

兴业证券股份有限公司
关于推荐厦门橙力文化产业股份有限公司
进入全国中小企业股份转让系统公开转让的报告

根据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”）下发的《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》（以下简称“《业务规则》”），厦门橙力文化产业股份有限公司（以下简称“橙力文化”、“公司”）就其股票进入全国中小企业股份转让系统（以下简称“全国股份转让系统”）挂牌公开转让事宜经过公司董事会决议、股东大会批准。

根据《业务规则》及《全国中小企业股份转让系统主办券商尽职调查工作指引（试行）》（以下简称《调查指引》），兴业证券股份有限公司（以下简称“兴业证券”、“主办券商”或“本公司”、“我公司”）对橙力文化的历史沿革、财务状况、业务状况、公司治理和合法合规事项等进行了尽职调查，对橙力文化本次申请其股票进入全国股份转让系统挂牌公开转让出具本报告。

一、尽职调查情况

兴业证券推荐橙力文化挂牌项目小组根据《调查指引》的要求，对橙力文化进行了尽职调查，调查的主要事项包括公司的基本情况、历史沿革、独立性、关联交易、同业竞争、规范运作、持续经营、财务状况、重大事项等。

项目小组与橙力文化的董事长、总经理、财务总监兼董事会秘书、核心技术和业务人员及其他重要的公司员工等进行了访谈，并同公司聘请的北京盈科（厦门）律师事务所和立信会计师事务所（特殊普通合伙）注册会计师进行了交流；查阅了公司章程、“三会”（股东（会）大会、董事会、监事会）会议记录、公司各项规章制度、会计凭证、会计账簿、审计报告、工商行政管理部门登记资料、纳税凭证等；了解了公司的生产经营状况、内控制度、规范运作情况和发展计划。通过上述尽职调查，项目小组出具了《厦门橙力文化产业股份有限公司股票挂牌公开转让尽职调查报告》，认为橙力文化符合《业务规则》规定的挂牌条件。

二、内核意见

我公司推荐挂牌项目内核小组于 2017 年 3 月 15 日至 2017 年 3 月 20 日对橙

力文化股票拟申请在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让的备案文件进行了认真审阅，于 2017 年 3 月 20 日召开了内核会议，参与项目审核的内核成员为严智杰、刘君、刘超洋、蔡庆、刘美玉、尤挺辉、关长良七人，其中刘君、刘超洋、尤挺辉为律师；蔡庆、刘美玉为注册会计师；关长良为行业专家；严智杰为其他内核人员。上述内核成员不存在近三年内有违法、违规记录的情形；不存在担任项目小组成员的情形；不存在持有拟推荐公司股份，或在该公司中任职以及存在其他可能影响其公正履行职责的情形。

根据《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》（以下简称《业务规则》）对内核机构审核的要求，内核成员经审核讨论，对橙力文化本次股票挂牌公开转让出具如下的审核意见：

（一）我公司内核小组按照《全国中小企业股份转让系统主办券商尽职调查工作指引》（以下简称《调查指引》）的要求对项目小组制作的《厦门橙力文化产业股份有限公司股票公开转让尽职调查报告》进行了审阅，并对尽职调查工作底稿进行了抽查核实，认为项目小组已按照《调查指引》的要求对公司进行了实地考察、资料核查等工作；项目小组中的注册会计师、律师、行业分析师已就尽职调查中涉及的财务会计事项、法律事项、业务技术事项出具了调查报告。项目小组已按照《调查指引》的要求进行了尽职调查。

（二）根据《业务规则》及《全国中小企业股份转让系统公开转让说明书》的格式要求，公司已按上述要求制作了公开转让说明书，公司挂牌前拟披露的信息基本符合信息披露的要求。

（三）我公司内核小组按照《公司法》、《公司登记管理条例》、《非上市公众公司监督管理办法》等相关法律法规的规定对橙力文化整体变更设立行为的合法合规性进行核查，公司前身是 2012 年 9 月 18 日成立的厦门橙力文化传播有限公司，于 2016 年 6 月 13 日由有限公司整体变更为股份公司，股份公司的整体变更设立行为履行了相应的法律程序并办理了相应的工商变更登记手续，符合法律、行政法规和规范性文件的有关规定，合法有效。

（四）股份公司成立前两年内公司主营业务和董事、高级管理人员没有发生重大变化；整体变更为股份公司过程中，按经审计的账面净资产折股，没有改变历史成本计价原则，公司成立时间可自有限责任公司成立之日起连续计算，公司设立已满两年。公司业务明确、具有持续经营能力，公司治理机制健全、合法规范经营，股权明晰、股票发行和转让行为合法合规，主办券商兴业证券推荐并持续督导。

综上所述，橙力文化符合全国中小企业股份转让系统有限责任公司颁布的《业务规则》规定的被推荐公司所需具备的条件。七名内核成员经投票表决，一致同意推荐橙力文化股票挂牌公开转让。

三、推荐意见

根据项目小组对橙力文化的尽职调查情况，本公司认为橙力文化符合全国股份转让系统公司规定的挂牌条件：

（一）依法设立并存续满两年

1、公司设立的主体、程序合法合规

橙力文化前身系厦门橙力文化传播有限公司，于 2012 年 9 月 18 日取得《企业法人营业执照》，属自然人控股的有限责任公司，系有限责任公司，注册号为 350203200337330，注册资本为 50 万元，法定代表人为法定代表人为倪静，公司地址为厦门市思明区东浦路 22 号二楼 W41，注册资本（实收资本）为 50.00 万元，经营范围为文化活动策划、展览展示服务、摄影服务、礼仪庆典服务；广告设计、制作、代理及发布。（法律法规规定必须办理审批许可才能从事的经营项目，必须在取得审批许可证明后方能营业。）

有限公司设立以来，公司历次注册资本、股权、公司类型等变更均在工商部门办理了变更登记手续。有限公司股权结构稳定，经营存续合法合规。

2016 年 4 月 20 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“信会师报字【2016】第 151141 号”《审计报告》，确认截止 2016 年 3 月 31 日，公司经审计的净资产值为 14,559,361.37 元。

2016 年 4 月 21 日，银信资产评估有限公司出具“银信评报字[2016]沪第 0345 号”《评估报告》，确认截止 2016 年 3 月 31 日，公司经评估的净资产值为 1,456.97 万元。

2016 年 4 月 22 日，叶泽永、蔡宁签订《发起人协议》，约定共同作为发起人将有限责任公司整体变更为股份有限公司。

2016 年 4 月 22 日，有限公司召开股东会，全体股东一致决议：同意以经立信会计师审计的，截至 2016 年 3 月 31 日的净资产 14,559,361.37 元为依据，折合成 10,000,000 股，每股面值 1 元，大于股本部分 4,559,361.37 元计入资本公积。

2016年5月14日，橙力文化召开股份公司创立大会暨第一次股东大会，出席会议的发起人及代表共2人，代表股份1,000万股，占公司有表决权股份总额的100%。会议审议通过了橙力文化整体变更为股份公司的相关议案；选举产生了公司第一届董事会和第一届监事会；审议通过了公司章程。

2016年5月14日，立信会计师出具“信会师报字[2016]第151415号”《验资报告》，验证截至2016年5月14日止，股份公司收到全体股东以已经审计的净资产14,559,361.37元，净资产按1.455936:1的比例折合股本，共折股本1,000万股，大于股本部分4,559,361.37元计入资本公积。

2016年6月13日，厦门市市场监督局颁发统一社会信用代码为91350203051173956U的《营业执照》，核准股份公司设立登记。

综上，公司设立的主体、程序合法合规。

2、公司股东的出资合法、合规，出资方式及比例符合《公司法》相关规定

公司成立以来，历次出资及股权转让，股东均有效签署并履行了出资协议，出资及时到位、出资方式合法。公司股东所持股份均不存在质押或其他争议的情况，公司股东出具了关于其股份不存在质押等转让限制及股权纠纷或潜在纠纷的书面声明。公司设立至今历次的验资报告情况如下：

序号	出具时间	报告编号	出具机构	验证内容描述
1	2012年9月10日	厦天茂会验字（2012）第Y0211号	厦门市天茂会计师事务所有限公司	验证截至2012年9月4日止，公司已收到股东首次缴纳的注册资本合计50万元，其中倪静缴纳注册资本45万元，倪健缴纳注册资本5万元。各股东均以货币出资。
2	2014年5月30日	厦集易达验字（2014）第10165号	厦门市集易达联合会计师事务所	验证截至2014年5月29日止，公司已收到股东缴纳的新增注册资本150万元，其中倪静缴纳新增注册资本135万元，倪健缴纳新增注册资本15万元，各股东均以货币出资。
3	2015年3月26日	厦天茂会验字（2015）第Y0110号	厦门市天茂会计师事务所	验证截至2015年3月25日止，公司已收到股东缴纳的新增注册资本300万元，其中倪静缴纳新增注册资本270万元，倪健缴纳新增注册资本30万元，各股东均以货币出资。
4	2015年5月28日	厦天茂会验字（2015）第Y0225号	厦门市天茂会计师事务所	验证截至2015年5月26日止，公司已收到叶泽永缴纳的新增注册资本500万元，以货币出资。
5	2016年5月14日	信会师报字[2016]第151415号	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	验证截至2016年5月14日止，股份公司收到全体股东以已经审计的净资产14,559,361.37元，净资产按1.455936:1的比例折合股本，共折股本1,000万股，大于股本部分4,559,361.37元计入资本公积。公司累计注册资本（实收资本）1,000.00万元。

3、公司存续满两个完整的会计年度

公司系由有限公司整体变更而来，在整体变更为股份公司过程中，公司按经审计的账面净资产折股，没有改变历史成本计价原则，因此，公司存续时间可自有限公司成立之日起连续计算，公司符合存续已满两个完整的会计年度的条件。

（二）业务明确，具有持续经营能力

公司成立于 2012 年 9 月 18 日，设立时注册资本 50 万元，经过多年发展，公司增资三次，并于 2016 年 6 月 13 日完成股改。公司目前的注册资本为 1,000.00 万人民币。公司以品牌商业模式构建为核心，为客户提供品牌标准建设、商品标准建设、传播应用管理以及零售应用管理等品牌生态管理服务。公司所经营的业务已取得相应的资质和许可，符合法律、行政法规和规章的规定，符合国家产业政策以及环保、质量、安全等要求；同时，公司的业务具有相应的关键资源要素，且该要素组成具有投入、处理和产出能力，能够与商业合同、收入或成本费用等相匹配。

在财务方面，2015 年、2016 年，公司经审计的营业收入分别为 27,397,320.56 元、90,852,269.06 元，公司具有持续经营记录，且收入规模快速增长。公司 2015 年、2016 年的财务报告业经具有证券相关业务资格的立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了标准无保留意见。

在市场前景方面，近年来，中国文化创意产业发展规模从小到大，势头良好，整体实现了较快增长，在国民经济中的份额稳步提高，对整个国民经济的贡献逐年加大，在推动经济发展、优化产业结构中发挥着越来越重要的作用。据国家统计局数据，2015 年我国文化及相关产业的增加值为 27,235 亿元，比 2014 年名义增长 11%，比同期 GDP 名义增速高 4.6 个百分点，在 2014 年增长 12.2% 的基础上继续保持两位数增长，同时增速远高于同期 GDP 增长，呈快速增长态势。文化产业增加值占 GDP 的比重为 3.97%，比 2014 年提高 0.16 个百分点；对 GDP 增量的贡献达 6.5%，比 2014 年提高 1 个百分点，均达到历史新高。文化产业发展活力突显，已成为当前经济增长的亮点之一。自 2004 年我国开始统计文化产业数据以来，我国文化产业增加值年增速均在 10% 以上。按照目前的发展速度，党的十八大报告提出“2020 年文化产业成为国民经济支柱性产业”的目标有望顺利实现。

在业务经营方面，公司业务规模尚小，属于区域型、面向细分行业的中小型企业。与全国性大中型广告公司相比，虽然公司在客户群体、规模等方面均有所不及，但在本地化程度和落地式服务上，公司具备一定的比较优势：公司聚焦于

体育用品、快消品、时装等细分行业，提供基于“品牌生态构建”的系统、精品式的品牌全案服务，能够帮助客户实现品牌运作的全过程落地。在长期的业务实践中，公司已经建立了自己的技术和资源体系，拥有较稳定的客户及供应商资源，并树立了良好的品牌形象。

在公司产品服务方面，公司始终以服务成长型企业及品牌为宗旨，从品牌、商品、传播与零售四维角度解读品牌问题及寻求解决方案，通过整合性思维和专业服务为企业的品牌建设提供全面支持，并提升企业品牌价值。在传统消费提质升级、新兴消费蓬勃兴起的“新消费”时代，品牌商品消费的发展潜力巨大，为公司的主营业务创造了良好的市场需求和发展前景。

在产业链整合方面，公司核心团队在广告行业工作多年。自设立以来，公司与行业内的相关单位、机构、媒体和客户都建立了良好的合作关系，拥有较为广泛的业界资源，能够有效整合外部的上下游资源，更好地为客户服务。

在公司人员方面，公司高管和核心人员稳定，经营和技术团队在品牌管理、广告传播、市场开发和客户服务方面具有丰富的工作经验，能够准确把握行业发展趋势，制定经营发展战略和管理制度，推动公司的持续发展，为公司未来的持续经营和发展提供了坚实的基础。

在合法合规方面，报告期内，公司守法、规范经营，未发生因违反法律法规或政策被停止经营；未发生由于异常原因导致停工停产。目前，尚未发现在预见的将来由于国家有关法规或政策的不利变化而对公司生产经营产生重大不利影响。

因此，公司业务明确，主营业务具有持续经营能力。

（三）公司治理机制健全，合法合规经营

有限公司时期，仅设立股东会、一名执行董事和一名监事，以行使相应的决策、执行和监督职能。整体而言，公司治理结构较为简单，内部治理制度方面也不尽完善。公司决策管理的中心是股东会，公司注册资本变更、股权转让均由股东会讨论并行成决议，股东会决议内容合法合规并能得到执行。股东会表决程序符合《公司法》和彼时《公司章程》的规定。但是关联往来、经营规划、对外投资等重大事项仅由管理层进行审议，未见相应的会议文件，缺少会议记录等。有限公司阶段股东会会议通知多以邮件、短信或电话方式表达，告知或分发完毕即视为会议通知行为的完成，并存在未按期召开定期股东会的情况。但上述瑕疵不影响决策机构决议的实质效力，也未损害有限公司和股东利益。

股份公司成立后，公司严格按照《公司法》制定了《公司章程》，并在此基础上构建了适应公司发展需要的治理机制和组织结构。其中，股东大会是公司权力机构；董事会对股东大会负责，公司实行董事会领导下的总经理负责制，由总经理具体主持公司日常生产经营管理工作；监事会是公司监督机构，负责检查公司财务、对董事、高级管理人员监督等工作。公司董事、监事、高级管理人员均在工商行政管理部门进行了备案。根据《公司章程》，公司制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》等规则，对“三会”召开程序及运作机制做出进一步的细化和规范。此外，公司另通过了《对外担保管理办法》、《重大投资决策管理办法》、《关联交易决策管理办法》及《防止控股股东及关联方占用公司资金管理制度》等内控管理制度，从而在制度层面能够有效地保证公司经营业务的有效进行。公司“三会”人员的构成、高级管理人员的产生、《公司章程》及上述议事规则及相关内控管理制度在内容上均符合《公司法》等法律法规的规定，在程序上经过了董事会或股东大会的审议，合法有效。截至本推荐报告出具之日，公司不存在为股东及关联方进行违规担保的情形，不存在资金被股东及关联方违规占用的情形。

公司自设立以来，生产经营行为严格遵守国家有关法律、法规，最近两年没有出现因违法经营而受到处罚的情形。

（四）股权明晰，股票发行和转让行为合法合规

公司自设立以来的股本形成及变化情况如下：

1、有限公司设立

2012年8月20日，厦门市工商行政管理局核发“（厦思）登记内名预核字（2012）第2012012082010063号”《企业名称预先核准通知书》，核准公司名称为“厦门橙力文化传播有限公司”。

2012年9月4日，有限公司召开股东会并形成股东会决议，全体股东一致决定选举倪静为公司执行董事，聘任倪静为公司经理，选举倪健为公司监事。2012年9月4日，公司股东签署公司章程。

2012年9月10日，厦门市天茂会计师事务所有限公司出具“厦天茂会验字（2012）第Y0211号”《验资报告》，验证截至2012年9月4日止，公司已收到股东首次缴纳的注册资本合计50万元，其中倪静缴纳注册资本45万元，倪健缴纳注册资本5万元。各股东均以货币出资。

2012 年 9 月 18 日，厦门市思明区工商行政管理局颁发编号为 350203200337330 号《企业法人营业执照》，核准厦门橙力文化传播有限公司的设立登记。

公司设立时名称为厦门橙力文化传播有限公司，于 2012 年 9 月 18 日取得《企业法人营业执照》，系有限责任公司；注册号为 350203200337330；注册资本为 50 万元；法定代表人为倪静；住所为厦门市思明区东浦路 22 号二楼 W41；经营范围为文化活动策划、展览展示服务、摄影服务、礼仪庆典服务；广告设计、制作、代理及发布。

设立时，有限公司股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	认缴出资 比例 (%)	实缴出资 比例 (%)
1	倪静	45.00	45.00	货币	90.00	90.00
2	倪健	5.00	5.00	货币	10.00	10.00
	合计	50.00	50.00	-	100.00	100.00

2、有限公司第一次注册资本变更

2014 年 5 月 26 日，有限公司召开股东会并形成股东会决议，全体股东一致同意公司注册资本变更为 200 万元，新增注册资本由倪健认缴 15 万元，倪静认缴 135 万元；重新制定公司章程。2014 年 5 月 26 日，公司股东签署新的公司章程。

2014 年 5 月 30 日，厦门市集易达联合会计师事务所出具“厦集易达验字（2014）第 10165 号”《验资报告》，验证截至 2014 年 5 月 29 日止，公司已收到股东缴纳的新增注册资本 150 万元，其中倪静缴纳新增注册资本 135 万元，倪健缴纳新增注册资本 15 万元，各股东均以货币出资。变更后，公司累计注册资本（实收资本）200 万元。

2014 年 6 月 11 日，厦门市思明区工商行政管理局换发编号为 350203200337330 号《营业执照》，完成上述变更登记。

此次变更后，公司股权结构为：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	认缴出资 比例 (%)	实缴出资 比例 (%)
1	倪静	180.00	180.00	货币	90.00	90.00
2	倪健	20.00	20.00	货币	10.00	10.00
	合计	200.00	200.00	-	100.00	100.00

3、有限公司第二次注册资本变更

2015年3月25日，有限公司召开股东会并形成股东会决议，全体股东一致同意公司注册资本变更为500万元，新增注册资本由倪静认缴270万元，由倪健认缴30万元；重新制定公司章程。2015年3月25日，公司股东签署新的公司章程。

2015年3月26日，厦门市天茂会计师事务所出具“厦天茂会验字（2015）第Y0110号”《验资报告》，验证截至2015年3月25日止，公司已收到股东缴纳的新增注册资本300万元，其中倪静缴纳新增注册资本270万元，倪健缴纳新增注册资本30万元，各股东均以货币出资。变更后，公司累计注册资本（实收资本）500万元。

2015年4月1日，厦门市思明区工商行政管理局换发编号为350203200337330号《营业执照》，完成上述变更登记。

此次变更后，公司股权结构为：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	认缴出资 比例(%)	实缴出资 比例(%)
1	倪静	450.00	450.00	货币	90.00	90.00
2	倪健	50.00	50.00	货币	10.00	10.00
	合计	500.00	500.00	-	100.00	100.00

4、有限公司第三次注册资本变更

2015年5月26日，有限公司召开股东会并形成股东会决议，全体股东一致决定吸收叶泽永为公司新股东，并将公司注册资本变更为1000万元，新增注册资本500万元由叶泽永认缴；重新制定公司章程。2015年5月26日，公司股东签署新的公司章程。

2015年5月28日，厦门市天茂会计师事务所出具“厦天茂会验字（2015）第Y0225号”《验资报告》，验证截至2015年5月26日止，公司已收到叶泽永缴纳的新增注册资本500万元，以货币出资。变更后，公司累计注册资本（实收资本）1000万元。

2015年6月9日，厦门市思明区工商行政管理局换发编号为350203200337330号《营业执照》，完成上述变更登记。

此次变更后，公司股权结构为：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	认缴出资 比例 (%)	实缴出资 比例 (%)
1	叶泽永	500.00	500.00	货币	50.00	50.00
2	倪静	450.00	450.00	货币	45.00	45.00
3	倪健	50.00	50.00	货币	5.00	5.00
	合计	1,000.00	1,000.00	-	100.00	100.00

5、有限公司第一次股权转让

2015年6月15日，有限公司召开股东会并形成股东会决议，全体股东一致同意股东倪静将其所持有的公司23%的股权（认缴注册资本230万元，实缴注册资本230万元）以230万元的价格转让给蔡宁。

2015年6月15日，公司按新的股权结构召开股东会并形成股东会决议，全体股东一致同意重新制定公司章程。2015年6月16日，公司股东签署新的公司章程。

2015年6月15日，倪静与蔡宁签署《厦门橙力文化传播有限公司股权转让协议》，约定倪静将其所持有的公司23%的股权（认缴注册资本230万元，实缴注册资本230万元）以230万元的价格转让给蔡宁。

2015年7月2日，厦门市思明区工商行政管理局换发编号为350203200337330号《营业执照》，完成上述变更登记。

此次变更后，公司股权结构为：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	认缴出资 比例 (%)	实缴出资 比例 (%)
1	叶泽永	500.00	500.00	货币	50.00	50.00
2	蔡宁	230.00	230.00	货币	23.00	23.00
3	倪静	220.00	220.00	货币	22.00	22.00
4	倪健	50.00	50.00	货币	5.00	5.00
	合计	1,000.00	1,000.00	-	100.00	100.00

备注：主办券商经查阅公司彼时的未经审计的财务报表，明确了彼时有限公司的净资产数值为10,253,429.64元，与注册资本基本保持一致。此外，因此次股权转让发生时有限公司的业务开展状况较为平缓，故公司希冀能引入具有相关业务资源的股东促使其能进一步开拓市场。基于前述，因此在此次股权转让发生时，转受双方经过综合考虑彼时有限公司的每股净资产数值（1.025元）、业务比例、公司规模等因素，最终将转让价格定为1元每股。对此，倪静与蔡宁已出具

《确认函》，确认转让价格系双方自愿协商确定并已结清，不存在其他争议及限制性条款。

6、有限公司第二次股权转让

2016年1月22日，有限公司召开股东会并形成股东会决议，全体股东一致同意股东倪静将其所持有的公司22%的股权（认缴注册资本220万元，实缴注册资本220万元）以双方约定的价格转让给叶泽永；同意股东倪健将其所持有的公司5%的股权（认缴注册资本50万元，实缴注册资本50万元）以68.5万元的价格转让给蔡宁。

2016年1月22日，公司按新股权结构召开股东会并形成股东会决议，全体股东一致同意修改公司章程相关条款。2016年1月22日，公司股东签署公司章程修正案。

2016年1月22日，倪静与叶泽永签署《厦门橙力文化传播有限公司股权转让协议》，约定倪静将其所持有的公司22%的股权（认缴注册资本220万元，实缴注册资本220万元）以双方约定的价格（实际价格为零元）转让给叶泽永。2016年1月22日，倪健与蔡宁签署《厦门橙力文化传播有限公司股权转让协议》，约定倪健将其所持有的公司5%的股权（认缴注册资本50万元，实缴注册资本50万元）以68.5万元的价格转让给蔡宁。此次股权转让系溢价转让，公司已履行代扣代缴股东的个人所得税并进行纳税申报。

2016年1月29日，厦门市思明区市场监督管理局换发91350203051173956U号《营业执照》，完成上述变更登记。

此次变更后，公司股权结构为：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资方式	认缴出资 比例(%)	实缴出资 比例(%)
1	叶泽永	720.00	720.00	货币	72.00	72.00
2	蔡宁	280.00	280.00	货币	28.00	28.00
合计		1,000.00	1,000.00	-	100.00	100.00

备注：本次股权转让，倪静将其持有的公司股权转让给其配偶叶泽永，叶泽永未支付股权受让价款，其实质系在夫妻共同财产份内进行的财产转移，并未涉及到夫妻财产的再次分配，标的股权的财产权益经此次转让仍由倪静和叶泽永夫妻共同享有，系双方夫妻共同财产。此外，依据国家税务总局于2010年12月14日发布的《关于股权转让所得个人所得税计税依据核定问题的公告》【国家税务总局公告（2010年第27号）】规定，一方将股权转让给配偶，其申报的股

股权转让价格低于对应的净资产份额系正当理由，不被视为计税依据明显偏低。综上，倪静与叶泽永约定以 0 元价格将其持有的有限公司股权转让给其配偶叶泽永具有合理性。此外，此次倪健股权转让系因个人资金需要，股权转让价格经双方协商确定，高于公司 2015 年 12 月 31 日的每股净资产 1.364 元，故此次股权转让系溢价转让。对于溢价所得，倪健已主动缴纳个人所得税及印花税等税费。前述两次股权转让，均系转受双方自愿协商确定并已结清，不存在其他争议及限制性条款，相关人员已出具《确认函》对此确认。

7、有限公司整体变更为股份公司

2016年4月20日，立信会计师出具“信会师报字【2016】第151141号”《审计报告》，确认截至2016年3月31日，有限公司账面净资产值为14,559,361.37元。2016年4月21日，银信评估师出具“银信评报字【2016】沪第0345号”《评估报告》，确定截至2016年3月31日，有限公司净资产的评估值为1,456.97万元。

2016年4月22日，有限公司召开临时股东会并形成股东会决议，全体股东一致同意将有限公司整体变更为股份有限公司，现有股东作为发起人，各股东持股比例不变；同意以经立信会计师审计的，截至2016年3月31日的净资产14,559,361.37元为依据，折合成10,000,000股，每股面值1元，大于股本部分4,559,361.37元计入资本公积。

2016年4月22日，叶泽永、蔡宁签订《发起人协议》，约定共同作为发起人将有限责任公司整体变更为股份有限公司。

2016年5月14日，公司召开股份公司创立大会暨第一次股东大会，出席会议的发起人及代表共2人，代表股份1,000万股，占公司有表决权股份总额的100%。会议审议通过了有限公司整体变更为股份公司的相关议案；选举产生了公司第一届董事会和第一届监事会；审议通过了公司章程。

2016年5月14日，立信会计师出具“信会师报字【2016】第151415号”《验资报告》，验证截至2016年5月14日止，股份公司收到全体股东以已经审计的净资产14,559,361.37元，净资产按1.455936: 1的比例折合股本，共折股本1,000万股，大于股本部分4,559,361.37元计入资本公积。公司累计注册资本（实收资本）1,000.00万元。

2016年6月13日，厦门市市场监督管理局核准上述变更并核发统一社会信用代码为91350203051173956U的《营业执照》，完成上述变更登记。

有限公司变更设立为股份公司后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量 (万股)	出资方式	出资时间	持股比例 (%)
1	叶泽永	720.00	净资产折股	2016.6	72.00
2	蔡宁	280.00	净资产折股	2016.6	28.00
合计		1,000.00	-	-	100.00

(五) 主办券商推荐并持续督导

我公司与橙力文化签署了《推荐挂牌并持续督导协议书》，同意推荐该公司股票进入全国股份转让系统挂牌，并指导和督促公司诚实守信、规范履行信息披露义务、完善公司治理机制，对公司进行持续督导。

(六) 挂牌公司股东中私募投资基金管理人或私募投资基金的登记备案情况

我公司根据《中华人民共和国证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》以及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》，就挂牌公司股东中是否存在私募投资基金管理人或私募投资基金及其备案情况进行了核查。通过查阅股东工商资料、访谈公司股东、获取挂牌公司股东决策机构及其决策程序的证明文件，登陆中国证券投资基金业协会网站查询私募投资基金管理人和基金的登记备案情况等方式，对挂牌公司股东是否属于《中华人民共和国证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》以及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》中规定的私募投资基金管理人或私募投资基金及其登记备案情况进行了核查。

经核查，截至本推荐报告出具之日，公司共有叶泽永、蔡宁 2 名自然人股东。上述 2 名自然人股东均不属于私募投资基金管理人或私募投资基金，无需按照《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定履行备案登记手续。

(七) 挂牌公司不存在挂牌准入负面清单所规定的限制情形

公司不属于《全国中小企业股份转让系统挂牌业务问答——关于挂牌条件适用若干问题的解答（二）》中所规定的科技创新类公司。根据《挂牌准入负面清单》要求，公司应满足报告期内最近两个完整会计年度累计营业收入不低于行业同期平均水平的要求。

公司最近两个完整会计年度的营业收入情况为：2015 年营业收入 27,397,320.56 元、2016 年营业收入 90,852,269.06 元，最近两年累计营业收入为 118,249,589.62 元。

（1）全行业企业平均收入水平比较分析

中国广告协会 2016 年 4 月发布的统计数据显示，2015 年我国广告经营额为 5,973.41 亿元，广告业经营单位总数约为 67.19 万家，平均每家广告企业的年经营额不超过 90 万元。公司最近两年的累计营业收入已远超我国广告企业的同期累计营业收入^①。主办券商认为，公司的营业收入规模在全行业企业内属于中等以上水平。

（2）行业平均收入水平比较分析（规模以上企业及上市、挂牌公司）

为确保比较数据的准确度和可信度，主办券商同时以规模以上企业及上市、挂牌公司作为定量测算的样本对象，并通过宏观、中观、微观三个层面对公司所处行业的平均收入水平进行定量测算：

宏观层面，由于国家尚未对文化创意产业进行专门的分类和统计，主办券商选取国家统计局公布的规模以上文化及相关产业企业收入数据^②作为测算宏观行业平均收入水平的依据。

中观层面，主办券商选取“商务服务业（L72）”（《上市公司行业分类指引》（2012 年修订））上市公司和新三板挂牌公司的公开市场数据^③作为测算中观层面行业平均收入水平的依据。

微观层面，主办券商选取“广告业（L7240）”（《挂牌公司管理型行业分类指引》）新三板挂牌公司^④和“广告（13131010）”新三板挂牌公司^⑤的公开市场数据^⑥作为公司收入规模的主要对标指标。

主办券商对公司所属行业的平均收入水平的测算结果如下：

单位：万元

考察	对标行业	数据来源	企业类别	2015 年度	2016 年度	平均累计
----	------	------	------	---------	---------	------

^① 截至本推荐报告出具之日，相关部门尚未公布 2016 年我国广告行业的统计数据。主办券商根据 2015 年我国广告经营额增长率（6.56%）对我国广告企业 2016 年的平均经营额及 2015 年、2016 年两年的平均累计营业收入进行了测算。

^② 数据来源于国家统计局发布的全国文化及相关产业统计数据。

^③ 公开市场数据来源于 Wind 数据库导出的上市公司/挂牌公司财务数据（B 股、空数据均已剔除）。

^④ 根据 Wind 数据库 2017 年 2 月 9 日导出的挂牌公司数据，“广告业（L7240）”行业挂牌公司共有 167 家。为减小因异常数据带来的统计误差，主办券商剔除了最近 2 年累计营业收入超出统计置信区间的挂牌公司 5 家，实际参与统计的“广告业（L7240）”行业挂牌公司家数为 162 家。

^⑤ 根据 Wind 数据库 2017 年 2 月 9 日导出的挂牌公司数据，“广告（13131010）”行业挂牌公司共有 206 家（空数据已剔除）。为减小因异常数据带来的统计误差，主办券商剔除了和最近 2 年累计营业收入超出统计置信区间的挂牌公司 11 家，实际参与统计的“广告（13131010）”行业挂牌公司家数为 196 家。

^⑥ 公开市场数据来源于 Wind 数据库导出的挂牌公司财务数据。由于截至本推荐报告出具之日，大部分公司的 2016 年年报尚未披露，主办券商根据挂牌公司 2016 年半年度的营业收入对其 2016 年全年的营业收入进行了测算（已披露 2016 年半年度数据的挂牌公司按照“半年度营业收入×2”的方式进行测算；未披露 2016 年半年度数据的挂牌公司按照 2015 年的营业收入为基础进行测算）。

层面				行业平均 营业收入	样本数	行业平均 营业收入	样本数	营业收入
宏观 层面	文化及相关产业	国家统计局统计数据	规模以上企业	17,052.23	49,356	16,062.80	50,000	33,115.03
中观 层面	商务服务业 (证监会上市公司分类)	公开市场 数据	上市公司	709,654.84	37	896,299.41	37	1,605,954.25
			挂牌公司	12,721.68	503	14,837.02	503	27,558.71
			综合	60,474.51	540	75,233.52	540	135,708.02
微观 层面	广告业 (L7240)	公开市场 数据	挂牌公司	5,740.63	162	6,197.72	162	11,938.35
	广告 (13131010)	公开市场 数据	挂牌公司	5,543.17	196	5,998.49	196	11,541.66

根据上表可以看出，与规模以上企业及上市、挂牌公司相比，在宏观层面，公司最近两个完整会计年度（2015 年、2016 年）的累计营业收入低于文化及相关产业规模以上企业的累计营业收入；在中观层面，公司的最近两年累计营业收入也低于“商务服务业”新三板挂牌公司的平均累计营业收入，但这主要是由于文化及相关产业、商务服务业的包含范围较为广泛所致。在微观层面，公司的最近两年累计营业收入（11,824.96 万元）已接近“广告业（L7240）”行业新三板挂牌公司的平均累计营业收入（11,938.35 万元），并超过“广告（13131010）”行业新三板挂牌公司的平均累计营业收入（11,541.66 万元）。且公司的营业收入呈快速增长趋势，2016 年公司主营业务收入为 90,852,269.06 元，比 2015 年增长 231.61%，增长速度远高于行业平均增速。

综上，公司的业务规模在广告行业全行业企业中均处于中等以上水平，亦接近或高于广告细分行业新三板挂牌公司的最近两年平均累计营业收入水平。主办券商认为，公司最近两年累计营业收入未低于行业同期平均水平。

公司 2015 年、2016 年的净利润分别为 4,531,222.09 元、1,543,714.12 元。主办券商认为，公司不存在最近两年及一期连续亏损的情况。

公司报告期内主营业务未发生变更，最近一年及一期的主营业务为以品牌商业模式构建为核心，为客户提供品牌标准建设、商品标准建设、传播应用管理以及零售应用管理等品牌生态管理服务，具体的服务类型为策划设计、媒介代理、物料制作等。根据《产业结构调整指导目录（2011 年本）（2013 年修正）》，公司最近一年及一期的主营业务和服务均不属于限制类或淘汰类产业；根据《工业和信息化部办公厅关于做好淘汰落后和过剩产能相关工作的通知》（工信厅产业函〔2015〕900 号），公司最近一年及一期的主营业务和主营产品均不属于炼铁、炼钢、焦炭、铁合金、电石、电解铝、铜冶炼、铅冶炼、锌冶炼、水泥（熟料及

磨机)、平板玻璃、造纸、酒精、味精、柠檬酸、制革、印染、化纤、铅蓄电池、稀土(氧化物)等淘汰落后和过剩产能的重点行业。主办券商认为,公司最近一年及一期的主营业务中不存在国家淘汰落后及过剩产能类产业。

综上所述,主办券商认为,公司不存在“非科技创新类公司最近两年累计营业收入低于行业同期平均水平”、“非科技创新类公司最近两年及一期连续亏损,但最近两年营业收入连续增长,且年均复合增长率不低于 50%的除外”、“公司最近一年及一期的主营业务中存在国家淘汰落后及过剩产能类产业”等情形,不符合负面清单所列的限制情况,符合挂牌条件。

综上,主办券商认为橙力文化符合《业务规则》规定的股份进入全国股份转让系统公开转让的条件。

四、推荐理由

公司立足于文化创意产业,专注于品牌生态管理。公司依托长期的品牌生态管理业务中所积累形成的创意理念、品牌生态管理工具方法和作业流程等技术,以及公司的媒介平台、品牌和客户等资源,为客户提供品牌标准建设、商品标准建设、传播应用管理以及零售应用管理等品牌生态管理服务,从品牌、商品、传播与零售四维角度帮助客户打造品牌商业模式,并通过执行策划设计、媒介代理、物料制作等业务获得收入、利润和现金流。

主办券商认为,公司业务具备如下特色:

(1) 行业特色

文化创意产业(Cultural and Creative Industries, CCI),是基于人们对新技术、新文化的需求,在经济全球化背景下产生的一种以创造力为核心的新兴产业。联合国教科文组织将其定义为主要目的为文化产品和服务的生产、再生产、推广、分发或商品化的一系列活动的集合。作为一种新兴的产业,文化创意产业是经济、文化、技术等相互融合的产物,具有许多其他经济产业所不具备的重要特征:高知识性、高附加值、强融合性、资源消耗低、环境污染小、需求潜力大、市场前景广。因此,文化创意产业已经成为21世纪世界经济中最具活力和成长潜力的行业之一,被誉为“过剩经济时代的朝阳产业”,很多国家都提出了“文化立国”、“文化强国”等发展战略以推动本国文化创意产业的发展。《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》(国发〔2014〕10号)明确指出,文化创意和设计服务具有高知识性、高增值性和低能耗、低污染等特征。推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展,促进与实体经济深度融合,

是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措，是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求，是促进产品和服务创新、催生新兴业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高生活质量的重要途径。

近年来，中国文化创意产业发展规模从小到大，势头良好，整体实现了较快增长，在国民经济中的份额稳步提高，对整个国民经济的贡献逐年加大。据国家统计局数据，2013年我国文化产业增加值为21,351亿元，与GDP的比值为3.63%；文化产业法人单位增加值为20,081亿元，比上年增加2010亿元，增长11.1%，比同期GDP现价增速高1个百分点。其中，文化制造业增加值9,166亿元，占42.9%；文化批零业增加值2,146亿元，占10.1%；文化服务业增加值10,039亿元，占47.0%。自2004年我国开始统计文化产业数据以来，我国文化产业增加值年均增速在15%以上。按照目前的发展速度，党的十八大报告提出“2020年文化产业成为国民经济支柱性产业”的目标有望顺利实现。

公司作为文化创意企业，具有十分鲜明的行业特色。

（2）创新的服务定位特色

由于广告行业进入门槛较低，参与广告市场竞争的企业众多，低端市场竞争激烈。从广告行业的企业状况来看，除全国性的大中型广告公司外，绝大部分广告公司都呈现出数量多、规模小的特点。其中，大部分为中小企业，其发展水平参差不齐，大多只能提供较为单一的广告服务。而公司在创立之初即确立了以服务成长型企业及品牌为宗旨，从品牌、商品、传播与零售四维角度解读品牌问题及寻求解决方案，通过整合性思维和专业服务为企业的品牌建设提供全面支持，并提升企业品牌价值的服务定位，致力于帮助品牌连接用户，达成商业目的。在具体的服务内容上，公司从品牌、商品、传播与零售四维角度构建品牌商业模式，主要为客户提供品牌标准建设、商品标准建设、传播应用管理以及零售应用管理等品牌生态管理服务。

《国务院关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》（国发〔2015〕66号）明确提出“中国品牌建设”，要求“实施品牌价值提升工程，加大‘中国精品’培育力度，丰富品牌文化内涵，积极培育发展地理标志商标和知名品牌”。在传统消费提质升级、新兴消费蓬勃兴起的“新消费”时代，品牌商品消费的发展潜力巨大。公司创新的品牌生态管理服务正好与“新消费”理念相契合，属于促进我国“新消费”快速发展的有生力量。

（3）技术特色

公司在长期的品牌生态管理业务中积累形成了大量的创意理念、工具方法、作业流程等，是公司宝贵的技术财富，也有利于公司在服务客户的过程中保持服务的独创性和唯一性的重要基础。此外，由于此类专业技术不同于一般可复制的“科学技术”，竞争对手在缺少相关业务实践经验的基础上难以模仿和借鉴，这也构成了公司不可复制的竞争优势。

（4）人才特色

公司作为人才、知识、技术密集型企业，人才能力水平和持续成长直接决定了企业的生存与发展。公司的管理和业务团队成员均拥有本行业多年工作经历和资源，并已构建起一支高素质、执行力强、经验丰富的专业团队。公司创始人、董事长、首席设计师叶泽永从事品牌创建与管理咨询工作25年，在企业生态规划品牌战略、商业模式、零售传播等领域拥有独到见解与丰富经验。经验丰富的专业技术及业务团队为公司积累了众多优质客户，赢得了良好的业内美誉。

主办券商认为，公司的投资价值主要体现在：

（1）行业前景良好，市场前景广阔

广告行业是一个国家或地区经济发展的晴雨表，广告行业的发展与经济增长密切相关。自 2011 年党的十八届六中全会提出要“推动文化产业成为国民经济支柱性产业，发展壮大广告等传统文化产业”开始，我国广告行业迎来了发展壮大的历史性机遇，广告市场已逐步成长为生机勃勃、富有活力的市场，使我国成为全球广告市场增长最快的国家之一。

随着经济全球化的快速发展和市场竞争的愈演愈烈，企业作为市场经济的基本细胞，越来越意识到进一步成长的困境。从全球商业发展的宏观角度来看，市场经营的焦点将从产品渐渐让位于品牌。事实上，品牌已经成为企业在市场上最稳定的营运要素和经营核心，离开了特定的品牌，产品的收入效应将大打折扣。在这一背景下，无论行业处于初创期、成长期还是竞争激烈的成熟期与坚守利润的衰退期，各行业内企业对品牌生态管理的需求均呈现不断上升的趋势。《国务院关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》（国发〔2015〕66 号）明确提出“中国品牌建设”，要求“实施品牌价值提升工程，加大‘中国精品’培育力度，丰富品牌文化内涵，积极培育发展地理标志商标和知名品牌”。在传统消费提质升级、新兴消费蓬勃兴起的“新消费”时代，品牌商品消费的发展潜力巨大，为公司创造了良好的市场需求和发展前景。

（2）公司全面系统的品牌生态管理服务在市场上属于稀缺概念

公司的主营业务系以品牌商业模式构建为核心，为客户提供品牌标准建设、商品标准建设、传播应用管理以及零售应用管理等品牌生态管理服务。不同于一般的广告公司或品牌管理公司，公司的品牌服务强调从品牌、商品、传播与零售四维角度出发，基于对市场行业研究以及目标用户洞察，探寻精准实效的商业路径与策略方法，提供品牌、商品、渠道、传播等全系统解决方案，为客户度身打造品牌生态商业模式，并更注重实际的业务落地，更符合目前“新消费”时代客户对打造品牌的需求。

（3）公司运营稳定，业务处于增长期

经过数年耕耘和发展，公司已经由初创企业成长为职能完整、运行规范、结构合理的专业品牌生态管理服务企业。在竞争激烈的广告行业中，公司一贯树立的良好形象和优秀的业务能力已经逐步得到区域性地区以及一些全国性大客户的肯定和赞许。2015 年、2016 年，公司经审计的营业收入分别为 27,397,320.56 元、90,852,269.06 元，公司营业收入快速增长。未来公司将继续深度挖掘品牌生态管理服务技术、持续拓展客户和媒介资源，开拓新市场。此外，公司还将以股份制改造和新三板挂牌为契机，全面引进创意、市场、客户服务等方面的高端人才以配合实现公司业务的持续快速增长，保持较强的竞争优势。预计未来几年公司将保持高速增长，投资者可享受到公司高速增长所带来的收益。

（4）良好的客户资源

凭借公司创新性的品牌生态管理服务，公司在业内已经具备了一定的知名度和品牌美誉度。在多年的业务实践中，公司的品牌生态管理服务经过了大量客户检验，已经形成了一些固定的大客户资源，技术得到了业内认可。由于品牌生态服务需要双方对品牌概念的磨合与认同，在合作过程中客户易对公司产生粘性，未来保持持续合作的可能性较高，对旧客户的替代较难实现。此外，公司通过提供闭环式的全案服务，以及更有针对性、贴合客户需求的落地服务已经降低了其品牌管理服务技术被替代的风险。截至目前，公司已经与 361° 集团等多家优质客户开展了长期稳定的服务合作关系，公司客户资源良好，是公司规模与效益并增的基础，也是公司投资价值的重要体现。

综上，主办券商根据公司的实际经营情况，对公司所在行业和公司具体情况进行了充分的尽职调查，认为随着公司发展计划的顺利进行，公司的业务能够不断拓展，加之行业空间广阔，市场前景良好，具备投资价值。

橙力文化符合全国股份转让系统公司关于拟挂牌公司申请进入全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让的有关规定。因此，我公司特推荐橙力文化在全国

中小企业股份转让系统挂牌，并进行公开转让。

五、提请投资者关注的事项

兴业证券提醒投资者重点关注以下事项：

（一）公司客户集中度较高的风险

报告期内，公司主要客户系 361°集团，2016 年度、2015 年度公司来源于 361°集团的收入占公司总营业收入的比例分别为 52.24%、43.58%，公司存在客户集中度较高的情形。由于公司目前业务规模仍然较小，受制于资金、人员安排、服务半径等因素，在开展业务时，公司倾向于优先满足老客户的需求以维持客户关系。由于品牌生态服务需要双方对品牌概念的磨合与认同，在合作过程中客户易对公司产生粘性，未来保持持续合作的可能性较高，公司大客户相对稳定。

公司客户集中度较高的另一个原因系公司所提供的品牌生态管理服务渗透客户各个业务环节，需要对客户业务、经营理念等有较为深入的理解。为防止品牌理念或策划方案的泄露，公司与客户口头约定在合同履行过程中应起到保密义务。因此，开展同行业的品牌策划、设计需要公司加强客户开拓及新团队建设。短期内，公司客户集中度较高的风险仍然存在。

（二）公司采购较为集中的风险

报告期内，公司对前五大供应商的采购额占当期采购总额的比例均超过 80%，公司的采购较为集中。公司的大额采购主要集中在广告媒介资源购买领域。公司在开展传播应用管理业务时，需要为客户的广告发布需求提供媒介购买和执行服务。由于客户的广告发布需求集中在少数优质媒介，集中采购可获取价格优势，公司按照客户的媒介需求与相应广告媒介资源的媒介或媒介代理公司开展媒介购买和执行服务，故公司与其之间的业务量也较大，导致报告期内公司前五大供应商的集中度较高，公司存在采购较为集中的风险。

（三）公司 2016 年度经营活动产生现金流量为负

公司 2016 年度、2015 年度经营活动产生的现金流量净额分别为-4,171,033.00 元、3,321,443.08 元。公司 2016 年新增大量媒介代理业务，在国内 GDP 增速进一步放缓的背景下，作为宏观经济晴雨表的广告行业增长乏力，业内竞争更加激烈，客户与供应商信用期差异及公司为未来获取业务资源支付的营销费用导致经营活动产生的现金流量金额为负。

（四）公司收入类型较为单一

公司的主营业务以品牌商业模式构建为核心，为客户提供品牌标准建设、商品标准建设、传播应用管理以及零售应用管理等品牌生态管理服务。报告期内，公司主要收入来自于传播应用管理服务模块。2016 年度、2015 年度公司媒介代理收入占公司主营业务收入的比例分别为 83.34%、53.35%，公司收入类型较为单一。公司的品牌标准建设、商品标准建设和零售应用管理等服务模块的规模相对较小，各服务模块尚未形成闭环效应。

（五）公司总体规模较小，抗风险能力有待提高

公司 2016 年度、2015 年度营业收入分别为 90,852,269.06 元、27,397,320.56 元。虽然报告期内公司保持着快速发展态势，但由于文化创意企业轻资产运行的特点，公司目前的总体规模仍然较小。截至 2016 年 12 月 31 日，公司总资产为 3,685.18 万元，股东权益为 1,519.19 万元。公司总体规模仍然较小，抵御风险的能力较弱。若公司的销售盈利不能充分体现，或发生法律诉讼、索赔的情况，有可能对公司经营业绩造成重大影响并影响公司的持续经营能力。

（六）公司所处行业易受宏观经济和产业政策变化影响的风险

就公司所处广告行业而言，由于广告行业的最终客户系各行各业的广告主，分布于国民经济的各个领域，因此广告行业与国民经济与各行业政策的关联性较强。一方面，当我国经济处于上行周期时，广告需求也随之大幅增长，广告行业也经历了蓬勃发展的时期。但随着经济增速放缓，广告行业的业务也将受到影响。大多数客户将广告支出作为一项软性支出，因此可能会削减其广告投放，从而导致整体广告投放需求的减少。另一方面，广告客户所在行业整体发展状况、产业政策和监管措施的变化，往往会直接影响到该行业的广告投放情况，进而传导给广告行业。因此广告行业容易受到宏观经济及产业政策变化的影响。

（七）人才流失、短缺风险

文化创意产业是源自个人创意、技巧及才华的行业，极其依赖个体人脑和人的心智能力。人才资本是文化创意产业最核心的生产要素，能否维持公司文化创意人才队伍的稳定，并不断吸引优秀的人员加盟，关系到公司能否继续保持在行业内的领先优势、经营的稳定性及公司的可持续发展。我国文化创意人才较为紧缺，随着行业竞争日益加剧，行业对人才的需求与日俱增，对行业内企业而言，存在文化创意人才流失、短缺风险。

（八）公司治理的风险

有限公司阶段，公司的法人治理结构较为简单，公司治理存在一定瑕疵，如

未按规定召开“三会”、召开程序不规范，关联交易、对外投资等重大事项仅由管理层口头表决，未见相关会议文件。股份公司成立后，公司建立健全了法人治理结构，并根据实际情况，制定了适应公司发展需要的《公司章程》及在关联交易、对外投资、对外担保等方面的内控制度。但是股份公司成立时间较短，管理层规范治理意识有待进一步提升，且各项内部控制制度的执行尚未经过实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐渐完善。随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，业务范围不断扩展，人员不断增加，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部治理不规范而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

（九）公司住所与实际经营场所不一致

报告期内，公司实际经营场所为厦门市软件园二期望海路 14 号之三 203 单元。由于公司租赁前述房产的租赁合同即将于 2017 年 4 月 30 日到期，公司已计划于该租赁合同到期前搬迁至厦门市湖里区日圆二里 3 号 1809-1813、1823-1828 单元（商住两用性质），并已签订了租赁合同，办理了住所变更登记。但由于目前前述湖里区日圆二里 3 号相关单元正处于装修阶段，尚无法使用，截至本推荐报告出具之日，公司的主要经营场所仍位于软件园二期望海路 14 号之三 203 单元，存在住所与实际经营场所不一致的情形，不符合《公司法》与《公司登记管理条例》的相关规定，公司如被公司登记机关责令限期办理变更登记，则必须如期办理，否则将面临被行政处罚的风险。此外，公司住所与实际经营场所不一致还可能引发企业遭遇无法确定合同履行地或丧失诉讼中的抗辩机会等风险。根据公司说明，公司预计将于 2017 年 4 月中旬完成公司主要经营场所的迁移。

对于公司存在的住所与实际经营场所不一致的情形，公司并未因此受到工商部门的行政处罚，也未因此正在被工商部门调查，且业已取得厦门市工商行政管理局出具的无违法违规证明。同时，出于谨慎性考虑，公司全体股东于 2017 年 3 月 22 日签署了《承担因注册地与实际经营地不一致造成损失的承诺》：如果公司因注册地与实际经营地不一致的问题受到工商管理部门处罚，全体股东将承担所有罚款及因此给公司造成的所有损失，无需公司承担所有费用。

（以下无正文）

此页无正文，为《兴业证券股份有限公司关于推荐厦门橙力文化产业股份有限公司股份进入全国股份转让系统公开转让的报告》签章页。

