经济发展的晴雨表，广告行业的发展速度和水平很大程度上依赖于国家或地区经济的发展速度和水平。近年来，随着宏观经济和商品消费需求的高速增长，广告需求也出现了较大增长。但在经济低迷时期，由于大多数广告客户将广告支出并不作为一项硬性支出，因此可能会削减其广告投放，从而导致整体广告投放需求的减少。同时，广告行业的客户来自国民经济的各个行业，客户所在行业整体发展状况、产业政策和监管措施的变化，往往会影响该行业的整体广告投放，进而传导给广告行业。

因此，如果宏观经济整体下滑，经济增长减速，将会影响整个广告行业的发展，进而影响公司的业务和经营。

2、市场竞争风险

虽然公司通过多年的经营已经树立了一定的行业口碑与品牌形象，且铁路媒体经营领域已经形成了较为稳定的竞争格局，但不排除现有经营主体改变经营策略，或者具有较强竞争优势的新进入者进入行业的可能性。如果行业竞争加剧且公司不能持续保持与对手的竞争优势，公司的经营业绩可能会受到不利影响。

3、媒体资源可持续性获取的风险

公司主营业务为全国城市入口媒体的开发和运营，该业务性质使公司的营业收入对城市入口媒体资源（目前阶段主要为相关铁路媒体资源）形成了重大的依赖。虽然公司通过多年的经营，在行业内树立了较好的信誉与品牌知名度，并与上游资源的提供方形成了较好的合作关系，但不排除因外部环境发生突变或重大事件而中断合作的情况。如若公司在经营过程中无法持续稳定地获取所需城市入口广告资源，或使用资源的成本大幅度上升，均会对公司的经营及盈利产生较大的不利影响。

4、人才流失的风险

广告行业对人才和知识的要求较高，人才是广告行业的核心资源之一，随着行业的快速发展和竞争的加剧，行业对人才的需求将进一步增加，人力资源的竞争将不断加剧。如果公司在人才引进和培养方面落后于行业内其他公司，公司将面临核心专业人员不足甚至流失的风险。

（六）公司的市场地位及竞争优势

1、行业的竞争格局

当前广告媒体的形式主要有电视、广播、报纸、杂志、户外、楼宇、影院、互联网等。由于广告主的广告预算有限，而他们需要有限的预算得到最大的宣传营销效果，因此，从整个广告媒体行业角度来看，所有形式的广告媒体之间均构成了竞争。另外，由于我国广告行业进入门槛较低，所以参与广告市场竞争的企业众多但大多规模较小，行业低端市场竞争激烈，基本处于完全竞争状态。目前，广告行业内企业发展水平参差不齐，大部分的中小广告公司只能提供单一的广告服务业务，能够提供整合营销传播服务的大型广告公司较少。

2、公司的行业地位

公司定位于开发和运营全国性城市入口媒体平台。自成立以来，公司长期积累客户需求 and 广告资源数据，发掘未被充分开发利用价格较低的广告资源，自主研发技术改造广告场景，提升广告效果，通过多年积累逐步形成传播效果独特广告资源网络。通过多

年的经营，公司已建立了强大的营销团队，通过独有优势的服务赢得了客户的信任与支持，在业内树立了较高的品牌形象和市场美誉度。

3、公司的竞争优势

（1）强大的广告场景改造升级能力

与一般媒体资源代理企业的简单经营模式相比，公司通过对获取的广告资源进行广告场景升级改造，实现了广告资源的价值大幅提升。经过多年发展和实践，公司在铁路车站广告场景改造方面累积了丰富的经验和技能，具有独到和深刻的理解，公司拥有的广告场景改造升级能力成为公司最核心竞争优势之一，具体表现在以下几个方面：

第一，公司以与其他企业相当或略高的成本取得广告资源的经营权，但通过实施广告场景改造，尤其是广泛采用公司自主研发的滚动灯箱系统，使同一广告资源的可发布容量和收入空间大幅提升，为公司利润增长留足发展空间。

第二，公司进行广告场景改造时通过广泛采用公司自主研发的滚动灯箱系统实现了巨大可发布容量，使公司在面对具体客户需求时，具有较高的冗余度，可以更好满足客户需求，维护客户关系，增强客户粘性。在进行广告销售时，经常会面对多个客户就特定广告资源的投放时间要求存在冲突的情况，滚动灯箱系统可以同时满足较多客户要求，而传统单幅灯箱条件下只能满足一个客户需求，导致公司失去其他客户。

第三，公司对广告场景进行改造升级，不仅大大提高了广告投放效果和收益，而且可以在改善车站照明条件、提升安全措施、节能等方面实现站方的利益，有利于维护和加强公司与站方的长期合作关系。

第四，公司为国内目前在铁路系统下大规模运营宽幅滚动灯箱系统的唯一企业，并且通过多年经营积累了丰富的广告场景改造和设备系统维护升级经验。广告场景改造需要考虑火车站建筑结构、电力、安全等多方面因素，每一火车站安装的广告发布设备均为根据该站具体特点和需求由公司设计定制，具有公司设定的不同技术参数，且由于铁路系统广告场景具有人流量大、高震动等特点，后期维护需求较高，该等设计、维护的经验和技能能力为公司独有，且公司近年来通过不断研发及改进升级逐步提高技术壁垒，该等技术和经验壁垒对公司维护和加强与站方的长期合作关系起到了重要作用。

（2）公司城市入口媒体资源的优势

公司长期致力于开发和运营城市入口媒体资源，公司拥有的城市入口媒体资源成为公司业务成功开展的关键。公司凭借多年的铁路媒体运营经验，积累了较为优质的城市入口媒体资源，其优势主要体现在：

第一，与一般的户外媒体相比，铁路媒体具有受众人群广、人流量大的特点，目前，公司取得经营权的铁路媒体资源主要集中于火车站（含高铁站和综合站）的到达通道，依托我国铁路的蓬勃发展，公司媒体资源具有较强的覆盖率优势；

第二，与一般户外媒体或其他媒体形式相比，铁路媒体，尤其是到达通道媒体，可以高效而精准的对接目标人群，减少无效广告投入，使目标客户的广告投入效果最大化，契合广告营销行业精准化的发展趋势；

第三，公司拥有的主要铁路媒体资源为公司基于自有专利技术自主建设安装的滚动灯箱，预留了改造升级并嫁接创新技术的空间，公司将逐步改造公司现有媒体网络，升级成为基于 LBS 的精准场景营销平台，实现屏端到终端的精准互动，在保持现有媒体传播优势的基础上进一步实现基于场景的移动互联网精准营销，使公司可以迅速低成本切入快速增长的移动互联网广告市场；

第四，公司签署的营销资源使用权合同期限较长，营销资源使用较为稳定，也为客户的营销规划提供了较为有利的保障。

（3）营销资源网络平台优势

公司经过多年的经营，与全国上百个铁路系统单位合作，根据每一个车站的空间设计、人流分布、信息系统、物理环境等情况，自主研发、安装、运营了覆盖全国上百个火车站的独家网络化场景广告投放系统。基于该网络化平台系统，公司从市场需求角度，一方面对营销资源进行跨区域重组，另一方面对核心城市和三四线城市的营销资源进行打包组合，使营销资源价值得到提升，不仅大大提高了资源使用效率，也使客户的广告支出取得了更广泛有力的投放效果。

（4）品牌知名度及客户资源优势

公司经过多年的经营，已发展成为国内具有较高影响力的铁路营销资源运营公司，在业界形成了较高的品牌知名度和美誉度。公司于 2013 年 2 月经中国广告协会批准成为中国广告协会铁路分会会员单位，并获得了由中国高铁广告金鸽奖评委会授予的“重合同守信用金鸽奖”。目前，公司已与众多政府部门、大型央企、世界 500 强企业和中国知名企业建立了良好的合作关系，公司的客户主要涉及旅游、金融、电子通信、食品饮料等行业。

（5）公司客户结构的优势

报告期内，互联网通讯和旅游行业客户为公司最重要的两个客户板块。

2014 年和 2015 年，公司来自于互联网通讯行业客户的收入分别约为 1,841 万元和

4,414 万元，占公司当年业务收入总额的 31.33%和 41.43%，保持了较高速度的增长。近年来，互联网及通信技术突飞猛进，相关产业成为全球发展速度最快的产业。

2014 和 2015 年度，公司来自于旅游行业的客户超过 20 家，其中主要为各省市旅游管理部门。公司旅游行业客户占公司客户总数的约 1/3，构成了公司客户的最主要板块。近年来，我国旅游业持续快速发展，国内游客年均增长超过 10%，国内旅游收入年均增长超过 15%，2015 年全年国内游客突破 40 亿人次，国内旅游收入超过 3 万亿。国内旅游行业的蓬勃发展为城市入口广告业务带来良好发展机遇。

互联网通讯行业和旅游行业的快速发展将进一步促使行业内企业加大广告营销投入。由于相关行业客户在公司收入中占有较高的比重，公司预计将从中直接受益。

（6）人才及团队优势

人才是广告公司的重要资产，对其发展起着至关重要的作用。公司自成立以来，一直重视人才引进与团队建设，形成了较强的人力资源优势，主要体现在：第一，公司拥有高素质的管理团队，公司的管理层和主要核心人员均为从事本行业多年的资深人士或海归精英，对市场有着丰富的经验和独到的见解；第二，公司业务团队具有较强的竞争力，拥有丰富的专业知识和众多人脉网络；第三，公司重视员工的发展与团队建设，善于激发员工的工作热情与主动性，拥有较强的凝聚力和员工忠诚度。

4、公司的竞争劣势

（1）高端资源仍然不足

公司经过多年经营发展，已经形成了覆盖全国上百个城市火车站的全国性网络化媒体资源平台。由于铁路交通方式的特点，虽然近年来存在高端人群由航空向高速铁路转移的趋势，但公司目前运营的铁路营销资源对高端人群的覆盖仍然有所不足，限制了公司为高端客户提供整体营销解决方案和综合发布方案的能力，不利于进一步增强高端客户的粘性。基于上述情况，公司计划进一步扩张至航空领域，增加公司运营的高端营销资源，同时，借此实现对城市入口的更全面覆盖。

（2）营销资源缺乏互动性，移动互联网资源不足

公司目前运营的主要为铁路媒体资源，虽然公司已经抓住难得历史机遇累积了较高质量的铁路媒体资源网络，但传统媒体资源具有缺乏互动性的缺陷。基于该种情况，公司计划逐步改造公司现有媒体网络，升级成为基于 LBS 的精准场景营销平台，在保持现有媒体传播优势的基础上进一步实现基于场景的移动互联网精准营销。

（3）公司累积数据不够全面

数据收集、分析和应用能力在广告营销行业的作用日益增强。通过多年经营，公司积累了大量广告客户需求数据和广告营销资源数据，并依据该等数据为客户提供广告营销策划服务及指导公司进一步有针对性扩大广告营销资源网络，公司已经在广告数据收集、分析和整理方面累积了丰富的经验。但由于公司过去运营的媒体资源的限制，公司累积数据集中于客户和广告资源方面，广告目标受众（即个体消费者）数据较少且深度有限，限制了公司进一步发挥数据分析、应用能力，影响公司进一步提升市场竞争力。公司将通过同航空公司会员俱乐部合作、增加营销资源互动性等方式，增强广告目标受众信息收集的深度和广度，进一步发挥公司数据分析和应用能力，提升公司竞争力。

（七）公司业务的发展空间

公司自成立以来一直致力于全国性城市入口媒体平台的开发和运营。目前，公司的主营业务为全国铁路媒体资源的开发与运营。未来，公司将通过以提升核心竞争力为基础的内生性增长和外部资源整合，进一步保持铁路媒体市场地位的同时，一方面借助互联网、LBS 等创新技术和高附加值服务，与目标客户进行深度合作，进一步提升广告投放的精准度和有效性；另一方面，扩展整合公司运营资源，提升资源价值和广度。公司致力于成为深耕城市入口资源，为客户创造最大化广告价值的一流广告资源开发运营企业。

1、公司将增大运营资源的深度

公司拥有的主要铁路媒体资源为公司基于自有专利技术自主建设安装的滚动灯箱，并预留了改造升级并嫁接创新技术的空间。前期公司已经通过不断技术创新及升级，形成了公司独有的创新媒体形式，未来将进一步通过基于地理位置的服务（LBS）等创新技术，实现屏端到终端的精准互动，在保持现有媒体传播优势的基础上进一步实现基于城市入口场景的移动互联网精准营销，为公司业务进一步发展开拓广阔空间。公司拟采取的具体措施包括：

（1）进一步收集、提炼目标人群信息，通过大数据等技术进行分析、归纳，进一步升级精准营销数据库；

（2）进一步改造公司现有媒体网络，升级成为基于 LBS 的精准场景营销平台，或直接采用具备 LBS 技术的新型场景营销平台；

（3）通过二维码扫描、iBeacon 等技术实现与受众人群的互动，一方面通过信息服务等方式实现在目标人群终端上的长期驻留，另一方面实现基于 LBS 的精准场景营销。

公司将通过上述措施增大运营资源的深度，一方面可以解决传统广告的传播效果无

法准确检验的缺陷，另一方面在不增加资源获取成本的前提下实现营销渠道和营销手段升级。

2、强化客户开发，提升资源利用率

由于公司运营的城市入口媒体资源具有的人流量大、针对性强、区域网络效应明显、投放价格合理等突出特点，公司在客户开发方面一直保持了良好势头，表现在一方面不断开拓新增客户，另一方面老客户群体持续保持总体稳定且投放金额保持了持续增长。2013-2015年期间，公司运营媒体资源的上刊率分别约为8%、10%和16%，保持了高速增长，使公司在媒体资源采购成本增长可控的前提下实现了收入和利润的高速增长。但总体而言，公司运营的媒体资源上刊率仍维持在比较低的水平，具有巨大的持续增长空间。

公司未来将继续充分发挥运营媒体资源的突出特点，利用长期积累的客户、行业等数据进行深入分析并指导客户开发工作，深挖现有客户潜力并积极开拓潜在客户，进一步提高媒体资源上刊率，促进收入和利润持续增长。

3、公司将开拓航空领域

目前机场航空渠道也构成除火车站外另一城市主要人流入口。公司计划开拓航空领域，一方面增加公司高端媒体营销资源储备，可以提供公司为高端客户提供整体营销解决方案和综合发布方案的能力，进一步增强高端客户的粘性；另一方面，通过横跨铁路和航空这两种国内最主流和最有价值的交通方式，实现对城市人流入口的全面覆盖，进一步扩展公司运营资源的广度。

第三节 公司治理

一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

（一）股东大会、董事会、监事会的建立健全情况

有限公司期间，公司制定了有限公司章程，设立了股东会、执行董事、监事，公司治理结构较为合理。

股份公司成立后，制定了较为完备的《公司章程》，依法设立了股东大会、董事会、监事会，建立健全了公司治理机制。此外，公司还通过制定《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外投资、对外担保管理制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《委托理财管理制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》及《年报信息披露重大差错责任追究制度》等一系列内部治理制度，进一步强化了公司相关治理制度的可操作性。

至此，公司依据《公司法》、《非上市公众公司监督管理办法》、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》等法律法规，建立健全了股份公司的股东大会、董事会、监事会等公司治理机构及相关治理制度。

（二）股东大会、董事会、监事会的运行情况

自有限公司成立以来，有限公司在实际运行过程中，基本能够按照《公司法》和有限公司章程的相关规定运作。有限公司股转转让、增资、变更经营范围、住所及名称等重大事项均召开了股东会。但有限公司内部治理制度较为简单、治理机制不尽完善、制度执行不够规范，存在重大事项的专项制度缺失、会议文件管理和归档不规范等问题。

股份公司成立后，在公司治理机制的运行方面，公司能够遵守《公司法》、《公司章程》及相关治理制度。公司股东大会、董事会、监事会会议的召集、召开及表决符合法定程序，各项经营决策也都按《公司章程》和各项其他规章制度履行了法定程序，没有损害股东、第三人等的合法利益，会议决议和会议记录规范完整。公司治理机制的合理运行，保证了公司的管理经营健康发展。

（三）股东大会、董事会、监事会和相关人员履行职责情况

有限公司期间，公司股东会能够按照《公司法》及有限公司章程的相关规定，在股权转让、增资及整体变更等事项上依法召开股东会，并形成相关决议。但股东会决议的执行也存在一定的不足之处，董事、监事相关职能未落到实处，有限公司章程未明确规

定股东会、执行董事、经理在重大投资、对外担保、关联交易等重大事项决策上的权限范围、决策程序等，相关管理不规范，权责不够清晰。

股份公司成立后，通过制定《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《监事会议事规则》等，进一步完善了公司的重大事项分层决策制度。公司三会的相关人员均符合《公司法》规定的任职要求，能按照三会议事规则履行其权利和义务，严格执行三会决议。自公司职工代表大会选举职工代表监事以来，职工监事能够履行章程赋予的权利和义务，出席公司监事会的会议，依法行使表决权，并列席了公司的董事会会议，并对董事会决议事项提出合理化建议。三会的相关人员任职合法合规，报告期内不存在违反关于竞业禁止的约定、法律规定，亦不存在关于前述事项的纠纷或潜在纠纷，也不存在侵犯原任职单位知识产权、商业秘密的纠纷或潜在纠纷，不存在重大违法违规行为。

公司能够遵守《公司章程》和各项其他规章制度，股东大会、董事会、监事会、董事会秘书各司其职，认真履行各自的权力和义务。但由于股份公司成立时间尚短，三会的规范运作及相关人员的规范意识和执行能力仍待进一步提高。

二、董事会对公司治理机制的讨论与评估

北京众享互动传媒科技股份有限公司董事会认为：公司按照《公司法》、《证券法》和有关监管要求及《北京众享互动传媒科技股份有限公司章程》（以下简称《公司章程》），设立了董事会、监事会和经营层。根据公司所处行业的业务特点，公司建立了与目前规模及近期战略相匹配的组织架构，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外投资、对外担保管理制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《委托理财管理制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》及《年报信息披露重大差错责任追究制度》及财务内部控制制度等各项内部控制管理制度，完善了公司法人治理结构，从制度层面保证了公司治理机制能为所有股东提供合适的保护，能够保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权。

1、投资者关系管理

《公司章程》第八章规定了投资者关系管理相关规定，内容包括了投资者关系管理的目的、工作内容、沟通方式和具体负责人等。根据《公司章程》的规定，公司制定了《投资者关系管理制度》对公司在投资者关系管理工作中的相关事项予以详细的规定。

2、股东权利保障

为保障股东享有知情权、参与权、质询权和表决权等权利，《公司章程》第三十二条规定，公司股东享有下列权利：（一）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（二）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使表决权；（三）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（四）依照法律、行政法规及本章程的规定处分其所持有的股份；（五）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（六）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（七）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司回购其股份；（八）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

此外，公司《对外投资、对外担保管理制度》、《关联交易管理制度》等制度，具体规定了对外投资、对外担保、关联交易等事项的决策程序、审查内容和责任等内容，对公司以及股东利益有重大影响的事项须由股东大会审议通过，从制度上保障了股东的相关权益。

3、纠纷解决机制

《公司章程》第九条规定，本公司章程自生效之日起，即成为规范公司的组织与行为、公司与股东、股东与股东之间权利义务关系的具有法律约束力的文件，对公司、股东、董事、监事、高级管理人员具有法律约束力的文件。依据本章程，股东可以起诉股东、公司董事、监事、总经理和其他高级管理人员及公司，公司可以起诉股东、董事、监事、总经理和其他高级管理人员。

公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间涉及本章程规定的纠纷，应当先行通过协商解决，协商不成的，依法通过诉讼的方式解决。

《公司章程》第三十四条规定，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。

《公司章程》第三十五条规定，董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，股东有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼。

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

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

《公司章程》第三十六条规定，董事、高级管理人员违反法律、行政法规或者本章程的规定，损害股东利益的，股东可以向人民法院提起诉讼。

4、关联股东及董事回避制度

《公司章程》第三十八条规定，对于公司与控股股东或者实际控制人及关联方之间发生资金、商品、服务或者其他资产的交易，公司应严格按照有关关联交易的决策制度履行董事会、股东大会审议程序，关联股东、关联董事回避表决。

《公司章程》第七十九条规定，股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

《公司章程》第一百二十五条规定，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 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

《公司章程》第一百四十九条规定，监事可以列席董事会会议，对公司董事会召开程序的合法性、关联董事表决的回避情况进行监督；并对董事会决议事项提出质询或者建议。

此外，公司《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易管理制度》也对相关的关联股东和董事回避事项做出了相关规定。

5、与财务管理、风险控制相关的内部管理制度

为加强公司的财务管理，根据财政部颁布的《企业会计准则》，结合公司实际情况，制定了与财务管理、风险控制相关的内部管理制度。

公司董事会认为，公司结合自身的经营特点和风险因素，已建立较为完善的法人治理结构和健全的内部控制制度，相应公司制度能保证股东尤其是中小股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利，符合国家有关法律、法规和规范性文件的要求。

公司各项内部控制制度自制定以来，各项制度得到了有效的实施和完善。目前，公司股东大会、董事会、监事会运行正常，各位董事、监事、高级管理人员履行职责情况良好。由于公司治理结构和内部控制体系完善时间不长，其运行尚需进一步实践；公司相关人员需要不断深化公司治理理念、加强学习、提高规范运作意识，以保证公司运作规范、治理有序，促进公司持续、稳定、健康发展。

今后公司还会不断强化内部控制制度的执行和监督检查，防范风险，促进公司稳定发展。

三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年违法违规行为情况

（一）公司最近两年存在的违法违规及处罚情况

报告期内，公司严格遵守国家的相关法律法规，不存在违法违规的行为，未受到工商、税务、社保等相关监管部门的行政处罚。

1、业务经营、纳税、社保合法合规情况

公司的经营范围为：设计、制作、代理、发布广告；企业策划、设计；资产管理；企业管理服务；会议服务；承办展览展示活动；技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；投资管理；市场调查；计算机系统服务；销售计算机、软件及辅助设备、电子产品、通讯设备、机械设备；产品设计；委托加工计算机软件及辅助设备、电子产品、通讯设备、机械设备；互联网信息服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；互联网信息服务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

公司及其子公司不属于《广告经营许可管理办法》和《广告管理条例施行细则》中规定的需要向广告监督管理机关申请登记并取得广告经营许可证的企业，只须在经营范围中申请有关业务即可。

根据《广告法》的规定，“县级以上地方人民政府应当组织有关部门加强对利用户外场所、空间、设施等发布户外广告的监督管理，制定户外广告设置规划和安全要求。户外广告的管理办法，由地方性法规、地方政府规章规定。”

根据国务院 2016 年 2 月 19 日颁布的《国务院关于第二批取消 152 项中央指定地方实施行政审批事项的决定》（国发[2016]9 号文），“户外广告

登记”的行政审批已经取消。2016年4月29日，国家工商行政管理总局公布《国家工商行政管理总局关于废止和修改部分工商行政管理规章的决定》（第86号令），《户外广告登记管理规定》相应废止。

根据中国铁路总公司《铁路站车广告管理办法》（铁总运[2014]145号），中国铁路总公司及所属铁路运输企业的站车商业广告业务，适用《铁路站车广告管理办法》的规定。根据《铁路站车广告管理办法》的规定，中国铁路总公司负责制定站车广告管理办法和设置规范，总公司所属各铁路运输企业审查站车广告内容和设置方案，其中：客运管理部门负责客运站车广告统筹管理，审查站车广告内容和设置方案，协调组织广告安装、维护等相关作业活动，实施日常监督检查；房建部门负责对车站建筑物上广告设施的设置和安装方案进行审查。

报告期内，公司的主要业务为全国铁路媒体资源的开发与运营，主要运营媒体为位于火车站出站通道（火车站内）的灯箱媒体，及LED视频媒体和玻璃看板媒体。

根据《广告法》的相关规定并经核查公司的相关业务，公司系代理经营铁路媒体广告发布，公司属于广告经营者，不属于广告发布者。公司代理经营的铁路媒体资源均系铁路单位履行其内部审批程序后在火车站内设置的广告媒体资源，相关广告内容除经公司审查外，还需进一步经铁路相关部门审查合格后方可发布。公司运营的铁路媒体资源在其设置、广告发布等环节，符合《铁路站车广告管理办法》的规定。

2016年6月19日，公司做出相关承诺：“如未来相关法律法规对广告经营者在经营铁路媒体资源广告业务时需具备其他相关资质或符合其他相关要求，公司将根据相关法律法规依法申办相关资质和履行相关义务。”

2016年2月29日，北京市工商行政管理局海淀分局出具《证明》：“北京众享互动传媒科技股份有限公司统一社会信用代码：91110108663717758C，经核查，该公司最近两年内没有违反工商行政管理法律、法规，受到我局行政处罚的案件记录。”

2016年3月3日，西藏林芝市工商行政管理局出具《证明》：“林芝市雅江文化科技有限公司（下称“公司”）为我局辖区内企业，公司自设立之日起至今，依法在本局办理工商登记并通过历年年检，公司的设立及历次变更均履行了必要的法律程序。该公司有效存续，不存在违反工商行政管理法规的行为，未受过公司行政管理机关的任何行政处罚，且不存在正在被我局立案调查的情形。”

2016年3月3日，北京市海淀区地方税务局中关村税务所出具“海中（2016）告字第128号”《北京市地方税务局纳税人、扣缴义务人涉税保密信息告知书》，根据税务核心系统记载，公司在2013年1月1日至2015年12月31日未接受过行政处罚。2016年3月1日，北京市海淀区国税局第一税务所出具《纳税证明》，公司在2013年1月1日至2015年12月31日缴纳增值税、文化事业建设费、企业所得税合计1821361.89元。

2016年3月10日，西藏林芝市国家税务局直属局出具《证明》，林芝市雅江文化科技有限公司系该局所辖征管企业，已在该局依法办了税务登记证，林芝市雅江文化科技有限公司自2015年8月1日开始至2016年2月29日止，已缴纳增值税、城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加、企业所得税、印花税等税。

2016年3月16日，北京住房公积金管理中心中关村管理部出具2016125116号证明：证明公司（住房公积金单位登记号：159105）在北京住房公积金管理中心依法缴存住房公积金，未发现有违反住房公积金法律、法规和规章的行为。

2016年3月8日，林芝市社会保险服务中心出具证明，证明林芝市雅江文化科技有限公司自2015年6月至今养老保险一直按规定缴纳；林芝市医疗工伤生育保险服务中心出具证明，证明林芝市雅江文化科技有限公司自2014年1月起一直连续在按规定缴纳医疗保险费用、自2015年7月起连续缴纳工伤保险；林芝市失业保险部门出具证明，证明林芝市雅江文化科技有限公司自2015年2月参加失业保险费缴纳。

2016年3月8日，林芝市住房公积金管理中心出具证明：“林芝市雅江文化科技有限公司（原西藏林芝市雅江文化广告有限公司），公司自开户以来已按照规定为5名员工从2015年7月份至2016年2月份交付了住房公积金。不存在违反住房公积金管理方面的法律、法规、规范性文件的行为，未因违反住房公积金方面的法律、法规、规范性文件而受过任何行政处罚。”

截止公开转让说明书签署日，母子公司均实现按照法律或当地规定为员工缴纳社保和公积金。

2016年3月25日，公司出具声明：股份公司依法独立纳税，独立核算。自2014

年1月1日以来，公司不存在违反工商、税收、土地、环保、海关以及其他法律、行政法规，受到行政处罚，且情节严重的情形；不存在尚未了结的重大诉讼、仲裁事项及被行政机关依法给予重大行政处罚的事项。

2016年3月24日，公司实际控制人江海民出具承诺：1、公司自设立以来依法纳税，如因税务事项而受到主管部门追缴、处罚从而给股份公司造成损失或其他不利影响的，本人承诺以自有资金足额补缴，并对股份公司因此所受损失负赔偿责任。2、股份公司如因职工社保及住房公积金缴纳事宜而受到主管部门追缴、处罚从而给股份公司造成损失或其他不利影响的，本人承诺以自有资金补足股份公司应缴金额，并对股份公司因此所受损失负赔偿责任。

主办券商和律师经适当核查后认为，公司和子公司已取得了现阶段经营所需的全部必要的证照，不需要取得其他特定的经营资质和行政许可，公司业务在资质方面不存在影响公司持续经营能力的风险，有限公司、股份公司和子公司自成立以来业务经营的合法合规，均在工商核准的经营范围和期限内经营，不存在超越范围和经营期限经营的情况，不存在相关行政处罚或重大诉讼、纠纷，不存在相应的法律风险。

2、安全监督、环保规范及质量及技术标准情况

公司的主要业务为全国铁路媒体资源的开发与运营，母子公司主营业务相同。母子公司均不属于生产性企业，不需要实行安全生产许可。根据国家环保部《关于对申请上市的企业和申请再融资的上市企业进行环境保护核查的通知》（环发[2003]101号）和《上市公司环保核查行业分类管理名录》（环办函[2008]373号），母子公司所处行业不属于国家规定的重污染行业。公司原持有质量技术监督局颁发的《中华人民共和国组织机构代码证》，代码为66371775-8，现根据《国务院办公厅关于加快推进“三证合一”登记制度改革的意见》（国办发〔2015〕50号）、《工商总局等六部门关于贯彻落实〈国务院办公厅关于加快推进“三证合一”登记制度改革的意见〉的通知》（工商企注字〔2015〕121号）等规定，公司组织机构代码证已经相关部门收回并由工商行政管理部门核发一个营业执照，统一社会信用代码为91110108663717758C。子公司统一社会信用代码为91540400064694099N。母子公司所处行业属于服务性行业，公司管理运营不存在违反质监部门相关监管规定的行为。

2016年3月25日，公司及公司管理层分别出具《声明》，公司所处行业属于服务性行业，公司不属于生产性企业，报告期以及期后未发生安全生产方面的事故、纠纷、处罚。股份公司所处行业不属于重污染行业；股份公司日常环保合规，对周围环境不造成

污染，不存在环保违法和受处罚的情况，不存在因环境保护原因而产生的侵权之债，也未发生质检方面的处罚。公司的经营符合国家有关安监、环保、质监等相关规定。

经主办券商及律师适当核查后认为，公司不属于生产性企业，不需要实行安全生产许可，未收到安监部门的相关处罚；公司的日常生产经营遵守了相关环保规定，公司所处行业不属于重污染行业，公司不存在违反国家有关环保方面的法律法规的行为及受到有关环保方面的行政处罚的情形，公司环保事项合法合规；公司所处行业属于服务性行业，公司管理运营不存在违反质监部门相关监管规定的行为。

3、公司或股东的私募基金管理人或私募基金备案情况

股份公司不属于私募基金管理人或私募基金，无需进行私募基金管理人登记或私募基金备案。

股份公司股东包含3名自然人和1名有限合伙企业林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙企业。林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙企业成立于2015年6月29日，系经林芝市巴宜区工商行政管理局依法注册登记成立的有限合伙企业。根据合伙协议及工商登记信息，有限合伙人为王莉（出资比例99.75%），普通合伙人为李天天（出资比例0.25%），不属于《证券投资基金法》、《证券投资基金监督管理暂行办法》等法律法规规定的合格投资者。该合伙对外投资的资金均来源于合伙人的自有资金，不属于以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形。该合伙在经营活动中亦未使用“基金”或者“基金管理人”字样或者近似名称开展经营或投资活动，未委托基金管理人管理其资产，亦未担任任何私募基金的管理人。

经主办券商及律师适当核查后认为，公司或股东不属于私募投资基金或私募基金管理人，无需进行私募基金管理人登记或私募基金备案。公司和股东未以私募基金管理人或私募基金名义开展经营活动，经营合法合规。

4、广告信息真实性审查情况

公司成立以来，根据《广告法》等法律法规、铁路部门、火车站的要求和广告行业通行的做法，设置了相关部门对客户拟发布广告内容进行审查，具体环节和流程如下：

（1）在公司与广告客户签署的合同中，公司一般通过签订如下条款，促使客户提供符合法律法规要求的广告内容：①公司和火车站有权对客户提供的拟发布广告内容进行审查；②如果客户拟发布内容无法通过公司或

火车站审查，有权要求客户进行修改，因修改导致的发布延误，公司不承担违约责任；③客户保证其提供的广告内容合法，如因客户广告内容违法导致公司发生损失，客户应予以赔偿。

(2) 在客户提交拟发布的广告内容后，公司数据策划部将对客户提交的拟发布广告内容进行审查，主要包括以下方面：

①根据广告来源（即广告客户所处行业）进行审查：

A、如果客户不属于适用法律法规规定需要由有关部门进行广告内容事先审查的特定行业（如医药、农药、兽药等），数据策划部将首先通过“全国企业信用信息公示系统”核对客户是否仍合法存续，且当前公示信息是否与客户在首次签约时提供的营业执照等主体资格文件（复印件）一致，以确认客户主体资质。在此基础上，将核对客户拟发布产品、广告内容和客户主体资质是否一致。

B、如果客户属于适用法律法规规定需要由有关部门进行广告内容事先审查的特定行业（如医药、农药、兽药等），则在上述步骤所述程序外，还将审查客户提供的有关部门出具的广告内容通过审查的证明文件。

② 在通过上述第①步审查的基础上，将对拟发布的广告内容进行审查，确认是否符合《广告法》等有关法律法规关于广告内容的规定和要求，并重点关注广告内容是否存在相关法律法规禁止的内容不实、夸大宣传、误导消费等情形。

③通过行业资源，了解相同广告内容是否已经在国内其他知名媒体进行过发布，是否被相关行政主管部门进行过处罚或被投诉。

(3) 对于无法通过上述审查程序的拟发布广告内容，公司将要求客户进行修改。在客户完全进行修改以满足公司审查要求前，公司对客户广告内容不予发布。

(4) 根据相关铁路局、车站的要求，广告内容经公司审核通过后、发布前，还需要报其进行审核。如果广告内容未通过相关铁路局、车站审

核，相关铁路局、车站将相关修改意见提供给公司，公司将进一步反馈给客户，要求客户进行修改，直至最终通过相关铁路局、车站审核。广告内容经相关铁路局、车站进一步审核通过后，方可予以发布。

经核查公司的相关业务流程、核查主管工商局出具的合法合规证明、查阅公司相关制度及查询公开渠道，主办券商和律师认为，公司已经建立了内部制度和措施对广告信息的真实性进行核查，未发现公司存在因广告主发布的虚假或不实交易信息导致纠纷或潜在纠纷的明显证据，公司业务未因此受到影响。

综上，主办券商及律师经适当核查后认为，报告期内，公司及子公司不存在重大违法违规行为，未受到工商、税务、公安、社保等相关监管部门的行政处罚。公司或股东不属于私募投资基金或私募基金管理人，无需进行私募基金管理人登记或私募基金备案。报告期内，不存在重大行政处罚或重大诉讼、纠纷，目前也不存在未决诉讼、仲裁或其他纠纷，不存在相应的法律风险。

（二）控股股东、实际控制人存在的违法违规及处罚情况

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法违规及受处罚的情况。

四、公司独立性

公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在业务、资产、人员、财务、机构方面保持独立性，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

（一）业务独立情况

公司拥有与其经营范围和主要业务相适应的业务体系，具有独立完整的综合管理部、销售部、数据策划部、创新创业部、网络资源部、技术研发部及财务部等部门，拥有独立、完整的业务流程和市场推广体系，独立获取业务收入和利润，有独立自主的经营能力，不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行经营的情形，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争或者显失公允的关联交易。报告期内，关联方北京希望北方投资有限公司存在借款情况：（1）2014年3月，希望北方由于拟进行对外投资等资金需求，累计向公司借款362万元，后希望北方并未实际投资，该等借款已由希望北方于当月全部归还。（2）2015年4月，有限公司向希望北方借款14万元，用于补充公司日常运营支出，有限公司已经于2015年6月归还该借款。

上述资金往来没有给公司或其他股东造成不利影响，不影响公司的业务独立性。2016年3月19日，公司做出承诺：承诺公司今后将严格按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等公司管理制度和相关法律法规管理公司与关联方之间的资金往来。除此之外，报告期内，不存在影响公司独立性的重大或频繁的关联方交易。2016年3月25日，股东出具了《规范关联交易承诺函》。

（二）资产独立情况

北京众享互动传媒科技股份有限公司系由北京众享互动广告有限公司整体变更设立，有限公司的各项资产由股份公司依法承继。公司的资产与发起人的资产相互独立：拥有独立于发起人的业务经营系统和电子设备；拥有独立于发起人的与业务经营有关的商标权和软件著作权；拥有独立于发起人的销售系统；公司拥有独立于发起人的办公经营场所。公司对其财产拥有合法的所有权或使用权，公司财产不存在法律纠纷或潜在纠纷以及其他争议。

截至本公开转让说明书签署日，公司股东及其关联方未占有和支配公司资产，不存在资产、资金被控股股东占用而损害公司利益的情况。公司资产独立完整、产权清晰，与股东的资产权属关系界定明确。

（三）人员独立情况

公司的董事、监事、高级管理人员的任免均根据《公司法》和《公司章程》的规定，履行了相应程序，不存在控股股东、实际控制人违规作出人事任免决定的情形。公司的高级管理人员均在公司领取工资报酬，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事外的其他职位及领薪的情形。公司的财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职或领薪的情形。

截至2016年2月29日，公司拥有员工35人，子公司拥有员工7名。公司已按照《劳动法》、《劳动合同法》和《公司章程》的有关规定，分别与全体员工签订了《劳动合同书》。截至2015年2月29日，公司和子公司与所有签订《劳动合同书》的员工均在公司或子公司领取薪资并依法缴纳社保和住房公积金。

公司员工的劳动、人事、工资报酬以及相应的社会保险等均由公司独立管理，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业严格分离。

（四）财务独立情况

本公司设置了独立的财务部门，配备了专职的财务人员，建立了独立的、规范的会计核算体系和财务管理制度，依法独立进行会计核算和财务决策。公司依法开立独立银

行账户，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行帐户。公司作为独立纳税人，依法独立进行纳税申报和履行缴纳义务。截至本说明书签署之日，公司不存在实际控制人占用公司资产或资金的情况，未为股东或其下属单位以及有利益冲突的个人提供担保，也没有将以公司名义的借款、授信额度转给前述法人或个人的情形。报告期内，公司存在财务人员杜娇娇在实际控制人控制的其他企业北京国建北方投资有限公司、北京国信基石投资管理有限公司分别担任监事和法定代表人的不规范情形。北京国建北方投资有限公司、北京国信基石投资管理有限公司的具体情况详见“第三节公司治理”之“五、同业竞争情况”之“（一）同业竞争情况的说明”。因该两个公司成立后并未实际发生对外销售，未开过发票，杜娇娇虽担任监事、法定代表人等职务，但并未实际参与经营或管理，未在该二公司领薪，未对公司的财务独立性造成重大不利影响。目前该二公司正在办理注销中，现均已办理完税务注销登记，工商注销登记正在办理中。除此之外，公司其他财务会计人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职或领薪。2016年3月25日，公司已出具关于独立性事项承诺。

主办券商和律师经适当核查后认为，报告期内，公司存在财务人员在实际控制人控制的其他企业担任监事、法定代表人等职务的不规范情形，但因实际控制人控制的该其他企业成立后并未实际发生对外销售，未开过发票，公司该相关财务人员并未实际参与经营或管理，未在实际控制人控制的该其他企业领薪，未对公司的财务独立性造成重大不利影响，对公司本次申请在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让不构成实质障碍。

（五）机构独立情况

公司按照建立规范法人治理结构的要求，设置了独立的、符合股份公司要求和适应公司业务发展需要的综合管理部、销售部、数据策划部、创新创业部、网络资源部、技术研发部及财务部等组织机构，股东大会、董事会、监事会规范运作，独立行使经营管理职权。公司根据业务经营的需要设置了完整的内部组织机构，各部门职责明确、工作流程清晰。公司拥有独立的办公经营场所。

报告期内，公司存在公司租赁的房屋被实际控制人实际控制的其他企业北京希望北方投资有限公司、北京国建北方投资有限公司、北京国信基石投资管理有限公司用于工商登记登记的不规范情形。北京希望北方投资有限公司、北京国建北方投资有限公司、北京国信基石投资管理有限公司的具体情况详见“第三节公司治理”之“五、同业竞争情况”之“（一）同业竞争情况的说明”。

(1) 北京希望北方投资有限公司成立于 2007 年 2 月 2 日，注册地为北京市海淀区北太平庄路 27 号 23 号楼 403 室，该房屋最初系希望北方房屋所有人租赁。因希望北方成立后并未实际使用该房屋办公，后强势映像于 2007 年 6 月 8 日成立后即免费使用了该房屋，待希望北方租赁该房屋到期后，由强势映像直接租赁并使用。

(2) 北京国建北方投资有限公司成立于 2007 年 6 月 1 日，注册地为北京市海淀区北太平庄路 27 号 7 号楼 404 室，该房屋最初也系希望北方房屋所有人租赁，国建北方免费使用该房屋用于工商注册登记，但国建北方成立后未实际在该房屋办公。后待希望北方租赁该房屋到期后，由强势映像直接租赁并使用。

(3) 北京国信基石投资管理有限公司成立于 2011 年 5 月 18 日，成立时免费使用了百城传媒租赁的房屋北京市海淀区北太平庄路 27 号图书馆 412 室，但国信基石成立后并未实际在该房屋办公。

上述公司与众享互动都不曾存在实际合署办公的情况，未给公司造成实际损失。希望北方股东已决定将于 2016 年 5 月 31 号之前完成该公司住所的变更，不再使用众享互动的办公场所作为注册地址。国建北方和国信基石均在办理注销中，目前均已办理完税务注销登记，工商注销登记正在办理中。公司实际控制人出具声明，如因该事项导致相关责任，实际控制人自愿以自有资金承担连带赔偿责任。目前，公司各组织机构的设置、运行和管理均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在实际合署办公、混合经营的情形。

主办券商和律师经适当核查后认为，报告期内，公司存在办公场所被实际控制人实际控制的其他企业用于工商注册登记的不规范情形。但因实际控制人控制的该其他企业成立后并未实际使用该等公司办公场所办公，不存在实际合署办公、混合经营的情形，未对公司的机构独立性造成重大不利影响，对公司本次申请在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让不构成实质障碍。2016 年 3 月 25 日，公司已出具关于独立性事项承诺。

综上所述，本公司资产、业务、人员、财务、机构独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

五、同业竞争情况

(一) 同业竞争情况的说明

报告期内，公司控股股东、实际控制人未投资与股份公司具有相同或类似业务的公

司、企业或其他经营实体；未经营与股份公司相同或相似的业务。

公司的控股股东、实际控制人除持有公司的股份外，对外投资的基本情况如下：

1、北京希望北方投资有限公司

名称	北京希望北方投资有限公司
类型	有限责任公司(自然人独资)
统一社会信用代码	91110108798505760R
设立日期	2007年2月2日
注册资本	1000万元
法定代表人	江海民
住所	北京市海淀区北太平庄路27号23号楼403室
经营范围	投资管理。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
主要业务	投资管理
登记机关	北京市工商局行政管理局海淀分局
出资情况	江海民（持股比例100%）
管理层	执行董事兼经理：江海民 监事：罗文杰

注：北京希望北方投资有限公司股东、执行董事兼经理江海民系股份公司控股股东、实际控制人。

该公司自成立以来未从事与公司相同或相似的业务，与公司不存在同业竞争问题。股份公司与该公司管理层人员的任职情况符合法律法规的规定。

2、北京国建北方投资有限公司

名称	北京国建北方投资有限公司
类型	有限责任公司
注册号	110112010247131
设立日期	2007年6月1日
注册资本	1000万元
法定代表人	孙志仙
住所	北京市海淀区北太平庄路27号7号楼404室
经营范围	投资管理；企业管理；技术推广。（未取得行政许可的项目除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
主要业务	投资管理
登记机关	北京市工商局行政管理局海淀分局

出资情况	杜娇娇代江海民持股 700 万元、孙志仙代江海民持股 300 万元
管理层	执行董事兼经理：孙志仙 监事：杜娇娇

注：北京国建北方投资有限公司实际控制人江海民同为股份公司控股股东、实际控制人。

该公司自成立以来未从事与公司相同或相似的业务，与公司不存在同业竞争问题。自 2015 年 9 月起，该公司启动注销程序。目前该公司已完成税务注销，正在办理工商注销登记中。

3、北京国信基石投资管理有限公司

名称	北京国信基石投资管理有限公司
类型	有限责任公司
注册号	110108013882903
成立日期	2011 年 5 月 18 日
注册资本	600 万元
法定代表人	杜姣姣
住所	北京市海淀区北太平庄路 27 号图书馆 412 室
经营范围	投资管理；资产管理；技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机技术培训；基础软件服务；应用软件开发；计算机系统服务；数据处理；设计、制作、代理、发布广告；机械设备租赁（不含汽车租赁）；包装服务；会议服务；承办展览展示活动。（未取得行政许可的项目除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
主要业务	投资管理
登记机关	北京市工商局行政管理局海淀分局
出资情况	杜娇娇代江海民持股 180 万元、孙志仙代江海民持股 420 万元
管理层	执行董事兼经理：孙志仙 监事：杜娇娇

注：北京国信基石投资管理有限公司实际控制人江海民同为股份公司控股股东、实际控制人。

该公司自成立以来未从事与公司相同或相似的业务，与公司不存在同业竞争问题。自 2015 年 9 月起，该公司启动注销程序。目前该公司已完成税务注销，正在办理工商注销登记中。

公司控股股东、实际控制人投资的上述公司与股份公司不存在具有相同或类似业务、不存在同业竞争。除此之外，公司控股股东、实际控制人未投资其他实体。

（二）避免同业竞争的措施

为避免与股份公司的同业竞争，公司股东以及董事、监事、高级管理人员、核心技术人员出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺如下：

1、本人保证，截至本承诺函出具之日，除北京众享互动传媒科技股份有限公司（以

下简称股份公司)外,未投资任何与股份公司具有相同或类似业务的公司、企业或其他经营实体;除股份公司外,本人未经营、也未为他人经营与股份公司相同或类似的业务。

2、本人承诺在股份公司任职期间,本人及本人控制的其他企业,将不得以任何形式从事与股份公司现有业务或产品相同、相似或相竞争的经营活动,包括不以新设、投资、收购、兼并中国境内或境外与股份公司现有业务及产品相同或相似的公司或其他经济组织的形式与股份公司发生任何形式的同业竞争。

3、本人承诺不向其他业务与股份公司相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供专有技术或提供销售渠道、客户信息等商业秘密。

4、本人承诺不利用本人对股份公司的控制关系或其他关系,进行损害股份公司及股份公司其他股东利益的活动。

5、本人保证严格履行上述承诺,如出现因本人及本人控制的其他企业违反上述承诺而导致股份公司的权益受到损害的情况,本人将依法承担相应的赔偿责任。

六、公司最近两年资金占用和对外担保情况

(一) 资金占用和对外担保情况的说明

1、报告期内本公司资金占用事项

报告期内,有限公司存在不规范资金占用情况。根据天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)于2016年3月9日出具的[2015]12346-1号《审计报告》,截至2014年12月31日,公司对关联方李鹏(总经理)的其他应收款为23,656,665.46元。截至2015年12月31日,公司已全部收回该部分款项。2014年度和2015年度,公司的关联方北京希望北方投资有限公司与公司交易金额(借款)达3,620,000.00元和140,000.00元,并于当期归还。上述资金往来的具体情况请见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“十、关联方关系及关联交易”之“(二) 关联交易情况”。

上述资金往来没有给公司或其他股东造成重大损失或严重后果。经主办券商和律师核查,有限公司阶段,公司没有明确关于关联方交易的管理制度,关联方交易决策程序较为简单,没有执行严格的审批程序,公司经理未严格遵守公司法规定的董监高义务,公司对账务处理的相关法律法规理解不透彻、账务处理不规范,造成关联方借款金额较大,存在关联方借款审批程序、资金控制等方面的不规范情况。报告期内,公司及时清理收回了上述借款,规范了关联方交易的审批制度和决策程序,在股份制公司成立后未发生上述关联方占用资金情况。股份公司成立后,公司已经建立并不断完善了关联交易

决策执行程序，防止关联方占用公司资产或资源，在未来的关联交易中，公司将按照法律法规、公司章程及关联交易管理制度等规定履行相关的董事会或股东大会审批程序。截至 2015 年 12 月 31 日，公司已不存在公司资产及资金被关联方占用的情形。2016 年 3 月 19 日，公司做出承诺：承诺公司今后将严格按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等公司管理制度和相关法律法规管理公司与关联方之间的资金往来。2016 年 3 月 25 日，股东、董事、监事及高级管理人员出具了《规范关联交易承诺函》；公司出具了关于担保、资金占用等事项的相关承诺。

除此之外，报告期内公司不存在资金被其他股东、董事、监事、高级管理人员及其关联方占用的情形。

主办券商和律师经适当核查后认为，公司报告期内存在不规范资金占用情况。但相关款项已于报告期内全部归还公司，未给公司或其他股东造成重大不利影响或严重后果，对公司本次申请在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让不构成实质障碍。

2、报告期内本公司的对外担保事项

报告期内，公司不存在对外提供担保的情形，不存在为控股股东、实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员及其关联方进行违规担保的情形。

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

为防止股东及其关联方采用占用或者转移公司资金、资产及其他资源，维护公司股东及债权人的合法权益，保证公司与关联交易符合公开、公平、公正的原则，根据法律法规及其他规范性文件，股份公司制定了《公司章程》、三会议事规则、《对外投资、对外担保管理制度》、《关联交易管理制度》及其他公司制度，对资金占用、关联交易、购买出售重大资产、重大对外担保等事项均进行了相应制度性规定。

其中，《公司章程》第三十八条规定，公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

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

对于公司与控股股东或者实际控制人及关联方之间发生资金、商品、服务或者其他资产的交易，公司应严格按照有关关联交易的决策制度履行董事会、股东大会审议程序，

关联股东、关联董事回避表决。发生关联交易后，应及时结算，不得形成非正常的经营性资金占用。

公司不得以垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，预付投资款等方式将资金、资产和资源直接或间接地提供给控股股东及其关联方使用，也不得互相代为承担成本和其他支出。

《关联交易管理制度》对相关资金占用问题也作了相应规定；对关联人和关联交易均做了界定；对关联交易的回避制度、决策程序等进行了的规定，能够规范公司与控股股东、实际控制人及其关联方通过购买、销售等经营环节产生的关联交易行为，防止控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金，有利于建立资金的长效机制，保障公司和非关联方股东利益。

《对外投资、对外担保管理制度》对公司对外担保的一般原则、担保条件、审批权限及程序、风险管理、责任追究等均做了详细具体的规定。

这些制度措施，将对股东及关联方的行为进行合理的限制，以保证关联交易的公允性、重大事项决策程序的合法合规性，防范控股股东及关联方违规占用公司资金，确保公司资产安全，促进公司健康稳定发展。

七、董事、监事、高级管理人员的具体情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属直接、间接持有本公司股份情况

公司董事、监事、高级管理人员及其直系亲属不存在以任何方式直接或间接持有本公司股份的情况。

（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、高级管理人员之间的不存在亲属关系。

（三）董事、监事、高级管理人员与公司签署的协议及做出的重要承诺

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事、监事及高级管理人员均依法与公司签署了劳动合同或劳务合同，并签订了保密协议及竞业禁止协议。

公司所有董事、监事及高级管理人员在《避免同业竞争的承诺函》和《规范关联交易承诺函》中对避免与股份公司进行同业竞争和减少及规范关联交易做出了相关承诺。

（四）董事、监事、高级管理人员的兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况如下：

序号	姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司关系
1	孙筱婧	董事、副总经理	林芝市雅江文化科技有限公司	总经理	子公司
2	彭和平	独立董事	深圳长亮科技股份有限公司	独立董事	无
			内蒙古伊利实业集团股份有限公司	监事	无

除林芝市雅江文化科技有限公司系公司的子公司外，深圳长亮科技股份有限公司及内蒙古伊利实业集团股份有限公司与公司均不存在关联关系，经营业务也不存在相同或相似情形。

公司董事、副总经理孙筱婧和独立董事彭和平在上述公司的兼职没有违反法律法规的禁止性规定。

截至本公开转让说明书签署日，除上述情况外，股份公司其他董事、监事、高级管理人员无在其他单位兼职的情形。

（五）董事、监事、高级管理人员的对外投资情况与申请挂牌公司是否存在利益冲突

截至本公开转让说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员不存在与公司有利益冲突的对外投资。

（六）董事、监事、高级管理人员的诚信情况

公司董事、监事、高级管理人员报告期内及期后未因违反国家法律、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；不存在因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情况；不存在对所任职（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况；不存在个人负有数额较大债务到期未偿还的情形；不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施的情形；不存在受到全国股份转让系统公司公开谴责情况；不存在欺诈或其他不诚实行为；不存在违反竞业禁止的法律规定或与原单位约定的情形，不存在有关竞业禁止事项的纠纷或潜在纠纷；不存在与原任职单位知识产权、商业秘密方面的侵权纠纷或潜在纠纷等。

报告期内，公司经理李鹏存在占用公司资金而未严格履行董事、监事、高管义务的不规范情形，但报告期内，公司及时清理收回了上述借款，规范了关联方交易的审批制度和决策程序，在股份制公司成立后未发生关联方占用资金的情形。股份公司成立后，

公司已经建立并不断完善了关联交易决策执行程序，防止关联方占用公司资产或资源。2016年3月25日，公司股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均签署了《规范关联交易承诺函》，承诺：自承诺出具日起，本人及本人控制的其他企业（如有）将不会以任何理由和方式占用股份公司的资金或其他资产，并愿意承担因违反上述承诺而给股份公司造成的全部经济损失。

公司独立董事符合《公司法》和《公司章程》规定的任职条件，具备独立性，不存在对外投资与公司存在利益冲突的情况；并承诺担任公司独立董事期间将遵守相关规定，作出独立判断，不受公司主要股东、实际控制人或其他与公司存在利害关系的单位或个人的影响。

公司董事、监事、高级管理人员已上述事项作出了相关书面声明并签字承诺。

（七）董事、监事、高级管理人员近两年变动情况

报告期内，有限公司阶段：1、公司于2014年6月6日召开股东会决议并于同日取得工商核准，执行董事兼经理由江海民变更为李鹏。监事仍为董长春。2、公司于2015年6月29日召开股东会决议并于2015年7月16日取得工商核准，监事由董长春变更为王莉。

股份公司阶段：1、2015年9月6日，公司召开2015年第一次职工代表大会第一次会议决议，推选邵伟刚为公司职工代表监事。2015年9月7日，股份公司召开创立大会，选举李鹏、孙筱婧、杨晓娜、彭和平和李长军为公司董事，其中李长军和彭和平为独立董事；选举丛蓓、王政杰为公司股东代表监事。同日，股份公司召开第一届董事会第一次会议，选举李鹏为公司董事长；聘任李鹏为公司总经理；聘任孙筱婧为公司副总经理；聘任孔令川为公司财务总监；聘任杨晓娜为董事会秘书。同日，股份公司召开第一届监事会第一次会议，选举丛蓓为监事会主席。2、2016年3月，杨晓娜辞任董事兼董事会秘书；王政杰辞任股东代表监事。2016年3月9日，公司召开第一届董事会第四次会议，聘任高远为公司董事会秘书。2016年3月24日，公司召开2016年第一次临时股东大会，选举高远为公司第一届董事会董事、杨晓娜为公司第一届监事会股东代表监事。公司三会建设日渐完善，至此，公司董事会组成人员为：李鹏（董事长）、孙筱婧、高远、李长军（独立董事）、彭和平（独立董事）。监事会组成人员为：丛蓓（监事会主席）、邵伟刚（职工监事）杨晓娜。高级管理人员为：李鹏（总经理）、孙筱婧（副总经理）、孔令川（财务总监）、高远（董事会秘书）。

报告期内，公司董事会、监事会的建立和完善，公司董事、监事、高级管理人员的

变动，是在保持公司业务持续经营和有限公司整体变更为股份公司的基础上，不断规范和完善公司内部治理结构所致，有利于公司的规范运营和稳定长远的发展。公司董监高的变动均已经相关三会审议通过，符合法律、法规、规范性文件、公司章程及公司其他制度的规定，该变动是公司未来发展和管理的需要，对公司管理层的稳定不会产生不利影响，且使公司治理机制得到进一步完善。

第四节 公司财务

一、最近两年的审计意见及财务报表编制基础

（一）最近两年的审计意见

公司 2015 年度和 2014 年度的财务会计报告已经具有证券期货相关业务资格的天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了编号为天职业字[2016]5914 号的标准无保留意见的审计报告。

（二）公司财务报表的编制基础及合并范围

1、公司财务报表编制基础

公司执行财政部发布的《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）的披露规定编制财务报表。本公开转让说明书披露的最近两年财务报表系按财政部颁布的《企业会计准则》编制，并对 2014 年和 2015 年的财务报表按照《企业会计准则》进行了追溯调整，将调整后的利润表和资产负债表作为可比期间的申报财务报表。

2、公司合并报表范围确定原则

公司直接或间接拥有被投资单位半数以上的表决权，表明本公司能够控制被投资单位，将该被投资单位纳入合并财务报表的合并范围（有证据表明本公司不能控制被投资单位的除外）；公司拥有被投资单位半数或半数以下的表决权，但对被投资单位具有实际控制权的，将该被投资单位纳入合并财务报表的合并范围（有证据表明母公司不能控制被投资单位的除外）。

本公司在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，编制合并报表时，调整合并资产负债表的期初数，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，现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控

制时点起一直存在。

3、本公司报告期内合并报表的范围及其变动

本公司报告期内纳入合并范围的子公司包括 1 家，为林芝市雅江文化科技有限公司，具体情况如下：

子公司名称	林芝市雅江文化科技有限公司
注册地	西藏林芝市巴宜区八一镇广东花园之三 6 单元 203 室
注册资本	2000 万元
持股及表决权比例（%）	100.00
期末实际出资额	100 万元
经营范围	文化活动创意、设计、组织、代理、推介、咨询、会展、会议策划服务；广告设计、制作、代理及发布；建筑材料、化妆品、办公用品、机械设备、礼品、工艺品、日化用品销售；计算机软件开发及服务；计算机硬件、系统集成、网络工程、通讯、机电工程设备、多媒体科技、电子信息、网络产品的设计、研究、开发、委托加工、销售、维修、测试及服务。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营该项目]
合并期间	2014.1.1-2015.12.31

(三) 最近两年的财务报表

1、合并资产负债表

合并资产负债表

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产：		
货币资金	8,766,068.24	1,813,438.36
应收票据	200,000.00	143,677.60
应收账款	29,191,672.04	26,572,087.49
预付款项	2,040,755.72	5,639,537.99
应收利息		-
应收股利		-
其他应收款	3,722,677.18	59,297,075.14
存货		
一年内到期的非流动资产		-
其他流动资产	315,222.00	1,509,709.00
流动资产合计	44,236,395.18	94,975,525.58
非流动资产：		
可供出售金融资产		
持有至到期投资		
长期应收款		
长期股权投资		
投资性房地产		
固定资产	2,709,894.93	2,536,674.01
在建工程		-
工程物资		-
固定资产清理		
生产性生物资产		-
油气资产		-
无形资产		
开发支出		-
商誉		-
长期待摊费用	2,960,000.00	
递延所得税资产		
其他非流动资产		-
非流动资产合计	5,669,894.93	2,536,674.01
资产总计	49,906,290.11	97,512,199.59

合并资产负债表（续）

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动负债：		
短期借款		
交易性金融负债	-	-
应付票据	-	-
应付账款	8,788,839.51	41,803,791.19
预收款项	1,406,191.73	26,862,640.61
应付职工薪酬	279,633.02	
应交税费	759,641.04	3,409,841.83
应付利息		-
应付股利		-
其他应付款	1,145,894.72	2,103,528.89
一年内到期的非流动负债		-
其他流动负债		
流动负债合计	12,380,200.02	74,179,802.52
非流动负债：		
长期借款		
应付债券		
长期应付款		
专项应付款	-	
预计负债		
递延所得税负债		-
其他非流动负债		-
非流动负债合计		
负债合计	12,380,200.02	74,179,802.52
股东权益：		
实收资本	21,680,000.00	11,020,000.00
资本公积	2,712,298.43	200,000.00
减：库存股		-
专项储备		-
盈余公积	500,000.00	500,000.00
一般风险准备		-
未分配利润	12,633,791.66	11,612,397.07
归属于母公司所有者权益合计	37,526,090.09	23,332,397.07
少数股东权益		-
所有者权益合计	37,526,090.09	23,332,397.07
负债和所有者权益总计	49,906,290.11	97,512,199.59

2、母公司资产负债表

母公司资产负债表

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产：		
货币资金	8,386,681.04	1,306,474.19
交易性金融资产		
应收票据	200,000.00	143,677.60
应收账款	17,692,458.70	26,572,087.49
预付款项	1,853,132.20	5,582,228.21
应收利息		
应收股利		
其他应收款	3,615,677.18	30,226,625.14
存货		
一年内到期的非流动资产		
其他流动资产	315,222.00	9,709.00
流动资产合计	32,063,171.12	63,840,801.63
非流动资产：		
可供出售金融资产		
持有至到期投资		
长期应收款		
长期股权投资	1,521,788.08	
投资性房地产		
固定资产	2,368,902.08	2,532,371.06
在建工程		
工程物资		
固定资产清理		
生产性生物资产		
油气资产		
无形资产		
开发支出		
商誉		
长期待摊费用		
递延所得税资产		
其他非流动资产		
非流动资产合计	3,890,690.16	2,532,371.06
资产总计	35,953,861.28	66,373,172.69

母公司资产负债表（续）

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动负债：		
短期借款		
交易性金融负债		
应付票据		
应付账款	8,001,938.75	50,075,910.58
预收款项	1,291,931.71	2,362,640.61
应付职工薪酬	164,984.02	
应交税费	946,970.19	1,592,455.72
应付利息		
应付股利		
其他应付款	992,432.05	6,945,024.00
一年内到期的非流动负债		
其他流动负债		
流动负债合计	11,398,256.72	60,976,030.91
非流动负债：		
长期借款		
应付债券		
长期应付款	-	-
专项应付款	-	-
预计负债	-	-
递延收益	-	-
递延所得税负债		
其他非流动负债		
非流动负债合计	0.00	0.00
负债合计	11,398,256.72	60,976,030.91
股东权益：		
实收资本	21,680,000.00	11,020,000.00
资本公积	3,234,086.51	
减：库存股		
专项储备		
盈余公积		
未分配利润	-358,481.95	-5,622,858.22
所有者权益合计	24,555,604.56	5,397,141.78
负债和所有者权益总计	35,953,861.28	66,373,172.69

3、合并利润表

合并利润表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
一、营业总收入	106,545,815.72	58,754,133.75
减：营业总成本	35,367,021.80	39,211,563.98
其中：营业成本	30,473,161.26	33,348,990.06
营业税金及附加	893,360.41	488,598.76
销售费用	794,329.38	190,135.20
管理费用	6,439,916.98	3,472,052.40
财务费用	20.57	-320.44
资产减值损失	-3,233,766.80	1,712,108.00
加：公允价值变动收益（损失以“－”号填列）		
投资收益（损失以“－”号填列）	20,538.35	16,756.45
其中：对联营企业和合营企业的投资收益		
二、营业利润（亏损以“－”号填列）	71,199,332.27	19,559,326.22
加：营业外收入	790.00	26,364.93
其中：非流动资产处置利得		26,364.93
减：营业外支出	47,914.54	
其中：非流动资产处置损失	47,914.54	
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	71,152,207.73	19,585,691.15
减：所得税费用	6,043,103.40	3,129,750.93
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	65,109,104.33	16,455,940.22
归属于母公司所有者的净利润	65,109,104.33	16,455,940.22
少数股东损益		
五、每股收益：		
（一）基本每股收益(元/股)	4.45	1.49
（二）稀释每股收益(元/股)	4.45	1.49
六、其他综合收益		
七、综合收益总额	65,109,104.33	16,455,940.22
归属于母公司所有者的综合收益总额	65,109,104.33	16,455,940.22
归属于少数股东的综合收益总额		

4、母公司利润表

母公司利润表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	54,779,567.30	45,742,379.05
减：营业成本	49,584,594.40	42,732,399.20
营业税金及附加	311,253.32	324,429.83
销售费用	455,055.21	
管理费用	4,088,193.70	2,295,168.98
财务费用	-5,106.64	203.19
资产减值损失	-3,233,766.80	1,712,108.00
加：公允价值变动收益（损失以“－”号填列）		
投资收益（损失以“－”号填列）	3,401,406.30	16,250.15
其中：对联营企业和合营企业的投资收益		
二、营业利润（亏损以“－”号填列）	6,980,750.41	-1,305,680.00
加：营业外收入	230.00	26,364.93
其中：非流动资产处置损失		26,364.93
减：营业外支出	47,914.54	
其中：非流动资产处置损失	47,914.54	
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	6,933,065.87	-1,279,315.07
减：所得税费用	-43,608.83	
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	6,976,674.70	-1,279,315.07
五、每股收益：		
（一）基本每股收益		
（二）稀释每股收益		
六、其他综合收益		
七、综合收益总额		

5、合并现金流量表

合并现金流量表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金	86,668,280.74	53,782,218.24
收到的税费返还		
收到其他与经营活动有关的现金	76,035,944.41	32,784,032.54
经营活动现金流入小计	162,704,225.15	86,566,250.78
购买商品、接受劳务支付的现金	62,047,840.31	31,756,156.68
支付给职工以及为职工支付的现金	3,315,503.36	2,524,436.34
支付的各项税费	14,809,730.64	3,124,798.54
支付其他与经营活动有关的现金	25,540,804.82	46,042,200.09
经营活动现金流出小计	105,713,879.13	83,447,591.65
经营活动产生的现金流量净额	56,990,346.02	3,118,659.13
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	5,300,000.00	14,600,000.00
取得投资收益收到的现金	20,538.35	16,756.45
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额		26,364.93
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	5,320,538.35	14,643,121.38
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的	942,843.18	855,398.85
投资支付的现金	3,500,000.00	16,100,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	200,000.00	
支付其他与投资活动有关的现金	-	
投资活动现金流出小计	4,642,843.18	16,955,398.85
投资活动产生的现金流量净额	677,695.17	-2,312,277.47
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	11,660,000.00	200,000.00
取得借款收到的现金		
发行债券收到的现金		
收到其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流入小计	11,660,000.00	200,000.00

项目	2015 年度	2014 年度
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	62,375,411.31	
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-
筹资活动现金流出小计	62,375,411.31	
筹资活动产生的现金流量净额	-50,715,411.31	200,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响		
五、现金及现金等价物净增加额	6,952,629.88	1,006,381.66
加：期初现金及现金等价物余额	1,813,438.36	807,056.70
六、期末现金及现金等价物余额	8,766,068.24	1,813,438.36

6、母公司现金流量表

母公司现金流量表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金	67,381,010.74	15,489,758.24
收到的税费返还		
收到其他与经营活动有关的现金	45,842,205.37	38,097,670.56
经营活动现金流入小计	113,223,216.11	53,587,428.80
购买商品、接受劳务支付的现金	90,950,560.00	33,401,691.90
支付给职工以及为职工支付的现金	1,957,807.32	1,616,237.20
支付的各项税费	1,562,248.01	281,559.80
支付其他与经营活动有关的现金	25,440,726.28	16,960,186.49
经营活动现金流出小计	119,911,341.61	52,259,675.39
经营活动产生的现金流量净额	-6,688,125.50	1,327,753.41
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	600,000.00	
取得投资收益收到的现金	3,401,406.30	
处置固定资产、无形资产和其他长期资产		26,364.93
处置子公司及其他营业单位收到的现金		
收到其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流入小计	4,001,406.30	26,364.93
购建固定资产、无形资产和其他长期资产	593,073.95	854,700.85
投资支付的现金	1,100,000.00	

项目	2015 年度	2014 年度
取得子公司及其他营业单位支付的现金	200,000.00	
支付其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流出小计	1,893,073.95	854,700.85
投资活动产生的现金流量净额	2,108,332.35	-828,335.92
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	11,660,000.00	
取得借款收到的现金		
发行债券收到的现金		
收到其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流入小计	11,660,000.00	
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	11,660,000.00	
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响		
五、现金及现金等价物净增加额	7,080,206.85	499,417.49
加：期初现金及现金等价物余额	1,306,474.19	807,056.70
六、期末现金及现金等价物余额	8,386,681.04	1,306,474.19

现金流量表（补充资料）

单位：元

补充资料	2015 年度	2014 年度
1. 将净利润调节为经营活动现金流量：		
净利润	65,109,104.33	16,455,940.22
加：资产减值准备	-3,233,766.80	1,712,108.00
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	519,336.81	516,055.82
无形资产摊销		
长期待摊费用摊销		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	47,914.54	-26,364.93
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）		
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）		
财务费用（收益以“－”号填列）		
投资损失（收益以“－”号填列）	-20,538.35	-16,756.45
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）		
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）		
存货的减少（增加以“－”号填列）		
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	59,851,040.08	-16,480,621.80
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-65,282,744.59	958,298.27
其他		
经营活动产生的现金流量净额	56,990,346.02	3,118,659.13
2. 不涉及现金收支的重大投资和筹资活动：		
债务转为资本		
一年内到期的可转换公司债券		
融资租入固定资产		
3. 现金及现金等价物净变动情况：		
现金的期末余额	8,766,068.24	1,813,438.36
减：现金的期初余额	1,813,438.36	807,056.70
加：现金等价物的期末余额		
减：现金等价物的期初余额		
现金及现金等价物净增加额	6,952,629.88	1,006,381.66

7、合并所有者权益变动表

2015 年合并所有者权益变动表

单位：元

项目	归属于母公司所有者权益								少数 股东 权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	减：库 存股	其他 综合收 益	专项储 备	盈余公积	一般风 险准备	未分配 利润		
一、上年期末余额	11,020,000.00	200,000.00				500,000.00		11,612,397.07		23,332,397.07
加：会计政策变更										
前期差错更正										
同一控制下企业合并										
其他										
二、本年期初余额	11,020,000.00	200,000.00				500,000.00		11,612,397.07		23,332,397.07
三、本期增减变动金额（减少以 “－”号填列）	10,660,000.00	2,512,298.43						1,021,394.59		14,193,693.02
（一）综合收益总额								65,109,104.33		65,109,104.33
（二）所有者投入和减少资本	10,660,000.00	2,512,298.43				-171,229.84		-1,541,068.59		11,460,000.00
1. 股东投入普通股	10,660,000.00	2,712,298.43				-171,229.84		-1,541,068.59		11,660,000.00
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		-200,000.00								-200,000.00
（三）利润分配						171,229.84		-62,546,641.15		-62,375,411.31
1. 提取盈余公积						171,229.84		-171,229.84		
2. 提取一般风险准备										
3. 对所有者（或股东）的分配										
4. 其他										

（四）所有者权益内部结转								-62,375,411.31		-62,375,411.31
1. 资本公积转增资本（或股本）										
2. 盈余公积转增股本（或股本）										
3. 盈余公积弥补亏损										
4. 其他										
（五）专项储备										
1. 本期提取										
2. 本期使用										
（六）其他										
四、本期期末余额	21,680,000.00	2,712,298.43				500,000.00		12,633,791.66		37,526,090.09

2014 年合并所有者权益变动表

单位：元

项目	归属于母公司所有者权益								少数 股东 权益	所有者权益 合计
	股本	资本公积	减：库存 股	其他 综合 收益	专项储 备	盈余公积	一般风 险准备	未分配 利润		
一、上年期末余额	11,020,000.00		-	-	-			-4,343,543.15		6,676,456.85
加：会计政策变更										
前期差错更正										
同一控制下企业合并										
其他										
二、本年期初余额	11,020,000.00		-	-	-			-4,343,543.15		6,676,456.85
三、本期增减变动金额（减少以 “－”号填列）		200,000.00	-	-	-	500,000.00		15,955,940.22		16,655,940.22
（一）综合收益总额								16,455,940.22		16,455,940.22
（二）所有者投入和减少资本		200,000.00	-	-	-					200,000.00
1. 股东投入普通股			-	-	-	-	-	-		
2. 其他权益工具持有者投入资本										
3. 股份支付计入所有者权益的金 额										
4. 其他		200,000.00								200,000.00
（三）利润分配	-	-	-	-	-	500,000.00		-500,000.00	-	
1. 提取盈余公积						500,000.00		-500,000.00		
2. 提取一般风险准备										-
3. 对所有者（或股东）的分配										
4. 其他										-
（四）所有者权益内部结转			-	-	-				-	-
1. 资本公积转增资本（或股本）										-

2. 盈余公积转增股本（或股本）										-
3. 盈余公积弥补亏损										-
4. 其他			-	-	-					-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取										-
2. 本期使用										-
（六）其他										-
四、本期期末余额	11,020,000.00	200,000.00	-	-	-	500,000.00	-	11,612,397.07	-	23,332,397.07

8、母公司所有者权益变动表

2015年母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	金额							
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年期末余额	11,020,000.00						-5,622,858.22	5,397,141.78
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年期初余额	11,020,000.00						-5,622,858.22	5,397,141.78
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	10,660,000.00	3,234,086.51					5,264,376.27	19,158,462.78
（一）综合收益总额							6,976,674.70	6,976,674.70
（二）所有者投入和减少资本	10,660,000.00	3,234,086.51				-171,229.84	-1,541,068.59	12,181,788.08
1. 股东投入普通股	10,660,000.00	2,712,298.43				-171,229.84	-1,541,068.59	11,660,000.00
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		521,788.08						521,788.08
（三）利润分配						171,229.84	-171,229.84	
1. 提取盈余公积						171,229.84	-171,229.84	
2. 对所有者（或股东）的分配								
3. 其他								
（四）所有者权益内部结转								
1. 资本公积转增资本（或股本）								
2. 盈余公积转增股本（或股本）								-
3. 盈余公积弥补亏损								-

4. 其他								
（五）专项储备								
1. 本期提取								
2. 本期使用								
（六）其他								
四、本期期末余额	21,680,000.00	3,234,086.51					-358,481.95	24,555,604.56

2014年母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	金额							
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年期末余额	11,020,000.00						-4,343,543.15	6,676,456.85
加：会计政策变更								
前期差错更正								
其他								
二、本年期初余额	11,020,000.00						-4,343,543.15	6,676,456.85
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）							-1,279,315.07	-1,279,315.07
（一）综合收益总额							-1,279,315.07	-1,279,315.07
（二）所有者投入和减少资本								
1．股东投入普通股								
2．其他权益工具持有者投入资本								
3．股份支付计入所有者权益的金额								
4．其他								-
（三）利润分配	-	-	-	-	-			
1．提取盈余公积								
2．对所有者（或股东）的分配								
3．其他								
（四）所有者权益内部结转	-		-	-	-			
1．资本公积转增资本（或股本）								-
2．盈余公积转增股本（或股本）								-
3．盈余公积弥补亏损								-
4．其他								-

（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取								-
2. 本期使用								
（六）其他								
四、本期期末余额	11,020,000.00						-5,622,858.22	5,397,141.78

二、报告期内采用的主要会计政策、会计估计及其变化情况

（一）报告期内采用的主要会计政策和会计估计

1、会计期间

公司会计年度为公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

2、记账本位币

公司记账本位币为人民币。

3、记账基础和计价原则

公司会计核算以权责发生制为记账基础，除交易性金融工具、可供出售金融资产等采用公允价值计量外，财务报表项目以历史成本为计价原则，公司报告期内报表项目的计量属性未发生变化。

4、现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。现金等价物是指持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金及价值变动风险很小的投资。

5、合并财务报表的编制方法

（1）合并财务报表范围的确定原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制是指本公司能够决定被投资单位的财务和经营政策，并能据以从被投资单位的经营活动中获取利益的权力。合并范围包括本公司本部及全部子公司。子公司，是指被本公司控制的企业或主体。

一旦相关事实和情况的变化导致上述定义涉及的相关要素发生变化，本公司将进行重新评估。

（2）合并财务报表编制的方法

从取得子公司的净资产和生产经营决策的实际控制权之日起，本公司开始将其纳入合并范围；从丧失实际控制权之日起停止纳入合并范围。对于处置的子公司，处置日前的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中；当期处置的子公司，不调整合并资产负债表的年初数。非同一控制下企业合并增加的子公司，其购买日后的经营成果及现金流量已经适当地包括在合并

利润表和合并现金流量表中，且不调整合并财务报表的年初数和对比数。同一控制下企业合并增加的子公司，其自合并当期年初至合并日的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，并且同时调整合并财务报表的对比数。

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策、会计期间不一致的，按照本公司的会计政策、会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

公司内所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。

子公司的股东权益及当期净损益中不属于本公司所拥有的部分分别作为少数股东权益及少数股东损益在合并财务报表中股东权益及净利润项下单独列示。子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司年初所有者权益中所享有的份额，冲减少数股东权益。

合并所有者权益变动表根据合并资产负债表和合并利润表编制。

6、应收款项及坏账准备的确认标准、计提方法

报告期末如果有客观证据表明应收款项发生减值，则将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。可收回金额是通过对其未来现金流量（不包括尚未发生的信用损失）按原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（扣除预计处置费用等）。原实际利率是初始确认该应收款项时计算确定的实际利率。短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小，在确定相关减值损失时，不对其预计未来现金流量进行折现。

（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	单笔应收账款余额在 100 万元以上，单笔其他应收款余额在 100 万元以上。
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，根据预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。 对中国铁路总公司及其下属单位的保证金、押金不计提坏账准备；关联方内部款项、备用金不计提坏账准备。

(2) 按组合计提坏账准备应收款项:

对于单项金额非重大的应收款项,与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合,根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收账款组合的实际损失率为基础,结合现时情况确定本期各项组合计提坏账准备的比例,据此计算本期应计提的坏账准备。

确定组合的依据	单独测试未发生减值的单项金额重大的应收款项及其他单项金额非重大的应收款项
账龄组合	采用账龄分析法计提坏账准备
按组合计提坏账准备的计提方法是账龄分析法	

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(%)
0-6个月(含6个月)	0.00	0.00
6个月-1年	2.00	2.00
1-2年	30.00	30.00
2-3年	100.00	100.00
3-4年	100.00	100.00
4-5年	100.00	100.00
5年以上	100.00	100.00

(3) 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款:

单项计提坏账准备的理由	本集团根据实际情况确定,收回存在不确定性
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试,根据预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额,确认减值损失,计提坏账准备。 关联方内部不计提坏账。

公司对除应收账款和其他应收款外的应收款项,结合本公司的实际情况,确定预计损失率为零,对于个别信用风险特征明显不同的,单独分析确定预计损失率。

(4) 坏账准备的转回

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

7、长期股权投资

（1）长期股权投资初始成本的确定

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。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。

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。

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

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

（2）长期股权投资的后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算。

采用成本法核算的长期股权投资按照初始投资成本计价。追加或收回投资调整长期股权投资的成本。被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

对合营企业和联营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

本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；本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；本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，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

本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

可辨认净资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，按照本公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益等。

本公司确认被投资单位发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，本公司负有承担额外损失义务的除外。

被投资单位以后实现净利润的，本公司在其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。

本公司计算确认应享有或应分担被投资单位的净损益时，与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于本公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。

本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，按照《企业会计准则第8号——资产减值》等的有关规定属于资产减值损失的，全额确认交易损失。

本公司因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》确定的原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

本公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算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。

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行

调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《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。

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，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，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。

8、固定资产

（1）固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产分类为：房屋及建筑物、机器设备、运输工具、电子设备及其他。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

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

（2）固定资产的初始计量

固定资产取得时按照实际成本进行初始计量。

外购固定资产的成本，以购买价款、相关税费、使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可归属于该项资产的运输费、装卸费、安装费和专业人员服务费等确定。

购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

（3）固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出，在相关的经济利益很可能流入公司且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；其他后续支出于发生时计入当期损益。

（4）各类固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

符合资本化条件的固定资产装修费用，在两次装修期间与固定资产尚可使用

年限两者中较短的期间内，采用年限平均法单独计提折旧。

各类固定资产折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧年限(年)	年折旧率(%)	预计残值率(%)
机器设备	5-10	9.50-19.00	5.00
运输工具	5	19.00	5.00
电子设备	5	19.00	5.00
办公设备	5	19.00	5.00

10、收入确认和计量

(1) 收入确认的原则

a.销售商品收入的确认

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

b.提供劳务收入的确认

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

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

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

c.让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

d.本公司业务收入确认和计量原则

公司的主营业务为广告的制作发布,根据公司与客户签订合同的约定,需要保证相应广告能够在规定时间内持续播放,因而公司在相应的广告内容见诸公司可使用的媒体,经客户确认取得收款的权利后,按照合同约定的广告发布期限确认营业收入。

11、职工薪酬

职工薪酬是指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。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) 短期薪酬的会计处理方法

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

(2) 离职后福利的会计处理方法

离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。

在职工为公司提供服务的会计期间,将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。根据设定提存计划,预期不会在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内支付全部应缴存金额的,根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率,将全部应缴存金额以折现后的金额计量应付职工薪酬。

公司根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率对所有设定受益计划义务予以折现,包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务。

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

报告期末,将设定受益计划产生的职工薪酬成本中的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额部分计入当期损益或资产成本;重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动。计入其他综合收益,并且在后续会计期间不

允许转回至损益，可以在权益范围内转移。

在设定受益计划下，在修改设定受益计划与确认相关重组费用或辞退福利孰早日将过去服务成本确认为当期费用。

企业在设定受益计划结算时，确认结算利得或损失。该利得或损失是在结算日确定的设定受益计划义务现值与结算价格的差。

12、递延所得税资产和递延所得税负债

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

一般情况下所有暂时性差异均确认相关的递延所得税。但对于可抵扣暂时性差异，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，确认相关的递延所得税资产。此外，与商誉的初始确认相关的，以及与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额(或可抵扣亏损)的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的暂时性差异，不予确认有关的递延所得税资产或负债。

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

确认与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债，除非本公司能够控制暂时性差异转回的时间，而且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对于与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，只有当暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，才确认递延所得税资产。资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

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

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

资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

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

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

（二）主要会计政策和会计估计变更情况

报告期内公司不存在会计政策变更和会计估计变更。

三、报告期内主要会计数据和财务指标及分析

（一）盈利能力分析

公司最近两年的盈利能力指标如下表：

项目	2015 年度	2014 年度
毛利率（%）	71.40	43.24
净资产收益率（%）	228.63	110.41
扣除非经常性损益后的净资产收益率（%）	102.33	-21.52
基本每股收益（元/股）	4.45	1.49
稀释每股收益（元/股）	4.45	1.49
每股净资产（元/股）	1.73	2.12

公司2015年度、2014年度的毛利率分别为71.40%和43.24%，在报告期内公司毛利率大幅上升，主营业务的盈利能力突出，主要原因是：（1）公司致力于中国铁路专业媒体的建设与运营，随着客户资源的不断增多，公司在2015年度营业收入呈现爆发式增长，比2014年度增长幅度达到81.34%，对当年度毛利率水平的提高产生积极影响；（2）公司营业成本主要由广告发布费、媒体设备折旧费、制作费等构成，其中报告期内支付给资源方的广告发布费分别占营业成本的97.44%、95.48%，由于该部分成本开支在各年度相对稳定，因而2015年度的业

务收入的大幅提高使得当年度毛利率水平同比增长,公司产品和服务的价值快速提升。

公司2015年度、2014年度净资产收益率分别为228.63%、110.41%,扣除非经常性损益净额后的净资产收益率分别为102.33%、-21.52%。公司报告期内净资产收益率快速提高,显示出主营业务良好的盈利能力,但其与扣除非经常性损益后的净资产收益率指标差异较大,主要是由于公司于2015年6月30日收购了同一控制下的林芝市雅江文化科技有限公司,同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的2015年度、2014年度净损益金额分别为45,161,944.10元、17,735,255.29元,计入了报告期内非经常性损益,使得扣除非经常性损益净额后的净资产收益率出现大幅波动。

公司2015年度、2014年度基本每股收益分别为4.45元、1.49元,主要是由于公司在2015年6月收购了同一控制下的林芝市雅江文化科技有限公司,对公司报告期内的整体利润水平贡献较大,使得基本每股收益相应提高。另外,公司2015年度基本每股收益较2014年度大幅上升,主要是公司在2015年度执行的客户广告合约较多,在收入增加的同时严格控制广告发布费、固定资产折旧及制作费的营业成本的支出,使得2015年度的利润较2014年度大幅增长了295.66%。

公司2015年度、2014年度每股净资产分别1.73元/股、2.12元/股,公司报告期内每股净资产的变动系公司股东权益变动及各年末实收资本变动导致:公司分别于2015年6月和2015年9月进行了增资,实收资本由2014年末的1102万元增加至2015年末的2168万元,增长了96.73%,而公司同期净资产规模增长率为60.83%,使得每股净资产下降为2015年末的1.73元/股。

综上,公司报告期内主营业务明确,没有发生重大变化,公司通过同一控制下的企业合并,收购了关联企业林芝市雅江文化科技有限公司,增强了公司的整体盈利能力,主营业务步入快速发展期。公司对重要客户均保持良好合作关系,通过广告发布资源的整合,逐步扩大广告业务规模,主营业务具有较强的盈利能力。

（二）偿债能力分析

公司最近两年的偿债能力指标如下表：

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产负债率（%）（母公司）	31.70	91.87
流动比率（倍）	3.57	1.28
速动比率（倍）	3.38	1.18

公司 2015 年末、2014 年末流动比率分别为 3.57、1.28，速动比率为 3.38、1.18，呈现逐年提高趋势，短期偿债能力快速提升，主要原因是：（1）公司最近两年业务收入规模逐年扩大，2015 年末的货币资金、应收账款金额均有所上升；（2）公司新老股东分别于 2015 年 6 月 29 日和 2015 年 9 月 25 日以货币形式增加注册资本金额为 566 万元、500 万元，偿还了部分关联方借款，使得 2015 年末流动负债较上年末相比大幅减少 83.31%。总体上看，报告期内公司短期偿债能力逐步改善，短期偿债的财务风险较小。

母公司 2015 年末、2014 年末资产负债率分别为 31.70%、91.87%，公司的负债主要来源于公司业务中的自发性、持续性负债，以应付账款、其他应付款、预收款项、应交税费为主，为公司正常经营活动产生的余额，2015 年末由于应付账款和其他应付款的减少导致负债总额较 2014 年末下降了 81.30%，同时，2015 年盈利及新老股东的增资导致所有者权益较 2014 年增加了 354.97%，两者的反向变动导致 2015 年末资产负债率较 2014 年末有较大幅度的下降。总体而言，公司目前资产负债率较低，长期偿债能力良好。

综合以上因素分析，公司目前经营稳健，总体的负债结构合理，流动负债控制在合理范围之内，整体的偿债能力较强。

（三）营运能力分析

公司最近两年的营运能力指标如下表：

项目	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次）	3.65	2.50
存货周转率（次）	0.00	0.00

（1）应收账款周转率

报告期内，公司的主营业务为广告制作发布业务，应收账款随着业务规模的

的增加而相应增加。公司 2015 年度、2014 年度的广告制作发布业务收入分别为 106,545,815.72 元、58,754,133.75 元，各年度末对应的应收账款净额分别为 29,191,672.04 元和 26,572,087.49 元。由于公司主营业务收入增幅高于应收账款金额增幅，应收账款周转率逐年上升，报告期各期末分别达到 3.65 次和 2.50 次，体现出公司具有良好的销售回款率。

结合公司的业务分析可知，公司在收取客户一定比例的预付款后，剩下部分的款项则在信用期内收回。公司针对不同的客户，给予不同的信用期，公司客户多数以食品饮料、旅游、金融、电子通信等行业企事业单位和部分政府机构为主，由于该部分客户对于广告的发布、付款等事项有比较严格的审批程序，需要经过一定时间逐级审批，结算与付款存在时间差异，因而在期末形成了应收账款。

（2）存货周转率

根据公司业务的自身特点，公司采购媒体经营权支付的款项计入预付账款，在合同期间按月结转成本，公司在报告期末没有库存原材料及商品，故期末的存货周转率为零。

（四）获取现金能力分析

公司最近两年的获取现金能力指标如下表：

项目	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额（元）	56,990,346.02	3,118,659.13
投资活动产生的现金流量净额（元）	677,695.17	-2,312,277.47
筹资活动产生的现金流量净额（元）	-50,715,411.31	200,000.00
现金及现金等价物净增加额（元）	6,952,629.88	1,006,381.66
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	2.63	0.28

1、经营活动

经营活动产生的现金流量金额与利润表关系分析

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
净利润（A）	65,109,104.33	16,455,940.22
加：资产减值准备	-3,233,766.80	1,712,108.00
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	519,336.81	516,055.82

项目	2015 年度	2014 年度
无形资产摊销		
长期待摊费用摊销		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失 (收益以“-”号填列)	47,914.54	-26,364.93
固定资产报废损失(收益以“-”号填列)		
公允价值变动损失(收益以“-”号填列)		
财务费用(收益以“-”号填列)		
投资损失(收益以“-”号填列)	-20,538.35	-16,756.45
递延所得税资产减少(增加以“-”号填列)		
递延所得税负债增加(减少以“-”号填列)		
存货的减少(增加以“-”号填列)		
经营性应收项目的减少(增加以“-”号填列)	59,851,040.08	-16,480,621.80
经营性应付项目的增加(减少以“-”号填列)	-65,282,744.59	958,298.27
其他		
经营活动产生的现金流量净额(B)	56,990,346.02	3,118,659.13
差额(B-A)	-8,118,758.31	-13,337,281.09

本公司2014年度、2015年度经营活动产生的现金流量净额为3,118,659.13元、56,990,346.02元，报告期内公司现金流量净额呈现逐年上升趋势，由于公司2014年度公司的业务规模尚未充分形成，相应的业务收入现金流入较少，且公司在当年度支付了较多的往来款项，故经营活动产生的现金净流量仅为3,118,659.13元，随着公司2015年度可执行客户合约的增加，以及往来款项的陆续收回，2015年度经营活动产生的现金流量净额大幅增加。

由上表可以看出，影响公司经营活动产生的现金流量净额和净利润产生差异的主要因素是经营性应收应付项目、计提的资产减值准备、固定资产折旧和投资收益，具体表现为：

2015 年度，公司实现净利润 65,109,104.33 元，当年度经营活动产生的现金流量净额比同期净利润降低了 8,118,758.31 元，主要是公司加大的应收款项的回收力度，偿付了部分应付款项，使得 2015 年末公司经营性应收项目占用资金减少 59,851,040.08 元、经营性应付项目减少 65,282,744.59 元；同时，公司 2015 年度冲回以前年度计提的资产减值准备 3,233,766.80 元，对公司的经营现金流量的产生反向影响。

2014 年度，公司实现净利润为 16,455,940.22 元，经营活动产生的现金流量净额低于当期净利润 13,337,281.09 元，主要系公司在 2014 年度应收账款和应收票据增加，致使经营性应收项目占用资金增加 16,480,621.80 元，减少了公司的经营活动现金净流量。

2、投资活动

公司 2015 年度、2014 年度投资活动现金流量净额分别为 677,695.17 元和 -2,312,277.47 元。其中，公司投资活动中投资支付的现金、收回投资收到的现金主要是公司购买银行理财产品的现金收支。另外，报告期内，公司购买部分机器设备、运输工具和电子设备等固定资产，在 2014 年度、2015 年度的现金支出分别是 855,398.85 元、942,843.18 元。

3、筹资活动

公司 2015 年度、2014 年度筹资活动现金流量净额分别为 -50,715,411.31 元和 200,000.00 元。截至报告期末，公司筹资活动收到的现金主要系新老股东在 2015 年度现金增资 10,660,000.00 元，筹资活动支出的现金主要为子公司林芝市雅江文化科技有限公司在 2015 年 6 月向股东分配利润 62,375,411.31 元，对筹资活动的现金流量产生较大影响。

（五）同行业公司分析比较

公司主营业务为通过铁路媒体资源的运营管理，从事广告制作发布业务，公司拥有的铁路媒体资源的形式主要包括站内灯箱媒体、LED 视频媒体、玻璃看板媒体等。目前，公司服务的客户主要以互联网通讯、旅游、金融、食品饮料等行业的企业或机构为主。

公司主营业务所属行业为 L72 商务服务业（依据中国证监会 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》）；L7240 广告业（依据国家统计局发布的《国民经济行业分类 GB/T 4754-2011》标准）；L7240 广告业（依据全国中小企业股份转让系统公司制定《挂牌公司管理型行业分类指引》）

公司根据所处行业，从同行业挂牌公司中遴选了以下两家企业：

捷报文化（833625）：公司的主营业务是基于自有或代理的户外广告发布媒体，主要提供广告发布服务。公司自有或代理的户外广告发布媒体主要为城市广场、内河桥头、高速公路沿线单立柱广告牌，公交候车亭广告牌、楼体广告牌、

公交车身广告牌、出租车顶灯、城市指路牌。公司主要客户为房地产开发商及通讯企业。

分众传媒（七喜股份，002027）：分众传媒当前的主营业务为生活圈媒体的开发和运营，主要产品为楼宇媒体（包含楼宇视频媒体和框架媒体）、影院银幕广告媒体、卖场终端视频媒体等，覆盖城市主流消费人群的工作场景、生活场景、娱乐场景、消费场景，并相互整合成为生活圈媒体网络。分众传媒通过对物业信息（楼龄、楼价、地理位置、住户类型等）的分析以及与百度等搜索引擎的合作，得出不同楼宇、社区的消费者不同品类消费需求和品牌偏好，从而帮助广告主精准投放。

各同行业公司的具体财务指标如下：

盈利能力指标			
项目	本公司	同行业挂牌公司	
		捷报文化	分众传媒
	2014 年度	2014 年度	2014 年度
毛利率（%）	43.24	44.61	34.35
净资产收益率（%）	110.41	21.46	42.42
基本每股收益（元/股）	1.49	0.08	8.29
偿债能力指标			
资产负债率（%）（母公司）	91.87	69.71	35.66
流动比率（倍）	1.28	0.77	2.54
速动比率（倍）	1.18	0.70	2.54
营运能力指标			
应收账款周转率（次）	2.50	2.72	3.23
存货周转率（次）	0.00	149.73	0.00

注：同行业挂牌公司的有关财务数据均来自其公开披露的年报和公开转让说明书。

通过公司 2014 年度的财务指标与上述两家公司相比，公司的毛利率、净资产收益率均高于可比公司，但每股收益却远低于分众传媒，主要是由于公司业务规模尚处于发展阶段，2014 年末的注册资本仅为 1,102.00 万元，因而业务规模的增长更容易带动毛利率、净资产收益率的增加，随着公司经营规模的扩大、营业成本的日益增加，盈利指标对业务规模增长的弹性将逐步降低。公司的业务规模与分众传媒相比，尚处于起步发展阶段，盈利能力也将逐步展现，因而每股收

益远低于分众传媒，但高于以户外广告发布媒体业务为主的捷报文化。

公司 2014 年末的资产负债率远高于可比公司分众传媒和捷报文化，主要是受公司注册资本较低、往来款项金额较高的影响，随着公司 2015 年增加注册资本、清理往来款项以及盈利能力的进一步提高，期末资产负债率大幅下降为 35.42%。受发展阶段和融资情况的影响，公司的流动比率和速动比率低于分众传媒，但高于捷报文化同类指标，说明公司的偿债能力处于行业中等水平，预计未来将随着盈利水平的提升和股权融资的增加逐步改善。

公司应收账款周转率低于可比公司，说明公司期末应收账款余额较高，与同行业公司相比，仍然具有改善空间，公司的运营能力有待进一步提高。

（六）主要税项和适用的税收政策

1、公司适用的主要税种及其税率

税种	计税依据	税率（%）
增值税	按税法规定计算的增值税应税收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	6.00
城市维护建设税	实缴营业税、增值税	7.00
教育费附加	实缴增值税、营业税	3.00
地方教育费附加	实缴增值税、营业税	2.00
企业所得税	应纳税所得额	9.00、15.00、25.00

2、公司具体的税收优惠政策：

（1）企业所得税

根据西藏地区 2014 年 5 月新发布的《西藏自治区企业所得税实施办法》，西藏自治区的企业统一执行西部大开发战略中企业所得税 15% 的税率；自 2015 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止，暂免征收我区企业应缴纳的企业所得税中属于地方分享的部分。

根据以上政策，林芝雅江 2014 年所得税税率为 15%，2015 年所得税税率为 9%。

（2）增值税

自 2012 年进行广告业营业税改增值税以后，公司被认定为增值税一般纳税人，适用 6% 增值税率。

四、报告期内公司收入情况

（一）公司主营业务收入构成

报告期内，公司营业收入构成情况如下表所示：

单位：元

服务类别	2015 年度		2014 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）
主营业务收入	106,545,815.72	100.00	58,754,133.75	100.00
其中：广告制作发布业务	106,545,815.72	100.00	58,754,133.75	100.00
其他业务收入	0.00	0.00	0.00	0.00
营业收入合计	106,545,815.72	100.00	58,754,133.75	100.00

报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比例为 100%，无其他业务收入，公司主营业务明确，报告期内未发生主营业务变化的情况。

报告期内，公司主营业务为全国铁路媒体资源的开发与运营，运营的媒体资源为位于火车站出站通道的灯箱媒体，及 LED 视频媒体和玻璃看板媒体，公司通过运营的媒体资源为全国各地的互联网通讯、旅游、金融、食品饮料等行业的企业或机构提供广告制作及发布服务。

公司 2014 年度、2015 年度主营业务收入分别为 58,754,133.75 元和 106,545,815.72 元，其中 2015 年度主营业务收入比上年同期增长了 81.34%，增长趋势明显，主要是因为：

（1）公司具有较强的核心竞争力。公司致力于铁路媒体资源的开发与运营，通过长期累积及不断改造升级，已在国内近百个城市火车站点的优质位置拥有媒体资源的独家代理权，具有明显的媒体资源优势。凭借优质媒体资源网络，并根据市场需求进行资源打包重组，有效激活了在媒体资源散、乱、小局面下未能得到有效释放的市场需求，有力推动了公司业务规模的提升。

同时，公司重视人才引进与销售团队建设，在报告期内在原有两个销售团队基础上新增三个销售团队，销售团队负责人均具有丰富行业经验和销售资源，通过实施差异化销售策略，将母公司定位服务于既有的区域化客户，子公司定位服务于重点大客户，取得了较好的成效，由于销售团队的业务策划能力强、可拓展的客户资源广泛，报告期内销售业务快速提升。

(2) 公司在行业竞争中的优势突出。目前，国内广告媒体的形式众多，主要包括电视、广播、报纸、杂志、影院、互联网等，由于广告主主要需求为利用有限预算得到最大的宣传营销效果，因此，所有形式的广告媒体之间均构成了竞争。公司致力于铁路媒体资源的开发与运营，在行业竞争中优势突出，主要体现在：第一，铁路媒体资源具有受众人群广、人流量大的特点，依托我国铁路的蓬勃发展，公司媒体资源具有较强的覆盖率优势；第二，铁路媒体可以高效而精准的对接目标人群，减少无效广告投入，使目标客户的广告投入效果最大化，契合广告营销行业精准化的发展趋势；第三，公司采用滚动灯箱系统进行广告场景改造，可实现巨大可发布容量，使公司可以更好满足客户需求，降低广告发布的单位成本，解决特定广告资源的投放时间冲突问题，同时满足较多客户需求。

(3) 市场需求和新增客户快速增加。广告行业的发展速度和水平与国家地区的经济发展速度和水平呈现密切的相关性，改革开放以来我国国民经济持续快速增长，综合国力显著增强，伴随着国内经济的稳定增长，我国广告行业呈现出快速增长的态势，截至 2014 年，

我国广告业经营额已达 5,605.6 亿元。报告期内，公司凭借丰富的行业管理经验、所运营的优质铁路媒体资源以及良好的系统服务支持，维持了长期客户的忠诚度，既有客户广告投入保持稳定，并持续健康增长，同时签订了部分优质客户的广告合同，如北京城市网邻信息技术有限公司、北京杰尔思行广告有限公司、湖北黄山头酒业营销有限公司、中兴通讯股份有限公司和北京宏岸图升网络技术有限公司等，为公司销售收入高速增长奠定了基础。

报告期内，公司新增客户的行业类型集中于互联网通讯、旅游行业两个客户板块。公司 2014 年、2015 年来自于互联网通讯行业客户的收入分别约为 1,841 万元和 4,414 万元，占公司当年业务收入总额的 31.33%和 41.43%，保持了较高速度的增长；公司 2014 年、2015 年来自于旅游行业的客户超过 20 家，其中主要为各省市旅游管理部门。公司旅游行业客户占公司客户总数的约 1/3，构成了公司客户的最主要板块。近年来，我国旅游业持续快速发展，国内旅游收入年均增长超过 15%，2015 年全年国内游客突破 40 亿人次，国内旅游收入超过 3 万亿。国内旅游行业的蓬勃发展为城市入口广告业务带来良好发展机遇。

报告期内，随着公司的核心竞争力、行业竞争优势逐步积累，以及广告行业市场需求、新客户的增加，公司业务进入快速发展期，广告订单快速增长，主营业务收入大幅提升，公司在行业的竞争能力逐步体现。

（二）收入确认方法

1、收入确认的原则

(1) 销售商品收入的确认

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

(2) 提供劳务收入的确认

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

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

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

(3) 让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、收入确认的时点

公司的主营业务为广告的制作发布，根据公司与客户签订合同的约定，需要保证相应广告能够在规定时间内持续播放，因而公司在相应的广告内容见诸公司可使用的媒体，经客户确认取得收款的权利后，按照合同约定的广告发布期限确认营业收入。

(三) 主营业务收入结构

1、按最终客户所处行业划分的营业收入

最近两年营业收入类别构成表

单位：元

客户类别	2015 年度		2014 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）
互联网、通讯服务	44,140,518.60	41.43	18,408,622.63	31.33
食品、饮料	26,172,294.03	24.56	5,868,867.95	9.99
旅游	15,730,188.70	14.76	12,076,226.42	20.55
金融	8,773,584.92	8.23	7,978,962.27	13.58
建筑建材、家居	2,974,355.32	2.79	1,537,735.86	2.62
电动车、汽车及汽车配件	2,191,882.29	2.06	1,310,264.14	2.23
制药	660,377.35	0.62	943,396.22	1.61
房地产	1,166,698.07	1.10	1,781,132.07	3.03
影视、娱乐	108,490.57	0.10	14,150.94	0.02
其它	4,627,425.87	4.35	8,834,775.25	15.04
合计	106,545,815.72	100.00	58,754,133.75	100.00

公司客户主要分布在互联网科技、电子通信、旅游、金融等重要新兴领域和食品饮料、房地产、建筑、汽车等传统领域。公司根据客户的行业分布、媒体资源所处的地理位置、人流和消费者情况、周边商业形态、广告覆盖率等因素对其广告价值进行研究，大力开发互联网、电子通信、旅游和金融等重要新兴领域的客户，同时加强维护和扩大开发在传统领域的大客户。

2014 年，互联网科技和电子通信、旅游和金融三个行业的收入分别占到公司客户行业收入的前三位，总收入占比 65.46%。2015 年，公司在不断开发新客户的同时，注意客户行业的分布和多元化，顺应当前社会经济发展潮流，公司当年度营业收入前五名的行业分别是：（1）手机、互联网、通讯服务；（2）食品、饮料；（3）旅游；（4）金融；（5）建筑建材、家居。其中前三名客户收入占公司营业收入的 80.75%。综上，随着互联网科技行业的兴起，公司将目标客户对准了这一新兴行业，此行业客户成为公司报告期内收入的主要来源，占比从 2014 年的 31.33% 上升到 2015 年的 41.43%，主要包括北京城市网邻信息技术有限公司、北京杰尔思行广告有限公司、新疆鼎涵文化传媒有限公司、中兴通讯股份有限公司和北京宏岸图升网络技术有限公司等优质客户，公司与这些客户建立

了较长期的合作关系。同时，公司还加大开发旅游行业客户的力度，如山西省旅游局、新乡市旅游局、甘肃省旅游局均与公司签订了大额合同。

（四）营业利润、毛利率的构成及变动分析

1、按业务类型划分主营业务结构及毛利率变化分析

最近两年毛利、毛利率构成表

单位：元

业务名称	2015 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率（%）
主营业务	106,545,815.72	30,473,161.26	71.40
广告制作发布业务	106,545,815.72	30,473,161.26	71.40
其他业务	0.00	0.00	0.00
合计	106,545,815.72	30,473,161.26	71.40

业务名称	2014 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率（%）
主营业务	58,754,133.75	33,348,990.06	43.24
广告制作发布业务	58,754,133.75	33,348,990.06	43.24
其他业务	0.00	0.00	0.00
合计	58,754,133.75	33,348,990.06	43.24

报告期内，公司的综合毛利率由2014年的43.24%提升至2015年的71.40%，2015年综合毛利率的增长比例达到65.12%，盈利能力快速提升。公司主营业务的盈利能力突出，一方面是由于公司拥有优质的铁路媒体资源，报告期内客户数量不断增加，可执行确认收入的广告制作发布合同较多，使得2015年营业收入出现爆发式增长，比上年同期增长81.34%，对综合毛利率的提高产生积极作用；另一方面，公司的营业成本主要由广告发布费、媒体设备折旧费、制作费等构成，其中广告发布费支出金额相对稳定，在报告期内变动幅度不大，主营业务收入的大幅增加使得当年毛利水平相应增长，毛利率水平也同比快速提高。

公司综合毛利率在报告期内快速提高，反映了公司凭借媒体资源、服务质量和品牌价值能力，不断开拓广告市场业务，在加强与深化现有客户合作的基础上，加大新客户的开发与市场渠道开拓，整体业务盈利能力逐步增强，公司的专业能

力与品牌价值得到客户认可。

2、营业收入和利润总额的变动趋势及原因

最近两年营业收入、成本及利润对比表

单位：元

项目	2015 年度		2014 年度
	金额	增长率（%）	金额
营业收入	106,545,815.72	81.34	58,754,133.75
营业成本	30,473,161.26	-8.62	33,348,990.06
毛利润	76,072,654.46	199.44	25,405,143.69
毛利率（%）	71.40	65.12	43.24
营业利润	71,199,332.27	264.02	19,559,326.22
利润总额	71,152,207.73	263.29	19,585,691.15
净利润	65,109,104.33	295.66	16,455,940.22

（1）营业收入分析

报告期内公司主营业务收入快速增长，2014年度、2015年度的营业收入分别达到58,754,133.75元和106,545,815.72元，其中，2015年度营业收入比上年同期增长81.34%，业务规模得到大幅提升。主要原因是公司凭借媒体资源和服务质量，加强了业务开拓力度，陆续承接了北京杰尔思行广告有限公司、新疆鼎涵文化传媒有限公司、广西壮族自治区旅游局、冠群驰骋投资管理（北京）有限公司等企业的广告制作发布项目，随着广告内容见诸媒体并经客户确认后结转收入，直接提升了公司的业务规模。

同时，公司积极调整客户结构，利用现有的广告媒体资源，不断开拓新的客户，加大互联网科技、电子通信、旅游、金融等重要新兴领域企业广告在收入中所占比重，使得该新兴领域广告收入在2014年、2015年的营业收入占比分别达到65.46%、64.42%。通过客户结构的不断调整，使得公司的广告媒体资源达到充分利用，以保持公司业务的可持续增长。

（2）营业利润、利润总额以及净利润分析

报告期内营业利润、利润总额以及净利润三者大体呈现相同的变动趋势。主营业务规模快速增长，推动营业利润、利润总额以及净利润相应增长。2014年至2015年，公司实现净利润分别为16,455,940.22元和65,109,104.33元，主要是公司

业务规模迅速扩大，而公司固定成本支出相对比较稳定，因而业务收入增长带动了综合毛利率的快速提升，使得公司的盈利能力逐步体现。2015年度公司毛利润、营业利润、利润总额与净利润分别较2014年度增长了199.44%、264.02%、263.29%以及295.66%，显示出较强的盈利能力。

综上所述，随着公司广告制作发布业务在新兴领域的不断开拓，媒体运营管理经验的逐步积累，以及专业人员、管理人员储备的充实，公司核心业务的市场竞争能力不断加强，盈利能力逐步体现。但同时，随着公司业务规模的扩大，专业人员和管理人员迅速增加，对公司未来的项目成本和期间费用的开支影响较大，公司仍需合理调配人力资源，加强项目成本和期间费用的控制，降低成本费用开支对公司业绩的影响。

五、报告期公司主要成本、费用及变动情况

（一）公司主营业务成本的构成

公司在 2015 年度、2014 年度的主营业务成本的构成如下表：

单位：元

地区名称	2015 年		2014 年度	
	营业成本	占比（%）	营业成本	占比（%）
广告发布费	29,097,045.47	95.48	32,493,861.48	97.44
设备折旧费	346,779.47	1.14	319,806.21	0.96
制作费	916,446.11	3.01	194,074.11	0.58
其他费用	112,890.21	0.37	341,248.26	1.02
合 计	30,473,161.26	100.00	33,348,990.06	100.00

公司主营业务成本主要包括广告发布费、媒体设备折旧费、制作费等，其中，支付给铁路媒体资源方的广告发布费是影响成本的最主要因素，报告期内该部分成本相对固定，在 2014 年度、2015 年度占营业成本的比重分别为 97.44%、95.48%。公司每年支付广告发布费取得铁路媒体资源的运营管理权，在各年度由于取得铁路站点的变化会有所差异，但总体上占营业成本的比重较为稳定。

公司 2015 年、2014 年主营业务成本分别为 30,473,161.26 元和 33,348,990.06 元，其中 2015 年度营业成本较上年同期下降 8.62%，主要原因是公司当年度支

付的广告发布费相对减少。公司前期主要进行铁路媒体资源的开发与获取，2015 年公司经营的媒体资源基本稳定，根据客户对广告效果的反馈和当地市场特点，公司终止了与部分铁路站点的合作；同时，公司进行媒体运营的部分铁路站点由于施工等原因，没有按照合同要求进行广告发布，根据补充协议，同意减免部分费用，导致 2015 年广告发布费成本较上年度有所下降。

（二）成本归集、分配、结转方法

公司的营业成本主要包括广告发布费、媒体设备折旧费、制作费等，由于该部分营业成本均在当年度发生，在成本发生时一般按照成本科目进行归集，在广告内容见诸媒体并经客户确认，按广告发布期确认营业收入时同时配比结转成本。营业成本中的制作费等直接成本在发生时结转到单个项目，广告发布费、媒体设备折旧费则按照广告发布的铁路站点、发布时间等因素在各项目中进行分摊，配比结转到单个项目成本。

（三）公司期间费用的构成

公司 2015 年度、2014 年度费用及结构如下所示：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度
营业收入	106,545,815.72	58,754,133.75
销售费用	794,329.38	190,135.20
管理费用	6,439,916.98	3,472,052.40
财务费用	20.57	-320.44
销售费用占营业收入比重	0.75%	0.32%
管理费用占营业收入比重	6.04%	5.91%
财务费用占营业收入比重	0.000019%	-0.000545%

1、报告期内，公司销售费用主要为差旅费、办公费、会议费、交通费、和车辆使用费，2015 年、2014 年销售费用总额分别占到同期营业收入的 0.75%、0.32%，其中 2015 年销售费用占比比上年同期略有上升，主要系公司在当年度实现了业务收入的大幅增长，销售费用开支相应增加。公司销售费用整体开支占营业收入的比重较小，对公司净利润的影响不大。

2、公司管理费用主要是经营管理部门的工资、租赁费、差旅费、社会保险、交通费和中介机构费。报告期内，公司的管理费用占营业收入的比重略有上升，主要原因是公司在 2015 年度业务收入大幅增加，客户数量增多，业务规模的扩大导致员工人数、办公费用较上年有所增加，加大了管理费用开支的金额。公司管理费用的变化反映了真实的费用开支情况，占营业收入的比重未发生较大波动。

3、公司财务费用主要是利息收入和手续费支出。公司2015年度和2014年度的财务费用分别为20.57元和-320.44元，占营业收入的比重分别为0.000019%、-0.000545%。公司利息收入和手续费金额在报告期内金额不大，对公司经营成果无重大影响，反映了公司报告期内的实际支出情况。

六、报告期公司非经常性损益情况

根据中国证监会发布的《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》（2008）规定，公司非经常性损益发生情况如下：

单位：元

非经常性损益明细	2015 年度	2014 年度
（1）非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-47,914.54	26,364.93
（2）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	45,161,944.10	17,735,255.29
（3）除上述各项之外的其他营业外收入和支出	790.00	
非经常性损益合计	45,114,819.56	17,761,620.22
减：所得税影响金额	-11,781.14	6,591.23
扣除所得税影响后的非经常性损益	45,126,600.70	17,755,028.99
其中：归属于母公司所有者的非经常性损益	45,126,600.70	17,755,028.99
归属于少数股东的非经常性损益		
当期净利润	65,109,104.33	16,455,940.22
扣除非经常性损益后的当期净利润	19,982,503.63	-1,299,088.77
非经常损益净额占当期净利润的比例	225.83%	-1366.73%

报告期内，公司非经常性损益项目主要为：

1、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：

2015年6月30日，有限公司召开股东会，同意收购同一控制下的林芝市雅江文化科技有限公司为全资子公司，形成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：

单位：元

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		
公司名称	2015 年度	2014 年度
林芝雅江	45,161,944.10	17,735,255.29
合计	45,161,944.10	17,735,255.29

2、公司 2015 年度和 2014 年度的非经常性损益占净利润的比重分别为 225.83%和-1366.73%，非经常性损益的占比较高，主要受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影响。报告期内，公司实施同一控制下的企业合并，存在一定的客观因素的影响，这些影响均可以弥补和消除。公司对重要客户均保持良好合作关系，主营业务仍具有较强的盈利能力。公司非经常性损益占净利润的比例虽然较高，但不会对公司未来的持续经营能力造成重大影响。

七、报告期公司主要资产情况

（一）应收票据

（1）报告期内，公司各期末应收票据余额如下表：

单位：元

票据种类	2015.12.31	2014.12.31
银行承兑汇票	200,000.00	143,677.60
合 计	200,000.00	143,677.60

截至 2015 年 12 月 31 日，公司应收票据账面余额为 200,000.00 元，系公司向客户提供服务而收到的银行承兑汇票。

（2）截至 2015 年 12 月 31 日应收票据具体情况如下：

截至 2015 年 12 月 31 日应收票据的情况

单位：元

序号	收票方	出票方	应收客户名称	承兑银行	票面金额	票号单号	收到日期	承兑到期日	背书人	凭证号	票据种类	合同签订时间	用途	截至 2015.12.31 日未解付金额
1	河南神火煤电股份有限公司	河南神火国贸有限公司	中国联合水泥山东运营区营销中心	中原银行股份有限公司商丘分行营业部	100,000.00	31300051/33234369	2015-11-20	2016.1.26	北京众享互动广告股份有限公司	2015.11-82	银行承兑汇票	2015-04-01	广告制作发布费	100,000.00
2	安徽昊城砼制品有限公司	凤阳昊成粮油贸易有限公司	中国联合水泥山东运营区营销中心	安徽凤阳利民村镇银行营业部	100,000.00	32000051/23194697	2015-11-20	2016.2.3	北京众享互动广告股份有限公司	2015.11-82	银行承兑汇票	2015-04-01	广告制作发布费	100,000.00
	合 计				200,000.00									200,000.00

截至 2014 年 12 月 31 日应收票据的情况

单位：元

序号	收票方	出票方	应收客户名称	承兑银行	票面金额	票号单号	收到日期	承兑到期日	背书人	凭证号	票据种类	合同签订时间	用途	截至 2014.12.31 日未解付金额
1	东北制药集团供销有限公司	辽宁太美医药有限公司	东北制药集团销售有限公司	招商银行沈阳奉天支行	103,677.60	30800053/95657758	2014-12-22	2015.5.21	2015/4/13 转付广州铁路文化广告总公司广告费	2015.4第0027号	银行承兑汇票	2014-11-14	广告制作发布费	103,677.60
2	东北制药集团沈阳第	国药控股扬州有限公司	东北制药集团销售有限公司	江苏银行股份有限公司扬州	40,000.00	31300051/22296187	2014-12-22	2015.4.20	2015/4/13 转付广州铁路文化广告总公司	2015.4第0027号	银行承兑汇票	2014-11-14	广告制作发布费	40,000.00

	一制 药 有 限 公 司	司		分行					广告费					
	合 计				143,677.60									143,677.60

（二）应收账款

1、应收账款期末余额

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日
	金额	增长率（%）	金额
应收账款余额	29,686,748.04	3.30	28,739,532.84
应收账款余额占当期营业收入比重（%）	27.86	-21.05	48.91

2014 年末、2015 年末公司应收账款余额分别为 28,739,532.84 元、29,686,748.04 元，总体金额较为稳定，2015 年末应收账款余额比上年末增长了 3.30%，但占当期营业收入的比重降低到 27.86%，主要原因如下：（1）2015 年公司业务规模扩大，签约的客户增多，业务收入增加同时也导致应收账款余额增加；（2）公司在 2015 年度加强了应收账款的回收力度，陆续回收了内蒙古河套酒业集团等客户的上年欠款，在 2015 年主营业务收入较 2014 年增长 81.34% 的情况下，有效控制了应收账款的额度，占营业收入比重由 2014 年末的 48.91% 下降到了 2015 年末的 27.86%。

公司所属广告行业的主要特点是按照客户需要进行设计和定制广告，产品或服务类型为广告方案一站式服务，收入确认政策为根据合同约定按广告发布期确认营业收入，在公司客户增多的情况下，权责发生制下的收入确认方法将导致应收账款余额增加，由于公司客户为政府下属机构及国内大型企事业单位，整体信用较好，回款较为及时，发生坏账的风险较小。

2、公司划分单项计提坏账准备和按账龄计提坏账准备的依据和计提方法

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	单笔应收账款余额在 100 万元以上，单笔其他应收款余额在 100 万元以上。
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，根据预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。 对中国铁路总公司及其下属单位的保证金、押金不计提坏账准备；

	关联方内部款项、备用金不计提坏账准备。
--	---------------------

(2) 按组合计提坏账准备的应收款项

①确定组合的依据及坏账准备的计提方法

确定组合的依据	
账龄分析法组合	单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收款项，相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征。
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄分析法组合	账龄分析法

②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（%）
0-6 个月（含 6 个月，下同）	0.00
6 个月-1 年	2.00
1-2 年	30.00
2-3 年	100.00
3-4 年	100.00
4-5 年	100.00
5 年以上	100.00

③单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	本集团根据实际情况确定，收回存在不确定性
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。 关联方内部款项不计提坏账。

公司对除应收账款和其他应收款外的应收款项，结合本公司的实际情况，确定预计损失率为零，对于个别信用风险特征明显不同的，单独分析确定预计损失率。

3、公司划分单项计提坏账准备和按账龄计提坏账准备的合理性

(1) 依据上述会计政策，截至各报告期期末，公司应收账款余额情况如下：

单位：元

类别	2015 年 12 月 31 日账面余额			
	金额	占总额比例 (%)	坏账准备	坏账准备计提比例 (%)
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	26,188,080.00	88.21	79,100.00	0.30
按组合计提坏账准备的应收账款				
组合：按账龄分析法特征组合的应收账款	3,498,668.04	11.79	415,976.00	11.89
组合小计	3,498,668.04	11.79	415,976.00	11.89
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款				
合 计	29,686,748.04	--	495,076.00	--

单位：元

类别	2014 年 12 月 31 日账面余额			
	金额	占总额比例 (%)	坏账准备	坏账准备计提比例 (%)
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	23,836,457.80	82.94		
按组合计提坏账准备的应收账款				
组合：按账龄分析法特征组合的应收账款	4,903,075.04	17.06	2,167,445.35	44.21
组合小计	4,903,075.04	17.06	2,167,445.35	44.21
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款				
合 计	28,739,532.84	--	2,167,445.35	--

(2) 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款

截至 2015 年 12 月 31 日，公司单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：元

应收款项内容	2015 年 12 月 31 日余额	坏账金额	计提比例 (%)	截至 2016 年 5 月 31 日回款情况	回款率 (%)
--------	--------------------	------	----------	------------------------	---------

北京杰尔思行广告有限公司	12,883,920.00			12,883,920.00	100.00
新疆鼎涵文化传媒有限公司	9,349,160.00			9,349,160.00	100.00
中国联合水泥集团有限公司 山东运营管理区营销中心	3,955,000.00	79,100.00	2.00	200,000.00	5.06
合 计	26,188,080.00	79,100.00	--	22,433,080.00	85.66%

合理性说明：

截至 2015 年 12 月 31 日，公司单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款余额为 26,188,080.00 元。其中：

北京杰尔思行广告有限公司和新疆鼎涵文化传媒有限公司为公司长期合作客户，且付款周期一般在 6 个月以内，预期能够收回，因此未计提坏账准备。

公司应收中国联合水泥集团有限公司山东运营管理区营销中心的款项金额为 3,955,000.00 元，该款项账龄为 6 个月-1 年，计提坏账准备 79,100.00 元。

截至 2014 年 12 月 31 日，公司单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：元

应收款项内容	2014 年 12 月 31 日余额	坏账金额	计提比例 (%)	截至 2015 年 6 月 30 日回款情况	回款率 (%)
北京杰尔思行广告有限公司	5,400,000.00	--	--	5,400,000.00	100.00
内蒙古河套酒业集团	11,227,207.80	--	--	11,227,207.80	100.00
中国联合水泥集团有限公司 山东运营管理区营销中心	6,159,250.00	--	--	6,159,250.00	100.00
乌兰察布中联水泥有限公司	1,050,000.00	--	--	1,050,000.00	100.00
合 计	23,836,457.80	--	--	23,836,457.80	100.00

合理性说明：

截至 2014 年 12 月 31 日，公司单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款余额为 23,836,457.80 元。其中：

北京杰尔思行广告有限公司为公司长期合作客户，且付款周期一般在 6 个月以内，预期能够收回，因此未计提坏账准备。公司已于 2015 年 3 月收回全部款项。

内蒙古河套酒业集团、中国联合水泥集团有限公司山东运营管理部营销中心和乌兰察布中联水泥有限公司等三家企业系公司长期合作的重要客户，公司为加强应收账款管理、及时掌握重要客户需求及大额应收账款构成情况，根据客户投放金额大小，公司将单笔应收账款余额 100 万元以上作为标准区分单项金额重大的应收账款、并单独进行减值测试，根据预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备；公司及经办会计师单独对上述客户的应收账款进行减值测试，充分调查了解客户的经营和现金状况，判断应收账款未发生减值，在期末未计提坏账准备；该部分款项均已在 2015 年 6 月陆续全部收回，未发生坏账损失。

(3) 按照组合计提坏账准备应收账款的账龄分析

单位：元

账 龄	2015 年 12 月 31 日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例 (%)	
0-6 个月	2,533,668.04	72.42	
6 个月-1 年	290,800.00	8.31	5,816.00
1-2 年	377,200.00	10.78	113,160.00
2-3 年	45,000.00	1.29	45,000.00
3-4 年	252,000.00	7.20	252,000.00
4-5 年			
合 计	3,498,668.04		415,976.00

单位：元

账 龄	2014 年 12 月 31 日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例（%）	
0-6 个月	2,072,823.03	42.28	
6 个月-1 年	514,333.33	10.49	10,286.67
1-2 年	226,800.00	4.63	68,040.00
2-3 年	917,138.68	18.71	917,138.68
3-4 年	1,159,180.00	23.64	1,159,180.00
4-5 年	12,800.00	0.26	12,800.00
合 计	4,903,075.04		2,167,445.35

合理性说明：

第一、公司的坏账政策依据公司自身经营特点制定，且经过公司管理层的确认，公司的坏账政策具有延续性；

第二、报告期内，公司加强了按照组合计提坏账准备应收账款账龄期限的控制，减少 1 年以上应收账款余额的比重，其中 2015 年末的 1 年以内应收账款比重为 80.73%，比上年末占比上升 27.96%。截至 2015 年 12 月 31 日，公司已按账龄分析法计提坏账准备 415,976.00 元。

公司与同行业类似公司中应收款项坏账计提比例的比较：

单位：%

账 龄	公 司	账龄	捷报文化	分众传媒
0-6 个月（含 6 个月，下同）	0.00	1 年以内（含 1 年，下同）	5.00	5.00
6 个月-1 年	2.00			
1-2 年	30.00	1-2 年	10.00	10.00
2-3 年	100.00	2-3 年	20.00	30.00
3-4 年	100.00	3-4 年	50.00	100.00
4-5 年	100.00	4-5 年	100.00	100.00
5 年以上	100.00	5 年以上	100.00	100.00

从对比情况来看，与同行业类似公司相比，公司的坏账准备计提

比例较高，公司的坏账准备计提政策更为谨慎。

综上，公司的坏账政策依据公司自身经营特点制定，执行的坏账准备计提政策与同行业可比公司相比更为谨慎。公司坏账准备计提比例符合谨慎性原则，已足额计提了坏账准备。公司划分单项计提坏账准备和按账龄计提坏账准备具有合理性。

4、公司期后回款情况

截至 2015 年 12 月 31 日，应收账款中欠款金额前五名单位为：

单位：元

单位名称	与本公司关系	期末余额	账龄	截至 2016 年 5 月 31 日回款金额
北京杰尔思行广告有限公司	非关联方	12,883,920.00	6 个月以内	12,883,920.00
新疆鼎涵文化传媒有限公司	非关联方	9,349,160.00	6 个月以内	9,349,160.00
中国联合水泥集团有限公司 山东运营管理区营销中心	非关联方	3,955,000.00	6 个月-1 年	200,000.00
长沙锋锐文化传播有限公司	非关联方	466,666.67	6 个月以内	400,000.00
新疆金双猫化工有限公司	非关联方	250,000.00	1-2 年	0.00
合 计	--	26,904,746.67	--	22,833,080.00

截至 2016 年 5 月 31 日，公司应收账款期后回款 22,833,080.00 元，回款率为 84.87%，期后回款情况正常。公司账款回款情况合理，相应的坏账准备计提充分。

5、关联方应收账款

截至 2015 年 12 月 31 日，应收账款的期末余额中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

6、应收账款的前五名单位列示

截至 2015 年 12 月 31 日，应收账款中欠款金额前五名单位为：

单位：元

单位名称	与本公司关系	期末余额	账龄	占应收账款总额的比例（%）
北京杰尔思行广告有限公司	非关联方	12,883,920.00	6 个月以内	43.40
新疆鼎涵文化传媒有限公司	非关联方	9,349,160.00	6 个月以内	31.49

中国联合水泥集团有限公司山东运营管理区营销中心	非关联方	3,955,000.00	6 个月-1 年	13.32
长沙锋锐文化传播有限公司	非关联方	466,666.67	6 个月以内	1.57
新疆金双猫化工有限公司	非关联方	250,000.00	1-2 年	0.84
合 计	--	26,904,746.67	--	90.63

截至 2014 年 12 月 31 日，应收账款中欠款金额前五名单位为：

单位：元

单位名称	与本公司关系	期末余额	账龄	占应收账款总额的比例 (%)
内蒙古河套酒业集团	非关联方	11,227,207.80	1-2 年 7,137,750.00 元 2-3 年 3,251,873.60 元 3-4 年 819,212.30 元 4-5 年 18,371.90 元	39.07
中国联合水泥集团有限公司山东运营管理区营销中心	非关联方	6,159,250.00	6 个月以内 3,598,000.00 元 6 个月-1 年 2,561,250.00 元	21.43
北京杰尔思行广告有限公司	非关联方	5,400,000.00	6 个月以内	18.79
乌兰察布中联水泥有限公司	非关联方	1,050,000.00	2-3 年 138,400.00 元 3-4 年 911,600.00 元。	3.65
北京大红袍信息技术有限公司	非关联方	710,000.00	3-4 年	2.47
合 计	--	24,546,457.80		85.41

截至2015年12月31日和2014年12月31日，公司应收账款前五名欠款单位期末余额分别为26,904,746.67元和24,546,457.80元，占当期公司应收账款总额的比例分别为90.63%和85.41%。报告期末，公司应收账款主要集中在北京杰尔思行广告有限公司、新疆鼎涵文化传媒有限公司、内蒙古河套酒业集团等知名企业，其余额主要是信用期内形成的应收款项，账龄主要在6个月以内，款项不能收回或者形成长期占用的可能性较小。

（三）预付账款

1、预付账款账龄分析

单位：元

账 龄	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金 额	占总额比例（%）	金 额	占总额比例（%）
1 年以内	1,975,462.09	96.80	1,346,238.72	23.87
1-2 年			811,699.64	14.39
2-3 年	53,360.64	2.61	208,432.99	3.70
3 年以上	11,932.99	0.59	3,273,166.64	58.04
合 计	2,040,755.72	100.00	5,639,537.99	100.00

公司在2014年末、2015年末的预付款项金额分别为5,639,537.99元、2,040,755.72元，主要为媒体资源采购款。报告期内，公司预付款项金额呈下降趋势，但总体金额较高，主要是在媒介代理业务中，公司需要在媒体投放广告之前预付一定比例的广告投放款，预付款项在“预付账款”科目核算；在广告投放过程中，公司需要按照媒介采购合同陆续支付给媒体资源方后续广告投放款，因而会在期末结存预付款项。

公司在排期表约定的广告投放完毕并经过客户审核确认后，结转营业收入和成本费用，将预付给媒体资源方的广告投放款转入成本。公司2015年末的预付账款余额比2014年末下降63.81%，主要是2015年公司根据客户的广告效果反馈情况，中止了部分铁路站点的合同，因而预付款项同比下降。

公司与国内铁路媒体资源建立了良好的长期合作关系。在合作过程中，每项媒体采购业务双方均订立相应的媒介采购合同，基于良好的合作关系和权责明确的合同约定，在报告期内公司媒介采购业务均能按采购合同约定执行，预付款项发生损失的可能性极小。

2、截至2015年12月31日，预付账款中欠款金额前五名单位为：

单位：元

单位名称	与本公司关系	期末余额	账龄	占预付账款总额的比例（%）
广州铁路集团文化广告总公司长沙分公司	非关联方	1,377,358.49	1 年以内	67.49
河南中原铁道文化传媒有限公司	非关联方	160,562.56	1 年以内	7.87
海城铁广告传媒有限公司	非关联方	118,867.93	1 年以内	5.82
北京峰艺广告有限责任公司	非关联方	99,019.20	1 年以内	4.85

单位名称	与本公司关系	期末余额	账龄	占预付账款总额的比例 (%)
上海三好光电科技有限公司	非关联方	64,419.84	2-3 年 53,360.64 元 3-4 年 11,059.20 元	3.16
合 计		1,820,228.02	--	89.19

截至 2014 年 12 月 31 日预付款项金额前五名单位情况

单位：元

单位名称	与本公司关系	期末余额	账龄	占预付账款总额的比例 (%)
北京联合创新企业形象策划有限责任公司	非关联方	2,206,505.64	1-2 年 558,339.00 元 3-4 年 1,648,166.64 元	39.13
深圳市丰利源科技有限公司	非关联方	695,000.00	5 年以上	12.32
滕州市顺君商贸有限公司	非关联方	600,000.00	1-2 年	10.64
深圳市邦盈广告有限公司	非关联方	585,000.00	5 年以上	10.37
河南中原铁道文化传媒有限公司	非关联方	398,533.83	1 年以内	7.07
合 计		4,485,039.47	--	79.53

3、公司报告期内 2 年以上预付账款金额较大的原因：

单位：元

单位名称	款项性质	2015 年 12 月 31 日	账龄	原因
上海三好光电科技有限公司	设备款	64,419.84	2-3 年 53,360.64; 3-4 年 11,059.20	(1) 上海三好光电科技有限公司系公司长期合作供应商,公司于 2011 年陆续购买 LED 视频媒体等设备,用于济南西站、克拉玛依站的广告投放; (2) 该笔款项分别形成于 2012 年和 2013 年,截至 2015 年底,该笔款项对应的设备尚未验收安装完成,因此挂账于预付账款; (3) 公司预计于 2016 年 6 月末将该批设备进行验收安装,由“预付账款”转为“固定资产”处理。
合 计		64,419.84		

单位：元

单位名称	款项性质	2014年12月 31日	账龄	原因
北京联合 创新企业 形象策划 有限责任 公司	设备款	1,648,166.64	3-4年	公司于2011年分别向三家供应商采购滚动灯箱等机械设备,但由于制作滚动灯箱等机械设备的原材料铝合金成本逐年上升,采购合同均未执行,截至2014年年末,公司尚未收到设备,经公司与对方多次协商,公司已于2015年6月陆续收回全额预付款项。
深圳市丰 利源科技 有限公司	设备款	695,000.00	5年以上	
深圳市邦 盈广告有 限公司	设备款	585,000.00	5年以上	
合 计		2,928,166.64		

4、公司结转预付账款的时点、外部依据

(1) 公司结转预付媒体资源费的时点、外部依据

公司主营业务为客户提供广告制作及发布服务,公司需要在媒体投放广告之前预付一定比例的广告投放款,预付款项在“预付账款”科目核算;在广告投放过程中,公司需要按照媒介采购合同陆续支付给媒体资源方后续广告投放款,因而会在期末结存预付款项。

预付款结转的时点及依据:公司在预付一定比例的广告投放款收到媒体资源方开具发票后,公司通过成本科目归集核算,根据合同约定,在广告内容见诸媒体并经客户确认后,在合同期间按月根据营业收入配比进行结转成本。

(2) 公司结转预付设备款的时点、外部依据

报告期内,公司预付账款余额中存在小部分预付的设备款,主要系公司预付的广告制作及发布服务所需的滚动灯箱等设备购买款,公司根据采购合同预付一定比例的设备款,预付款结转的时点及依据为滚动灯箱等设备运至项目现场并办理验收安装。

（四）其他应收款

1、其他应收账款期末余额

单位：元

类别	2015 年 12 月 31 日账面余额			
	金额	占总额比例 (%)	坏账准备	坏账准备计提比例 (%)
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	2,810,000.00	64.79		
按组合计提坏账准备的其他应收款				
组合：按账龄分析法特征组合的其他应收款	1,527,007.46	35.21	614,330.28	40.23
组合小计	1,527,007.46	35.21	614,330.28	40.23
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款				
合计	4,337,007.46	--	614,330.28	--

单位：元

类别	2014 年 12 月 31 日账面余额			
	金额	占总额比例 (%)	坏账准备	坏账准备计提比例 (%)
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	56,575,521.28	91.20		
按组合计提坏账准备的其他应收款				
组合：按账龄分析法特征组合的其他应收款	4,597,281.59	7.41	2,175,727.73	47.33
组合小计	4,597,281.59	7.41	2,175,727.73	47.33
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	859,520.62	1.39	559,520.62	65.10
合计	62,032,323.49	--	2,735,248.35	--

2014 年末、2015 年末公司其他应收款余额分别为 62,032,323.49 元、4,337,007.46 元，2015 年末其他应收款余额比上年末大幅下降了 93.01%，主要是公司逐步回收了公司高管李鹏借款 23,656,665.46 元、杨铮锬备用金借款 1,038,405.82 元和魏凤涛备用金借款 968,573.80 元，以及北京国联世贸商贸有限公司的借款 29,070,450.00 元。截至 2015 年 12 月 31 日，其他应收款余额主要是公司媒体资源采购保证金以及部分员工备用金借款，不存在坏账风险。

2、单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款

单位：元

其他应收款项内容	2015 年 12 月 31 日余额	坏账金额	计提比例 (%)	理由
中铁世纪传媒广告有限公司北京西站广告分公司	2,810,000.00	0.00	0.00	保证金, 预计可收回
合 计	2,810,000.00	0.00	0.00	

单位：元

其他应收款项内容	2014 年 12 月 31 日余额	坏账金额	计提比例 (%)	理由
北京国联世贸商贸有限公司	29,070,450.00	0.00	0.00	借款, 预计可收回
李鹏	23,656,665.46	0.00	0.00	借款, 预计可收回
中铁世纪传媒广告有限公司北京西站广告分公司	2,810,000.00	0.00	0.00	保证金, 预计可收回
杨铮锟	1,038,405.82	0.00	0.00	备用金, 预计可收回
合 计	56,575,521.28	0.00	0.00	

(1) 根据公司其他应收款核算依据, 公司单项金额重大的判断依据或金额标准是单笔其他应收款余额在 100 万元以上, 对其进行单独进行减值测试。另外, 公司对中国铁路总公司及其下属单位的保证金、押金, 以及公司关联方内部款项、备用金不计提坏账准备。

截至 2015 年 12 月 31 日, 公司单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款余额为 2,810,000.00 元, 为应收中铁世纪传媒广告有限公司北京西站广告分公司的广告资源使用保证金, 根据公司其他应收款的坏账准备计提政策, 不计提坏账准备。

截至 2014 年 12 月 31 日, 公司单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款余额为 56,575,521.28 元, 主要包括: 1) 应收中铁世纪传媒广告有限公司北京西站广告分公司的广告资源使用保证金; 2) 借款及备用金借款, 根据公司其他应收坏账准备计提政策, 不计提坏账准备。

(2) 报告期内, 有限公司阶段, 公司存在不规范资金占用情况。

截至 2014 年 12 月 31 日, 公司对关联方李鹏 (总经理) 的其他应收款为 23,656,665.46 元, 李鹏的上述借款形成于 2011 年至 2015 年, 具体分为: (1) 李鹏用于个人用途向公司的借款, 形成于 2011 年至 2015 年, 共计 2,040,000.00 元。

(2) 李鹏转借给实际控制人江海民用于其个人用途的借款, 形成于 2011 年至 2015 年, 共计 10,990,000.00 元。(3) 李鹏转借给实际控制人江海民控制的其他

企业的借款，形成于 2011 年至 2013 年，共计 10,069,000 元。（4）有限公司阶段，公司内部控制管理不完善，财务核算制度不健全，受发票丢失、财务人员交接不当等原因影响，导致报告期前公司存在部分损失，股东江海民同意个人承担该等差额损失，以李鹏借款再转借给江海民的方法进行暂时财务处理的款项，形成于 2011 年至 2015 年，共计 557,665.46 元。上述款项报告期内已全部归还公司。截至 2015 年 12 月 31 日，关联方李鹏已全部偿还公司借款。

2014 年 12 月 10 日，公司与北京国联世贸商贸有限公司签订了借款协议，累计借出款项金额为 30,638,950.00 元，截至 2014 年 12 月 31 日，公司对北京国联世贸商贸有限公司的其他应收款为 29,070,450.00 元：

北京国联世贸商贸有限公司的基本情况如下：

名称	北京国联世贸商贸有限公司
类型	有限责任公司
统一社会信用代码	911101085752042829
设立日期	2011 年 5 月 17 日
注册资本	100 万元
法定代表人	韩强
住所	北京市海淀区北太平庄路 27 号 7 号楼 411
经营范围	经营保健食品；批发兼零售（非实物方式）预包装食品；销售化妆品、卫生用品、针纺织品、服装、鞋帽、家具、礼品、文化用品、体育用品、首饰、工艺品、玩具、金属矿石、非金属矿石、建筑材料、化肥、机械设备、电子产品、五金交电、家用电器、计算机、软件及辅助设备、通讯设备；技术开发、技术咨询、技术服务；投资管理；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；城市园林绿化；应用软件开发服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
登记机关	北京市工商局行政管理局海淀分局
股东	韩强、冉婷
管理层	执行董事兼经理：韩强 监事：冉婷

2008 年 12 月 12 日，韩强通过受让张晓齐持有的强势映像（众享互动前身、有限公司原名）的 20.4 万元的出资成为有限公司的股东；2010 年 3 月 16 日，韩强通过转让对有限公司 20.40 万元出资退出有限公司。2011 年 5 月 17 日，韩强创办了北京国联世贸商贸有限公司，主要从事酒类和食品等贸易业务。经公司说明，因考虑到国联世贸的供应商系众享股东有限的下游潜在客户，二者有合作的空间，有限公司同意借款给国联世贸支持其开展相关业务，2014 年度有限公司

对国联世贸的其他应收款 29,070,450.00 元均系上述原因所致。

为了防止国联世贸不按既定目的使用该款项，双方经协商，同意有限公司财务人员杜娇娇代持韩强在国联世贸 50%的股权，并担任国联世贸的法定代表人，2016 年 2 月 14 日韩强与杜娇娇和孙志仙解除代持协议，韩强成为国联世贸的显明股东。除此之外，公司及公司董监高与北京国联世贸之间并无其他关联关系。公司股份并无代持情形。

截至 2015 年 12 月 31 日，公司已收回该部分其他应收款。上述情形系基于合作目的所致，未给公司造成重大损失，未有违法违规情形。

2016年3月19日，公司做出承诺：承诺公司今后将严格按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等公司管理制度和相关法律法规管理公司与关联方之间的资金往来。有限公司期间，公司内部资金管理制度尚不规范，存在借款给非关联公司及个人款项的情形，借款合同均未约定利息。股份公司成立之后，公司健全了各项内部控制制度，制定了严格的资金管理制度，对资金的借支和使用严格管理，未再发生类似资金拆借情况。公司对外借款流程：公司相关考察组对借款人相应资质考察并作出评价→经股东大会或其授权人员审查批准→签订借款合同→审批支付→考察组跟踪管理→足额收回款项。

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款

单位：元

其他应收款项内容	款项性质	2014 年 12 月 31 日余额	坏账金额	计提比例 (%)	理由
翟志乾	原职工借款	473,683.52	473,683.52	100.00	预计无法收回
上海宝铁文化传播有限公司	往来款	300,000.00	0.00	0.00	预计可收回
段和众	原职工借款	33,402.00	33,402.00	100.00	预计无法收回
赵阳	原职工借款	29,480.10	29,480.10	100.00	预计无法收回
张克永	原职工借款	20,000.00	20,000.00	100.00	预计无法收回
吴昊	原职工借款	2,955.00	2,955.00	100.00	预计无法收回
合计		859,520.62	559,520.62		

公司业务分布在全国各地，很多区域当地商家要求以现金结算，同时公司经营过程中一些零星采购或者小额的费用支出用现金结算起来比较方便、快捷、成本低。为了方便公司业务开展，公司规定项目负责人可以留有部分备用金，具体金额由项目经理根据业务情况申请。备用金领取人办理完业务后，报销冲抵其备

用金欠款。

公司在期末根据款项的可收回情况进行减值测试，确定坏账金额。由于期末之前部分职工离职，其所借的备用金无法收回，因此在当年末全额计提坏账准备。

a) 报告期各期末预支的备用金总额、占其他应收款比例以及备用金的具体用途

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
备用金余额（元）	694,163.46	5,262,588.03
其他应收款余额（元）	4,337,007.46	62,032,323.49
备用金占其他应收款比例（%）	16.01	8.48
备用金余额主要用途	业务采购、出差预支备用金	业务采购、出差预支备用金

b) 备用金期后收回情况

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
备用金余额（元）	694,163.46	5,262,588.03
2015 年收回金额（元）	4,703,067.41	
2016 年 1-3 月收回金额（元）	182,907.00	
累计收回（元）	182,907.00	4,703,067.41
回收比例（%）	26.35	89.34

c) 截至 2015 年 12 月 31 日，公司实际核销的其他应收款情况

债务人名称	其他应收款性质	2015 年 12 月 31 日 核销金额（元）	核销原因	是否因关联交易产生
翟志乾	原职工借款	473,683.52	无法收回	否
段和众	原职工借款	33,402.00	无法收回	否
赵阳	原职工借款	29,480.10	无法收回	否
张克永	原职工借款	20,000.00	无法收回	否
吴昊	原职工借款	2,955.00	无法收回	否
合计	--	559,520.62	--	--

截至 2015 年 12 月 31 日，公司实际核销的其他应收款金额为 559,520.62 元，主要为公司部分原职工的备用金借款。由于上述员工已经离职，其所借的备用金无法收回，公司在 2014 年末全额计提坏账准备，在 2015 年度进行核销。

d) 备用金的提取、报销流程以及内控措施

备用金的提取流程及内控：

股份公司设立后，公司完善了备用金借款的管理制度，明确了决策制度和审

批流程，制定了防范公司备用金借款风险的有效措施。公司备用金借款流程如下：

1) 公司备用金借款流程

借款申请人填写借款单→部门领导审批→财务审核→总经理审批→出纳会计结算。

2) 备用金的报销流程及内控：填写报销单进行报销。申请人在报销单上签字后，首先找部门领导审核签字，之后经财务审核没有问题签字后，申请人找总部总经理签字，然后申请人将报销单交给财务出纳，财务根据报销单对申请人备用金借款进行冲抵的账务处理。

4、账龄分析组合的其他应收款

单位：元

账 龄	2015 年 12 月 31 日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例（%）	
0-6 个月（含 6 个月）	602,493.6		
6 个月-1 年（含 1 年）	316,513.86	2.00	6,330.28
1-2 年（含 2 年）			
2-3 年（含 3 年）	400,000.00	100.00	400,000.00
3-4 年（含 4 年）			
4-5 年（含 5 年）	208,000.00	100.00	208,000.00
合 计	2,211,413.78		614,330.28

单位：元

账 龄	2014 年 12 月 31 日		
	账面余额		坏账准备
	金额	比例（%）	
0-6 个月（含 6 个月）	991,246.98		
6 个月-1 年（含 1 年）	518,881.09	2.00	10,377.62
1-2 年（含 2 年）	1,316,862.01	30.00	395,058.60
2-3 年（含 3 年）	1,125,636.04	100.00	1,125,636.04
3-4 年（含 4 年）	600,153.47	100.00	600,153.47
4-5 年（含 5 年）	44,502.00	100.00	44,502.00
合 计	4,597,281.59		2,175,727.73

报告期内，公司采取了严格的坏账准备计提比例，根据组合账龄对其他应收

款计提坏账准备，准确的反映公司了资产状况。

4、其他应收款的前五名单位列示

截至 2015 年 12 月 31 日，其他应收款中欠款金额前五名单位为：

单位：元

单位名称	与本公司关系	期末余额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)
中铁世纪传媒广告有限公司北京西站广告分公司	非关联方	2,810,000.00	3-4 年: 60,000.00 元 4-5 年: 2,750,000.00 元	64.79
成都铁路文化传媒总公司	非关联方	400,000.00	2-3 年	9.22
广州铁路集团文化广告总公司	非关联方	158,000.00	4-5 年	3.64
魏凤涛	非关联方	109,236.40	1 年以内	2.52
段宏胜	非关联方	108,636.00	1 年以内	2.50
合 计	--	3,585,872.40		82.68

截至 2014 年 12 月 31 日，其他应收款中欠款金额前五名单位为：

单位：元

单位名称	与本公司关系	期末余额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)
北京国联世贸商贸有限公司	无关联关系	29,070,450.00	1 年以内	46.86
李鹏	关联关系	23,656,665.46	6 个月以内: 3,244,500.00 元 6 个月-1 年: 3,903,120.00 元 1-2 年: 13,345,592.33 元 2-3 年: 3,163,453.13 元	38.14
中铁世纪传媒广告有限公司北京西站广告分公司	无关联关系	2,810,000.00	2-3 年:60,000.00 元 3-4 年:2,750,000.00 元	4.53
杨铮锟	无关联关系	1,038,405.82	6 个月以内 107,936.82 元 6 个月-1 年 369,386.00 元 1-2 年 182,086.00 元 2-3 年 378,177.00 元 3-4 年 820.00 元	1.67
魏凤涛	无关联关系	968,573.80	6 个月以内 295,049.28 元 6 个月-1 年 120,500.64 元 1-2 年 180,386.90 元	1.56

单位名称	与本公司关系	期末余额	账龄	占其他应收款总额的比例(%)
			2-3 年 232,117.02 元 3-4 年 140,519.96 元	
合计		57,544,095.08		92.76

2014 年 12 月 31 日和 2015 年 12 月 31 日, 公司其他应收账款前五名欠款单位期末余额分别为 57,544,095.08 元和 3,585,872.40 元, 占当期公司应收账款总额的比例分 92.76%和 82.68%, 主要系广告资源使用保证金、借款及备用金借款。报告期各期末, 公司其他应收账款前五名客户款项占公司其他应收账款总额的比例持续下降, 主要系公司健全了各项内部控制制度, 制定了严格的资金管理制度, 对资金的借支和使用严格管理, 大幅减少了借款及备用金借款情况。

5、关联方款项

截至 2015 年 12 月 31 日, 其他应收款的期末余额中无持有公司 5% (含 5%) 以上表决权股份的股东单位款项。

(五) 固定资产

1、固定资产的分类及折旧方法

公司按平均年限法计提固定资产折旧, 各类固定资产的预计使用年限、残值率和年折旧率分别为:

类别	折旧年限(年)	年折旧率(%)	预计残值率(%)
机器设备	5-10	9.50-19.00	5.00
运输工具	5	19.00	5.00
电子设备	5	19.00	5.00
办公设备	5	19.00	5.00

2、固定资产变动情况

2015 年度固定资产原值、累计折旧、净值变动情况列示如下:

单位: 元

项目	2014 年 12 月 31 日余额	本期增加	本期减少	2015 年 12 月 31 日余额
一、原价合计	4,585,837.54	942,843.18	1,128,654.26	4,400,026.46
其中: 机器设备	3,325,287.01	648,896.17	853,864.73	3,120,318.45
运输工具	742,165.00	283,307.69		1,025,472.69
电子设备	260,570.53	10,639.32	252,374.53	18,835.32

项目	2014年12月31日余额	本期增加	本期减少	2015年12月31日余额
办公设备	257,815.00		22,415.00	235,400.00
二、累计折旧合计	2,049,163.53	519,336.81	878,368.81	1,690,131.53
其中：机器设备	1,188,163.52	338,449.35	625,883.01	900,729.86
运输工具	477,299.76	137,513.80		614,813.56
电子设备	241,007.33	3,083.90	239,755.80	4,335.43
办公设备	142,692.92	40,289.76	12,730.00	170,252.68
三、固定资产账面价值合计	2,536,674.01	--	--	2,709,894.93
其中：机器设备	2,137,123.49	--	--	2,219,588.59
运输工具	264,865.24	--	--	410,659.13
电子设备	19,563.20	--	--	14,499.89
办公设备	115,122.08	--	--	65,147.32

2014年度固定资产原值、累计折旧、净值变动情况列示如下：

单位：元

项目	2013年12月31日余额	本期增加	本期减少	2014年12月31日余额
一、原价合计	4,019,961.17	643,419.36	77,542.99	4,585,837.54
其中：机器设备	2,686,264.65	639,022.36		3,325,287.01
运输工具	819,707.99		77,542.99	742,165.00
电子设备	256,173.53	4,397.00		260,570.53
办公设备	257,815.00			257,815.00
二、累计折旧合计	1,587,015.63	516,055.82	53,907.92	2,049,163.53
其中：机器设备	870,348.11	317,815.41		1,188,163.52
运输工具	383,142.20	148,065.48	53,907.92	477,299.76
电子设备	237,173.52	3,833.81		241,007.33
办公设备	96,351.80	46,341.12		142,692.92
三、固定资产账面价值合计	2,432,945.54	--	--	2,536,674.01
其中：机器设备	1,815,916.54	--	--	2,137,123.49
运输工具	436,565.79	--	--	264,865.24
电子设备	19,000.01	--	--	19,563.20
办公设备	161,463.20	--	--	115,122.08

公司的固定资产包括机器设备、运输工具、电子设备及办公设备。截至 2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日，公司固定资产净值分别为 2,709,894.93 元、

2,536,674.01 元。报告期内，随着业务发展和人员的变动，公司相应购置部分业务相关的机器设备、电脑、运输工具等固定资产，用于日常办公和业务使用，所占比重较小，对固定资产净值无重大影响。

3、固定资产结构和状况

截至 2015 年 12 月 31 日，公司的固定资产情况列示如下：

单位：元

资产类别	固定资产原值	占原值合计的比重（%）	固定资产净值	成新率（%）
机器设备	3,325,287.01	72.51	2,219,588.59	66.75
运输工具	742,165.00	16.18	410,659.13	55.33
电子设备	260,570.53	5.68	14,499.89	5.56
办公设备	257,815.00	5.62	65,147.32	25.27
合计	4,585,837.54	100.00	2,709,894.93	59.09

公司的固定资产中，运输工具主要为日常管理使用的轿车，公司的机器设备主要为滚动灯箱等，公司的电子设备主要包括电脑、打印机等，办公设备为办公家具、电话、空调等。公司的固定资产综合成新率为 59.09%，说明公司各项固定资产使用状态良好，不影响业务的正常运作。各报告期末，公司各项固定资产不存在减值迹象，公司对固定资产未计提减值准备。

（六）其他流动资产

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	资产原值	资产净值	资产原值	资产净值
房租	315,222.00	315,222.00	9,709.00	9,709.00
银行理财			1,500,000.00	1,500,000.00
合计	315,222.00	315,222.00	1,509,709.00	1,509,709.00

报告期各期末，公司其他流动资产中的房租系待摊销的租用房屋租金的款项，2015 年末的房租金额较 2014 年末增加了 305,513.00 元，主要系公司及其子公司在 2015 年度增加租赁房产，待摊销金额相应增加。

银行理财系子公司于 2014 年 12 月购买的中国工商银行的“日升月恒”收益递增型法人人民币理财产品 220 万元，当月赎回 70 万元，余额为 150 万元，该理财产品已于 2015 年 1 月全部赎回。

（七）长期待摊费用

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加额	本期摊销额	其他减少额	2015年12月31日
房屋装修		2,960,000.00			2,960,000.00
合计		2,960,000.00			2,960,000.00

公司装修费主要系子公司租用办公室的装修费，根据子公司租赁合同的期限，按照8年平均摊销。

（八）资产减值准备

1、资产减值准备主要计提政策

公司按照《企业会计准则》的规定计提资产减值准备，有关减值准备的具体政策，参见本节“二、报告期内采用的重要会计政策和会计估计及其变化情况”之“1、报告期内采用的重要会计政策和会计估计”。

2、资产减值准备计提情况

单位：元

项目	2015年度	2014年度
计提坏账准备	-3,233,766.80	1,712,108.00

报告期内，公司基于谨慎性原则，对应收款项、其他应收款严格按照账龄组合的比例计提资产减值准备，以真实反映公司的资产状况。

公司资产减值准备计提政策在报告期内未发生变化，报告期内，资产减值准备均为应收账款和其他应收款按账龄计提的坏账准备。

在报告期内，除应收款项、其他应收款外，公司其他资产未发生减值迹象，故未计提减值准备。

八、报告期公司主要负债情况

（一）应付账款

1、应付账款账龄分析

单位：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	8,714,757.23	99.16	7,928,723.86	18.97
1至2年	36,082.28	0.41	5,189,853.99	12.41

账 龄	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
2 至 3 年			6,800,500.00	16.27
3 年以上	38,000.00	0.43	21,884,713.34	52.35
合 计	8,788,839.51	100.00	41,803,791.19	100.00

公司 2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日的应付账款分别为 8,788,839.51 元和 41,803,791.19 元。报告期内，公司与媒体资源方签订广告资源使用合同，依据合同约定的付款义务产生时点，确认应付账款。公司 2015 年末应付账款余额比上年同期大幅下降，账龄主要集中在 1 年以内，主要是由于公司的资金较为充裕，能够及时与资源方进行结算，不存在无法支付欠款情况。

2、关联方的应付账款情况

期末应付账款中不含应付持本公司 5%以上表决权股份的股东单位款项。

3、应付账款的前五名情况列示

截至 2015 年 12 月 31 日，应付账款前五名的单位为：

单位：元

项 目	款项性质	期末余额	账龄	占应付账款总额的比例 (%)
武汉铁路武昌车站博强实业公司	广告资源使用费	2,050,000.00	1 年以内	23.33
广州铁路集团文化广告总公司	广告资源使用费	1,836,712.46	1 年以内	20.90
甘肃金轮文化传媒有限公司	广告资源使用费	1,383,018.86	1 年以内	15.74
成都铁路文化传媒总公司	广告资源使用费	919,687.56	1 年以内	10.46
沈阳铁道文化传媒集团有限公司	广告资源使用费	729,056.61	1 年以内	8.30
合 计	--	6,918,475.49	--	78.73

截至 2014 年 12 月 31 日，应付账款前五名的单位为：

单位：元

项 目	款项性质	期末余额	账龄	占应付账款总额的比例 (%)
巴里坤县百兴文化商务科技服务有限公司	广告资源使用费	29,029,000.00	1-2 年： 42,000.00 元 2-3 年： 6,770,000.00 元 3-4 年： 21,839,000.00 元	69.44

日喀则市太阳城文化广告有限公司	广告资源使用费	4,677,041.49	1-2 年	11.19
武汉铁路武昌车站博强实业公司	广告资源使用费	1,700,000.00	1 年以内	4.07
广州铁路集团文化广告总公司	广告资源使用费	1,504,287.25	1 年以内	3.60
沈阳铁道文化传媒集团有限公司	广告资源使用费	1,350,000.00	1 年以内	3.23
合 计	--	38,260,328.74	--	91.53

(二) 预收账款

1、预收账款账龄分析

单位：元

账龄	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
1 年以内	1,396,191.73	26,271,621.41
1 至 2 年		29,599.20
2 至 3 年		300,000.00
3 年以上	10,000.00	261,420.00
合计	1,406,191.73	26,862,640.61

本公司的预收款项主要是预收的广告发布费。2015 年末和 2014 年末，公司的预收账款为 1,406,191.73 元、26,862,640.61 元，预收账款余额与当期营业收入的比例为 1.32%、45.72%，2015 年较 2014 年减少了 94.77%，主要是公司 2014 年度与湖北黄山头酒业营销有限公司、路广之声武汉传媒有限公司和陕西省西咸新区沣东新城管委会等公司签订了金额较大的广告制作发布业务合同，在 2014 年末时还未提供相应的劳务，预收的广告发布费未达到收入确认条件，因此将预收款项集中归集在预收账款科目。2015 年度，随着广告见诸媒体并经客户验收后结转收入，公司预收账款逐步减少，符合公司业务经营模式。

截至 2015 年 12 月 31 日，公司预收账款主要是预收客户的广告发布费，账龄基本在 1 年以内，预计在广告见诸媒体并经客户验收后结转收入。公司 3 年以上的预收账款金额 10,000.00 元，为预收甘肃东亮广告有限公司的广告发布费保证金，该项目合同签订于 2010 年 11 月，预收合同保证金 10,000.00 元，由于客户自身原因，延缓合同履行进度，延迟了收入确认时间。经公司与该客户协商决定终止履行合同，并于 2016 年 3 月 16 日退回该笔款项。截至 2015 年期末，公司不存在长期未确认收入的情况，不存在税务风险。

2、关联方的预收账款情况

期末预收账款中不含应付持本公司 5%以上表决权股份的股东单位款项。

3、预收账款的前五名列示

截至 2015 年 12 月 31 日，预收账款前五名的单位为：

单位：元

项 目	与本公司关系	期末余额	账龄	占预收账款总额的比例（%）
广西壮族自治区旅游局	非关联方	610,000.00	1 年以内	43.38
沈阳时代印象传媒有限公司	非关联方	210,000.00	1 年以内	14.93
北京创能互通广告有限公司	非关联方	114,260.02	1 年以内	8.13
上海木极品牌管理有限公司	非关联方	102,750.00	1 年以内	7.31
南阳市旅游局	非关联方	100,000.00	1 年以内	7.11
合 计		1,137,010.02	--	80.86

截至 2014 年 12 月 31 日，预收账款前五名的单位为：

单位：元

项 目	与本公司关系	期末余额	账龄	占预收账款总额的比例（%）
湖北黄山头酒业营销有限公司	非关联方	24,500,000.00	1 年以内	91.20
路广之声武汉传媒有限公司	非关联方	480,000.00	1 年以内	1.79
陕西省西咸新区沣东新城管委会	非关联方	353,971.41	1 年以内	1.32
内蒙古智圆行方广告有限公司	非关联方	300,000.00	1 年以内	1.12
南阳市旅游局	非关联方	252,000.00	1 年以内	0.94
合 计	--	25,885,971.41	--	96.37

4、报告期内，账龄 2 年以上的预收账款未确认收入的原因，具体分析如下：

单位：元

账龄	2015 年 12 月 31 日	客户名称	形成原因
3 年以上	10,000.00	甘肃东亮广告有限公司	2010 年 11 月，公司预收甘肃东亮广告有限公司广告费保证金，合计金额 10000 元。由于合同尚未履行，收入未确认，挂账于预收账款。报告期内经与该客户确认，终止履行合同，已于 2016 年 3 月 16 日退回该笔款项。

单位：元

账龄	2014年12月31日	项目名称		形成原因
2至3年	300,000.00	内蒙古智圆行方广告有限公司		2012年12月,公司预收内蒙古智圆行方广告有限公司广告制作发布保证金300,000.00元,由于合同尚未履行,收入未确认,挂账于预收账款。报告期内经与该客户确认,终止履行合同,已于2015年6月全额退回。
3年以上	261,420.00	桂林恒达矿山机械有限公司	4,500.00	2010年10月,公司预收到桂林恒达矿山机械有限公司的广告制作发布保证金4,500.00元,由于合同尚未履行,收入未确认,挂账于预收账款。报告期内经与该客户确认,终止履行合同,已于2015年6月全额退回。
		驻马店市润迪电讯有限公司	246,920.00	2010年9月,公司预收驻马店市润迪电讯有限公司广告制作发布保证金246,920.00元,但最终双方未开展广告业务,已于2015年6月陆续退回该笔预收款项。
		甘肃东亮广告有限公司	10,000.00	2010年11月,公司预收甘肃东亮广告有限公司广告费保证金,合计金额10,000.00元。由于合同尚未履行,收入未确认,挂账于预收账款。报告期内经与该客户确认,终止履行合同,已于2016年3月16日退回该笔款项。

(三) 应付职工薪酬

2015年度应付职工薪酬变动情况如下:

单位: 元

项 目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年12月31日
短期薪酬				
一、工资、奖金、津贴和补贴	0.00	2,895,779.60	2,671,130.60	224,649.00
二、职工福利费				
三、社会保险费		245,793.36	230,519.09	15,274.27
其中: 基本医疗保险费		226,945.20	212,849.48	14,095.72
工伤保险费		5,777.14	5,482.13	295.01
生育保险费		13,071.02	12,187.48	883.54
四、住房公积金		157,357.20	144,144.00	13,213.20
五、工会经费和职工教育经费				

项 目	2014 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2015 年 12 月 31 日
合 计	0.00	3,298,930.16	3,045,793.69	253,136.47

2014 年度应付职工薪酬变动情况如下：

单位：元

项 目	2013 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2014 年 12 月 31 日
短期薪酬				
一、工资、奖金、津贴和补贴	14,895.83	2,039,539.83	2,054,435.66	0.00
二、职工福利费				
三、社会保险费		182,811.30	182,811.30	
其中：基本医疗保险费		167,597.76	167,597.76	
工伤保险费		4,149.11	4,149.11	
生育保险费		11,064.43	11,064.43	
四、住房公积金				
五、工会经费和职工教育经费				
合 计	14,895.83	2,222,351.13	2,237,246.96	0.00

截至 2015 年 12 月 31 日，公司应付职工薪酬余额主要为短期薪酬，公司每月按照薪酬制度计提并据实支付，由于报告期末余额不大，对公司现金支付不会产生重大影响。

（四）应交税费

公司在报告期内的应交税费情况如下：

单位：元

税 种	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
企业所得税	517,293.34	2,288,503.82
增值税	8,796.08	525,033.65
城市维护建设税	20,999.99	57,949.58
教育费附加	15,000.00	41,392.57
文化事业建设费	150,000.00	496,891.07
个人所得税	1,062.75	71.14
其他	46,488.88	
合计	759,641.04	3,409,841.83

截至 2015 年 12 月 31 日，公司应交税费主要包括应付的增值税、企业所得

税、城建税、教育费附加、文化事业建设费等，详见本节“三、报告期内主要会计数据和财务指标及分析”之“（七）主要税项和适用的税收政策”。报告期内，公司正常纳税，期末应交税费均为企业应正常支付的税金。

（五）其他应付款

1、其他应付款账龄分析

单位：元

账龄	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
1年以内	195,894.72	1,151,381.71
1至2年		637.18
2至3年		1,500.00
3年以上	950,000.00	950,010.00
合计	1,145,894.72	2,103,528.89

（1）公司的其他应付款主要内容是采购媒体资源保证金及尚未支付的员工报销款，金额较小，对公司业务不构成重大影响。

（2）截至 2015 年 12 月 31 日，公司 3 年以上的其他应付账款情况：

项 目	款项性质	期末余额（元）	账龄	原因
卢龙春	保证金	500,000.00	3 年以上	卢龙春拟通过其控制的公司与众享互动开展业务合作。经卢龙春和众享互动协商一致，2010 年 3 月，公司收取卢龙春保证金 500,000.00 元，但之后双方一直未实际发生过业务合作。基于前述情况，众享互动计划将于 2016 年上半年向其退还全部保证金。
郑科	保证金	450,000.00	3 年以上	郑科为众享互动长期客户新疆鼎涵文化传媒有限公司的法定代表人，新疆鼎涵文化传媒有限公司成立前，郑科为与众享互动开展业务合作，以其个人名义向众享互动在 2010 年 8 月先后支付了保证金 450,000.00 元，公司计划将于 2016 年上半年向郑科退还保证金，改由新疆鼎涵文化传媒有限公司直接支付保证金。

2、关联方的其他应付款情况

报告期内，期末其他应付账款中不含应付持本公司 5%以上表决权股份的股东单位款项。

3、其他应付款的前五名列示

截至 2015 年 12 月 31 日，其他应付款前五名的单位为：

单位：元

项 目	款项性质	期末余额	账龄	占应付账款总额的比例（%）
卢龙春	保证金	500,000.00	3 年以上	43.65
郑科	保证金	450,000.00	3 年以上	39.27
孙筱婧	报销款	62,076.54	1 年以内	5.42
胥郑宇	报销款	35,283.40	1 年以内	3.08
刘广辉	报销款	24,547.00	1 年以内	2.14
合 计	--	1,071,906.94	--	93.54

截至 2014 年 12 月 31 日，其他应付款前五名的单位为：

单位：元

项 目	款项性质	期末余额	账龄	占应付账款总额的比例（%）
巴里坤县百兴文化商务科技服务有限公司	往来款	754,000.00	1 年以内	35.84
卢龙春	保证金	500,000.00	3 年以上	23.77
郑科	保证金	450,000.00	3 年以上	21.39
王鑫	报销款	82,000.00	1 年以内	3.90
孙筱婧	报销款	80,170.30	1 年以内	3.81
合 计	--	1,866,170.30	--	88.71

九、报告期股东权益情况

2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日，公司的股东权益情况如下表所示：

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
实收资本	21,680,000.00	11,020,000.00
资本公积	2,712,298.43	200,000.00
盈余公积	500,000.00	500,000.00
未分配利润	12,633,791.66	11,612,397.07
归属于母公司所有者权益合计	37,526,090.09	23,332,397.07

少数股东权益		
股东权益合计	37,526,090.09	23,332,397.07

根据公司出资人关于整体变更设立股份有限公司的决议和公司章程的规定，公司于 2015 年 9 月整体变更为股份有限公司，由北京众享互动广告有限公司全体出资人以其拥有的公司的净资产 18,914,086.51 元折合股本 16,680,000.00 股，每股面值为人民币 1 元，净资产超过股本的部分计入公司资本公积。2015 年 9 月 8 日，北京市工商局海淀分局核发的注册号为 110108010254904 的《营业执照》。有限公司阶段的增资情况详见“第一节公司基本情况”之“五、公司设立以来股本的形成及其变化情况”。

截至 2015 年 12 月 31 日，各股东注册资本额和出资比例如下：

序号	股东名称	股东性质	持股数（股）	持股比例（%）
1	江海民	自然人	8,720,000.00	40.22
2	王莉	自然人	7,960,000.00	36.72
3	刘从印	自然人	4,790,000.00	22.09
4	林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限合伙企业	合伙企业	210,000.00	0.97
合计			2,168,000.00	100.00

2、根据《公司法》、公司章程及董事会的决议，公司按年度净利润的 10.00% 提取法定盈余公积金，当法定盈余公积金累计额达到股本的 50.00% 以上时不再提取。法定盈余公积金经有关部门批准后可用于弥补亏损，或者增加股本。

十、关联方关系及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则》及上市相关规则的规定，结合本公司的实际情况，本公司关联方包括：公司控股股东；持有公司股份5%以上的其他股东；控股股东及其股东控制或参股的企业；对控股股东及主要股东有实质影响的法人或自然人；公司参与的合营企业、联营企业；公司的参股企业；主要投资者个人、董事、监事、高级管理人员或与上述人员关系密切的人员控制的其他企业；其他对公司有实质影响的法人或自然人

1、存在控制关系的关联方

关联方名称或姓名	与本公司关系
江海民	实际控制人

2、不存在控制关系的关联方

关联方名称或姓名	与本公司关系
王莉	公司股东
刘从印	公司股东
林芝市巴宜区蓝石天成农业发展有限公司	受主要投资者王莉实际控制
北京希望北方投资有限公司	同一最终控制方
李鹏	董事长兼总经理
孙筱婧	董事兼副总经理
高远	董事、董事会秘书
彭和平	董事
李长军	董事
丛蓓	监事
王正杰	监事
杨晓娜	监事
孔令川	财务总监
北京国建北方投资有限公司	同一最终控制方
北京国信基石投资管理有限公司	同一最终控制方

(二) 关联交易情况

1、经常性关联方交易

无。

2、偶发性关联方交易

截至2014年12月31日，公司偶发性关联方交易情况：

单位：元

对方单位名称	关联方关系性质	交易类型	拆借类型	2014 年度拆借金额	截至 2014 年 12 月 31 日金额	起始日	还款日	利率
李鹏	高管	借款	拆出金额	7,147,620.00	23,656,665.46	2014.1	2015.6	无偿
北京希望北方投资有限公司	同一最终控制方	借款	拆出金额	3,620,000.00	0.00	2014.3	2014.3	无偿

截至2015年12月31日，公司偶发性关联方交易情况：

单位：元

对方单位名称	关联方关系性质	交易类型	拆借类型	2015 年度拆借金额	截至 2015 年 12 月 31 日金额	起始日	还款日	利率
李鹏	高管	借款	拆出金额	1,310,875.00	0.00	2015.1	2015.6	无偿
北京希望北方投资有限公司	同一最终控制方	借款	拆入金额	140,000.00	0.00	2015.4	2015.6	无偿

报告期内，公司存在关联方资金占用情况：

(1) 关联方北京希望北方投资有限公司存在借款情况

2014年3月，希望北方由于拟进行对外投资等资金需求，分三次向公司借款累计金额为362万元，后希望北方并未进行实际投资，该借款已由希望北方于当月全部归还。

2015年4月，有限公司向希望北方借入款项14万元，用于补充公司日常运营资金，有限公司已经于2015年6月还款。

对方单位名称	关联方关系性质	交易类型	拆借类型	2014 年度拆借金额	起始日	还款日	截至 2014 年 12 月 31 日金额	约定利率
北京希望北方投资有限公司	同一最终控制方	借款	拆出金额	3,620,000.00	1,900,000.00	2014.3	2014.3	0.00
					940,000.00	2014.3	2014.3	0.00
					780,000.00	2014.3	2014.3	0.00

(2) 关联方李鹏存在借款情况

①报告期期初（2014年以前）

报告期期初，公司总经理李鹏向公司借款累计余额为17,739,904.62元，该借款均为报告期前李鹏自公司借款后转借给公司控股股东、实际控制人江海民或其控制的企业（包括北京国信基石投资管理有限公司、北京国建北方投资有限公司和希望北方），该借款均已由江海民于2015年6月通过李鹏归还公司。

②报告期内（2014年-2015年）

单位：元

对方单位名称	关联方关系性质	交易类型	拆借类型	2014 年度拆借金额	还款时间	截至 2014 年 12 月 31 日金额	利率
李鹏	高管	借款	拆出金额	7,147,620.00	2014.1-2015.6	23,656,665.46	无偿
对方单位名称	关联方关系性质	交易类型	拆借类型	2015 年度拆借金额	还款时间	截至 2015 年 12 月 31 日金额	利率
李鹏转借给江海民	控股股东、实际控制人	借款	拆出金额	600,000.00	2015.3-2015.6	0.00	无偿
李鹏	高管	借款	拆出金额	710,875.00	2015.1-2015.6	0.00	无偿

③申报审查期间（2016 年 1 月-6 月）

自 2015 年 7 月至申报审查期间，公司不存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情形。

对于报告期内存在的上述控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情况，未约定和支付资金占用费。在有限公司阶段，公司没有明确的关联交易管理制度，因此没有执行严格的审批程序。

2016年3月19日，公司就关联交易事项做出承诺：承诺公司今后将严格按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等公司管理制度和相关法律法规管理公司与关联方之间的资金往来。除此之外，不存在影响公司独立性的重大或频繁的关联方交易。

3、关联方应收应付款项

（1）关联方应收款项情况

项目	关联方名称	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
		金额（元）	占余额比例（%）	金额（元）	占余额比例（%）
其他应收款	李鹏	0.00	0.00	23,656,665.46	38.14
合计		0.00	0.00	23,656,665.46	38.14

关联交易的必要性及公允性：

截至 2014 年 12 月 31 日，公司对关联方李鹏（总经理）的其他应收款为 23,656,665.46 元，主要为关联方李鹏（总经理）个人向公司的累计借款，并未约定和收取利息。这些交易并非必要的关联方交易，双方未明确借款期间。有限公

司阶段，公司没有明确关于关联方交易的管理制度，关联方交易决策程序较为简单，没有执行严格的审批程序。公司与股东之间的资金往来为关联方的暂借款，公司关联方李鹏已于 2015 年 6 月陆续归还借款。

（2）关联方应付款项情况

单位：元

项目	关联方名称	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
		金额（元）	占余额比例（%）	金额（元）	占余额比例（%）
其他应付款	孙筱婧	62,076.54	5.42	80,170.30	3.81
合计		62,076.54	5.42	80,170.30	3.81

关联交易的必要性及公允性：

报告期内，公司对关联方的其他应付款余额为公司与关联方之间日常业务款项，主要系公司应付关联方报销款，公司已于 2016 年 1 月归还关联方，不存在损害公司、其他股东、债权人和公司员工利益的情况，且金额较小，关联交易未对公司财务状况及经营成果产生影响。

3、关联交易决策执行程序

有限公司阶段，公司没有明确关于关联方交易的管理制度，关联方交易决策程序较为简单，没有执行严格的审批程序。

股份公司成立后，公司已经建立并不断完善了关联交易决策执行程序：有限公司阶段，公司关联交易主要由总经理办公会审批。股份公司成立后，针对日常经营中所存在的关联交易情况，为进一步规范公司与关联方关系及交易，《公司章程》和《关联交易管理制度》对关联交易管理做了明确的规定，《公司章程》公司关联交易的审批权限、审批程序、关联方回避表决程序等作了明确的规定。在未来的关联交易中，按照权限履行相关的董事会或股东大会审批程序。

4、减少和规范关联交易的措施

股份公司成立后，公司修订及完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》及《董事会议事规则》，制定了《关联交易管理制度》，对公司关联交易的决策程序做了明确详细的规定。

公司将采取以下措施来规范关联交易：对于正常的、有利于公司发展的关联交易，公司将遵循公开、公平、公正、公允的市场原则，严格按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等规定，认真履行关联交易决策程序和关联股东、关联董

事的回避制度，确保关联交易按照公平、公正、合理、自愿的原则进行，并对关联交易予以充分及时披露。

十一、需提醒关注的期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表期后事项

截至 2015 年 12 月 31 日，公司不存在其他影响正常生产、经营活动需作披露的资产负债表期后事项。

（二）或有事项

截至本公开转让说明书签署之日，公司无需要披露的或有事项。

（三）其他重要事项

截至本公开转让说明书签署之日，公司无其他需披露的重要事项。

十二、资产评估情况

公司委托沃克森（北京）国际资产评估有限公司对公司净资产进行评估，为公司股份制改造提供价值参考依据。沃克森（北京）国际资产评估有限公司于 2015 年 9 月 14 日出具了沃克森评报字【2015】第 0483 号资产评估报告，采用资产基础法，确认公司截至评估基准日 2015 年 7 月 31 的评估结果如下表所示：

项目	账面值（万元）	评估值（万元）	评估增值	增值率（%）
资产总额	4,176.12	4,244.63	68.51	1.64
负债总额	2,284.71	2,284.71	0.00	0.00
股东权益总额	1,891.48	1,959.92	68.51	3.62

十三、股利分配政策和报告期内的股利分配情况

（一）股利分配的一般政策

根据《公司章程》规定，公司计提企业所得税后的利润按如下顺序进行分配：

- 1、弥补以前年度亏损；
- 2、提取法定公积金 10%（法定公积金累计额为公司注册资本 50%以上的，可以不再提取）；
- 3、提取任意公积金（由股东大会确认提取比例）；

4、分配股利（由股东大会决定分配方案）。

（二）报告期内的股利分配情况

报告期内，众享互动未进行利润分配，子公司林芝雅江进行了两次利润分配：

2015年6月30日，林芝雅江股东北京希望北方投资有限公司召开股东会，决定将公司2014年1月至2015年6月可供分配的利润人民币62,375,411.31元，分配给股东北京希望北方投资有限公司。

截止2015年10月31日，该股利已支付完毕，具体的支付情况如下表所示：

日期	股东	金额	凭证号
2015年6月19日	北京希望北方投资有限公司	3,900,000.00	记-0033
2015年6月23日	北京希望北方投资有限公司	4,000,000.00	记-0036
2015年6月24日	北京希望北方投资有限公司	10,000,000.00	记-0039
2015年6月25日	北京希望北方投资有限公司	4,600,000.00	记-0041
2015年6月26日	北京希望北方投资有限公司	4,900,000.00	记-0046
2015年6月29日	北京希望北方投资有限公司	13,520,450.00	记-0052
2015年6月30日	北京希望北方投资有限公司	3,980,000.00	记-0080
2015年7月1日	北京希望北方投资有限公司	3,500,000.00	记-0001
2015年7月2日	北京希望北方投资有限公司	2,860,000.00	记-0004
2015年10月31日	北京希望北方投资有限公司	3,500,000.00	记-0007
2015年10月31日	北京希望北方投资有限公司	114,961.31	记-0010
2015年10月31日	北京希望北方投资有限公司	3,500,000.00	记-0034
2015年10月31日	北京希望北方投资有限公司	4,000,000.00	记-0035

2015年7月31日，林芝雅江股东北京众享互动广告有限公司召开股东会，决定将公司截至2015年7月末实现的可供分配利润人民币4,027,686.49元，分配给股东北京众享互动广告有限公司3,400,000.00元。

2015年10月31日，林芝雅江一次性支付了该笔股利。

（三）公开转让后的股利分配政策

公司公开转让后的股利分配政策将按照公司章程的规定程序向股东分配股利。

十四、控股子公司或纳入合并报表的其他企业基本情况

本公司报告期内纳入合并范围的子公司包括 1 家，为林芝市雅江文化科技有限公司，具体情况如下：

子公司名称	林芝市雅江文化科技有限公司
注册地	西藏林芝市巴宜区八一镇广东花园之三 6 单元 203 室
注册资本	2000 万元
持股及表决权比例（%）	100.00
期末实际出资额	100 万元
经营范围	文化活动创意、设计、组织、代理、推介、咨询、会展、会议策划服务；广告设计、制作、代理及发布；建筑材料、化妆品、办公用品、机械设备、礼品、工艺品、日化用品销售；计算机软件开发及服务；计算机硬件、系统集成、网络工程、通讯、机电工程设备、多媒体科技、电子信息、网络产品的设计、研究、开发、委托加工、销售、维修、测试及服务。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营该项目]
合并期间	2014.1.1-2015.12.31

十五、风险因素和自我评价

1、宏观经济波动风险

广告行业的发展速度和水平很大程度上依赖于国家或地区经济的发展速度和水平。近年来，随着宏观经济和商品消费需求的高速增长，广告需求也出现了较大增长。但在经济低迷时期，由于大多数广告客户将广告支出并不作为一项硬性支出，因此可能会削减其广告投放，从而导致整体广告投放需求的减少。同时，广告行业的客户来自国民经济的各个行业，客户所在行业整体发展状况、产业政策和监管措施的变化，往往会影响该行业的整体广告投放，进而传导给广告行业。因此，如果宏观经济整体下滑，经济增长减速，将会影响整个广告行业的发展，进而影响公司的业务和经营。

应对措施：公司将持续关注国家政策及宏观经济发展情况，并保持和客户的紧密沟通，把握行业发展趋势，适时调整发展策略。

2、市场竞争风险

虽然公司通过多年的经营已经树立了一定的行业口碑与品牌形象，且铁路媒体经营领域已经形成了较为稳定的竞争格局，但不排除现有经营主体改变经营策略，或者具有较强竞争优势的新进入者进入行业的可能性。如果行业竞争加剧且公司不能持续保持与对手的竞争优势，公司的经营业绩可能会受到不利影响。

应对措施：公司将通过以提升核心竞争力为基础的内生性增长和外部资源整合，进一步保持铁路媒体市场地位的同时，一方面借助互联网、LBS 等创新技术和高附加值服务，与目标客户进行深度合作，进一步提升广告投放的精准度和有效性；另一方面，扩展整合公司运营资源，提升资源价值和广度，从而防范宏观经济波动的风险和市场竞争风险。

3、媒体资源可持续性获取的风险

报告期内，公司主营业务为全国铁路媒体资源的开发与运营，主要通过在全国各地火车站购买的特定媒体资源经营权从事广告发布业务。由于公司运营的媒体资源均属于中国铁路总公司的下属子公司，该业务性质使公司的营业收入对相关铁路媒体资源形成了重大的依赖；虽然公司通过多年的经营，在行业内树立了较好的信誉与品牌知名度，并与上游资源的提供方形成了较好的合作关系，但不排除因外部环境发生突变或重大事件而中断合作的情况。公司经营模式看，为规

模化网络化经营，因此某一特定资源对公司整体经营而言不会构成“关键资源”，但如果大量媒体资源在短期内集中流失且公司无法获得替代性资源补充，则可能对公司经营造成较大不利影响；另外，运营媒体资源采购成本的大幅度上升，也会对公司的经营及盈利产生较大的不利影响。

应对措施：公司将加大与铁路媒体资源方的合作交流，提高与媒体资源方合作的深度，以保证现有媒体资源运营的可持续性。另外，公司计划开拓航空领域，一方面增加公司高端媒体营销资源储备，可以提供公司为高端客户提供整体营销解决方案和综合发布方案的能力，进一步增强高端客户的粘性；另一方面，通过横跨铁路和航空这两种国内最主流和最有价值的交通方式，实现对城市人流入口的全面覆盖，进一步扩展公司运营资源的广度。

4、实际控制人不当控制风险

截至本公开转让说明书签署日，股东江海民持有公司 40.22%的股份，能实际支配公司股份表决权，能对公司董事会成员选举和公司重大事项决策产生重大影响，为公司控股股东及实际控制人。若公司实际控制人对公司的经营决策、人事、财务等进行不当控制，则存在损害公司利益的风险。

应对措施：一方面，通过完善法人治理结构来规范股东行为。在《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》中进行了决策权限划分，明晰了相关的审批程序，股东大会、董事会和监事会的职权得到落实，以降低实际控制人不当控制的风险。另一方面，公司股东作出了避免同业竞争承诺函，从而降低了实际控制人侵害公司利益的可能性。

5、公司治理的风险

公司于 2015 年 9 月 8 日由北京众享互动广告有限公司整体变更设立。股份公司设立后，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，各项内部管理制度的执行尚未经过充分的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在经营过程中逐渐完善；同时，随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

应对措施：公司在本次推荐挂牌项目相关中介团队的指导下，以整体变更为股份有限公司为契机，按照上市公司的要求制定了《公司章程》，完善了公司治

理制度和其他公司内部管理制度，并组织公司管理层认真学习《公司法》、《公司章程》、公司“三会”议事制度及相关内控制度。公司将在主办券商等中介机构的持续督导下，严格按股票挂牌相关规则经营运作，积极提高公司治理水平，不断降低公司治理风险。

6、应收款项占资产比重较高的风险

2014 年末、2015 年末公司应收账款余额分别为 28,739,532.84 元、29,686,748.04 元，占同期资产总额的比例分别为 29.47%和 59.48%，呈增长趋势，主要原因是应收账款随着公司业务规模的扩大而增加。虽然公司对应收账款按谨慎性原则计提了坏账准备，一定程度上涵盖了应收账款坏账的风险，但如果公司主要客户的财务状况出现恶化、或者经营情况和商业信用发生重大不利变化，公司应收账款产生坏账的可能性将增加，从而对公司的经营产生重大不利影响。

应对措施：公司将加强应收账款的催收力度，避免出现坏账损失。同时，公司针对应收账款增加导致的坏账风险，采用了严格的坏账准备计提比例，根据账龄对应收账款计提坏账准备，以准确、真实反映公司的资产状况。

7、公司应收票据融资风险

公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日应收票据账面余额分别为 143,677.60 元、200,000.00 元，均为不带追索权的票据贴现。公司票据贴现主要是提供服务产生的应收票据以不带追索权的方式出售给市场，公司采用该种票据贴现方式进行融资，可能产生应收账款转让市场上的债务纠纷以及国家对该类市场监管法规变动的影响。

应对措施：公司承诺挂牌后将加强票据管理，严格遵守相关法律法规及公司财务管理的规定，不开具无真实交易背景的票据。

第五节 有关声明

挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员的声明：

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。

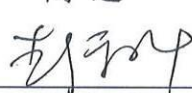
董事签字：



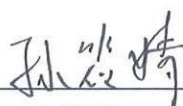
李 鹏



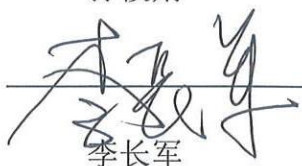
高 远



彭和平



孙筱婧



李长军

监事签字：



丛 蓓



杨晓娜



邵伟刚

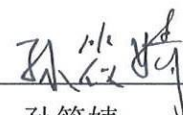
高级管理人员签字：



李 鹏



孔令川



孙筱婧



高 远

北京众享互动传媒科技股份有限公司



2016年6月22日

主办券商声明：

本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：


步国甸

项目负责人：

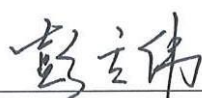

岳 晋

项目小组成员：


闫培新


阮小青


岳 晋

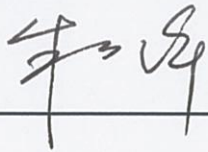
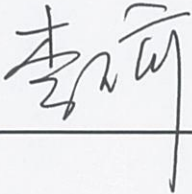
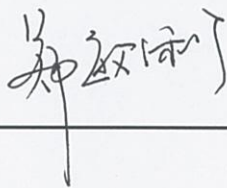

彭立伟

南京证券股份有限公司

2016年 6 月 22 日

经办律师事务所声明：

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

律师事务所负责人：
_____**经办律师：**
_____

北京市天元律师事务所

2016年6月22日



会计师事务所声明：

本所及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的审计报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对真实性、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：



签字注册会计师：


_____
_____

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）



2016 年 6 月 22 日

资产评估机构声明：

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

资产评估机构负责人：

徐伟建：

**签字注册资产评估师：**

赵新明：



李娟娟：



沃克森（北京）国际资产评估有限公司



2016 年 6 月 22 日

第六节 附件

- 一、主办券商推荐报告；
- 二、财务报表及审计报告；
- 三、法律意见书；
- 四、公司章程；
- 五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见；
- 六、其他与公开转让有关的重要文件。