

广州四方传媒股份有限公司
公开转让说明书
(申报稿)



主办券商



二零一六年十二月

申请挂牌公司声明

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

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

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

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

重大事项提示

公司在生产经营过程中，由于自身及所处行业的特点，公司提醒投资者特别关注如下重大事项，并认真阅读公开转让说明书“公司特有风险因素的自我评估”部分的全部内容：

一、毛利率波动的风险

2016 年 1-5 月、2015 年度、2014 年度媒体代理业务的毛利率为 22.23%、11.87%以及 8.12%。2016 年 1-5 月、2015 年度、2014 年度数字营销业务的毛利率为 41.18%、17.32%以及 28.11%。公司与客户的销售定价主要根据项目大小、所耗用的人工成本、所投放的广告渠道等因素制定，故不同项目的毛利率有一定波动。若未来公司毛利率未能保持较高的水平，将对公司的盈利情况产生不良影响。

二、主要客户过于集中的风险

2014 年度、2015 年度以及 2016 年 1-5 月公司前五大收入占总营业收入的比重为 91.59%、83.79%以及 91.61%。其中对第一大客户广州医药海马品牌整合传播有限公司的收入占总营业收入的占比分别为 59.92%、36.58%以及 62.39%。报告期内公司存在对主要客户依赖的风险，未来销售增长将取决于公司与现有客户保持长期合作的能力以及公司开拓新客户的能力。

三、经营活动现金流不足的风险

2014 年度、2015 年度以及 2016 年 1-5 月经营活动现金流净额分别为 36.94 万元、-91.34 万元以及 80.15 万元，报告期内经营活动现金流量净额较小且波动较大，若公司未来市场扩张及渠道建设拓展不顺利，或受行业整体风险影响，公司将面临经营活动现金流不足的风险。

四、公司规模较小的风险

2014 年度、2015 年度以及 2016 年 1-5 月公司的营业收入分别为 3,978.13 万元、3,887.39 万元以及 1,453.34 万元；资产总额分别为 1,253.71 万元、918.60 万元以及 1,678.09 万元。公司目前整体规模仍较小，抗风险能力相对较弱。

五、核心业务人员流失的风险

公司所在的广告、文化传媒业为文化创意产业的一部分，属人才密集、知识密集及技术密集型的行业。媒体代理和数字营销为公司的主营业务，公司的持续发展依赖于具有广告策划、市场营销、媒体管理、DSP/DMP 系统研发、大数据挖掘分析等技能的专业人才，一旦公司流失具有该等专业技能的业务人员或不能随公司的业务扩张培养和引进足够的专业人才，将对公司的业务发展造成不利影响。

六、技术升级风险

公司正在大力拓展基于大数据的互联网精准营销技术研究及其相关业务，该业务是公司未来的重点业务发展方向之一。该项业务与互联网信息技术、软件开发技术、大数据挖掘分析技术密切相关，由于相关技术发展较快，更新周期较短，公司面临一定的技术升级风险。如公司不能保持对技术研发的持续投入，或对技术发展趋势判断有误，不能根据市场发展趋势及时调整技术研发方向，将对公司未来业务发展造成不利影响。

七、宏观经济波动风险

广告行业与宏观经济的增长具有一定的正相关关系。近年来，随着宏观经济和商品消费需求的快速增长，广告需求也出现了大幅增长，从而带动了广告业的发展。但是如果经济低迷、社会消费支出减少，广告主很可能减少广告预算，导致广告投放需求的减少，这将对广告行业的发展产生不利影响，从而影响公司的业务和经营。

八、公司治理的风险

公司于 2016 年 8 月整体变更为股份公司，并成立了股东大会、董事会、监事会，建立并完善了三会制度，使得公司治理结构更为规范。但是，公司治理体系仍处于刚刚建立阶段，仍需要在实践中不断完善。目前，公司尚无专门的风险控制部门和内部审计部门，随着公司业务不断扩展、公司员工不断增加，将会对公司的治理结构提出更高的要求。因此，公司的治理结构若不能满足经营所需，将会对公司的持续、健康发展带来不利影响。

目 录

申请挂牌公司声明	1
重大事项提示	2
一、毛利率波动的风险	2
二、主要客户过于集中的风险	2
三、经营活动现金流不足的风险	2
四、公司规模较小的风险	3
五、核心业务人员流失的风险	3
六、技术升级风险	3
七、宏观经济波动风险	3
八、公司治理的风险	4
释 义	7
第一章 基本情况	10
一、公司基本情况	10
三、股权结构	13
四、公司成立以来股本的形成及其变化情况	22
五、公司子公司、分公司情况	35
六、报告期内公司重大资产重组情况	39
七、公司董事、监事、高级管理人员基本情况	39
八、最近两年一期的主要会计数据和财务指标简表	42
九、与本次挂牌有关的机构	45
第二章 公司业务	47
一、公司的主要业务、主要产品及其用途	47
二、公司组织机构及业务流程	56
三、公司关键资源要素情况	59
四、公司经营情况	65
五、公司商业模式	71
六、公司所处行业情况	75
第三章 公司治理	96

一、公司法人治理制度的建立健全及运行情况	96
二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估	97
三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年内存在的违法违规及受处罚情况	99
四、公司的独立性	100
五、关联方和同业竞争	101
六、公司最近两年内资金被关联方占用或为关联方提供担保的情况	106
七、董事、监事、高级管理人员的其他情况	107
八、董事、监事、高级管理人员最近两年内的变动情况	111
第四章 公司财务	113
一、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况	113
二、最近两年财务会计报告的审计意见	113
三、报告期内公司经审计的财务报表	114
四、报告期采用的主要会计政策和会计估计	126
五、报告期主要财务指标分析	141
六、报告期利润形成的有关情况	146
七、报告期财务状况分析	155
八、关联方、关联方关系及关联交易	176
九、需提醒投资者关注的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	179
十、公司资产评估情况	180
十一、股利分配政策和报告期内的分配情况	180
十二、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况	180
十三、公司特有风险因素的自我评估	181
第五章 有关声明	184
一、申请挂牌公司全体董事、监事和高级管理人员声明	184
二、主办券商声明	185
三、律师事务所及律师声明	186
四、会计师事务所及会计师声明	187
五、资产评估机构及评估师声明	188
第六章 附件	189

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：

普通术语		
公司、股份公司、四方传媒、 申请人	指	广州四方传媒股份有限公司及其股改之前有限公司名称：广州市四方广告有限公司
股份公司、四方传媒股份	指	广州四方传媒股份有限公司
有限公司、四方广告	指	广州市四方广告有限公司
唐朝商贸	指	广州唐朝商贸有限公司，曾系公司子公司
四方互动	指	珠海四方互动数字营销合伙企业（有限合伙），系公司的股东
四方网聚	指	珠海四方网聚投资管理合伙企业（有限合伙），系公司的股东
达安基因	指	广州市达安基因科技有限公司，系公司的股东
达安股份	指	中山大学达安基因股份有限公司
广州创谷	指	广州市达安创谷企业管理有限公司，原名为广州创谷企业管理有限公司 ，系公司的股东
省广股份	指	广东省广告集团股份有限公司
思美传媒	指	思美传媒股份有限公司
蓝色光标	指	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
BAT	指	中国的三家互联网公司，百度（Baidu），阿里巴巴（Alibaba）、腾讯（Tencent）的首字母缩写
食安菜妈	指	广州食安菜妈信息科技有限公司
白云山和黄、白云山和记黄埔公司	指	广州白云山和记黄埔中药有限公司
尚思传媒	指	广州尚思传媒广告股份有限公司
典扬传媒	指	典扬传媒（上海）股份有限公司
哇棒传媒	指	哇棒移动传媒股份有限公司
关联关系	指	公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员与其直接或间接控制的企业之间的关系，以及可能导致公司利益转移的其他关系
主办券商、广州证券	指	广州证券股份有限公司

会计师事务所、会计师、	指	中审华会计师事务所(特殊普通合伙)，原名中审华寅五洲会计师事务所(特殊普通合伙)：胡咸华、林彤
律师事务所、律师	指	广东正平天成律师事务所：刘怀玉、蒋晓芳、韩曼莉
评估机构、评估师	指	广东中广信资产评估有限公司：肖浩、林巧萍
公开转让	指	公司股份在全国中小企业股份转让系统进行公开转让
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书
管理层	指	对公司决策、经营、管理负有领导职责的人员，包括董事、监事、高级管理人员
三会	指	股东（大）会、董事会、监事会
《公司章程》	指	《广州四方传媒股份有限公司章程》
《股东大会议事规则》	指	《广州四方传媒股份有限公司股东大会议事规则》
《董事会议事规则》	指	《广州四方传媒股份有限公司董事会议事规则》
《监事会议事规则》	指	《广州四方传媒股份有限公司监事会议事规则》
全国股份转让系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
《管理办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》（2013年修订）
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》（2013年12月）
《挂牌条件指引》	指	《全国中小企业股份转让系统挂牌条件适用基本标准指引（试行）》（2013年6月）
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（2013年修订）
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》（2013年修订）
报告期	指	2014年1月1日至2016年5月31日
元、万元	指	人民币元、人民币万元
专业术语		
SEM	指	英文 Search Engine Marketing 的缩写，即“搜索引擎营销”。指根据用户在搜索引擎检索信息的方式，将营销信息传递给目标受众。
SEO	指	英文 Search Engine Optimization 的缩写，即“搜索引擎优化”。指通过对网站的内部及外部进行调整优化，改进网站在搜索引擎中关键词的自然排名，属于“搜索引擎营销”的其中一种方法。
H5	指	HTML5，标准通用标记语言下的一个应用超文本标记语言的第五次重大修改，使用 HTML5 制作网页可以强化网页的表现性能。
DSP	指	Demand-Side Platform，即需求方平台，其通过实时竞价和人群定向技术使广告主或广告代理实现对互联网

		广告资源的程序化购买，并优化投放的效果。
DMP	指	Data-Management Platform，即数据管理平台，用于整合分散的用户数据，并对数据规范化和标签化，有助于广告主或广告代理在网络广告的投放中实现精准投放。
SSP	指	Sell-Side Platform，即供应方平台，是一个媒体服务平台，该平台可以优化网络广告的投放，提高网络媒体广告资源的价值。
RTB	指	Real Time Bidding，即实时竞价，DSP 平台使用的技术之一，其是利用第三方技术在众多网站或移动端中对每一个用户展示的行为进行评估以及出价的竞价技术。
VI	指	Visual Identity，即视觉识别系统，VI 设计主要用以传播组织、机构的整体形象、运营理念等方面。
CPM	指	Cost Per Mille，即千人成本，广告展示 1000 次所产生的成本费用。
CPC	指	Cost Per Click，即每次点击成本，根据广告点击的次数来收费。
KPI	指	Key Performance Indicator，即关键绩效指标，在广告投放中指广告的计价方式，如 CPM、CPC 等。

特别说明：本公开转让说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，系小数点四舍五入所致。如无特别说明，币种为人民币。

第一章 基本情况

一、公司基本情况

中文名称：广州四方传媒股份有限公司

英文名称：Guangzhou Sefve Media Co.,Ltd.

法定代表人：肖灵霞

有限公司成立日期：2008年1月25日

股份公司成立日期：2016年8月9日

注册资本：5,555,600元

住所：广东省广州市环市东路338号银政大厦西塔18层

邮编：510000

统一社会信用代码：9144010467182297XD

电话：020-83762939

传真：020-83762121

公司网址：www.sefve.com

信息披露事务负责人：谭红梅

所属行业：根据证监会《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为“L租赁和商务服务业—L72商务服务业”。根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011），公司属于“L租赁和商务服务业—L72商务服务业—L7240广告业”。根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为“13非日常生活消费品—1313媒体—13131010广告”。根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司颁布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业属于“L租赁和商务服务—L72商务服务业—L7240广告业”。

主营业务：媒体代理和数字营销。

经营范围：电影和影视节目制作；市场调研服务；广告业；大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影

节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营)；市场营销策划服务；企业管理咨询服务；文化艺术咨询服务；公共关系服务；策划创意服务（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）。

二、股票挂牌情况

（一）股票挂牌基本情况

股票代码：【】

股票简称：【】

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00 元

股票总量：5,555,600 股

挂牌日期：【】年【】月【】日

股票交易方式：协议转让

（二）股东所持股份的限售情况

1、相关法律法规及公司章程对股东所持股份的限制性规定

《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员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。”

根据《业务规则》第二章 2.8 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。”

《公司章程》第二十七条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起1年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年以内不得转让。”

公司董事、监事、高级管理人员应当在任职期间内，定期向公司申报所持有的本公司股份及其变动情况，在其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。”

2、股东所持股份的限售安排

股份公司成立于2016年8月9日，截至本公开转让说明书签署之日，股份公司成立未满一年，根据相关法律法规及公司相关规定，公司现有股东持股情况及本次可进入股份转让系统转让的股份数量如下：

序号	股东	直接持股数量（股）	持股比例（%）	挂牌当日可转让股份数量（股）	限售原因	所持股份是否存在质押
1	彭广辉	846,000	15.23	--	股份公司发起人、实际控制人	否
2	肖灵霞	438,000	7.88	--	股份公司发起人、实际控制人、董事、总经理	否
3	周伟	1,008,000	18.14	--	股份公司发起人、实际控制人	否
4	朱亚贵	708,000	12.74	--	股份公司发起人、实际控制人、监事	否
5	珠海四方互动数字营销合伙企业（有限合伙）	1,000,000	18.00	--	股份公司发起人、实际控制人控制的机构	否
6	珠海四方网聚投资管理合伙企业（有限合伙）	1,000,000	18.00	--	股份公司发起人、实际控制人控制的机构	否
7	广州市达安基因科技有限公司	277,800	5.00	277,800	--	否
8	广州市达安创谷企业管理有限公司	277,800	5.00	277,800	--	否

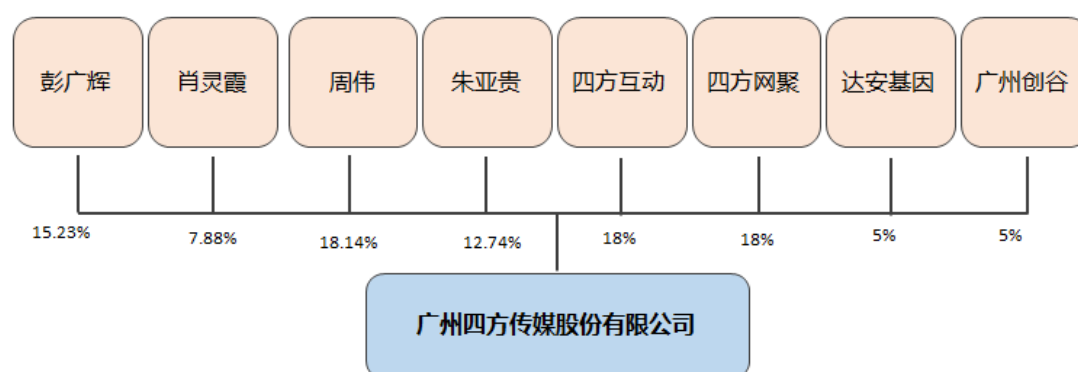
司						
合计	5,555,600	100.00	555,600	--	--	

（三）股东对所持股份自愿锁定的承诺

除上述限制股份转让的规定外，公司股东未签署其他锁定股份的承诺。

三、股权结构

（一）股份公司股权结构图



（二）公司控股股东、实际控制人的基本情况

1、控股股东、实际控制人

《公司法》第 216 条（二）规定：控股股东，是指其出资额占有限责任公司资本总额百分之五十以上或者其持有的股份占股份有限公司股本总额百分之五十以上的股东；出资额或者持有股份的比例虽然不足百分之五十，但依其出资额或者持有的股份所享有的表决权已足以对股东会、股东大会的决议产生重大影响的股东。

另外参照中国证券监督管理委员会 2007 年 11 月 25 日《〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条“实际控制人没有发生变更”的理解和适用--证券期货法律适用意见第 1 号》第二条之规定，公司控制权是对股东大会的决议产生重大影响或者能够实际支配公司行为的权力，其渊源是对公司的直接或者间接的股权投资关系”。

报告期内公司实际控制人、控股股东均为周伟、彭广辉、朱亚贵、肖灵霞四人，未发生变化。

有限公司阶段，股东股权较为平均，主要由周伟、彭广辉、朱亚贵、肖灵霞四名自然人分别持股，依据其各自的持股比例独立均不足以构成对有限公司的控制关系。为稳定公司的经营决策权，虽然周伟、彭广辉、朱亚贵、肖灵霞四人在 2016 年 1 月 22 日之前未签订书面的一致行动协议，但四人一直有意识地保持一致的决策，对公司实施共同控制。针对签订书面一致行动协议前，控制权的问题，周伟、彭广辉、朱亚贵、肖灵霞四人已出具《说明》，确认共同控制的起始时间溯及 2013 年 5 月 27 日，自 2013 年 5 月 27 日起肖灵霞、周伟、朱亚贵、彭广辉为公司的核心股东，各方有意识地保持一致行动的默契，开始实际共同控制公司。

2016 年 1 月 22 日，四人签订了书面一致行动协议，一致行动协议无约定期限，但明确约定就有关公司经营管理决策的重大事项向股东大会（股东会）、董事会行使提案权和在相关股东大会（股东会）、董事会上行使表决权时保持一致意见、一致行动，而在四人内部沟通过程中，不能取得一致意见的议案或者表决事项暂缓实施，继续协商。在协议有效期内，除关联交易需要回避的情形外，四人保证在参加公司股东大会（股东会）、董事会行使表决权时按照四方事先协调所达成的一致意见行使表决权。协议生效后，四名自然人股东同为公司实际控制人，四名股东同意授权肖灵霞代表其他三方落实、实施协议下的一致行动，在一致行动授权范围内代表四名股东行使对公司的控制权，该协议自签署之日起生效。

股份公司成立后，截至本公开转让说明书签署日，肖灵霞、朱亚贵、彭广辉、周伟四人直接持有股份公司 54%股份，通过“四方互动”、“四方网聚”间接持有公司约 32%股份，并能实际控制“四方互动”、“四方网聚”，因此四人对四方传媒的控制权合计达 90%。据此，肖灵霞、朱亚贵、彭广辉、周伟四人共同为股份公司的控股股东、实际控制人，对四方传媒实施共同控制。

因此报告期内公司实际控制人、控股股东均为周伟、彭广辉、朱亚贵、肖灵霞四位股东，未发生变动。

周伟，男，1967年1月出生，中国国籍，无境外居留权。1985年9月至1989

年6月就读于湖南大学有机化工专业，本科学历。1989年9月至2000年3月，就职于湖南省桃源县桃花源化工总厂，任技术科副科长；2000年5月至2005年9月，就职于顺德巴德富实业有限公司，任车间主任；2005年9月至2013年7月，就职于上海巴德富实业有限公司，任副总经理；2013年7月至今，就职于常熟巴德富科技有限公司，任总经理。

彭广辉，男，1969年9月出生，中国国籍，无境外居留权。广州市真光中学毕业，高中学历。1990年9月至1992年10月，在广东省兴宁市灵活就业，从事货运运输；1992年10月至1993年5月，在广东省广州市灵活就业，从事客运运输；1993年10月至1997年12月，在广东省珠海市灵活就业，从事客运运输；1998年1月到2012年5月在广州灵活就业；2012年6月至今在广州市新东方出租车公司，从事客运运输。

朱亚贵，男，1963年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，广东省化州市杨梅中学毕业，高中学历，灵活就业人员。1978年7月至1980年6月就读于化州市杨梅中学。1982年至1987年，服役于南海舰队38021部队；1988年1月至今，灵活就业，从事建筑工程居间业务。2008年1月至2016年7月任广州市四方广告有限公司执行董事。现任广州四方传媒股份有限公司监事会主席，由股份公司第一届监事会第一次会议选举产生，起任期为2016年7月25日，任期三年。

肖灵霞，女，1972年5月出生，中国国籍，无境外居留权。1990年9月至1994年6月就读于兰州理工大学安全工程专业，获学士学位。2000年3月至2004年6月在职就读于中山大学，取得MBA硕士学位；2003年5月至2008年12月就职于广州南方海视传媒有限公司，作为公司股东并历任副总经理、总经理职务。2009年1月至2016年7月，就职于广州市四方广告有限公司，任总经理职务。现任股份公司董事长、总经理，由股份公司创立大会暨第一次临时股东大会选举产生，起任期为2016年7月25日，任期三年。

（三）前十名股东及持有5%以上股份股东的持股情况

1、公司前十名股东及持有5%以上股份股东直接持股数量、持股比例

序号	股东	直接持股数量（股）	持股比例（%）	股东性质
----	----	-----------	---------	------

1	彭广辉	846,000	15.23	境内自然人
2	肖灵霞	438,000	7.88	境内自然人
3	周伟	1,008,000	18.14	境内自然人
4	朱亚贵	708,000	12.74	境内自然人
5	珠海四方互动数字营销合伙企业（有限合伙）	1,000,000	18.00	境内合伙企业
6	珠海四方网聚投资管理合伙企业（有限合伙）	1,000,000	18.00	境内合伙企业
7	广州市达安基因科技有限公司	277,800	5.00	境内法人
8	广州市达安创谷企业管理有限公司	277,800	5.00	境内法人
合计		5,555,600	100.00	--

2、公司前十名股东及持有 5% 以上股份股东基本情况

（1）彭广辉、肖灵霞、周伟、朱亚贵，详见本公开转让说明书“第一章基本情况”之“三、（二）公司控股股东、实际控制人的基本情况”之“1、控股股东、实际控制人”。

（2）珠海四方互动数字营销合伙企业（有限合伙）

四方互动持有公司 1,000,000 股的股份，占公司股份总数的 18.00%，四方互动基本情况如下：

公司名称	珠海四方互动数字营销合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016 年 2 月 15 日
有效期限	2046 年 2 月 15 日
注册资本	200.00 万元
执行事务合伙人	肖灵霞
统一社会信用代码	91440400MA4UM32R3U
公司住所	珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-12662
公司类型	有限合伙企业
经营范围	网络精准营销、品牌管理、广告创意制作、媒体策略投放服务，商务服务业，互联网、移动互联、传统电视媒体以及户外媒体的全媒体传

	播推广服务。
登记机关	珠海市横琴新区工商行政管理局

出资情况如下：

序号	名称	实缴出资数量（元）	出资比例（%）	与公司的关系
1	周伟	512,064.00	25.60	股东
2	彭广辉	429,768.00	21.49	股东
3	肖灵霞	372,504.00	18.63	股东、法定代表人、董事长兼总经理
4	朱亚贵	359,664.00	17.98	股东、监事会主席
5	谭红梅	240,000.00	12.00	董事、董事会秘书、财务负责人、副总经理
6	刘维斌	36,000.00	1.80	董事
7	张姮明	30,000.00	1.50	董事
8	丘玲玲	20,000.00	1.00	职工监事
合计		2,000,000.00	100.00	--

（3）珠海四方网聚投资管理合伙企业（有限合伙）

四方网聚持有公司 1,000,000 股的股份，占公司股份总数的 18.00%，四方网聚基本情况如下：

公司名称	珠海四方网聚投资管理合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016 年 2 月 5 日
有限期限	2046 年 2 月 5 日
注册资本	200.00 万元
执行事务合伙人	肖灵霞
统一社会信用代码	91440400MA4UM0QL9G

码	
公司住所	珠海市横琴新区宝华路6号105室-12661
公司类型	有限合伙企业
经营范围	投资管理服务；创业投资；企业自有资金投资；风险投资；投资咨询服务；资产管理（不含许可审批项目）；企业财务咨询服务；市场调研服务；商品信息咨询服务。
登记机关	珠海市横琴新区工商行政管理局

出资情况如下：

序号	名称	实缴出资数量（元）	出资比例（%）	与公司的关系
1	周伟	635,040.00	31.75	股东
2	彭广辉	532,980.00	26.65	股东
3	肖灵霞	275,940.00	13.80	股东、法定代表人、 董事长兼总经理
4	朱亚贵	446,040.00	22.30	股东、监事会主席
5	尧志飞	90,000.00	4.50	--
6	曾业辉	20,000.00	1.00	--
合计		2,000,000.00	100.00	--

注：由于四方互动为持股平台，四方互动与四方网聚除投资四方传媒外，并未投资其他企业，另根据四方网聚出具的承诺函，确认“其确认不属于以非公开方式向合格投资者募集资金并以投资为目的设立的私募投资基金，且未担任任何私募投资基金的基金管理人，并承诺在其存续期间，若作为私募投资基金的基金管理人从事相关活动，将依法办理私募基金管理备案登记手续，否则承担相关责任。”因此，四方互动与四方网聚均不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所指的私募投资基金，无需按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等规范性文件的规定办理私募基金管理人登记或私募基金备案手续。

（4）广州市达安基因科技有限公司

达安基因持有公司 277,800 股的股份，占公司股份总数的 5.00%，达安基因基本情况如下：

公司名称	广州市达安基因科技有限公司		
成立时间	2009 年 5 月 6 日		
有效期限	长期		
注册资本	3000.00 万元		
法定代表人	周新宇		
统一社会信用代码	91440116687699574G		
公司住所	广州高新技术产业开发区香山路 19 号 103 房		
公司类型	有限责任公司(法人独资)		
经营范围	医学研究和试验发展；生物技术推广服务；技术进出口；会议及展览服务；风险投资服务；创业投资服务；仪器仪表修理；企业管理咨询服务；企业总部管理；办公设备租赁服务；科技中介服务；数据处理和存储服务；工商咨询服务；策划创意服务；软件开发；企业形象策划服务；医疗设备租赁服务；市场管理；信息技术咨询服务；信息系统集成服务；工程和技术研究和试验发展；企业自有资金投资服务。		
登记机关	广州市工商行政管理局萝岗分局		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例（%）
	中山大学达安基因股份有限公司	000.00	100.00
	合计	3000.00	100.00
主要人员	执行董事：周新宇 监事：莫卓华		

达安基因与广州产业投资基金管理有限公司、中山大学达安基因股份有限公司共同出资设立广州市达安医疗健康产业创业投资基金（有限合伙），并担任该基金管理人。达安基因于 2016 年 11 月 24 日出具《关于广州市达安基因科技有限公司对外投资广州市达安医疗健康产业创业投资基金（有限合伙）的说明函》并确认，该投资基金使用自有资金实现对外投资，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金并以投资为目的设立的私募投资基金。但为消除公众疑虑，达安基因已于 2016 年 3 月起申请办理私募基金管理人备案手续，并承诺将于 6 个月内完成备案手续。

(5) 广州市达安创谷企业管理有限公司

广州创谷原名广州创谷企业管理有限公司，已于 2016 年 10 月 26 日变更名称、注册资本、股东，现持有公司 277,800 股的股份，占公司股份总数的 5.00%，广州创谷基本情况如下：

公司名称	广州市达安创谷企业管理有限公司		
成立时间	2015 年 10 月 19 日		
有效期限	长期		
注册资本	702.95 万元		
法定代表人	黄珞		
统一社会信用代码	91440116MA59AC8P7J		
公司住所	广州市工商行政管理局萝岗分局		
公司类型	其他有限责任公司		
经营范围	收集、整理、储存和发布人才供求信息；人才推荐；人才招聘；社会法律咨询；法律文书代理；企业管理咨询服务；企业形象策划服务；企业财务咨询服务；专利服务；商标代理等服务；工商咨询服务；投资咨询服务；市场调研服务；市场营销策划服务；工商登记代理服务；交通运输咨询服务；仓储咨询服务；招、投标代理服务；（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）		
登记机关	广州市工商行政管理局萝岗分局		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例（%）
	高新达安健康产业投资有限公司	28.09	4.00
	广州市达瑞生物技术股份有限公司	28.09	4.00
	广州昶通医疗科技有限公司	28.09	4.00
	广州市达安基因科技有限公司	200.00	28.45
	余江县晨曦投资管理中心	28.09	4.00
	余江县创益园投资中心（有限合伙）	250.00	35.55
	广州趣道资产管理有限公司	7.03	1.00
	余江县安创企业管理中心（有限合伙）	28.12	4.00
	广州汇港投资合伙企业（有	105.44	15.00

	限合伙)		
	合计	702.95	100.00
主要人员	董事长兼总经理：黄珞 董事：莫卓华、程晓娅 监事：侯杏梅		

广州创谷出具《确认函》，确认广州创谷属于专业的投资企业，但用于对外投资的资金均属于企业自有。同时，广州创谷及其股东余江县晨曦投资管理中心、余江县创益园投资中心（有限合伙）均不属于以非公开方式向合格投资者募集资金并以投资为目的设立的私募投资基金，且未担任任何私募投资基金的基金管理人。广州创谷承诺在存续期间，若作为私募投资基金的基金管理人从事相关活动，将依法办理私募基金管理备案登记手续，否则承担相关责任。

另余江县安创企业管理中心（有限合伙）属于广州市达安创谷企业管理有限公司员工持股平台，投资者为该公司的董事莫卓华和黄珞。除对广州市达安创谷企业管理有限公司持股以外，余江县安创企业管理中心（有限合伙）不存在募集资金对外投资的情况。而广州汇港投资合伙企业（有限合伙）为余江县港宏投资管理中心以及余江县永圣投资管理中心 2 名股东所设立的合伙企业，上述 2 名股东均属于个人投资企业，因此广州汇港投资合伙企业（有限合伙）对广州市达安创谷企业管理有限公司的出资，均来源于自然人的出资，不存在对外募集资金进行投资的情况。

综上，除达安基因自愿申请备案私募管理人以外，公司直接、间接股东均不属于私募基金或私募基金管理人，不需要履行相关的备案程序。

（四）控股股东、实际控制人、前十名股东及持有 5%以上股份股东的股份是否存在质押或其他争议的情况

截至本公开转让说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、前十名股东及持有公司 5%以上股份股东持有的公司股份不存在质押或其它争议事项的情形。

（五）股东之间关联关系

截至本公开转让说明书签署日，广州市达安基因科技有限公司对**广州市达安创谷企业管理有限公司**直接持股 **28.45%**，周伟、肖灵霞、彭广辉、朱亚贵作为**四方传媒的一致行动人**，均对四方互动、四方网聚出资，肖灵霞为四方互动、四方网聚执行事务合伙人。除此以外，股东之间不存在其他关联关系。

四、公司成立以来股本的形成及其变化情况

（一）2008 年 1 月，有限公司的设立

2007 年 10 月 22 日，广州市工商行政管理局核发了“（穗）名预核内字【2007】第 0020071018185 号”《企业名称预先核准通知书》，核准名称为“广州市四方广告有限公司”。

2008 年 1 月 16 日，朱亚贵、何友权、彭广辉、张晨、刘永佳、肖晓钟共同签署《公司章程》。随后，公司股东签署《关于分期注资的股东决议》，约定四方广告注册资本为人民币 300 万元，各股东一致同意决定首期注资人民币 100 万元，各股东首次出资额约定如下：彭广辉出资 105 万元，占股 35%，首期出资 35 万，剩余 70 万元认缴注册资本在 2010 年 1 月 15 日前补足；朱亚贵出资 60 万元，占股 20%，首期出资 20 万元，剩余注册资本 40 万元在 2010 年 1 月 15 日补足；刘永佳出资 15 万元，占股 5%，首期出资 5 万元，剩余注册资本 10 万元在 2010 年 1 月 15 日补足；何友权出资 15 万元，占股 5%，首期出资 5 万元，剩余注册资本 10 万元在 2010 年 1 月 15 日补足；张晨出资 45 万元，占股 15%，首期出资 15 万元，剩余注册资本 30 万元在 2010 年 1 月 15 日补足；肖晓钟出资 60 万元，占股 20%，首期出资 20 万元，剩余注册资本 40 万元在 2010 年 1 月 15 日补足。

公司成立时的股东出资情况如下：

股东名称	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	认缴出资比例（%）	出资方式
彭广辉	105.00	35.00	35.00	货币

朱亚贵	60.00	20.00	20.00	货币
肖晓钟	60.00	20.00	20.00	货币
张晨	45.00	15.00	15.00	货币
刘永佳	15.00	5.00	5.00	货币
何友权	15.00	5.00	5.00	货币
合计	300.00	100.00	100.00	

2008 年 1 月 4 日，广州会华会计师事务所有限公司出具“穗会（验）字[2008]B-001 号”《广州市四方广告有限公司验资报告》（广州注协报备号 200801000636），截至 2008 年 01 月 03 日止，根据该报告的记载，四方广告申请登记的注册资本 300 万元人民币，首次出资额为 100 万元，**均为股东的自有资金**出资，其余出资由各股东自公司成立之日起 2 年内按比例交足，**其中首次出资情况如下**：何友权出资 5 万元货币（5%），刘永佳出资 5 万元货币（5%），彭广辉出资 35 万元货币（35%），肖晓钟出资 20 万元货币（20%），张晨出资 15 万元货币（15%），朱亚贵出资 20 万元（20%），共同设立四方广告。**上述出资有各股东出资时的银行进账单予以佐证，不存在股权代持情形及潜在纠纷。**

2008 年 1 月 25 日，四方广告取得营业执照。注册地址：广州市越秀区东风路 701 号 606 房。法定代表人：朱亚贵（任执行董事），注册资本 300 万元，实收资本 100 万元，公司类型有限责任公司。公司经营范围：设计、制作、代理、发布各类广告，文化交流策划咨询、展览、展示、会务服务、企业管理咨询、企业营销策划、企业形象策划、美术设计制作、图文设计制作、灯箱制作。经营期限自 2008 年 1 月 25 日至长期。

（二）2010 年 2 月，有限公司第一次股权转让、补充实缴注册资本

2010 年 2 月 10 日，彭广辉、朱亚贵、刘永佳、何友权、张晨、肖晓钟、肖灵霞签署《股东转让出资合同书》，并且最终肖灵霞自肖晓钟处受让公司出资额 5.4 万元，自张晨处受让公司出资额 4.2 万元，自刘永佳处受让公司出资额 1.5 万元，自彭广辉处受让公司出资额 15 万元，自何友权处受让**其认缴的**公司出资额 10 万元，自朱亚贵处受让 5 万元，合计受让公司出资额 41.1 万元人民

币。朱亚贵自彭广辉处受让公司出资额 8.1 万元，朱亚贵自何友权处受让公司出资额 5 万元，朱亚贵已向出让方支付转让款，至此何友权退出公司经营。本次股权转让中，转让的对价均按照转让方的实缴出资额定价并由受让方以其自有资金进行支付。就本次股权转让的情况，何友权、朱亚贵、肖灵霞已于 2016 年 9 月 12 日签订《股权转让确认函》，确认本次股权转让款项均已结清，各方之间不存在关联关系，不存在委托代持、受托持股及其他利益安排以及潜在纠纷。

同日，上述各方共同签署《股东会决议》，同意变更公司股权结构以及公司实收资本，其中实收资本由 100 万元变更为 300 万元，各股东缴足实收资本。

2010 年 2 月 8 日，广州天盛会计师事务所出具“天盛验字[2010]第 02037 号”《广州市四方广告有限公司 2010 年度验资报告》，该《验资报告》记载：截至 2010 年 2 月 8 日止，四方广告已收到全体第二期缴纳的实收资本合计人民币 200 万元，其中彭广辉第二期缴纳的出资额为人民币 46.9 万元，朱亚贵第二期缴纳的出资额为人民币 43.1 万元，刘永佳第二期缴纳的出资额为人民币 8.5 万元，张晨第二期缴纳的出资额为人民币 25.8 万元，肖晓钟第二期缴纳的出资额为人民币 34.6 万元，肖灵霞第二期缴纳的出资额为人民币 41.1 万元，上述六名股东的现金出资均已于 2010 年 2 月 8 日缴存于四方广告在广州银行淘金支行开立的注册资本入资专用账户内。截至 2010 年 2 月 8 日止，四方广告股东本次出资连同第一期出资，累计实缴注册资本为人民币叁佰万元，实收资本为人民币叁佰万元，占已登记注册资本总额的 100%。随后公司向广州市工商行政管理局越秀分局申请实收资本的变更和股东变更登记，同时变更公司的营业期限至长期。

2010 年 2 月 24 日，广州市工商行政管理局越秀分局核发了新的营业执照，公司的注册资本和实收资本均为 300 万元；经本次出资额转让及注册资本第二次缴付。

四方广告的股东及出资额情况如下：

股东名称	注册资本(万元)	实缴资本(万元)	实缴出资比例 (%)	出资方式
彭广辉	81.90	81.90	27.30	货币

朱亚贵	68.10	68.10	22.70	货币
刘永佳	13.50	13.50	4.50	货币
张晨	40.80	40.80	13.60	货币
肖晓钟	54.60	54.60	18.20	货币
肖灵霞	41.10	41.10	13.70	货币
合计	300.00	300.00	100.00	

注：根据四方广告的股东于 2008 年 1 月 16 日签署的《公司章程》，约定全部认缴余款在 2010 年 1 月 15 日补足，尽管公司的股东存在出资延迟的瑕疵，但上述出资延迟行为持续的时间较短，不足一个月并已经得到有效补正，对公司合法有效的存续和正常经营不构成实质性影响，且公司未因此受到工商行政管理部门的处罚，因此公司认为对本次挂牌亦不构成实质性障碍。

（三）2013 年 5 月，有限公司第二次股权转让

原股东刘永佳、张晨、肖晓钟转让全部出资额退出公司，周伟受让出资额加入公司。

2013 年 5 月 22 日，原股东刘永佳、张晨、肖晓钟、彭广辉、朱亚贵、肖灵霞与新增股东周伟共同签署《股东会决议》，并于同日签署了《股东转让出资合同书》内容如下：刘永佳转让出资额 13.5 万元人民币中的 2.7 万元给肖灵霞，转让价格 2.7 万元人民币，刘永佳转让出资额 13.5 万元人民币中的 2.7 万元给朱亚贵，转让价格 2.7 万元人民币；刘永佳转让出资额 13.5 万元人民币中的 2.7 万元给彭广辉，转让价格 2.7 万元人民币；刘永佳转让出资额 13.5 万元人民币中的 5.4 万元给周伟，转让价格 5.4 万元人民币；张晨转让出资额 40.8 万元人民币给周伟，转让价格 40.8 万元人民币；肖晓钟转让出资额 54.6 万元人民币给周伟，转让价格 54.6 万元人民币。上述股权转让价款已由受让方以其自有资金进行支付。至此刘永佳、张晨、肖晓钟退出公司经营。就本次股权转让的情况，2016 年 9 月 12 日，刘永佳与肖灵霞、朱亚贵、彭广辉、周伟签订了《股权转让确认函》；同日周伟与张晨、肖晓钟也分别签订了《股权转让确认函》，均确认上述股权转让的款项已结清，各方之间不存在关联关系，不存在委托代持、受托持股及其他利益安排以及潜在纠纷。

2013年5月22日，彭广辉、周伟、朱亚贵、肖灵霞共同签署《广州市四方广告有限公司章程》。

2013年5月29日，广州市工商行政管理局越秀分局出具了《准予变更（备案）登记通知书》，核准变更登记。同日公司领取新的营业执照。

本次出资额转让完成后，四方广告的股东及出资额情况如下：

股东名称	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	实缴出资比例（%）	出资方式
彭广辉	84.60	84.60	28.20	货币
肖灵霞	43.80	43.80	14.60	货币
周伟	100.80	100.80	33.60	货币
朱亚贵	70.80	70.80	23.60	货币
合计	300.00	300.00	100.00%	

（四）2015年1月，有限公司第一次变更经营范围

2015年1月29日，彭广辉、周伟、朱亚贵、肖灵霞作出《股东会决议》，同意变更公司经营范围，并于同日签署新的公司章程《广州市四方广告有限公司章程（公司设执行董事）》，修改了公司经营范围。

2015年1月30日，广州市工商行政管理局越秀分局向公司核发了《准予变更登记（备案）通知书》，核准了章程备案和经营范围变更登记，公司经核准的经营范围变更为：企业管理咨询服务；企业形象策划服务；文化艺术咨询服务；公共关系服务；策划创意服务；市场调研服务；广告业；大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营）；市场营销策划服务；网络技术的研究、开发。

同日，广州市工商行政管理局越秀分局向公司核发了新的营业执照（编号：S0412015006443）。经营范围变更为“商务服务业（具体经营项目请登录广州市商事主体信息公示平台查询。依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）”。

（五）2016 年 3 月，有限公司第一次增资（注册资本从 300 万元增至 500 万元）

2016 年 3 月 10 日，公司原股东肖灵霞、彭广辉、朱亚贵、周伟与新增股东四方互动、四方网聚共同签署了《广州四方广告有限公司增资扩股协议书》，各方同意以 2015 年 12 月 31 日为本次增资扩股基准日，四方广告以本基准日的净资产为增资扩股定价依据。参照当时公司每股净资产，定价为 2 元/股。

2016 年 3 月 11 日，公司原股东肖灵霞、彭广辉、朱亚贵、周伟与新增股东四方互动、四方网聚召开了股东会议，通过《股东会决议》，同意四方互动、四方网聚分别注资 200 万（共 400 万元）进入四方广告，其中 200 万作为四方广告的注册资本，200 万计入资本公积，并共同签署了章程修正案。

2016 年 3 月 30 日，广州而翔会计师事务所出具了“穗翔验字【2016】第 2005 号”《验资报告》。截至 2016 年 3 月 15 日止，广州市四方广告有限公司已收到新股东珠海四方互动数字营销合伙企业（有限合伙）、珠海四方网聚投资管理合伙企业（有限合伙）投资额合计人民币 400 万元，其中：珠海四方互动数字营销合伙企业（有限合伙）投资额人民币 200 万元，新增注册资本（实收资本）人民币 100 万元，新增资本公积 100 万元；珠海四方网聚投资管理合伙企业（有限合伙）投资额人民币 200 万元，新增注册资本（实收资本）人民币 100 万元，新增资本公积 100 万元。变更后的累计注册资本人民币 500 万元。其中，四方互动与四方网聚对四方广告投入的 400 万元实收资本，均为上述两家合伙企业之合伙人以自有资金出资形成，合伙企业合伙人财产份额清晰，不存在财产份额纠纷及代持情况。

2016 年 3 月 29 日，广州市工商行政管理局越秀分局出具《准予变更（备案）登记通知书》，核准变更登记。

本次出资额转让完成后，四方广告的股东及出资额情况如下：

股东名称	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	实缴出资比例（%）	出资方式
彭广辉	84.60	84.60	16.92	货币
肖灵霞	43.80	43.80	8.76	货币

周伟	100.80	100.80	20.16	货币
朱亚贵	70.80	70.80	14.16	货币
四方互动	100.00	100.00	20.00	货币
四方网聚	100.00	100.00	20.00	货币
合计	500.00	500.00	100.00	

（六）2016 年 8 月，有限公司整体变更为股份公司

2016 年 5 月 23 日，广州市工商行政管理局出具《企业名称预先核准通知书》（穗）名核内字【2016】第 01201603210073 号），四方广告取得“广州四方传媒股份有限公司”的名称预核准。

2016 年 6 月 30 日，中审华寅五洲会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《广州市四方广告有限公司审计报告》（CHW 专字[2016]第 0630 号），对四方广告截至 2016 年 5 月 31 日的财务数据进行审计。经审计，截至 2016 年 5 月 31 日，有限公司的净资产为 11,799,105.99 元。

2016 年 7 月 5 日，广东中广信资产评估有限公司出具《评估报告》（中广信评报字[2016]第 173 号）对四方广告经审计后用于折股的全部资产及相关负债进行评估，经评估，四方广告的净资产账面值为人民币 11,799,105.99 元，评估值为人民币 11,959,579.63 元，增幅 1.36%。

2016 年 7 月 5 日，有限公司召开股东会，会议审议通过（1）中审华寅五洲会计师事务所(特殊普通合伙)于 2016 年 6 月 30 日出具编号 CHW 专字 [2016]0630 号《审计报告》和广东中信资产评估有限公司于 2016 年 7 月 5 日出具“中广信评报字(2016)第 173 号”《评估报告》，同意四方广告以截至 2016 年 5 月 31 日经审计后的账面净资产值折股整体变更为股份有限公司，净资产值人民币 11,799,105.99 元中的人民币 5,000,000.00 元折成每股面值人民币 1 元的普通股共计 5,000,000 股(总股本人民币为 5,000,000.00 元)，净资产余额人民币 6,799,105.99 元计入资本公积。（2）同意股份有限公司的名称为“广州四方传媒股份有限公司”。（3）同意四方广告的全体股东作为广州四方传媒股份有限公司的发起人，各发起人在股份公司中的持股比例与其在四方广告中的持股比例一致；同意股份公司的注册资本为人民币 5,000,000.00 元，股份公司的营业

期限为长期。（4）审议并通过经营范围变更为电影和影视节目制作；市场调研服务；广告业；大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营）；市场营销策划服务；企业管理咨询服务；文化艺术咨询服务；公共关系服务；策划创意服务。（5）批准广州市四方广告有限公司的执行董事、总经理、财务负责人、监事辞去其职务的申请，改制后的股份公司重新聘用前述职务。（6）四方广告的全部债权债务由改制后的股份公司承继。（7）同意授权董事会（筹）办理本次整体变更为股份有限公司的具体事宜。（8）同意终止《广州市四方广告有限公司章程》及修正案，于股份公司设立后启用新公司章程。

2016年7月5日，有限公司全体股东签署《发起人协议》，约定全体股东作为发起人，以2016年5月31日经审计的广州市四方广告有限公司净资产中的11,799,105.99元按1:0.42的比例折股为500万股，总额为人民币500万元的净资产作为股份公司的注册资本，净资产大于股本余额6,799,105.99元计入股份公司的资本公积。

2016年7月25日，公司召开股份公司创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《关于广州市四方广告有限公司整体变更设立广州四方传媒股份有限公司筹办情况的报告》《关于制定〈广州四方传媒股份有限公司章程〉的议案》，选举产生四方传媒第一届董事会成员、第一届监事会成员（非职工监事），审议通过了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等一系列制度。同日，股份公司召开了第一届董事会第一次会议，董事会选举肖灵霞为董事长，聘用总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人，审议通过了《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《关于公司治理情况的讨论及评估报告》。2016年7月25日，股份公司召开了第一届监事会第一次会议，监事会选举朱亚贵为监事会主席。

2016年8月5日，中审华寅五洲会计师事务所(特殊普通合伙)出具《验资报告》（编号CHW证验字[2016]0083号），对四方广告各股东以其各自拥有的在四方广告中的截至2016年5月31日经审计的净资产作为对股份公司出资，折合5,000,000.00股，注册资本5,000,000.00元人民币，净资产余额人民币

6,799,105.99 元计入资本公积。

2016 年 8 月 9 日，广州市工商行政管理局向公司出具了《准予变更登记（备案）通知书》（穗工商（市局）【2016】第 01201608080313 号），核准了四方广告变更为股份公司的变更事项。同日，广州市工商行政管理局向其核发了新的企业《营业执照》。

变更为股份公司后，公司的股权结构如下：

序号	股 东	股份数（万股）	比 例（%）	出资方式
1	彭广辉	84.60	16.92	净资产折股
2	肖灵霞	43.80	8.76	净资产折股
3	周伟	100.80	20.16	净资产折股
4	朱亚贵	70.80	14.16	净资产折股
5	四方互动	100.00	20.00	净资产折股
6	四方网聚	100.00	20.00	净资产折股
合计		500.00	100.00	——

变更完成后股份公司的注册资本为 500 万元人民币，营业期限为 2008 年 1 月 25 日至长期，住所为广州市越秀区环市东路 326 号之一广东亚洲国际大酒店 11 楼 06 单元；法定代表人变更为肖灵霞。经营范围变更为“电影和影视节目制作；市场调研服务；广告业；大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营）；市场营销策划服务；企业管理咨询服务；文化艺术咨询服务；公共关系服务；策划创意服务（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）”。

（七）2016 年 8 月，股份公司第一次增资（注册资本从 500 万元增至 555.56 万元）

2016 年 7 月 7 日，公司原股东肖灵霞、彭广辉、朱亚贵、周伟、四方互动、四方网聚与广州市达安基因科技有限公司、广州创谷企业管理有限公司（统称“投资方”）签订《增资协议》，各方同意参考公司 2016 年 4 月 30 日的财务数据并协议定价，投资方以自有资金向公司进行增资，合计投入货币 300 万元

人民币，其中**55.56万元作为注册资本**，其余244.44万元作为溢价款（即两个投资方分别向公司增资150万元，其中27.78万元计入注册资本，122.22万元计入资本公积）。增资完成后，公司注册资本从原来500万元增加至555.56万元，投资方合计占增资后注册资本的10%。原股东同意放弃对本次增资的优先购买权。

同日，原股东与广州市达安基因科技有限公司（甲方）、广州创谷企业管理有限公司（乙方）（统称“投资方”）签订《补充协议》，各方一致确认在2016年12月31日前，如投资方、原股东或公司主导的标的公司下一轮融资对标的公司的投后估值不低于1.1亿，则标的公司须与投资方或其指定的第三方签署相关的业务协议，由投资方或其指定的第三方向标的公司提供相关服务，服务费用不低于100万；如未能完成本条第二款约定的估值或者已在规定的时间内签署达到约定估值的投资意向类文件但最终未能完成投资的，则不适用业务协议上述的第二款约定。

2016年9月12日，原股东肖灵霞、彭广辉、朱亚贵、周伟、四方互动、四方网聚与两名投资方达成协议补充签订《解除协议书》，约定“同意解除九方于2016年7月7日签署的《补充协议》，自解除之日起该《补充协议》对九方不具备法律约束力。甲方、乙方不得以《补充协议》追究其他各方任何法律责任、经济责任”。同时公司签订《关于股东出资及是否存在利益安排的声明》，承诺“本企业出资四方传媒的资金合法，不存在任何纠纷，符合本企业的章程、公司制度规定及其本企业于四方传媒之间签署协议的规定本企业合法持有四方传媒的股权，不存在任何纠纷，权属清晰，不存在任何争议。本企业于四方传媒未签署任何涉及‘对赌’等投资价格调整、优先权、反稀释、拖带权、认沽权等特殊条款或利益安排的协议，不存在任何影响四方传媒公司治理及其正常运营的情形。本企业保证，如违反上述声明，将愿意承担个别和连带的法律责任。”因此，四方传媒第一次增资行为，符合《挂牌公司股票发行常见问题解答（三）》的相关规定。

2016年8月10日，就上述增资事项四方传媒召开第二次董事会，全体董事一致通过增资方案。

2016年8月25日，四方传媒召开第二次临时股东大会，全体股东一致同意按照5.39元/股的价格，广州市达安基因科技有限公司、广州创谷企业管理有限公司两名新增股东合计向四方传媒投资资金300万元人民币，其中55.56万元计入注册资本，余额244.44万元计入资本公积。另外，全体股东一致同意变更公司住所为广州市越秀区环市东路338号银政大厦西楼18层，并启用最新章程修正案。

2016年8月26日，广州晟师会计师事务所（普通合伙）具《验资报告》（报告号：穗晟会验字[2016]20020号），确认收到上述增资款项。**增资后股份公司的股权清晰，不存在股份代持或潜在纠纷的情况。**

2016年9月8日，广州市工商行政管理局核准上述增资情况并向公司核发了新的企业《营业执照》（统一社会信用代码9144010467182297XD），载明公司注册资本为555.56万元，住所为广州市越秀区环市东路338号银政大厦西楼18层。

增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股 东	股份数（万股）	比 例（%）	出资方式
1	彭广辉	84.60	15.23	货币
2	肖灵霞	43.80	7.88	货币
3	周伟	100.80	18.14	货币
4	朱亚贵	70.80	12.74	货币
5	珠海四方互动数字营销合伙企业（有限合伙）	100.00	18.00	货币
6	珠海四方网聚投资管理合伙企业（有限合伙）	100.00	18.00	货币
7	广州市达安基因科技有限公司	27.78	5.00	货币
8	广州创谷企业管理有限公司	27.78	5.00	货币
合计		555.56	100.00	——

依据上述投资者签订的《关于股东出资及是否存在利益安排的声明》，本次公司引入的投资者一致确认其出资四方传媒的资金来源合法，其所持有的四

方传媒的股权权属清晰，并未与公司签订“对赌”等投资价格调整、优先权、反稀释、拖带权、认沽权等特殊条款或利益安排的协议，不存在任何相关争议。

（八）关于上市公司子公司参股所履行的审议程序及合规性、信息披露一致性问题

（1）关于上市公司控股子公司、参股公司的审批程序

根据《中山大学达安基因股份有限公司对外投资管理办法》（2016年3月实施）相关规定，“公司及各控股子公司的对外投资行为遵照本办法执行”，对于“交易的单笔成交金额在人民币 5000 万以上或占最近一期经审计净资产的比例不超过 30%的”需要经过董事会的审批，除此以外只需要上市公司总经理审批即可。按照上述规定，广州市达安基因科技有限公司以及广州市达安创谷企业管理有限公司两家公司合计向四方传媒增资 300 万，只需履行总经理审批流程即可。

中山大学达安基因股份有限公司于 2016 年 7 月 6 日签署了《合同会签单》，该《合同会签单》显示“会签文件名称：《广州市四方广告有限公司增资协议》；会签协议内容：同意广州市达安基因科技有限公司、广州创谷企业管理有限公司以 300 万元人民币向目标公司增资，其中 55.56 万元计入目标公司注册资本，余额 244.44 万元计入目标公司资本公积。广州市达安基因科技有限公司占目标公司 5%股份、广州创谷企业管理有限公司 5%股份。上市公司中山大学达安基因股份有限公司审核部门签署：主管部门、法律部门、财务部门、法定代表人或者授权代表”。

另外上市公司中山大学达安基因股份有限公司在互联网上披露的公开信息，确认上市公司中山大学达安基因股份有限公司已于 2016 年 9 月 22 日召开第六届董事会 2016 年第三次董事会会议，审议通过了《关于参股孙公司广州四方传媒股份有限公司拟申请新三板挂牌的预案》，并以董事会决议公告形式发布《达安基因：关于参股孙公司广州四方传媒股份有限公司拟申请新三板挂牌的公告》，履行了信息披露义务。该预案内容为：“广州市达安基因科技有限公司、广州创谷企业管理有限公司以 300 万元人民币向目标公司增资，其中 55.56 万元计入目标公司注册资本，余额 244.44 万元计入目标公司资本公积。

广州市达安基因科技有限公司占目标公司 5%股份、广州创谷企业管理有限公司占目标公司 5%股份”。另外，依据上市公司董事会的公告，已明确列明“四方传媒与公司关系：四方传媒是公司参股孙公司，其中公司全资子公司广州市达安基因科技有限公司持有四方传媒 5.00%的股权、其他股东合计持有四方传媒 95.00%的股权”。

随后上市公司中山大学达安基因股份有限公司于 2016 年 10 月 14 日召开股东大会（2016 年第五次临时股东大会），通过了《关于参股孙公司广州四方传媒股份有限公司拟申请新三板挂牌的议案》，股东大会由广东中信协诚律师事务所律师出席见证，上市公司以临时股东大会决议公告形式履行了信息披露义务。

综上，上市公司已对下属公司参股四方传媒进行批准。广州市达安基因科技有限公司以及广州市达安创谷企业管理有限公司参股四方传媒已履行了上市公司必要的审议程序，该投资合规，与上市公司的信息披露一致。

（2）关于四方传媒的内部审议程序

四方传媒已于 2016 年 8 月 10 日召开董事会，审议通过了《定向增发 55.56 万股普通股股票的议案》；2016 年 8 月 25 日公司召开临时股东大会，审议通过了《定向增发 55.56 万股普通股股票的议案》。决议内容：按照 5.39 元/股的价格，向广州市达安基因科技有限公司、广州创谷企业管理有限公司各增发 27.78 万股普通股股票，合计增发 55.56 万股普通股股票，募集资金 300 万元人民币，其中 55.56 万元计入注册资本，余额 244.44 万元计入资本公积。2016 年 9 月 8 日，广州市工商行政管理局核准上述增资情况并向公司核发了新的企业《营业执照》。

综上所述，对于本次增资事项，四方传媒已履行了内部决议以及工商登记程序，广州市达安基因科技有限公司履行了签约、盖章审批流程，其股东上市公司中山大学达安基因股份有限公司已履行了董事会决议、股东大会决议以及信息披露等内部、外部程序，而且上市公司信息披露内容与本次四方传媒增资事项一致。因此，前述决策审批流程合法有效，决策内容合法有效，并与上市公司信息披露内容一致，上市公司控股子公司、参股公司投资四方传媒的行为不存在法律障碍。

五、公司子公司、分公司情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司未设立分公司，但曾设立子公司广州唐朝商贸有限公司（以下简称“唐朝商贸”），具体情况如下：

公司名称	广州唐朝商贸有限公司
成立时间	2008 年 8 月 7 日
营业期限	长期
注册资本	100.00 万元
法定代表人	王金憬
注册号	440106000005675
公司住所	广州市越秀区流花路 122 号自编 1-4 栋商业大厦 C1556 室
公司类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
经营范围	货物进出口（专营专控商品除外）；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；散装食品批发；预包装食品零售；散装食品零售；预包装食品批发；(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)
登记机关	广州市工商行政管理局越秀分局
主要人员	股东：车照华、王金憬 执行董事兼总经理：王金憬 监事：车照华

（一）2008 年 8 月，唐朝商贸的设立

2008 年 6 月 19 日，广州市工商行政管理局出具了“（穗）名预核内字【2008】第 0420080619138 号”《企业名称预先核准通知书》，核准公司名称为“广州唐朝商贸有限公司”。

2008 年 7 月 29 日，唐朝商贸的股东广州市四方广告有限公司、黄丽珊、李辉、肖素芬共同签署了公司章程，约定公司注册资本为 100 万元人民币，由股东分两期出资，第一期于 2008 年 7 月 29 日前缴足，第二期于 2010 年 6 月 3 日前缴足。

2008 年 7 月 29 日，广州中勤会计师事务所有限公司出具了“中勤验字【2008】第 273 号”《验资报告》。报告显示，唐朝商贸的注册资本为人民币 100 万元，

截至 2008 年 7 月 29 日止，公司已收到广州市四方广告有限公司、黄丽珊、李辉、肖素芬首次缴纳的注册资本合计人民币伍拾万元。各股东均以货币出资。其中，广州市四方广告有限公司实际缴纳 27.5 万元、黄丽珊首次实际缴纳人民币 10 万元、李辉首次实际缴纳 7.5 万元、肖素芬首次实际缴纳人民币 5 万元。

本期出资后各股东的出资情况如下：

股东名称	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	认缴出资比例（%）	出资方式
广州市四方广告有限公司	55.00	27.5	55.00	货币
黄丽珊	20.00	10.00	20.00	货币
李辉	15.00	7.50	15.00	货币
肖素芬	10.00	5.00	10.00	货币
合计	100.00	50.00	100.00	—

2008 年 8 月 7 日，广州市工商行政管理局越秀分局核发了《企业法人营业执照》（注册号为 4401042026273），公司经营范围为“批发和零售贸易”，营业期限至 2010 年 7 月 30 日，公司住所为广州市越秀区环市东路 418 号六楼自编 618 房，法定代表人为朱亚贵。

（二）2009 年 1 月，唐朝商贸第一次股权转让

2009 年 1 月 12 日，唐朝商贸的股东广州市四方广告有限公司、黄丽珊、李辉、肖素芬签署了《股东会决议》，同意黄丽珊将其对唐朝商贸认缴的 20 万元出资（实缴 10 万元，占公司注册资本 20%）转让给肖坚迈，其他股东放弃优先购买权，并且启用新章程。

同日，黄丽珊与肖坚迈签订了《股东转让出资合同书》，约定上述转让事项以及转让金额为 20 万元。同时约定黄丽珊对唐朝商贸的第二期缴款由肖坚迈按期缴付。当天，唐朝商贸的股东广州市四方广告有限公司、李辉、肖素芬、肖坚迈共同签署了新的公司章程。

本次股权转让后，唐朝商贸的股权结构如下：

股东名称	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	认缴出资比例（%）	出资方式
------	----------	----------	-----------	------

广州市四方广告有限公司	55.00	27.5	55.00	货币
肖坚迈	20.00	10.00	20.00	货币
李辉	15.00	7.50	15.00	货币
肖素芬	10.00	5.00	10.00	货币
合计	100.00	50.00	100.00	—

2009年1月14日，广州市工商行政管理局越秀分局向唐朝商贸核发了新的《企业法人营业执照》。

（三）2010年6月，唐朝商贸第二次股权转让并补充出资

2010年6月3日，唐朝商贸的全体股东共同签署了《股东会决议》，一致同意①肖坚迈将原认缴出资20万元（实缴10万元、占公司注册资本20%）中的16万元（实缴8万元）转让给黄磊，转让金额为16万元，未缴出资8万元由黄磊按期缴足，将4万元（实缴2万元）转让给陈小华，转让金额为4万元，未缴出资中的2万元由陈小华按期缴足；李辉将原认缴出资15万元（实缴7.5万元、占公司注册资本15%）全部转让给陈小华，转让金额为15万元，未缴出资7.5万元由陈小华按期缴足；肖素芬将原认缴出资10万元（实缴5万元、占公司注册资本10%）全部转让给肖灵霞，转让金额为10万元，未缴出资5万元由肖灵霞按期缴足，其他股东放弃优先购买权。②同意第二期出资由广州市四方广告有限公司出资27.5万元、黄磊出资8万元、陈小华出资9.5万元、肖灵霞出资5万元。③同意变更公司经营范围为“批发和零售贸易；批发兼零售：预包装食品、散装食品”并延长经营期限至2011年6月19日。

随后公司原股东肖坚迈、李辉、肖素芬与新股东黄磊、陈小华、肖灵霞签订了《股东转让出资合同书》，约定上述股权转让事宜。

2010年6月3日，唐朝商贸的股东陈小华、黄磊、肖灵霞、广州市四方广告有限公司共同签署了新的公司章程。

2010年6月4日，广州天盛会计师事务所（普通合伙）出具了“天盛验字【2010】第06029号”《验资报告》。经核验，截至2010年6月3日止，唐朝商贸已收到全体股东第二期缴纳的注册资本合计人民币伍拾万元，各股东均以

货币出资。其中，黄磊第二期缴纳的出资额人民币 8 万元，陈小华第二期缴纳的出资额人民币 9.5 万元，肖灵霞第二期缴纳的出资额 5 万元，广州市四方广告有限公司第二期缴纳的出资额人民币 27.5 万元。

本次股权转让及缴纳出资后，唐朝商贸的股权结构如下：

股东名称	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	实缴出资比例（%）	出资方式
广州市四方广告有限公司	55.00	55.00	55.00	货币
陈小华	19.00	19.00	19.00	货币
黄磊	16.00	16.00	16.00	货币
肖灵霞	10.00	10.00	10.00	货币
合计	100.00	100.00	100.00	—

2010 年 6 月 11 日，广州市工商行政管理局越秀分局向公司核发了新的《企业法人营业执照》（执照编号：06110033911），公司营业期限延长至 2011 年 6 月 19 日。

（四）2014 年 1 月，唐朝商贸第三次股权转让

2013 年 11 月 30 日，广州市四方广告有限公司召开临时股东会，公司股东彭广辉、肖灵霞、周伟、朱亚贵一致同意如下决议：公司投资的广州唐朝商贸有限公司主要是经营散装食品批发，预包装食品零食，散装食品零售，预包装食品批发等业务，由于长期无实际经营和营利能力，到 2013 年 11 月 30 日亏损 98087.13 元，而且与广州市四方广告有限公司的业务没有互补性，也不属于广州市四方广告有限公司业务发展方向，为了把公司的主营业务做得更强更大，因此同意把广州唐朝商贸有限公司按出资额 55 万元原价转让出去。

2014 年 1 月 16 日，唐朝商贸股东签署了《股东会决议》，同意原股东陈小华将其持有的 19%股权转让给车长友；同意肖灵霞将其持有的 10%股权转让给车长友；同意黄磊将其持有的 11%股权转让给车长友；同意黄磊将其持有的 5%股权转让给王金憬；同意广州市四方广告有限公司将其持有的 55%股权转让给王金憬，并且新股东同意变更公司经营范围。

2014 年 1 月 17 日，唐朝商贸原股东陈小华、黄磊、肖灵霞、广州市四方广

告有限公司与新股东王金憬、车长友签订了《股东转让出资合同书》，约定了上述平价转让股权事宜。

2014年1月20日，唐朝商贸股东车长友、王金憬共同签署了新的章程，公司取得了新的营业执照，营业期限变更为长期。

本次股权转让后，公司的股权结构变更为：

股东名称	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	实缴出资比例（%）	出资方式
王金憬	60.00	60.00	60.00	货币
车长友	40.00	40.00	40.00	货币
合计	100.00	100.00	100.00	—

至此，唐朝商贸不再属于四方广告子公司。

六、报告期内公司重大资产重组情况

报告期内，公司未发生重大资产重组情形。

七、公司董事、监事、高级管理人员基本情况

（一）董事基本情况

公司现有董事会成员5名，具体情况如下：

姓名	性别	职务	任期
肖灵霞	女	董事长、总经理	2016.7.25-2019.7.24
段淳林	女	董事	2016.7.25-2019.7.24
刘维斌	男	董事	2016.7.25-2019.7.24
张姘明	女	董事	2016.7.25-2019.7.24
谭红梅	女	董事、财务负责人、董事会秘书、副总经理	2016.7.25-2019.7.24

肖灵霞，董事长兼总经理，详见本公开转让说明书“第一章基本情况”之“三、（二）公司控股股东、实际控制人的基本情况”之“1、控股股东、实际控制人”。

段淳林，董事，女，1964年7月出生，中国国籍，无境外居留权。1982年7月至1986年6月就读于山西师范大学政法学院哲学专业，获学士学位。1986年6月至1988年7月，山西师范大学留校任教；1988年7月至1991年6月，就读于西安交通大学人文学院哲学专业，获硕士学位。1991年6月至2005年6月，华南理工大学人文学院任副教授；2005年6月至2010年7月在职就读于武汉大学新闻与传播学院广告学专业，获博士学位。2004年9月至今就职于华南理工大学新闻与传播学院，任教授、副院长；2004年9月至今任华南理工大学品牌研究所所长；2013年9月至今任广东省新媒体与品牌传播创新应用重点实验室主任。2016年9月至今担任广东因赛品牌营销集团股份有限公司董事职务。现任广州四方传媒股份有限公司董事，由股份公司创立大会暨第一次临时股东大会选举产生，起任期为2016年7月25日，任期三年。

注：段淳林虽在华南理工大学新闻与传播学院担任教授、副院长职务，但并未担任副处级以上干部职务以及学校党政领导班子成员，其对外兼职行为未违反《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》、《中国共产党党员领导干部廉洁从政若干准则》以及《关于规范财政部工作人员在企业兼职行为的暂行办法》等规定。另外其所在职的华南理工大学新闻传播学院已出具的书面确认函，批准其对外兼职。因此，公司认为段淳林对外兼任四方传媒董事，合法有效。

刘维斌，董事，男，1975年8月出生，中国国籍，无境外居留权。1996年9月至1999年7月，就读于江西理工大学财务管理专业，获得大专学历。1999年9月至2000年6月，待业；2000年7月至2003年2月，就职于广州千里马广告有限公司，任撰文指导；2003年3月至2005年10月，就职于广东喜马拉雅广告有限公司，任策略总监；2005年11月至2007年10月就职于安徽沙河王酒业有限公司广东营销中心，任总经理助理；2007年11月至2008年10月，就职于广东cav丽声音响有限公司营销中心，任策划总监；2008年11月至2015年10月，就职于广州市奥影联合广告有限公司，任创意总监；2015年11月至2016年7月，就职于广州市四方广告有限公司，任创意总监职务。现任广州四方传媒股份有限公司董事、创意总监，由股份公司创立大会暨第一次临时股东大会选举产生，起任期为2016年7月25日，任期三年。

张姘明，董事，女，1986年9月出生，中国国籍，无境外居留权。2004年9月至2008年6月，就读于湖南工业大学环境艺术设计专业，获学士学位。2008年3月至2008年9月，就职于广州怡境景观园林设计有限公司，任饰面设计师；2008年10月至2009年8月，就职于上海龙韵股份有限公司，任媒介专员；2009年8月至2016年7月，就职于广州市四方广告有限公司，任客户总监；现任广州四方传媒股份有限公司董事，由股份公司创立大会暨第一次临时股东大会选举产生，起任期为2016年7月25日，任期三年。

谭红梅，董事兼副总经理、财务负责人、董事会秘书，女，1976年2月出生，中国国籍，无境外居留权。1996年9月至1999年6月，就读于湖南财政经济学院会计学专业，获大专学历；2011年3月至2013年7月，就读于华南理工大学会计学专业，获本科学历。1999年8月至2003年8月，就职于广东南雅建筑工程设计公司，任会计；2003年8月至2009年5月，就职于广东建诚工程咨询有限公司，任财务主管；2009年6月至2016年4月，就职于广东铁班子控股股份有限公司，任财务总监；2016年4月至2016年7月，就职于广州市四方广告有限公司，任财务总监；现任广州四方传媒股份有限公司董事，由股份公司创立大会暨第一次临时股东大会选举产生，起任期为2016年7月25日，任期三年。

（二）监事基本情况

公司现有监事会成员3名，具体情况如下：

姓名	性别	职务	任期
朱亚贵	男	监事会主席（股东代表监事）	2016.7.25-2019.7.24
丘玲玲	女	职工监事	2016.7.25-2019.7.24
关琳玫	女	监事	2016.7.25-2019.7.24

朱亚贵，监事会主席，详见本公开转让说明书“第一章基本情况”之“三、（二）公司控股股东、实际控制人的基本情况”之“1、控股股东、实际控制人”。

丘玲玲，职工监事，女，1990年5月10日出生，中国国籍，无境外居留权。2004年9月至2007年6月就读于广州市轻工高级技工学校计算机及应用专业，取得中专学历。2007年9月至2008年1月，就读于广州市轻工高级技工学校计算机及应用专业攻读大专学历，因个人原因肄业。2008年2月到2009年8月，

灵活就业，帮助家人打理生意。2009年12月至今，就职于广州市四方广告有限公司（现广州四方传媒股份有限公司），历任行政助理、媒介经理。现任股份公司监事，由职工代表大会选举产生，起任期为2016年7月25日，任期三年。

关琳玫，监事，女，1972年4月10日出生，中国国籍，无境外居留权。2001年9月至2005年7月，就读于北京外国语大学英语专业，取得学士学位。1997年4月至2000年12月，就职于深圳华为技术有限公司广西代表处，担任总经理助理；2001年1月至2006年12月，就职于广东世界图书出版有限公司，担任英文编辑；2007年1月至2013年12月，先后就职于中宏人寿保险广东分公司，担任总经理助理、区域业务经理；就职于新华人寿保险广东分公司，担任培训经理、区域负责人；信达资产广东分公司旗下幸福人寿保险广东分公司，担任业务管理经理；2014年1月至今，就职于广州四方传媒股份有限公司（原广州市四方广告有限公司），历任总经理助理、行政总监、项目总监。现任股份公司监事，由股份公司创立大会暨第一次股东大会选举产生，起任期为2016年7月25日，任期三年。

（三）高级管理人员基本情况

公司现有高级管理人员2名，具体情况如下：

姓名	性别	职务	任期
肖灵霞	女	董事长、总经理	2016.7.25-2019.7.24
谭红梅	女	董事兼财务负责人、董事会秘书、副总经理	2016.7.25-2019.7.24

肖灵霞，总经理，详见本公开转让说明书“第一章基本情况”之“三、（二）公司控股股东、实际控制人的基本情况”之“1、控股股东、实际控制人”。

谭红梅，董事兼财务负责人、董事会秘书、副总经理，详见本公开转让说明书“第一章基本情况”之“七、公司董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）董事基本情况”。

八、最近两年一期的主要会计数据和财务指标简表

（一）主要会计数据、财务指标

根据中审华寅五洲会计师事务所(特殊普通合伙) (已于 2016 年 11 月 1 日更名为中审华会计师事务所(特殊普通合伙)) 出具“CHW 专字[2016]0630 号”《审计报告》，公司最近两年及一期的主要会计数据及经计算后的主要财务指标如下：

项目	2016 年 5 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产总计（万元）	1,678.09	918.60	1,253.71
负债总计（万元）	498.18	403.72	893.39
股东权益合计（万元）	1,179.91	514.88	360.32
归属于申请挂牌公司股东权益合计（万元）	1,179.91	514.88	360.32
每股净资产（元/股）	2.36	1.72	1.2
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	2.36	1.72	1.2
资产负债率（%）（母公司报表为基础）	29.69	43.95	71.26
流动比率（倍）	3.11	2.19	1.35
速动比率（倍）	3.11	2.19	1.35
项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
营业收入（万元）	1,453.34	3,887.39	3,978.13
净利润（万元）	265.03	154.56	46.46
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	265.03	154.56	46.46
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	265.03	156.44	46.17
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）	265.03	156.44	46.17
毛利率（%）	34.17	13.03	10.91
净资产收益率（%）	32.83	35.32	13.78
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	32.83	35.75	13.70
基本每股收益（元/股）	0.70	0.52	0.15

稀释每股收益（元/股）	0.70	0.52	0.15
应收账款周转率（次）	26.10	78.47	324.55
存货周转率（次）	不适用	不适用	不适用
经营活动产生的现金流量净额（万元）	80.15	-91.34	36.94
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.21	-0.30	0.12

注：1、毛利率按照“（营业收入-营业成本）/营业收入”计算。

2、加权平均净资产收益率按照“当期净利润/加权平均净资产”计算。

3、扣除非经常性损益后的净资产收益率按照“当期扣除非经常性损益的净利润/加权平均净资产”计算。

4、每股收益按照“当期净利润/加权平均注册资本”计算。

5、每股净资产按照“期末净资产/期末注册资本”计算。

6、每股经营活动产生的现金流量净额按照“当期经营活动产生的现金流量净额/加权平均注册资本”计算。

7、资产负债率（母公司）按照“当期负债/当期资产”计算。

8、流动比率按照“流动资产/流动负债”计算。

9、速动比率按照“（流动资产-存货）/流动负债”计算。

10、应收账款周转率按照“当期营业收入/((期初应收账款+期末应收账款)/2)”计算。

11、存货周转率按照“当期营业成本/((期初存货+期末存货)/2)”计算。

12、当期加权平均股本 $S=S_0+S_1+Si \times Mi \div M_0-Sj \times Mj \div M_0-Sk$

13、加权平均净资产 $E_2=E_0+P_1 \div 2+Ei \times Mi \div M_0-Ej \times Mj \div M_0+Ek \times Mk \div M_0$

其中：S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；E₀=归属于公司普通股股东的期初净资产；P₁=报告期归属于公司普通股股东的净利润；E_i=报告期发行新

股或债转股等新增的归属于公司普通股股东的净资产； E_j =报告期回购或现金分红等减少的归属于公司普通股股东的净资产； E_k =其他事项引起的净资产增减变动； M_0 报告期月份数； M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数； M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

九、与本次挂牌有关的机构

（一）主办券商：广州证券股份有限公司

法定代表人：邱三发

住所：广州市天河区珠江西路 5 号广州国际金融中心 19、20 楼

电话：020-88836999

传真：020-88836624

项目小组负责人：陈润娟

项目小组成员：陈润娟、邓绮琪、关学能

（二）律师事务所：广东正平天成律师事务所

负责人：唐健锋

住所：广东省广州市环市东路 472 号粤海大厦 21 楼

经办律师：刘怀玉、蒋晓芳、韩曼莉

电话：020-87302008

传真：020-87306208

（三）会计师事务所：中审华会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：方文森

住所：天津开发区广场东路 20 号滨海金融街 E7106 室

经办注册会计师：胡咸华、林彤

电话：022-23193866

传真：022-23559045

（四）资产评估机构：广东中广信资产评估有限公司

法定代表人：汤锦东

住所：广东省广州市越秀区东风中路 300 号之一 11 楼 A 室

经办注册资产评估师：肖浩、林巧萍

电话：020—83637940

传真：020—83637840

（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

法定代表人：戴文桂

住所：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层

电话：010-58598980

传真：010-58598977

（六）证券交易场所

机构名称：全国中小企业股份转让系统有限责任公司

法定代表人：杨晓嘉

住所：北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦

联系电话：010-63889512

第二章 公司业务

一、公司的主要业务、主要产品及其用途

（一）公司的主要业务

公司作为一家综合型广告企业，致力于为客户提供整合营销传播服务。公司为客户提供包括品牌全案策划、社会化营销、DSP精准营销以及传统媒介代理等多项广告营销业务，通过传统媒体及基于互联网的新兴媒体呈现给目标受众。

按传播方式划分，公司具体业务包括媒体代理业务和数字营销业务。

媒体代理业务是以传统媒体为载体的媒体代理发布业务，即公司根据客户的广告发布需求，在市场分析、创意设计、方案策划、媒介排期的基础上，采购媒体资源，代理客户进行广告的投放。公司采购的媒体资源以电视台为主，与湖南电视剧频道、湖南都市频道、湖南经视频道、贵州卫视、吉林乡村频道、广东珠江频道等电视台保持多年的良好合作关系；此外，公司也采购一些户外广告媒体和报纸等传统媒体资源。2016年9月，公司与广州食安菜妈信息科技有限公司签订合作协议书，食安菜妈将其运营的智慧菜市场内的广告代理权独家授予公司。截至本公开转让说明书签署日，食安菜妈已签订的智慧菜市场项目超过100个，该等智慧菜市场的广告经营权由公司独家运营，公司与食安菜妈的合作将丰富公司的媒体投放场景，公司可以在此基础上为广告客户策划更加多样化的广告投放方案。

数字营销业务是以基于互联网的新兴媒体为载体的广告营销传播业务，即公司基于客户品牌宣传、产品推广的需要，在创意设计、方案策划的基础上，整合各类新兴媒体资源进行广告的发布。新兴媒体包括各类PC端和移动端的媒介资源，如网页、社交媒体（微博、微信等）、论坛、视频、搜索引擎等。公司拥有程序化广告投放平台四方DSP和数据管理平台四方DMP，提供一站式广告智能投放服务。四方DSP和DMP可实现对受众群体的精准营销，提升广告转化

率，对公司的数字营销业务将产生有利的促进作用。

公司在夯实媒体代理业务基础上，正着力发展数字营销业务。公司可为客户提供跨媒体（传统媒体和新兴媒体）、跨终端（电视端、PC端和移动端）的整合营销传播服务。

公司是广东省广告协会副会长单位、广州4A会员单位、广州市广告行业协会数字营销分会执行会长单位。2015年公司获得广州市广告行业协会颁发的“广州一级广告企业（综合服务类）”资质和“2014年广州十佳广告公司”证书。2016年公司获得广州市广告行业协会颁发“2015年广州十佳广告公司”证书。

（二）公司提供的服务

公司拥有专业的跨媒体及精准数字营销团队，利用与媒体资源的良好合作关系，为客户提供基于互联网、移动互联网、传统电视媒体以及户外媒体的整合营销传播服务。公司提供的服务主要可分为以下几类。

1、媒体代理

媒体代理是公司为客户提供的广告代理业务。广告代理制度是国际通行的广告经营与运作机制，该制度的推行使广告代理和广告发布相分离，媒体机构负责发布广告，广告公司则接受广告主的委托，代理广告媒体投放业务。

传统广告代理服务，是公司基于客户的广告诉求，进行市场调研及媒体数据分析，制定媒体投放策略及媒体投放计划，并按照客户确认的广告投放计划代理客户实施媒体购买、媒体投放及媒体监测工作，其用途是提升客户品牌价值和增加产品销量。

在提供传统广告代理的基础上，公司会为客户提供广告全案策划服务。凭借多年为众多客户服务积累的广告营销及媒体传播经验，在对客户的品牌、产品进行市场调研，对产品的目标客户群体进行分析的基础上，公司为客户提供定制的广告营销方案。具体地，公司在客户广告诉求的基础上，并考虑不同媒体资源的受众群体与所推广产品的目标客户群体之间的契合度，进行市场调研分析，挖掘产品定位缺陷及产品推广障碍，提出针对性的广告创意设计，如广告的创意脚本大纲（分镜头“画面+旁白”）及冠名植入广告的广告语、创意角标

及LOGO设计。确定整体广告营销方案后，公司为客户采购合适的媒体资源进行投放。

公司为苏萨食品“特种兵椰汁”饮料在江苏城市频道设计、代理的冠名广告投放案例，帮助苏萨食品斩获2014年中国广告长城奖（广告主奖）创新营销类金奖。

2、数字营销

数字营销服务，是公司根据企业的传播诉求，进行市场调研、受众分析、创意挖掘、宣传主题创作、投放策略制定和执行方案制作，在客户确认方案后，按照执行方案采购媒体资源进行广告投放及后续的持续优化投放。数字营销服务中，公司整合PC端和移动端各类媒体资源，结合社会热点（热点事件、重要节日等），基于注重价值观表达、最大化传播品牌声音的目标，提供以下营销推广服务。

（1）SEM/SEO搜索营销服务

以搜索引擎为平台，以调整网页在搜索结果页上排名从而给网站带来访问量为手段，是针对搜索引擎用户而展开的营销活动。

白云山和黄复方丹参研究中心“再会时光”搜索营销推广



（2）网络营销传播服务

策划、组织或利用具有名人效应、社会影响力的事件，引起媒体和消费者

的兴趣与关注，并结合多种传播手段，以求提高企业或产品的知名度、美誉度，树立良好品牌形象，并最终促成品牌的宣传和产品的销售。

白云山和黄复方丹参研究中心微电影《牵手 让爱回家》做新闻传播



(3) 微博、微信营销服务

利用微博大号、热门微信公众号，结合热点事件或制造热点事件，根据客户品牌或产品的形象及推广目的，对推广的主题及相关内容，结合品牌传播模式进行规划及发布，同时可以利用客户的官方微博进行同步宣传，吸引关注，通过关注者的转发进一步扩大影响力，以达到聚拢意向人群关注度的目的。

白云山和黄“再会时光”主题广告片结合“520告白日”进行微博推广



(4) 微电影营销推广服务

基于客户的需要，公司可为其提供微电影创意脚本设计、组织拍摄及营销服务。公司在客户广告诉求的基础上，深入挖掘传播创意点，设计微电影主题，进而提出微电影拍摄创意脚本，在客户确认后，由公司根据创意的需求挑选导演及搭建制片组开展微电影的拍摄。微电影成片后，公司借助各类媒介以及多年积累的品牌传播经验，依据制定的传播方案进行微电影营销推广，达到主题宣传、引起共鸣的目的。

白云山板蓝根微电影《快乐奔跑》优酷推广



(5) 网络互动活动服务

公司通过建设互动活动平台，如H5活动页，通过游戏、测试、刮卡、抽

奖、上传图片、红包等方式，形成与消费者的互动，通过这种趣味性的方式，扩大客户品牌的关注度和影响力。

白云山板蓝根趣味酷跑H5活动页



（6）线上线下整合营销服务

通过线上线下整合营销，实现线上线下活动有效联动。如对于新品上市、公益事件或品牌活动等，通过线上传播扩散信息、线下活动聚拢人气，最大化提高品牌或产品的影响力。

结合微电影推广的线下“黄手环”公益活动（白云山和黄复方丹参片 2015 年推广）



公司策划的白云山和黄复方丹参片2015年推广营销方案（上图）赢得了2016年艾奇奖（ECI Awards）——营销创新类铜奖（母婴保健类）以及第七届（2015-2016年度）虎啸奖——食品药品类优秀奖。

（7）DSP投放服务

公司基于整合各类传播媒体从而最大化客户品牌推广效果的需要，搭建了

四方DSP以及DMP平台。公司通过DSP投放以及DMP数据采集分析应用，为客户提供一站式广告智能投放服务，实现精准化营销，提高广告转化率，同时积累大数据，为客户提供增值服务。

鉴于DSP广告投放服务是公司未来业务发展的一个重要方向，下文对其将有较详细的介绍，参见本公开转让说明书“第二章公司业务”之“一、公司的主要业务、主要产品及其用途”之“（二）公司提供的服务”之“3、四方DSP程序化购买和精准营销服务”。

双蚁药业双蚁祛湿通络胶囊DSP营销推广



（8）危机公关服务

当客户出现意外性、聚焦性及紧迫性的负面信息时，公司凭借多年的品牌传播经营，整合媒体资源，为其提供系列措施及应对策略，进行品牌形象维护及负面形象修复。

综上所述，公司为客户提供不同类型的数字营销服务。公司根据客户的需求，对客户品牌、产品、目标客户进行市场调研和分析论证的基础上，考虑各类数字营销活动的效果，灵活整合上述各类数字营销服务，为客户提供全案数字营销推广服务。2013年公司为白云山和记黄埔公司的白云山复方丹参片提供数字营销推广服务，全面整合了门户网站、微博、微信、论坛及搜索引擎等各类媒体资源，同时公司为其提供了主题为《让爱回家》微电影的创意设计、组织拍摄及营销推广服务。该数字营销推广案例荣获“爱奇艺2013年度最佳营销效果奖”、“2013年度中国医药营销十大案例奖”，该微电影2014年获得了广药

集团颁发的“广药白云山杯”首届微电影大赛银奖荣誉证书。

(9)、四方DSP程序化购买和精准营销服务



当前我国消费市场细分化的发展趋势日益明显，大众、分众、小众、碎片化等多元化市场杂糅并存。在这种情况下，准确捕捉目标消费者的难度越来越大，从而对精准化传播、数据库营销、细分化管理产生了较为强烈的需求，因而近些年来以程序化高效交易和精准化营销为特色的DSP广告获得了较快的发展。基于此，公司出资搭建了程序化购买平台和数据管理平台——四方DSP和四方DMP。

四方DSP一方面对接广告发布的需求方即广告主，另一方面通过合作和采购的方式，对接大量的媒体资源流量，如广告交易平台、网络广告联盟、SSP等。四方DSP可以实现RTB与非RTB广告流量的整合与实时优化；可以实现多屏（覆盖PC、平板与手机端）程序化购买；可以实现多种格式（视频、视窗、富媒体、画中画、横幅等等）的广告投放；可以在各个广告交易平台要求的时间范围内完成同各个广告交易平台之间的每次交互，以实现RTB与非RTB的正常交易；可以帮助广告主通过智能算法、自动优化、在品牌安全的环境下进行广告投放。智能算法帮助广告主针对不同广告活动的KPI，找到最合适的受众以及投放环境（如地域、时间、媒体、屏数、广告格式、广告位、广告尺寸等等），智能自动优化每一次广告出价（RTB模式）与投放。

四方DMP，通过用户的浏览数据进行分析、整合，释放数据的价值，提升广告投放ROI。广告主只需要在他们的官网或活动页面加挂四方的监测代码，

便可以通过四方DMP平台完成数据的收集、管理、分析、以及应用，通过四方平台的登录界面，即可轻松管理自己的第一方数据。四方DMP的分析模块为广告主提供多维细致的分析，使广告主可以洞察数据背后的价值。数据收集与受众投放实现了无缝的闭环流程，提高广告主的广告效果。此外，四方还可以为客户建立自己的“VIP数据库”，通过专属品牌的数据积累，为客户后续个性化营销提供长久活动的受众数据资料。

通过四方DSP和四方DMP平台，广告主可自行或由公司代理设置广告投放条件（投放人群、投放区域、投放媒体、投放方式等），当终端用户浏览网页或其他数字化媒体资源时，终端服务器将媒体广告位信息及终端用户信息反馈DSP平台，平台根据DMP的海量数据判断终端用户与拟投放广告的目标受众的匹配度，并通过RTB方式高效地参与广告位的竞标，以上过程以程序化交易方式完成，实现了广告的智能精准投放。因而，四方DSP和四方DMP平台能实现广告主对于互联网媒体资源的高效竞价和精准购买。

公司基于程序化购买平台，除了提供程序化购买和智能精准投放服务外，还提供创意广告设计及持续优化投放服务。对于数字营销而言，广告的展现形式极为重要，因而创意很大程度上会影响最终转化率，公司会根据客户的投放需求，进行针对性的广告创意设计；同时，基于程序化购买平台的监测数据，如不同创意广告的浏览人数、浏览时间、点击率等，公司能够不断进行动态创意优化，以实现更优的投放效果。

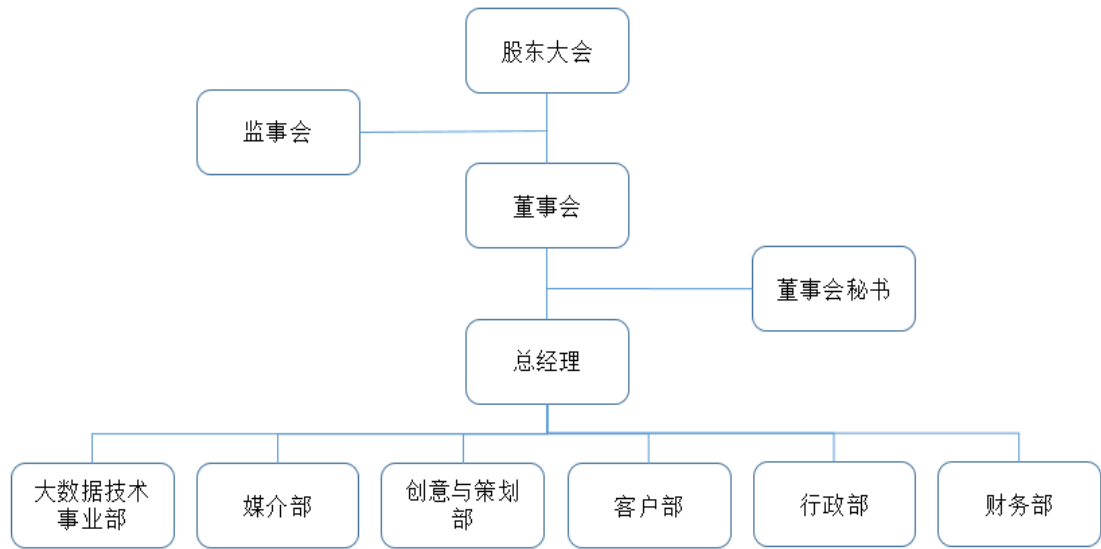
（三）公司服务的主要客户

公司提供媒体代理服务和数字营销服务，当前服务的客户主要分为以下几类。第一类是医药大健康系，如白云山医药集团（通过广州医药海马品牌整合传播有限公司投放广告）、何济公制药厂、光华制药厂、王老吉、合肥立方药业、双蚁药业、普正药业等，这类是公司的主要客户，公司与白云山医药集团、何济公制药厂、光华制药厂、王老吉药业等保持着多年的密切合作关系。公司在医药大健康类广告推广方面积累了丰富的经验，对医药大健康类客户的广告诉求有着深刻的理解。第二类是快消系，如燕塘乳业、苏萨食品、歌琳化妆品等。第三类是家居家电系，如大自然家居、湖南美的、广州美的等。第四类是

其他，包括一些科技型企业、金融类企业如中邮消费金融等。

二、公司组织机构及业务流程

(一) 组织架构



股东大会为公司最高权力机构。监事会对股东大会负责，对董事会及高级管理人员履行职责的合法性进行监督。董事会负责执行股东大会的决议，拟定公司经营计划和投资方案，聘任高级管理人员，董事会下设总经理，负责公司的日常运营。

各部门主要职责如下：

部门	主要职责
大数据技术事业部	研发 DSP、DMP 系统，并不断积累和挖掘用户上网行为大数据，实现精准营销，同时以拥有的大数据为基础开发出多个数据应用衍生产品，使大数据得到多种方式的变现，为公司创造经济价值及战略价值。
媒介部	媒体关系的日常维护及拓展，按照媒体宣传计划进行网络及传统媒体广告的采购及发布，媒体合作活动的实施、跟进。
创意与策划部	1.负责管辖项目的市场研究、品牌营销定位以及项目各阶段策划工作； 2.负责管辖项目的全部创作设计工作； 3.召开策略报告研讨会、创意风暴会； 4.撰写策略报告、创意报告，带领策划、设计团队按时按质按量完成公司及客户下达的各项策划任务； 5.参与项目各关键环节的决策过程； 6.项目策略及创意设计各模块最终成果提交。

客户部	与客户进行联络、谈判、提案、签订合同、执行、收款等；制定策略、协调资源、分派工作、监督进程等。
行政部	统筹管理公司行政事务、人力资源事务、办公室环境设备事务、内部服务与对外联络工作。
财务部	负责建立公司财务核算体系，按规定编制及报送财务报表；负责公司财务管理、资金筹集、调拨；负责编制公司财务预算，对外投资进行风险控制。

（二）公司业务流程

1、媒体代理业务

媒体代理业务流程分为以下阶段。

（1）客户接洽

客户部负责新客户的开发和老客户的维护，接到客户业务咨询，经过初步的电话、EMAIL、会面等方式的沟通，深入了解客户的具体需求，找出需要解决的本质问题，并形成客户需求单。

（2）市场调研

针对目标消费人群、竞争对手、市场环境等进行有目的和完整的调查。通过问卷调研、网络调研、电话调研、街头拦截、上户访问、一对一访谈、座谈会等方式，深入了解第一手的相关信息。

（3）形成广告策略

以创意与策划部为主导，对客户的品牌力和品牌机会进行评估。制定品牌战略，明晰品牌定位，提炼品牌核心价值、品牌口号语以及品牌卖点体系，打造品牌视觉和传播系统（LOGO、VI、包装设计、企业形象片、广告宣传片、微电影等），最终完成全案广告方案。

（4）策略提案

提案分为公司的内部提案和对客户的上门提案。内部提案是在创意与策划部制定广告方案后，召集内部相关人员对方案进行讨论、修改；内部提案后，客户部约见客户，进行上门提案。

（5）推广策略制定

方案通过后，创意与策划部门根据客户的实际需求，制定年度品牌推广策略、年度品牌传播策略以及年度招商策略、通路规划策略等相关落地策略，经由客户确认后，安排落地实行。

（6）排期表制作

推广策略确定后，对于需要传统媒体投放广告的项目，媒介部依据策划案，与客户讨论广告排期，在与媒体就广告位资源（节目、时段、位置）沟通的基础上，制作媒介排期表，经提交客户确认后，确定广告投放的排期。

（7）媒体购买

客户部向媒介部下达媒体资源采购任务，媒介部向媒体或媒体代理商传送媒介排期表、寄送广告素材，经其确认媒介排期、审核广告素材后，公司便进行媒体下单。

（8）广告投放与监控

在本阶段，公司进行广告投放并对投放情况进行监控。在广告投放的实际执行过程中如有突发状况发生，如媒体位置的异动、媒体的漏播漏刊、不可预知的社会大型活动影响等，媒介部与客户、媒介保持紧密沟通，保障广告排期表的执行，漏播问题得到合理解决。

（9）客户确认

本阶段的工作是广告在媒体刊登或播出后，电视台出具媒介排期表对应的播放证明，公司向客户提交该播放证明。客户对该播放证明审核确认后，表明媒介排期已经履行完毕。

（10）投放效果评估

广告投放完成后，通过第三方的监测数据，如广告收视率、到达率以及竞争产品广告投放的相关数据，进行投放效果分析，并撰写结案报告。

2、数字营销业务

相比较传统广告发布形式的单一性，数字营销业务具有更大的灵活性。数字营销业务策划阶段更重视广告传播点的挖掘和创意的设计，所以在形成广告策略阶段，公司基于产品或品牌定位分析、市场分析而提出的广告创意和策划方案，是传播效果实现的关键。

数字营销业务流程与媒体代理业务流程大体相同，但在以下几个阶段略有区别。

排期表制作阶段：数字营销业务有时候不便于制作排期表，而是以项目资源表代替。

广告投放与监控阶段：数字营销业务在广告投放过程中，媒介部进行动态监控，根据监测的广告投放情况，不断优化广告投放形式、投放时间、投放位置及投放群体等，以实现更好的投放效果。

投放效果评估阶段：传统媒体代理业务的评估指标以广告收视率、到达率等为主，而数字营销业务具有自己的指标要求，如话题阅读量、活动参与量、软文发布量、视频播放量、活动页面流量、广告曝光量、广告点击量、APP下载量等。

公司的数字营销全案业务，在广告投放阶段一般可分为三个时期：预热期、引爆期及持续期。预热期一般是通过微博、微信、论坛及搜索引擎等方式传播主题事件或通过微电影视频花絮的流出，进行热点推广，引起广泛关注，为引爆期的活动做铺垫；引爆期则基于前期热点推广带来的广泛关注，多渠道推出趣味性H5活动页（游戏、抽奖、红包、刮卡等）、主题微电影，激发受众人群的参与热潮，引爆主题，迅速提高品牌的曝光度和知名度；持续期则运用微博、微信、论坛、门户等多渠道，通过段子、新闻、软文的形式进行持续性传播和引流。

三、公司关键资源要素情况

（一）公司产品所使用的主要技术

公司在为客户提供服务过程中，掌握并使用以下推广策略和技术。

1、数字营销“三阶段”推广策略

公司提供数字营销推广服务过程中，总结形成了一套较为成熟的“三阶段”推广策略：预热期、引爆期及持续期。预热期是通过各种媒介进行热点推广，引起广泛关注，为引爆期的活动做铺垫；引爆期则多渠道推出趣味H5活动页、主题微电影等热点活动或事件，掀起受众人群的参与热潮，引爆主题，迅速提高品牌的曝光度和知名度；持续期则综合运用各类媒体，通过段子、新闻、软文等形式进行持续性传播和引流。

2、H5活动页创意设计

以微信为代表的社交媒体的日益普及和渗透，为H5技术的应用提供了重要

载体，H5活动页作为H5技术应用的表现形式之一，在公司的整体推广策略中占据重要地位，特别是在引爆期阶段，往往作为一类重要的互动推广方式。作为引爆期的重要推广手段，它要求更强的互动以及更高质量、更具话题性的设计来促成用户参与及分享传播。公司掌握的H5活动页创意设计能力，能使其融合新颖、趣味、互动、社交等多类元素，引导用户参与活动并转发分享，从而有效地服务于整体广告营销推广策略。

3、程序化购买平台精准营销推广技术

程序化购买平台精准营销推广技术，是建立在四方DSP和DMP相关技术基础上的。

四方DSP智能算法技术，能帮助广告主针对不同广告活动设定不同的投放条件，找到合适的受众群体以及投放环境（如地域、时间、媒体、屏数、广告格式、广告位、广告尺寸等），以RTB方式智能优化每一次广告位出价并自动进行广告投放，从而高效地完成广告主的广告交易与展示，实现智能化精准营销。四方DSP跨屏投放技术，能自动识别用户的屏幕类别（PC、平板及手机屏），从而选择适宜尺寸的创意广告进行推广，实现多屏幕的有效整合。

四方DMP的数据管理和分析技术，能通过对多方海量数据的整合，为DSP提供数据支撑，是DSP智能算法技术发挥作用的基础。大数据的积累对程序化广告投放的精准度有着重要意义，每次公司为客户实施程序化广告投放，公司都会积累相应的投放数据，通过分析数据、整理数据、总结数据，公司可以获取市场动态和预估市场的未来趋势，客户可以通过公司对数据的分析结果更好的掌握市场和顾客对产品和服务的需求，从而更加优化产品及服务，提升产品和服务的销售量。

（二）公司主要无形资产情况

1、域名

公司使用的域名情况如下：

序号	域名注册人	备案号/许可证号	网站域名	网站首页网址
1	广州市四方广告有限公司	粤 ICP 备 12035534 号-1	sefve.cn sefve.com.cn	http://www.sefve.com/

序号	域名注册人	备案号/许可证号	网站域名	网站首页网址
			sefve.net sefve.com	

以上域名以广州市四方广告有限公司名义取得，到期日期均为2017年6月30日，均已完成ICP备案，截至本公开转让说明书签署日，公司正在办理更名手续。

2、商标

序号	商标图样	申请号/注册号	类别	公告日/申请日	使用期限
1		9862200	30 类	2013.2.7	2013.2.7-2023.2.6

上述商标的申请人为四方广告，截至本公开转让说明书签署日，股份公司正在办理更名手续。

（三）公司取得的业务许可资格或资质

根据《广告管理条例》（1987年）第六条规定，经营广告业务的单位和个体工商户（以下简称广告经营者），应当按照本条例和有关法规的规定，向工商行政管理机关申请，分别情况办理审批登记手续：（一）专营广告业务的企业，发给《企业法人营业执照》；（二）兼营广告业务的事业单位，发给《广告经营许可证》；（三）具备经营广告业务能力的个体工商户，发给《营业执照》；（四）兼营广告业务的企业，应当办理经营范围变更登记。四方传媒属于专营广告业务的企业，取得企业《营业执照》就可以开展广告经营活动，无需再取得《广告经营许可证》。另根据《国务院决定保留的工商登记前置审批事项目录》的规定，四方传媒为客户提供整合营销传播服务，具体业务包括传统媒体代理业务和数字营销业务，无需取得主管机关的前置审批或许可，公司进行前述业务的生产经营符合相关法律法规规定。

因此根据公司现所持有的《营业执照》和全国企业信用信息公示系统查询的结果，公司的经营范围不存在需经许可经营的业务。公司已取得实际经营业务所必需的执照且均在有效期内。

（四）公司使用特许经营权的情况

公司不存在使用特许经营权的情况。

（五）公司主要固定资产情况

1、办公场所

公司无自有房产，目前经营场所位于广州市越秀区环市东路 338 号银政大厦西楼 18 楼整层，系向广州市市政集团有限公司租赁取得并完成租赁备案程序，面积 519.56 m²，租赁期限自 2016 年 7 月 7 日至 2018 年 6 月 6 日，每月需缴纳租金如下表：

序号	缴费区间	缴费内容	金额（元）/月
1	2016 年 7 月 7 日至 2016 年 8 月 6 日	租金	免租期
2	2016 年 8 月 7 日至 2018 年 6 月 6 日	租金	38,447.44

2、其他固定资产

公司主要提供整合营销传播服务，并不从事实物产品的生产，公司无实物生产过程。公司主要的固定资产为汽车、办公家具、电脑、投影仪等用品。

截至 2016 年 5 月 31 日，主要固定资产明细情况如下：

序号	名称	取得日期	账面原值（元）	使用情况	成新率	尚可使用月数
1	梅赛德斯奔驰轿车	2013-9-27	498,296.00	正常使用	50.12%	28
2	办公家具	2014-1-15	104,475.00	正常使用	26.11%	32

（六）公司员工情况

1、公司员工基本结构

截至2016年8月31日，公司共有员工22人，具体分布如下：

（1）按教育程度划分

类别	人数（人）	占员工总数比例（%）
本科及以上	14	63.64
大专	7	31.82

高中及以下	1	4.55
合计	22	100.00

(2) 按专业结构划分

类别	人数(人)	占员工总数比例(%)
管理类(含财务)	4	18.18
客户类	3	13.64
业务类	13	59.09
行政类	2	9.09
合计	22	100.00

(3) 按年龄划分

类别	人数(人)	占员工总数比例(%)
25岁(含)以下	5	22.73
26—30(含)岁	9	40.91
31-40(含)岁	4	18.18
41(含)岁以上	4	18.18
合计	22	100.00

2、核心技术人员

(1) 核心技术人员基本情况

公司核心技术人员有3位，具体情况如下：

卢桂龙，男，1986年9月出生。中国国籍，无境外永久居留权，广东工业大学信息与计算科学专业毕业，大学本科学历。2009年6月至2010年10月就职于广东南方信息安全产业基地，任软件开发工程师；2010年10月至2011年11月就职于珠海世纪鼎利科技股份有限公司，任软件开发工程师；2011年11月至2015年7月就职于从兴技术有限公司，任高级软件开发工程师；2015年8月至2016年6月就职于广州爱立信服务有限公司，任高级软件开发工程师；2016年6月至2016年7月就职于深圳华臣天拓网络科技有限公司，任C++高级开发工程师；2016年7月至今，就职于广州四方传媒股份有限公司及股份公司前身

四方广告，任服务器端高级开发工程师。

罗雄清，男，1991年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，广州大学计算机学院软件工程专业毕业，大学本科学历。2014年4月至2016年7月，就职于广州铁克司雷网络科技有限公司，任服务端开发工程师；2016年7月至今，就职于广州四方传媒股份有限公司及股份公司前身四方广告，任服务器端开发工程师。

舒小红，男，1988年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，东华理工大学软件工程专业毕业，大学本科学历。2011年3月至2012年7月，就职于深圳市赢时胜信息技术股份有限公司，任数据仓库工程师；2012年7月至2015年1月，就职于武汉软通动力信息技术有限公司，任hadoop开发工程师；2015年1月至2016年3月，就职于广州铂亚计算机有限公司，任大数据开发工程师；2016年3月至2016年5月，就职于广东红林果网络科技有限公司，任大数据高级开发工程师；2016年6月至2016年8月，就职于广州汇智通信科技有限公司，任大数据高级开发工程师；2016年8月至今，就职于广州四方传媒股份有限公司及股份公司前身四方广告，任大数据挖掘工程师。

（2）核心技术人员持有股份情况

目前，公司的核心技术/业务人员尚未持有公司股份。

（3）近两年核心技术团队变动情况

报告期内，公司没有核心技术人员，上述核心技术人员随公司搭建的四方DSP和四方DMP平台，陆续在于2016年7月至8月招聘。

3、公司为员工缴纳社保及公积金情况

截至2016年8月31日，公司共有员工22人，公司与全体员工均签署了劳动合同。公司已按照国家法律法规及当地的有关规定，为现有22名在册员工办理了养老、失业、工伤、生育、医疗等社会保险，为15名员工购买了公积金，其余7名员工因为自身原因放弃购买，并与公司签订了《自愿放弃参加社会保险、公积金的声明与承诺》。为进一步规范管理，公司承诺将自2016年9月起为全体员工购买住房公积金。根据2016年9月1日广州住房公积金管理中心出具的证明，自公司开户办理住房公积金缴存业务以来未曾受到过广州住房公积金管理中心的行政处罚。

公司实际控制人及控股股东作出承诺：如因公司违反劳动合同法、社会保险法及相关的法律、法规和政策，或因违反住房公积金的相关规定而被社保及住房公积金主管部门要求补缴或受到任何行政处罚，或因员工追索而被司法部门或相关主管部门判令赔偿的，本人无偿代为补缴和赔偿，并承担公司此而受到的任何处罚或损失。

四、公司经营情况

（一）报告期内的收入构成情况

报告期内，公司营业收入构成及变动情况如下：

2016 年 1-5 月，公司营业收入构成如下：

产品类别	金额（元）	占比（%）
媒体代理	5,771,834.34	39.71
数字营销	7,995,799.64	55.02
其他	765,735.84	5.27
合计	14,533,369.82	100.00

2015 年度，公司营业收入构成如下：

产品类别	金额（元）	占比（%）
媒体代理	32,556,685.65	83.75
数字营销	5,943,396.21	15.29
其他	373,773.59	0.96
合计	38,873,855.45	100.00

2014 年度，公司营业收入构成如下：

产品类别	金额（元）	占比（%）
媒体代理	35,362,121.84	88.89
数字营销	3,696,540.63	9.29

产品类别	金额（元）	占比（%）
其他	722,681.11	1.82
合计	39,781,343.58	100.00

（二）公司主要客户情况

报告期内，公司主要客户情况如下：

2016 年 1-5 月：

序号	客户名称	营业收入（元）	占公司当期营业务收入比例（%）
1	广州医药海马品牌整合传播有限公司	9,068,011.31	62.39
2	广州互动派传媒科技股份有限公司	1,650,943.39	11.36
3	广州慧路软件科技有限公司	1,179,245.29	8.11
4	广西双蚁药业有限公司	849,056.61	5.84
5	合肥立方制药股份有限公司	566,037.74	3.89
合计		13,313,294.34	91.59

2015 年度：

序号	客户名称	营业收入（元）	占公司当期营业务收入比例（%）
1	广州医药海马品牌整合传播有限公司	14,218,768.65	36.58
2	湛江市苏萨食品有限公司	8,490,566.04	21.84
3	广东苏萨食品有限公司	6,333,907.57	16.29
4	广州慧路软件科技有限公司	1,830,188.68	4.71
5	广州市君祺资产管理有限公司	1,698,113.21	4.37
合计		32,571,544.15	83.79

2014 年度：

序号	客户名称	销售收入（元）	占公司当期主营业务收入比例（%）
1	广州医药海马品牌整合传播有限公司	23,836,600.10	59.92
2	广州白云山制药股份有限公司白云山何济	3,819,795.38	9.60

	公制药厂		
3	湛江市苏萨食品有限公司	3,773,581.08	9.49
4	湖南美的制冷电器销售有限公司	3,122,173.50	7.85
5	广州王老吉药业股份有限公司	1,884,738.62	4.74
合计		36,436,888.68	91.60

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司5%以上股份的股东均未在上述前五名客户中占有权益。

（三）公司主要供应商情况

报告期内，公司的营业成本主要是媒体采购成本：

成本项目	2016 年 1-5 月		2015 年度		2014 年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
媒体采购成本	9,567,748.64	100.00	33,809,370.08	100.00	35,440,013.09	100.00
合计	9,567,748.64	100.00	33,809,370.08	100.00	35,440,013.09	100.00

公司前五大供应商情况如下：

2016 年 1-5 月：

序号	供应商名称	采购金额（元）	占公司当期采购总额比例（%）
1	贵州艺高广告有限公司	2,275,001.00	23.78
2	深圳市微信传媒有限公司	1,200,000.00	12.54
3	上海剧星传媒股份有限公司	1,189,500.00	12.43
4	湖北新年传播广告有限公司	1,040,000.00	10.87
5	湖南广播电视广告总公司	985,885.60	10.30
合计		6,690,386.60	69.93

2015 年度：

序号	供应商名称	采购金额（元）	占公司当期采购总额比例（%）
1	江苏省广播电视集团有限公司	14,151,923.00	41.86

2	贵州电视文化传媒有限公司	4,650,000.00	13.75
3	湖南广播电视广告总公司	1,731,325.00	5.12
4	上海聚胜万合广告有限公司	1,343,000.00	3.97
5	上海爱奇艺文化传媒有限公司广州分公司	1,256,500.00	3.72
合计		23,132,748.00	68.42

2014 年度：

序号	供应商名称	采购金额（元）	占公司当期采购总额比例（%）
1	湖南广播电视广告总公司	9,502,918.82	26.81
2	广东新年影视制作发行有限公司	7,280,448.00	20.54
3	湖北新年影视制作发行有限公司	6,661,847.00	18.80
4	江苏省广播电视集团有限公司	4,698,705.68	13.26
5	贵州电视文化传媒有限公司	4,650,000.00	13.12
合计		32,793,919.50	92.53

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司5%以上股份的股东均未在上述供应商中占有权益。

（四）重大业务合同情况**1、重大的销售合同**

报告期内，公司的业务收入主要分为媒体代理收入和数字营销业务收入，公司与客户签订销售合同中，媒体代理业务合同金额在500万元以上、数字营销业务合同金额在200万元以上的为重大业务合同，主要情况如下：

序号	业务类型	客户	合同名称	合同期限	合同金额（元）	履行情况
1	媒体代理	广州市医药海马广告有限公司 [注 2]	广州市医药海马广告有限公司 2014 年 3 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日广东珠江频道广告合同	2014.3-2014.12	7,950,000.00	履行完毕
2		广东苏萨食品有限公司	特种兵饮料《人间真情》冠名合	2015.1.28-2015.4.30	8,950,000.00	履行完毕

			同			
3		湛江市苏萨食品有限公司	广州市四方广告有限公司电视广告播出合同	2015.1.1-2015.12.31	9,000,000.00	履行完毕
4		广州医药海马品牌整合传播有限公司	何济公贵州卫视频道广告合同	2015.1.1-2015.11.30	5,000,000.00	履行完毕
5		广州医药海马品牌整合传播有限公司	何济公 2016 年贵州卫视频道广告合同	2016.1.1-2016.11.30	5,000,000.00	正在履行
6		广州食安菜妈信息科技有限公司	合作协议书	2016.10.1-2019.9.30	注 2	正在履行
7	数字营销	新华社广东分社新闻中心	域名申请项目委托合同	2012.3.1-2013.12.31 (延期至 2014 年履行)	2,395,000.00	履行完毕
8		广州白云山制药股份有限公司白云山何济公制药厂	全案策划推广合同	2014.1.1-2014.12.31	2,333,333.20	履行完毕
9		广州慧路软件科技有限公司	合作协议	2015.6.15-2016.6.15	3,480,000.00	履行完毕
10		广州医药海马品牌整合传播有限公司	广州白云山光华制药股份有限公司 2016 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日腾讯网络广告发布合同	2016.1.1-2016.12.31	2,591,202.00	正在履行

注1：广州市医药海马广告有限公司，后更名为广州医药海马品牌整合传播有限公司。

注2：公司与广州食安菜妈信息科技有限公司签订的合作协议书为框架协议，双方根据实际合作的项目情况进行结算。

2、重大采购合同

报告期内，公司主要向传统的电视媒体供应商和新兴的互联网媒体供应商采购媒体资源。媒体代理业务中，公司与媒体供应商签订的采购金额在500万以上的采购合同为重大采购合同。数字营销业务中，公司与媒体供应商签订的采购金额在100万以上的采购合同为重大采购合同，主要情况如下：

序号	业务类型	对方公司名称	合同名称	合同期限	合同金额（元）	履行情况
----	------	--------	------	------	---------	------

1	媒体代理	湖北新年 广告传播 有限公司	2014 年 3-12 月何 济公广东 珠江广告 发布合同 及其补充 协议	2014.3.1-2014.1 2.31	7,314,000.00	履行完毕
2		江苏省广 播电视集 团有限公 司	特种兵饮 料《人间 真情》冠 名合同	2015.1.28-2015. 4.30	8,750,000.00	履行完毕
3		江 苏 省 广 播 电 视 集 团 有 限 公 司	电视广告 发布合同	2015.1.1-2015.1 2.31	7,650,000.00	履行完毕
4		贵州电视 文化传媒 有限公司	电视广告 发布合同	2015.1.1-2015.1 1.30	5,000,000.00	正在履行
5		贵州艺高 广告有限 公司	电视广告 发布合同	2016.1.1-2016.1 2.31	5,000,000.00	正在履行
6	数字营 销	高锋数码 有限公司	域名申请 项目委托 合同	2012.3.1-2013.1 2.31	1,650,000.00	履行完毕 (延期至 2014 年)
7		广东零度 网络科技 有限公司	合作协议	2015.7.15-2016. 7.15	2,160,000.00	正在履行
8		上海聚胜 万合广告 有限公司	广州市四 方 2015 年 广告采购 框架合同	2015.1.1-2015.1 1.30	2,040,000.00	履行完毕
9		上海剧星 传媒股份 有限公司	2016 网络 广告委托 发布合同	2016.1.1-2016.1 .31; 2016.3.1-2016.4 .30; 2016.9.1-2016.1 1.30,为期 6 个 月	2,379,000.00	正在履行
10	软件采 购	蔡镕光	软件采购 合同	2015.4.10 之后 120 个工作日内	1,000,000.00	履行完毕

注：第10项软件采购协议合同标的是DSP(Demand Side Platform)需求方平台和DMP (Data Management Platform) 数据管理平台。

3、房屋租赁合同

经核查，四方传媒无自有房产，经营场所系租赁所得。报告期内，房屋租赁合同情况如下：

序号	出租方	合同期限	房产坐落	合同金额 (元)	租赁合同 备案号	房地产权 证号	履行情况
1	广东亚洲国际大酒店	2014.2.15-2016.2.14	广州市环市东路326号之一的广东亚洲国际大酒店11楼04、06单元	第一年月租金24637.68元；第二年月租金25556.19元	穗租备2016J0403100553号	C1617632	履行完毕
2	广东亚洲国际大酒店	2016.2.15-2017.2.14	同上	月租金25556.19元	穗租备2016B0403101075号	C1617632	合同解除
3	广州市市政集团有限公司	2016.7.7-2018.6.6	广州市越秀区环市东路338号银政大厦西楼18楼整层	2016.7.7-2016.8.6期间免租；2016.8.7-2018.6.6期间月租金38447.44元	穗租备2016B0403101642号	C0737267	正在履行

注：第2项租赁合同，四方公司由于经营需要提前解除租赁合同，根据广东亚洲国际酒店于2016年9月8日出具的证明，证明四方公司与广东亚洲国际大酒店因租赁合同持续期间及提前终止租赁合同所产生的所有债权债务已结清，双方不存在其他任何法律纠纷。

另外，四方公司租赁办公场所均已完成租赁合同的备案手续，所租赁的场地均为出租方合法拥有，不存在租赁无产权证场地的情况。

五、公司商业模式

公司立足于广告行业，拥有一支经验较为丰富的广告创意策划团队和数字营

销运营团队，对客户的广告诉求理解深刻、把握精准，能在客户分析、市场调研及受众分析的基础上，提出针对性的广告创意和对应的广告策划方案。公司拥有较为丰富的传统媒体资源及新兴互联网媒体资源。公司搭建的四方DSP平台，通过程序化购买和人群定向技术，实现更为高效的广告投放。多年的广告策划经验积累、丰富的媒体资源以及互联网技术的发展，使公司为客户打造的创意广告策划方案可以通过多种媒体渠道投放给目标受众，为客户实现传播价值，公司在此基础上获取一定毛利。

（一）采购模式

公司基于以电视台为代表的传统媒体资源和新兴互联网媒体资源，可为客户提供跨媒体、跨终端的整合营销传播服务。公司对于媒体资源的采购，一般流程如下：第一阶段，公司在上门提案通过后，根据广告策划案，在与广告主、媒体的双向沟通基础上，制作媒介排期表或资源表，并提交客户确认。第二阶段，客户确认后，客户部向媒介部下达媒介采购任务。第三阶段，媒介部根据媒介排期表或资源表进行媒介下单、广告投放。

（二）销售模式

公司一般采用招投标以及议价、谈判的方式从客户处获得项目。

针对招投标方式取得合同的情形，招投标信息来源均为邀标。招投标信息来源是由客户将招投标信息发送到广告代理机构邮箱，邀请广告代理机构参加投标，公司如果有参加招投标意向，与客户联系，取得招投标文件，按照客户要求制作标书文件资料参加招投标。

招投标一般流程如下：第一阶段，公司获取客户的广告投放意向后与客户进行接洽，了解客户的投放需求，并进行相关案例展示，获得客户的认可。第二阶段，客户认可后，以电话或邮件的方式邀请公司投标。第三阶段，公司收到客户的邀标通知后，获取客户标书。第四阶段，公司的创意与策划部、媒介部负责投标书的制作。投标书一般包括技术标和商务标，技术标以策划方案等内容为主，商务标以公司基本情况、资质及报价为主。第五阶段，公司参与客户的投标。第六阶段，客户开标。第七阶段，若公司中标，则双方进入合同签

订环节。合同签订后，公司进入广告制作和媒体采购阶段。

报告期内通过招投标方式获得的订单数、金额、占当期销售收入比重：

单位：人民币 元

序号	客户名称（项目）	合同、协议名称	合同、协议金额（含税）
1	广州医药海马广告有限公司（广州白云山光华制药股份有限公司）	2014年1月1日至2014年11月30日湖南电视剧频道广告合同	1,200,000
2	广州医药海马广告有限公司（广州白云山和记黄埔中药有限公司）	珠江经济广播电台广告合同	368,160
3	广州医药海马广告有限公司（广州白云山和记黄埔中药有限公司）	广东珠江台、广东体育频道广告合同	4,500,000
4	广州医药海马广告有限公司（广州白云山和记黄埔中药有限公司）	广东珠江频道《麦王争霸》冠名广告合同	3,800,000
5	广州医药海马品牌整合传播有限公司（广州王老吉大健康产业有限公司）	2014年下半年广告委托代理合同	1,915,662
6	广州王老吉药业股份有限公司	电视广告委托代理合同	1,993,323
合同金额合计			13,777,145
2014年合计销售收入：12,997,306.60元，占同期销售额（合计收入39,781,343.58元）比重32.67%			
7	广州医药海马品牌整合传播有限公司（广州白云山	广州医药海马品牌整合传播有限公司2015年腾	1,672,596

	光华制药股份有限公司)	讯网络广告发布合同	
8	广州医药海马品牌整合传播有限公司 (广州白云山和记黄埔中药有限公司)	白云山和黄板蓝根 DSP 精准广告服务合同	500,000
9	广州医药海马品牌整合传播有限公司 (广州白云山和记黄埔中药有限公司)	白云山和黄复方丹参片社会化营销项目广告合同	140,000
10	广州医药海马品牌整合传播有限公司 (广州白云山和记黄埔中药有限公司)	白云山和黄复方丹参片社会化营销项目广告合同	311,000
11	广州医药海马品牌整合传播有限公司 (广州白云山和记黄埔中药有限公司)	全案策划合同	450,000
合同金额合计			3,073,596
2015 年合计销售收入: 2,899,618.87 元, 占同期销售额 (合计收入 38,873,855.458 元) 比重 7.46%			
12	广州医药海马品牌整合传播有限公司 (广州白云山和记黄埔中药有限公司)	白云山和黄板蓝根社会化营销项目广告合同	150,000
13	广州医药海马品牌整合传播有限公司 (广州白云山和记黄埔中药有限公司)	白云山和黄网络广告发布合同	70,000
14	广州医科大学附属第一医院 (广州呼吸疾病研究所)	国家重点实验室新大楼宣传物资设计与制作工程合同	82,356
合同金额合计			302,356
2016 年 1-5 月合计: 285,241.51 元, 占同期销售收入 (合计收入 14,533,369.82 元)			

比重：1.96%

（三）盈利模式

公司致力于为客户提供整合营销传播服务，主要业务包括媒体代理业务和数字营销业务。公司的盈利来源于向客户收取的广告投放款与为采购媒介所支付价款之间的差价及广告策划费用。

对于媒体代理业务，公司基于与传统媒体的良好合作关系和对客户广告诉求的理解，提供以下增值服务：进行相关电视媒体数据分析，以此为基础进行广告策划方案设计和媒介排期制作，并代理客户进行媒介采购、广告投放及投放监测；应客户需求，公司也会提供电视广告片拍摄的创意设计等增值服务。

对于数字营销业务，公司基于众多的数字媒体资源、四方 DSP 平台和对客户广告诉求的理解，提供以下增值服务：基于产品或品牌定位分析、市场分析，进行产品传播点挖掘、广告创意设计、策划方案设计、排期表或资源表制作，并代理客户进行媒介采购、广告投放以及投放监测、动态优化。公司据此获得数字营销业务收入。公司与媒介的计费方式以 CPM 为主，与客户的计费方式以 CPC、CPM 为主。

通过媒体代理与数字营销业务，公司为客户实现传播价值，公司在此基础上获取一定毛利。

六、公司所处行业情况

（一）行业分类

公司致力于为客户提供整合营销传播服务，具体业务包括媒体代理业务和数字营销业务。根据证监会《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为“L租赁和商务服务业—L72商务服务业”。

根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011），公司属于“L租赁和商务服务业—L72商务服务业—L7240广告业”。

根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司《挂牌公司投资型行业分类指

引》，公司所属行业为“13非日常生活消费品—1313媒体—13131010广告”。

根据全国中小企业股份转让系统有限责任公司颁布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业属于“L租赁和商务服务—L72商务服务业—L7240广告业”。

（二）行业主管部门、监管机构

目前，我国广告行业实行政府监管与行业自律相结合的管理体制，由国家工商行政管理总局监管，相关行业主管部门审批。

1、国家工商行政管理总局

国家工商行政管理总局是我国广告行业的主管部门，负责广告发布活动和广告经营活动的监督管理工作。其中，广告发布活动管理主要包括制定、执行、监测广告发布标准，查处违法广告；广告经营活动管理包括规范市场经营行为、取缔非法经营行为等；此外，国家工商行政管理总局还承担指导广告行业发展的职能。

除国家工商行政管理总局外，还有各部门在规范广告行业的工作中发挥重要的行政监管作用。其一，从媒体的角度看，当广告通过广播电视媒体进行传播时，需接受国家广播电影电视总局及地方管理机构的监管；当广告通过报纸、杂志媒体进行传播时，需接受相关媒体主管机构的监管。其二，从广告内容的角度看，按照广告播放内容所属行业的不同，将分别接受不同行业主管部门的监督，例如食品、药品、化妆品广告需接受国家食品药品监督管理局的监督管理等。

2、中国广告行业自律组织

中国广告协会是国家工商行政管理总局的直属事业单位，成立于1983年12月，是我国广告行业的自律组织。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。

中国商务广告协会成立于1981年，是除中国广告协会外的另一行业自律组织，也是我国最早成立的全国性广告行业组织。其编辑出版的《国际广告》、《中国广告作品年鉴》是业内权威刊物，每年由此两大刊物发布的《中国大广告公司基本情况调查》和“中国广告公司创作实力50强”，是行业内的权威参考资料。

由中国商务广告协会发起设立的中国4A协会，成立于2005年12月，是在国

内从事经营活动的外资及本土大型综合性广告公司共同组成的行业自律组织，也是中国广告代理商的高端组合。其愿景是通过建立行业标准，树立专业的作业规范，引导各公司的正当竞争，以更健康的方式发展广告业，提升整个中国广告行业的地位和社会形象，同时为中国广告业培养人才。

公司所在地广州，于1996年成立了大陆地区最早的广告行业协会——广州4A。广州4A在华南地区极具影响力，聚集了大批华南地区优秀的广告公司，如省广股份、盛世长城广州分公司、电通广告广州分公司等。广州4A积极与国内及国际广告（创意）团体开展各类专业交流，搭建学术及商务交流平台，帮助广大广告企业从整体上提高业务素质、拓宽业务领域，切实促进华南广告（创意）产业与全国以及国际接轨。

（三）主要的法律法规及政策

公司所属行业的主要法律法规及政策性文件如下：

序号	名称	颁布部门	颁布时间
1	中华人民共和国广告法（2015年修订）	全国人民代表大会常务委员会	2015. 04. 24
2	广告管理条例	国务院	1987. 10. 26
3	广告经营许可证管理办法	国家工商行政管理总局	2004.11.30
4	互联网广告管理暂行办法	国家工商行政管理总局	2016. 09. 01
5	医疗广告管理办法	国家工商行政管理总局和国家卫生部	2007. 01. 01
6	中华人民共和国药品广告审查办法	国家工商行政管理总局、国家食品药品监督管理局颁布	2007. 05. 01
7	中华人民共和国药品广告审查发布标准	国家工商行政管理总局、国家食品药品监督管理局	2007. 05. 01
8	国家“十一五”时期文化发展规划纲要	中共中央办公厅、国务院	2006.09.13
9	关于促进广告业发展的指导意见	国家工商行政管理总局、国家发展和改革委员会	2008.04.23
10	国家“十二五”时期文化改革发展规	中共中央办公厅、国务	2012.02.15

	划纲要	院	
11	“十二五”时期文化产业倍增计划	文化部	2012.02.23
12	广告产业发展“十二五”规划	国家工商行政管理总局	2012.05.29
13	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	财政部、国家工商行政管理总局	2012.07
14	关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见	中共中央办公厅、国务院	2014.08.18

（四）法律法规及政策的影响

以《中华人民共和国广告法》为代表的各项法律法规，约束了广告主、广告经营单位、广告发布单位等各参与主体的行为，规范了广告的内容及其与意识形态、社会道德和价值标准的关系，制定了广告的审查制度以及对违法广告行为的行政处罚规定，同时也对与人民群众生命健康和生活关系密切的行业的广告行为进行了明确规定。

《广告产业发展“十二五”规划》指出，广告业是我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，提出在“十二五”期间提升广告企业竞争力、优化广告产业结构、推动广告业自主创新等八项重点任务。

《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》提出推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业。紧接着出台的《“十二五”时期文化产业倍增计划》提出，“十二五”期间文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于20%，2015年比2010年至少翻一番，实现倍增的奋斗目标。

《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》提出开展中央财政支持广告业发展的试点工作。

《关于促进广告业发展的指导意见》提出，广告业是现代服务业的重要组成部分，是创意经济中的重要产业，其发展水平直接反映一个国家或地区的市场经济发育程度、科技进步水平、综合经济实力和社会文化质量，该文同时提出要促进广告产业向专业化、规模化发展，培育具有国际竞争力的广告企业。

《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》明确指出，要推动传统媒体和新兴媒体融合发展，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的

新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。

综上所述，国家通过法律法规来规范广告行业参与主体的行为，为行业的发展奠定了稳定、和谐的环境，有利于行业的有序、健康发展；国家的多项产业政策，从产业规划、资金支持等方面引导、推动了行业的发展。

（五）行业目前的发展状况

广告行业在社会经济中具有重要作用，是国家大力支持的产业。广告是将相关信息进行高度精炼，采用艺术手法，通过各种媒介传播给大众，以加强或改变人们的观念，最终引导人们行动的事物和活动。广告业作为知识密集、人才密集及技术密集型的行业，属文化创意产业的一个重要组成部分，在服务生产、引导消费、推动经济增长和社会文化发展等方面，发挥着十分重要的作用，因而得到包括我国在内的各国政府的大力支持。

目前我国广告行业处于持续发展阶段。自新中国成立以来，我国广告业经历了“恢复—停滞—发展”三个阶段：恢复阶段是指自新中国成立至60年代初期；广告停滞阶段是指60年代中期到1978年党的十一届三中全会；发展时期是自1978年党的十一届三中全会至今。得益于我国国民经济迅速发展、传播媒介不断丰富、传播技术不断进步、广告主品牌意识不断增强，当前我国广告行业仍处于持续发展阶段，在相关产业支持政策的推动下，未来的市场空间值得期待。

1、广告行业整体增长情况

近年来我国广告市场持续稳定增长，为各广告公司的发展壮大奠定了基础。根据工商局、广告协会的数据，2009年我国广告市场规模为2,041.01亿元，2015年为5,973.41亿元，年复合增长率为19.60%。根据中国广告网的信息，2015年全国广告业新增经营单位128,203户，总数升至67.19万户，增幅达到23.58%，平均每天新增广告企业超过350家；全国广告业从业人员达到了307.25万人，2015年创造新的就业岗位354,603个，增幅达到13.05%。我国广告市场的规模世界第二，仅次于美国，广告业成为改革开放以来我国国民经济中增长较快的行业之一。



2009-2015年我国广告市场规模及增长率

数据来源：根据《现代广告》及相关数据整理

从上图来看，广告市场的增速有所放缓，这一定程度上是受到了我国宏观经济增速减缓的影响。但基于以下两个因素，我国广告市场仍有较大的发展空间。

（1）广告主品牌意识提升

改革开放30多年来，随着市场经济的发展和国际贸易的增长，我国已经成为世界的“制造工厂”，但是我国企业目前自有知名品牌较少，企业发展严重缺乏品牌含量的支撑，产品附加值低，后劲不足。

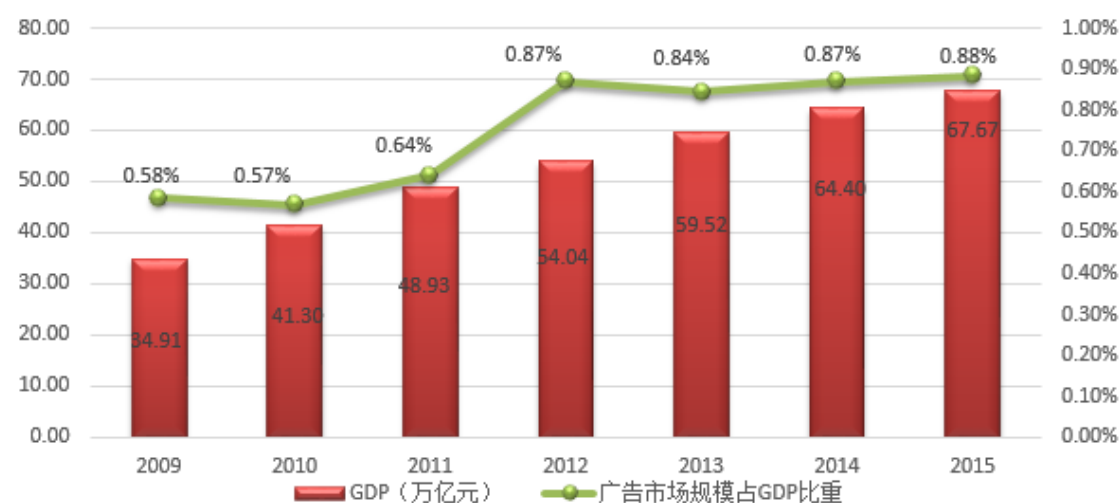
随着“品牌时代”的到来，“品牌为王”的意识深入人心，尤其是本土民族企业更加认识到品牌的价值和作用。许多企业开始注重自有品牌的建设，加大民族品牌的推广力度。塑造“中国品牌”，由世界“制造工厂”转向世界“品牌工厂”，成为一种新潮流，特别是大型企业对品牌建设方面的需求愈加强烈。因而，基于广告主品牌建设意识不断提升，其对于广告投放预算将不断加大。

（2）广告市场规模对GDP占比提升

我国广告市场规模占GDP的比重远低于美国等发达国家，未来提升空间较大。我国广告市场规模对GDP的占比很低，以2015年为例，仅为0.88%，过去几年基本维持在0.5%-0.9%的区间范围内。而根据艾瑞市场咨询发布的《2007年全球广告市场研究报告》显示，2000年至2006年美国的这一比重在维持在2%以上，按照产业的发展规律，我国广告市场规模占GDP的比重将不断提升，未来几年有望达到1%-2%的水平，届时随着国民经济的发展及广告行业在GDP中的占比的提

升，整个行业的规模也将得到较大地提高。

2009-2015 年我国广告市场规模占 GDP 比重

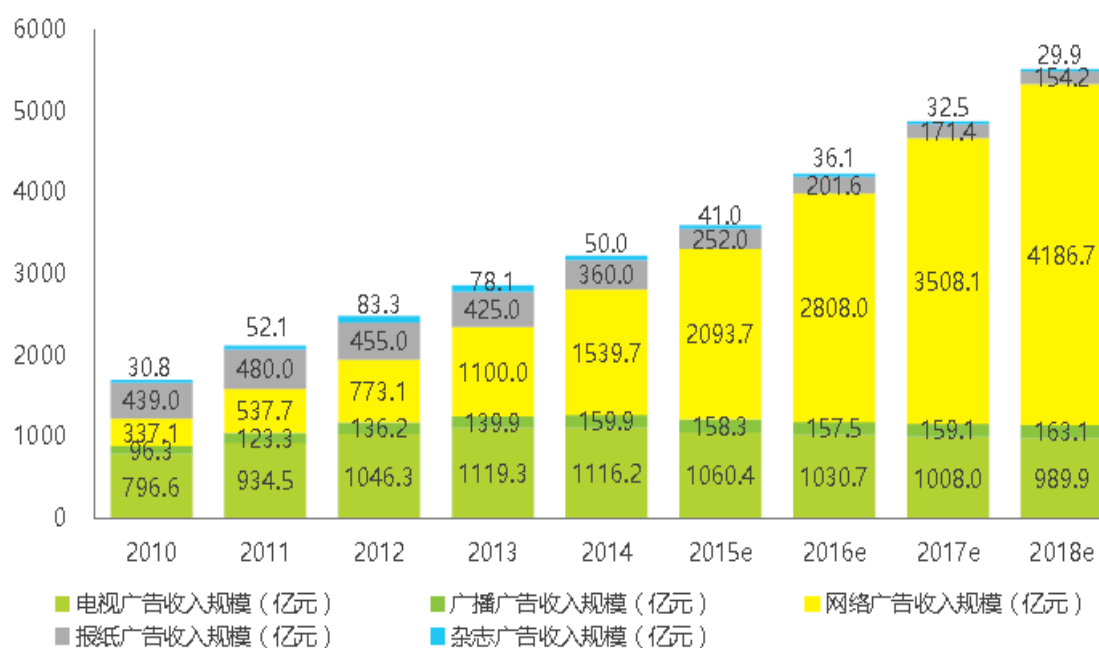


数据来源：根据《现代广告》、国家统计局相关数据整理

2、传统媒体和新兴媒体市场规模分析

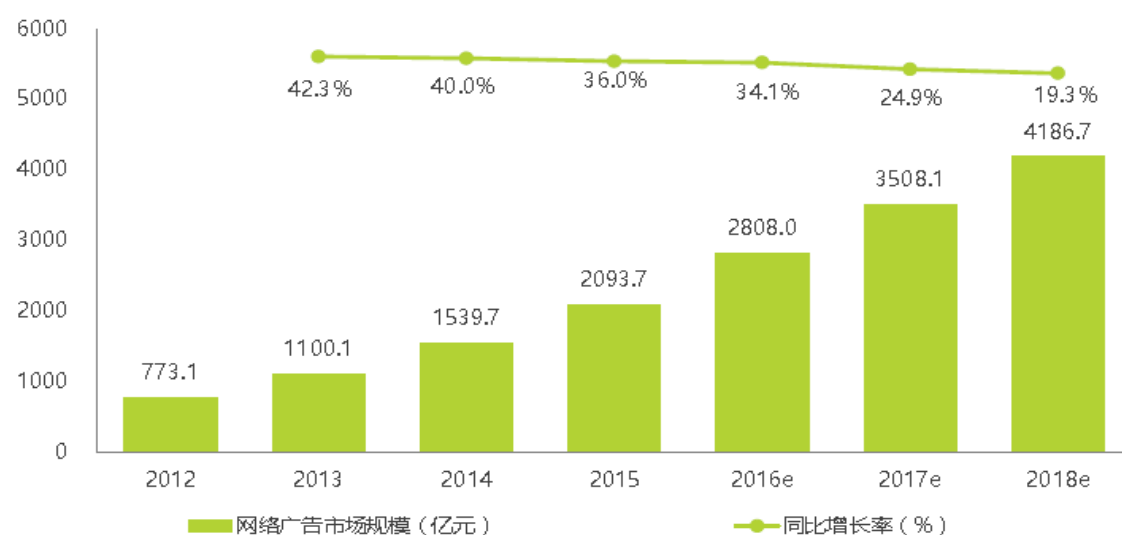
传统媒体上，电视台广告一直被作为主流媒体资源，市场体量庞大，而以网络为代表的新兴媒体市场规模近年来增长迅猛。随着电视走进千家万户，广大消费者很多时间都在接受电视传递的信息，因此凭借高普及率和渗透率等天然优势，传统电视媒体历来都是广告主的重要选择。电视广告多年来一直占据着市场第一的位置，但近几年来随着互联网广告迅速发展，以网络视频、社交媒体和搜索引擎等数字媒体为代表的互联网广告成本低、传播广，优势显著，因而其市场规模迅速扩大。根据艾瑞咨询的统计数据（如下图），2014年网络广告市场规模已经超过了电视台广告。网络广告市场的快速成长，给电视台广告带来了一定的冲击，但鉴于电视台广告一直以来较强的影响力仍在，依然具备较好的受众基础，其未来三年将仍能保持比较稳定的约1,000亿左右的市场规模。

2010-2018年中国五大媒体广告收入规模及预测



网络广告市场规模迅速扩大（如下图），根据艾瑞咨询的预测，2018 年有望突破 4,000 亿元，而随着网络广告市场发展不断成熟，未来几年的增速将趋于平稳。

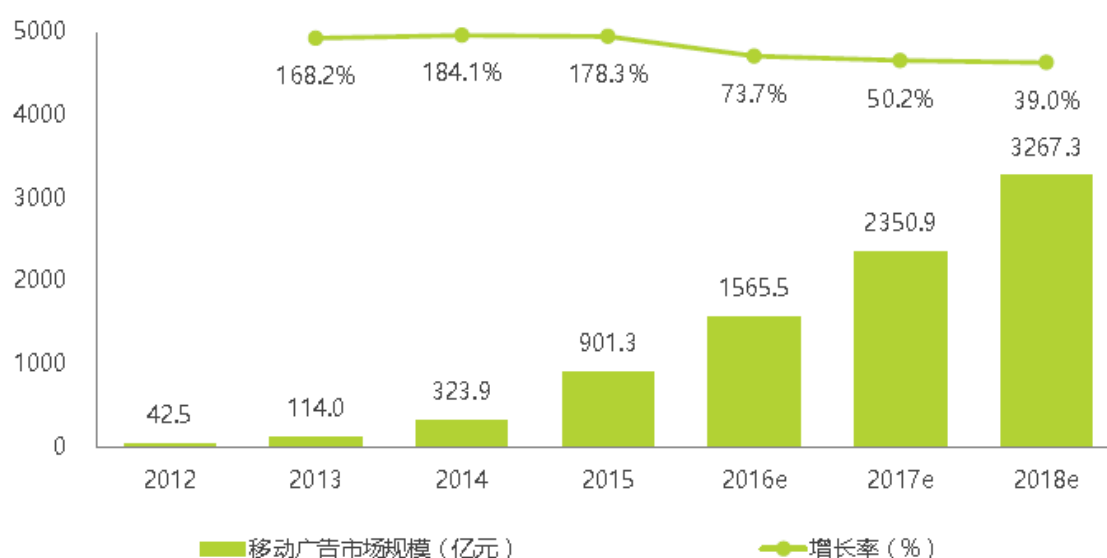
2012-2018 年中国网络广告市场规模及预测



值得注意的是，网络广告中，移动广告市场的发展势头十分强劲，整体市场增速远远高于网络广告市场，2015 年增长率达 178.3%，远高于网络广告的 36.0%。根据艾瑞咨询的预测（如下图），到 2018 年，中国移动广告市场规模将突破 3,000 亿，在网络广告市场的渗透率近 80%。移动互联网的高速发展为移

动广告的发展提供了巨大的空间。随着垂直行业的移动广告平台在各自领域逐渐形成规模化经营，移动广告产品所具备的优势将进一步吸引广告主向移动广告市场倾斜。移动程序化营销、场景营销、泛娱乐营销、自媒体社群营销将成为未来几年移动营销发展的趋势。

2012-2018 年中国移动广告市场规模及预测

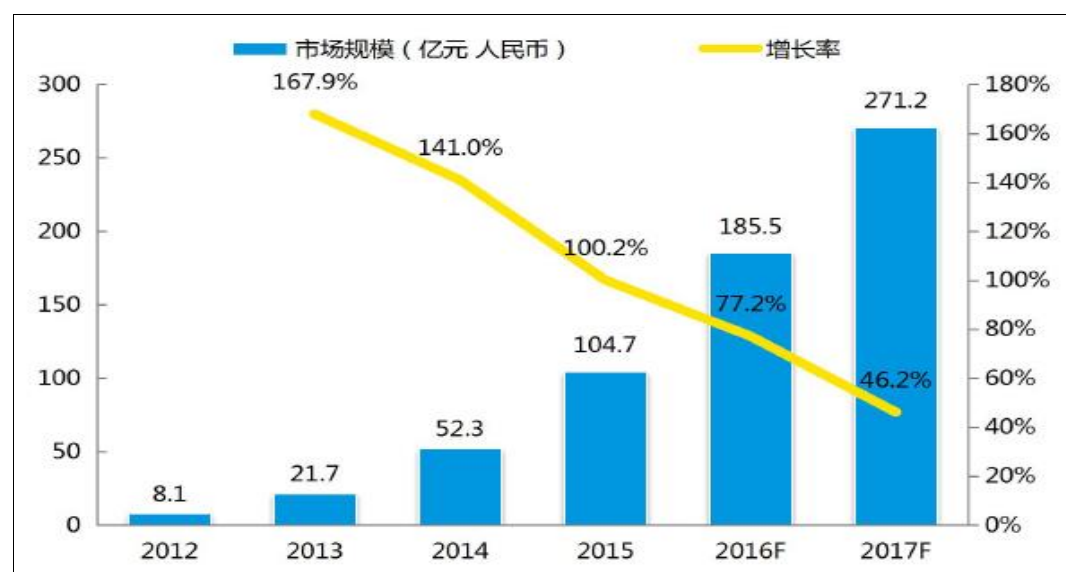


数据来源：艾瑞咨询

3、程序化购买广告市场分析

以精准营销为特色的程序化购买广告，市场规模在经历了过去几年爆发式增长后，随着行业逐渐成熟和市场认知水平逐渐提升，未来仍将保持较快增长。随着BAT、运营商以及各大网站的数据越来越开放，我国程序化购买的生态环境越来越成熟；同时，程序化购买交易因高精度的匹配以及智能化高效投放，越来越受到广告主的认可。这些为程序化购买市场规模的扩张奠定了基础。2012年我国程序化广告市场规模仅为8.1亿元，2015年增至104.7亿，复合增长率高达134.69%。程序化购买市场整体规模过去几年出现爆发式增长，随着市场规模基数的扩大和市场的成熟度不断提高，增长率下降较明显，但是仍然维持在相对高位，根据易观智库预测（如下图），2017年我国程序化购买市场规模将达到271.2亿元，未来市场前景乐观。

中国程序化购买市场规模及预测



数据来源：易观智库

（六）影响行业发展的有利因素

1、国家政策支持

广告业是创意产业的重要组成部分，我国政府高度重视创意产业的培育与发展，将创意产业作为国家战略产业加以扶植，这必将推动广告行业获得巨大的发展空间。2009年，我国政府推出《文化产业振兴规划》，其中明确提出推动广告产业的发展；2012年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》，提出“推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业”；文化部发布《“十二五”时期文化产业倍增计划》，提出了“十二五”期间文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于20%，2015年比2010年至少翻一番，实现倍增的奋斗目标。

2、中国制造业品牌意识的提升

虽然我国制造业获得了极大地发展，但是国内企业品牌意识不强，造成了企业国内市场拓展不利，更不利于国际市场的开发。在2008年国际金融危机中，很多为国外企业提供贴牌生产服务的企业受到了很大的冲击，这使得众多国内企业的自有品牌意识逐渐增强。企业主自主品牌觉悟的提升推动了国内广告业的发展，而且广告主对广告的关注点也开始由纯价格导向往效果导向转移。

3、新媒体技术的推动

新媒体是指20世纪后期在全球科学技术发生巨大进步的背景下，在社会信息传播领域出现的建立在数字技术基础上的新型媒体。新媒体技术改变了信息传播的方式，拓展了传播内容与传播途径，丰富了广告的途径和手段，为广告主提供了更多的选择；同时，新媒体技术下，各类新兴媒体层出不穷，从而跨媒体的整合营销推广变得更为重要。

4、整合营销推动广告公司升级

随着信息化时代的到来，全球化的市场竞争日益激烈，单纯的加工制造创造的利润日渐微薄，而拥有自主知识产权和品牌的产品则日益成为市场经济的主流。因此，自主品牌形象的树立越来越受到众多广告主的重视，以统一的目标和统一的传播形象、传递一致产品信息的整合营销传播服务才能帮助广告主迅速树立其产品品牌在消费者心目中的地位，提升其品牌价值。整合营销要求广告公司提供全面的广告服务，也对广告公司的市场研究和数据分析能力提出了更高的要求。广告主对“整合营销”的需求，有利于促进广告公司提升服务能力，扩展服务范围。

（七）影响行业发展的不利因素

1、国际资本冲击

外资广告公司凭借雄厚资本与专业优势通过控股、收购等各种方式快速扩张，给我国广告企业带来了较大的冲击，尤其是给业务单一的中小广告公司带来了较大的生存压力。

2、消费市场分化

我国消费市场呈现进一步细分的发展趋势，大众、分众、小众、碎片化的市场杂糅。在这种情况下，捕捉目标消费者越来越不容易，操作难度越来越高。广告营销日益需要数据库营销、精准化传播、细分化管理，这对传统的粗放型、单一型的本土广告传播模式提出了挑战。

3、广告行业需要树立公信力

目前，我国广告业还不够成熟，行业集中度不高，从业公司与人员的素质与专业水准还存在参差不齐的状况。一些作为广告主的企业特别是中小型企业存在着炒作意识，虚假违法广告严重影响了广告行业的公信力，广告行业的竞争秩序

还有待规范。

4、人才不足

广告行业对人才和知识的要求较高，从业人员的创意水平和技术水平是推动广告业发展的主要动力。虽然我国广告从业人员数量2015年已达307万，但是整体的水平较低，素质高、经验丰富的从业人员相对稀缺。而且，广告专业毕业生在广告公司中所占比例很低，国内高校的学科设置未能跟上企业对广告人才的需求增长速度，这也在一定程度上造成了从业人数多但是人才不足的局面。

5、本土广告公司资金缺乏

国际4A广告公司往往为上市公司，直接的融资渠道保证了其雄厚的资金实力，这有力地支撑了各类广告数据和消费者数据的购买；而且国际4A广告公司往往投入巨资将其对基础数据的研发成果开发为各类专用工具软件和广告行业专业的信息系统，提高了其媒介策划水平和客户服务能力，建立了更为高效的媒介作业运转模式，进而奠定了国际4A广告公司持续增长的基础。此外，由于广告主往往会要求广告公司为其垫付一定的费用，雄厚的资金实力使得国际4A广告公司在争夺客户时具有相当大的优势。

相比而言，本土广告公司主要依靠自身的长期发展而逐步积累资金，往往面临拓展业务和增加研发投入的两难境地。资金的相对匮乏，很大程度上束缚了本土广告公司的发展。

（八）行业的主要壁垒

广告业作为文化创意产业的一部分，属于知识密集、人才密集及技术密集的行业，进入本行业主要存在以下壁垒。

1、人才、技术壁垒

经过多年的发展，我国广告业取得了长足的发展，培养了一大批专业广告人才；同时，在与国际4A广告公司的竞争合作中，本土大型综合服务类广告公司在广告代理和品牌管理等方面拥有了较为雄厚的技术力量。但是随着国民经济的快速发展，广告业对人才需求的增长速度远高于人才的培养速度；而且，随着广告业的持续发展和新技术的深入应用，广告公司对人才的创新性、创意水平和信息技术的应用能力要求也越发提高。广告专业人才的缺乏成为限制广告公司发展

的一大瓶颈。

2、资金壁垒

广告业是一个资金密集型行业，媒体代理业务对广告公司营运资金的需求较大，限制了广告公司凭借有限的资金来拓展业务规模的空间和速度；同时，优质广告资源的开拓对前期的预付资金要求也较高。此外，广告行业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。

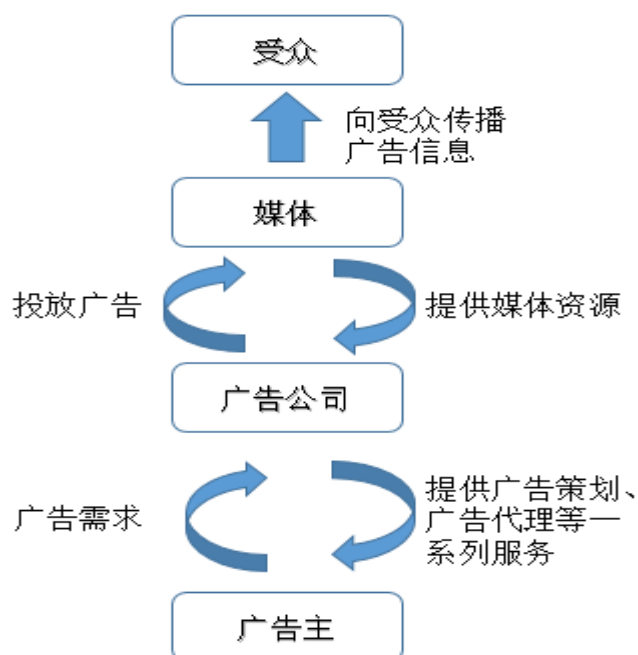
3、品牌认可度壁垒

广告公司在长期发展过程中，不仅积累了行业经验、储备了相应的广告人才、掌握了大量的媒体资讯和专业技能，而且还积累了丰富的客户资源，结合公司的服务质量及对外形象，树立了特有的品牌形象。新成立的广告公司，如若不具备相应的综合实力，将较难争取到大型广告主的业务。

（九）上下游行业

1、产业链介绍

公司所处行业的产业链如下：



当前广告行业已经形成了分工明确的专业体系，广告产业链条上参与对象有：广告主、广告公司、媒体和受众。

广告业产业链运转模式如下：广告主将广告需求信息传达至广告公司，广告公司根据广告主的广告诉求，为其提供一系列专业服务。广告公司对品牌、内容等进行专业定位和策划，结合市场调研信息、客户费用安排、数据发布方提供的媒介信息（如电视台收视率、数字媒体相关指标等），对广告发布计划进行科学的排期组合，提出合理化方案。媒体按照广告公司制作的广告和排期计划投放广告。此外，广告产业链中还有第三方监测机构，对广告投放效果进行监测。通过产业链各方的协作，客户的广告信息得以向目标受众传播。

2、广告公司和上下游的关联性

广告公司在社会专业化分工的过程中产生，在广告产业链条中发挥着不可替代的枢纽作用。广告公司的出现为信息不对称的广告主和媒体双方提供了交易平台，同时，广告公司利用其创意和媒介策略技术，整合多种元素，为广告主定制针对目标市场人群的品牌形象、广告片和媒介策略，实现广告价值的最大化，提升了广告的效果。广告公司与上下游之间具有较强的关联性。

（1）广告主和广告公司之间的关系

广告主是广告公司的下游，两者具有较强的相互作用关系，广告主的广告投放需求促进了广告公司的发展，广告公司为广告主提供的广告营销服务使相关产品、服务、品牌等获得更好的传播效果。现代商业社会中，品牌价值的大小、营销效果的好坏对企业的竞争力越来越重要，出于这种商业环境的变化，广告主对广告公司的需求相应提高，从单纯的广告代理，到整体营销策划、协助制定整体品牌战略等更高的需求。广告公司为适应广告主需求的改变，需要不断提高专业能力以满足广告主更为深层次的需求，广告公司通过为广告主提供更为深层次的服务提高自身收入。

（2）媒体行业和广告公司之间的关系

广告公司与上游媒体具有很强的相关性。市场化的媒体行业在竞争压力下推出更有吸引力的节目或栏目，以及众多新兴媒体的出现，促进了广告资源的优化；众多创新性媒体资源的出现，也丰富了广告传播的手段。在此背景之下，媒体种类的日益丰富，媒体资源的稳定供应，为广告公司的业务规模和领域的扩张创造了有利环境。

（十）行业竞争状况

1、行业总体竞争格局

广告行业市场参与主体数量众多但大多数规模较小。2015 年全国广告业新增经营单位 128,203 户，总数升至 67.19 万户，平均每天新增广告企业超过 350 家，全国广告业从业人员达到了 307.25 万人，2015 年平均每户广告单位的从业人员不到 5 名。

受国家政策的放松和“入世”的影响，我国广告行业的市场化程度日益提高，竞争主体趋向多元化，既有本土广告公司，也有国际广告公司，还有中外合资企业。具有资金、技术实力的国际 4A 广告公司、合资广告公司以及大型本土上市广告公司，在资金、人才、技术和媒体资源等方面的投入远大于非上市公司，凭此优势，在广告市场中获得了较高的占有率。

随着互联网广告公司的大量崛起，以及诸多传统广告公司向网络营销业务的转型，广告行业的竞争热点不再仅仅是传统纸媒与电视媒体，更包括基于互联网的数字媒体等新媒介。同时，随着国内广告行业的日渐规范与成熟，会涌现出更多的以整合营销传播为方向综合服务类型的大中型广告公司。

2、公司的行业地位

公司的服务水平得到了客户的认可。公司业务涵盖传统媒体代理业务和数字营销业务，能在深刻理解客户广告诉求的基础上，为其提供市场分析、创意设计、方案策划、媒介组合、媒介排期、广告投放及监测、广告投放动态优化服务，与众多医药大健康大型企业保持着多年的合作关系，表明其对公司服务能力的认可。

公司在华南地区具有一定的影响力。公司是广州 4A 会员、广州市广告行业协会数字营销分会执行会长单位，获得了“广州一级广告企业（综合服务类）”资质。

3、公司所处行业的代表性企业

公司主营业务为媒体代理和数字营销业务，所在的行业为广告业。广告业是一个充分竞争的行业，行业中的代表企业主要由国际 4A 广告公司在国内的分支机构如上海李奥贝纳广告有限公司、奥美中国等，国内上市的大型广告企业如省广股份、思美传媒、蓝色光标等。该等公司已在广告行业发展多年，在品牌知名

度、资金实力、客户及媒体资源等方面有较大优势。

公司在广告行业耕耘多年，拥有一支经验较为丰富的广告创意策划团队和数字营销运营团队，对客户特别是医疗大健康类客户的广告诉求理解深刻，能向客户提供有针对性的广告创意和广告策划方案，通过较为丰富的媒体渠道投放给受众。公司发展策略清晰，根据行业发展趋势大力发展数字营销业务，并为此搭建自有的四方DSP平台，使广告投放更为高效。新兴互联网媒体资源的发展，使公司在广告创意、策划、传播方面多年经验积累形成的一个个具体广告策划方案能够更好传播给目标受众。公司在行业内有一定竞争力。

公司所处行业的代表性企业和直接竞争对手情况如下：

序号	公司名称	基本情况
1	上海李奥贝纳广告有限公司	李奥贝纳广告公司（Leo Burnett）是全球最大的广告公司之一，1935年成立于美国芝加哥，在全球80多个国家设有近100个分支机构，为众多全球知名品牌公司提供服务，上海李奥贝纳广告有限公司为其在中国的分支机构。
2	奥美中国	奥美集团（Ogilvy & Mather）是全球知名的传播集团，为全球知名企业的全方位的传播服务，业务涉及广告、公关、客户关系管理等；奥美中国为其在中国的分支机构。
3	省广股份	广东省广告集团股份有限公司是中国最早一批成立的广告公司，2010年在深交所中小板挂牌上市，成为“中国广告第一股”；省广股份为国内外超过300家的知名企业提供整合营销服务。
4	思美传媒	思美传媒股份有限公司，中国4A副理事长单位；思美传媒于2014年在深交所挂牌上市；思美传媒运营中心在上海，并在北京、广州、杭州、南京都设有分公司，业务范围面向全国，为众多国内外大型企业提供服务。
5	蓝色光标	北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司成立于2002年，是一家在中国大陆为企业提供品牌管理服务的行业龙头企业，主要提供品牌传播、产品推广、危机管理、活动管理、数字媒体营销、企业社会责任等一体化的链条式服务。蓝色光标通过收购一系列广告公司和数字营销公司实现了在广告行业的布局。
6	尚思传媒	尚思传媒成立于2010年，并于2014年5月于全国股份转让系统公司挂牌。尚思传媒定位为以互联网力量驱动力的整合营销传播服务机构。尚思传媒主要为客户提供整合营销传播、网络营销推广、IP授权及推广服务。
7	典杨传媒	典杨传媒成立于2010年，并于2016年5月于全国股份转让系统公司挂牌。典杨传媒定位文化娱乐产业，以提供原创优质内容为核心竞争力，实施“以内容和服务为双引擎，

序号	公司名称	基本情况
		推进市场区域扩张和产业链延伸”的发展战略，集文化影视、互动娱乐、主题乐园三大主业于一体，打造 IP 贯穿品牌文化，同时融合上下游资源，探索移动互联时代新型娱乐产业生态模式。
8	哇棒传媒	哇棒传媒成立于 2009 年，并于 2013 年 12 月于全国股份转让系统公司挂牌。哇棒传媒专注于移动营销领域，为客户提供一站式移动营销解决方案。

（十一）公司的竞争优势

公司经过多年的发展，与一些电视台媒体保持了紧密的合作关系，对于所处行业的发展趋势和下游客户的广告诉求有着深刻的理解和认知，积累了一定的客户资源。公司的竞争优势主要体现在以下几点：

1、媒体资源优势

公司在业务开展过程中，与湖南电视剧频道、湖南都市频道、湖南经视频道、贵州卫视、吉林乡村频道、广东珠江频道等电视台媒体保持着多年的良好合作关系；同时，在数字媒体方面，公司的四方 DSP 平台对接了亿告、科大讯飞、爱奇艺、搜狐视频、Adview 等广告交易平台，拥有了大量的 PC 端和移动端的媒体资源。这些是公司为客户提供优质整合营销传播服务的前提条件。

2016 年 9 月，公司与广州食安菜妈信息科技有限公司签订合作协议书，食安菜妈将其运营的智慧菜市场内的广告代理权独家授予公司。截至本公开转让说明书签署日，食安菜妈已签订的智慧菜市场项目超过 100 个，该等智慧菜市场的广告经营权由公司独家运营，公司与食安菜妈的合作将丰富公司的媒体投放场景，巩固公司媒体资源方面的优势。

2、客户资源优势

公司在多年的运营过程中，基于自身良好的服务能力，与一些客户保持着密切的合作关系，如白云山医药集团、何济公制药厂、王老吉等，都是公司的老客户。同时，公司在与这些客户多年的合作过程中，对其需求的把握更深刻，这进一步加强了客户对公司的依赖度。

3、创意策划及运营优势

公司拥有一支经验较为丰富的创意策划团队和数字营销运营团队，能在客户分析、市场调研及受众分析的基础上，提出针对性的广告创意和对应的策划

方案，并能在广告投放后，由经验丰富的运营人员根据监测数据进行广告投放的实时动态优化。公司在创意策划及运营过程中，总结并熟练掌握了数字营销“三阶段”推广策略。

2013 年公司为白云山和记黄埔提供了主题为《让爱回家》微电影的创意设计、协助拍摄及营销推广服务，该微电影 2014 年获得了广药集团颁发的“广药白云山杯”首届微电影大赛银奖荣誉证书。公司策划的白云山和黄复方丹参片 2015 年推广营销方案赢得了 2016 年艾奇奖（ECI Awards）——营销创新类铜奖（母婴保健类）以及第七届（2015-2016 年度）虎啸奖——食品药品类优秀奖。

4、具备一定的行业影响力

公司是广东省广告协会副会长单位、广州 4A 会员单位、广州市广告行业协会数字营销分会执行会长单位，获得了“广州一级广告企业（综合服务类）”资质、“2014 年广州十佳广告公司”、“2015 年广告十佳广告公司”证书，由此可见，公司具备一定的行业影响力，特别是在华南地区。

2016 年 3 月，公司（合同乙方）与华南理工大学新闻与传播学院设立的广东省新媒体与品牌传播创新应用重点实验室（合同甲方）签订战略合作协议，甲方负责对乙方培养基地进行审核与监督，以授牌形式确认乙方为“大数据与智慧品牌传播创新应用研究基地”。双方约定通过定期举办行业沙龙、行业论坛等方式展示双方在产学研方面的合作成果。该等活动举办，有助于进一步提高公司在行业内的影响力。

5、传统媒体和数字媒体相结合的优势

公司对行业的发展趋势有着清晰的判断，随着互联网的发展，近年来数字媒体广告发展迅猛。数字媒体成本低、传播广的优势，促进了网络广告的快速发展，公司把握这一趋势，积极发展数字营销业务，并搭建了四方 DSP 和四方 DMP，为客户提供程序化购买和精准化营销服务。公司可根据客户的具体需求和预算，为其提供电视台广告投放服务或数字媒体投放服务或二者相结合的服务，因而相比传统的媒体代理企业或互联网营销企业，公司能够对传统媒体和数字媒体进行有效地整合，这是其一大优势。

6、上市公司股东资源优势

如本公开转让说明书“第一章基本情况”之“四、公司成立以来股本的形

成及其变化情况”之“（七）2016年8月，股份公司第一次增资（注册资本从500万元增至555.56万元）”所述，公司于2016年7月引入达安基因、广州创谷作为公司股东，达安基因和广州创谷为上市公司中山大学达安基因股份有限公司（股票代码：002030）下属的投资企业。截至2016年1月，达安股份通过下属投资企业，已经对外投资超过100家大健康领域企业，形成达安产业生态圈。达安基因和广州创谷入股后，公司将进入达安股份构建的达安产业生态圈系统，达安股份及其所投资的大健康领域企业的业务资源可以与公司进行对接，形成一定的协同效应。

（十二）公司的竞争劣势

1、公司规模较小

与同行业上市公司或领先公司相比，公司业务规模偏小，规模效应不突出，尚无法与本土大型上市广告公司和国际广告公司在本土的分支机构展开全面竞争。

2、公司融资渠道单一

公司资产规模较小、融资渠道较少，在一定程度上制约了公司的发展。随着公司业务尤其是数字营销业务的扩展、DSP研发投入增加、技术和创意策划人才的引进，公司的资金需求也将随之增加，这将对公司现金流形成较大压力。

3、公司客户较为集中

2016年1-5月、2015年度、2014年度公司对前五大客户的营业收入占公司当期营业收入总额的比例分别为91.61%、83.79%、91.59%。报告期内，公司客户较为集中，显示出公司对主要客户存在一定依赖。

七、公司可持续经营能力

（一）报告期内公司持续经营能力分析

公司主营业务为媒体代理和数字营销，公司所处的广告行业市场空间广阔，根据工商部门、广告协会的数据，2015年我国广告市场规模为5,973.41亿元，

主板上市公司中省广股份、思美传媒、蓝色光标为行业领先企业，根据这三家公司2015年年报披露，其营业收入合计为204.70亿元，占我国广告市场规模的3.43%，行业集中度不高和广阔的市场空间为各类型广告经营主体提供了充足的发展空间。

如本公开转让说明书“第二章公司业务”之“六、公司所处行业情况”之“(十一)公司的竞争优势”所述，公司在媒体资源、客户资源、创意策划和运营方面具有一定竞争优势。该等竞争优势最终体现到公司的财务表现上，2016年1-5月、2015年度、2014年度，公司营业收入分别为1,453.34万元、3,887.39万元、3,978.13万元，净利润分别为265.03万元、154.56万元、46.46万元，报告期内公司营业收入保持稳定，由于毛利率的提高，公司净利润快速增长，体现出良好的持续经营能力。

(二) 报告期后公司持续经营能力分析

2016年6月至今，公司新签订的业务合同金额约为1,500.00万元，此外，正在走流程签订的合同金额约为1,295.00万元，未经审计的营业收入金额为1,007.58万元。2016年1月至10月，公司未经审计的营业收入金额为2,460.91万元，净利润为182.00万元，未经审计的销售商品、提供劳务收到的现金为1,766.73万元，2016年6月、7月因为客户排期的原因，导致投放广告较少，所以这两个月存在亏损，导致2016年1月至10月的净利润较2016年1月至5月少。从报告期后新签订的合同情况，营业收入，现金流量表等数据体现，公司持续经营能力良好。截至2016年10月31日，公司未有有息负债，日常经营情况良好，未有发生对供应商欠款逾期的情况。此外，如公开转让说明书“第二章公司业务”之“六、公司所处行业情况”之“(十一)公司的竞争优势”之“6、上市公司股东资源优势”所述中山大学达安基因股份有限公司已通过旗下投资企业入股本公司，公司将进入达安股份构建的达安产业生态圈系统，达安股份及其所投资的大健康领域企业的业务资源可以与公司进行对接，形成一定的协同效应。该协同效应已经开始产生作用，2016年9月公司与广州食安莱妈信息科技有限公司签订合作协议书，食安莱妈将其运营的智慧菜市场内的广告代理权独家授予公司，该合作即为达安股份对旗下投资企业进行资源整合的成果，该合作

可以拓展公司的媒体资源，进一步提升公司的可持续经营能力。

综上，报告期初至今，公司具备持续经营能力，没有迹象表明公司持续经营能力呈现大幅下降的情形。

第三章 公司治理

一、公司法人治理制度的建立健全及运行情况

（一）近两年内三会的建立、健全及运行情况

有限公司时期，公司制定了有限公司章程，并根据有限公司章程的规定建立了股东会。有限公司初期，公司设立了执行董事、监事、总经理等组织机构。公司变更住所、股权以及整体变更等事项均履行了股东会决议程序。

有限公司股东会、执行董事、监事制度的建立和运行情况良好，法人治理结构较为健全，能依照当时的公司章程规定按时召开股东会定期会议，档案保管完善。股份公司自成立以来，按照《公司法》等相关法律法规的要求，建立了由股东大会、董事会、监事会及高级管理人员组成的公司治理结构，健全了股东大会、董事会、监事会等相关制度。公司制订了《公司章程》、三会议事规则、《重大投资管理制度》、《投资者关系管理制度》、《关联交易决策管理制度》、《信息披露管理制度》、《财务管理制度》等制度规则。

公司建立了与经管及规模相适应的组织机构，设立了大数据技术事业部、媒介部、创意与策划部、客户部、行政部、财务部等职能部门，建立了健全的内部经营管理机构，制定了相应的内部管理制度。

（二）公司管理层关于上述机构及相关人员履行职责情况的说明

公司能够依据《公司法》和《公司章程》的规定召开股东大会、董事会和监事会。公司的重大事项能够按照法律法规及章程制度要求进行决策，三会决议能够得到较好的执行。上述机构的相关人员均符合《公司法》和《公司章程》的任职要求，基本能够按照“三会”议事规则履行其义务。股份公司成立以来，公司管理层增强了“三会”的规范运作意识，并注重公司各项管理制度的执行情况，重视加强内部控制制度的完整性及制度执行的有效性。

截至本公开转让说明书签署之日，股份公司已召开了二次股东大会会议、二次董事会会议和一次监事会会议。上述会议程序均符合《公司法》、《公司章程》、三会议事规则的规定，没有损害股东、债权人及第三人合法权益的情况。

二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估

（一）董事会对现有公司治理机制的讨论

股份公司建立健全的股东大会、董事会、监事会及总经理负责的管理层等机构。公司现有八名股东，股东人数、资格均符合《公司法》要求。股份公司第一届董事会于2016年7月25日成立，董事会由五人组成，肖灵霞经由2016年7月25日第一届董事会第一次会议决议，被选举为董事长并出任总经理，谭红梅出任财务负责人、董事会秘书、副总经理。

股份公司依据《公司法》、《证券法》、《非上市公司监督管理办法》、《非上市公司监管指引第3号—章程必备条款》等法律法规及规范性文件的规定，制定并通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《重大投资管理制度》、《关联交易决策管理制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等内部规章制度。上述《公司章程》及各项内部管理制度从制度层面保证现有公司治理机制为所有股东提供合适的保护，保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权。

1、股东的权利

《公司章程》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，并行使相应的表决权；（三）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询的权利；（四）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（五）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告、公司会计报告；（六）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（七）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收

购其股份；**（八）公司保障股东依法享有知情权、参与权、征询权、表决权；（九）**法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

《公司章程》并就股东的诉讼权、股东对股东大会的召集权、提案权、表决权等权利作出明确的规定。

2、投资者关系管理

《公司章程》第十章规定了投资者关系管理的相关事宜。公司还专门制定了《投资者关系管理制度》，对投资者关系管理的工作对象、内容、方式、组织及实施等内容做出了具体规定。

3、纠纷解决机制

《公司章程》规定，公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间涉及章程规定的纠纷，应当先行通过协商解决。协商不成的，提交公司所在地有权管辖的人民法院诉讼解决。

4、关联股东和董事回避制度

《公司章程》规定了关联股东回避制度。股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以就该关联交易事项作适当陈述，但不参与该关联交易事项的投票表决，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。其表决事项按扣除关联股东所持表决权后的二分之一以上通过有效，如该交易属于特别决议范围，应由三分之二有效表决权通过。

《股东大会议事规则》也规定关联股东回避表决制度，“股东大会审议有关关联交易或者定向增发等有关事项时，关联股东针对该事项的股东大会表决应当予以回避，关联股东也不得通过委托代理人的方式参与相关事项的股东大会表决。

有关关联关系的股东可以自行申请回避，董事会、监事会和公司其他股东也可以申请有关关联关系的股东回避，上述申请应在股东大会召开前以书面形式向召集人提出，召集人有义务立即将申请通知有关股东。有关股东可以就上述申请提出异议，在表决前尚未提出异议的，被申请回避的股东应当回避相关事项的表决；对申请有异议的，可以要求监事会对申请做出决议。”

《董事会议事规则》规定了关联董事回避制度。董事个人或者其所任职的其他企业直接或者间接与公司已有的或者计划中的合同、交易、安排有关联关系时（聘任合同除外），不论有关事项在一般情况下是否需要董事会批准同意，均应

当尽快向董事会披露其关联关系的性质和程度。有关联关系的董事，在董事会审议有关联交易时应当自动回避并放弃表决权，即：（一）不参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不得计入有效表决总数；（二）不得代理其他董事行使表决权；（三）不对投票表决结果施加影响；（四）如有关联关系的董事为会议主持人的，不得利用主持人的有利条件，对表决结果施加影响。

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，如依据公司法等法律法规、章程和本规则的有关规定，待决议事项需董事会 2/3 以上董事审议通过的，则须经无关联关系董事 2/3 以上审议通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人或者无法形成有效决议的，应将该事项提交股东大会审议。

（二）董事会对公司治理机制执行情况的评估

公司董事会对公司治理机制的建设情况进行讨论和评估后认为，截至本公开转让说明书签署之日，公司根据实际情况，已建立了能为所有股东提供合适保护的治理机制，相应地公司制度能够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。公司已在制度层面制定了投资者关系管理、纠纷解决机制、关联股东和董事回避制度以及与财务管理、风险控制相关的内部管理制度。

自股份公司设立以来，公司共召开了二次股东大会会议，二次董事会会议和一次监事会会议。股份公司成立之初，管理层规范意识有待加强，公司股东、董事及监事须加强规章制度学习。截至本公开转让说明书签署之日，公司的重大事项基本能够按照法律法规及章程制度要求进行决策，相关决议及制度能够得到有效执行。但由于股份公司成立时间较短，公司治理运行交易尚待观察。公司将根据发展需要，及时补充和完善公司治理机制，有效执行各项制度及保护全体股东的利益。

三、公司及其控股股东、实际控制人最近两年内存在的违法违规及受处罚情况

公司自设立以来，严格遵守国家法律法规，合法生产经营。最近两年内，公司不存在重大违法违规及受处罚的情况。

公司控股股东、实际控制人最近两年不存在违法违规及受处罚的情况。

四、公司的独立性

截至本公开转让说明书签署之日，公司与控股股东及其控制的其他企业在业务、资产、人员、财务、机构方面相互独立，公司拥有独立完整的业务流程、独立的经营场所以及供应、销售部门和渠道，具有独立完整的业务体系及完全自主经营的能力。

（一）业务独立情况

公司主要从事媒体代理和数字营销。公司拥有独立完整的业务流程、独立的经营场所以及供应、销售部门和渠道。公司独立获取业务收入和利润，具有独立自主的经营能力，不存在依赖控股股东、实际控制人及其他关联方进行生产经营的情形，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争，不存在影响公司独立性的重大或频繁的关联方交易。

（二）资产独立

公司是由有限公司整体变更方式设立的股份公司，具备与经营业务体系相配套的资产。公司具有开展业务所需的人才、技术、设备、设施，同时具有与经营有关的资质认定。公司资产独立完整、产权明晰，不存在被控股股东占用而损害公司利益的情形。截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。公司资产独立完整，各项资产产权界定清晰，权属明确。

（三）人员独立

公司董事、监事和高级管理人员均系按照《公司法》、《公司章程》等规定的程序产生，不存在股东干预公司人事任免的情形。公司总经理、副总经理、财务负责人等高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬，未在本公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司已建立了独立的人事聘用、考核、任免制度及独立的工资管理制度，公司在有关员工的社会保障、工薪报酬等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

（四）财务独立

公司设立了独立的财务会计部门，配备了专职的财务人员，建立了独立、健全、规范的会计核算体系和财务管理制度，并建立健全的相应的内部管理制度，独立作出财务决策。公司独立在银行开立账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司作为独立的纳税人，依法独立进行纳税申报并履行纳税义务。

（五）机构独立

公司已经建立健全的股东大会、董事会、监事会及总经理负责的管理层等机构及各项规章制度，形成完整的法人治理结构。公司已建立了与生产经营及规模相适应的组织机构，拥有完整的业务系统及配套部门，各部门已构成一个有机整体，有效运作。公司完全拥有机构设置自主权，并独立行使经营管理职权。公司的机构与控股股东及其控制的其他企业分开且独立运作，不存在混合经营、合署办公的情形，公司各职能部门与股东单位及其职能部门之间不存在上下级关系，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业干预公司机构设置的情况。

五、关联方和同业竞争

（一）公司与控股股东、实际控制人控制之间的同业竞争情况

截至本公开转让说明书签署之日，除了投资四方传媒以外，公司控股股东、实际控制人肖灵霞尚对外投资广州市星宸建筑幕墙工程有限公司、广州文立多川投资有限公司、广州天真食作网络科技有限公司以及广州厚宽投资中心（有限合伙），朱亚贵对外投资了东海中天（北京）影视文化传播有限公司。

1. 股东肖灵霞对外投资企业：广州文立多川投资有限公司

报告期内，股东肖灵霞对外投资广州文立多川投资有限公司，其基本情况如下：

公司名称	广州文立多川投资有限公司		
成立时间	2014 年 4 月 1 日		
有限期限	长期		
注册资本	1000.00 万元		
法定代表人	邱卓坚		
注册号	440101000265944		
公司住所	广州市越秀区华乐路 32 号地下 133 房		
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
经营范围	企业自有资金投资；风险投资；投资管理服务；投资咨询服务；资产管理（不含许可审批项目）；企业财务咨询服务；市场调研服务；商品信息咨询；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
登记机关	广州市工商行政管理局		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例（%）
	王国华	800.00	80.00
	肖灵霞	200.00	20.00
	合计	1000.00	100.00
主要人员	执行董事兼经理：邱卓坚 监事：王国华		

注：邱卓坚与肖灵霞为夫妻关系。

2. 股东肖灵霞对外投资企业：广州市星宸建筑幕墙工程有限公司

报告期内，股东肖灵霞对外投资广州市星宸建筑幕墙工程有限公司，其基本情况如下：

公司名称	广州市星辰建筑幕墙工程有限公司		
成立时间	2013 年 6 月 18 日		
有限期限	长期		
注册资本	100.00 万元		
法定代表人	邱卓坚		
统一社会信用代码	914401060701876830		
公司住所	广州市天河区天河北路侨林街 47 号 1102A 房（仅限办公用途）		
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
经营范围	建筑幕墙工程专业承包；金属结构件设计服务；建筑钢结构、预制构件工程安装服务；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）		
登记机关	广州市工商行政管理局天河分局		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例（%）
	邱卓坚	51.00	51.00
	肖灵霞	49.50	49.00
	合计	100.00	100.00
主要人员	执行董事兼总经理：邱卓坚 监事：肖灵霞		

注：邱卓坚与肖灵霞为夫妻关系。

3. 股东肖灵霞对外投资企业：广州厚宽投资中心（有限合伙）

报告期内，股东肖灵霞对外投资广州厚宽投资中心（有限合伙），其基本情况如下：

公司名称	广州厚宽投资中心（有限合伙）
成立时间	2016 年 4 月 12 日
有限期限	2066 年 4 月 12 日
注册资本	3000.00 万元
执行事务合伙人	广州宽与厚投资管理有限公司（委派代表：广州宽与厚投资管理有限公司（曾业辉））
统一社会信用代码	91440101MA59CF3U5H
公司住所	广州市天河区体育西路 54 号之一 3209 房（仅限办公用途）
公司类型	有限合伙企业

经营范围	企业自有资金投资；资产管理（不含许可审批项目）；投资咨询服务；投资管理服务；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；企业管理咨询服务；贸易咨询服务；企业产权交易的受托代理；进出口商品检验鉴定；货物进出口（专营专控商品除外）(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
登记机关	广州市工商行政管理局

注：合伙人情况：肖灵霞、林俊豪、广州宽与厚投资管理有限公司、张丽萍、杨柳。

4. 股东肖灵霞对外投资企业：广州天真食作网络科技有限公司

报告期内，股东肖灵霞、董事刘维斌对外投资广州天真食作网络科技有限公司，其基本情况如下：

公司名称	广州天真食作网络科技有限公司		
成立时间	2014年9月4日		
有限期限	长期		
注册资本	100.00 万元		
法定代表人	刘维斌		
统一社会信用代码	91440106304715080U		
公司住所	广州市天河区天河路 377 号 603 房自编 6E02（仅限办公用途）		
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
经营范围	预包装食品批发；散装食品批发；预包装食品零售；散装食品零售；酒类零售；网络技术的研究、开发；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)		
登记机关	广州市工商行政管理局天河分局		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例（%）
	刘维斌	80.00	80.00
	肖灵霞	15.00	15.00
	丘慧美	5.00	5.00
	合计	100.00	100.00
主要人员	执行董事兼总经理：刘维斌 监事：肖灵霞		

注：董事刘维斌同时为广州天真食作网络科技有限公司股东。

5. 股东朱亚贵对外投资企业：东海中天（北京）影视文化传播有限公司

报告期内，股东朱亚贵对外投资设立东海中天（北京）影视文化传播有限公司，基本情况如下：

公司名称	东海中天（北京）影视文化传播有限公司		
成立时间	2007 年 11 月 28 日		
有效期限	2017 年 11 月 27 日		
注册资本	100.00 万元		
法定代表人	李广和		
统一社会信用代码	110113010643858		
公司住所	北京市顺义区牛栏山镇顺安路 8 号		
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）		
经营范围	组织文化艺术交流活动（不含演出、棋牌室）；承办展览展示；图文设计；设计、制作、代理、发布广告；影视策划；文化信息咨询（不含中介服务）。（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）		
登记机关	顺义分局		
股权结构	股东	出资额（万元）	股权比例（%）
	李广和	10.00	10.00
	朱亚贵	10.00	10.00
	凌德勤	70.00	70.00
	姜涛	10.00	10.00
	合计	100.00	100.00
主要人员	执行董事、总经理：李广和 监事：凌德勤		

注：公司的主营业务是媒体代理和数字营销，上述实际控制人投资的企业中只有朱亚贵投资设立的东海中天（北京）影视文化传播有限公司在经营范围上存在相似之处，但是由于朱亚贵持股比例只有10%，并且其也未参与该公司的经营业务，因此未对该公司形成控制。据朱亚贵提供的说明，该公司已处于停业状态，不会与公司产生实质性的同业。综上，公司目前不存在与控股股东、实际控制人及其投资的其他企业从事相同或相似业务的情形，实际控制人对外投资企业不与公司存在同业竞争情况。

综上，实际控制人对外投资的企业与股份公司之间不存在同业竞争。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为避免产生潜在的同业竞争情形，公司全体股东及董事、监事、高级管理人员均出具了《避免同业竞争承诺函》，具体内容如下：

1、本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业将不在中国境内外直接或间接从事任何在生产经营上对公司构成竞争的业务及活动；或在生产经营上对公司构成竞争业务的任何经济组织担任总经理、副总经理、财务负责人、营销负责人及其他高级管理人员或核心技术人员；或拥有与公司存在竞争关系的任何经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济组织的控制权。

2、如公司将来扩展业务范围，导致本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业所生产的产品或所从事的业务与公司构成或可能构成同业竞争，本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业承诺按照如下方式消除与公司的同业竞争：本公司/本人承诺不为自己或者他人谋取属于公司的商业机会，自营或者为他人经营与公司同类的业务；本公司/本人保证不利用自身特殊地位损害公司及其他股东的合法权益，也不利用自身特殊地位谋取非正常的额外利益。

3、本公司/本人保证本公司/本人关系密切的家庭成员也遵守以上承诺。

4、本公司/本人在持有公司5%以上股份、担任公司董事、监事、总经理或其他高级管理人员及核心技术人员期间，本承诺函持续有效。

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

6、本承诺函自签署之日起生效，为不可撤销的承诺。

7、本公司/本人愿意依法承担因违反上述承诺而给公司造成的全部经济损失。

六、公司最近两年内资金被关联方占用或为关联方提供担保的情况

（一）关联方资金占用情况

报告期内，公司不存在控股股东、实际控制人占用公司资金的情形。

（二）为关联方担保的情况

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的企业提供担保的情形。

（三）为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生所采取的措施

为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生，保障公司权益，公司制定和通过了《公司章程》、三会议事规则、《关联交易决策管理制度》等内部管理制度，对关联交易、购买出售重大资产、重大对外担保等事项进行了相应制度性的规定。这些制度措施，严格规范公司的关联交易、重大投资、对外担保等行为，避免股东及其关联方滥用权力，利用关联交易、重大投资、对外担保等行为占用或者转移公司资金、资产及其他资源损害股份公司股东利益的行为。

公司全体股东签署了不占用公司资金的承诺书，承诺不以任何理由和方式占用公司的资金及资产。

七、董事、监事、高级管理人员的其他情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持有公司股份的情况

1、董事、监事、高级管理人员及其直系亲属直接持有公司股份的情况如下：

姓名	职务	直接持股数量（股）	直接持股比例（%）
肖灵霞	董事长、总经理	438,000	7.88
段淳林	董事	-	-

刘维斌	董事	-	-
张姮明	董事	-	-
谭红梅	董事、财务负责人、 董事会秘书、副 总经理	-	-
朱亚贵	监事会主席	708,000	12.74
丘玲玲	监事	-	-
关琳玫	监事	-	-
合计		1,146,000	20.62

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在董事、监事、高级管理人员的直系亲属直接持有公司股份的情况。

2、董事、监事、高级管理人员及其直系亲属间接持有公司股份

股份公司董事、监事、高级管理人员通过对四方互动、四方网聚间接持有股份公司股权，具体情况如下：

姓名	职务	间接持股数量（股）	间接持股比例（%）
肖灵霞	董事长、总经理	316,972	5.71
段淳林	董事	-	-
刘维斌	董事	18,000	0.32
张姮明	董事	15,000	0.27
谭红梅	董事、财务负责人、 董事会秘书、副 总经理	120,001	2.16
朱亚贵	监事会主席	391,023	7.04
丘玲玲	监事	10,000	0.18
关琳玫	监事	-	-
合计		870,996	15.68

除上述情况以外，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公司股份的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员之间亲属关系情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

（三）董事、监事、高级管理人员与公司签订重要协议或做出重要承诺的情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司所有董事、监事、高级管理人员均已经与公司签订了劳动合同或聘任合同。公司董事、监事、高级管理人员签订了避免同业竞争的承诺；公司董事、监事、高级管理人员就个人诚信状况出具了承诺；公司董事、监事、高级管理人员还根据全国中小企业股份转让系统关于在全国中小企业股份转让系统公开转让的相关要求对挂牌申报文件出具了相应声明、承诺。

（四）董事、监事、高级管理人员兼职情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员的兼职情况如下：

序号	姓名	在本公司现任职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与公司的关系
1	肖灵霞	董事长兼总经理	广州市星辰建筑幕墙工程有限公司	监事	股东控制的其他企业
			广州天真食作网络科技有限公司	监事	股东、董事对外投资企业
2	刘维斌	董事	广州天真食作网络科技有限公司	执行董事兼总经理、法定代表人	股东、董事对外投资企业
3	段淳林	董事	广东因赛品牌营销集团股份有限公司	董事	无

			广东省新媒体与品牌传播创新应用重点实验室	主任	无
			华南理工大学新闻与传播学院	教授、副院长	无

注1：广东因赛品牌营销集团股份有限公司，经营范围为企业形象策划服务；会议及展览服务；公司礼仪服务；公共关系服务；市场营销策划服务；策划创意服务；广告业；网络技术的研究、开发；数据处理和存储服务；信息技术咨询服务；软件开发；(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)，法定代表人为王建朝，类型为其他股份有限公司(非上市)，住所为广州市天河区珠江新城临江大道3号发展中心20楼，注册资本为人民币5699.482万元，股东为广东橙盟投资有限合伙企业（有限合伙）、王建朝、广东因赛投资有限公司以及李明。

公司认为，段淳林的对外兼职的企业广东因赛品牌营销集团股份有限公司的主营业务为品牌管理与整合营销、智能数字营销与互联网传播、品牌营销传播及内容创意与制作、营销传播及媒介策划与投放，与公司经营范围存在相同或相似之处。但段淳林作为行业专家，虽同时兼任四方传媒、广东因赛品牌营销集团股份有限公司的董事职务，但均未对所兼任的公司进行投资，未形成控制，即使其兼任的企业间在业务上存在相似之处，也并未违反《公司法》中规定董事任职资格，不形成利益输送的动机。

同时，段淳林已签订《避免同业竞争的承诺函》，承诺“本人及本人控制的其他企业将不在中国境内外直接或间接从事任何在生产经营上对公司构成竞争的业务及活动；或在生产经营上对公司构成竞争业务的任何经济组织担任总经理、副总经理、财务负责人、营销负责人及其他高级管理人员或核心技术人员；或拥有与公司存在竞争关系的任何经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济组织的控制权”。

截至本公开转让说明书签署之日，除了上述情况以外，其他董事、监事、高级管理人员均不存在兼职情况。

（五）董事、监事、高级管理人员的对外投资与公司存在利益冲突的情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员直接对外投资情况如下表：

公司董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下表：

姓名	本公司职务	投资公司	出资比例(%)
肖灵霞	董事长兼总经理	广州市星辰建筑幕墙工程有限公司	49
		广州文立多川投资有限公司	20
		广州天真食作网络科技有限公司	15
		广州厚宽投资中心（有限合伙）	0.33
刘维斌	董事	广州天真食作网络科技有限公司	80
朱亚贵	监事会主席	东海中天（北京）影视文化传播有限公司	10

除此以外，公司董事、监事、高级管理人员均不存在其他对外投资的情况。董事、监事、高级管理人员对外投资的公司与本公司的主营业务不存在相同或相似的情形，不存在利益冲突的情况。

（六）董事、监事、高级管理人员最近二年受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况

公司董事、监事、高级管理人员不存在最近二年受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场进入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情形。

（七）其他对公司持续经营有不利影响的情况

公司董事、监事、高级管理人员不存在对公司持续经营有不利影响的情形。

八、董事、监事、高级管理人员最近两年内的变动情况

（一）董事变动情况

2008年1月16日至2016年7月24日，公司执行董事为朱亚贵，监事为肖晓钟。

2016年7月25日，股份公司召开2015年第一次股东大会，选举了肖灵霞（董事长）、段淳林、刘维斌、张姮明、谭红梅为股份公司董事会董事，自2016年7月25日起任职，任期均为三年。

（二）监事变动情况

2008年1月16日至2016年7月24日，公司监事为肖晓钟。

2016年7月25日，股份公司召开2015年监事会第一次会议，选举了朱亚贵（监事会主席）、丘玲玲（职工监事）、关琳玫组成股份公司第一届监事会，自2016年7月25日起任职，任期均为三年。

（三）高级管理人员变动情况

2008年1月16日，公司聘请彭广辉担任总经理职务。

2016年3月29日，在公司原有高管的基础上，增加聘任谭红梅为财务负责人。

2016年7月25日，股份公司召开董事会第一次会议，聘任肖灵霞为公司总经理，聘任谭红梅为公司财务负责人以及董事会秘书、副总经理。自2016年7月25日起任职，高管任职期限均为三年。

公司董事、监事、高级管理人员上述变化主要是为了完善公司治理结构，并已履行必要的法律程序。

第四章 公司财务

一、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营假设为基础,根据实际发生的交易和事项,按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》(财政部令第33号发布、财政部令第76号修订)、于2014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。

（二）合并财务报表范围及变化情况

公司于2008年8月7日投资成立广州唐朝商贸有限公司,共出资人民币55.00万元,持股55.00%。广州唐朝商贸有限公司2013年度营业收入4,139.59元,长期无实际经营和营利能力,经公司2013年11月的股东会决议,同意转让广州唐朝商贸有限公司全部股权。公司于2014年1月17日(该日为处置日)完成了广州唐朝商贸有限公司的股权转让,2014年不再将广州唐朝商贸有限公司纳入合并范围,广州唐朝商贸有限公司在处置日的净资产为561,831.92元,年初至处置日净利润为-2,578.98元,该等亏损主要为人员工资支出所致。

2014年1月1日之2014年1月17日,唐朝商贸无发生经营收入,净利润仅为-2,578.98元,系人员工资支出。其金额非常小,是否合并对公司财务报告不产生重大影响,因此不再披露合并报表。

二、最近两年财务会计报告的审计意见

公司2014年度、2015年度和2016年1-5月的财务会计报告业经中审华寅五洲

会计师事务所（特殊普通合伙）（已于2016年11月1日更名为中审华会计师事务所（特殊普通合伙））审计，并由其出具了“CHW专字[2016]0630号”标准无保留意见审计报告。

三、报告期内公司经审计的财务报表

（一）资产负债表

单位：元

项目	2016年5月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
流动资产：			
货币资金	5,287,662.27	486,140.40	2,399,500.76
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
应收票据	3,979,940.00	-	500,000.00
应收账款	1,664,799.00	874,000.00	67,291.35
预付款项	4,509,786.04	7,422,523.50	9,038,792.68
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	54,112.38	49,275.36	49,275.36
存货	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	-
流动资产合计	15,496,299.69	8,831,939.26	12,054,860.15
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	-	-	-

项目	2016年5月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
固定资产	287,736.36	342,585.05	481,344.92
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	975,000.01	-	-
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-
递延所得税资产	21,905.25	11,500.00	885.41
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	1,284,641.62	354,085.05	482,230.33
资产总计	16,780,941.31	9,186,024.31	12,537,090.48
流动负债：			
短期借款	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	1,457,582.00	1,330,000.00	155,136.00
预收款项	2,099,903.01	2,025,703.01	6,476,278.69
应付职工薪酬	115,246.87	-	-
应交税费	1,309,103.44	681,523.42	378,086.90
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	-	-	1,924,370.00
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	4,981,835.32	4,037,226.43	8,933,871.59

项目	2016 年 5 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
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	-	-	-
负债合计	4,981,835.32	4,037,226.43	8,933,871.59
股本（实收资本）	5,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
资本公积	2,000,000.00	-	-
减：库存股	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	479,910.60	214,879.79	60,321.89
未分配利润	4,319,195.39	1,933,918.09	542,897.00
所有者权益合计	11,799,105.99	5,148,797.88	3,603,218.89
负债和所有者权益总计	16,780,941.31	9,186,024.31	12,537,090.48

（二）利润表

单位：元

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	14,533,369.82	38,873,855.45	39,781,343.58
减：营业成本	9,567,748.64	33,809,370.08	35,440,013.09
营业税金及附加	63,960.07	249,170.53	197,125.75
销售费用	172,151.58	888,139.11	1,621,245.76
管理费用	1,148,610.96	1,785,207.84	1,893,856.12

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
财务费用	2,469.74	-11,019.52	-4,374.64
资产减值损失	41,621.00	42,458.35	-24,924.26
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	3,536,807.83	2,110,529.06	658,401.76
加：营业外收入	0.33	2,377.87	4,320.87
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
减：营业外支出	-	27,450.36	498.65
其中：非流动资产处置损失	-	-	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	3,536,808.16	2,085,456.57	662,223.98
减：所得税费用	886,500.05	539,877.58	197,624.00
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	2,650,308.11	1,545,578.99	464,599.98
其中：归属于母公司所有者的净利润	2,650,308.11	1,545,578.99	464,599.98
少数股东损益	-	-	-
五、其他综合收益	-	-	-
六、综合收益总额	2,650,308.11	1,545,578.99	464,599.98
其中：归属于母公司所有者的综合收益总额	2,650,308.11	1,545,578.99	464,599.98
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-
七、每股收益			
（一）基本每股收益	0.70	0.52	0.15
（二）稀释每股收益	0.70	0.52	0.15

(三) 现金流量表

单位：元

项目	2016 年 1-5 月	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	10,666,521.12	36,014,610.65	48,929,351.26
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	501.09	2,578,316.12	6,681,677.49
经营活动现金流入小计	10,667,022.21	38,592,926.77	55,611,028.75
购买商品、接受劳务支付的现金	8,059,958.47	31,592,383.92	44,265,386.20
支付给职工以及为职工支付的现金	644,266.39	1,204,559.78	1,245,177.47
支付的各项税费	678,672.87	879,904.49	622,919.18
支付其他与经营活动有关的现金	482,602.61	5,829,438.94	9,108,146.97
经营活动现金流出小计	9,865,500.34	39,506,287.13	55,241,629.82
经营活动产生的现金流量净额	801,521.87	-913,360.36	369,398.93
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	550,000.00
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	-	550,000.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	-	1,000,000.00	115,302.80
投资支付的现金	-	-	-

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	-	1,000,000.00	115,302.80
投资活动产生的现金流量净额	-	-1,000,000.00	434,697.20
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	4,000,000.00	-	-
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	4,000,000.00	-	-
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	4,000,000.00	-	-
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	4,801,521.87	-1,913,360.36	804,096.13
加：期初现金及现金等价物余额	486,140.40	2,399,500.76	1,595,404.63
六、期末现金及现金等价物余额	5,287,662.27	486,140.40	2,399,500.76

(四) 股东权益变动表

1、2016年1-5月股东权益变动表

单位：元

项目	2016年1-5月							
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	专项储备	股东权益合计
一、上年年末余额	3,000,000.00	-	-	-	214,879.79	1,933,918.09	-	5,148,797.88
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	3,000,000.00	-	-	-	214,879.79	1,933,918.09	-	5,148,797.88
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	2,000,000.00	2,000,000.00	-	-	265,030.81	2,385,277.30	-	6,650,308.11
（一）综合收益总额	-	-	-	-		2,650,308.11	-	2,650,308.11
（二）股东投入和减少资本	2,000,000.00	2,000,000.00	-	-	-	-	-	4,000,000.00
1.股东投入资本	2,000,000.00	2,000,000.00	-	-	-	-	-	4,000,000.00
2.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-	-	-

项目	2016 年 1-5 月							
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	专项储备	股东权益合计
（三）利润分配	-	-	-	-	265,030.81	-265,030.81	-	-
1.提取盈余公积	-	-	-	-	265,030.81	-265,030.81	-	-
2.提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-
3.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1.本年提取	-	-	-	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	5,000,000.00	2,000,000.00	-	-	479,910.60	4,319,195.39	-	11,799,105.99

2、2015年度股东权益变动表

单位：元

项目	2015 年度							
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	专项储备	股东权益合计
一、上年年末余额	3,000,000.00	-	-	-	60,321.89	542,897.00	-	3,603,218.89
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	3,000,000.00	-	-	-	60,321.89	542,897.00	-	3,603,218.89
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	154,557.90	1,391,021.09	-	1,545,578.99
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	1,545,578.99	-	1,545,578.99
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-
1.股东投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-
2.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	154,557.90	-154,557.90	-	-
1.提取盈余公积	-	-	-	-	154,557.90	-154,557.90	-	-

项目	2015 年度							
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	专项储备	股东权益合计
2.提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-
3.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1.本年提取	-	-	-	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	3,000,000.00	-	-	-	214,879.79	1,933,918.09	-	5,148,797.88

3、2014年度股东权益变动表

单位：元

项目	2014 年度							
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	专项储备	股东权益合计
一、上年年末余额	3,000,000.00	-	-	-	13,861.89	124,757.02	-	3,138,618.91
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	3,000,000.00				13,861.89	124,757.02		3,138,618.91
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	46,460.00	418,139.98	-	464,599.98
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	464,599.98	-	464,599.98
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-
1.股东投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-
2.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	46,460.00	-46,460.00	-	-
1.提取盈余公积	-	-	-	-	46,460.00	-46,460.00	-	-
2.提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-
3.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-

项目	2014 年度							
	实收资本（或股本）	资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	专项储备	股东权益合计
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1.本年提取	-	-	-	-	-	-	-	-
2.本年使用	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	3,000,000.00	-	-	-	60,321.89	542,897.00	-	3,603,218.89

四、报告期采用的主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

公司编制的财务报表符合《企业会计准则》的要求，真实、完整地反映了公司2016年5月31日、2015年12月31日、2014年12月31日的财务状况、2016年1-5月、2015年度、2014年度的经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

自公历1月1日至12月31日止为一个会计年度。

本次公司申请在全国中小企业股份转让系统挂牌的申报期间为2014年1月1日至2016年5月31日。

（三）营业周期

公司营业周期为12个月。

（四）记账本位币

公司采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、分步实现企业合并过程中的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

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

2、同一控制下的企业合并

- （1）个别财务报表

公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为

长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付合并对价之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

合并发生的各项直接相关费用，包括为进行合并而支付的审计费用、评估费用、法律服务费用等，于发生时计入当期损益。被合并方存在合并财务报表，则以合并日被合并方合并财务报表所有者权益为基础确定长期股权投资的初始投资成本。

（2）合并财务报表

合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量。被合并各方采用的会计政策与公司不一致的，公司在合并日按照公司会计政策进行调整，在此基础上按照企业会计准则规定确认。

3、非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为公司在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。在合并合同中对可能影响合并成本的未来事项作出约定的，购买日如果估计未来事项很可能发生并且对合并成本的影响金额能够可靠计量的，也计入合并成本。

公司为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益；公司作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。公司对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

通过多次交换交易分步实现的非同一控制下企业合并，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益（例如，可供出售金融资产公允价值变动计入资本公积的部分，下

同) 转入当期投资收益。

(2) 在合并财务报表中, 对于购买日之前持有的被购买方的股权, 按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量, 公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益; 购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的, 与其相关的其他综合收益转为购买日所属当期投资收益。

(六) 合并财务报表的编制方法

公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定, 所有子公司均纳入合并财务报表。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与公司一致, 如子公司采用的会计政策、会计期间与公司不一致的, 在编制合并财务报表时, 按公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

合并财务报表以公司及子公司的财务报表为基础, 根据其他有关资料, 按照权益法调整对子公司的长期股权投资后, 由公司编制。

合并财务报表时抵销公司与各子公司、各子公司相互之间发生的内部交易对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并所有者权益变动表的影响。

在报告期内, 若因同一控制下企业合并增加子公司的, 则调整合并资产负债表的期初数; 将子公司合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表; 将子公司合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

在报告期内, 若因非同一控制下企业合并增加子公司的, 则不调整合并资产负债表期初数; 将子公司自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表; 该子公司自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

在报告期内, 公司处置子公司, 则该子公司期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表; 该子公司期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

企业因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的, 在合并财务报表中, 对于剩余股权, 应当按照其在丧失控制权日的公允价值进行重

新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

（七）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（一般从购买日起，三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（八）应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

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

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

公司将金额为人民币100万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

2、按组合计提坏账准备应收款项：

（1）信用风险特征组合的确定依据：

公司将金额为人民币100万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项

组合中进行减值测试。

(2) 根据信用风险特征组合确定的计提方法：

①采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5	5
1—2 年	8	8
2—3 年	20	20
3—4 年	80	80
4—5 年	90	90
5 年以上	100	100

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项，应披露单项计提的理由、计提方法等：

公司对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项，单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

这些特征包括：与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项；已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项。

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。

(九) 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、固定资产折旧

除已提足折旧仍继续使用的固定资产之外，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。

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

利用专项储备支出形成的固定资产，按照形成固定资产的成本冲减专项储备，并确认相同金额的累计折旧。该固定资产在以后期间不再计提折旧。

公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

各类固定资产折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
运输工具	5	5	19.00
办公设备	3	5	31.67

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

公司在每期末判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象。

固定资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与固定资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当固定资产的可收回金额低于其账面价值的，将固定资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为固定资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的固定资产减值准备。

固定资产减值损失确认后，减值固定资产的折旧在未来期间作相应调整，以使该固定资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的固定资产账面价值（扣除预计净残值）。

固定资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项固定资产可能发生减值的，企业以单项固定资产为基础估计其可收回金额。企业难以对单项固定资产的可收回金额进行估计的，以该固定资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

当公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

(1) 在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给公司。

(2) 公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定公司将行使这种选择权。

(3) 即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

(4) 公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。

(5) 租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

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

(十) 无形资产与开发支出

1、无形资产的计价方法

(1) 公司取得无形资产时按成本进行初始计量：

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资

产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形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，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益；

在非货币性资产交换具备商业实质且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无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，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无形资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

（2）后续计量：

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

具体摊销年限：

类别	摊销年限（年）
软件	10

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

3、使用寿命不确定的无形资产的判断依据：

每期末，对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。

4、无形资产减值准备的计提：

对于使用寿命确定的无形资产，如有明显减值迹象的，期末进行减值测试。

对于使用寿命不确定的无形资产，每期末进行减值测试。

对无形资产进行减值测试，估计其可收回金额。可收回金额根据无形资产的公允价值减去处置费用后的净额与无形资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当无形资产的可收回金额低于其账面价值的，将无形资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为无形资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。

无形资产减值损失确认后，减值无形资产的折耗或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该无形资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的无形资产账面价值（扣除预计净残值）。

无形资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项无形资产可能发生减值的，公司以单项无形资产为基础估计其可收回金额。公司难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该无形资产所属的资产组为基础确定无形资产组的可收回金额。

5、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准：

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

6、开发阶段支出符合资本化的具体标准：

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资

产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

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

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

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十一）职工薪酬

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

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：

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划

（1）在职工为公司提供服务的会计期间，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本成本。

（2）对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

①根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

②设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以及设定收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；

③期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

3、辞退福利的会计处理方法：

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

4、其他长期职工福利的会计处理方法：

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（十二）预计负债

1、预计负债的确认标准：

与或有事项相关的义务同时满足下列条件时，公司确认为预计负债：

该义务是公司承担的现时义务；

履行该义务很可能导致经济利益流出公司；

该义务的金额能够可靠地计量。

2、预计负债的计量方法：

公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计

量。

公司在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

最佳估计数分别以下情况处理：

所需支出存在一个连续范围（或区间），且该范围内各种结果发生的可能性相同的，则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围（或区间），或虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

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

（十三）收入

1、销售商品收入确认时间的判断标准：

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

2、确认让渡资产使用权收入的依据：

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

（1）利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

（2）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3、按完工百分比法确认提供劳务的收入和建造合同收入时，确定合同完工

进度的依据和方法：

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

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

（2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

4、收入确认的具体方法：

媒体代理：公司承接业务后，按照客户要求选择媒体投放广告，经与客户确认投放计划，在广告见诸媒体并取得播出证明后按月确认收入。

数字营销：公司承接业务后，按项目总金额预收一部分款项，按照客户要求制作广告等宣传材料或（并）投放广告，在项目完成并经与客户验收后确认收入。

（十四）政府补助

1、类型

政府补助，是公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产，但不包

括政府作为企业所有者投入的资本。根据相关政府文件规定的补助对象，将政府补助划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、政府补助的确认

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额（人民币1元）计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

3、会计处理方法

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，按照所建造或购买的资产使用年限分期计入营业外收入；

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期营业外收入；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期营业外收入。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十五）递延所得税资产和递延所得税负债

1、确认递延所得税资产的依据

公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括商誉、非企业合并形成的交易且该交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额所形成的暂时性差异。

3、同时满足下列条件时，企业将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示。

(1) 企业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；

(2) 递延所得税资产和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和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

(十六) 主要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更：

因执行企业会计准则导致的会计政策变更

2014年初，财政部分别以财会【2014】6号、7号、8号、10号、11号、14号及16号发布了《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》、《企业会计准则第30号——财务报表列报（2014年修订）》、《企业会计准则第9号——职工薪酬（2014年修订）》、《企业会计准则第33号——合并财务报表（2014年修订）》、《企业会计准则第40号——合营安排》、《企业会计准则第2号——长期股权投资（2014年修订）》及《企业会计准则第 41号——在其他主体中权益的披露》，要求自2014年7月1日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行，鼓励在境外上市的企业提前执行。同时，财政部以财会【2014】23号发布了《企业会计准则第37号——金融工具列报（2014年修订）》（以下简称“金融工具列报准则”），要求在2014年年度及以后期间的财务报告中按照该准则的要求对金融工具进行列报。

公司于2014年1月1日开始执行前述除金融工具列报准则以外的7项新颁布或修订的企业会计准则，在编制财务报告时执行金融工具列报准则，并根据各准则衔接要求进行了调整，对当期和列报前期财务报表项目及金额无影响。

2、会计估计变更：

报告期内，公司主要会计估计未发生变更。

五、报告期主要财务指标分析

（一）最近两年及一期的主要财务指标

最近两年及一期的主要财务指标参见本公开转让说明书“第一章基本情况”之“八、最近两年一期的主要会计数据和财务指标简表”。

（二）盈利能力分析

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
营业收入（万元）	1,453.34	3,887.39	3,978.13
毛利率（%）	34.17	13.03	10.91
净利润（万元）	265.03	154.56	46.46
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	265.03	156.44	46.17
净资产收益率（%）	32.83	35.32	13.78
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	32.83	35.75	13.70

公司2016年1-5月、2015年度和2014年度营业收入分别为1,453.34 万元、3,887.39万元和3,978.13万元。2015年度公司的营业收入与2014年度相比较为稳定，主要是由于网络媒体近年来逐步发展，且传统电视媒体成本较高，传统媒体代理业务受到一定的冲击，其收入有所下滑，而数字营销业务逐渐发展，其收入大幅上涨，总体营业收入较为稳定。2016年1-5月年化营业收入与2015年相比下降了399.38万元，主要是由于媒体代理业务下滑较大所引起。随着互联网营销的发展，且该业务毛利率相对较高，公司将大力发展数字营销业务。

公司2016年1-5月、2015年度和2014年度净利润分别为265.03万元、154.56万元和46.46万元。报告期内净利润持续增加主要是由于公司拓展新业务，大力发展数字营销业务，该业务的毛利率相对媒体代理的毛利率高，因此为公司创造更多的利润。

公司2015年度净资产收益率和扣除非经常性损益后净资产收益率均较2014年度大幅增加，主要也是由于公司拓展数字营销业务所致。

（三）运营能力分析

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次/年）	26.10	78.47	324.55
存货周转率（次/年）	不适用	不适用	不适用

公司2016年1-5月、2015年和2014年应收账款周转率分别为26.10、78.47和324.55。报告期内应收账款周转率逐渐下降主要是与公司的业务以及结算方式变化有关，媒体代理业务一般预收项目款或月末结算收款，因此应收账款余额较小。数字营销业务一般按照项目验收后收款。随着数字营销业务的推广，公司的应收账款周转率逐渐下降。根据同行业对比公司银橙传媒2015年年报，银橙传媒2015年和2014年的应收账款周转率分别为10.56和13.36，公司的运营能力优于同行业对比公司。

（四）偿债能力分析

项目	2016 年 5 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产负债率（%）（以母公司报表为基础）	29.69	43.95	71.26
流动比率（倍）	3.11	2.19	1.35
速动比率（倍）	3.11	2.19	1.35

2016年5月末、2015年末和2014年末母公司资产负债率分别为29.69%、43.95%和71.26%，2016年1-5月、2015年和2014年流动比率分别为3.11、2.19和1.35，速动比率分别为3.11、2.19和1.35。2015年末公司资产负债率较2014年末下降27.31个百分点，主要是由于2015年末资产总额较2014年末减少26.73%，负债总额较2014年末减少54.81%，负债总额的降幅大于资产总额的降幅所致。2016年5月末公司资产负债率较2015年末下降14.26个百分点，主要是由于2016年5月末资产总额较2015年末增加约759万元，而负债总额无明显波动。

公司资产包括货币资金、应收票据、应收账款、预付款项、其他应收款、固定资产和无形资产等，其中，货币资金不存在受限制的情况；应收票据为客户以汇票支付的服务费；应收账款为应收客户的服务费；预付款项主要为预付的服务费或广告制作费等；其他应收款主要为押金；固定资产是办公设备以及

运输设备等；无形资产主要为软件。

公司负债主要由应付账款、预收款项、应交税费、其他应付款等构成，应付账款为应付电视台或者其他媒体、广告制作方的服务费，预收款项为根据合同约定向客户收取的预收服务费。2016年5月31日、2015年12月31日、2014年12月31日，公司不存在有息负债余额。公司偿债能力不存在重大风险。

（五）现金流量分析

单位：元

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	801,521.87	-913,360.36	369,398.93
投资活动产生的现金流量净额	-	-1,000,000.00	434,697.20
筹资活动产生的现金流量净额	4,000,000.00	-	-
现金及现金等价物净增加额	4,801,521.87	-1,913,360.36	804,096.13

1、经营活动现金流量

（1）销售商品、提供劳务收到的现金

2016年1-5月、2015年度、2014年度公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为10,666,521.12元、36,014,610.65元和48,929,351.26元，报告期内销售商品、提供劳务收到的现金有所减少，主要是由于公司业务类型调整使得相应的结算方式调整。媒体代理业务一般预收项目款或按月结算，收款周期较快，而数字营销业务一般按照项目验收后结算，收款周期变长。

（2）收到其他与经营活动有关的现金

报告期内，公司收到其他与经营活动有关的现金主要由收到往来款和存款利息构成。2016年1-5月、2015年度、2014年度收到其他与经营活动有关的现金的大额现金流项目列示如下：

单位：元

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
利息收入	500.76	12,277.02	6,663.52
营业外收入	0.33	2,377.87	4,320.87

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
往来款	-	2,464,661.23	6,668,531.90
押金、保证金	-	99,000.00	2,161.20
合计	501.09	2,578,316.12	6,681,677.49

(3) 购买商品、接受劳务支付的现金

2016年1-5月、2015年度、2014年度公司购买商品、接受劳务支付的现金分别为8,059,958.47元、31,592,383.92元和44,265,386.20元，报告期内，购买商品、结算劳务支付的现金有所减少，主要是由于公司业务类型调整使得相应的结算方式调整。媒体代理类业务一般是按月支付下月或当月的广告费，因此付款周期较短，而数字营销业务一般先预付小部分款项，待项目验收后结算，相应的付款周期变长，此外由于公司开拓数字营销业务，成本降低，所支付的费用也有所减少。

(4) 支付的其他与经营活动有关的现金

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金主要由付现费用、支付的往来款、保证金及押金等构成。2016年1-5月、2015年度、2014年度支付的其他与经营活动有关的现金的大额现金流项目列示如下：

单位：元

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
押金、保证金	4,837.02	99,000.00	2,161.20
销售费用	48,034.10	691,639.11	1,397,245.76
管理费用	426,760.99	645,430.74	688,199.18
往来款	-	4,364,661.23	7,017,990.00
银行手续费	2,970.50	1,257.50	2,288.88
营业外支出	-	27,450.36	261.95
合计	482,602.61	5,829,438.94	9,108,146.97

(5) 经营活动现金流量净额与净利润的匹配性

单位：元

项目	2016 年 1-5 月	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	2,650,308.11	1,545,578.99	464,599.98
加：资产减值准备	41,621.00	42,458.35	-24,924.26
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	54,848.69	138,759.87	144,436.71
无形资产摊销	24,999.99	-	-
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）	-	-	236.70
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）	-	-	-
递延所得税资产减少（增加以“—”号填列）	-10,405.25	-10,614.59	6,231.07
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）	-2,904,459.56	2,267,102.18	-1,804,712.82
经营性应付项目的增加（减少以“—”号填列）	944,608.89	-4,896,645.16	1,583,531.55
其他	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	801,521.87	-913,360.36	369,398.93
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	5,287,662.27	486,140.40	2,399,500.76
减：现金的期初余额	486,140.40	2,399,500.76	1,595,404.63

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
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	4,801,521.87	-1,913,360.36	804,096.13

2、投资活动现金流量

2016年1-5月、2015年度、2014年度公司投资活动产生的现金流量净额分别为0元、-1,000,000.00元和434,697.20元，主要由购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金形成，2014年度投资活动产生的现金净流入主要是处置对唐朝商贸的股权的现金流入。

3、筹资活动现金流量

2016年1-5月、2015年度、2014年度公司筹资活动产生的现金流量净额分别为4,000,000.00元、0元和0元，公司筹资活动产生现金净流入主要由收到的股东投资款形成。

六、报告期利润形成的有关情况

（一）营业收入、毛利率的主要构成、变化趋势及原因分析

1、报告期内各期营业收入、利润及其变动情况

报告期内，公司营业收入、利润及变动情况如下表所示：

单位：元

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	14,533,369.82	38,873,855.45	39,781,343.58
其中：主营业务收入	14,533,369.82	38,873,855.45	39,781,343.58
其他业务收入	-	-	-
营业成本	9,567,748.64	33,809,370.08	35,440,013.09
其中：主营业务成本	9,567,748.64	33,809,370.08	35,440,013.09
其他业务成本	-	-	-
营业利润	3,536,807.83	2,110,529.06	658,401.76

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
利润总额	3,536,808.16	2,085,456.57	662,223.98
净利润	2,650,308.11	1,545,578.99	464,599.98

公司作为一家综合型广告企业，具体业务包括媒体代理业务和数字营销业务。

媒体代理业务是以传统媒体为载体的广告代理发布业务，公司根据客户的广告发布需求，代理客户进行广告的投放，主要客户包括医药健康行业类企业，主要供应商包括湖南电视剧频道、湖南都市频道、湖南经视频道、贵州卫视、吉林乡村频道、广东珠江频道等电视台以及一些户外广告媒体和报纸等传统媒体。

数字营销业务是以基于互联网的新兴媒体为载体的广告营销传播业务，公司基于客户品牌宣传、产品推广的需要，在创意设计、方案策划的基础上，整合各类新兴媒体资源进行广告的发布，主要客户包括医药健康行业类企业，主要供应商包括新兴媒体包括各类PC端和移动端的媒介资源，如网页、社交媒体（微博、微信等）、论坛、视频、搜索引擎等。

2、主营业务收入的主要构成、变化及原因

（1）主营业务收入按产品分析

收入项目	2016 年 1-5 月		2015 年度		2014 年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
媒体代理	5,771,834.34	39.71	32,556,685.65	83.75	35,362,121.84	88.89
数字营销	7,995,799.64	55.02	5,943,396.21	15.29	3,696,540.63	9.29
其他	765,735.84	5.27	373,773.59	0.96	722,681.11	1.82
合计	14,533,369.82	100.00	38,873,855.45	100.00	39,781,343.58	100.00

公司主营业务为媒体代理与数字营销业务。报告期内，随着网络媒体近年来逐步发展，且传统电视媒体成本较高，传统媒体代理业务受到一定的冲击，其收入有所下滑。公司大力发展新媒体营销业务，报告期内数字营销业务快速增长。

（2）主营业务收入按地区分析

地区	2016 年 1-5 月		2015 年度		2014 年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
华中地区	-	-	-	-	3,540,373.50	8.90
华南地区	13,556,954.73	93.28	37,185,176.21	95.66	36,240,970.08	91.10
华北地区	268,867.92	1.85	226,415.09	0.58	-	-
华东地区	707,547.17	4.87	47,169.81	0.12	-	-
西南地区	-	-	1,415,094.34	3.64	-	-
合计	14,533,369.82	100.00	38,873,855.45	100.00	39,781,343.58	100.00

报告期内，公司主要为广州地区的广告客户提供服务，所以主营业务收入集中在华南地区。

3、收入确认的具体原则

（1）主营业务收入的确认原则

媒体代理：公司承接业务后，按照客户要求选择媒体投放广告，经与客户确认投放计划，在广告见诸媒体并取得播出证明后按月确认收入。

数字营销：公司承接业务后，按项目总金额预收一部分款项，按照客户要求制作广告等宣传材料或（并）投放广告，在项目完成并经与客户验收后确认收入。

4、主营业务成本的主要构成、变化及原因

报告期内，主营业务成本构成如下表所示：

成本项目	2016 年 1-5 月		2015 年度		2014 年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
媒体采购成本	9,567,748.64	100.00	33,809,370.08	100.00	35,440,013.09	100.00
合计	9,567,748.64	100.00	33,809,370.08	100.00	35,440,013.09	100.00

公司主营业务为向客户提供广告服务。公司的营业成本主要为媒体采购成本，具体方法系按项目归集。媒体代理业务的成本主要是按期支付给电视台等传统媒体的广告发布费用，在广告播出确认营业收入的同时同步结转相关的成本。数字营销业务的成本主要是支付互联网媒体的费用，在项目验收确认收入

后同步结转相关的成本。

公司主营业务成本均为媒体采购成本。报告期内，主营业务成本在呈现下降趋势，这是由于公司的媒体代理业务比重下降而数字营销业务比重上升所致。而传统的媒体代理业务主要是电视广告，相应的媒体采购成本较大。随着公司数字营销类业务的发展，营业成本逐渐降低。

5、毛利及毛利率情况

(1) 主营业务毛利及毛利率分产品分析

收入项目	2016 年 1-5 月		
	收入（元）	成本（元）	毛利率(%)
媒体代理	5,771,834.34	4,488,663.72	22.23
数字营销	7,995,799.64	4,703,235.87	41.18
其他	765,735.84	375,849.05	50.92
合计	14,533,369.82	9,567,748.64	34.17

续上表

收入项目	2015 年度		
	收入（元）	成本（元）	毛利率(%)
媒体代理	32,556,685.65	28,692,741.79	11.87
数字营销	5,943,396.21	4,914,269.80	17.32
其他	373,773.59	202,358.49	45.86
合计	38,873,855.45	33,809,370.08	13.03

续上表

收入项目	2014 年度		
	收入（元）	成本（元）	毛利率(%)
媒体代理	35,362,121.84	32,492,107.31	8.12
数字营销	3,696,540.63	2,657,566.01	28.11
其他	722,681.11	290,339.77	59.82
合计	39,781,343.58	35,440,013.09	10.91

2016年1-5月、2015年度、2014年度综合毛利率分别为34.17%、13.03%以及10.91%。报告期内，公司的毛利率逐渐上升，与公司的两类主营业务占收入的比重变化所致。报告期内，公司的媒体代理业务比重下降，而数字营销业务比重上升。而传统的媒体代理业务主要是电视广告，相应的媒体采购成本较大，因此毛利率较低。随着公司数字营销类业务的发展，毛利率逐渐提高。

2016年1-5月、2015年度、2014年度媒体代理业务的毛利率为22.23%、11.87%以及8.12%。由于公司媒体代理各项目由于投放的电视频道、投放时段存在一定的差异，因此毛利率有一定的波动。2016年1-5月毛利率较2015年度大幅上升，主要是由于**公司为提高资源利用率，提高公司业绩，2016年对毛利率较低的项目不予保留**，此外2016年承接广州医药海马品牌整合传播有限公司的几个项目总金额较大，而投放的频道是吉林乡村、湖南电视剧、湖南经视频道等地区性频道，与全国性卫视频道相比，该类频道给予的成本较低，因此毛利率有所上升。

2016年1-5月、2015年度、2014年度数字营销业务的毛利率为41.18%、17.32%以及28.11%。2015年数字营销业务较2014年毛利率下降约10个百分点，主要是由于当年较大的项目口炎清视频推广服务项目投放渠道是爱奇艺等大型视频网站，成本较高，此外**2015年公司为了开拓数字营销的市场，对新增大额客户给予了较大的优惠，使得2015年数字营销业务收入上升但毛利率下降**。2016年1-5月毛利率较2015年度大幅上升，主要是由于公司自有的程序化购买平台四方DSP和DMP于2016年3月开始上线运营，**数字营销由原来单一的网络电视广告变为多元化的网络电视广告与DSP广告相结合的数字营销模式。DSP销售模式为根据客户需求，通过DSP系统对需要的广告位进行竞价，获得广告位后发布客户的广告。通过DSP+DMP平台大大节约了互联网媒体采购成本，从而使得毛利率上升。**

(3) 报告期内，公司主营业务毛利率与同行业公司对比

公司	项目	2015 年年报披露的毛利率 (%)
尚思传媒	毛利率	20.13
典杨传媒	毛利率	23.28

哇棒传媒	毛利率	22.12
平均		21.84

2016年1-5月、2015年度、2014年度综合毛利率分别为34.17%、13.03%以及10.91%。随着公司数字媒体代理业务的发展，尤其是自有DSP和DMP的投入，与同行业公司对比，毛利率优势逐渐显现。

（二）期间费用分析

报告期内，期间费用占营业收入比重变化情况如下：

项目	2016年1-5月	2015年度		2014年度
	金额	金额	增长率	金额
营业收入（元）	14,533,369.82	38,873,855.45	-2.28%	39,781,343.58
销售费用（元）	172,151.58	888,139.11	-45.22%	1,621,245.76
管理费用（元）	1,148,610.96	1,785,207.84	-5.74%	1,893,856.12
财务费用（元）	2,469.74	-11,019.52	151.90%	-4,374.64
期间费用合计（元）	1,323,232.28	2,662,327.43	-24.17%	3,510,727.24
销售费用/营业收入	1.18%	2.28%	-	4.08%
管理费用/营业收入	7.90%	4.59%	-	4.76%
财务费用/营业收入	0.02%	-0.03%	-	-0.01%
期间费用/营业收入	9.10%	6.85%	-	8.83%

公司2016年1-5月、2015年度、2014年度期间费用分别为1,323,232.28元、2,662,327.43元和3,510,727.24元，期间费用占营业收入的比例分别为9.10%、6.85%以及8.83%。2015年度期间费用占营业收入的比例较2014年度有所下降主要是由于2015年度宣传费用减少所致。2016年1-5月期间费用占营业收入的比例较2015年度提高主要是由于公司自身DSP和DMP平台上线，新增技术人员工资较大所致，期间费用具体情况分析如下：

1、销售费用

报告期内，公司销售费用情况如下：

项目	2016 年 1-5 月		2015 年度		2014 年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
工资	124,117.48	72.10	196,500.00	22.12	224,000.00	13.82
宣传费	4,000.00	2.32	525,784.06	59.20	1,136,807.06	70.12
业务招待费	22,980.10	13.35	116,508.45	13.12	144,270.90	8.90
差旅费	9,139.00	5.31	39,416.60	4.44	61,070.80	3.77
会议费	11,915.00	6.92	9,930.00	1.12	55,097.00	3.40
合计	172,151.58	100.00	888,139.11	100.00	1,621,245.76	100.00

报告期内，公司销售费用主要由工资、宣传费、业务招待费等构成，费用结构未有明显变动。2016年1-5月、2015年度、2014年度销售费用发生额分别为172,151.58元、888,139.11元以及1,621,245.76元，2015年度销售费用较2014年度下降73.31万元，主要是宣传费用减少所致。公司为推广自身平台在百度等互联网推广宣传，随着公司自身平台的知名度提高，宣传费用逐渐减少。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用情况如下：

项目	2016 年 1-5 月		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
工资	635,395.78	55.32	1,044,859.78	58.53	1,021,177.47	53.92
折旧	54,848.69	4.78	138,759.87	7.77	144,436.71	7.63
印花税	7,736.60	0.67	17,327.45	0.97	19,447.34	1.03
防洪费	-	0.00	-	0.00	20,595.42	1.09
租金及管理费	129,463.26	11.27	313,147.59	17.54	301,330.97	15.91
无形资产摊销	24,999.99	2.18	-	0.00	-	0.00
其他	296,166.64	25.78	271,113.15	15.19	386,868.21	20.43
合计	1,148,610.96	100.00	1,785,207.84	100.00	1,893,856.12	100.00

报告期内，管理费用主要包括工资、折旧、租金及管理费以及其他管理活动中的必要费用等，费用结构未有明显变动。2016年1-5月、2015年和2014年管

理费用分别为1,148,610.96元、1,785,207.84元和1,893,856.12元。2015年度管理费用与2014年度相比波动不大，2016年1-5月年化管理费用较2015年度增加主要是由于公司自身DSP和DMP平台上线，新增技术人员工资较大，使得工资费用增长较大。

3、财务费用

报告期内，公司财务费用情况如下：

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
利息支出（元）	-	-	-
减：利息收入（元）	500.76	12,277.02	6,663.52
汇兑损益（元）	-	-	-
手续费（元）	2,970.50	1,257.50	2,288.88
合计	2,469.74	-11,019.52	-4,374.64

报告期内，财务费用主要包括利息收入和手续费支出。

（三）报告期内投资收益情况

报告期内，公司无对外投资的情况。

（四）非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益如下表所示：

单位：元

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置损益	-	-	-
越权审批或无正式批准文件的税收返还、减免	-	-	-
计入当期损益的政府补助(与企业业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)	-	-	-
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-

项目	2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-
因不可抗力因素,如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-
债务重组损益	-	-	-
企业重组费用,如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-
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	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入	0.33	2,377.87	4,320.87
除上述各项之外的其他营业外支出	-	-27,450.36	-498.65
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
所得税影响额	0.08	-6,268.12	955.56
合计	0.25	-18,804.37	2,866.66

(五) 公司主要税项及相关税收优惠政策

1、公司主要税率及税种

项目	计税依据	税率		
		2016 年 1-5 月	2015 年度	2014 年度

增值税	销售货物、应税劳务收入和应税服务收入（营改增试点地区适用应税劳务收入）	6%	6%	6%
营业税	应纳税营业额	5%	5%	5%
城市维护建设税	实缴流转税税额之和	7%	7%	7%
教育费附加	实缴流转税税额之和	3%	3%	3%
地方教育附加	实缴流转税税额之和	2%	2%	2%
企业所得税	按应纳税所得额计算缴纳	25%	25%	25%

2、税收优惠及批文

报告期内，公司无税收优惠。

七、报告期财务状况分析

（一）报告期主要资产情况及变动分析

1、流动资产情况及分析

报告期各期末，公司流动资产明细如下所示：

项目	2016年5月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
货币资金	5,287,662.27	34.12	486,140.40	5.50	2,399,500.76	19.90
应收票据	3,979,940.00	25.68	-	0.00	500,000.00	4.15
应收账款	1,664,799.00	10.74	874,000.00	9.90	67,291.35	0.56
预付款项	4,509,786.04	29.10	7,422,523.50	84.04	9,038,792.68	74.98
其他应收款	54,112.38	0.35	49,275.36	0.56	49,275.36	0.41
流动资产合计	15,496,299.69	100.00	8,831,939.26	100.00	12,054,860.15	100.00

（1）货币资金

报告期各期末公司货币资金情况如下：

单位：元

项目	2016年5月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
----	------------	-------------	-------------

库存现金	9,338.60	29,746.71	20,691.94
银行存款	5,278,323.67	456,393.69	2,378,808.82
其他货币资金	-	-	-
合计	5,287,662.27	486,140.40	2,399,500.76

截至2016年5月31日止，本公司不存在质押、冻结，或有潜在收回风险的款项。

(2) 应收票据

①报告期各期末公司应收票据明细如下：

单位：元

项目	2016年5月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
	账面价值	账面价值	账面价值
银行承兑汇票	3,979,940.00	-	500,000.00
合计	3,979,940.00	-	500,000.00

②公司已背书或贴现且在报告期期末尚未到期的应收票据情况：

单位：元

项目	出票日期	到期日	2016年5月31日终止确认金额
洛阳锐腾机械技术有限公司	2016-1-29	2016-7-29	1,000,000.00
江西信德医药有限公司	2016-1-13	2016-7-13	200,000.00
陕西怡康医药有限责任公司	2016-4-12	2016-10-12	100,000.00
合计	——	——	1,300,000.00

(2) 应收账款

①报告期各期末公司应收账款按类别列示的情况如下：

种类	2016年5月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）
单项金额重大并单项计提坏账准备	-	-	-	-	-

种类	2016 年 5 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
按组合计提坏账准备的应收账款	1,752,420.00	100.00	87,621.00	5.00	1,664,799.00
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	1,752,420.00	100.00	87,621.00	5.00	1,664,799.00

续上表

种类	2015 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）
单项金额重大并单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	920,000.00	100.00	46,000.00	5.00	874,000.00
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
合计	920,000.00	100.00	46,000.00	5.00	874,000.00

续上表

种类	2014 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）
单项金额重大并单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	70,833.00	100.00	3,541.65	5.00	67,291.35
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-

种类	2014 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
合计	70,833.00	100.00	3,541.65	5.00	67,291.35

2016 年 5 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日公司应收账款余额分别为 1,752,420.00 元、920,000.00 元以及 70,833.00 元。报告期内应收账款余额逐渐增加主要是与公司的业务以及结算方式变化有关，媒体代理业务一般预收项目款或按月末结算收款，因此应收账款余额较小。数字营销业务一般按照项目验收后收款。随着数字营销业务的推广，公司的应收账款余额逐渐增大。报告期内，公司账龄均在为 1 年以内，应收账款回收风险较小。**截至 2016 年 10 月末，应收账款已全部收回。**

②报告期各期末公司按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款的情况如下：

项目	2016 年 5 月 31 日			
	金额（元）	比例（%）	坏账准备（元）	净额（元）
1 年以内	1,752,420.00	100.00	87,621.00	1,664,799.00
合计	1,752,420.00	100.00	87,621.00	1,664,799.00

续上表

项目	2015 年 12 月 31 日			
	金额（元）	比例（%）	坏账准备（元）	净额（元）
1 年以内	920,000.00	100.00	46,000.00	874,000.00
合计	920,000.00	100.00	46,000.00	874,000.00

续上表

项目	2014 年 12 月 31 日			
	金额（元）	比例（%）	坏账准备（元）	净额（元）
1 年以内	70,833.00	100.00	3,541.65	67,291.35
合计	70,833.00	100.00	3,541.65	67,291.35

③报告期各期末，应收账款余额前五名单位如下：

单位名称	是否关联方	2016年5月31日 余额（元）	占应收账款总 额比例（%）	账龄
广州慧路软件科技有限公司	非关联方	500,000.00	28.53	1年以内
广西双蚁药业有限公司	非关联方	500,000.00	28.53	1年以内
合肥立方制药股份有限公司	非关联方	300,000.00	17.12	1年以内
安徽立方连锁药房有限公司	非关联方	150,000.00	8.56	1年以内
广州市熙励教育信息咨询有限公司	非关联方	140,000.00	7.99	1年以内
合计		1,590,000.00	90.73	

续上表

单位名称	是否关联方	2015年12月31日 余额（元）	占应收账款总 额比例（%）	账龄
广州慧路软件科技有限公司	非关联方	690,000.00	75.00	1年以内
广西双蚁药业有限公司	非关联方	150,000.00	16.30	1年以内
昆山盈意大自然木业有限公司	非关联方	50,000.00	5.43	1年以内
大自然家居（中国）有限公司	非关联方	30,000.00	3.27	1年以内
合计		920,000.00	100.00	

续上表

单位名称	是否关联方	2014年12月31日 余额（元）	占应收账款总 额比例（%）	账龄
湛江燕塘乳业有限公司	非关联方	20,833.00	29.41	1年以内
广州金奇仕贸易有限公司	非关联方	50,000.00	70.59	1年以内
合计		70,833.00	100.00	

④截至2016年5月31日，公司不存在对关联方的应收账款。

⑤公司不存在报告期内或期后大额冲减应收账款的情况。

(4) 预付款项

①报告期各期末，预付款项情况如下：

账龄	2016年5月31日			
	账面余额（元）	占比（%）	坏账计提（元）	账面价值（元）
1年以内	4,509,786.04	100.00	-	4,509,786.04
合计	4,509,786.04	100.00	-	4,509,786.04

续上表

账龄	2015年12月31日			
	账面余额（元）	占比（%）	坏账计提（元）	账面价值（元）
1年以内	7,422,523.50	100.00	-	7,422,523.50
合计	7,422,523.50	100.00	-	7,422,523.50

续上表

账龄	2014年12月31日			
	账面余额（元）	占比（%）	坏账计提（元）	账面价值（元）
1年以内	9,038,792.68	100.00	-	9,038,792.68
合计	9,038,792.68	100.00	-	9,038,792.68

公司的预付款项主要为预付的媒体采购款。2016年5月31日、2015年12月31日以及2014年12月31日预付款项余额分别为4,509,786.04元、7,422,523.50元以及9,038,792.68元。报告期内，预付款项余额有所减少，主要是由于公司业务类型调整使得相应的结算方式调整。媒体代理类业务一般是按月预付下月或当月的广告费，而数字营销业务一般先预付小部分款项，待项目验收后结算。随着数字营销业务的发展，预付款项余额逐渐减少。

②报告期各期末，预付款项前5名单位情况如下：

单位名称	是否关联方	2016年5月31日账面余额（元）	占预付款项余额的比例（%）	未结算原因
贵州艺高广告有限公司	非关联方	2,274,999.00	50.45	广告尚未播出
广州证券股份有限公司	非关联方	1,000,000.00	22.17	服务尚未完成
广州焯火广告有限公司	非关联方	700,000.00	15.52	广告尚未播出

广州联烁网络科技有限公司	非关联方	190,000.00	4.21	广告尚未播出
深圳市微信传媒有限公司	非关联方	100,000.00	2.22	广告尚未播出
合计		4,264,999.00	94.57	

续上表

单位名称	是否关联方	2015年12月31日账面余额（元）	占预付款项余额的比例（%）	未结算原因
贵州艺高广告有限公司	非关联方	4,550,000.00	61.30	广告尚未播出
蔡镕光	非关联方	1,000,000.00	13.47	软件设计费
广州焯火广告有限公司	非关联方	900,000.00	12.13	广告尚未播出
湖南电视广播电视总公司	非关联方	625,000.00	8.42	广告尚未播出
湖北新年广告传播有限公司	非关联方	173,333.50	2.34	广告尚未播出
合计		7,248,333.50	97.66	

续上表

单位名称	是否关联方	2014年12月31日账面余额（元）	占预付款项余额的比例（%）	未结算原因
贵州电视文化传媒有限公司	非关联方	4,386,792.46	48.53	广告尚未播出
湖南电视广播电视总公司	非关联方	1,592,593.03	17.62	广告尚未播出
江苏省广播电视集团有限公司	非关联方	1,460,112.65	16.15	广告尚未播出
吉林电视台	非关联方	520,000.00	5.75	广告尚未播出
金鹃广告股份有限公司	非关联方	326,667.00	3.61	广告尚未播出
合计		8,286,165.14	91.66	

③截至2016年5月31日，预付款项中无持本公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位欠款。

④截至2016年5月31日，预付款项中与关联方的往来请见本章“八、关联方、关联方关系及关联方交易（三）、关联方往来款余额”。

（5）其他应收款

①报告期各期末，其他应收款情况如下：

种类	2016年5月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值 (元)
	金额(元)	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	54,112.38	100.00			54,112.38
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	54,112.38	100.00			54,112.38

续上表

种类	2015年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值 (元)
	金额(元)	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	49,275.36	100.00	-	-	49,275.36
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	49,275.36	100.00	-	-	49,275.36

续上表

种类	2014年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值 (元)
	金额(元)	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	49,275.36	100.00	-	-	49,275.36
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	49,275.36	100.00	-	-	49,275.36
----	-----------	--------	---	---	-----------

报告期内，其他应收款余额主要为押金，余额较小，不对报告产生重大影响。

②报告期内，其他应收款按账龄划分列示如下：

账龄	2016 年 5 月 31 日		
	账面余额（元）	坏账准备（元）	计提比例（%）
1 年以内	4,837.02	-	-
1-2 年	-	-	-
2-3 年	2,161.20	-	-
3-4 年	47,114.16	-	-
合计	54,112.38	-	-

续上表

账龄	2015 年 12 月 31 日		
	账面余额（元）	坏账准备（元）	计提比例（%）
1 年以内	-	-	-
1-2 年	2,161.20	-	-
2-3 年	47,114.16	-	-
3-4 年	-	-	-
合计	49,275.36	-	-

续上表

账龄	2014 年 12 月 31 日		
	账面余额（元）	坏账准备（元）	计提比例（%）
1 年以内	2,161.20	-	-
1-2 年	47,114.16	-	-
2-3 年	-	-	-
合计	49,275.36	-	-

③报告期内，其他应收款按款项性质划分如下：

项目	2016 年 5 月 31 日		
	账面余额（元）	坏账准备（元）	计提比例（%）
押金	54,112.38	-	-
合计	54,112.38	-	-

续上表

项目	2015 年 12 月 31 日		
	账面余额（元）	坏账准备（元）	计提比例（%）
押金	49,275.36	-	-
合计	49,275.36	-	-

续上表

项目	2014 年 12 月 31 日		
	账面余额（元）	坏账准备（元）	计提比例（%）
押金	49,275.36	-	-
合计	49,275.36	-	-

④报告期各期末，其他应收款余额前五名情况如下：

单位名称	款项性质	2016 年 5 月 31 日余额（元）	账龄	占其他应收款余额比例（%）	坏账准备（元）
广东亚洲国际大酒店	押金	1,837.02	1 年以内	3.39	-
		2,161.20	2—3 年	3.99	-
		47,114.16	3—4 年	87.07	-
广州艺都办公用品有限公司	押金	3,000.00	1 年以内	5.55	-
合计		54,112.38		100.00	-

续上表

单位名称	款项性质	2015 年 12 月 31 日余额（元）	账龄	占其他应收款余额比例（%）	坏账准备（元）
广东亚洲国际大酒店	押金	2,161.20	1—2 年	4.39	-
		47,114.16	2—3 年	95.61	-
合计		49,275.36		100.00	-

续上表

单位名称	款项性质	2014 年 12 月 31 日余额（元）	账龄	占其他应收款余额比例（%）	坏账准备（元）
广东亚洲国际大酒店	押金	2,161.20	1 年以内	4.39	-
		47,114.16	1—2 年	95.61	-
合计		49,275.36		100.00	-

2、非流动资产情况及分析

报告期各期末，公司非流动资产明细如下所示：

项目	2016 年 5 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
固定资产	287,736.36	22.40	342,585.05	96.75	481,344.92	99.82
无形资产	975,000.01	75.90	-	0.00	-	0.00
递延所得税资产	21,905.25	1.71	11,500.00	3.25	885.41	0.18
合计	1,284,641.62	100.00	354,085.05	100.00	482,230.33	100.00

（1）固定资产

报告期内，公司固定资产情况如下：

单位：元

项目	办公设备	运输工具	合计
账面原值			
2015 年 12 月 31 日	230,754.50	498,296.00	729,050.50
本期增加金额	-	-	
其中：购置	-	-	

本期减少金额	-	-	
其中：处置或报废	-	-	
2016年5月31日	230,754.50	498,296.00	729,050.50
累计折旧			
2015年12月31日	176,708.55	209,756.90	386,465.45
本期增加金额	16,080.39	38,768.30	54,848.69
其中：计提	16,080.39	38,768.30	54,848.69
本期减少金额	-	-	-
其中：处置或报废	-	-	-
2016年5月31日	192,788.94	248,525.20	441,314.14
减值准备			
2015年12月31日	-	-	-
本期增加金额	-	-	-
本期减少金额	-	-	-
2016年5月31日	-	-	-
账面价值			
2015年12月31日账面价值	54,045.95	288,539.10	342,585.05
2016年5月31日账面价值	37,965.56	249,770.80	287,736.36

续上表

项目	办公设备	运输工具	合计
账面原值			
2014年12月31日	230,754.50	498,296.00	729,050.50
本期增加金额	-	-	-
其中：购置	-	-	-
本期减少金额	-	-	-
其中：处置或报废	-	-	-
2015年12月31日	230,754.50	498,296.00	729,050.50
累计折旧			

2014 年 12 月 31 日	130,992.60	116,712.98	247,705.58
本期增加金额	45,715.95	93,043.92	138,759.87
其中：计提	45,715.95	93,043.92	138,759.87
本期减少金额	-	-	-
其中：处置或报废	-	-	-
2015 年 12 月 31 日	176,708.55	209,756.90	386,465.45
减值准备			
2014 年 12 月 31 日	-	-	-
本期增加金额	-	-	-
本期减少金额	-	-	-
2015 年 12 月 31 日	-	-	-
账面价值			
2014 年 12 月 31 日账面价值	99,761.90	381,583.02	481,344.92
2015 年 12 月 31 日账面价值	54,045.95	288,539.10	342,585.05

续上表

项目	办公设备	运输设备	合计
账面原值			
2013 年 12 月 31 日	120,185.70	498,296.00	618,481.70
本期增加金额	115,302.80	-	115,302.80
其中：购置	115,302.80	-	115,302.80
本期减少金额	4,734.00	-	4,734.00
其中：处置或报废	4,734.00	-	4,734.00
2014 年 12 月 31 日	230,754.50	498,296.00	729,050.50
累计折旧			
2013 年 12 月 31 日	84,097.11	23,669.06	107,766.17
本期增加金额	51,392.79	93,043.92	144,436.71
其中：计提	51,392.79	93,043.92	144,436.71
本期减少金额	4,497.30	-	4,497.30

项目	办公设备	运输设备	合计
其中：处置或报废	4,497.30	-	4,497.30
2014 年 12 月 31 日	130,992.60	116,712.98	247,705.58
减值准备			
2013 年 12 月 31 日	-	-	-
本期增加金额	-	-	-
本期减少金额	-	-	-
2014 年 12 月 31 日	-	-	-
账面价值			
2013 年 12 月 31 日账面价值	36,088.59	474,626.94	510,715.53
2014 年 12 月 31 日账面价值	99,761.90	381,583.02	481,344.92

公司截至2016年5月31日的固定资产包括办公设备和运输工具，账面原值729,050.50元，累计折旧441,314.14元，账面净值为287,736.36元，固定资产总体成新率为39.47%。截至2015年12月31日固定资产账面原值为729,050.50元，累计折旧386,465.45元，账面净值为342,585.05元，固定资产总体成新率为46.99%。截至2014年12月31日的固定资产账面原值为729,050.50元，累计折旧247,705.58元，账面净值为481,344.92元，固定资产总体成新率为66.02%。目前公司在用的固定资产均使用状态良好，不存在淘汰、更新、大修、技术升级等情况，其对公司的财务状况和持续经营能力无不利影响。

截至2016年5月31日，公司固定资产不存在减值情形，无需提取固定资产减值准备。

(3) 无形资产

单位：元

项目	软件	合计
账面原值		
2015 年 12 月 31 日	-	-
本期增加金额	1,000,000.00	1,000,000.00
其中：购置	1,000,000.00	1,000,000.00

项目	软件	合计
本期减少金额	-	-
2016年5月31日	1,000,000.00	1,000,000.00
累计摊销		
2015年12月31日	-	-
本期增加金额	24,999.99	24,999.99
其中：计提	24,999.99	24,999.99
本期减少金额	-	-
2016年5月31日	24,999.99	24,999.99
减值准备		
2015年12月31日	-	-
本期增加金额	-	-
本期减少金额	-	-
2016年5月31日	-	-
账面价值		
2015年12月31日账面价值	-	-
2016年5月31日账面价值	975,000.01	975,000.01

无形资产主要是公司委托开发的DSP和DMP平台，报告期内已开发完工，达到预定可使用状态并转入无形资产。

（4）递延所得税资产

①报告期各期末，公司的递延所得税资产明细如下：

单位：元

项目	2016年5月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	87,621.00	21,905.25	46,000.00	11,500.00	3,541.64	885.41
合计	87,621.00	21,905.25	46,000.00	11,500.00	3,541.64	885.41

（二）报告期主要负债情况及变动分析

1、负债情况及分析

项目	2016 年 5 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
应付账款	1,457,582.00	29.26	1,330,000.00	32.94	155,136.00	1.74
预收款项	2,099,903.01	42.15	2,025,703.01	50.18	6,476,278.69	72.49
应付职工薪酬	115,246.87	2.31	-	-	-	-
应交税费	1,309,103.44	26.28	681,523.42	16.88	378,086.90	4.23
其他应付款	-	-	-	-	1,924,370.00	21.54
负债合计	4,981,835.32	100.00	4,037,226.43	100.00	8,933,871.59	100.00

（2）应付账款

①报告期各期末，公司应付账款余额及账龄情况如下表所示：

单位：元

账龄	2016 年 5 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
1 年以内	1,457,582.00	1,330,000.00	155,136.00
合计	1,457,582.00	1,330,000.00	155,136.00

2016年5月31日、2015年12月31日和2014年12月31日，公司应付账款余额分别为1,457,582.00元、1,330,000.00元和155,136.00元。应付账款主要是公司应付媒体采购成本。2015年末应付账款较2014年末增加117.49万元，主要是由于公司业务类型调整所致。媒体代理业务多需要预付当月或下月媒体款，而数字营销类业务可在验收后支付，因此应付账款余额相应增加。

②报告期内应付账款前五名情况如下：

截至2016年5月31日，公司应付账款前五名情况如下：

单位名称	期末余额（元）	与本公司关系	占应付账款期末余额合计数的比例（%）	账龄
广东零度网络科技有限公司	440,000.00	非关联方	30.19	1 年以内
上海剧星传媒股份有限公司	396,500.00	非关联方	27.20	1 年以内

闻康集团股份有限公司	315,000.00	非关联方	21.61	1 年以内
广州童画广告有限公司	180,000.00	非关联方	12.35	1 年以内
广东众力广告有限公司	45,000.00	非关联方	3.09	1 年以内
合计	1,376,500.00		94.44	

截至2015年12月31日，公司应付账款前五名情况如下：

单位名称	期末余额（元）	与本公司关系	占应付账款期末余额合计数的比例（%）	账龄
广州晟烨信息科技有限公司	680,000.00	非关联方	51.13	1 年以内
上海聚胜万合广告有限公司	537,200.00	非关联方	40.39	1 年以内
世纪闻康（北京）科技发展有限公司	105,000.00	非关联方	7.89	1 年以内
精硕世纪科技（北京）有限公司	7,800.00	非关联方	0.59	1 年以内
合计	1,330,000.00		100.00	

截至2014年12月31日，公司应付账款前五名情况如下：

单位名称	期末余额（元）	与本公司关系	占应付账款期末余额合计数的比例（%）	账龄
上海新易传媒广告有限公司	90,000.00	非关联方	58.01	1 年以内
广东年轮广告有限公司	65,136.00	非关联方	41.99	1 年以内
合计	155,136.00		100.00	

③关联方往来情况

截至2016年5月31日，应付账款余额中无应付关联方的款项。

（3）预收款项

①报告期各期末，公司预收款项明细如下表所示：

单位：元

账龄	2016 年 5 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
1 年以内	2,099,903.01	2,025,703.01	6,476,278.69
合计	2,099,903.01	2,025,703.01	6,476,278.69

2016年5月31日、2015年12月31日和2014年12月31日，公司预收款项余额分

别为2,099,903.01元、2,025,703.01元和6,476,278.69元。预收款项主要是公司收到的广告费用。2015年末预收款项较2014年末减少445.06万元，主要是由于公司业务类型调整所致。

②报告期内预收款项前五名情况如下：

截至2016年5月31日，公司预收款项前五名情况如下：

单位名称	期末余额（元）	与本公司关系	占预收款项期末余额合计数的比例（%）	账龄
广州医药海马品牌整合传播有限公司	2,099,903.01	非关联方	100.00	1年以内
合计	2,099,903.01		100.00	

截至2015年12月31日，公司预收款项前五名情况如下：

单位名称	期末余额（元）	与本公司关系	占预收款项期末余额合计数的比例（%）	账龄
广州医药海马品牌整合传播有限公司	1,976,563.01	非关联方	97.57	1年以内
广东粤电航运有限公司	36,720.00	非关联方	1.81	1年以内
广东粤电船舶管理有限公司	12,420.00	非关联方	0.62	1年以内
合计	2,025,703.01		100.00	

截至2014年12月31日，公司预收款项前五名情况如下：

单位名称	期末余额（元）	与本公司关系	占预收款项期末余额合计数的比例（%）	账龄
广州医药海马品牌整合传播有限公司	3,494,678.69	非关联方	53.96	1年以内
湛江市苏萨食品有限公司	2,681,600.00	非关联方	41.41	1年以内
广州歌琳化妆品有限公司	300,000.00	非关联方	4.63	1年以内
合计	6,476,278.69		100.00	

③关联方往来情况

截至2016年5月31日，公司预收款项余额中无预收关联方单位的款项。

(5) 应付职工薪酬

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2016 年 5 月 31 日
1: 短期薪酬	-	702,855.02	587,608.15	115,246.87
工资、奖金、津贴和补贴	-	629,321.18	514,074.31	115,246.87
职工福利费	-	16,854.20	16,854.20	-
社会保险费	-	38,218.08	38,218.08	-
其中: 医疗保险费	-	33,082.88	33,082.88	-
工伤保险费	-	1,620.20	1,620.20	-
生育保险费	-	3,515.00	3,515.00	-
重大疾病医疗补助	-	1,351.56	1,351.56	-
住房公积金	-	17,010.00	17,010.00	-
工会经费和职工教育经费	-	100.00	100.00	-
2: 离职后福利	-	56,658.24	56,658.24	-
基本养老保险费	-	54,168.24	54,168.24	-
失业保险费	-	2,490.00	2,490.00	-
合计	-	759,513.26	644,266.39	115,246.87

单位: 元

项目	2014 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2015 年 12 月 31 日
1: 短期薪酬	-	1,090,953.20	1,090,953.20	-
工资、奖金、津贴和补贴	-	891,356.00	891,356.00	-
职工福利费	-	75,282.44	75,282.44	-
社会保险费	-	76,014.36	76,014.36	-
其中: 医疗保险费	-	65,310.32	65,310.32	-
工伤保险费	-	3,765.00	3,765.00	-
生育保险费	-	6,939.04	6,939.04	-
重大疾病医疗补助	-	2,676.40	2,676.40	-
住房公积金	-	38,744.00	38,744.00	-
工会经费和职工教育经费	-	6,880.00	6,880.00	-

2: 离职后福利	-	113,606.58	113,606.58	-
基本养老保险费	-	105,648.48	105,648.48	-
失业保险费	-	7,958.10	7,958.10	-
合计	-	1,204,559.78	1,204,559.78	-

单位：元

项目	2013年12月31日	本期增加额	本期减少额	2014年12月31日
1: 短期薪酬	-	1,134,754.47	1,134,754.47	-
工资、奖金、津贴和补贴	-	914,332.21	914,332.21	-
职工福利费	-	49,942.48	49,942.48	-
社会保险费	-	84,092.30	84,092.30	-
其中：医疗保险费	-	72,244.40	72,244.40	-
工伤保险费	-	4,172.02	4,172.02	-
生育保险费	-	7,675.88	7,675.88	-
重大疾病医疗补助	-	2,755.48	2,755.48	-
住房公积金	-	31,575.00	31,575.00	-
工会经费和职工教育经费	-	52,057.00	52,057.00	-
2: 离职后福利	-	110,423.00	110,423.00	-
基本养老保险费	-	100,410.12	100,410.12	-
失业保险费	-	10,012.88	10,012.88	-
合计	-	1,245,177.47	1,245,177.47	-

(5) 应交税费

报告期各期末，公司应交税费情况如下表所示：

单位：元

项目	2016年5月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
增值税	434,777.74	200,659.57	215,934.94
企业所得税	789,273.87	394,953.99	82,897.21
个人所得税	5,008.81	1,116.92	17,070.35

项目	2016年5月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
城市维护建设税	44,501.02	14,165.85	9,527.31
教育附加	19,072.53	6,078.33	4,083.14
地方教育附加	12,726.01	4,052.22	2,722.09
文化事业建设费	-	57,597.98	22,086.00
其他税种	3,743.46	2,898.56	23,765.86
合计	1,309,103.44	681,523.42	378,086.90

2016年5月31日、2015年12月31日和2014年12月31日，公司应交税费余额分别为1,309,103.44元、681,523.42元和378,086.90元。报告期内应交税费余额逐渐增大，主要是由于公司利润增加，相应应交的所得税有所增加。

（6）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款按款项性质列示：

单位：元

项目	2016年5月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
暂借款	-	-	1,900,000.00
员工代垫费用	-	-	24,370.00
合计	-	-	1,924,370.00

2014年12月31日其他应付款余额主要为公司股东向公司提供的资金拆借，该借款已与2015年归还。

报告期各期末，其他应付款前五名单位情况如下：

单位：元

项目	2016年5月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
肖灵霞	-	-	1,900,000.00
员工代垫费用	-	-	24,370.00
合计	-	-	1,924,370.00

（三）报告期股东权益情况

单位：元

项目	2016年5月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
实收资本	5,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
资本公积	2,000,000.00	-	-
盈余公积	479,910.60	214,879.79	60,321.89
未分配利润	4,319,195.39	1,933,918.09	542,897.00
合计	11,799,105.99	5,148,797.88	3,603,218.89

八、关联方、关联方关系及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》的相关规定，报告期内，公司关联方及关联关系如下：

1、公司股东、实际控制人

公司股东、实际控制人参见本公开转让说明书“第一章公司基本情况”之“三、股权结构”之“（二）公司控股股东、实际控制人的基本情况”。

2、控股股东、实际控制人控制的除本公司以外的其他主要企业

控股股东、实际控制人控制的除本公司以外的其他主要企业参见本公开转让说明书“第三章公司治理”之“五、同业竞争情况”之“（一）公司与控股股东、实际控制人控制之间的同业竞争情况”。

3、其他关联方

关联方名称	与本公司关联关系
广州市星宸建筑幕墙工程有限公司	股东参股公司
广州文立多川投资有限公司	股东参股公司
广州天真食作网络科技有限公司	股东参股公司
广州厚宽投资中心（有限合伙）	股东参股公司
广东因赛品牌营销集团股份有限公司	董事段淳林担任该公司董事
段淳林	公司之董事
谭红梅	公司之董事、副总经理、董事会秘书、财务总监

关联方名称	与本公司关联关系
刘维斌	公司之监事
关琳玫	公司之监事
丘玲玲	公司之监事

（二）关联交易情况

1、经常性关联交易情况

报告期内，公司未与关联方发生经常性关联交易。

2、偶发性关联交易情况

（1）向关联方拆入资金

报告期内，公司向关联方拆入资金的情况如下：

单位：元

关联方名称	2014 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2015 年 12 月 31 日
肖灵霞	1,900,000.00	2,420,000.00	4,320,000.00	-
合计	1,900,000.00	2,420,000.00	4,320,000.00	-

续上表

关联方名称	2013 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2014 年 12 月 31 日
肖灵霞	514,290.00	6,187,310.00	4,801,600.00	1,900,000.00
合计	514,290.00	6,187,310.00	4,801,600.00	1,900,000.00

（三）关联方往来款余额

报告期各期末，关联方往来款余额如下表所示：

单位：元

挂账科目	关联方	2016 年 5 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
其他应付款	肖灵霞	-	-	1,900,000.00
合计		-	-	1,900,000.00

（四）关联交易决策权限、决策程序

1、有限公司阶段

有限公司阶段，《公司章程》未就关联交易决策程序做出明确规定，也未制定关联交易的相关规定。

2、股份公司阶段

股份公司阶段规范和减少关联交易的具体措施为：

（1）制定公司治理文件，规范关联交易

《公司章程》第三十四条 公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司采取下列措施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：

公司不得无偿向股东或其关联方提供资金、商品、服务或者其他资产；不得以明显不公平的条件向股东或其关联方提供资金、商品、服务或者其他资产；不得向明显不具有清偿能力的股东或其关联方提供资金、商品、服务或者其他资产；不得为明显不具有清偿能力的股东或其关联方提供担保，或者无正当理由为股东或其关联方提供担保；不得无正当理由放弃对股东或其关联方的债权或承担股东或者实际控制人的债务。

公司应积极采取措施防止控股股东、实际控制人及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源。公司与控股股东、实际控制人及其关联方之间提供资金、商品、服务或者其他资产的交易，应当严格按照有关关联交易的决策制度履行董事会、股东大会的审议程序，关联董事、关联股东应当回避表决。公司董事、监事、高级管理人员有义务维护公司资产不被控股股东、实际控制人及其附属企业占用。公司董事、高级管理人员协助、纵容控股股东、实际控制人及其附属企业侵占公司资产时，公司董事会应当视情节轻重对直接责任人给予通报、警告处分，对于负有严重责任的董事应提请公司股东大会予以罢免。

公司董事会发现股东、控股股东、实际控制人侵占、转移、占用公司资金、资产及其他资源的，应当立即依法向司法部门申请对该股东所持股份进行司法冻结，凡不能以现金清偿的，通过变现被冻结的股份偿还被侵占、转移、占用的资金、资产。

第六十条规定，关联股东回避表决制度，股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

此外，《公司章程》、《关联交易决策管理制度》就关联交易、关联方及关联关系的认定、关联交易的决策权限、回避制度、审议程序等事项作出了明确规定，进一步规范关联交易，确保关联交易的公允性。

（2）公司股东及董事、监事、高级管理人员签署承诺书

公司进一步强化监督机制，充分发挥监事会的监督职能，防止公司在控股股东的操纵下做出不利于公司及其他股东利益的关联交易及资金拆借行为。公司董事、监事、高级管理人员签署了《关于规范和减少关联交易承诺函》，对关联交易事项做出相关承诺，切实保障关联交易决策管理制度的执行。

（五）减少和规范关联交易的具体安排

股份公司董事、监事、高级管理人员均签订如下承诺：

“鉴于本人担任广州四方传媒股份有限公司董事、监事、高级管理人员的事实，根据《公司法》、《证券法》、《公司章程》和《关联交易决策管理制度》的规定，针对关联交易事项，特作如下承诺：

在本人在公司任职期间和离任后十二个月内，本人、本人的近亲属、本人或本人近亲属控制的其他企业（包括但不限于公司制企业、非公司制企业如合伙、个人独资企业，或任何其他类型的营利性组织，以下均简称“其他企业”）将尽量避免与公司发生关联交易，如与公司发生不可避免的关联交易，本人和本人控制的其他企业将严格按照《公司法》、《证券法》、《公司章程》和《公司关联交易决策管理制度》的规定规范关联交易行为。如违反上述承诺，本人愿承担由此产生的一切法律责任。

九、需提醒投资者关注的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

报告期内无需提醒投资者关注的其他资产负债表日后事项、或有事项及其

他重要事项。

十、公司资产评估情况

2016年7月5日，广东中广信资产评估有限公司对广州市四方广告有限公司整体变更为股份公司的事宜进行了评估，并出具了中广信评报字[2016]第173号《资产评估报告》。评估基准日为2016年5月31日，以资产基础法为主要评估方法，有限公司净资产账面价值为11,799,105.99元，评估值为11,959,579.63元，增值率为1.36%。整体改制后公司资产及负债仍按照账面价值入账。

除上述资产评估事项外，公司未发生其他资产评估行为。

十一、股利分配政策和报告期内的分配情况

（一）股利分配政策

公司章程中约定，公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- ①弥补以前年度亏损；
- ②提取法定公积金。法定公积金按税后利润的10%提取，法定公积金累计额为注册资本50%以上的，可不再提取；
- ③经股东大会决议，提取任意公积金；
- ④分配股利。公司董事会提出预案，提交股东大会审议通过后实施。

（二）报告期内公司的实际股利分配情况

报告期内，公司无实际股利分配的情况。

十二、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

报告期内无控股子公司或纳入合并报表的其他企业。

十三、公司特有风险因素的自我评估

（一）毛利率波动的风险

2016年1-5月、2015年度、2014年度媒体代理业务的毛利率为22.23%、11.87%以及8.12%。2016年1-5月、2015年度、2014年度数字营销业务的毛利率为41.18%、17.32%以及28.11%。公司与客户的销售定价主要根据项目大小、所耗用的人工成本、所投放的广告渠道等因素制定，故不同项目的毛利率有一定波动。若未来公司毛利率未能保持较高的水平，将对公司的盈利情况产生不良影响。

应对措施：公司将加强对客户与供应商管理，加强成本的控制，大力利用自有DSP/DMP平台减少媒体采购成本，保持毛利率的稳定。

（二）主要客户过于集中的风险

2014年度、2015年度以及2016年1-5月公司前五大收入占总营业收入的比重为91.59%、83.79%以及91.61%。其中对第一大客户广州医药海马品牌整合传播有限公司的收入占总营业收入的占比分别为59.92%、36.58%以及62.39%。报告期内公司存在对主要客户依赖的风险，未来销售增长将取决于公司与现有客户保持长期合作的能力以及公司开拓新客户的能力。

应对措施：公司将在巩固现有客户合作的基础上，积极开拓消费类、金融类、互联网类广告主客户，扩大公司的客户覆盖范围。

（三）经营活动现金流不足的风险

2014年度、2015年度以及2016年1-5月经营活动现金流净额分别为36.94万元、-91.34万元以及80.15万元，报告期内经营活动现金流量净额较小且波动较大，若公司未来市场扩张及渠道建设拓展不顺利，或受行业整体风险影响，公司将面临经营活动现金流不足的风险。

应对措施：公司将通过扩大客户基础等方式提高经营活动现金流入，同时加强管理减少无效的费用支出，以进一步改善经营活动现金流。

（四）公司规模较小的风险

2014年度、2015年度以及2016年1-5月公司的营业收入分别为3,978.13万元、3,887.39万元以及1,453.34万元；资产总额分别为1,253.71万元、918.60万元以及1,678.09万元。公司目前整体规模仍较小，抗风险能力相对较弱。

应对措施：数字营销业务有利于公司发展中小型广告主客户，公司将通过发展数字营销业务扩大公司的客户基础，提高公司的抗风险能力。

（五）核心业务人员流失的风险

公司所在的广告业为文化创意产业的一部分，属人才密集、知识密集及技术密集型的行业。媒体代理和数字营销为公司的主营业务，公司的持续发展依赖于具有广告策划、市场营销、媒体管理等技能的专业人才，一旦公司流失具有该等专业技能的业务人员或不能随公司的业务扩张培养和引进足够的专业人才，将对公司的业务发展造成不利影响。

应对措施：公司将通过多种方式提高对优质人才的吸引力，包括但不限于通过在全国股份转让系统公司挂牌提高公司的知名度以吸引优质人才，通过引入上市公司达安股份下属企业广州市达安基因科技有限公司、广州市达安创谷企业管理有限公司作为公司股东，利用上市公司的资源优势吸引优质人才加盟，通过设立股转激励平台对优秀人才进行股权激励。

（六）技术升级风险

公司正在大力拓展基于互联网精准投放技术的数字营销业务，该业务是公司未来的重点业务发展方向之一。该项业务与互联网信息技术、大数据分析技术密切相关，由于相关技术发展较快，更新周期较短，公司面临一定的技术升级风险。如公司不能保持对技术研发的持续投入，或对技术发展趋势判断有误，不能根据市场发展趋势及时调整技术研发方向，将对公司未来业务发展造成不利影响。

应对措施：公司将密切关注数字营销业务的发展趋势，增加公司对于数字营销业务的资源投入，确保公司的数字营销业务保持一定的市场竞争力。

（七）宏观经济波动风险

广告行业与宏观经济增长具有一定的正相关关系。近年来，随着宏观经济和商品消费需求的快速增长，广告需求也出现了大幅增长，从而带动了广告业的发展。但是如果经济低迷、社会消费支出减少，广告主很可能减少广告预算，导致广告投放需求的减少，这将对广告行业的发展产生不利影响，从而影响公司的业务和经营。

应对措施：公司将密切关注广告市场的发展趋势，因应客户需求提供优质的广告营销服务，以减少宏观经济变化对公司的不利影响。

（八）公司治理的风险

公司于2016年8月整体变更为股份公司，并成立了股东大会、董事会、监事会，建立并完善了三会制度，使得公司治理结构更为规范。但是，公司治理体系仍处于刚刚建立阶段，仍需要在实践中不断完善。目前，公司尚无专门的风险控制部门和内部审计部门，随着公司业务不断扩展、公司员工不断增加，将会对公司的治理结构提出更高的要求。因此，公司的治理结构若不能满足经营所需，将会对公司的持续、健康发展带来不利影响。

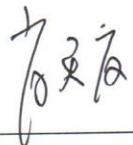
应对措施：公司已组织管理层尽快学习、熟悉股份公司的全部制度，并考虑会在挂牌后聘任常年法律顾问持续协助公司规范内部治理程序，不断提升公司管理层的职业素质以及完善公司内控制度。

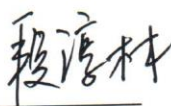
第五章 有关声明

一、申请挂牌公司全体董事、监事和高级管理人员声明

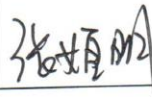
本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

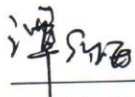
全体董事签字：


肖灵霞


段淳林

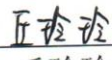

刘维斌

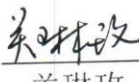

张姮明


谭红梅

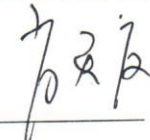
全体监事签字：

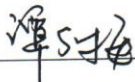

朱亚贵


丘玲玲


关琳玫

全体高级管理人员签字：


肖灵霞


谭红梅

广州四方传媒股份有限公司

2016年12月1日



二、主办券商声明

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

项目负责人：

陈润娟

陈润娟

项目小组成员：

陈润娟

陈润娟

邓绮琪

邓绮琪

关学能

关学能

广州证券股份有限公司

法定代表人：

2016年12月1日

三、律师事务所声明

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

经办律师（签名）：

刘怀玉： 刘怀玉 蒋晓芳： 蒋晓芳
韩曼莉： 韩曼莉

机构负责人（签名）：

唐健锋： 唐健锋

广东正平天成律师事务所（盖章）

2016 年 12 月 1 日



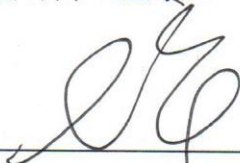
四、会计师事务所声明

本机构及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的审计报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对广州四方传媒股份有限公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人（签字）：

方文森： 

签字注册会计师（签字）：

胡咸华： 

签字注册会计师（签字）：

林彤： 



五、评估师声明

本机构及经办人员（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。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册资产评估师（签名）：

肖 浩：

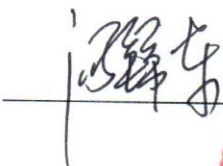


林巧萍：



机构负责人（签名）：

汤锦东：



广东中广信资产评估有限公司（盖章）

2016年12月1日



第六章 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