

陕西典汇传播股份有限公司

Shaanxi Dianhui Communication Co.,LTD.

公开转让说明书



(反馈稿)

主办券商

西部证券股份有限公司



二零一七年 六月

声 明

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

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

全国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

公司特别提醒投资者注意下列重大事项：

一、应收账款坏账风险

公司 2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日应收账款余额分别为 13,789,262.49 元、16,161,391.97 元，应收账款余额占当期营业收入的比例分别为 20.51%、17.30%。报告期各期末公司应收账款余额较大。公司广告发布周期普遍较长，公司对于重要客户一般给予不超过 6 个月的信用期。虽然公司重要客户规模较大、信用状况良好、抵抗风险能力较强，但是客户一旦不能支付款项，公司应收账款将产生坏账风险，对公司资金周转和经营业绩产生不利影响。

二、市场竞争加剧的风险

公司业务开展主要集中于陕西地区，具有一定的区域局限性。虽然目前公司区域市场占有率领先，但由于广告行业竞争激烈，公司面临如陕西金色西部广告传媒股份有限公司与西安创典文化传媒广告有限责任公司等竞争对手的挑战，如果公司不能有效维系现有媒体资源及客户资源，可能面临失去区域市场领先地位，进而影响公司经营业绩的风险。

三、无法持续获得媒体资源的风险

媒体资源是公司经营活动的关键资源要素，公司主要通过商业谈判、市政拍卖或招投标方式与媒体供应商签订租赁协议或授权协议获得相关媒体资源的经营使用权，平面媒体、电台媒体和互联网媒体的授权使用期通常为 1-2 年，户外媒体的租赁使用期通常为 3-5 年。待各媒体的使用期快到期时，公司将及时启动续期谈判或寻找替代优质媒体资源。如果未来公司无法持续获得媒体资源的经营使用权，将会对公司经营业绩产生不利影响。

四、实际控制人不当控制的风险

唐进先生直接持股比例为 62.52%；唐进先生持有典汇信息 90%的股权，作为典汇信息的实际控制人间接控制公司股权比例为 8.70%；唐进先生作为德创网络执行事务合伙人，且出资比例为 38.07%，其通过控制德创网络间接控制公司股权比例为 24.43%。因此，唐进先生共计控制公司股权比例为 95.65%。

马蕾女士为公司董事，直接持股比例为 4.35%。马蕾女士与唐进先生系夫妻关系，唐进先生和马蕾女士二人合计控制公司股权比例为 100.00%，二人依其合计所控制的表决权足以对公司的股东大会产生决定性影响，并对公司经营过程中的重大决策、经营方针以及人事任免具有决定性作用，故存在唐进先生和马蕾女士利用其实际控制地位，通过行使表决权等方式对公司的经营决策、人事及财务等进行不当控制，从而使得公司决策偏离中小股东最佳利益目标的风险，或会给公司经营和其他少数权益股东带来风险。

五、经营业绩下滑风险

公司 2016 年、2015 年营业收入分别为 67,234,174.11 元、93,410,745.48 元，净利润分别为-678,136.83 元、3,899,129.15 元，公司 2016 年营业收入、净利润分别较 2015 年减少 28.02%、117.39%。报告期内公司的业务重心为平面媒体，受互联网新媒体的冲击，平面媒体代理业务规模深幅下降。2016 年公司业务模式逐渐向互联网新媒体转型，新设运营事业部和腾讯智汇推项目组，期间费用大幅增加。公司目前处于业务转型时期，如果行业市场环境持续恶化或公司业务转型失败，公司可能面临经营业绩下滑风险。

目 录

重大事项提示	3
目 录	5
释 义	8
第一节 基本情况	11
一、公司基本情况	11
二、股票挂牌情况	12
三、股权结构及变化情况	14
四、董事、监事、高级管理人员基本情况	26
五、最近二年的主要会计数据和财务指标简表	29
六、与本次挂牌有关的机构	30
第二节 公司业务	33
一、主营业务与主要产品及服务	33
二、主要业务流程及方式	39
三、与业务相关的关键资源要素	42
四、业务经营情况	48
五、商业模式	57
六、所处行业基本情况	60
七、公司未来发展规划	73
八、公司持续经营能力情况	74
第三节 公司治理	82
一、最近二年内股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况	82
二、董事会关于公司治理机制的说明	83
三、公司及其控股股东、实际控制人最近二年内存在的违法违规及受处罚情况及公司及相关主体失信联合惩戒情况	85

四、独立运营情况	86
五、同业竞争情况	88
六、最近二年内公司资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业 占用及为其提供担保的情况	90
七、董事、监事、高级管理人员的其他相关情况	93
八、董事、监事、高级管理人员最近二年内的变动情况和原因	97
第四节 公司财务	99
一、最近两年财务报表和审计意见	99
二、报告期内的主要会计政策、会计估计及其变更情况和影响	109
三、报告期内主要会计数据和财务指标的重大变化及说明	121
四、关联交易情况	152
五、重要事项	157
六、资产评估情况	158
七、股利分配	158
八、风险因素和自我评价	160
第五节 有关声明	164
一、申请挂牌公司全体董事、监事和高级管理人员声明	164
二、主办券商声明	165
三、申请挂牌公司律师声明	166
四、承担审计业务的会计师事务所声明	167
五、资产评估机构声明	168
第六节 附件	169
一、主办券商推荐报告	169
二、财务报表及审计报告	169
三、法律意见书	169

四、公司章程	169
五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见	169
六、其他与公开转让有关的主要文件	169

释 义

在本说明书中，除非另有所指，下列词语具有如下含义：

典汇传播、股份公司、公司	指	陕西典汇传播股份有限公司
典汇有限、有限公司	指	陕西典汇传播咨询有限公司
典汇信息	指	陕西典汇信息技术有限公司
德创网络	指	西安德创网络科技合伙企业（有限合伙）
凯创文化	指	西安凯创文化发展有限公司
典汇广告	指	陕西典汇广告有限公司
金色股份	指	陕西金色西部广告传媒股份有限公司
公开转让说明书、说明书	指	陕西典汇传播股份有限公司公开转让说明书
国家工商总局	指	中华人民共和国国家工商行政管理总局
陕西省工商局	指	陕西省工商行政管理局
西安市工商局	指	西安市工商行政管理局
股东大会	指	陕西典汇传播股份有限公司股东大会
股东会	指	陕西典汇传播咨询有限公司股东会
董事会	指	陕西典汇传播股份有限公司董事会
监事会	指	陕西典汇传播股份有限公司监事会
高级管理人员	指	总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书
三会	指	公司股东大会、董事会、监事会
全国股份转让系统公司、股转公司、股转系统	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
报告期	指	2015年1月1日至2016年12月31日
主办券商、西部证券	指	西部证券股份有限公司
元、万元	指	人民币元、人民币万元

《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
《公司章程》	指	《陕西典汇传播股份有限公司章程》
《股东大会议事规则》	指	《陕西典汇传播股份有限公司股东大会议事规则》
《董事会议事规则》	指	《陕西典汇传播股份有限公司董事会议事规则》
《监事会议事规则》	指	《陕西典汇传播股份有限公司监事会议事规则》
《总经理工作细则》	指	《陕西典汇传播股份有限公司总经理工作细则》
《董事会秘书工作制度》	指	《陕西典汇传播股份有限公司董事会秘书工作制度》
《广告法》	指	《中华人民共和国广告法》
贸促会	指	中国国际贸易促进委员会陕西省分会
CTR 媒介智讯	指	央视市场研究股份有限公司，提供全媒介广告与内容监测服务的研究公司
中国产业信息网	指	由北京智研科信咨询有限公司开通运营的一家大型行业研究咨询网站，主要致力于为各行业提供最全最新的深度研究报告，提供客观、理性、简便的决策参考，提供降低投资风险，提高投资收益的有效工具，也是一个帮助咨询行业人员交流成果、交流报告、交流观点、交流经验的平台
腾讯、腾讯系	指	互联网综合服务提供商之一，集团内部产品包括社交和通信服务QQ及微信/WeChat、社交网络平台QQ空间、腾讯游戏旗下QQ游戏平台、门户网站腾讯网、腾讯新闻客户端和网络视频服务腾讯视频等
北京腾讯	指	北京腾讯文化传媒有限公司
广点通	指	广点通是基于腾讯大社交网络体系的效果广告平台。通过广点通，用户可以在QQ空间、QQ客户端、手机QQ空间、手机QQ、微信等平台投放广告，进行产品推广
智汇推	指	智汇推是由腾讯出品的整合腾讯资讯、娱乐、社交三大体系优质资源，面向中小企业的网络效果营销服务平台
华商网	指	华商网是华商传媒集团所属网络媒体，以服务、整合华商报业平面媒体资源为基础，致力于打造区域领先的在线新闻资讯和互动娱乐平台
今日头条	指	今日头条是一款基于数据挖掘的推荐引擎产品，它为用户推荐有价值的、个性化的信息，提供连接人与人信

		息的新型服务，是国内移动互联网领域成长最快的产品服务之一
优酷视频、土豆视频、爱奇艺视频	指	国内知名的几家视频网站及其相应APP
长安汽车、重庆长安汽车	指	重庆长安汽车股份有限公司
紫薇地产	指	西安紫薇地产开发有限公司
保利地产	指	陕西保利房地产开发有限公司
国美电器	指	西安市国美电器有限公司
中国电信	指	中国电信集团公司陕西分公司
品牌类广告	指	品牌类广告通常是指建立品牌形象、传达品牌理念等为核心的广告，一般会涵盖展示广告和富媒体广告（如楼中楼、视窗等）
效果类广告	指	以效果计费的广告，通常是指CPA（以注册、下载等行为为核心计费方式）、CPS（以销售额为核心计费方式）等，严格上来说，CPC也算效果类广告，但通常不在这个里面统计
展示类广告	指	以图形展示为核心的广告形式，包括以banner（即广告条）、视频广告等，通常以CPM（千次展现）、CPT（时间包断）为主要计费方式，CPC广告通常也会划到这个范畴
乐华欢乐世界	指	乐华欢乐世界为“西安乐华城·国际欢乐度假区”核心项目之一，是亚洲超大的主题公园
CPA	指	Cost Per Action，按广告投放实际效果，即以注册、下载等行为为核心的计费方式
CPS	指	Cost Per Sales，以实际销售额为核心的计费方式
CPC	指	Cost Per Click，按点击收费
CRM管理系统	指	Customer Relationship Management，公司用于完成客户信息的录入、调用等信息化管理，提升管理效率的软件平台
通用传媒	指	河南通用传媒股份有限公司
天泓传媒	指	广州天泓传媒股份有限公司
度典传媒	指	上海度典文化传媒股份有限公司
陌陌到店通	指	北京陌陌科技有限公司为本地线下商家提供线上展示的广告平台，商家可以按照地理位置进行精准投放，并且和用户进行实时互动，开展新客源，维系老顾客。

注：本公开转让说明书中合计数与各单项加总不符均由四舍五入所致。

第一节 基本情况

一、公司基本情况

公司中文名称：陕西典汇传播股份有限公司

公司英文名称：Shaanxi Dianhui Communication Co.,LTD.

注册资本：人民币 2,300 万元

法定代表人：唐进

有限公司成立日期：1998 年 12 月 14 日

整体变更为股份公司日期：2016 年 12 月 21 日

住所：西安曲江新区翠华路 1819 号西安人力资源产业园 1401 室

办公地址：西安曲江新区翠华路 1819 号西安人力资源产业园 1401 室

所属行业：根据中国证监会 2012 年发布的《上市公司行业分类指引》规定，公司所在行业属于“L72-商业服务业”；根据国民经济行业分类（GB/T 4754-2011），公司所属行业为“L7240-广告业”。根据股转系统发布的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处行业为“13131010-广告”；根据股转系统发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业为“L7240-广告业”。

经营范围：许可经营项目：广告的设计、制作、代理和发布；（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）；一般经营项目：策划创意服务，企业形象策划及推广服务，会议及展览服务，印刷品设计，美术设计，图文、动画设计制作。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

主营业务：传统媒体与互联网媒体的广告设计、制作、代理和发布服务及策划创意服务。

统一社会信用代码：91610133710097046F

董事会秘书（信息披露事务负责人）：李志斌

邮政编码：710061

电话：029-89669966-602

传真：029-85226910

电子邮箱：493518510@qq.com

互联网网址：www.adway.com.cn

二、股票挂牌情况

（一）股票挂牌基本情况

股份代码：【】

股份简称：【】

股票种类：人民币普通股

每股面值：1 元

股票总量：23,000,000 股

挂牌日期：【】年【】月【】日

挂牌后股份转让方式：协议转让

（二）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

1、公司股份分批进入全国股份转让系统转让的时间和数量

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

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

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

截至本公开转让说明书签署之日，股份公司成立未满一年，公司无可公开转让的股份，具体如下表所示：

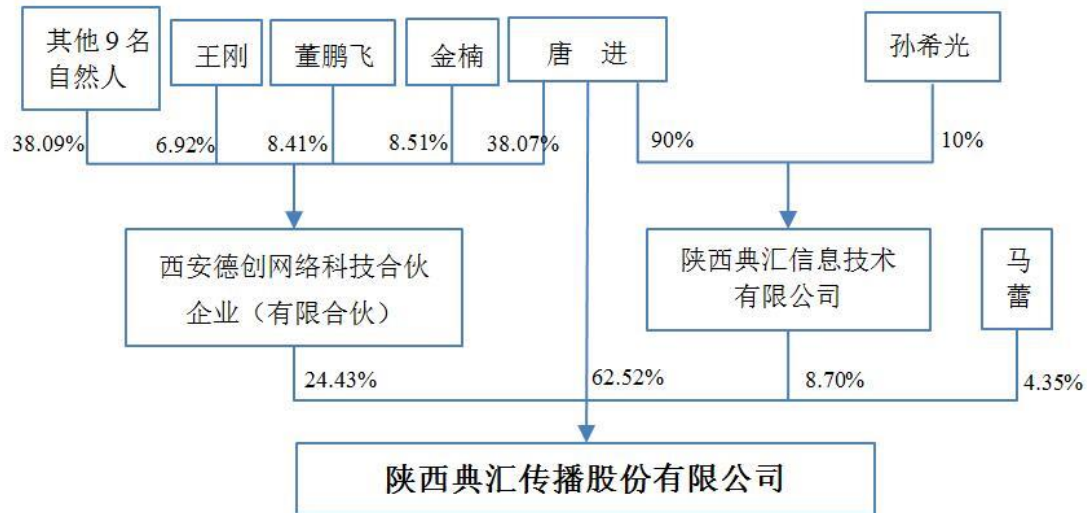
序号	股东名称或姓名	在公司任职	持股数量 (股)	持股比例 (%)	是否存在 质押或冻结情况	本次可进入全国股份转让系统转让的数量(股)
1	唐进	董事长、总经理	14,380,000	62.52	否	0
2	马蕾	董事	1,000,000	4.35	否	0
3	典汇信息	/	2,000,000	8.70	否	0
4	德创网络	/	5,620,000	24.43	否	0
合计			23,000,000	100.00	/	0

2、股东对所持股份自愿锁定的承诺

公司股东未就所持股份作出严于相关法律法规及监管规则规定的自愿锁定承诺。

三、股权结构及变化情况

（一）股权结构图



（二）控股股东、实际控制人的基本情况

1、控股股东

唐进先生直接持有公司股份 14,380,000 股，占公司股份总额的比例为 62.52%，依其享有的股东表决权足以对股东大会的决议产生决定性影响，因此唐进先生为公司的控股股东。

2、实际控制人

唐进先生直接持股比例为 62.52%；唐进先生持有典汇信息 90%的股权，作为典汇信息的实际控制人间接控制公司股权比例为 8.70%；唐进先生作为德创网络执行事务合伙人，且出资比例为 38.07%，其通过控制德创网络间接控制公司股权比例为 24.43%。因此，唐进先生共计控制公司股权比例为 95.65%。

马蕾女士为公司董事，直接持股比例为 4.35%。马蕾女士与唐进先生系夫妻关系，唐进先生和马蕾女士二人合计控制公司股权比例为 100.00%，二人依其合计所控制的表决权足以对公司的股东大会产生决定性影响，并对公司经营过程中的重大决策、经营方针以及人事任免具有决定性作用，故唐进先生和马蕾女士为公司的共同实际控制人。

唐进先生 董事长兼总经理

中国国籍，汉族，生于 1969 年 2 月，大专学历，无境外永久居留权。

1988 年 9 月至 1991 年 1 月就读于西安大学（即现西安文理学院），取得大专学历；2016 年 9 月至今就读于西安交通大学-香港理工大学联合培养 MBA 项目，硕士研究生在读。1991 年 1 月至 1998 年 12 月就职于长安信息产业（集团）股份有限公司，历任外经部职员、惠普分销部经理、办公室主任、监事；1998 年 12 月至 2016 年 12 月就职于有限公司，历任经理、执行董事；2016 年 12 月至今就职于股份公司，任董事长兼总经理。

马蕾女士 董事

中国国籍，汉族，生于 1970 年 10 月，大专学历，无境外永久居留权。

1988 年 9 月至 1991 年 1 月就读于西安大学（即现西安文理学院），取得大专学历。1991 年 1 月至 1993 年 5 月就职于陕西省计算机公司，任职员；1993 年 5 月至 1999 年 3 月就职于西安新城区科技管理中心，任职员；1999 年 3 月至 1999 年 11 月就职于陕西西部电子发展有限公司，任部门经理；1999 年 11 月至 2002 年 8 月就职于西安全通软件有限责任公司，任部门经理；2002 年 9 月至 2004 年 12 月就读于西北工业大学 MBA 课程，结业；2004 年 12 月至 2005 年 4 月，待业；2005 年 5 月至 2016 年 12 月就职于有限公司，历任总经理助理、执行董事、总经理；2016 年 12 月至今就职于股份公司，任董事、总经理助理。

3、控股股东、实际控制人最近二年内变化情况

1) 公司控股股东最近二年内未发生变化。

2) 2016 年 5 月 13 日，有限公司召开股东会，同意有限公司将注册资本由 500 万元增加至 1000 万元，新增注册资本由股东唐进、新股东马蕾分别以货币形式增资 400 万元、100 万元。本次股权变动于 2016 年 5 月 24 日取得西安市工商局核发的《营业执照》。

本次增资后，股权结构变更为唐进出资 900 万元，持股比例 90%，马蕾出资 100 万元，持股比例 10%。唐进与马蕾系夫妻关系。因此，公司实际控制人由唐进变更为共同实际控制人唐进、马蕾。

自本次变更后至本说明书签署之日，公司实际控制人未发生变化。

(三) 前十名股东及持有 5% 以上股份股东基本情况

1、公司前十名股东及持有 5% 以上股份股东持股数量、持股比例

序号	股东名称（姓名）	持股数量 （股）	持股比例 （%）	股东性质	股份质 押情况
1	唐进	14,380,000	62.52	境内自然人	无
2	马蕾	1,000,000	4.35	境内自然人	无
3	典汇信息	2,000,000	8.70	境内法人	无
4	德创网络	5,620,000	24.43	境内合伙企业	无
合 计		23,000,000	100.00	/	/

(1) 唐进先生

具体情况详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、股权结构及变化情况”之“（二）控股股东、实际控制人的基本情况”。

(2) 马蕾女士

具体情况详见本说明书“第一节 基本情况”之“三、股权结构及变化情况”之“（二）控股股东、实际控制人的基本情况”。

(3) 陕西典汇信息技术有限公司

截至本说明书签署之日，典汇信息持有公司股份 2,000,000 股，持股比例为 8.70%。典汇信息主营业务为管理咨询，报告期内并未实际经营，不属于私募投资基金或私募投资基金管理人。典汇信息基本信息如下表：

公司名称	陕西典汇信息技术有限公司
统一社会信用代码	9161013369861576XA
公司类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
法定代表人	唐进
营业期限	2009 年 12 月 30 日至无固定期限
注册资本	500 万
住所	西安曲江新区雁塔南路 318 号曲江文化产业孵化中心 B 座 2001 号
经营范围	一般经营范围：移动互联网技术开发、技术转让、技术服务，企业管理咨询，商务信息咨询（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）
股权结构	唐进出资 90%；孙希光出资 10%

(4) 西安德创网络科技合伙企业（有限合伙）

截至本说明书签署之日，德创网络持有公司股份 5,620,000 股，持股比例为 24.43%。德创网络系由公司管理层及骨干员工设立的持股平台，由 1 名普通合伙人唐进与其他 12 名有限合伙人组成，未开展实际业务，不属于私募投资基金或私募投资基金管理人，其基本信息如下表：

公司名称	西安德创网络科技合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91610113MA6TYT236G
成立日期	2016 年 9 月 23 日
住所	陕西省西安市雁塔区雁塔西路 161 号世纪经典大厦 1 幢 11507 室
执行事务合伙人	唐进
类型	有限合伙企业
经营期限	自 2016 年 9 月 23 日至 2026 年 9 月 1 日
经营范围	一般经营项目：网络科技领域内的技术服务；企业管理咨询。（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）

德创网络由 1 名普通合伙人唐进与其他 12 名有限合伙人组成，13 名合伙人均为公司员工，彼此之间不存在关联关系。各合伙人具体的出资情况如下：

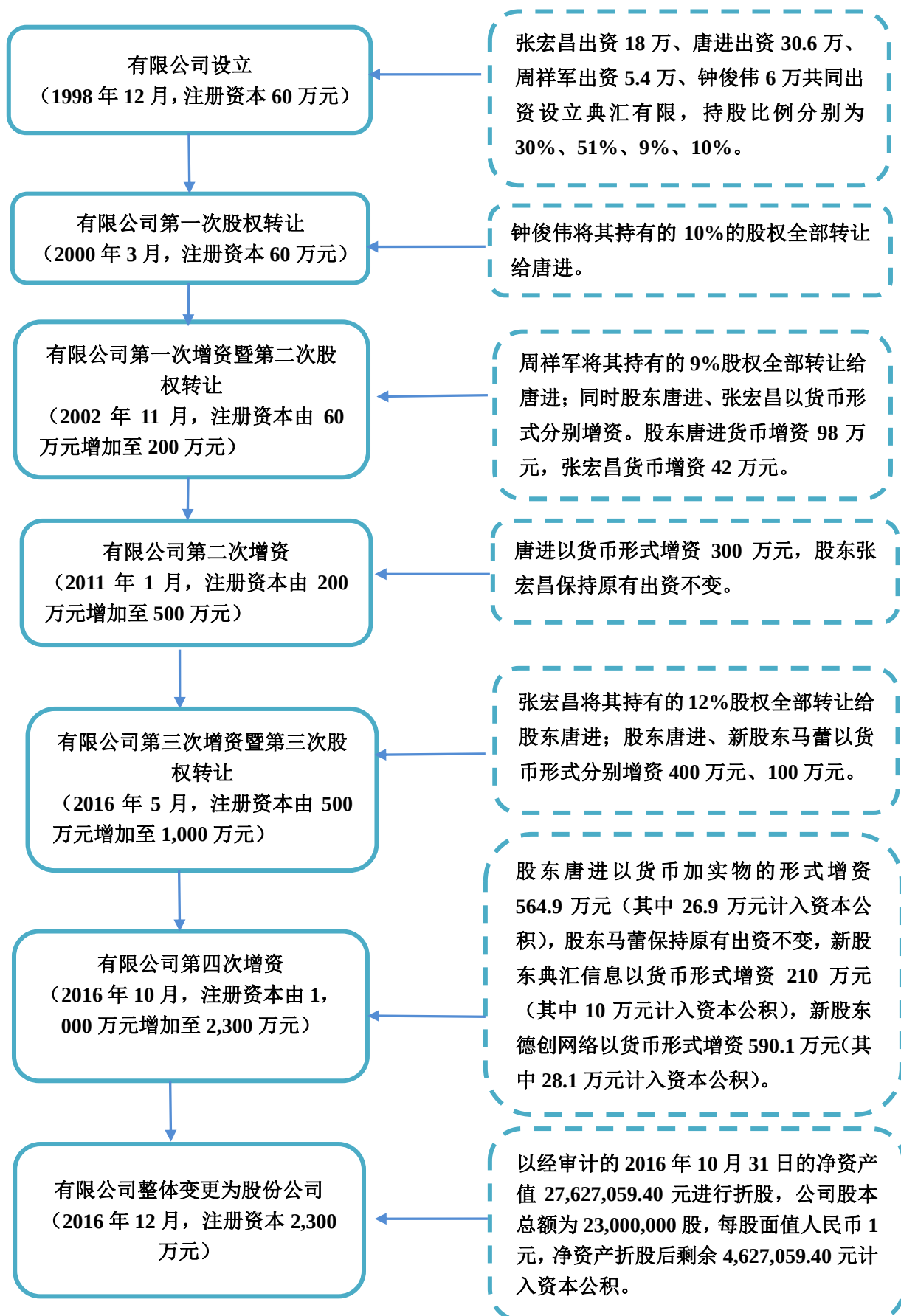
序号	合伙人名称	出资额（元）	出资比例（%）
1	唐进	2,284,260	38.07
2	金楠	510,720	8.51
3	董鹏飞	504,420	8.41
4	王刚	414,960	6.92
5	白国强	357,420	5.96
6	杨菲	315,000	5.25
7	闫跟选	315,000	5.25
8	李志斌	306,180	5.10
9	王莉	293,580	4.89
10	梁静	274,260	4.57
11	李莎	178,920	2.98
12	张莹萍	140,280	2.34
13	钱政华	105,000	1.75
合计		6,000,000	100.00

2、公司现有股东之间的关联关系

公司股东唐进先生与马蕾女士系夫妻关系；唐进先生持有典汇信息 90%的股权，且为其法定代表人；唐进先生为德创网络的执行事务合伙人。除此之外，公司其他股东之间无关联关系。

（四）公司设立以来股本的形成及其变化情况

有限公司设立于 1998 年 12 月 14 日，2016 年 12 月 21 日，有限公司整体变更为股份公司，公司自设立以来股本形成及演变的情况说明如下：



1、有限公司设立

1998年11月16日，有限公司取得陕西省工商局核发的《企业名称预先核准通知书》（（陕）名称预核私字[1998]第2569号），核准企业名称为“陕西典汇传播咨询有限公司”。

1998年11月18日，自然人唐进、张宏昌、周祥军、钟俊伟分别以货币形式出资30.60万元、18.00万元、5.40万元、6.00万元，共同设立了典汇有限。

1998年12月7日，西安新时代审计事务所出具了“验字（1998）第207号”的《验资报告》。根据该验资报告显示，截至1998年12月4日，有限公司实收资本为60万元，全部为货币出资。

公司设立时股东均以自有资金出资，不存在股权代持或潜在纠纷情形。

1998年12月14日，陕西省工商行政管理局核准有限公司设立，核发了注册号为6100002006426的《企业法人营业执照》。有限公司注册资本为60万元；实收资本为60万元；法定代表人为唐进；住所为西安市南新街35号A座601室；经营范围为：设计、制作、发布路牌、灯箱、霓虹灯广告；设计、制作影视、印刷品、礼品、报纸广告；代理自制广告的发布业务。

有限公司设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	唐进	30.60	51.00	货币
2	张宏昌	18.00	30.00	货币
3	周祥军	5.40	9.00	货币
4	钟俊伟	6.00	10.00	货币
合 计		60.00	100.00	/

2、有限公司第一次股权转让

2000年3月6日，有限公司召开股东会，全体股东出席了会议并通过如下决议：1）同意变更住所为西安市友谊东路164号；2）同意经营范围增加“室内装饰装修设计与施工”；3）同意钟俊伟将其持有的**10%股权（6万元出资）**以人民币6万元转让给股东唐进。**钟俊伟、唐进**双方已就本次股权转让签订了《股权转让协议》，**股权受让方唐进用自有资金以现金方式支付了股权转让款，本次股权转让不存在股权代持或潜在纠纷情形。**

2000年3月29日，有限公司就上述事项在陕西省工商行政管理局办理了变更手续。

本次股权变更完成后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	唐进	36.60	61.00	货币
2	张宏昌	18.00	30.00	货币
3	周祥军	5.40	9.00	货币
合 计		60.00	100.00	/

3、有限公司第一次增资暨第二次股权转让

2002年11月18日，有限公司召开股东会，全体股东出席了会议并通过如下决议：1）同意公司住所变更为西安市雁塔西路161号；2）同意周祥军将其持有的9%股权（5.4万元出资）以人民币5.4万元转让给唐进；3）同意有限公司将注册资本由60万元增加至200万元，新增注册资本由股东唐进、张宏昌分别以货币形式增资98万元、42万元，新增出资额全部计入实收资本。

股权转让受让方唐进用自有资金以现金方式支付了股权转让款，本次股权转让不存在股权代持或潜在纠纷情形。

2002年11月26日，西安永明有限责任会计师事务所出具了“西明会验字（2002）第2240号”的《验资报告》。根据该验资报告显示，截至2002年11月25日，有限公司收到各股东以货币形式缴纳的新增注册资本140万元，其中股东唐进缴纳98万元，股东张宏昌缴纳42万元；变更后的累计注册资本实收金额为200万元。

本次增资系由股东以自有资金实缴出资，不存在股权代持或潜在纠纷情形。

2002年11月27日，有限公司就上述事项在陕西省工商行政管理局办理了工商变更登记。

本次变更完成后，有限公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	唐进	140.00	70.00	货币
2	张宏昌	60.00	30.00	货币
合 计		200.00	100.00	/

4、有限公司第二次增资

2010年12月22日，有限公司召开股东会，全体股东出席了会议并作出如下决议：1）同意将有限公司注册资本由200万元增加至500万元，新增注册资本300万元由股东唐进以货币形式增资，股东张宏昌保持原有出资不变，新增出资全部计入实收资本；2）同意修改公司章程。

2010年12月31日，陕西裕文会计师事务所有限公司出具了“陕裕会验字（2010）186号”《验资报告》。根据该验资报告显示，截至2010年12月30日止，有限公司收到股东唐进以货币形式缴纳的新增注册资本300万元，有限公司变更后的注册资本500万元，实收资本为500万元，全部为货币出资。

本次增资股东唐进以自有资金实缴出资，不存在股权代持或潜在纠纷情形。

2011年1月14日，有限公司就上述事项在陕西省工商局办理了工商变更登记。

本次变更后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	唐进	440.00	88.00	货币
2	张宏昌	60.00	12.00	货币
合 计		500.00	100.00	/

5、有限公司第三次增资暨第三次股权转让

2016年5月13日，有限公司召开股东会，全体股东出席了会议并通过如下决议：1）同意张宏昌将其持有的12%股权（60万元出资）以人民币60万元转让给股东唐进；2）同意有限公司将注册资本由500万元增加至1000万元，新增注册资本由股东唐进、新股东马蕾分别以货币形式增资400万元、100万元，新增出资全部计入实收资本；3）选举唐进为公司执行董事兼经理（法定代表人），免除张宏昌监事职务，选举马蕾为监事；4）同意修改公司章程。

股权转让双方签订了《股权转让协议》，受让方唐进用自有资金以银行转账方式支付了股权转让款，本次股权转让不存在代持或潜在纠纷情形。

2016年5月19日，瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）陕西分所出具了“瑞华陕验字[2016]第61060003号”《验资报告》。该验资报告显示，截至2016年5月18日止，股东唐进、新股东马蕾认缴的新增注册资本400万元、100万元已实缴，有限公司实收资本为1,000万元。

本次增资股东唐进以自有资金实缴出资，不存在股权代持或潜在纠纷情形。

2016年5月24日，有限公司就上述事项在西安市工商局办理了工商变更登记。

本次变更后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	唐进	900.00	90.00	货币
2	马蕾	100.00	10.00	货币
合 计		1000.00	100.00	/

6、有限公司第四次增资

2016年9月23日，有限公司召开股东会，全体股东出席了会议并通过如下决议：1）同意新增股东典汇信息、德创网络；2）同意经营范围变更为：广告的设计、制作、代理、发布；3）同意修改公司章程；4）**同意有限公司增资1,300万元，新增注册资本由唐进以实物（房产）和货币资产共计564.9万元认购538万元出资额，新股东典汇信息以货币210万元认购200万元出资额，新股东德创网络以货币590.1万元认购562万元出资额。**公司本次以货币、实物资产共计增资1,365万元，其中1,300万元计入注册资本，65万元计入资本公积。

2016年9月23日有限公司与唐进、典汇信息、德创网络签订了《陕西典汇传播咨询有限公司增资协议》，同意按照上述认购方式和认购比例分别认购增资额，经各方一致协商确定认购价格为1.05元/股。**协议中不存在对赌条款或其他投资安排。**

根据2016年11月20日瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）陕西分所出具的“瑞华陕审字（2016）61060043号”《审计报告》：截止2016年10月31日，有限公司经审计的净资产为人民币27,627,059.40元。截止2016年10月31日，公司每股净资产为1.20元/股。

德创网络为公司员工持股平台，此次增资系对公司12名核心业务、技术和管理岗位的骨干员工实施股权激励，本次认购价格1.05元/股低于最近一期经审计的每股净资产，因此认定为存在股份支付的情形。因唐进为公司控股股东、实际控制人，唐进本次通过直接增资及通过典汇信息、德创网络增资取得的股份不属于以获取职工或其他方服务为目的的交易，因此不存在股份支付的情形。

2016年9月26日，中联资产评估集团（陕西）有限公司出具了“中联（陕）评报字[2016]第1155号”《资产评估报告》，对本次非货币资产增资事项进行了评估：截至2016年7月31日止，唐进用于本次增资的两套不动产评估价值为212.34万元，具体情况如下表所示：

序号	权证编号	坐落	建筑面积 (m ²)	评估价值 (元)	用途
1	陕（2016）西安市不动产权第1004591号	西安市雁塔区雁塔西路161号1幢11507号	132.28	948,450.00	住宅
2	西安市房权证雁塔区字第1100104005-33-1-11508~1号	西安市雁塔区雁塔西路161号1幢11508号	163.87	1,174,950.00	住宅

上述两套房产已于2016年10月20日将不动产权利人变更为有限公司。

2016年10月12日，瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）陕西分所出具了“瑞华陕验字[2016]第61060010号”《验资报告》，对本次增资事项进行了审验。根据该《验资报告》，截至2016年10月9日，有限公司已收到股东缴入的出资款人民币1,365万元，其中新增注册资本人民币1,300万元，余额人民币65万元转入资本公积。全体股东累计货币出资金额2,088万元，占注册资本总额的90.78%。

本次增资股东唐进以自有房产及自有资金出资，新股东典汇信息、德创网络均以其自有资金出资，不存在对外募集资金的情形。本次增资不存在股权代持或潜在纠纷的情形。

2016年10月12日，有限公司就本次增资事项在西安市工商局曲江新区分局办理了工商变更登记。

本次变更完成后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	唐进	1,438.00	62.52	货币+实物
2	马蕾	100.00	4.35	货币
3	典汇信息	200.00	8.70	货币
4	德创网络	562.00	24.43	货币
合 计		2,300.00	100.00	/

7、有限公司整体变更为股份公司

2016年10月14日，有限公司取得了西安市工商局曲江新区分局出具的《企业名称变更核准通知书》（陕工商名称变内核字[2016]第 002863 号），核准股份公司名称为“陕西典汇传播股份有限公司”。

2016年11月20日，瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）陕西分所出具了“瑞华陕审字（2016）61060043号”《审计报告》：截至2016年10月31日，有限公司经审计的净资产为人民币 27,627,059.40 元。

2016年11月20日，中联资产评估集团有限公司出具了“中联评报字[2016]第 2078 号”《资产评估报告》：截至2016年10月31日，有限公司的净资产评估值为人民币 2,766.34 万元，高于经审计的净资产值。

2016年11月20日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意将已合法设立并有效存续的有限公司整体变更为股份公司，公司更名为陕西典汇传播股份有限公司；同意有限公司以经审计的2016年10月31日的净资产 27,627,059.40 元折为股份公司股本共计 23,000,000 股，每股面值人民币 1 元，净资产折股后剩余 4,627,059.40 元计入资本公积。同日，有限公司全体股东签署了《发起人协议》。

2016年11月28日，瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）陕西分所出具“瑞华陕验字（2016）61060011号”《验资报告》，截至2016年11月20日止，确认公司已收到全体发起人股东以其拥有的有限公司净资产折合的股本 2,300 万元，净资产超过股本的部分计入资本公积。

2016年12月5日，股份公司召开职工代表大会，会议选举闫跟选担任股份公司第一届职工代表监事。

2016年12月5日，股份公司召开创立大会暨第一次临时股东大会，全体股东出席并一致决议：1）审议通过《关于设立陕西典汇传播股份有限公司的议案》、《陕西典汇传播股份有限公司章程（草案）》等议案；2）选举唐进、马蕾、李志斌、王刚、金楠组成股份公司第一届董事会；3）选举张莹萍、孙希光为股份公司股东代表监事，与职工代表监事闫跟选组成股份公司第一届监事会；4）住所变更为西安曲江新区翠华南路 1819 号线人力资源产业园 1401 室；5）经营范围变更为广告设计、制作、代理、发布；策划创意服务；企业形象策划及推广服务；会议及展览服务；印刷品设计；美术设计；图文动画设计制作。

2016年12月5日，股份公司召开第一届董事会第一次会议，会议选举唐进为董事长，聘任唐进为总经理，李志斌为董事会秘书、财务总监，聘任王刚为副

总经理。同日，股份公司召开第一届监事会第一次会议，会议选举张莹萍为监事会主席。

2016年12月21日，西安市工商局为本次整体变更办理了工商登记，核发了注册号为91610133710097046F的《营业执照》。公司名称为陕西典汇传播股份有限公司，法定代表人为唐进，住所为西安曲江新区翠华路1819号西安人力资源产业园1401室，注册资本为2,300万元，营业期限为长期，经营范围为：许可经营项目：广告的设计、制作、代理、发布；（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）一般经营项目：策划创意服务，企业形象策划及推广服务，会议及展览服务，印刷品设计，美术设计，图文、动画设计制作。（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）。

本次变更完成后，股份公司股权结构如下：

序号	股东名称（姓名）	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
1	唐进	1,438.00	62.52	净资产折股
2	马蕾	100.00	4.35	净资产折股
3	典汇信息	200.00	8.70	净资产折股
4	德创网络	562.00	24.43	净资产折股
合计		2,300.00	100.00	/

（五）子公司基本情况

公司无应纳入合并报表范围的子公司。

（六）参股公司基本情况

报告期内，公司无参股公司。

（七）重大资产重组情况

公司自设立以来无重大资产重组情况。

四、董事、监事、高级管理人员基本情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司的董事、监事、高级管理人员的名单如下：

序号	姓名	在公司任职	任期	备注
1	唐进	董事长、总经理	2016.12.5—2019.12.4	公司创立大会选举产生、第一届董事会第一次会议选举产生

序号	姓名	在公司任职	任期	备注
				生、第一届董事会第一次会议聘任
2	马蕾	董事	2016.12.5—2019.12.4	公司创立大会选举产生
3	王刚	董事、副总经理	2016.12.5—2019.12.4	公司创立大会选举产生、第一届董事会第一次会议聘任
4	李志斌	董事、董事会秘书、财务总监	2016.12.5—2019.12.4	公司创立大会选举产生、第一届董事会第一次会议聘任
5	金楠	董事	2016.12.5—2019.12.4	公司创立大会选举产生
6	张莹萍	监事会主席	2016.12.5—2019.12.4	公司创立大会选举产生、第一届监事会第一次会议选举产生
8	孙希光	监事	2016.12.5—2019.12.4	公司创立大会选举产生
7	闫跟选	职工代表监事	2016.12.5—2019.12.4	2016 年第一次职工代表大会选举产生

（一）董事基本情况

公司本届董事会共由 5 名董事构成，任期为 2016 年 12 月 5 日至 2019 年 12 月 4 日。

1、唐进先生 董事长、总经理

详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、（二）控股股东、实际控制人基本情况”之“1、控股股东、实际控制人”。

2、马蕾女士 董事

详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、（二）控股股东、实际控制人基本情况”之“1、控股股东、实际控制人”。

3、王刚先生 董事、副总经理

中国国籍，汉族，生于 1979 年 5 月，本科学历，无境外永久居留权。

1999 年 9 月至 2003 年 7 月，就读于西安翻译学院，取得本科学历。2002 年 12 月至 2007 年 7 月就职于陕西省企业信用协会，任外联部主任；2007 年 7 月至 2016 年 12 月就职于有限公司，历任行政主管、北京办事处主任、项目经理；2016 年 12 月至今就职于股份公司，任副总经理、董事。

4、李志斌先生 董事、董事会秘书、财务总监

中国国籍，汉族，生于 1973 年 10 月，大专学历，无境外永久居留权。

1990年9月至1994年7月就读于宝鸡市工业学校，取得中专学历；1999年9月至2001年12月就读于西安交通大学，取得大专学历（自考）；1994年7月至1999年9月就职于宝鸡叉车制造公司五厂，任财务处会计；1999年9月至2005年12月就职于西安西北华瑞摩托车城有限公司，任财务部经理；2005年12月至2006年3月，待业；2006年3月至2008年6月就职于西安赛格企业管理有限公司，任财务部副经理；2008年6月至2010年3月就职于陕西环球嘉禾板业有限公司，任财务部会计主管；2010年3月至2016年12月就职于有限公司，历任财务部经理；2016年12月至今就职于股份公司，任董事、董事会秘书、财务总监。

5、金楠女士 董事

中国国籍，汉族，生于1978年12月，本科学历，无境外永久居留权。

1997年9月至2001年7月就读于西安财经学院，取得本科学历；2001年7月至2016年12月就职于有限公司，历任媒介中心经理、客户服务部经理；2016年12月至今就职于股份公司，任董事、客户服务中心二部经理。

（二）监事基本情况

公司本届监事会共由3名监事构成，任期为2016年12月5日至2019年12月4日。

1、张莹萍女士 监事会主席

中国国籍，汉族，生于1985年9月，本科学历，无境外永久居留权。

2004年9月至2008年7月就读于西安文理学院，取得本科学历；2008年8月至2009年1月就职于西安市鼎高家具装饰有限责任公司，任行政助理；2009年1月至2010年4月就职于北京学而思教育集团西安分公司，任英语教师；2010年4月至2013年2月就职于北京学大教育西安交大校区，任英语教师；2013年2月至2016年12月就职于有限公司，历任媒介执行、行政经理；2016年12月至今就职于有限公司，任行政中心经理、监事会主席。

2、孙希光女士 监事

中国国籍，汉族，生于1944年7月，本科学历，无境外永久居留权。

1962年9月至1967年7月就读于天津大学，取得本科学历；1967年7月至1985年12月就职于西安国营风雷仪表厂，任技术员；1986年1月至1994年12月就职于西安手表零件厂，任总工程师；1995年1月至2014年9月，退休。2014

年9月至2016年12月就职于有限公司，任顾问；2016年12月至今就职于股份公司，任监事。

3、闫跟选先生 职工代表监事

中国国籍，汉族，生于1981年1月，本科学历，无境外永久居留权。

2000年9月至2005年7月就读于陕西科技大学，取得本科学历；2004年6月至2005年8月就职于陕西九洲群策房地产营销顾问有限公司，任设计师；2005年9月至2006年3月就职于西安美城房地产顾问有限公司，任设计师；2006年4月至2016年12月就职于有限公司，任创作中心经理；2016年12月就职于股份公司，任职工代表监事、创作中心经理。

（三）高级管理人员基本情况

根据本公司章程规定，公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监为公司高级管理人员。公司现有3名高级管理人员，均由公司董事会聘任。

1、唐进 先生 总经理

详细情况见本说明书“第一节基本情况”之“三、股权结构及变化情况”之“（二）控股股东、实际控制人的基本情况”。

2、王刚 先生 董事、副总经理

详细情况见本说明书“第一节基本情况”之“三、董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）董事基本情况”。

3、李志斌 先生 董事、董事会秘书、财务总监

详细情况见本说明书“第一节基本情况”之“三、董事、监事、高级管理人员基本情况”之“（一）董事基本情况”。

五、最近二年的主要会计数据和财务指标简表

项目	2016年12月31日	2015年12月31日
资产总计（万元）	3,963.17	3,427.11
负债总计（万元）	976.42	2,289.75
股东权益合计（万元）	2,986.75	1,137.36
归属于申请挂牌公司股东权益合计（万元）	2,986.75	1,137.36
每股净资产（元/股）	1.30	2.27

归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元/股）	1.30	2.27
资产负债率（母公司）（%）	24.64	66.81
流动比率（倍）	3.52	1.21
速动比率（倍）	2.70	1.19
项目	2016 年度	2015 年度
营业收入（万元）	6,723.42	9,341.07
净利润（万元）	-67.81	389.91
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-67.81	389.91
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-74.57	349.69
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）	-74.57	349.69
毛利率（%）	11.87	8.67
加权平均净资产收益率（%）	-4.16	41.37
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	-4.57	37.11
基本每股收益（元/股）	-0.07	0.78
稀释每股收益（元/股）	-0.07	0.78
应收账款周转率（次）	4.49	5.67
存货周转率（次）	-	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-1,207.09	322.82
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.52	0.65

主要财务指标计算说明：

注：上述财务指标的计算方法如下：

- 1、资产负债率=期末负债总额/期末资产总额
- 2、流动比率=期末流动资产/期末流动负债
- 3、速动比率=（期末流动资产-期末存货-期末预付账款-期末其他流动资产）/期末流动负债
- 4、毛利率=（当期营业收入-当期营业成本）/当期营业收入
- 5、应收账款周转率=当期营业收入/（期初应收账款余额+期末应收账款余额）/2
- 6、存货周转率=当期营业成本/（期初存货+期末存货）/2
- 7、每股净资产=期末净资产/期末注册资本
- 8、每股经营活动产生的现金流=当期经营活动产生的现金流/期末注册资本
- 9、净资产收益率和每股收益的计算根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）要求计算。

六、与本次挂牌有关的机构

（一）主办券商

- 1、名称：西部证券股份有限公司

- 2、法定代表人：刘建武
- 3、住所：西安市东新街 232 号信托大厦
- 4、联系电话：029-87406130
- 5、传真：029-87406134
- 6、项目小组负责人：王军
- 7、项目小组成员：陈强、曹安平、王若元

（二）律师事务所

- 1、名称：北京大成（西安）律师事务所
- 2、负责人：尉建锋
- 3、住所：西安市唐延路1号旺座国际城B座10层
- 4、联系电话：029-88866955
- 5、传真：029-88866956
- 6、经办律师：陈洁、贺龙龙

（三）会计师事务所

- 1、名称：瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）
- 2、执行事务合伙人：杨剑涛、顾仁荣
- 3、住所：北京市海淀区西四环中路16号院2号楼4层
- 4、联系电话：010-88219191
- 5、传真：010-88210558
- 6、经办注册会计师：翟晓敏、张龙华

（四）资产评估机构

- 1、名称：中联资产评估集团有限公司
- 2、法定代表人：胡智
- 3、住所：北京市西城区复兴门内大街 28 号凯晨世贸中心东座 4 层
- 4、电话：010-88000062

5、传真：010-88000006

6、经办注册评估师：翟红梅、闫梅林

（五）证券登记结算机构

1、名称：中国证券登记结算有限责任公司北京分公司

2、负责人：戴文桂

3、住所：北京市海淀区地锦路5号1幢401

4、联系电话：010-50939980

5、传真：010-50939716

（六）申请挂牌证券交易场所

1、名称：全国中小企业股份转让系统有限责任公司

2、法定代表人：谢庚

3、住所：北京市西城区金融大街丁 26 号

4、联系电话：010-63889512

5、传真：010-6388969

第二节 公司业务

一、主营业务与主要产品及服务

（一）公司主营业务

公司主营业务为传统媒体与互联网媒体的广告设计、制作、代理和发布服务及策划创意服务。

公司广告代理业务包括广告设计、制作、代理和发布服务，公司选择优质的广告媒体资源，依据房地产、运营商、卖场、汽车和电商等各行业客户产品特点、发展状况和竞争格局等信息，通过对目标消费群体、竞争商品广告投放和媒体信息等专业分析，设计和制作广告分布策略，为客户提供广告设计、制作、代理和发布等专业服务。公司代理的传统媒体主要包括报纸媒体、户外媒体、电视媒体和电台媒体等，互联网新媒体主要包括腾讯系平台（腾讯视频、腾讯新闻客户端、微信朋友圈、广点通和智汇推等平台自主投放广告等）以及华商网、今日头条、优酷视频、土豆视频、爱奇艺视频等媒体平台。公司依托上述媒体资源与诸多品牌客户建立了长期稳定的合作关系，积累了丰富的媒介运作经验，公司**广告代理业务**合作客户包括紫薇地产、保利地产、国美电器、中国电信等诸多知名品牌企业。

策划创意服务是公司为满足客户的个性化商业需求，为客户提供的活动创意策划、活动执行推广、活动运维管理等专业创意服务。公司基于对客户需求进行充分沟通和深度挖掘，为客户量身定制可行性活动方案，根据方案提供媒体整合推广、商业活动宣传、场地布展及搭建等综合创意服务。

公司 2016 年、2015 年主营业务收入分别为 67,234,174.11 元、93,410,745.48 元，报告期内公司的营业收入全部由主营业务收入构成，公司的主营业务突出。

（二）公司主要产品或服务

1、广告代理与发布服务

公司通过取得传统媒体和互联网媒体资源的广告代理权，为客户提供广告设计、制作、代理和发布等一系列专业服务。经过多年的经验积累，公司能够结合客户的企业形象、品牌定位，根据其具体的发布周期、目标受众等营销需求，在媒体投放的特定环境中，考量目标市场、目标消费群、投放周期、适合载体、广告形象、广告投放性价比等因素，从而实施广告专业策划和执行。

（1）传统媒体广告代理

公司的传统媒体资源主要包括平面、电台、户外等媒体。

第一，平面媒体。平面广告代理服务是公司传统媒体业务收入的主要来源。公司与本地龙头报纸媒体《华商报》签订了房地产、金融业务版面独家代理协议，充分整合《华商报》强大平媒品牌优势和采编资源，为广告主提供更为优质、便捷的广告代理服务。

第二，电台媒体。电台媒体包括广播、电视媒体，具有传播速度快、覆盖范围广、受众人群多、灵活性高等特点。公司的电台媒体主要包括西安交通广播（FM91.6）、陕西经济广播（FM89.6）、西安音乐广播（FM93.1）和西安电视台等，代理客户群体涉及房地产、汽车、零售等多个行业。随着近年来私家车保有量的爆发式增长，“有车一族”逐渐成为电台广告的主流受众群体，越来越多的广告代理客户逐渐加大电台广告的投放力度。

第三，户外媒体。户外媒体具有媒体受众质量高、传播效率高、受干扰度低的特点，公司户外媒体资源包括户外单立柱、LED 广告、候车亭广告等。公司根据客户需求筛选相匹配的广告媒体，制定包括发布周期、发布位置、更新频次等要素的发布策略与方案，将客户直接提供或按照客户需求设计的广告画面素材制作成平面广告装框或转化为电子图片导入液晶广告机完成广告发布。

（2）“互联网+”媒体广告代理

公司“互联网+”媒体包括移动端、PC 端媒体，“互联网+”媒体较传统媒体相比具有传播范围更广、传播速度更快、传播受众更精准、传播效率更高等特点。公司合作的互联网媒体主要为腾讯系平台（腾讯视频、腾讯新闻客户端、微信朋友圈、广点通和智汇推等平台自主投放广告等）以及华商网、今日头条、优酷视频、土豆视频、爱奇艺视频等平台。公司与腾讯分别签订了智汇推（陕西地区）代理协议和房地产业务（陕西地区）独家代理协议，媒体资源覆盖视频、新闻、社交软件、游戏开发等众多形式，媒体产品覆盖率和用户关注度较高。公司通过全面整合互联网媒体资源，为客户提供品牌策划、创意、活动、项目推广等综合服务。

2、策划创意服务

策划创意服务是公司为满足客户的个性化商业需求，结合移动营销的 4I 原则，为客户量身定制媒体整合推广、商业活动宣传、场地布展及搭建方案，为客户提供包括策划设计、互动制作、整合媒体及精准投放等一系列更深层次的服务，

实现目标受众及客户之间的“互动式”沟通。策划创意服务主要针对公司长期合作的大客户的个性化需求，如公司代理与承办长安汽车 2010-2015 年度西北区域的广告宣传业务、陕西电信 80 余场线下大讲堂活动、陕西省天然气集团的 VI 标识设计和活动执行、贸促会 2014 年 5 月第十八届西洽会等大型活动等。

公司产品或服务的主要消费群体为房地产、运营商、卖场、汽车和电商等广告主以及其他广告代理商，公司的核心媒介资源及成功案例展示如下：

产品(服务)名称	产品(服务)内容	产品(服务)图示
传统媒体广告代理	《华商报》是综合类都市生活报纸，日发行量约 30 多万份，以西安为中心，辐射宝鸡、咸阳、渭南、延安、榆林等全省大中型城市的发行网络，是陕西乃至西北地区发行量、阅读率、影响力较大的报纸。公司主要代理《华商报》的房产、金融等行业的广告投放。	
	《西安晚报》是中共西安市委主办的面向市民大众的都市生活类报纸，也是中国西部历史最悠久的大型城市报纸，拥有巨大的社会影响力和公信力。公司是《西安晚报》家居，运营商行业的广告独家代理公司。	

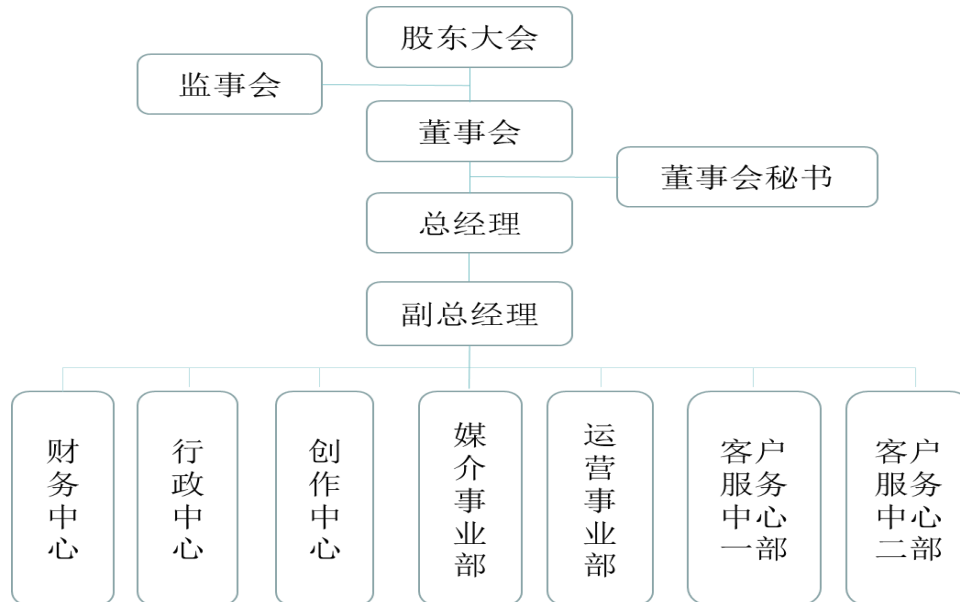
	公司户外广告媒体主要包括单立柱、LED 户外广告灯箱、候车亭广告等,公司目前共有户外单立柱6块。	
互联网+媒体广告代理	腾讯智汇推是集中了腾讯系资讯、娱乐、社交三大最强媒体资源,通过大数据挖掘基础支持,直达需求,精准投放的程序化购买平台。公司是陕西省的一级代理公司和房地产行业的独家代理公司。	
	乐华欢乐世界微信朋友圈广告投放案例:乐华欢乐世界在开园前,希望通过广告拉动人气,增加人流量。结合客户需求,公司推荐通过微信朋友圈推广,不到两天时间的曝光,就为客户获取了 56000 余条宝贵的注册信息。作为陕西第一个朋友圈广告,此次朋友圈广告投放放在陕西地区广告代理行业取得重要突破。	

		整体投放效果 曝光 1811.1万 总曝光(次) 1200.0万 扣费曝光(次) 611.1万 赠送曝光(次) 点击 82.43万 查看详情(次) 49.44万 图片点击(次) 21.67万 点赞评论(次) 传播 3.20万 关注(次) 5449 转发给朋友(次) 2399 转发朋友圈(次)
策划创意 服务	陕西电信世界杯炒店 O2O 投放活动案例：围绕世界杯主题，此次活动以 2014 年巴西足球世界杯为背景，通过参与门店的易/微信公众号以及 APP 媒体平台进行活动推送以吸引客户参与互动游戏（大转盘）以中奖的方式引流客户到实体店面兑奖，实面门店对到店的客户做好终端、业务的进一步推荐，同时参与线下的互动式游戏。实现终端、业务销量上升。中奖的客户再次以朋友圈的传播方式吸引更多的粉丝参与活动。活动充分结合了移动营销的 4I 原则，为客户量身定制的媒体整合推广。本次活动全省开展范围包括 118 家自营厅、65 家代理门店。公众号参与人数 54739；微信新增粉丝总数 34977，粉丝增长率为 34.1%；易信新增粉丝总数 63384，粉丝增长率为 27.7%；门店微信粉丝人数平均为 805 人，易信粉丝人数平均为 1922 人；参与大转盘活动的人数约为 375 人/店，参与活动转化率约为 11%。此次活动最终获得了广告主杂志社颁发的“2014 年移动营销论坛暨金坐标奖”之“最佳效果广告奖”。	 

		
	长安汽车“线上传播、线下活动”团购活动案例：公司为客户长安汽车针对陕西、宁夏区域策划并实施“线上传播、线下活动”大规模团购活动，分季度制定活动主题，持续有序推进，以实销为考核杠杆，效果显著。 线上传播：活动开始前公司充分发挥强大的媒体整合能力优势，通过《腾讯视频》、《汽车之家》、《易车网》、《爱卡汽车》、移动 DSP 等媒体形式对活动进行大力宣传与推广，同时在线收集了大量的意向客户信息； 线下活动：通过团购活动创造销售人员和客户互动交流与体验消费的场所和机会，活动现场安排客户进行选车、订车。2015 年公司为客户长安汽车策划团购活动共计 65 场，收集客户信息 54884 个，订单 5688 台。	  

二、主要业务流程及方式

（一）公司组织机构



公司各部门主要职责如下：

部门	职能
财务中心	负责公司日常财务核算，合理调配资金；负责费用支付审核及账务处理；负责编写公司财务报表及会计科目明细表；负责公司现有资产管理；负责公司财务管理与财务监督；负责公司财务报销工作；负责公司资金缴、拔，按时上交税款。
行政中心	协助总经理与各部门工作和处理日常事务；负责召开企业办公会议和其他有关会议，撰写会议纪要；参与企业发展规划的拟订、年度经营计划的编制和企业重大决策事项的讨论；汇总企业年度综合性资料，草拟企业年度总结、工作计划和其他综合性文稿；负责处理企业行政文书，做好收发登记、传递、催办、归档、立卷及档案管理工作；负责业务合同的录入与归档管理工作；负责公司人力资源工作。
创作中心	配合相关部门提供项目前期的技术支持；根据客户需求配合客户服务中心完成广告设计方案；负责完成客户的定制类产品设计；负责设计类资料的收集与整理。
客户服务中心	客户服务中心一部侧重于开发新客户，客户服务中心二部侧重于维系老客户、大客户。客户服务中心分别下设多个项目组，由项目组负责开发新客户，发展和维护现有客户关系，建立详尽的客户档案，完成预定的销售额；负责项目合同的谈判、竞标、签订工作及协调项目回款；协调创作中心完成广告方案设计并与客户沟通确认；协调媒介事业部和运营事业部完成广告发布与验收。
媒介事业部	根据公司战略计划和客户需求，制定媒介采购策略；负责媒介资源的筛选与采购；负责媒介供应商的维护；负责媒介资源的内部配置与协调；检查广告发布内容与刊登质量。
运营事业部	负责互联网广告后台的数据维护与优化；负责互联网广告发布效果留档；负责互联网广告发布数据的统计分析与汇报。

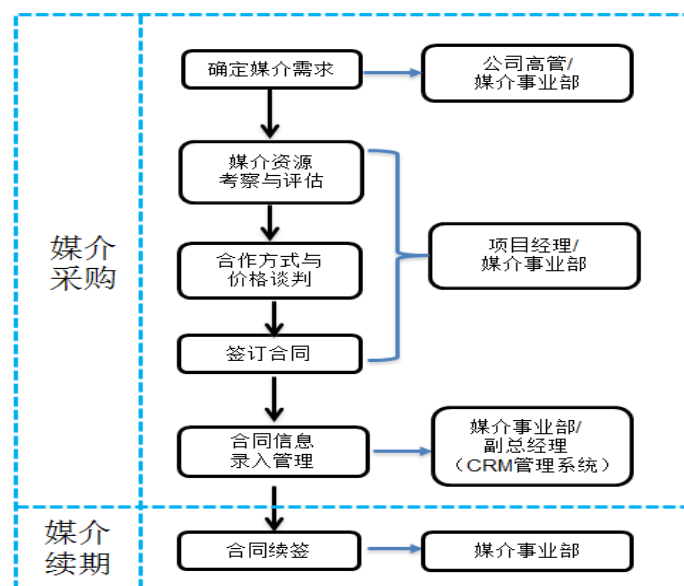
（二）公司主要业务流程

1、广告代理业务流程

（1）媒体资源的采购与续期

公司媒体资源的采购流程主要是媒体资源代理权或经营权的获取。公司高管及媒介事业部根据公司战略布局和业务方向制定媒体采购计划，并基于对媒体资源的质量特点、受众人群、区域范围、市场影响和商业价值等因素的综合考察和全面评估，当评估结果符合公司采购标准时，项目经理确定采购价格范围并与媒体供应商进行价格谈判，在双方达成一致后签订采购合同。采购合同由行政中心利用 CRM 管理系统实施数据化管理，以保证公司媒体资源的正常使用。

媒体资源的续期流程主要是公司媒体使用权的合同续签。当公司媒体使用权即将到期，行政中心将提示媒介事业部与媒体供应商沟通确认是否续期并及时办理相关手续。



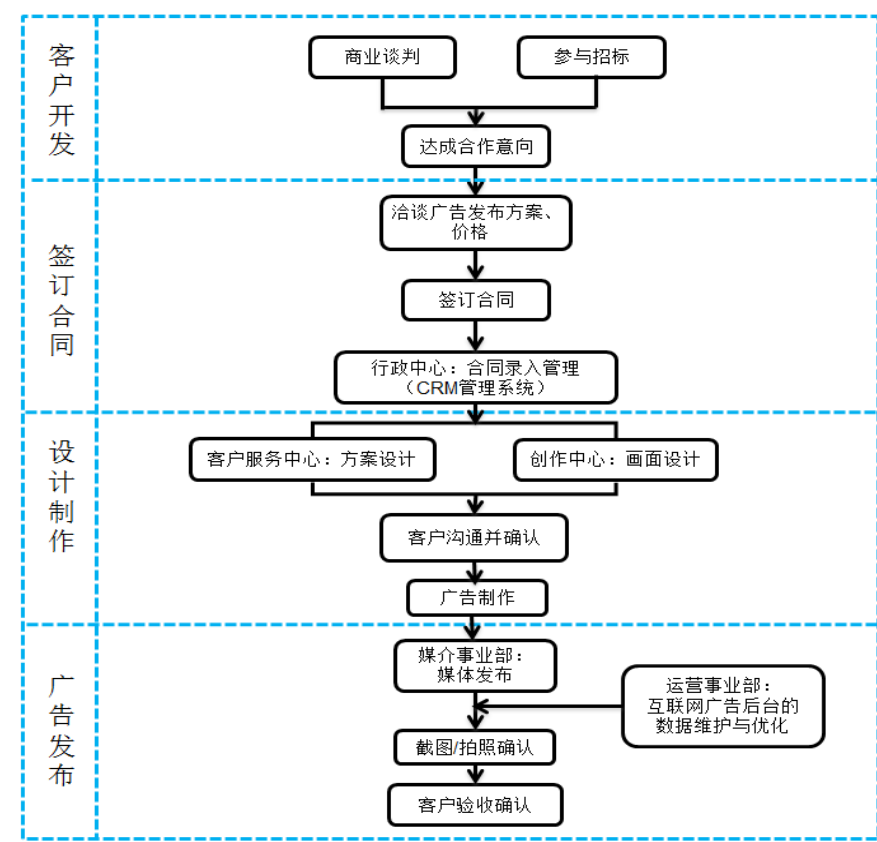
（2）广告服务销售流程

公司广告服务销售流程包括客户开发、签订合同、设计制作和广告发布。客户开发具体包括两种形式：第一种是商业谈判，客户服务中心项目经理基于市场各类广告信息的收集与分析，确定潜在客户目标，通过主动拜访或客户介绍推荐与目标客户接触，挖掘客户广告需求并向客户推介公司广告服务，最后通过商业谈判方式获取广告代理业务；第二种是招投标，公司通过公开招标方式或邀请招标方式获取潜在客户广告发布需求信息，根据客户提供的信息资料设计方案与制作标书参与竞标。

当客户与公司达成合作意向或公司投标中标后进入签订合同阶段，根据客户广告发布要求，项目经理与客户共同洽谈商议广告发布内容与合同价格，经双方确认后签订合同。销售合同由行政中心利用 CRM 管理系统实施数据化管理，以保证公司广告业务的顺利开展。

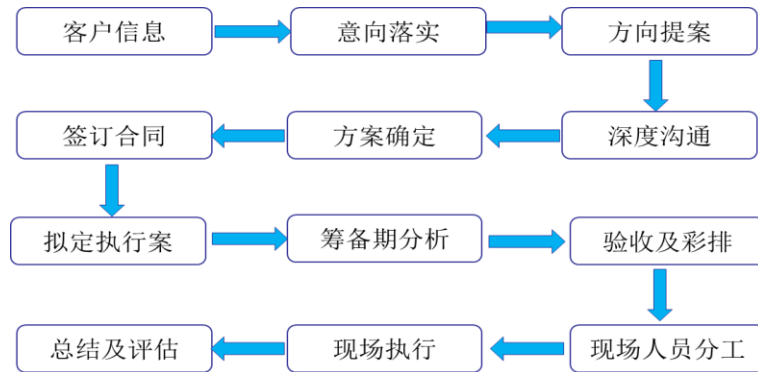
广告设计制作由客户服务中心和创作中心协作实施。客户服务中心项目组根据客户产品特点、所属行业和发布需求等进行市场信息收集调研，结合公司产品和服务功能拟定多套发布方案供客户选择。公司部分客户可以直接提供广告发布画面，对于部分无法提供广告画面的客户，客户选定发布方案后，公司创作中心根据发布方案为客户提供广告画面设计服务，双方沟通确认后完成画面设计。

广告设计制作完成后由媒介事业部统一对外投放发布，运营事业部负责公司互联网广告后台的数据维护与优化。客户对广告发布的验收主要依据公司提供的验收单、客户服务中心汇总版面截图或实景拍照及广告发布检验报告，交付客户确认完成验收。除此之外，客户提出现场抽查要求时，公司客户服务中心项目经理将陪同客户进行现场抽查。公司以全面的广告发布证明文件向客户保证广告发布的真实与完整。



2、策划创意服务

公司策划创意服务由创作中心和客户服务中心协作实施。公司客户服务中心通过营销推广或商务谈判方式与客户签订策划服务协议，在对客户需求进行充分沟通和深度挖掘的基础上为客户量身定制可行性方案，根据方案提供媒体整合推广、商业活动宣传、场地布展及搭建等综合创意策划服务。



3、售后服务

售后服务是公司业务流程的重要环节。公司的广告代理或策划创意服务贯彻售前、售中、售后各个环节，根据实际情况对客户的支持请求进行分配与实施，保证所有客户售后服务请求都不会疏漏，为客户提供全方位的受理与服务，能够及时响应并解决客户提出的问题，获得客户的满意。

三、与业务相关的关键资源要素

（一）公司服务依赖的核心资源

1、丰富的媒体资源

公司主营业务为传统媒体与互联网媒体的广告设计、制作、代理和发布服务及策划创意服务。公司的核心竞争优势体现在对媒体资源的价值挖掘和精准营销方面，自成立以来一直与《华商报》、《西安晚报》、《今日头条》等众多知名媒体保持良好的合作关系。公司目前已分别与《华商报》（房地产、金融业务）、腾讯智汇推（陕西地区房地产业务）、陌陌到店通（西安地区）分别签订了独家代理协议，媒体数量资源丰富。公司重视优质媒体资源的开发与配置以满足客户不同需求，同时为客户提供综合创意活动策划等附加服务。经过多年的运营和发展，公司深受媒体供应商的认可，为公司维持媒体资源的保有率和获取新资源提供了竞争优势。

2、品牌优势和客户资源

公司凭借多年以来优质媒体资源的开发、配置、管理的完整运营体系以及高效、优质的客户服务质量树立了良好的品牌形象，能够为优质客户资源提供丰富的广告投放渠道和精准的投放效果，客户体验良好，客户粘性较强。公司在陕西地区已积累了如紫薇地产、保利地产、国美电器、中国电信等诸多知名品牌客户，具有较为突出的品牌优势和客户资源优势。

（二）无形资产

1、商标权

截至本公开转让说明书签署之日，公司未取得任何商标权。

2、网络域名

截至本公开转让说明书签署日，公司正在使用的 1 项网络域名情况如下：

序号	域名注册商	域名	所有权人	到期日期
1	阿里云计算有限公司（万网）	adway.com.cn	典汇传播	2018.1.13

（三）公司业务许可与资质

公司开展业务不需要取得前置许可或相关资质证书。截至本公开转让说明书签署之日，公司未取得任何业务许可或资质证书。

公司取得的业务代理权、行业协会会员证和荣誉证书具体如下：

1、业务代理权及行业协会会员证

序号	证书名称	证书编号	权属人	发证日期	有效日期	发证机构
1	腾讯智汇推陕西地区代理（房地产行业除外）	TUI2017015	典汇传播	2017.1	2017.12.31	北京腾讯文化传媒有限公司
2	腾讯智汇推陕西地区房地产行业独家代理	TUI2017016	典汇传播	2017.1	2017.12.31	北京腾讯文化传媒有限公司
3	北京力美 DSP 广告平台、力美企业宝产品陕西地区独家代理	-	典汇传播	2017.1.1	2017.12.31	北京力美广告有限公司
4	陕西省广告协会副会长单位	FHZS0021	典汇传播	2014.9.1	2017.6.30	陕西省广告协会
5	陌陌效果广告区域独家合作伙伴	-	典汇传播	2017. 4	2017. 12. 31	北京陌陌科技有限公司

2、荣誉证书

序号	证书名称	发证机构	发证日期
1	2016 年度本地代理公司突出贡献奖	陕西华商传媒集团有限责任公司	2017.2
2	2016 年腾讯智汇推双十一突飞猛进奖	北京腾讯文化传媒有限公司	2016.11
3	2015 年度本地代理公司卓越贡献奖	陕西华商传媒集团有限责任公司	2016.2

（四）公司主要固定资产

1、固定资产分类

公司主要固定资产包括房屋及建筑物、办公设备。其中，房屋及建筑物为公司股东投资的房产，办公设备为电脑、打印机、办公家具等。截至 2016 年 12 月 31 日，公司固定资产账面价值为 2,239,346.40 元，其中房屋建筑物、办公设备账面价值占比分别为 97.95%、2.05%，综合成新率为 97.42%。公司为轻资产运营的服务业企业，现有固定资产可以满足日常经营需要。

2016 年 12 月 31 日固定资产情况表

项目	固定资产原值		固定资产账面价值		成新率 (%)
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	
房屋及建筑物	2,200,325.32	95.72	2,193,483.06	97.95	99.69
办公设备	98,295.95	4.28	45,863.34	2.05	46.66
合计	2,298,621.27	100.00	2,239,346.40	100.00	97.42

2、房屋建筑物

公司拥有已取得房屋所有权证书的房产 2 处，建筑面积分别为 163.87 平方米、132.28 平方米，具体情况如下：

所有人	地址	权证编号	建筑面积 (m²)	规划用途	用途
有限公司	西安市雁塔区雁塔西路 161 号 1 幢 11508 室	陕(2016)西安市不动产权第 1097239 号	163.87	住宅	出租
有限公司	西安市雁塔区雁塔西路 161 号 1 幢 11507 室	陕(2016)西安市不动产权第 1097240 号	132.28	住宅	出租

报告期内，公司将西安市雁塔区雁塔西路 161 号 1 幢 11507 室、11508 室 2 处房产无偿租赁给凯创文化、德创网络，凯创文化、德创网络租用该房屋仅作为注册地址而并未实际使用，该租赁未对公司及股东的利益产生重大不利影响。2016 年 12 月 31 日，公司与德创网络签订了《房屋租赁合同》，协议约定公司将西安市雁塔区雁塔西路 161 号 1 幢 11507 室房产出租给德创网络，租金为 1,000.00

元/月，租赁期限为 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。截至本公开转让说明书签署之日，凯创文化已迁出并办理完成注册地址工商变更手续。

2017 年 1 月 16 日，公司与西安缘来如此企业管理咨询有限公司签订《房产租赁合同》，协议约定公司将位于西安市雁塔区雁塔西路 161 号 1 幢 11507 室、11508 室 2 处房产出租给西安缘来如此企业管理咨询有限公司作为办公地点使用，租金为每月 10,000.00 元/月，租赁期限为 2017 年 2 月 15 日至 2018 年 2 月 14 日。

3、租赁房产

房产位置	出租人	租赁期限	租金	面积 (m²)	用途
西安市曲江新区翠华南路 1819 号西安文化科技创业城（瓦胡同项目 3 号楼）14 层南户	西安文化科技创业城股份有限公司	2016.12.15-2017.2.28	无偿租赁	748.71	办公
		2017.3.1-2019.2.28	标准租金：65 元/m²/月 优惠租金：50 元/m²/月		
西安市雁塔区雁塔西路 161 号 1 幢 11508 室	唐进	2015.1.1-2016.12.31	无偿租赁	163.87	办公
西安市雁塔区雁塔西路 161 号 1 幢 11507 室	张宏昌/ 唐进	2015.1.1-2016.12.31	无偿租赁	132.28	办公

注：公司与西安文化科技创业城股份有限公司不存在关联关系。

报告期内，关联方唐进、张宏昌将西安市雁塔区雁塔西路 161 号 1 幢 11508 室、11507 室 2 处房产无偿租赁给公司作为办公场所使用，该租赁未对公司及股东的利益产生重大不利影响。2016 年 7 月 13 日张宏昌将 11507 室转让给唐进，唐进继续将该房产无偿租赁给公司使用。2016 年 10 月 20 日唐进将前述 2 处房产以非货币资产向公司增资，过户完成后，公司使用自有房产作为办公场所。2016 年 12 月 15 日公司租赁西安市曲江新区翠华南路 1819 号西安文化科技创业城（瓦胡同项目 3 号楼）14 层南户作为办公场所。

（五）公司人员结构以及核心技术人员情况

1、人员结构

截至 2016 年 12 月 31 日，公司共有员工 58 人，具体构成情况如下：

（1）按学历划分

学历	人数（人）	比例（%）
本科	26	44.83
大专	28	48.28
大专以下	4	6.90

合计	58	100.00
----	----	--------

(2) 按年龄结构划分

年龄（岁）	人数（人）	比例（%）
20-29	29	50.00
30-39	22	37.93
40-49	5	8.62
50 及以上	2	3.45
合计	58	100.00

(3) 按司龄结构划分

年份	人数（人）	比例（%）
一年以内	28	48.28
一至三年	9	15.52
三至五年	5	8.62
五年以上	16	27.59
合计	58	100.00

(4) 按任职结构划分

任职分布	人数（人）	比例（%）
行政中心	10	17.24
财务中心	3	5.17
创作中心	7	12.07
媒介事业部	4	6.90
运营事业部	3	5.17
客户服务中心一部	17	29.31
客户服务中心二部	14	24.14
合计	58	100.00

2、核心业务人员情况

公司核心业务人员为掌握了公司核心媒体资源、客户资源的业务人员，包括唐进、王刚、金楠、钱政华四人。

(1)唐进个人简历详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、(二) 控股股东、实际控制人基本情况”之“1、控股股东、实际控制人”。

(2) 王刚个人简历详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“四、(一) 董事基本情况”。

(3) 金楠基本情况详见本公开转让说明书“第一节 公司基本情况”之“四、(一) 董事基本情况”。

(4) 钱政华，女，中国国籍，汉族，生于 1977 年 12 月，无境外永久居留权。1992 年 6 月毕业于昆仑中学，初中学历。1992 年 7 月至 1998 年 6 月，待业；1998 年 7 月至 1999 年 8 月就职于青岛国大期货经纪公司，任投资经纪人；1999 年 9 月至 2002 年 2 月，待业；2002 年 3 月至 2003 年 4 月就职于青岛五洲广告有限公司，任媒介执行和总监助理；2003 年 6 月至 2010 年 4 月，个体商户服装销售；2010 年 5 月加入公司，现任职客户服务中心一部总经理。

报告期内，公司的核心业务人员任职情况稳定，近两年未发生重大变化。公司的核心业务人员与原单位均不存在知识产权、商业秘密的侵权纠纷或潜在侵权纠纷。

截至本公开转让说明书签署日，公司核心业务人员持股情况如下：

序号	姓名	现任职务	直接持股数量（股）	直接持股比例（%）	间接持股数量（股）	间接持股比例（%）
1	唐进	董事长、总经理	14,380,000	62.52	3,939,534	17.13
2	王刚	董事、副总经理	/	/	388,904	1.69
3	金楠	董事	/	/	478,262	2.08
4	钱政华	-	/	/	98,350	0.43
合计			14,380,000	62.52	4,905,050	21.33

（六）公司的质量管理、环保、安全生产情况

1、质量管理情况

公司发布广告的内容遵从《广告法》要求，报告期内未发生因广告内容违反法律法规而受到处罚的情形。公司非常重视广告发布、制作及策划活动的服务质量，公司广告发布、制作及策划活动服务受到客户的一致认可，报告期内未发生过客户对服务质量不满意而产生纠纷的情况。

2、环保和安全生产情况

公司主营业务为广告设计制作、广告代理服务及策划创意服务。根据中国证监会 2012 年发布的《上市公司行业分类指引》规定，公司所属行业为“L72-商

业服务业”，经查阅《上市公司环保核查行业分类管理名录》（环办函[2008]373号文），不属于重污染行业，无需取得排污许可证。

公司不属于《安全生产许可证条例》规定的实行安全生产许可证制度的行业，不需要取得安全生产许可。公司不存在因违反安全生产方面的法律、法规而受到处罚的情形。

四、业务经营情况

（一）主营业务收入构成及产品销售情况

公司主营业务为传统媒体与互联网媒体的广告设计、制作、代理和发布服务及策划创意服务。报告期内公司的营业收入来源分别为传统媒体发布收入、互联网+媒体发布收入、活动和制作收入，公司的主营业务突出。公司与客户签订的销售合同符合《广告管理条例》规定，合同条款不存在附条件销售的情形。

产品类别	2016 年度		2015 年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
传统媒体	43,682,870.93	64.97	64,753,212.63	69.32
互联网+	16,947,803.96	25.21	7,493,532.05	8.02
活动和制作	6,603,499.22	9.82	21,164,000.80	22.66
主营业务收入小计	67,234,174.11	100.00	93,410,745.48	100.00
其他业务收入	-	-	-	-
营业收入合计	67,234,174.11	100.00	93,410,745.48	100.00

公司2016年、2015年主营业务收入分别为67,234,174.11元、93,410,745.48元。公司2016年营业收入较2015年减少26,176,571.37元，减幅28.02%，主要原因是：

（1）随着我国经济进入发展新常态，房地产、汽车、金融等多个行业受到经济下行压力影响，广告发布资金预算缩减，广告发布需求由传统效果的数量型向精准效果的质量型转变。2016年公司调整经营战略以提高可持续发展能力，业务模式由传统媒体业务逐渐向互联网+媒体业务转型。基于对销售回款风险和业务模式转型的考虑，公司2016年适当缩减了收益低、账期长的传统媒体业务规模，2016年传统媒体业务收入由2015年的64,753,212.63元缩减至43,682,870.93元，减幅32.54%。（2）公司调整经营战略与业务模式，2016年加深互联网+媒体业务的投入力度，进一步扩展与腾讯的业务合作类型，在原来的品牌类广告业务模式基础上新增了效果类广告业务模式，2016年互联网+媒体业务收入由2015年的7,493,532.05元增加至16,947,803.96元，增幅126.17%。由于公司经营战略与

业务转型成果尚未完全显现，因此2016年互联网+媒体业务收入规模相对较小。随着公司互联网+媒体业务的投入力度进一步加深，互联网+媒体业务将逐渐成为公司未来主要收入及利润来源。(3) 2016年公司重要客户重庆长安汽车年度营销招标策略发生调整，公司未能与其延续合作关系，2016年活动与制作收入规模由2015年的21,164,000.80元减少至6,603,499.22元，减幅68.80%。

(二) 产品（服务）主要消费群体及报告期内前五大客户情况

1、产品（服务）主要消费群体

公司以媒体资源为载体，为各行业客户提供发布广告或策划创意服务，客户涉及房地产、金融、汽车、通讯、零售、餐饮娱乐等 20 余个行业。

公司客户开发及订单获取主要包括两种形式：第一种是商业谈判，项目经理基于各类市场信息的收集与分析，确定潜在客户目标，通过主动拜访或客户介绍推荐与目标客户接触，挖掘客户需求并向客户推介公司广告代理或策划创意服务，最后通过商业谈判方式获取业务订单；第二种是招投标，公司通过公开招标方式或邀请招标方式获取潜在客户信息，根据客户提供的信息资料设计方案与制作标书参与竞标。

2、公司前五名客户情况

报告期内，公司对前五名客户的销售情况如下：

2016 年度			
客户名称	业务类型	金额（元）	占当期营业收入的比例（%）
西安紫薇地产开发有限公司 ^①	广告发布	6,696,395.67	9.96
西安市国美电器有限公司	广告发布	6,579,239.62	9.79
西安经济技术开发区管委会	广告发布	5,429,624.53	8.08
西安鼎信广告文化传播有限公司	广告发布	3,585,378.30	5.33
陕西保利房地产开发有限公司 ^②	广告发布	2,764,305.30	4.11
合计		25,054,943.42	37.27
2015 年度			

① 西安紫薇地产开发有限公司销售收入包括西安紫薇地产开发有限公司、西安紫郡置业有限公司、西安丰钜房地产开发有限责任公司、西安高科（集团）新西部实业发展公司、西安紫薇投资发展有限公司、陕西盟发房地产开发有限公司、西安紫峪置业有限公司 5 个项目公司的销售收入合计。

② 陕西保利房地产开发有限公司销售收入包括西安欣佳荣房地产开发有限公司、陕西新天力置业有限公司、陕西保利荣安房地产开发有限公司 3 个项目公司的销售收入合计。

公司名称	业务类型	金额（元）	占当期营业收入的比例（%）
重庆长安汽车股份有限公司	广告代理与策划服务	16,543,624.34	17.71
西安紫薇地产开发有限公司	广告发布	10,570,836.79	11.32
西安市国美电器有限公司	广告发布	8,538,000.00	9.14
西安经济技术开发区管委会	广告发布	7,339,047.17	7.86
陕西星河湾房地产开发有限公司	广告发布	3,280,938.68	3.51
合计		46,272,446.98	49.54

公司主营业务为传统媒体与互联网媒体的广告设计、制作、代理和发布服务及策划创意服务。公司凭借多年以来优质媒体资源的开发、配置、管理的完整运营体系以及高效的客户服务质量树立了良好的品牌形象，积累了如紫薇地产、保利地产、国美电器、中国电信等诸多知名品牌客户，具有较为突出的品牌优势和客户资源优势。从客户特性来看，公司报告期内前五名客户主要为国内上市公司或规模较大的企业，选择供应商时会综合考虑品牌信誉良好、服务质量稳定、服务价格合理的广告供应商，合作关系一经确定后更换广告供应商的可能较小。公司历年来以优质稳定的服务和良好的信誉为客户提供广告代理或策划服务，彼此之间建立了长期稳定的合作关系。因此，报告期内，公司前五名客户存在部分重合的情况。

针对公司前五名客户重合的情况，公司将继续巩固与现有重要客户融洽合作关系，坚持市场开拓与客户培育，一方面为现有客户资源提供更加丰富的广告投放渠道和更加精准的投放效果，优化客户体验，增强客户粘性；另一方面不断拓展客户开发渠道，获取全国范围优质客户资源，满足不同客户的多样化需求，为公司业务带来新的增长点。

2016 年、2015 年公司前五名客户销售收入占当期营业收入的比重分别为 37.27%、49.54%，均不超过 50%，报告期内，公司不存在对前五名客户依赖的情形；2016 年、2015 年公司单一客户销售收入占当期营业收入的比重均不超过 20%，报告期内，公司不存在对单一客户依赖的情形。

2016 年、2015 年公司与前五名客户不存在任何关联关系，公司董事、监事、高级管理人员、核心业务人员和持有公司 5%以上股份的股东没有在公司前五名客户中占有权益。

（三）采购情况及报告期内前五大供应商情况

1、主要采购情况

公司与主营业务有关的采购主要为面向媒体供应商采购媒体资源，以及根据广告制作或策划活动需要采购制作材料、租赁场地或服务。

公司与媒体供应商主要通过商业谈判、市政拍卖或招投标方式签署采购协议的方式进行合作。公司根据战略布局和业务方向制定媒体采购计划，基于对媒体资源的质量特点、受众人群、区域范围、市场影响和商业价值等因素的综合考察和全面评估，当评估结果符合公司采购标准时，项目经理通过商业谈判、市政拍卖或招投标方式与媒体供应商签订采购协议。

2、公司前五名供应商情况

报告期内，公司对前五名供应商的采购情况如下：

2016 年度			
供应商名称	采购内容	金额（元）	占当期主营业务成本的比例（%）
西安华商广告有限责任公司	媒体资源	22,711,250.67	38.33
北京腾讯文化传媒有限公司	媒体资源	12,413,382.50	20.95
西安日报社 ^①	媒体资源	9,627,509.43	16.25
西安今正广告有限责任公司	媒体资源	4,059,009.43	6.85
陕西华夏文化传媒股份有限公司	媒体资源	2,345,471.70	3.96
合计		51,156,623.73	86.33
2015 年度			
供应商名称	采购内容	金额（元）	占当期主营业务成本的比例（%）
西安华商广告有限责任公司	媒体资源	42,576,597.17	49.91
西安公物拍卖行	媒体资源	6,300,000.00	7.38
西安日报社	媒体资源	5,708,616.98	6.69
西安民盛广告有限责任公司	媒体资源	4,832,264.15	5.66
北京腾讯文化传媒有限公司	媒体资源	3,028,503.40	3.55
合计		62,445,981.70	73.20

① 西安日报社的合同签订方为西安晚报广告经营中心。

广告企业必须掌握数量充足且质地优良的媒体资源，才能提高广告服务受众数量和质量，以实现客户精准营销的目的。公司与主营业务有关的采购主要为面向媒体供应商采购媒体资源，公司对媒体资源的稳定程度和质量标准要求较高，公司报告期内披露的前五名供应商均系多年经营合作及筛选后保留的优质媒体供应商，合作关系稳定且媒体资源具备质量优势。因此，报告期内公司前五名供应商存在部分重合情况。

2016年、2015年公司前五名供应商采购金额占当期主要业务成本的比重分别为86.33%、73.20%。报告期内，公司前五名供应商采购金额占当期主营业务成本的比重较大，均超过70%，公司对前五名供应商存在一定程度依赖的情形。公司向媒体供应商采购媒体资源时非常重视媒体资源市场占有率、品牌知名度、服务质量及稳定性等因素。公司前五名供应商中西安华商广告有限责任公司、西安日报社分别掌握着陕西省平面媒体龙头《华商报》、《西安晚报》，北京腾讯文化传媒有限公司是腾讯内部媒介运营公司。公司与前述供应商合作关系稳定且彼此熟知互信，媒体资源采购具有便捷性和稳定性，双方合作关系无法续期的风险较小。因此，公司对前五名供应商依赖情况不会对公司持续经营产生重大不利影响。

2016年、2015年公司对西安华商广告有限责任公司的采购金额占当期主营业务成本的比重分别为38.33%、49.91%，采购内容为《华商报》平面媒体资源。《华商报》是陕西省龙头报纸，建立了以西安为中心，辐射宝鸡、咸阳、渭南、延安、榆林等全省大中型城市的发行网络，日发行量约为30多万份，是陕西乃至西北地区发行量、阅读率、影响力较大的综合类都市生活报纸。基于《华商报》的市场地位和品牌效应，公司与西安华商广告有限责任公司建立了长期的合作关系，取得了《华商报》的房产、金融等行业的（独家）代理权，因此报告期内公司对《华商报》媒体资源采购金额较高。随着公司调整经营战略，业务重心由毛利率较低的传统媒体业务逐渐向毛利率较高的互联网+媒体业务转型，公司对西安华商广告有限责任公司的采购金额将逐渐缩减。公司将一方面持续维护与媒体供应商的良好合作关系，提升营销力度，优化协同效率，积极完成考核指标，确保媒体资源顺利续期；另一方面不断加强媒体资源开发力度，创新合作模式，加强合作深度，力争获得更多优质媒体资源经营权。

2016年、2015年公司与前五名供应商不存在任何关联关系，公司董事、监事、高级管理人员、核心业务人员和持有公司5%以上股份的股东没有在公司前五名供应商中占有权益。

（四）报告期内对公司持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

1、报告期内，公司签订的金额在 50 万以上销售合同以及与前五名客户签订的框架性协议列表如下：

序号	单位名称	合同内容	签订时间	履约期限	合同金额 (元) ①	2016 年度确认 销售金额 (元) ②	2015 年度确认 销售金额 (元) ③	履行 状态
1	西安紫郡置业有限公司/西安丰钜房地产开发有限责任公司	广告发布合同	2015.5.19	2015.6.1-2018.5.31	6,468,000.00	2,033,962.26	1,186,477.99	正在履行
2	陕西英泰置业有限公司	户外广告发布合同	2016.8.19	2016.7.15-2018.7.14	1,600,000.00	233,333.33	-	正在履行
3	西安天地源曲江房地产开发有限公司	户外广告发布合同	2014.7.9	2014.7.30-2015.7.30	1,200,000.00	-	660,377.36	履行完毕
4	西安鼎信广告文化传播有限公司	广告发布合同	2016.11.1	2016.11.1-2016.11.30	1,065,772.00	1,005,445.28	-	履行完毕
5	西安陆港愿景置业有限公司	户外广告发布合同	2015.12.25	2016.1.15-2017.3.14	850,000.00	698,214.29	-	履行完毕
6	西安欣佳荣房地产开发有限公司	户外广告发布合同	2015.4.24	2015.2.6-2015.8.5	675,000.00	-	636,792.45	履行完毕
7	西安欣佳荣房地产开发有限公司	户外广告发布合同	2015.7.5	2015.8.6-2016.2.5	675,000.00	106,132.08	530,660.38	履行完毕
8	西安欣佳荣房地产开发有限公司	户外广告发布合同	2016.1.5	2016.2.6-2016.8.5	675,000.00	636,792.45	-	履行完毕
9	陕西新天力置业有限公司	户外广告发布合同	2016.11.30	2016.8.10-2017.2.9	675,000.00	530,660.38	-	履行完毕

① 注：合同金额为含税金额。

② 注：2016 年度确认销售金额为不含税金额。

③ 注：2015 年度确认销售金额为不含税金额。

10	陕西重型汽车有限公司	户外广告发布合同	2015.1.5	2015.1.18-2016.1.18	650,000.00	25,550.32	587,657.23	履行完毕
11	中国联合网络通信有限公司陕西省分公司	腾讯视频广告发布合同	2016.7.8	2016.6.12-2017.6.12	500,000.00	235,849.06	-	正在履行
12	陕西乐华欢乐世界文化发展有限公司	腾讯朋友圈广告投放合同	2015.7.20	2015.8.20	500,000.00	-	471,698.11	履行完毕
13	西安市国美电器有限公司	广告发布框架协议	2016.1.13	2016.1.13-2017.1.12	无固定金额	6,579,239.62	-	履行完毕
14	西安市国美电器有限公司	广告发布框架协议	2014.12.20	2015.1.1-2015.12.31	无固定金额	-	8,538,000.00	履行完毕
15	重庆长安汽车股份有限公司	广告与策划服务框架协议	2014.1.3	2014.1.1-2015.12.31	无固定金额	-	16,543,624.34	履行完毕
16	陕西星河湾房地产开发有限公司	华商报广告代理框架协议	2015.1.1	2015.1.1-2015.12.31	无固定金额	-	3,280,938.68	履行完毕
17	陕西星河湾房地产开发有限公司	西安晚报广告代理框架协议	2015.1.1	2015.1.1-2015.12.31				
18	陕西苏宁云商销售有限公司	广告代理框架协议	2015.1.1	2015.1.1-2015.12.31	无固定金额	-	3,139,247.87	履行完毕
19	陕西苏宁云商销售有限公司	广告代理框架协议	2016.1.1	2016.1.1-2016.12.31	无固定金额	2,108,239.25	-	履行完毕
20	西安经济技术开发区管理委员会	广告投放代理框架协议	2016.1.1	2016.1.1-2016.12.31	无固定金额	5,429,624.53	-	履行完毕
21	西安经济技术开发区管理委员会	广告投放代理框架协议	2014.12.30	2015.1.1-2015.12.31	无固定金额	-	7,339,047.17	履行完毕

2、报告期内，公司签订的金额 60 万元以上的重大采购合同以及与前五名客户签订的框架性协议列表如下：

序号	单位名称	合同内容	签订时间	履约期限	合同金额 (元) ①	2016 年度确认 采购金额 (元) ②	2015 年度确认 采购金额 (元) ③	履行 状态
1	西安华商广告有限责任公司	平面媒介采购框架协议	2014.12.31	2015.1.1-2015.12.31	任务金额 10,900,000.00	-	42,576,597.17	履行 完毕
2	西安华商广告有限责任公司	平面媒介采购框架协议	2015.12.31	2016.1.1-2016.12.31	任务金额 16,000,000.00	22,711,250.67	-	履行 完毕
3	西安华商广告有限责任公司	房产广告媒介采购框架协议	2015.12.31	2016.1.1-2016.12.31	任务金额 13,000,000.00			履行 完毕
4	西安华商广告有限责任公司	金融广告媒介采购框架协议	2015.12.31	2016.1.1-2016.12.31	任务金额 7,200,000.00			履行 完毕
5	西安晚报广告经营中心	平面媒介采购框架协议	2016.1.5	2016.1.1-2016.12.31	任务金额 4,800,000.00	9,627,509.43	-	履行 完毕
6	西安微聚信息技术有限公司	媒介采购合同	2016.2.17	2016.2.17-2016.12.31	任务金额 3,000,000.00	430,100.00	-	履行 完毕
7	西安晚报广告经营中心	平面媒介采购框架协议	2015.1.16	2015.1.1-2015.12.31	任务金额 2,250,000.00	-	5,708,616.98	履行 完毕
8	西安今正广告有限责任公司	媒介采购合同	2016.9.1	2016.9.1-2016.9.25	1,586,000.00	1,496,226.42		履行 完毕
9	西安今正广告有限责任公司	媒介采购合同	2015.11.1	2015.11.1-2015.11.30	1,540,000.00	-	1,452,830.19	履行 完毕
10	西安今正广告有限责任公司	媒介采购合同	2016.3.25	2016.3.25-2016.4.30	1,050,000.00	990,566.04	-	履行 完毕

① 注：合同金额为含税金额。

② 注：2016 年度确认采购金额为不含税金额。

③ 注：2015 年度确认采购金额为不含税金额。

11	西安今正广告有限责任公司	媒介采购合同	2015.12.31	2016.1.1-2016.3.31	853,200.00	804, 906. 66	-	履行完毕
12	西安今正广告有限责任公司	媒介采购合同	2015.7.23	2015.7.18-2015.7.30	680,000.00	-	641, 509. 43	履行完毕
13	西安今正广告有限责任公司	媒介采购合同	2016.3.1	2016.2.23-2016.3.20	678,800.00	640, 377. 36	-	履行完毕
14	北京腾讯文化传媒有限公司	媒介采购框架协议	2016.4.11	2016.1.1-2016.12.31	无固定金额	12, 413, 382. 50	-	履行完毕
15	北京腾讯文化传媒有限公司	媒介采购框架协议	2015.7.25	2015.8.1-2015.9.15	无固定金额	-	3, 028, 503. 40	履行完毕

五、商业模式

公司的商业模式主要为：根据公司战略布局和业务方向制定媒体采购计划，对市场内可开拓的媒体资源进行筛选，通过商业谈判方式从媒体供应商获取媒体资源独家代理权或经营使用权。根据客户需求、产品特点和目标人群制定广告发布策略，结合客户直接提供的广告画面或针对委托公司设计的广告画面，印刷制作广告产品并在客户选择的媒体投放。公司对广告发布跟踪检测并向客户汇报验收后取得收入。

（一）采购模式

公司采购内容主要是通过商业谈判方式向媒体供应商获取独家代理权或经营使用权。公司依据媒体资源的质量特点、受众人群、市场影响、区域范围和商业价值等因素对目标媒体进行综合考察和全面评估，双方达成意向后进行价格谈判并签订媒体采购合同。媒体使用权即将到期时，公司将与媒体供应商沟通确认是否续期并办理相关手续。

（二）销售模式

1、广告代理业务销售模式

公司销售合同或订单获取方式主要包括商业谈判模式和招投标模式。

商业谈判模式：公司销售人员通过主动拜访、网站或自有媒体自我宣传、客户介绍推荐等方式与潜在客户接触，挖掘客户广告需求，向目标客户推介公司广告发布业务，使目标客户形成服务购买需求，促成对方与公司签订服务合同。

招投标模式：公司所投标的来源和招标模式主要包括公开招标方式和邀请招标方式。公开招标方式是指客户通过各类公开平台对外发布招标公告及相关信息，有意参与投标活动的潜在供应商根据公开信息资料进行方案设计 & 标书制作，并在规定时间内将合格的标书及相关资料递交给招标方，由招标方进行方案评分及筛选，最后通过开标确定最终中标方；邀请招标方式是指客户向经过初步筛选的合格供应商发送招标邀请，然后受邀供应商参与相关投标程序。

2、策划创意服务销售模式

公司策划创意服务由创作中心和客户服务中心协作实施。公司客户服务中心通过营销推广或商务谈判方式与客户签订策划服务协议，在对客户需求进行充分沟通和深度挖掘的基础上为客户量身定制可行性方案，根据方案提供媒体整合推广、商业活动宣传、场地布展及搭建等综合创意策划服务。

报告期内，公司通过招投标获得的主要订单如下：

2016 年度		
客户名称	金额（元）	占当期销售收入比重（%）
中国移动通信集团公司陕西分公司	909,000.00	1.35
中国联通有限公司陕西分公司	1,332,523.58	1.98
中国电信股份有限公司陕西分公司	2,181,300.64	3.24
合计	4,422,824.23	6.58
2015 年度		
客户名称	金额（元）	占当期销售收入比重（%）
中国移动通信集团公司陕西分公司	572,440.57	0.61
中国联通有限公司陕西分公司	621,820.75	0.67
中国电信股份有限公司陕西分公司	4,453,888.65	4.77
国网陕西省电力公司	2,122,719.81	2.27
重庆长安汽车股份公司	16,543,624.34	17.71
合计	24,314,494.12	26.03

2016 年、2015 年公司通过招投标方式实现的销售收入分别为 4,422,824.23 元、24,314,494.12 元，占当期销售收入总额的比重分别为 6.58%、26.03%。2016 年公司招投标收入较 2015 年减少 19,891,669.90 元，减幅 81.81%，主要原因 2016 年公司重要客户重庆长安汽车年度营销招标策略发生调整，公司未能与其延续合作关系，因此招投标收入规模大幅下降。

（三）盈利模式

公司定价原则为成本加成法，依据公司媒体资源采购成本、运营成本、客户接受程度、竞争对手价格等因素确定广告服务的基准价格，再结合客户具体的需求服务内容、回款周期等因素对价格进行调整，确定最终价格。公司通过为客户提供广告发布服务或策划创意服务实现收入，并以公司向客户收取的服务费用与媒体采购成本、人工成本及广告画面制作成本之间的价差为利润点。

（四）报告期内公司毛利率低于同行业公司的原因分析

2016 年财务数据对比表					
项目	金色股份	通用传媒	天泓传媒	度典传媒	公司
资产总额（元）	70,159,517.59	31,074,140.23	45,053,319.64	27,136,226.53	39,631,677.04
营业收入（元）	53,004,666.43	50,708,634.05	83,237,585.00	58,936,459.23	67,234,174.11

毛利率 (%)	38.12	14.09	10.74	14.32	11.87
2015 年财务数据对比表					
项目	金色股份	通用传媒	天泓传媒	度典传媒	公司
资产总额 (元)	54,442,835.26	23,722,353.79	29,448,379.67	33,352,147.89	34,271,062.22
营业收入 (元)	54,767,910.03	15,778,663.00	53,762,583.30	65,117,311.38	93,410,745.48
毛利率 (%)	28.06	26.80	14.37	28.69	8.67

数据来源：金色股份、通用传媒、天泓传媒、度典传媒相关财务数据分别来源于各公司2016年、2015年的经审计的年报数据。

2016 年公司综合毛利率与通用传媒、天泓传媒、度典传媒相差不大（略高于天泓传媒，略低于通用传媒、度典传媒），显著低于金色股份，主要原因是：一是因为媒体资源差异。金色股份媒体资源以自建便民信息亭媒体、火车站与高铁站媒体、校园媒体等为主，纸媒业务占比较小。其中，便民信息亭为金色股份自建媒体，成本较低且广告投放量较大，因此毛利率较高；高铁站广告位受益于国家高铁建设迅速发展，客户广告投放需求急速增长，投放价格逐渐提高，毛利率较高；校园阅报栏广告发布成本较低，利润空间较大，毛利率较高。公司传统广告代理业务重心以华商报、西安晚报等纸媒类业务为主，公司传统媒体业务毛利率较低。二是公司战略转型成果尚未完全显现。为了顺应移动互联网带来的行业变革，公司 2016 年广告代理业务模式逐渐由传统媒体业务向移动互联网+媒体业务转型，加深互联网+媒体业务的投入力度，基于互联网市场 BAT 三足鼎立的市场格局，公司选择与腾讯建立深度合作关系，在原来的品牌类广告业务模式基础上新增了效果类广告业务模式，2016 年互联网+媒体业务收入由 2015 年的 7,493,532.05 元增加至 16,947,803.96 元，增幅 126.17%。由于报告期内公司和腾讯合作时间较短，公司经营战略转型成果尚未完全显现。

2015年公司综合毛利率相比同行业可比公司毛利率平均水平较低，主要原因是2015年公司主营业务以传统媒体广告代理、活动和制作服务为主，其中2015年公司传统媒体业务收入为64,753,212.63元，占主营业务收入的比例为69.32%；活动和制作收入为21,164,000.80元，占主营业务收入的比例为22.66%。一方面，公司传统媒体广告代理业务重心以华商报、西安晚报等纸媒类业务为主，近年来受互联网（尤其移动互联网）发展影响，人群阅读习惯逐渐由线下向线上迁移，纸媒发行需求量急剧萎缩，纸媒业务毛利率不断下滑；另一方面，公司活动和制作收入主要来源于大客户重庆长安汽车，公司对大客户的议价能力相对较弱，2015年重庆长安汽车销售金额为16,543,624.34元，毛利率为8.65%，相对较低，因此2015年活动和制作毛利率较低。

公司于 2016 年 7 月开始与腾讯智汇推品牌开展业务合作，取得腾讯智汇推陕西地区代理资质（陕西地区仅三家代理商），并于 2017 年 1 月取得腾讯智汇推陕西地区房地产业务独家代理资质。凭借腾讯系丰富的流量入口平台资源、深厚的数据资源和分析能力、显著的品牌优势以及移动互联网无地域限制的特点，公司 2017 年腾讯智汇推广告代理业务订单大幅增加。2017 年 5 月公司取得北京陌陌科技有限公司西安市陌陌到店通中小企业商业产品销售独家代理资质，到店通能够为公司客户提供线上展示广告平台的新功能，不仅可以地理位置进行精准投放，还可与用户进行实时互动。随着公司互联网媒体资源不断丰富，业务模式不断拓展，凭借互联网媒体丰富的流量入口平台资源、深厚的数据资源和分析能力、显著的品牌优势以及移动互联网无地域限制的特点，公司一方面能够为现有的优质客户资源提供更加丰富的广告投放渠道和更加精准的投放效果，优化客户体验，增强客户粘性；另一方面能够拓展客户开发渠道，获取全国范围优质客户资源，公司有望迎来移动互联网媒体类广告代理收入的快速增长，为公司带来新的业务增长点。

六、所处行业基本情况

根据中国证监会 2012 年发布的《上市公司行业分类指引》规定，公司所在行业属于“L72-商务服务业”；根据国民经济行业分类（GB/T 4754-2011），公司所属行业为“L72-商务服务业”中的“L7240-广告业”。根据股转系统发布的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处行业为“13131010-广告业”；根据股转系统发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业为“L7240-广告业”。公司所处细分行业为广告代理行业。

（一）行业监管体制、主要法律法规及鼓励政策

1、行业监管体制

广告行业的管理主要包含四部分内容：一是对广告内容的管理；二是对从事广告发布业务的机构的管理；三是对涉及民生的医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品类以及其他法律法规规定的发布前需要进行审查的广告进行审查管理；四是对违反法律规定的广告发布行为进行处罚。目前，我国广告行业实行政府监管及行业自律相结合的监管体制。

（1）行业主管部门

国家工商行政管理总局是广告行业的主要监管部门，具有维护广告经营秩序、规范广告宣传内容、促进广告业健康发展、保护消费者合法权益等职能。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，其他部门在规范广告行业的工作中也发挥重要的行政监管作用：比如食品药品监督管理局对食品、药品、医疗器械广告的监管，农业行政管理部门对农药、兽药广告的监管等。

（2）行业自律性组织

我国广告行业自律性组织主要有中国广告协会、中国商务广告协会和中国4A协会。

名称	简介
中国广告协会	中国广告协会是国家工商行政管理总局直属事业单位，协会职能包括：加强行业自律、大力推动行业诚信建设，规范会员行为，加强自我监管；开展中国广告业企业资质认定；推动建立全国广告专业技术人员职业水平评价体系；积极开展反映诉求和维权工作，为行业发展创造良好的政策环境；开展行业培训、交流活动，提升行业整体服务水平；广泛开展调查研究和信息服务工作，为会员和行业提供优质服务；搭建学习展示、商务交流的平台，帮助广告企业提高业务素质、拓展业务领域、改进业务能力；加强学术研究，为提高广告从业人员专业素质和理论研究水平拓宽领域；积极开展国际交流，促进中国广告业与国际广告业的接轨和融合。
中国商务广告协会	中国商务广告协会原为中国对外经济贸易广告协会，成立于1981年，于2005年9月更名为中国商务广告协会。协会的主要职能包括：遵守国家的法律、法规、政策和社会公德，制定行业规范，加强行业自律；坚持走专业、精英和国际视野的路线，提高行业的整体文化修养和专业服务水平，树立广告行业良好的社会形象；搭建行业的学习、沟通、交流、互助的平台，推动中国广告行业的发展，促进并提高广告行业在国家发展战略中的地位和影响力；认真听取会员的意见和建议，代表和维护会员的正当权益。
中国4A协会	中国商务广告协会综合代理专业委员会的简称，成立于2005年12月，由中国商务广告协会发起，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。其宗旨是通过举办培训与各种相关活动，加强本土企业与国外同行间的合作与交流，建立规范的广告经营秩序，抵制不正当竞争，推进中国广告业逐步向符合国际惯例的广告代理制迈进。

2、主要法律法规及鼓励政策

（1）行业监管法律法规

《中华人民共和国广告法》于1994年10月27日发布，是以规范广告活动，保护消费者的合法权益，促进广告业的健康发展，维护社会经济秩序为出发点，对中华人民共和国境内，商品经营者或者服务提供者通过一定媒体和形式直接或

者间接地介绍自己所推销的商品或者服务的商业广告活动进行管理与规范的重要法律。《广告法》于 2015 年 4 月 24 日重新修订，进一步细化了广告内容准则、广告活动规范，提升了虚假违法广告的惩处力度，并于 2015 年 9 月 1 日起开始实施。

1987 年 10 月 26 日发布的《广告管理条例》，明确规定了广告经营活动中的许可行为和不许可行为，同时规定了企业经营发布广告的途径和原则等。

根据细分行业的要求，广告行业还受到相关部门规章的监管，主要包括 2015 年 12 月 24 日新发布的《房地产广告发布规定》《农药广告审查发布标准》《兽药广告审查发布标准》，2009 年 4 月 28 日发布的《医疗器械广告审查发布标准》，2007 年 3 月 3 日发布的《药品广告审查发布标准》等。

为了适应并规范互联网广告的快速发展，国家工商行政管理总局于 2016 年 7 月 4 日发布了《互联网广告管理暂行办法》。为加强对广告发布活动的监督管理，规范广告发布登记，国家工商行政管理总局于 2016 年 11 月 1 日发布了《广告发布登记管理规定》，规定广播电台、电视台、报刊出版单位从事广告发布业务的，应当向所在地县级以上地方工商行政管理部门申请办理广告发布登记。

(2) 行业鼓励政策

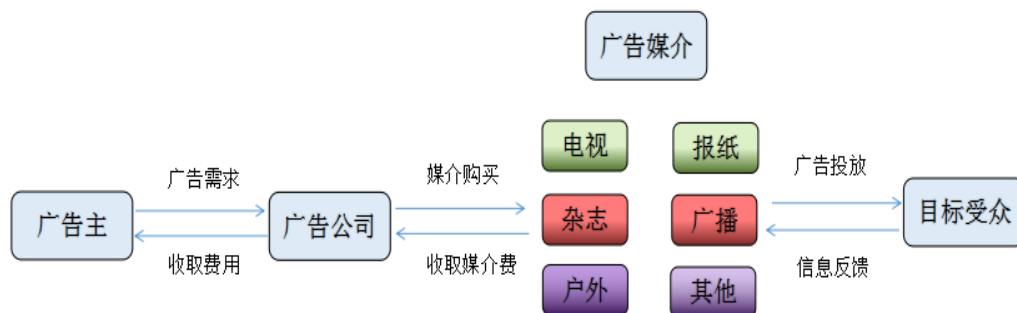
行业政策名称	发文时间	发文单位	主要内容
国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要	2012年2月	中共中央办公厅、国务院办公厅	为推动科学发展提供重要支撑。加快转变文化产业发展方式，促进从粗放型向集约型、质量效益型转变，增强文化产业整体实力和竞争力。实施一批重大项目，推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业。
广告产业发展“十二五”规划	2012年5月	中华人民共和国国家工商行政管理总局	广告是引导消费、扩大内需、拉动经济增长的积极推动力量；提出带动相关产业发展、提高资源配置效率、促进产业结构升级、建设现代产业体系，推动自主创新等八项重点任务。
“十二五”时期文化产业倍增计划	2012年5月	中华人民共和国文化部	“十二五”期间文化部门管理的文化产业增加值平均增长速度高于 20%，2015 年比 2010 年至少翻一番，实现倍增的奋斗目标。
关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见	2014年8月	中央全面深化改革领导小组	推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。
公益广告促进和管理暂行办法	2016年1月15日	国家工商行政管理总局、国家互联网信息办公	国家鼓励、支持开展公益广告活动，鼓励、支持、引导单位和个人以提供资金、技术、劳动力、智力成果、媒介资源等方式参与公益广告宣传；各类广告发布媒介均

		室、工业和信息化部、住房城乡建设部、交通运输部、国家新闻出版广电总局	有义务刊播公益广告。
广告产业发展“十三五”规划	2016年7月7日	国家工商行政管理总局	广告业作为我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，在服务推进我国经济转型升级、引导扩大消费、促进经济增长、繁荣社会文化中将继续发挥积极作用。

（二）公司所处行业概况

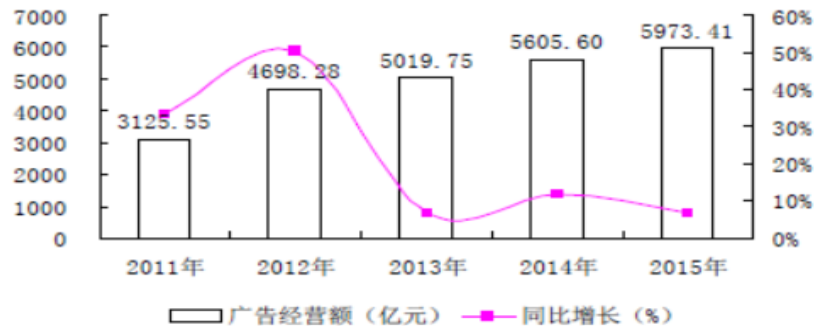
1、广告行业概述及发展现状

广告是指为了商业或其他目的而做的付费信息发布。广告业是指通过广告策划、设计、制作、发布、调查、效果评估等方式获取利润的行业。广告行业的市场参与者主要分为广告主、广告公司、广告媒体和目标受众四大主体。目标受众是广告行业的根基，是广告投放的源动力；广告主是广告服务的需求方、出资方；广告媒体是广告发放的载体。广告公司是连接产业链上下游的桥梁，通过收取广告发布收入、支付媒体经营成本获取差价：一方面，广告公司与广告主建立广告代理关系，帮助广告主开展市场调查、提供市场预测、确定广告目标，依据广告主需求进行广告策划和创意，并完成广告作品的设计与制作；另一方面，广告公司通过对广告媒体的分析与选择，广告媒体发布广告，将广告信息传递给目标受众，最终实现广告目标。



我国的广告产业经过持续的发展，现已成长为全球第二大市场。截至 2015 年底，我国广告经营单位数量从 2001 年的 7.83 万家增加至 2015 年的 67.19 万家，年复合增长率达 16.59%；广告从业人员由 2001 年的 70.91 万人增加至 2015 年的 307.25 万人，年复合增长率达 11.04%；广告市场营业额从 2001 年的 794.89 亿元增加至 2015 年的 5973.41 亿元，年复合增长率达到 14.32%。受制于近年 GDP 增速放缓，近几年来广告业营业额的增速有所下滑，由 2012 年的 50.29% 下降至 2015 年的 6.56%。

2011-2015 年中国广告经营额及增长情况（单位：亿元，%）



资料来源：国家工商总局，<http://www.saic.gov.cn/>，下载日期：2017 年 3 月 8 日。

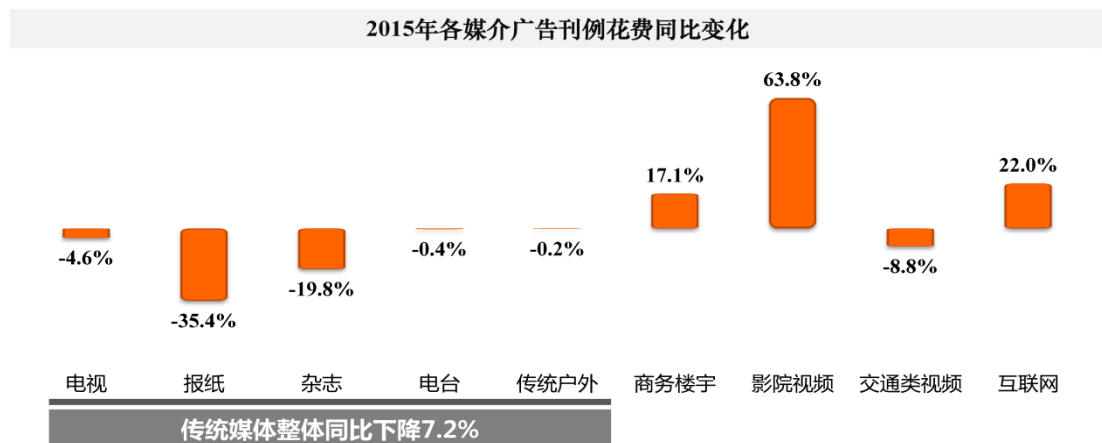
我国广告产业的发展源于以下两个因素：一方面经济发展带来了大众消费水平的提升，消费需求快速增长；另一方面是由于我国市场竞争逐渐激烈，通过广告进行品牌营销的旺盛需求为广告行业持续发展提供了动力。近年来，我国广告市场规模占当年全国 GDP 比重维持在 0.8%左右的水平，与美国等发达国家近年广告业 1%至 2%的占比仍存在差距，未来仍具有一定的发展空间。

从广告从业人员结构来看，创意人员正在重新成为行业的主流人群。2015 年，全行业创意设计人员总数达到了 65.85 万人，年增幅高达 15.70%，成为广告行业各类从业者中增幅最高的类别。由此可见，广告行业新一轮转型升级，结构调整已经开始。在设计、制作、代理、发布四大门类中，以创意为基础的设计与制作两项的收入增长分别达到 11.75%与 12.72%，与代理(2.80%)和发布(5.19%)的低增长形成了鲜明对比。上述指标说明创意仍旧是广告行业发展的内动力，而网络化购买、发布的普及，省略掉了许多中间环节，使市场资源更容易对接，市场信息更加对等。互联网广告的快速发展，正在从根本上改变着广告市场的格局，市场也正在重新赋予“创意”新的内涵和定义。

2、广告业竞争格局

广告业经过多年的发展，以电视、电台、报纸、杂志、传统户外为主的传统媒体已经完全成熟并充分竞争，在社会化媒体营销的大时代背景下，以互联网为代表的新媒体广告形式层出不穷，对传统媒体形成明显的冲击。目前，各类媒体广告的发展趋势随着新媒体的冲击已有了明显的变化趋势，从民众对各类媒体的接触度方面来看，报纸、杂志、电台接触度呈下滑趋势；电视与户外媒体依靠便捷的接触方式依旧维持较高的接触度，互联网媒体以年轻群体为切入点，接触度持续走高。良好的接触度优势为电视、户外与互联网广告吸引了大量的广告主，促进了这几类细分行业的成长与发展。

根据 CTR 媒介智讯统计，尽管在互联网媒体、户外新媒体等热点媒体广告的增长带动之下，2015 年中国广告市场仍旧未能摆脱下跌之势，跌幅较 2014 年略微扩大（跌 2.9%），其中传统媒体成为主要下跌板块（跌 7.2%）。从各媒体表现看，传统五大媒体广告刊例花费全线下滑，其中电视广告跌幅较 2014 年略微扩大（跌 4.6%），报纸广告（跌 35.4%）和杂志广告（跌 19.8%）受到资讯模式转变的剧烈冲击仍是跌幅最大的传统媒体，电台广告在享受私家车红利后也显现出轻微弱势。相对传统媒体的萎缩态势，以楼宇、影院为代表的新型户外媒体和互联网媒体的刊例花费快速上涨，其中影院视频广告、互联网广告和楼宇视频广告刊例花费分别上涨 63.8%、22%和 17.1%。



资料来源：CTR 媒介智讯，<http://www.ctrmi.com/>，下载日期：2017 年 3 月 8 日。

3、广告代理业务的发展状况

广告的核心是广告代理制。广告代理制的确立是广告产业现代化的标志。1993 年 7 月，国家工商局发布《关于在部分城市进行广告代理制和广告发布前审查试点工作的意见》，国家启用行政的力量来确立了我国的广告代理制体制。根据国家工商行政管理局关于印发《广告经营者、广告发布者资质标准及广告经营范围核定用语规范》，广告代理是指广告经营者接受广告主或广告发布者委托，从事的广告市场调查、广告信息咨询、企业形象策划、广告战略策划、广告媒介安排等经营活动。

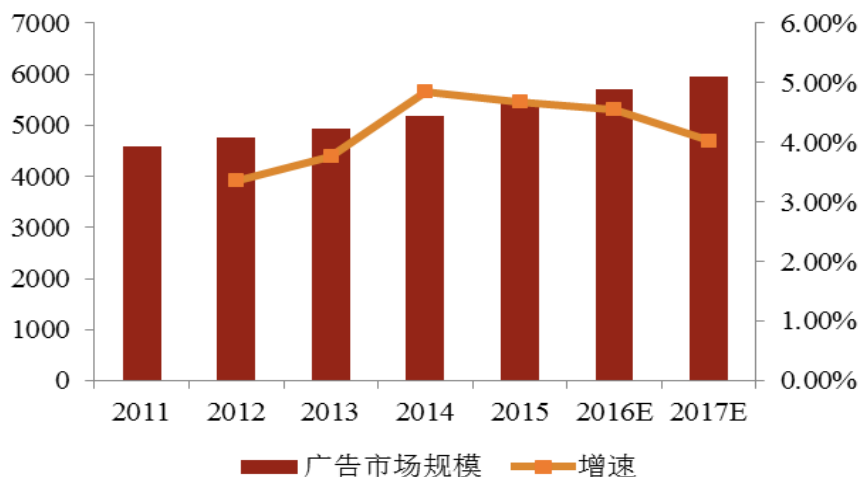
广告代理业务经历了传统媒体代理和综合媒体代理两个阶段的发展，传统媒体代理阶段广告公司提供的服务主要是简单的媒介购买服务。综合媒体代理阶段广告公司的服务重点从购买转移到了策略上，根据产品特点、市场情况、品牌影响力、媒介特点等因素进行交叉分析，并借助数据和新技术工具，制定科学的投放策略，执行有效的投放计划。中国媒体种类繁多，包括电视、报纸、广播等多种户外媒体，各类媒体经营分散独立、地域性强，不同的广告公司经营理念和定

位也存在着差异。在这种分散的环境下，广告公司往往需要借助其他媒体公司的地域或其他优势，来为广告主整合不同优势不同特点的资源。并且，随着媒介种类的多元化发展，消费者选择的不断丰富，竞争对手策略的变化，越来越多的动态因素需要纳入考虑范畴，服务范围更广，专业性越强。

4、广告行业发展现状及趋势

改革开放以来，我国宏观经济持续、平稳发展，居民生活水平、消费能力不断提高。随着居民消费意愿和方式的逐渐改变，居民消费水平也不断提升，我国广告业发展与城镇居民的消费水平呈现较强的正相关性，广告业随着居民消费水平的提升不断发展。近年来，数字媒体和无线终端技术的运用在广告市场呈现迅猛的发展态势，网络、手机、数字电视、商务楼宇广告、地铁大屏幕等形式的数字媒体广告的效用已得到越来越多广告主的认可。精准传播、互动营销等依托数字媒体和无线终端技术的新型传播形式，逐渐成为未来广告行业的重要增长点。

2014 年全球广告支出达到 5,195 亿美元，2015 年突破 5,400 亿美元，同比增长约 4%。2016 年全球广告支出增长约 4.5%，年底达到 5,700 亿美元左右规模。预计 2017 年增长率将略微下降至约 4%，年底达到 6,000 亿美元左右规模。从各国在广告上的支出规模来看，美国仍将是处于龙头的地位，而中国和日本分别位于第二、三位。

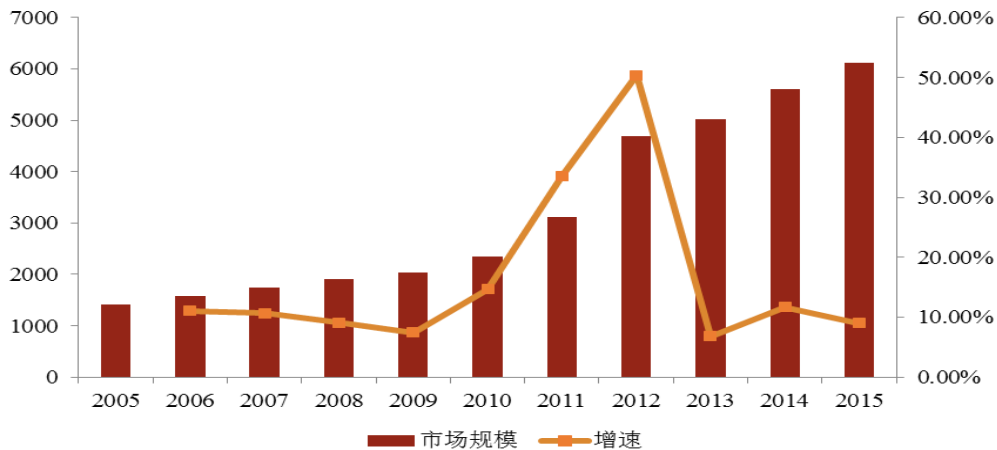


图：2010-2017 年全球广告业市场规模及预测（亿美元）

资料来源：中国产业信息网，<http://www.cnii.com.cn/>，下载日期：2017 年 3 月 8 日。

相比于国际市场整体趋于成熟的行业背景，我国的广告业则呈现出快速增长的态势：2005 年，我国广告代理公司有 8.4 万家，到 2013 年已经达到 20.8 万家，复合增长率为 11.92%；2013 年，我国成为仅次于美国的第二大广告支出国，2015

年我国广告业的市场规模超越 6,000 亿元,较 1992 年 63 亿元的水平提高了近 94 倍。广告业作为文化传媒产业的子行业,正在成为宏观经济增长中一股不可或缺的力量,贡献率也在不断上升。2016 年中国广告支出增长 9.1%,是全球平均水平的两倍以上。



图：2005-2015 年中国广告业市场规模（亿元）

资料来源：前瞻性产业研究院，<http://www.qianzhan.com/>，下载日期：2017 年 3 月 8 日。

在我国，广告行业结构正在发生转变，新兴传播模式逐渐兴起。根据艾瑞咨询网《2016 年中国网络广告行业年度监测报告》调研数据显示：我国新媒体终端及程度已经较高，新媒体用户群体使用多种新媒体终端设备和跨屏使用行为也较高，新媒体用户互联网电视拥有率高达 48.9%，高于传统电视 47.3%，智能手机仍然是拥有率最高的新媒体终端。60.8%的新媒体用户将微信、微博等社交媒体作为近三个月中获取新闻资讯的主要方式，用户日益养成依赖社交媒体获取信息以及表达诉求的习惯，同时 58.9%的用户将手机新闻客户端作为获取新闻资讯的主要方式，42.6%的用户将电视新闻作为获取新闻资讯的主要方式。相比传统的单向传播媒体，社交网络信息碎片化、海量、速度快，适合资讯的流通。

随着年轻的一代“80 后”、“90 后”逐步成为市场消费的主力军，新兴传播方式更受年轻人偏好，新媒体广告模式将成为行业未来的发展趋势，互联网等新型媒体行业将成为媒体行业成长最为稳健的细分领域。

（三）进入本行业的主要障碍

1、客户资源壁垒

客户资源是广告行业企业生存与扩张的基本前提与核心要素，只有积累了一定数量优质客户，才能为公司带来持续稳定的业务收入。广告媒体运营商和大型

客户建立长期战略合作的门槛较高，广告主选择广告投放媒体的条件苛刻，要求媒体运营商拥有健全的服务网点、高效的运营系统、丰富的行业经验、成功的实战案例、良好的品牌声誉、高水平的服务团队以及系统的服务支持。因此，客户资源的获取依赖于公司市场拓展能力、综合服务能力、品牌知名度等多方面因素，需要长期积累，市场新进入者一般难以快速积累上述资源。

2、媒体渠道壁垒

广告行业企业必须掌握数量充足且质地优良的媒体资源，才能提高广告服务受众数量和质量，以实现客户精准营销的目的。广告媒体资源近年来被严格控制，优质广告资源越来越稀缺，导致优质广告资源价格上涨，给广告行业企业带来较大的竞争压力，对于大多数资金实力不强、客户资源不足的中小型广告公司来说更是巨大的行业进入壁垒。

3、资金壁垒

广告行业企业前期需要支付大量资金以获取较多优质的媒体资源，吸引下游客户，同时还需要一定的流动资金用于支付日常经营费用及广告设计及发布服务所需的成本。此外，下游客户支付广告服务费用需要一定的回款周期，因此企业开展业务需要充分的资金支持，对市场新进入者形成资金壁垒。

4、人才壁垒

广告产业属于资金密集、智力密集、人才密集型产业。广告业务的各个环节，包括品牌规划与策划、广告策划、创意与设计、市场研究、媒体研究、媒体策划、媒体排期与媒体购买等均需丰富的行业经验和较强的个人能力。随着行业竞争的日益加剧，广告业对人才需求的增长速度远高于人才的培养速度。如果没有优秀的广告媒体人才，广告行业企业将难以具备开拓客户、开展媒体采购、提高服务质量和运营效率等方面的竞争优势。

5、品牌认可壁垒

广告企业大中型客户筛选服务供应商的标准较为严苛，较为注重合作企业的业务规模、市场地位、品牌声誉、管理能力以及全程服务质量，广告企业如果没有丰富的媒体运作经验和一定的业务合作基础，较难获得大中型客户对品牌的认可，难以建立长期合作关系。市场新进入者一般不具备上述条件，因此很难获得此类客户的品牌认可。

（四）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）国家对文化产业的支持

自 2006 年以来，国家出台了多项政策对广告行业发展提供了政策支持，具体包括《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》《广告产业发展“十二五”规划》《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》《“十二五”时期文化产业倍增计划》等，明确提出通过各项措施促进广告业在内的文化产业的发展。其中，《广告产业发展“十二五”规划》已将广告业界定为是“引导消费、扩大内需、拉动经济增长的积极推动力量”，要求广告业要大力宣传本行业在国民经济和社会发展中的地位、作用，提高广告的社会认同感。国家政策的大力支持，促进广告行业保持较快增长。

（2）居民消费需求增长

随着我国国民经济的持续增长，人民生活水平不断提高，对物质文化生活需要日益增长。消费者对市场品牌及产品信息的获取提出更高要求，广告客户相应的广告投放需求增加，有利于促进广告行业的快速发展。同时，近年来国内外知名品牌对中国市场的重视程度日益增加，为了提高品牌知名度，消费品牌在中国广告市场投入不断加大，拓展了中国广告行业的发展空间。

（3）企业品牌意识提升

一方面，随着我国经济增速逐步放缓，市场竞争压力越来越大；另一方面随着居民消费水平的提升，消费者对品牌知名度及产品信息的获取提出了更高的要求。消费行业企业意识到要想提升销量、快速抢占市场就需要提升品牌知名度，因此增加了品牌营销投入。因此，广告投放需求的快速增长为广告行业发展提供了源动力。

（4）广告技术快速提升

随着大数据、云计算等先进技术的广泛应用，广告服务企业能更好地对用户数据进行深度挖掘与分析，不断提高精准营销效果，提高媒体资源的利用效率，提升产业链整体价值。广告技术持续创新和快速提升，不断开发出功能更加完善的新媒体服务形式，以满足客户更加多样化、个性化的需求。

2、不利因素

（1）宏观经济波动的影响

近年来，我国的经济增速开始放缓，宏观经济形势的变化使得诸多非必需品行业的发展受到负面影响。一方面抑制了如房地产、汽车等行业广告投放的需求，减缓了广告行业的增速；另一方面宏观经济下行影响了下游客户的支付能力，为广告行业带来回款压力。

（2）市场竞争有待规范

目前国家尚未健全对细分行业广告的监管，监管存在的空白使得部分广告主受利益驱使夸大宣传、虚假宣传，而广告发布企业为了抢占市场疏于对广告内容的审核，为此类广告的发布提供机会，对广告行业的公信力、竞争秩序产生不利影响，有碍于行业的健康发展。

（3）下游客户细分行业广告发布政策变化的影响

由于广告对消费者的消费习惯、消费选择具有一定影响，如果消费者发生消费纠纷引起较大的社会舆论关注，有可能会对该细分行业的广告发布政策产生短期的不利影响。

（五）公司所在行业风险特征

1、政策风险

广告媒体资源属于行业稀缺性资源，时效性强，市场竞争比较激烈。目前国家对广告行业的监管还有待规范。随着广告行业规模的增长，行业监管部门将会加强细分行业监管，调整行业发展重心。因此，行业政策潜在的重大变化为广告行业的发展带来不确定因素。

2、宏观经济下行的风险

广告行业收入规模的增长主要来源于下游行业广告投放需求以及资金投入的增长。宏观经济的下行会改变消费者的消费结构，抑制中高端产品的消费需求，进而影响此类客户的盈利能力和资金流情况，导致广告投放需求和投放价格有所下滑。因此，宏观经济下行会对广告行业的发展带来较大风险。

（六）公司竞争情况

1、竞争格局

目前，国内的广告企业在经营业态上已出现了比较明显的分化。虽然参与者众多，但行业集中度较高，一些拥有资本和规模优势的公司不断收购兼并其他广告公司或拓展分支机构，规模不断扩张。由于广告发布服务的差异化较低，市场

竞争较为激烈，竞争主要集中于对媒体资源和客户资源的控制。根据行业内企业媒体资源和客户资源覆盖的地域范围，可将行业内企业分为全国性企业与区域性企业。从区域分布来看，我国北京、上海、广州、深圳等一线城市的媒体资源和客户资源主要由全国性广告发布企业占据，而大连、沈阳、武汉、西安等二三线城市的媒体资源和客户资源主要由区域性广告发布企业瓜分。

公司目前的媒体资源主要集中于陕西省，下游客户以地方性客户为主，属于区域性企业。在公司服务的市场中，主要竞争者为陕西金色西部广告传媒股份有限公司与西安创典文化传媒广告有限责任公司。

（1）陕西金色西部广告传媒股份有限公司

陕西金色西部广告传媒股份有限公司（股票代码：837033），成立于 2011 年，注册资本 3000 万元，拥有员工 30 余人，主要从事户外广告代理服务，致力于为企业客户提供高品质的户外广告策划、投放等服务，提升客户的品牌形象和商业价值。作为陕西地区领先的户外广告媒体公司之一，目前拥有四大核心媒体板块：便民信息亭媒体、火车站/高铁高端媒体、校园新锐媒体和单立柱/LED 屏等媒体，经过多年的行业经验积累和资源优势，能够满足不同行业客户的个性化需求。

（来源于“陕西西部广告传媒有限公司”官网：<http://www.westernmedia.cn/>）

（2）西安创典文化传媒广告有限责任公司

西安创典文化传媒广告有限责任公司是天地源股份有限公司（股票代码：600665）控股子公司，成立于 2005 年，注册资本 100 万元，以广告的策划、设计、发布以及项目的整合营销推广为主营业务，拥有自己的策划、设计、新闻采编团队及媒体平台——西安日报社子报《城市经济导报》。该公司客户主要集中于西安地区，具有较为成熟的区域品牌影响力。

（来源于“天地源股份有限公司”官网：<http://www.tande.cn/>）

2、竞争地位

公司自 1998 年成立以来，一直致力于打造专业的广告服务品牌，以“提升客户满意度”为核心，以“为客户创造价值”为使命，服务客户涉及政府、通信、IT、家居、房产、金融、旅游等众多行业及领域。经过多年的发展与积淀，公司目前拥有华商报、华商网、西安晚报、腾讯系平台（腾讯视频、腾讯新闻客户端、微信朋友圈、广点通、智汇推等）、今日头条、优酷视频、土豆视频、移

动 APP 广告、户外单立柱、LED 广告、电梯广告、候车亭广告等众多优质媒体资源。与区域内竞争对手相比，公司凭借长期的广告传播经验积累了较为丰富的媒体资源与客户资源。公司秉承客户至上的服务理念，积极为客户策划适合的广告发布方案，能够将客户的广告精准推向潜在消费者，提升广告发布效果，获得客户较高满意度。公司客户资源数量的积累和质量的提升为公司业务规模的增长提供保障。

3、竞争优势及劣势，以及采取的竞争策略和应对措施

（1）公司的竞争优势

1）媒体资源优势

公司在媒体资源积累方面坚持质量与数量并重的原则，根据自身发展状况严格筛选与积累优质媒体资源，以提升广告投放效果，为吸引优质客户奠定基础。此外，公司对媒体资源质量持续跟踪与循环评估，不断发掘更新优质媒体资源并酌情放弃关注率较低的媒体资源续签权利，确保公司广告发布的高质量。公司充足的媒体资源为公司的广告发布服务提供了充分的保障。

2）客户资源优势

基于不断积累的媒体资源优势，以及通过对多年积累的市场数据进行深入分析，公司能够为客户提供业务区域内有针对性的广告投放服务，营销效果受到客户认可。高品质的广告投放服务为公司积累了丰富的客户资源。目前公司客户已积累了以紫薇地产、保利地产、国美电器、中国电信等知名品牌为代表的大量优质客户。客户稳定持续的需求为公司的持续发展提供了充分的支持。

3）管理和人才优势

公司高级管理人员和核心业务团队成员均具有多年的行业从业经历，擅长整合各种资源，对广告设计制作、营销推广、媒体选取等方面有深刻的理解，同时具备对市场走向的前瞻性认识，致力为客户提供媒体投放及策划创意服务方案。除此之外，公司还对各职能部门进行明确的权责划分，使得部门之间能够充分协作，业务流程有序执行。公司的管理和人才优势提高了运营效率并降低了消耗成本，为公司的业务开展提供了有力的保障。

（2）公司的竞争劣势

1）区域局限性

公司目前的客户主要集中于陕西地区，虽然公司拥有优质的客户资源，但由于客户以地方性客户为主，与全国性广告企业多种形式、多个地域的广告发布服务相比，难以形成可观的规模效应。

公司未来业务重心将逐步由传统媒体转为互联网新媒体，结合移动互联网媒体无区域限制的特点，公司将通过获取独家代理权，依托优质的服务意识，增强对全国性客户的吸引力，突破区域限制。

2) 融资渠道较为单一

由于公司业务开展需要较大的资金支持，公司目前获取资金的来源主要为自有资金，相对于全国性广告发布企业获取资金的渠道较为单一。随着公司战略规划的推进，业务规模的增长，公司需要大量的资金支持，获取资金能力的不足可能会限制公司的发展。

公司拟通过在全国中小企业股份转让系统挂牌，利用其融资功能及公信力展示功能，吸引战略投资人，多渠道获取充足资金以支持公司的战略发展，提升综合竞争力。

七、公司未来发展规划

公司致力于成为西北区域乃至全国范围的首席媒体资源整合专家，未来将重点通过以下几个领域拓展公司业务：

1、丰富互联网+媒体形式，提升品牌吸引力

为了顺应移动互联网带来的行业变革，公司自 2016 年开始战略转型，逐步将广告代理业务重心由传统媒体业务向移动互联网媒体业务转变。基于互联网市场 BAT 三足鼎立的市场格局，公司选择与腾讯建立深度合作关系，在腾讯智汇推品牌 2016 年 7 月正式推出伊始，公司便取得腾讯智汇推陕西地区代理资质（陕西地区仅三家代理商），并取得腾讯智汇推 2017 年陕西地区房地产业务独家代理资质。凭借腾讯系丰富的流量入口平台和数据资源以及移动互联网无地域限制的特点，公司一是能够为现有的优质客户资源提供更加丰富的广告投放渠道和更加精准的投放效果，优化客户体验，增强客户粘性；二是能够拓展客户开发渠道，获取全国范围优质客户资源，为公司业务带来新的增长点。

2、搭建广告受众标签数据库，深化数据资源开发

公司已专门成立运营事业部，组建专业技术团队，依托丰富的广告发布经验，搭建广告受众标签数据库，以受众为本位，沉淀数据，加强数据分析与应用能力，

通过对数据信息的精炼洞察，开展创意营销互动，提升广告投放的精准性、高效性，进一步增强公司的核心竞争力。

八、公司持续经营能力情况

公司 2016 年、2015 年营业收入分别为 67,234,174.11 元、93,410,745.48 元，净利润分别为-678,136.83 元、3,867,599.47 元，公司 2016 年营业收入、净利润分别较 2015 年减少 28.02%、117.39%。报告期内公司的业务重心为平面媒体，受互联网新媒体的冲击，平面媒体代理业务规模深幅下降。2016 年公司业务模式开始向互联网新媒体转型，新设运营事业部和腾讯智汇推项目组，期间费用大幅增加，因此 2016 年公司存在小幅亏损情况。

报告期内，公司主营业务为传统媒体及互联网媒体广告设计、制作、代理和发布服务以及**创意活动策划服务**，主营业务未发生重大变化，不存在终止经营及影响持续经营的情况。

（一）互联网媒体广告行业发展空间及市场前景

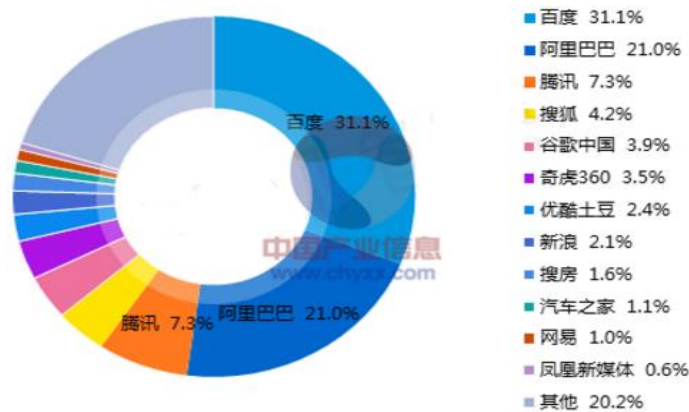
近年来，我国互联网媒体广告行业得到快速发展。根据智研咨询发布的《2016-2022 年中国互联网广告行业市场全景分析与投资风险预测报告》显示，2015 年第 2 季度中国互联网广告运营商市场规模为 532.4 亿元人民币，同比增长 42.7%，环比增长 33.1%。

2013Q2-2015Q2 中国互联网广告运营商市场规模



资料来源：智研数据研究中心，<http://www.abaogao.com/>，下载日期：2017 年 3 月 8 日。

2015 年第 2 季度中国互联网广告运营商市场份额中，百度占到 31.1%，阿里巴巴占到 21.0%，腾讯占到 7.3%，分别位居市场前三位置。



资料来源：智研数据研究中心，<http://www.abaogao.com/>，下载日期：2017年3月8日。

随着互联网产业的成熟以及互联网用户规模的扩张，丰富了互联网媒体的营销价值，为公司互联网媒体广告服务拓展提供了用户和媒体基础。为了顺应移动互联网带来的行业变革，公司通过经营战略调整逐步将广告代理业务重心由传统媒体业务转向移动互联网媒体业务。随着公司互联网媒体资源不断丰富，业务模式不断拓展，凭借互联网媒体丰富的流量入口平台资源、深厚的数据资源和分析能力、显著的品牌优势以及移动互联网无地域限制的特点，公司一方面能够为现有的优质客户资源提供更加丰富的广告投放渠道和更加精准的投放效果，优化客户体验，增强客户粘性；另一方面能够拓展客户开发渠道，获取全国范围优质客户资源，公司有望迎来移动互联网媒体类广告代理收入的快速增长，以缓冲传统媒体业务下滑的行业风险，为公司带来新的业务增长机遇。

（二）市场竞争及业务拓展情况

目前，国内的广告企业在经营业态上已出现了比较明显的分化。虽然参与者众多，但行业集中度较高，一些拥有资本和规模优势的公司不断收购兼并其他广告公司或拓展分支机构，规模不断扩张。由于广告发布服务的差异化较低，市场竞争较为激烈，竞争主要集中于对媒体资源和客户资源的控制。根据行业内企业媒体资源和客户资源覆盖的地域范围，可将行业内企业分为全国性企业与区域性企业。从区域分布来看，我国北京、上海、广州、深圳等一线城市的媒体资源和客户资源主要由全国性广告发布企业占据，而大连、沈阳、武汉、西安等二三线城市的媒体资源和客户资源主要由区域性广告发布企业瓜分。

公司目前的媒体资源主要集中于陕西省，下游客户以地方性客户为主，属于区域性企业。公司自1998年成立以来，一直致力于打造专业的广告服务品牌，客户涉及政府、通信、IT、家居、房产、金融、旅游等众多行业领域。经过多年的发展与积淀，公司目前拥有华商报、华商网、西安晚报、腾讯系平台

(腾讯视频、腾讯新闻客户端、微信朋友圈、广点通、智汇推等)、今日头条、优酷视频、土豆视频、移动APP广告、户外单立柱、LED广告、电梯广告、候车亭广告等众多优质媒体资源。与区域内竞争对手相比,公司凭借长期的广告传播经验积累了较为丰富的媒体资源与客户资源。公司秉承客户至上的服务理念,积极为客户策划适合的广告发布方案,能够将客户的广告精准推向潜在消费者,提升广告发布效果,获得客户较高满意度。

(三) 偿债能力

公司2016年12月31日、2015年12月31日资产负债率分别为24.64%、66.81%,报告期内公司资产负债率处于较低水平。2016年12月31日资产负债率较2015年12月31日大幅下降,主要原因是:2016年5月有限公司增资500万元,唐进、马蕾分别以货币形式增资400万元、100万元,全部计入实收资本;2016年9月有限公司增资1365万元,唐进以实物(房产)和货币资产共计增资564.9万元(其中,货币资金352.9万元,房产经评估作价212万元)、典汇信息以货币增资210万元、德创网络以货币增资590.1万元,其中1,300万元计入实收资本,65万元计入资本公积。因此,2016年12月31日公司资产负债率处于较低水平,公司的长期偿债能力较强。

公司2016年12月31日、2015年12月31日流动比率分别为3.52、1.21,速动比率分别为2.70、1.19。公司2016年12月31日、2015年12月31日货币资金分别为10,792,661.30元、6,289,456.48元,货币资金占流动资产的比例分别为31.43%、22.69%。报告期内公司流动比率和速动比率较高,货币资金规模较大,公司短期偿债能力较强。随着公司规模逐渐扩大,公司将积极利用供应商授信和财务杠杆来满足日常经营资金需求,不断提高短期偿债能力。

因此,报告期内公司银行资信状况良好,未发生到期债务不能偿还的情况。公司总体负债情况处于相对健康、合理的水平,具有较强的长、短期偿债能力。

(四) 客户资源优势

公司销售模式主要为商业谈判或招投标模式。公司目前主要市场区域为陕西地区,客户涉及20多个行业。基于对多年积累的市场数据的深入分析,公司能够为客户提供业务区域内有针对性的广告代理及策划创意服务,营销效果受到客户广泛认可。高品质的广告投放服务为公司积累了丰富的客户资源。目前公司客户已积累了以紫薇地产、保利地产、国美电器、中国电信等知名品牌为代表的大量优质客户,公司与重要客户合作关系稳定,客户粘性较强,公司将持续通过整

合优质媒体资源为客户提供更加丰富和精准的广告代理及策划创意服务。客户稳定持续的需求为公司的持续发展提供了充分的支持。

随着公司经营战略调整,广告代理业务重心由传统媒体业务转向移动互联网媒体业务,公司为客户提供的广告发布服务逐渐由品牌类广告向效果类广告转变,优质客户资源将愈加丰富,公司竞争优势将进一步提升。

(五) 技术资源优势

公司已专门成立运营事业部,组建专业技术团队,依托丰富的广告发布经验,搭建广告受众标签数据库,以受众为本位,沉淀数据,加强数据分析与应用能力,通过对数据信息的精炼洞察,开展创意营销互动,提升广告投放的精准性、高效性,进一步增强公司的核心竞争力。

随着公司数据资源开发不断深化,公司技术资源优势将有效提高运行效率并降低成本消耗,为公司业务拓展提供有力保障。

(六) 期后相关经营情况分析

公司在报告期后已在拓展媒体资源和客户资源方面具有一定的成果。截至本公开转让说明书签署之日,公司新签订的销售及采购合同具体如下:

1、报告期后,公司签订的主要销售合同以及框架性协议列表

序号	单位名称	合同内容	签订时间	履约期限	合同金额 (元)	履行 状态
1	西安市国美电器有限公司	平面广告发布 框架协议	2016.12.30	2017.1.13-2018.1.12	无固定金额	正在 履行
2	上海华扬联众数字技术有限公司西安分公司	腾讯智汇推广告 代理框架协议	2016.12.20	2017.1.1-2017.12.31	无固定金额	正在 履行
3	深圳市望尘科技有限公司	腾讯智汇推广告 代理框架协议	2016.11.1	2016.11.2-2017.11.1	无固定金额	正在 履行
4	陕西苏宁云商销售有限公司	平面广告发布 框架协议	2016.12.13	2017.1.1-2017.12.31	无固定金额	正在 履行
5	西安经济技术开发区管理委员会	平面广告发布 框架协议	2016.12.13	2017.1.1-2017.12.31	无固定金额	正在 履行
6	西安紫薇地产开发有限公司	广告代理 框架协议	2017.4.21	2017.3.1-2018.2.28	无固定金额	正在 履行
7	陕西华阳天地实业股份有限公司	移动端媒体广告 发布框架协议	2017.1.1	2017.1.1-2017.12.31	2,000,000.00	正在 履行
8	西安市国美电器有限公司	腾讯智汇推 合作协议	2017.2.28	2017.3.2-2017.3.10	300,000.00	履行 完毕
9	中国电信股份有限公司西安分公司	腾讯视频、智汇 推、新闻客户端媒 体广告发布合同	2017.2.28	2017.1.19-2017.2.14	298,454.00	履行 完毕

10	中国电信股份有限公司陕西分公司	移动端 APP 宣传推广服务合同	2017.2.17	2017.1.1-2017.1.31	248,940.00	履行完毕
11	西安曲江文化旅游股份有限公司	策划创意及微信自媒体发布合同	2017.1.8	2017.1.8-2017.2.11	240,000.00	履行完毕
12	西安曲江旭峰会展有限公司	平面媒体发布合同	2017.5.4	2017.5.11/12/22/23	123,225.00	履行完毕
13	眉县招商服务局	微信公众平台运营维护合同	2017.1.2	2017.1.2-2017.12.31	85,000.00	正在履行

2、报告期后，公司签订的主要采购合同以及框架性协议列表

序号	单位名称	合同内容	签订时间	履约期限	合同金额（元）	履行状态
1	北京腾讯文化传媒有限公司	广告代理协议	2017.1.1	2017.1.1-2017.12.31	无固定金额	正在履行
2	北京腾讯文化传媒有限公司	智汇推陕西地区代理协议（房地产除外）	2017.1.1	2017.1.1-2017.12.31	无固定金额	正在履行
3	北京腾讯文化传媒有限公司	智汇推陕西地区房地产业务独家代理协议	2017.1.1	2017.1.1-2017.12.31	无固定金额	正在履行
4	西安华商广告有限责任公司	广告代理框架协议	2016.12.31	2017.1.1-2017.12.31	任务金额 13,000,000.00	正在履行
5	西安华商广告有限责任公司	金融（银行类）广告代理框架协议	2016.12.31	2017.1.1-2017.12.31	任务金额 6,000,000.00	正在履行
6	西安华商广告有限责任公司	房地产类广告代理框架协议	2016.12.31	2017.1.1-2017.12.31	任务金额 10,000,000.00	正在履行
7	西安广播电视台	媒体采购框架协议	2015.12.25	2016.1.1-2017.12.31	无固定金额	正在履行
8	北京力美传媒科技股份有限公司	力美 DSP 营销产品区域代理框架协议	2017.1.1	2017.1.1-2017.12.31	无固定金额	正在履行
9	北京陌陌科技有限公司	2017 年陌陌区域独家代理商合作框架协议	2017.5.19	2017.1.1-2017.12.31	无固定金额	正在履行

公司于 2016 年 7 月开始与腾讯智汇推品牌开展业务合作，取得腾讯智汇推陕西地区代理资质（陕西地区仅三家代理商），并于 2017 年 1 月取得腾讯智汇推陕西地区房地产业务独家代理资质。凭借腾讯系丰富的流量入口平台资源、深厚的数据资源和分析能力、显著的品牌优势以及移动互联网无地域限制的特点，公司 2017 年腾讯智汇推广告代理业务订单大幅增加。2017 年 5 月公司取得北京陌陌科技有限公司西安市陌陌到店通中小企业商业产品销售独家代理资质，到店通能够为公司客户提供线上展示广告平台的新功能，不仅可以地理位置进行精准投放，还可与用户进行实时互动。随着公司互联网+媒体资源不断丰富，业务模式不断创新，有利于进一步增加公司客户粘性，拓展优质客户资源。

（七）商业模式优势

公司的商业模式主要为：根据公司战略布局和业务方向制定媒体采购计划，对市场内可开拓的媒体资源进行筛选，通过商业谈判方式从媒体供应商获取媒体资源独家代理权或经营使用权。根据客户需求、产品特点和目标人群制定广告发布策略，结合客户直接提供的广告画面或针对委托公司设计的广告画面，印刷制作广告产品并在客户选择的媒体投放。公司对广告发布跟踪检测并向客户汇报验收后取得收入。

公司采购内容主要是通过商业谈判方式向媒体供应商获取独家代理权或经营使用权。公司依据媒体资源的质量特点、受众人群、市场影响、区域范围和商业价值等因素对目标媒体进行综合考察和全面评估，双方达成意向后进行价格谈判并签订媒体采购合同。媒体使用权即将到期时，公司将与媒体供应商沟通确认是否续期并办理相关手续。

公司广告代理业务的销售模式主要为商业谈判或招投标模式。公司目前主要市场区域为陕西地区，客户涉及20多个行业。商业谈判模式：公司销售人员通过主动拜访、网站或自有媒体自我宣传、客户介绍推荐等方式与潜在客户接触，挖掘客户广告需求，向目标客户推介公司广告发布业务，使目标客户形成服务购买需求，促成对方与公司签订服务合同。招投标模式：公司参与招标的方式主要包括公开招标方式和邀请招标方式。公开招标方式是指客户通过各类公开平台对外发布招标公告及相关信息，有意参与投标活动的潜在供应商根据公开信息资料进行方案设计、标书制作，并在规定时间内将合格的标书及相关资料递交给招标方，由招标方进行方案评分及筛选，最后通过开标确定最终中标方；邀请招标方式是指客户向经过初步筛选的合格供应商发送招标邀请，然后受邀供应商参与相关投标程序。

公司策划创意服务由创作中心和客户服务中心协作实施。公司客户服务中心通过营销推广或商务谈判方式与客户签订策划服务协议，在对客户需求进行充分沟通和深度挖掘的基础上为客户量身定制可行性方案，根据方案提供媒体整合推广、商业活动宣传、场地布展及搭建等综合创意策划服务。

公司凭借多年以来优质媒体资源的开发、配置、管理的完整运营体系以及高效的客户服务质量树立了良好的品牌形象，在陕西地区已积累了如紫薇地产、保利地产、国美电器、中国电信等诸多知名品牌客户，具有较为突出的品牌优势和客户资源优势。

（八）风险管理

公司一直以客户为中心，旨在为客户提供适合的广告策划服务，广告投放效果获得客户的认可。公司未来将通过对大数据的深度挖掘分析，进一步优化服务质量，提升客户黏性。公司注重对媒体资源的管理，用心维系媒体供应商为有效保护现有媒体资源提供了保障。公司已建立了良好的品牌文化，并形成了一定的品牌影响力，将有利于公司新的媒体资源和客户资源的开发。

优质的媒体资源和客户资源是公司发展的基础，公司的核心业务人员掌握了公司较多的核心资源。公司秉承关爱员工的企业文化，为员工提供了有竞争力的薪酬待遇和福利，员工对公司的忠诚度较高。公司的核心业务人员在公司任职时间较长，能够认可公司的文化，对公司未来发展有信心，离开公司的可能性较低。公司建立了客户资源管理制度和媒体资源维护系统，能够保证服务的及时跟进和负责人员更替的连续性。

公司目前与各媒体资源供应商合作关系稳定，同时不断加强媒体资源开发力度，创新合作模式，加强合作深度，力争获得更多优质媒体资源经营权。公司户外媒体资源一般在合同约定到期前30天协商续约，在同等价位下公司享有优先续约权，公司户外媒体资源供应稳定；公司广告代理业务重心由传统媒体业务逐渐向移动互联网媒体业务转变，2017年取得腾讯智汇推陕西地区房地产业务独家代理资质。公司将持续维护与各媒体供应商的良好合作关系，促进公司广告代理业务的持续稳定发展，降低无法持续获取媒体资源的风险。

公司已通过经营战略调整逐步将业务重心由传统媒体转向互联网新媒体，尤其是移动互联网媒体资源。公司2017年与腾讯进一步建立深入合作关系，已取得腾讯智汇推陕西地区业务代理资质和房地产业务独家代理资质，基于腾讯系丰富的媒体平台资源、深厚的数据积累和分析能力以及显著的品牌优势，公司有望迎来移动互联网媒体类广告代理收入的快速增长，以缓冲传统媒体业务下行的行业风险，为公司带来新的业务增长机遇。

（九）团队优势

公司的高级管理人员加入公司时间较长，对公司的运营管理较为熟悉，对公司发展的方向具备适合的判断力和决策力。公司高级管理人员的从业经验均与现担任的公司职责具有高度相关性，能够充分发挥各自的专业能力，对公司的媒体资源、人力资源、客户资源具有全面把控能力，各尽其职，具有较强的互补性。公司已专门成立运营事业部，组建专业技术团队，依托丰富的广告发布经验，搭建广告受众标签数据库，以受众为本位，沉淀数据，加强数据分析

与应用能力，通过对数据信息的精炼洞察，开展创意营销互动，提升广告投放的精准性、高效性，进一步增强公司的核心竞争力。经验丰富的专业团队，为公司的持续稳定经营奠定了坚实的基础。

（十）主要供应商及客户情况

公司专注于广告代理服务业务，自成立以来一直与《华商报》、《西安晚报》、《今日头条》等众多知名媒体保持良好的合作关系。公司与《华商报》（房地产业务）、腾讯智汇推（陕西地区房地产业务）分别签订了独家代理协议，媒体数量资源丰富。公司重视优质媒体资源的开发与配置以满足客户不同需求，同时为客户提供综合创意策划等附加服务。经过多年的运营，公司的服务深受供应商的认可，为公司维持媒体资源的保有率和获取新资源提供了竞争优势。

公司凭借多年以来优质媒体资源的开发、配置、管理的完整运营体系以及高效的客户服务质量树立了良好的品牌形象，在陕西地区已积累了如紫薇地产、保利地产、国美电器、中国电信等诸多知名品牌客户，具有较为突出的品牌优势和客户资源优势。

综上所述，公司通过从行业需求、市场竞争情况、业务拓展情况、公司偿债能力、客户资源优势、技术资源优势、商业模式、风险管理、团队优势、主要供应商及客户情况等10个方面多方位分析评估，公司具有可持续经营能力。

第三节 公司治理

一、最近二年内股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

（一）股东大会、董事会、监事会的建立健全

1、股东大会

根据《公司章程》，股东大会是公司的权力机构，由全体股东组成，按照《公司法》及《公司章程》的规定行使职权。股东大会分为年度股东大会和临时股东大会，年度股东大会每年召开一次，应当于上一会计年度结束后的六个月内举行。

2、董事会

公司董事会由 5 名董事组成，公司董事由股东大会选举产生，设董事长 1 名。董事会按照《公司法》和《公司章程》的规定行使职权，向股东大会负责并报告工作。

3、监事会

公司监事会由 3 名监事组成，其中 2 名监事由股东大会选举产生，1 名职工代表监事由职工代表大会选举产生，设监事会主席 1 名。监事会按照《公司法》和《公司章程》的规定行使职权，负责监督检查公司的经营管理、财务状况等，对董事、高级管理人员执行公司职务情况进行监督。

（二）股东大会、董事会、监事会的运行情况

1、有限公司时期“三会”运行情况

有限公司时期（1998 年 12 月至 2016 年 12 月），公司根据《公司章程》的规定，设置了股东会、1 名执行董事和 1 名监事，建立了公司治理的基本架构。

有限公司时期存在股东会会议届次不清，部分会议文件内容不完整等不规范之处。但上述瑕疵不影响决策机构的决议效力，也未损害公司股东及第三方的利益。

2、股份公司“三会”运行情况

2016年12月股份公司成立后，依据《公司法》、《公司章程》的相关规定设置了股东大会、董事会和监事会，并聘请总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员，建立了“三会一层”的治理结构。公司现已制定了《股东大

会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》，“三会”议事规则对“三会”的成员资格、召开程序、议事规则、提案、表决程序等都作了进一步细化规定。

公司能够根据《公司法》、《公司章程》及“三会”议事规则的相关规定和要求，按时召开股东大会、董事会、监事会会议。股份公司成立后，公司共召开 2 次股东大会、2 次董事会及 1 次监事会。公司“三会”会议召开程序合法合规，会议文件签署齐备，所有会议决议均能够得到有效执行。公司股东、董事、监事的任职资格均符合法律、法规和相关规范性文件以及《公司章程》的规定，前述人员均能按照要求出席参加相关会议，并履行相关权利义务。在公司召开的监事会会议中，职工监事均按照要求出席了会议并行使了表决权利。

二、董事会关于公司治理机制的说明

（一）董事会对公司治理机制建设情况的说明

公司依据《公司法》、《非上市公众公司监督管理办法》、《非上市公众公司监管指引第 3 号—章程必备条款》及其他相关法律法规及规范性文件的要求修改并于 2016 年 12 月 5 日召开公司创立大会暨第一次临时股东大会审议通过了《陕西典汇传播股份有限公司章程（草案）》，依据《公司法》、《公司章程》等文件制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易决策制度》、《对外投资管理办法》、《对外担保制度》、《防范控股股东及关联方占用公司资金制度》、《重大事项处置权限管理办法》。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，依据《公司法》、《公司章程》等文件审议并通过了《总经理工作细则》、《董事会秘书工作制度》、《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》等内部管理制度。上述《公司章程》及各项内部管理制度完善了现有公司的治理机制，注重保护股东表决权、知情权、参与权和质询权，在制度层面切实完善和保护股东尤其是中小股东的利益。

1、投资者关系管理

公司专门制定了《投资者关系管理制度》，对投资者关系管理的具体内容作出规定。

2、纠纷解决机制

《公司章程》第八条、第三十一条、第三十二条、第三十三条专门规定了争议解决机制，公司、股东、董事、监事、高级管理人员之间发生涉及公司章程规定的纠纷，应当先行通过协商解决。协商不成的，通过诉讼方式解决。

3、关联股东和董事回避制度

《公司章程》第七十五条、第一百〇五条规定关联股东和董事应当回避关联交易事项的表决。《关联交易决策制度》也对关联股东和董事在表决时的回避事宜做出明确规定。

4、财务管理、风险控制相关的内部管理制度

公司建立了较为规范的财务管理制度和风险控制制度，内容涵盖资产管理、财务管理、业务管理、人事管理等方面。公司制定的各项规章制度基本适合公司的日常经营管理的各个环节，满足目前公司正常运营的各项需求。总体而言，公司的内部控制机制和内部控制制度不存在重大缺陷，实际执行过程中亦不存重大偏差，公司内部控制制度体现了完整性、合理性和有效性。随着公司规模扩大和公司业务的发展，公司需要按照监管部门的要求和经营发展的需要，实现公司内部控制体系的有效运行，保证公司的健康发展。

（二）董事会对公司治理机制执行情况的说明

公司董事会对现有公司治理机制的执行情况进行了讨论与评估，分析了公司治理的现状和存在的问题，提出了解决措施。董事会认为：

1、1998年12月有限公司设立之初，公司设立了股东会、1名执行董事和1名监事。有限公司时期机构设置简单，治理机制运行中存在部分会议届次不清、会议文件内容不完整等不规范之处。

2、2016年12月股份公司成立后，公司依法建立健全了股东大会、董事会、监事会，制定了《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》、《总经理工作细则》等内部制度，对“三会”的职权、议事规则、召开程序、提案、表决程序等都作了相关规定。

公司董事会认为，公司现有的一整套公司治理制度基本能给所有股东，尤其是中小股东提供合适的保护，并且保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。该套制度能够有效地提高公司治理水平和决策的科学性、保护公司及股东利益，有效识别和控制经营中的重大风险，便于接受投资者及社会公众

的监督，推动公司经营效率的提高和经营目标的实现，符合公司发展的要求。在完整性、有效性和合理性方面不存在重大缺陷，并能够严格有效地执行。

公司虽然建立了完善的公司治理制度，但在实际运作中仍需要管理层不断深化公司治理理念，加深相关知识的学习，提高规范运作的意识，以保证公司治理机制的有效运行。

三、公司及其控股股东、实际控制人最近二年内存在的违法违规及受处罚情况及公司及相关主体失信联合惩戒情况

（一）公司最近两年内存在的违法违规及受处罚情形

公司最近两年内不存在因违犯国家法律、行政法规、规章的行为，受到刑事处罚或适用重大违法违规情形的行政处罚的情形，也不存在涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见的情形。

（二）公司及公司控股股东、实际控制人最近两年内存在的违法违规及受处罚情形

公司严格按照《广告法》（2015修订）、《广告管理条例》、《互联网广告管理暂行办法》等行业相关规定开展广告发布业务，不断加强对广告内容、形式合规性内部监管，实现合法规范经营。股份公司成立后，公司建立并完善了包括《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易决策制度》三会议事规则和内部控制制度，加强公司日常经营的管理。

根据西安市工商行政管理局曲江新区分局2017年2月23日出具的《证明》，公司自成立至今，未发现有违反工商行政管理法律法规的应经行为记录。根据西安曲江新区国家税务局、西安市地方税务局曲江新区分局出具的《系统查询情况说明》，公司按期履行申报义务，未查询到有处罚记录。公司业务经营遵守法律、行政法规和规章的规定。

2017年4月5日，公司实际控制人唐进、马蕾取得西安市公安局雁塔分局曲江派出所出具的无犯罪记录证明。公司的控股股东、实际控制人最近二年内不存在重大违法违规行为及因违法违规而被处罚的情况。

（三）公司及公司法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在为失信联合惩戒对象的情形

2015年1月1日至本公开转让说明书签署之日，公司及公司法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不属于失信联合惩戒对象。

（四）公司目前是否存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件

2015年1月1日至本公开转让说明书签署之日，公司不存在重大诉讼及未决诉讼。

四、独立运营情况

公司运营独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在业务、资产、人员、财务、机构等方面均完全分开。

（一）业务独立

公司主要从事传统媒体及互联网媒体广告设计、制作、代理发布服务，以及活动策划与制作服务。公司具有独立完整的业务体系和面向市场独立开展业务的能力，独立于各股东和其他关联方。公司拥有独立完整的业务流程、独立的办公场所以及独立的媒介采购、客户营销部门和渠道。公司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，不存在影响公司独立性的重大或频繁的关联交易。公司控股股东、实际控制人书面承诺不从事与公司构成同业相竞争的业务，保证公司的业务独立于控股股东和实际控制人。

（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办公设备、办公场所等，公司拥有的各项资产产权明晰，均由公司实际控制和使用。公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在违规占用公司的资金和其他资产的情况。

（三）人员独立

公司遵守《劳动法》、《劳动合同法》等相关法律法规与员工签订了劳动合同，并严格执行有关的劳动工资制度，公司劳动关系、工资报酬、社会保险独立管理。公司已与全部员工签订了劳动合同。公司高级管理人员均由公司董事会聘任或辞退，聘任及辞退的程序符合法律、行政法规及《公司章程》的规定。公司总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、

实际控制人及其控制的其他企业领薪，公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

截至 2017 年 4 月 13 日，公司员工共计 58 人，公司已与全部员工签订了劳动合同，并为其中 27 人缴纳养老保险、医疗保险、失业保险、生育保险、工伤保险，为 5 人缴纳了住房公积金。未缴纳社保的 31 人中：1 人因年龄超限未为缴纳，12 人为新入职员工，剩余 18 人公司正在办理社保缴纳相关手续。报告期内，公司未因违反相关的法律、法规而受到过处罚。公司已取得西安市社会保险管理中心、西安市雁塔区医疗保险事业管理中心、西安住房公积金管理中心出具的缴纳证明。公司将逐步规范相关制度，依法为全部在册员工缴纳社会保险和住房公积金。此外，公司共同实际控制人唐进、马蕾承诺：若相关主管部门向公司追缴员工的社会保险费等费用，则被追缴的社会保险费用概由其承担，同时承担公司因此产生的相关费用及损失。

（四）财务独立

公司设立独立的财务部门，配备专职的财务工作人员，制定了完善的财务管理制度和财务会计制度，建立独立的财务核算体系，能够依法独立作出财务决策。公司开设独立基本存款账户，独立运营资金，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户，公司独立纳税。股份公司成立以来，公司不存在股东占用公司资产或资金的情况，未为股东或其下属单位、以及有利益冲突的个人提供担保，也没有将以本公司名义的借款、授信额度转给前述法人或个人的情形。

（五）机构独立

公司设立股东大会、董事会和监事会等决策机构和监督机构，聘请总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员，组成完整的独立于控股股东及关联方的法人治理结构，并有效运作。公司自主设立行政中心、创作中心、财务中心、媒介事业部、运营事业部、客户服务中心一部、客户服务中心二部等 7 个部门，并制定了较为完备的内部管理制度。公司各机构和各职能部门按《公司章程》及其他管理制度规定的职责独立运作，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业直接干预本公司生产经营管理独立性的现象，也不存在公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间机构混同、合署办公的情形。

五、同业竞争情况

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间同业竞争情况

报告期内，公司控股股东、实际控制人唐进、马蕾控制的企业除本公司外，还包括典汇信息、德创网络、凯创文化、典汇广告。

1、典汇信息

其基本情况详见本公开转让说明书之“第一节 基本情况”之“三、股权结构及变化情况”之“（三）前十名股东及持有 5%以上股份股东基本情况”之“1、公司前十名股东及持有 5%以上股份股东持股数量、持股比例”。

典汇信息经营范围与公司不同，且实际经营业务与公司业务不同，因此不存在同业竞争的情况。

2、德创网络

其基本情况详见本公开转让说明书之“第一节 基本情况”之“三、股权结构及变化情况”之“（三）前十名股东及持有 5%以上股份股东基本情况”之“1、公司前十名股东及持有 5%以上股份股东持股数量、持股比例”。

由于德创网络系公司管理层及核心人员共同出资设立的持股平台，**实际**未开展生产经营活动，亦未持有其他公司的股份，因此不存在同业竞争的情形。

3、凯创文化

报告期内，凯创文化曾是共同实际控制人唐进、马蕾控制的公司。其基本情况如下^⑨：

公司名称	西安凯创文化发展有限公司
类型	有限责任公司(自然人 独资)
住所	陕西省西安市雁塔区中环世界城 1 号楼 2 单元 508 号
法定代表人	丁练
统一信用代码	91610113688975876Y
注册资本	100 万元人民币
成立日期	2009 年 6 月 23 日

^⑨ 基本信息已根据凯创文化 2017 年 5 月 2 日工商变更后的信息予以更新。

营业期限	长期
经营范围	文化艺术交流活动的策划咨询；企业形象设计；广告的设计、制作、代理、发布；会议展览服务；计算机网络工程的设计、施工；商品及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
管理层	执行董事：丁练；经理：朱晖；监事：景江红
股权结构	丁练出资 100%

报告期内，公司与凯创文化经营范围相同或类似的部分为广告的设计、制作、代理发布。为了消除同业竞争的情形，2016 年 8 月 1 日，唐进、马蕾将其持有的凯创文化的全部股权转让给无关联关系的自然人王越、丁练，各方签订了《股权转让协议》并实际履行。

4、典汇广告

报告期内，典汇广告曾是控股股东、实际控制人唐进控制的公司，其基本情况如下：

公司名称	陕西典汇广告有限公司
类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
住所	西安市雁塔区纬二街世纪经典 A 幢 15-08 房
法定代表人	唐进
注册号	610000100036523
注册资本	150 万元人民币
营业期限	2006 年 1 月 25 日至无固定期限
经营范围	设计、制作、发布、代理国内外各类广告；室内装饰装修的设计与施工。（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）
股权结构	唐进出资 92%，孙希光出资 8%。

报告期内，典汇广告经营范围与公司存在相同或相似的广告的设计、制作、发布、代理业务。为了消除同业竞争的情形，该公司已于 2016 年 10 月 27 日完成注销。

（二）控股股东、实际控制人为避免同业竞争的措施与承诺

为避免未来可能发生的同业竞争，公司全体股东及董事、监事、高级管理人员已出具《关于避免同业竞争的承诺函》，表示截至承诺函出具之日，郑重做出如下承诺：

截止本承诺书出具之日，本人/本企业未以任何方式直接或间接从事与典汇传播构成或可能构成竞争的业务活动，未直接或间接持有与典汇传播存在或可能存在同业竞争企业的股权或任何其他权益。

本人/本企业承诺不从事任何与典汇传播的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争的业务或活动，且不会新设或收购与典汇传播从事相同或类似业务的企业、实体等。

若典汇传播进一步拓展产品或业务范围，本人/本企业承诺将不与典汇传播拓展后的产品或业务相竞争；可能与典汇传播拓展后的业务相竞争的，本人/本企业承诺通过停止生产经营或转让等形式消除同业竞争。

本人/本企业承诺不利用对典汇传播的控制关系或其他关系进行损害公司或其他股东正当利益的行为。

本人/本企业将督促本人/本企业的配偶、父母、子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，本人/本企业配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母，以及本人/本企业投资或控制的除公司以外的其他企业、实体等同受本承诺的约束。

本人/本企业承诺本承诺函旨在保证典汇传播全体股东之利益，且本承诺函的每一项承诺为独立可操作的承诺，任何一项承诺无效或被终止将不影响其他承诺的有效性。

本人/本企业承诺自签字之日生效，所载各项承诺事项在本人/本企业作为典汇传播股东、董事、监事或者高级管理人员期间，以及自本人/本企业不再为典汇传播股东、董事、监事或高级管理人员之日起十二个月内持续有效，且不可变更或撤销。

如违反上述任一项承诺，本人/本企业愿意赔偿由此给典汇传播及其他股东造成的所有直接和间接经济损失，及相关方因此而支出的其他合理费用。

六、最近二年内公司资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用及为其提供担保的情况

（一）最近二年内公司资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况

报告期内，公司存在控股股东、实际控制人唐进占用资金的情形。

2015 年初，唐进占用资金的余额为 95,790.40 元。2015 年度、2016 年度公司向唐进拆出资金次数分别为 8 次、2 次，累计发生额 4,217,236.11 元。报告期内，唐进共计归还资金 4,295,142.90 元。截至 2016 年 12 月 31 日，唐进占用资金的余额为 17,883.61 元，唐进已于 2017 年 3 月 10 日前归还了剩余欠款。

报告期内，唐进拆出资金及归还资金的具体情况如下：

拆出金额（元）	拆出日期	归还金额（元）	归还日期
500,000.00	2015.01.15	750.00	2015.01.14
1,000,000.00	2015.02.27	1,000,000.00	2015.01.15
102,000.00	2015.03.17	4,680.00	2015.01.20
600.00	2015.04.27	3,120.00	2015.02.10
19,036.11	2015.05.19	3,120.00	2015.02.12
1,128,000.00	2015.10.19	8,580.00	2015.03.17
72,000.00	2015.11.24	102,000.00	2015.03.19
1,300,000.00	2015.12.31	290.00	2015.03.19
50,000.00	2016.09.06	3,120.00	2015.04.15
45,600.00	2016.10.18	290.00	2015.04.21
/	/	3,900.00	2015.04.23
/	/	4,632.00	2015.05.18
/	/	3,480.00	2015.05.27
/	/	3,432.00	2015.05.29
/	/	3,120.00	2015.06.15
/	/	4,680.00	2015.07.13
/	/	9,440.00	2015.07.13
/	/	3,900.00	2015.09.17
/	/	290.00	2015.09.22
/	/	3,744.00	2015.09.25
/	/	1,128,000.00	2015.10.19
/	/	8,850.00	2015.10.22
/	/	500,000.00	2015.10.26
/	/	39,366.90	2015.11.24
/	/	4,992.00	2015.11.24
/	/	3,120.00	2015.11.25

拆出金额（元）	拆出日期	归还金额（元）	归还日期
/	/	1,560.00	2016.01.31
/	/	8,850.00	2016.01.31
/	/	150.00	2016.01.31
/	/	1,872.00	2016.02.29
/	/	4,300.00	2016.02.29
/	/	13,000.00	2016.02.29
/	/	140,000.00	2016.04.21
/	/	2,496.00	2016.04.27
/	/	1,000,000.00	2016.04.27
/	/	7,105.00	2016.05.23
/	/	150,000.00	2016.05.27
/	/	37,000.00	2016.06.21
/	/	20,000.00	2016.10.31
/	/	306.00	2016.11.08
/	/	45,600.00	2016.11.11
/	/	936.00	2016.11.30
/	/	11,071.00	2016.12.30

报告期内公司向唐进拆出资金均未收取资金占用费，也未履行内部决策程序。为此，公司于2017年3月28日召开了2017年第一次临时股东大会，审议通过了《关于公司关联交易公允性的议案》，对上述资金拆借进行了追认。2017年3月28日，公司控股股东、实际控制人签署了《陕西典汇传播股份有限公司控股股东、实际控制人关于不占用公司资产的承诺函》。公司持股5%以上股东、全体董事、监事、高级管理人员签署了《陕西典汇传播股份有限公司持股5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员关于不占用公司资产的承诺函》，承诺不以任何形式占用公司的资金或资产。

上述资金占用均发生在有限公司阶段，公司治理尚存在不完善之处，亦未制订专门的关联交易决策制度。股份公司成立后，公司依法建立“三会一层”，并建立完善了关联交易决策制度与程序。报告期后至本说明书签署之日，公司再未发生关联方占用资金的情况，亦不存在违反公司持股5%以上股东、全体董事、监事、高级管理人员签署的《陕西典汇传播股份有限公司控股股东、实际控制人关于不占用公司资产的承诺函》、《陕西典汇传播股份有限公司持股5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员关于不占用公司资产的承诺函》、《陕

西典汇传播股份有限公司 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员关于规范和减少关联交易承诺函》的情形。

（二）最近二年内为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况

公司最近二年内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

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

1、公司制定并通过了《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易决策制度》、《对外担保制度》、《防范控股股东及关联方占用资金制度》等制度、规程，对关联交易、对外投资、对外担保、资金占用等事项做出了明确具体的规制，对股东及其关联方的行为进行了合理的限制，从而确保公司的资金、资产以及其他资源不被股东及其关联方占用或转移，以促进公司健康、稳定的发展。

2、公司持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员出具了《关于不占用公司资产的承诺函》，承诺将严格遵守《公司章程》有关股东及其他关联方的约束性条款，不以任何方式变相占用公司资金、资产。不以利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保及其他任何方式损害公司和其他股东的合法权益。承诺人将严格履行承诺事项，如违反本承诺给公司造成损失的，由承诺人承担所有损失。

七、董事、监事、高级管理人员的其他相关情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持有本公司股份情况

序号	姓名	在公司任职或与公司董事、监事、高级管理人员的亲属关系	直接持股数量（股）	直接持股比例（%）	间接持股数量（股）	间接持股比例（%）	持股锁定情况
1	唐进	董事长、总经理，为马蕾之丈夫，为孙希光之女婿	14,380,000	62.52	3,939,534	17.13	股份公司成立一年内不得转让/每年转让四分之一/分三批解除转让限制，每批不超过三分之一

2	马蕾	董事，为唐进之妻子，为孙希光之女儿	1,000,000	4.35	/	/	股份公司成立一年内不得转让/每年转让四分之一/分三批解除转让限制，每批不超过三分之一
3	金楠	董事	/	/	478,262	2.08	/
4	王刚	董事、副总经理	/	/	388,904	1.69	/
5	李志斌	董事、董事会秘书、财务总监	/	/	286,620	1.25	/
6	张莹萍	监事会主席	/	/	131,508	0.57	/
7	闫跟选	职工代表监事	/	/	295,050	1.28	/
8	孙希光	监事，为马蕾之母亲，唐进之岳母	/	/	200,000	0.87	/
合计			15,380,000	66.87	5,719,878	24.87	/

除上述情形外，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本公司股份的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员之间的关联关系

公司董事长、总经理唐进先生与董事马蕾女士系夫妻关系，公司监事孙希光女士系董事马蕾女士之母亲，系董事长、总经理唐进先生之岳母。除此之外，公司其他董事、监事、高级管理人员之间无关联关系。

（三）董事、监事、高级管理人员与公司签订重要协议或作出重要承诺的情形

除公司监事孙希光女士外，公司其他董事、监事及高级管理人员均为公司在册员工，均与公司签订了劳动合同。

公司董事、监事及高级管理人员做出的重要声明和承诺包括：

- 1、不存在对外投资与公司存在利益冲突发表的书面声明；
- 2、高级管理人员关于双重任职的书面声明；

3、管理层关于公司对外担保、重大投资、委托理财、关联方交易等事项合法合规的书面声明；

4、管理层关于诚信状况的书面声明；

5、管理层关于公司最近两年内不存在重大违法违规行为的声明；

6、管理层关于公司重大诉讼、仲裁及未决诉讼、仲裁及其影响的书面声明；

7、根据中国证监会和全国中小企业股份转让系统有限责任公司关于公司股票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的相应声明及承诺。

（四）董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况

序号	姓名	在公司任职	其他单位兼职情况	在兼职单位任职
1	唐进	董事长、总经理	德创网络	执行事务合伙人
			典汇信息	法定代表人、执行董事
2	马蕾	董事	/	/
3	李志斌	董事、董事会秘书、财务总监	/	/
4	金楠	董事	/	/
5	王刚	董事、副总经理	/	/
6	张莹萍	监事会主席	/	/
7	闫跟选	职工代表监事	/	/
8	孙希光	监事	典汇信息	监事

除公司董事长兼总经理唐进、公司监事孙希光存在在其他单位兼职情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员不存在在其他单位兼职的情况；除监事孙希光外，公司其他管理层均与公司签订劳动合同，在公司领取薪酬；公司高级管理人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外其他职务的情形。

（五）董事、监事、高级管理人员是否存在对外投资与公司构成利益冲突的情形

序号	姓名	在公司任职	对外投资企业名称	出资额（元）	出资比例（%）	与公司是否存在利益冲突情况
----	----	-------	----------	--------	---------	---------------

1	唐进	董事长、 总经理	德创网络	2,284,260.00	38.07	为公司管理层及骨干员工的持股平台，不存在利益冲突
			典汇信息	1,800,000.00	90.00	经营范围与公司不同且未实际开展业务，与公司不存在利益冲突
2	马蕾	董事	/	/	/	/
3	李志斌	董事、董 事会秘 书、财 务总 监	德创网络	306,180.00	5.10	为公司管理层及骨干员工的持股平台，不存在利益冲突
4	金楠	董事	德创网络	510,720.00	8.51	为公司管理层及骨干员工的持股平台，不存在利益冲突
5	王刚	董事	德创网络	414,960.00	6.92	为公司管理层及骨干员工的持股平台，不存在利益冲突
6	张莹萍	监事会 主席	德创网络	140,280.00	2.34	为公司管理层及骨干员工的持股平台，不存在利益冲突
7	闫跟选	职工代 表监事	德创网络	315,000.00	5.25	为公司管理层及骨干员工的持股平台，不存在利益冲突
8	孙希光	监事	典汇信息	200,000.00	10.00	经营范围与公司不同且未实际开展业务，与公司不存在利益冲突

综上，上表中所述公司董事、监事、高级管理人员的对外投资与公司不存在利益冲突。

（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形

公司董事、监事、高级管理人员最近二年不存在受到中国证监会行政处罚或被采取证券市场禁入措施，不存在受到全国股份转让系统公司公开谴责的情形。

（七）董事、监事、高级管理人员是否存在其它对公司持续经营有不利影响的情形

公司董事、监事、高级管理人员不存在其它对公司持续经营有不利影响的情形。

八、董事、监事、高级管理人员最近二年内的变动情况和原因

（一）董事变动情况

变更前	变更后	变更时间	变更原因
马蕾（执行董事）	唐进（执行董事）	2016.5.13	2016年5月13日，有限公司召开股东会，变更公司法定代表人及执行董事
唐进（执行董事）	唐进（董事长） 马蕾（董事） 金楠（董事） 王刚（董事） 李志斌（董事）	2016.12.5	有限公司整体变更为股份公司，于2016年12月5日召开创立大会暨2016年第一次临时股东大会，设立董事会并选举董事

（二）监事变动情况

变更前	变更后	变更时间	变更原因
张宏昌（监事）	马蕾（监事）	2016.5.13	2016年5月13日，有限公司召开股东会，变更有限公司监事
马蕾（监事）	张莹萍（股东代表监事） 闫跟选（职工代表监事） 孙希光（股东代表监事）	2016.12.5	有限公司整体变更为股份公司，设立监事会，股东代表监事由股东大会选举产生，职工代表监事由职工代表大会选举产生

（三）高级管理人员变动情况

变更前	变更后	变更时间	变更原因
马蕾（经理）	唐进（经理）	2016.5.13	2016年5月13日，有限公司召开股东会，变更公司法定代表人及经理
唐进（经理）	唐进（总经理） 王刚（副总经理） 李志斌（董事会秘书、财务总监）	2016.12.5	有限公司整体变更为股份公司，高级管理人员相应调整，全体高级管理人员由董事会聘任

2016年12月有限公司整体改制为股份公司，为完善法人治理结构，股份公司设立董事会并选举了5名董事，设立了监事会并选举了3名监事，并由董事会聘任了3名高级管理人员。

公司上述董事、监事、高级管理人员的变动符合法律、法规、规范性文件及《公司章程》的相关规定，并已履行必要的法律程序，有利于增强公司的治理水平。

第四节 公司财务

一、最近两年财务报表和审计意见

（一）最近两年财务会计报告的审计意见

1、最近两年财务会计报告的审计意见

公司 2016 年、2015 年的财务会计报告经具有证券期货相关业务资格的瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了“瑞华审字[2017]第 61060012 号”标准无保留意见审计报告。

2、财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《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）、41项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》（2014年修订）的披露规定编制财务报表。

3、合并财务报表范围及变化情况

无。

（二）最近两年经审计的资产负债表、利润表、现金流量表和股东权益变动表

1、资产负债表

单位：元

项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动资产：		
货币资金	10,792,661.30	6,289,456.48
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产		
衍生金融资产		
应收票据	100,000.00	1,675,000.00
应收账款	13,562,653.00	15,966,913.63

预付款项	7,968,386.54	513,848.18
应收利息		
应收股利		
其他应收款	1,916,585.68	3,273,934.09
存货		
划分为持有待售的资产		
一年内到期的非流动资产		
其他流动资产		
流动资产合计	34,340,286.52	27,719,152.38
非流动资产：		
可供出售金融资产		
持有至到期投资		
长期应收款		
长期股权投资		
投资性房地产		
固定资产	2,239,346.40	1,418,583.35
在建工程		
工程物资		
固定资产清理		
生产性生物资产		
油气资产		
无形资产		
开发支出		
商誉		
长期待摊费用	2,975,000.00	5,075,000.00
递延所得税资产	77,044.12	58,326.49
其他非流动资产		
非流动资产合计	5,291,390.52	6,551,909.84
资产总计	39,631,677.04	34,271,062.22
项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
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		

衍生金融负债		
应付票据		
应付账款	2,682,588.85	7,151,364.45
预收款项	4,498,248.17	5,196,565.82
应付职工薪酬		
应交税费	2,460,528.48	2,695,760.98
应付利息		
应付股利		
其他应付款	122,824.00	7,853,816.50
划分为持有待售的负债		
一年内到期的非流动负债		
其他流动负债		
流动负债合计	9,764,189.50	22,897,507.75
非流动负债：		
长期借款		
应付债券		
长期应付款		
专项应付款		
预计负债		
递延所得税负债		
其他非流动负债		
非流动负债合计		
负债合计	9,764,189.50	22,897,507.75
所有者权益：		
实收资本	23,000,000.00	5,000,000.00
资本公积	5,149,129.30	
减：库存股		
其他综合收益		
专项储备		
盈余公积	171,835.82	637,355.46
一般风险准备		
未分配利润	1,546,522.42	5,736,199.01
所有者权益合计	29,867,487.54	11,373,554.47

负债和所有者权益总计	39,631,677.04	34,271,062.22
------------	---------------	---------------

2、利润表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度
一、营业收入	67,234,174.11	93,410,745.48
减：营业成本	59,255,970.10	85,308,783.54
税金及附加	392,132.45	341,272.64
销售费用	4,117,202.76	1,715,518.31
管理费用	3,779,384.21	1,451,752.99
财务费用	-9,546.34	-4,193.36
资产减值损失	368,710.55	-234,980.77
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）	44,098.63	
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）	-625,580.99	4,832,592.13
加：营业外收入	76,046.02	554,474.50
其中：非流动资产处置利得		
减：营业外支出	40,664.97	18,216.00
其中：非流动资产处置损失	40,664.17	
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	-590,199.94	5,368,850.63
减：所得税费用	87,936.89	1,469,721.48
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	-678,136.83	3,899,129.15
五、其他综合收益的税后净额		
六、综合收益总额	-678,136.83	3,899,129.15
七、每股收益		
（一）基本每股收益	-0.07	0.78
（二）稀释每股收益	-0.07	0.78

3、现金流量表

单位：元

项目	2016 年度	2015 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	74,890,878.02	100,156,611.61
收到的税费返还		
收到其他与经营活动有关的现金	1,694,953.22	14,548,144.37
经营活动现金流入小计	76,585,831.24	114,704,755.98
购买商品、接受劳务支付的现金	71,542,920.74	98,212,150.34
支付给职工以及为职工支付的现金	3,561,886.46	1,141,791.19
支付的各项税费	2,282,798.28	794,033.40
支付其他与经营活动有关的现金	11,269,119.57	11,328,596.03
经营活动现金流出小计	88,656,725.05	111,476,570.96
经营活动产生的现金流量净额	-12,070,893.81	3,228,185.02
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	24,000,000.00	
取得投资收益收到的现金	44,098.63	
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	24,044,098.63	
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金		
投资支付的现金	24,000,000.00	
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		
支付其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流出小计	24,000,000.00	
投资活动产生的现金流量净额	44,098.63	
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	16,530,000.00	
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金		
取得借款收到的现金		
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	16,530,000.00	
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		
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润		
支付其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流出小计		
筹资活动产生的现金流量净额	16,530,000.00	
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	4,503,204.82	3,228,185.02
加：期初现金及现金等价物余额	6,289,456.48	3,061,271.46
六、期末现金及现金等价物余额	10,792,661.30	6,289,456.48

4、股东权益变动表

单位：元

项 目	2016 年度							
	实收资本 (或股本)	资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	5,000,000.00					637,355.46	5,736,199.01	11,373,554.47
加：会计政策变更								
前期差错更正								
二、本年年初余额	5,000,000.00					637,355.46	5,736,199.01	11,373,554.47
三、本年增减变动金额 (减少以“-”号填列)	18,000,000.00	5,149,129.30				-465,519.64	-4,189,676.59	18,493,933.07
(一) 综合收益总额							-678,136.83	-678,136.83
(二) 所有者投入和减少资本	18,000,000.00	1,172,069.90						19,172,069.90
1、所有者投入资本	18,000,000.00	650,000.00						18,650,000.00
2、股份支付计入所有者权益的金额		522,069.90						522,069.90
3、其他								
(三) 利润分配						171,835.82	-171,835.82	
1、提取盈余公积						171,835.82	-171,835.82	
2、提取一般风险准备								

3、对所有者（或股东）的分配								
4、其他								
（四）所有者权益内部结转		3,977,059.40				-637,355.46	-3,339,703.94	
1、资本公积转增资本（或股本）								
2、盈余公积转增资本公积		637,355.46				-637,355.46		
3、盈余公积弥补亏损								
4、未分配利润转增资本公积		3,339,703.94					-3,339,703.94	
（五）专项储备								
1、本期提取								
2、本期使用								
四、本期期末余额	23,000,000.00	5,149,129.30				171,835.82	1,546,522.42	29,867,487.54

5、股东权益变动表（续表 1）

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	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	5,000,000.00					247,442.54	2,226,982.78	7,474,425.32
加：会计政策变更								
前期差错更正								
二、本年年年初余额	5,000,000.00					247,442.54	2,226,982.78	7,474,425.32
三、本年增减变动金额 (减少以“-”号填列)						389,912.92	3,509,216.23	3,899,129.15
(一) 综合收益总额							3,899,129.15	3,899,129.15
(二) 所有者投入和减少资本								
1、所有者投入资本								
2、股份支付计入所有者权益的金额								
3、其他								
(三) 利润分配						389,912.92	-389,912.92	
1、提取盈余公积						389,912.92	-389,912.92	
2、提取一般风险准备								

3、对所有者（或股东）的分配								
4、其他								
（四）所有者权益内部结转								
1、资本公积转增资本（或股本）								
2、盈余公积转增资本（或股本）								
3、盈余公积弥补亏损								
4、其他								
（五）专项储备								
1、本期提取								
2、本期使用								
四、本期期末余额	5,000,000.00					637,355.46	5,736,199.01	11,373,554.47

二、报告期内的主要会计政策、会计估计及其变更情况和影响

（一）遵循企业会计准则的声明

公司所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12月31日、2015年12月31日的财务状况及2016年度、2015年度的经营成果和现金流量等相关信息。

（二）会计期间

公司会计年度自公历1月1日至12月31日。

（三）记账本位币

公司以人民币为记账本位币。

（四）现金及现金等价物的确定标准

公司现金及现金等价物包括库存现金、可以随时用于支付的存款以及公司持有的期限短（一般为从购买日起不超过三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

（五）应收账款

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

1、坏账准备的确认标准

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。

2、坏账准备的计提方法

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

公司将金额为人民币100.00万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，如有客观证据表明其已

发生减值，按单项应收款项预计未来现金流量现值低于账面价值的差额计提坏账准备；经单独测试未发生减值的，公司以账龄为信用风险特征划分组合，在组合中按账龄分析法计提坏账准备。

（2）按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法

①信用风险特征组合的确定依据

公司对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。

不同组合的确定依据：

项目	确定组合的依据
账龄组合	按账龄划分组合

②根据信用风险特征组合确定的坏账准备计提方法

按组合方式实施减值测试时，坏账准备金额系根据应收款项组合结构及类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力）按历史损失经验及目前经济状况与预计应收款项组合中已经存在的损失评估确定。

不同组合计提坏账准备的计提方法：

项目	计提方法
账龄组合	账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的组合计提方法

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收计提比例（%）
1 年以内（含 1 年，下同）	1	1
1-2 年	10	10
2-3 年	20	20
3-4 年	50	50
4-5 年	80	80
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

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，继续按组合计提坏账准备不能真实反映该项应收款项的预计未来现金流量现值的，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

3、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。

(六) 固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产仅在与其有关的经济利益很可能流入公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。固定资产按成本并考虑预计弃置费用因素的影响进行初始计量。

2、各类固定资产的折旧方法

固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20-40	5	4.75-2.38
机器设备	10-18	5	9.50-5.28
运输工具	10	5	9.50
办公设备	5-10	5	19.00-9.50

预计净残值是指假定固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态，公司目前从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额。

3、固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见公开转让说明书之“二、报告期内的主要会计政策、会计估计及其变更情况和影响”之“（十）长期资产

减值”。

4、融资租入固定资产的认定依据及计价方法

融资租赁为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。

以融资租赁方式租入的固定资产采用与自有固定资产一致的政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的在租赁资产使用寿命内计提折旧，无法合理确定租赁期届满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。

5、其他说明

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值。除此以外的其他后续支出，在发生时计入当期损益。

当固定资产处于处置状态或预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

公司至少于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，如发生改变则作为会计估计变更处理。

（七）在建工程

在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项工程支出、工程达到预定可使用状态前的资本化的借款费用以及其他相关费用等。在建工程在达到预定可使用状态后结转为固定资产。

在建工程的减值测试方法和减值准备计提方法详见公开转让说明书之“二、报告期内的主要会计政策、会计估计及其变更情况和影响”之“（十）长期资产减值”。

（八）无形资产

1、无形资产

无形资产是指公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

无形资产按成本进行初始计量。与无形资产有关的支出，如果相关的经济利益很可能流入公司且其成本能可靠地计量，则计入无形资产成本。除此以外的其他项目的支出，在发生时计入当期损益。

取得的土地使用权通常作为无形资产核算。自行开发建造厂房等建筑物，相关的土地使用权支出和建筑物建造成本则分别作为无形资产和固定资产核算。如为外购的房屋及建筑物，则将有关价款在土地使用权和建筑物之间进行分配，难以合理分配的，全部作为固定资产处理。

使用寿命有限的无形资产自可供使用时起，对其原值减去预计净残值和已计提的减值准备累计金额在其预计使用寿命内采用直线法分期平均摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销。

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如发生变更则作为会计估计变更处理。此外，还对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明该无形资产为企业带来经济利益的期限是可预见的，则估计其使用寿命并按照使用寿命有限的无形资产的摊销政策进行摊销。

2、研究与开发支出

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

- (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。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

3、无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见公开转让说明书之“二、报告期内的主要会计政策、会计估计及其变更情况和影响”之“（十）长期资产减值”。

（九）借款费用

借款费用包括借款利息、折价或溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的借款费用，在资产支出已经发生、借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或生产活动已经开始时，开始资本化；构建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态时，停止资本化。其余借款费用在发生当期确认为费用。

专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

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

如果符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生非正常中断、并且中断时间连续超过3个月的，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建或生产活动重新开始。

（十）长期资产减值

对于固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、以成本模式计量的投资性房地产及对子公司、合营企业、联营企业的长期股权投资等非流动非金融资产，公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其

可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产的公允价值根据公平交易中销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表中单独列示的商誉，在进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（十一）职工薪酬

公司职工薪酬主要包括短期职工薪酬。

短期薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、生育保险费、工伤保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费、非货币性福利等。公司在职工为公司提供服务的会计期间将实际发生的短期职工薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中非货币性福利按公允价值计量。

（十二）收入

1、广告发布销售收入

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

公司广告发布收入确认时点和依据：

广告发布销售：广告发布完成后，依据客户确认的广告发布签字稿、认刊书、确认单等确认广告发布收入。

2、提供广告制作收入

在提供广告制作的结果能够可靠估计的情况下，于资产负债表日按照完工百分比法确认提供的广告制作收入。广告制作的完工进度按已经发生的广告制作成本占估计总成本的比例确定。

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

如果提供广告制作的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的广告制作成本金额确认提供的广告制作收入，并将已发生的广告制作成本作为当期费用。已经发生的广告制作成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

公司与其他企业签订的合同或协议包括广告发布和广告制作时，如广告发布部分和广告制作部分能够区分并单独计量的，将广告发布部分和广告制作部分分别处理；如广告发布部分和广告制作部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将该合同全部作为广告发布处理。

3、策划创意活动收入

在策划创意活动合同的结果能够可靠估计的情况下，于资产负债表日按照完工百分比法确认合同收入和合同费用。合同完工进度按累计实际发生的合同成本占合同预计总成本的比例确定。

策划创意活动合同的结果能够可靠估计是指同时满足：（1）合同总收入能够可靠地计量；（2）与合同相关的经济利益很可能流入企业；（3）实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量；（4）合同完工进度和为完成合同尚需

发生的成本能够可靠地确定。

策划创意活动合同的结果不能可靠地估计，但合同成本能够收回的，合同收入根据能够收回的实际合同成本予以确认，合同成本在其发生的当期确认为合同费用；合同成本不可能收回的，在发生时立即确认为合同费用，不确认合同收入。使合同的结果不能可靠估计的不确定因素不复存在的，按照完工百分比法确定与合同有关的收入和费用。

合同预计总成本超过合同总收入的，将预计损失确认为当期费用。

策划创意活动合同累计已发生的成本和累计已确认的毛利（亏损）与已结算的价款在资产负债表中以抵销后的净额列示。在建合同累计已发生的成本和累计已确认的毛利（亏损）之和超过已结算价款的部分作为存货列示。在建合同已结算的价款超过累计已发生的成本与累计已确认的毛利（亏损）之和的部分作为预收款项列示。

4、使用费收入

根据有关合同或协议，按权责发生制确认收入。

5、利息收入

按照他人使用公司货币资金的时间和实际利率计算确定。

（十三）递延所得税资产/递延所得税负债

1、当期所得税

资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），以按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量。计算当期所得税费用所依据的应纳税所得额系根据有关税法规定对本年度税前会计利润作相应调整后计算得出。

2、递延所得税资产及递延所得税负债

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

与商誉的初始确认有关，以及与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的应纳税暂时性差异，不予确认有关的递延所得税负债。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，如果公司能够控制暂时性差异转回的时间，而且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回，也不予确认有关的递延所得税负债。除上述例外情况，公司确认其他所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债。

与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的可抵扣暂时性差异，不予确认有关的递延所得税资产。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，如果暂时性差异在可预见的未来不是很可能转回，或者未来不是很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额，不予确认有关的递延所得税资产。除上述例外情况，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，确认其他可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

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

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

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

3、所得税费用

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。

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

4、所得税的抵销

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同

时进行时，公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

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

（十四）政府补助

1、政府补助的类型

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

2、政府补助会计处理

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

3、区分与资产相关政府补助和与收益相关政府补助的具体标准

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

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

若政府文件未明确规定补助对象，将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据：（1）政府文件明确了补助所针对的特定项目的，根据该特定项目的预算中将形成资产的支出金额和计入费用的支出金额的相对比例进行划分，对该划分比例需在每个资产负债表日进行复核，必要时进行变更；（2）政府文件中对用途仅作一般性表述，没有指明特定项目的，作为与收益相关的政府

补助。

4、与政府补助相关的递延收益的摊销方法以及摊销期限的确认方法

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

5、政府补助的确认时点

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

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

（十五）税金及附加

2016年财会[2016]22号规定：全面试行营业税改征增值税后，“营业税金及附加”科目名称调整为“税金及附加”，该科目核算企业经营活动发生的消费税、城市维护建设税、资源税、教育费附加及房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等相关税费。

（十六）重要会计政策和会计估计变更

1、会计政策变更

2014年财政部修订了《企业会计准则第2号——长期股权投资》、《企业会计准则第9号——职工薪酬》、《企业会计准则第30号——财务报表列报》、《企业会计准则第33号——合并财务报表》、《企业会计准则第37号——金融工具列报》，以及颁布了《企业会计准则第39号——公允价值计量》、《企业会计准则第40号——合营安排》、《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》等具体会计准则。根据财政部的要求，除《企业会计准则第37号——金融工具列报》在2014年年度及以后期间的财务报告中使用时外，新会计准则自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。公司自2014年7月1日起执行上述八项新会计准则，本次新准则的实施不会对公司会计政策变更之前的财务报表项目金额产生影响。

2、重要会计估计变更

公司报告期内会计估计未发生变更。

三、报告期内主要会计数据和财务指标的重大变化及说明

（一）最近两年的主要财务指标及其变动说明

1、盈利能力分析

财务指标	2016 年度	2015 年度
营业收入（元）	67,234,174.11	93,410,745.48
净利润（元）	-678,136.83	3,899,129.15
毛利率（%）	11.87	8.67
加权平均净资产收益率（%）	-4.16	41.37
基本每股收益（元/股）	-0.07	0.78

公司 2016 年、2015 年营业收入分别为 67,234,174.11 元、93,410,745.48 元，2016 年营业收入较 2015 年减少 28.02%，主要原因是：（1）2016 年公司传统业务客户如房地产、汽车等行业普遍不景气，基于对销售回款风险和业务模式转型的考虑，公司 2016 年适当缩减了收益低、账期长的传统媒体业务规模，2016 年传统媒体业务收入由 2015 年的 64,753,212.63 元缩减至 43,682,870.93 元，减幅 32.54%。（2）公司调整经营战略与业务模式，2016 年加深互联网+媒体业务的投入力度，进一步扩展与腾讯的业务合作类型，在原来的品牌类广告业务模式基础上新增了效果类广告业务模式，2016 年互联网+媒体业务收入由 2015 年的 7,493,532.05 元增加至 16,947,803.96 元，增幅 126.17%。由于公司经营战略与业务转型成果尚未完全显现，因此 2016 年互联网+媒体业务收入规模相对较小。随着公司互联网+媒体业务的投入力度进一步加深，互联网+媒体业务将逐渐成为公司未来主要收入及利润来源。（3）2016 年公司重要客户重庆长安汽车年度营销招标策略发生调整，公司未能与其延续合作关系，2016 年活动与制作收入规模由 2015 年的 21,164,000.80 元减少至 6,603,499.22 元，减幅 68.80%。

公司 2016 年、2015 年毛利率分别为 11.87%、8.67%，2016 年毛利率较 2015 年增加 3.20%，主要原因是：公司经营业绩受到宏观经济下行和业务模式转型因素影响，2016 年营业收入较 2015 年下降 28.02%。为了维持经营业绩的稳定性，公司 2016 年调整经营战略以提高可持续发展能力，业务模式由毛利率较低的传统媒体业务逐渐向毛利率较高的互联网+媒体业务转型。公司 2016 年传统媒体业务收入较 2015 年减少 32.54%，互联网+媒体业务收入较 2015 年增加 126.17%。同时公司加强成本管理，调整和优化媒体资源配置结构，对各类业务实施更加精细化的经营与管理模式，因此公司 2016 年毛利率较 2015 年有所提升。

公司 2016 年、2015 年净利润分别为-678,136.83 元、3,899,129.15 元，2016 年净利润较 2015 年减少 4,577,265.98 元，减幅 117.39%，主要原因是：公司经营业绩受到宏观经济下行和业务模式转型因素影响，2016 年营业收入较 2015 年下降 28.02%。公司 2016 年加深互联网+媒体业务的投入力度，进一步扩展与腾讯的业务合作类型，在原来的品牌类广告业务模式基础上新增了效果类广告业务模式。2016 年公司取得腾讯智汇推平台陕西地区业务代理资质，公司新设运营事业部和腾讯智汇推项目组，互联网+媒体业务对人才专业能力要求更高，公司为了匹配战略布局和提升业务团队综合素质，增加了销售人员与管理人员配备并提高了平均工资水平，2016 年公司销售费用、管理费用分别较 2015 年增加 140.00%、160.33%，因此净利润较 2015 年深幅下降。

公司 2016 年、2015 年加权平均净资产收益率分别为-4.16%、41.37%；每股收益分别为-0.07 元/股、0.78 元/股。公司 2016 年经营业绩受宏观经济形势和市场行业环境波动影响，整体盈利水平较 2015 年有所下降，净资产收益率和每股收益出现一定波动。

2、偿债能力分析

财务指标	2016年12月31日	2015年12月31日
资产负债率（%）	24.64	66.81
流动比率（倍）	3.52	1.21
速动比率（倍）	2.70	1.19

公司2016年12月31日、2015年12月31日资产负债率分别为24.64%、66.81%，报告期内公司资产负债率处于较低水平。2016年12月31日资产负债率较2015年12月31日显著下降，主要是2016年5月有限公司增资500万元，唐进、马蕾分别以货币形式增资400万元、100万元，全部计入实收资本；2016年9月有限公司增资1,365万元，唐进以实物（房产）和货币资产共计增资564.9万元（其中，货币资金352.9万元，房产经评估作价212万元）、典汇信息以货币增资210万元、德创网络以货币增资590.1万元，其中1,300万元计入实收资本，65万元计入资本公积。因此，2016年公司总资产和净资产较2015年大幅增加，公司长期偿债能力较强。

公司2016年12月31日、2015年12月31日流动比率分别为3.52、1.21，速动比率分别为2.70、1.19。报告期内公司流动比率和速动比率相对较高，公司短期偿债能力较强。一方面，2016年公司增资1,865万元，其中货币出资1,653万元，2016年12月31日公司货币资金较2015年12月31日增加4,503,204.82元；另一方

面，2016年公司对媒体供应商的付款期限缩短，同时偿还部分关联方拆借款项，2016年12月31日公司应付项目余额较2015年12月31日大幅下降。随着公司规模逐渐扩大，公司将积极利用供应商授信和财务杠杆来满足日常经营资金需求。

截至2016年12月31日，公司银行资信状况良好，报告期内未发生到期债务不能偿还的情况。报告期内，公司总体负债情况处于相对健康、合理的水平，具有较强的长、短期偿债能力。

3、营运能力分析

财务指标	2016 年度	2015 年度
应收账款周转率（次）	4.49	5.67
存货周转率（次）	-	-

公司2016年、2015年应收账款周转率分别为4.49次、5.67次。公司对于重要客户一般给予最长6个月的信用期，报告期内，公司对于客户的信用政策保持稳定，应收账款规模相对较小，公司营运能力较强。

4、获取现金能力

单位：元

财务指标	2016 年度	2015 年度
净利润	-678,136.83	3,899,129.15
经营活动产生的现金流量净额	-12,070,893.81	3,228,185.02
投资活动产生的现金流量净额	44,098.63	-
筹资活动产生的现金流量净额	16,530,000.00	-
现金及现金等价物净增加额	4,503,204.82	3,228,185.02

公司2016年、2015年经营活动产生的现金流净额分别为-12,070,893.81元、3,228,185.02元。公司2016年经营活动产生的现金流量净额较2015年减少15,299,078.83元，减幅473.92%，主要原因是：（1）2016年“支付其他与经营活动有关的现金”金额较大，原因系2015年公司为补充短期经营性流动资金需求向关联方拆借大量资金，2016年以现金形式归还关联方拆借款项645.86万元；（2）2016年“支付给职工以及为职工支付的现金”由2015年的1,141,791.19元增加至3,561,886.46元，增幅211.96%，原因系2016年公司新设运营事业部和腾讯智汇推项目组，为了匹配互联网+媒体业务战略布局和提升业务团队综合素质，公司增加了销售人员与管理人员配备并提高了平均工资水平，2016年公司销售费用、管理费用分别较2015年增加140.00%、160.33%；（3）2016年“支付的各

项税费”由2015年794,033.40元增加至2,282,798.28元，增幅187.49%，原因系2016年公司缴纳2015年计提的税费所致。

公司2016年、2015年投资活动产生的现金流量净额分别为44,098.63元、0.00元。公司2016年投资活动主要是购买银行理财产品投资收益44,098.63元；2015年未发生投资活动。

公司2016年、2015年筹资活动产生的现金流量净额分别为16,530,000.00元、0.00元。公司2016年筹资活动主要是收到股东投资现金16,530,000.00元；2015年未发生筹资活动。

报告期内采用间接法将净利润调节为经营活动现金流量情况表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度
净利润	-678,136.83	3,899,129.15
加：资产减值准备	368,710.55	-234,980.77
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧等	230,642.01	263,129.68
无形资产摊销	-	-
长期待摊费用摊销	2,100,000.00	1,225,000.00
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）	40,664.17	-
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）	-9,546.34	-4,193.36
投资损失（收益以“-”号填列）	-44,098.63	-
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-18,717.63	-58,326.49
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）	-2,117,929.32	-2,946,470.47
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-11,942,481.79	1,084,897.28
其他	-	-
经营活动产生的现金流量净额	-12,070,893.81	3,228,185.02

公司2016年净利润、经营活动产生的现金流量净额分别为-678,136.83元、-12,070,893.81元。2016年公司经营活动产生的现金流量净额与净利润之间的差额为11,392,756.98元，主要是长期待摊费用摊销、公司对媒体供应商的付款期限缩短、归还关联方拆借款项及经营性应收项目增加所致。（1）2016年公司长

期待摊费用本年摊销金额为2,100,000.00元,主要为户外广告牌的摊销费用;(2) 2016年公司业务模式逐渐由传统媒体业务向互联网媒体业务转型,互联网媒体资源采购主要采用预付款结算方式,因此2016年公司对媒体供应商的付款期限缩短。2016年12月31日应付账款余额较2015年12月31日减少4,468,775.60元,减幅2.49%,2016年12月31日预付款项余额较2015年12月31日增加7,454,538.36元,增幅1,450.73%;(3) 2016年公司增资1,865万元,其中货币出资1,653万元,实物(房产)出资212万元,公司偿债能力较强的同时偿还部分关联方拆借款项,2016年12月31日公司其他应付款余额较2015年12月31日减少7,730,992.5元,减幅98.44%;(4) 公司2016年经营性应收项目较2015年增加2,117,929.32元,主要原因是2016年公司与腾讯建立深度合作关系,取得腾讯智汇平台推陕西地区业务代理资质,截至2016年12月31日公司预付腾讯智汇平台充值金额为5,752,200.65元。

公司 2015 年净利润、经营活动产生的现金流量净额分别为 3,899,129.15 元、3,228,185.02 元。2015 年公司经营活动产生的现金流量净额与净利润之间的差额为 670,944.13 元,基本一致,差异相对较小,主要是固定资产折旧、长期待摊费用摊销以及公司对重要客户给予相对优惠的信用政策所致。

(1) 收到的其他与经营活动有关的现金

单位: 元

项目	2016 年发生额	2015 年发生额
利息	15,508.74	8,037.39
保证金退款	784,137.98	4,752,116.07
收到的往来款	895,306.50	9,787,990.91
合计	1,694,953.22	14,548,144.37

(2) 支付的其他与经营活动有关的现金

单位: 元

项目	2016 年发生额	2015 年发生额
银行手续费	2,514.00	3,844.03
支付的往来款	6,458,585.46	7,921,542.08
支付的保证金	1,247,000.00	1,946,985.83
经营费用	3,580,488.60	1,456,224.09
合计	11,269,119.57	11,328,596.03

（二）营业收入、利润、毛利率的重大变化及说明

1、营业收入的主要构成、变动趋势及原因

（1）营业收入主要产品构成分析

最近两年营业收入的主要构成及变化趋势表

单位：元

产品类别	2016 年度		2015 年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
传统媒体	43,682,870.93	64.97	64,753,212.63	69.32
互联网+	16,947,803.96	25.21	7,493,532.05	8.02
活动和制作	6,603,499.22	9.82	21,164,000.80	22.66
主营业务收入小计	67,234,174.11	100.00	93,410,745.48	100.00
其他业务收入	-	-	-	-
营业收入合计	67,234,174.11	100.00	93,410,745.48	100.00

公司主营业务为传统媒体与互联网媒体的广告设计、制作、代理和发布服务及策划创意服务。报告期内，公司营业收入主要来自广告发布、活动和制作收入，所有收入按照《企业会计准则第14号——收入》中有关规定确认收入。广告发布收入的确认依据为公司广告发布完成，经客户验收合格并取得客户确认的广告发布签字稿、认刊书、确认单等确认收入；活动和制作收入的确认依据为公司按客户要求完成活动策划或设计制作并经客户验收合格后确认收入。公司收入确认符合公司经营实际情况，不存在特殊处理方式。

报告期内公司的营业收入全部由主营业务收入构成，公司的主营业务突出。公司 2016 年、2015 年主营业务收入分别为 67,234,174.11 元、93,410,745.48 元。公司 2016 年营业收入较 2015 年减少 26,176,571.37 元，减幅 28.02%，主要原因是：（1）随着我国经济进入发展新常态，房地产、汽车、金融等多个行业受到经济下行压力影响，广告发布资金预算缩减，广告发布需求由传统效果的数量型向精准效果的质量型转变。2016 年公司调整经营战略以提高可持续发展能力，业务模式由传统媒体业务逐渐向互联网+媒体业务转型。基于对销售回款风险和业务模式转型的考虑，公司 2016 年适当缩减了收益低、账期长的传统媒体业务规模，2016 年传统媒体业务收入由 2015 年的 64,753,212.63 元缩减至 43,682,870.93 元，减幅 32.54%。（2）公司调整经营战略与业务模式，2016 年加深互联网+媒体业务的投入力度，进一步扩展与腾讯的业务合作类型，在原来的品牌类广告业务模式基础上新增了效果类广告业务模式，2016 年互联网+媒体

业务收入由2015年的7,493,532.05元增加至16,947,803.96元,增幅126.17%。由于公司经营战略与业务转型成果尚未完全显现,因此2016年互联网+媒体业务收入规模相对较小。随着公司互联网+媒体业务的投入力度进一步加深,互联网+媒体业务将逐渐成为公司未来主要收入及利润来源。(3)2016年公司重要客户重庆长安汽车年度营销招标策略发生调整,公司未能与其延续合作关系,2016年活动与制作收入规模由2015年的21,164,000.80元减少至6,603,499.22元,减幅68.80%。

(2) 主营业务收入地区构成分析

最近两年主营业务收入地区结构表

单位：元

地区	2016 年度		2015 年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
陕西	64,851,455.50	96.46	75,565,845.59	80.90
重庆	918,828.77	1.37	17,570,714.89	18.81
北京	718,222.24	1.07	274,185.00	0.29
山东	342,764.15	0.51	-	-
宁夏	250,224.21	0.37	-	-
浙江	113,207.55	0.17	-	-
上海	39,471.69	0.06	-	-
合计	67,234,174.11	100.00	93,410,745.48	100.00

公司立足于西安,报告期内公司为客户提供的广告发布、活动和制作服务主要分布在陕西地区,2016年、2015年公司陕西地区销售收入分别为64,851,455.50元、75,565,845.59元,占主营业务收入的比重分别为96.46%、80.90%。随着公司业务模式逐渐由传统媒体业务逐渐向互联网+媒体业务转型,在稳固陕西地区销售规模的基础上,公司将积极发展跨区域合作,提供全国区域的广告发布、活动和制作服务。

2、营业收入总额和利润总额的变动趋势及原因

最近两年营业收入总额和利润总额的变动趋势表

单位：元

项目	2016 年度		2015 年度
	金额（元）	增长率（%）	金额（元）
营业收入	67,234,174.11	-28.02	93,410,745.48
营业成本	59,255,970.10	-30.54	85,308,783.54

营业利润	-625,580.99	-112.95	4,832,592.13
利润总额	-590,199.94	-110.99	5,368,850.63
净利润	-678,136.83	-117.39	3,899,129.15
扣除非经常性损益后的净利润	-745,694.56	-121.32	3,496,935.28

公司 2016 年、2015 年净利润分别为-678,136.83 元、3,899,129.15 元，2016 年净利润较 2015 年减少 4,577,265.98 元，减幅 117.39%；公司 2016 年、2015 年扣除非经常性损益后的净利润分别为-745,694.56 元、3,496,935.28 元，2016 年扣除非经常性损益后的净利润较 2015 年减少 4,242,629.84 元，减幅 121.32%。报告期内，公司净利润和扣除非经常性损益后的净利润规模大幅下降的主要原因是：公司经营业绩受到宏观经济下行和业务模式转型因素影响，2016 年营业收入较 2015 年下降 28.02%，为了维持经营业绩的稳定性，公司 2016 年调整经营战略以提高可持续发展能力，业务模式由传统媒体业务向互联网+媒体业务转型，逐渐加深互联网+媒体业务的投入力度，进一步扩展与腾讯系平台的业务合作类型，在原来的品牌类广告业务模式基础上新增了效果类广告业务模式。2016 年公司取得腾讯智汇推平台陕西地区业务代理资质，公司新设运营事业部和腾讯智汇推项目组，互联网+媒体业务对人才专业能力要求更高，公司为了匹配战略布局和提升业务团队综合素质，增加了销售人员与管理人员配备并提高了平均工资水平，2016 年公司销售费用、管理费用分别较 2015 年增加 140.00%、160.33%，因此 2016 年净利润和扣除非经常性损益后的净利润较 2015 年深幅下降。

3、主营业务产品毛利率结构分析

(1) 按产品结构列示的毛利率结构

单位：元

业务类别	2016 年度		
	收入（元）	成本（元）	毛利率（%）
传统媒体	43,682,870.93	40,342,603.39	7.65
互联网+	16,947,803.96	13,467,480.80	20.54
活动和制作	6,603,499.22	5,445,885.91	17.53
主营业务合计	67,234,174.11	59,255,970.10	11.87
业务类别	2015 年度		
	收入（元）	成本（元）	毛利率（%）
传统媒体	64,753,212.63	59,946,448.80	7.42

互联网+	7,493,532.05	6,012,165.66	19.77
活动和制作	21,164,000.80	19,350,169.08	8.57
主营业务合计	93,410,745.48	85,308,783.54	8.67

公司 2016 年、2015 年综合毛利率分别为 11.87%、8.67%。2016 年公司综合毛利率较 2015 年增加 3.20%，主要是公司 2016 年经营业绩受到宏观经济下行和业务模式转型影响，为了维持经营业绩的稳定性，公司调整经营战略以提高可持续发展能力，业务模式逐渐由毛利率较低的传统媒体业务向毛利率较高的互联网+媒体业务转型，2016 年互联网+媒体业务收入规模较 2015 年增加 126.17%，因此公司综合毛利率有所上升。

公司传统媒体业务主要包括平面媒体广告、户外媒体广告和电台媒体广告等。公司 2016 年、2015 年传统媒体业务毛利率分别为 7.65%、7.42%，2016 年传统媒体业务毛利率较 2015 年提高 0.23%，波动较小。2016 年公司传统媒体业务客户需求萎缩，市场前景黯然，公司加强成本管理，提高对传统媒体供应商的议价能力，媒体资源采购成本较 2015 年小幅下降。

公司 2016 年、2015 年互联网+媒体业务毛利率分别为 20.54%、19.77%，2016 年互联网+媒体业务毛利率较 2015 年提高 0.77%，波动较小。公司 2016 年加深互联网+媒体业务的投入力度，进一步扩展与腾讯系平台的业务合作类型，2016 年公司取得腾讯智汇推平台陕西地区业务代理资质，在原来的品牌类广告业务模式基础上新增了效果类广告业务模式。随着公司对互联网+媒体资源的充分整合与重点投入，互联网+媒体业务毛利率还将有所提升。

公司活动和制作业务主要包括策划活动和设计制作。公司 2016 年、2015 年活动和制作业务毛利率分别为 17.53%、8.57%，2016 年活动和制作业务毛利率较 2015 年提高 8.96%，主要原因是 2016 年公司重要客户重庆长安汽车年度营销招标策略发生调整，公司未能与其延续合作关系，策划活动收入规模大幅减少。报告期内公司对大客户的议价能力相对较弱，重庆长安汽车单笔业务毛利率相对较低，同时公司对策划活动业务实施更加精细化的经营模式，因此 2016 年活动和制作毛利率大幅提升。

(2) 按地区列示的主营业务毛利率结构

单位：元

地区	2016 年度		
	收入（元）	成本（元）	毛利率（%）

陕西	64,851,455.50	57,216,241.21	11.77
重庆	918,828.77	802,492.22	12.66
北京	718,222.24	621,486.10	13.47
山东	342,764.15	276,726.41	19.27
宁夏	250,224.21	207,320.39	17.15
宁波	113,207.55	94,339.62	16.67
上海	39,471.69	37,364.15	5.34
合计	67,234,174.11	59,255,970.10	11.87
地区	2015 年度		
	收入（元）	成本（元）	毛利率（%）
陕西	75,565,845.59	69,111,667.52	8.54
重庆	17,570,714.89	15,945,774.02	9.25
北京	274,185.00	251,342.00	8.33
山东	-	-	-
宁夏	-	-	-
宁波	-	-	-
上海	-	-	-
合计	93,410,745.48	85,308,783.54	8.67

4、营业成本的构成

公司主营业务成本的构成情况表

单位：元

成本项目	2016 年度		2015 年度	
	合计	占比（%）	合计	占比（%）
媒体资源成本	57,564,961.91	97.15	81,776,729.40	95.86
材料制作与安装	1,178,234.52	1.99	2,072,244.72	2.43
场地租赁与服务	512,773.67	0.87	1,459,809.42	1.71
合计	59,255,970.10	100.00	85,308,783.54	100.00

公司主营业务成本由媒体资源成本、材料制作与安装成本、场地租赁与服务成本构成，其中：媒体资源成本主要为公司支付给媒体供应商的媒体资源采购费用；材料制作与安装成本主要为广告材料采购费用、广告画面制作及安装工人服务费用；场地租赁与服务成本主要为公司依据客户需求举办策划创意活动的场地租赁及服务费用。

公司2016年、2015年媒体资源成本分别为57,564,961.91元、81,776,729.40元，媒体资源成本占主营业务成本的比重分别为97.15%、95.86%；公司2016年、2015年材料制作与安装成本分别为1,178,234.52元、2,072,244.72元，材料制作与安装成本占主营业务成本的比重分别为1.99%、2.43%；公司2016年、2015年场地租赁与服务成本分别为512,773.67元、1,459,809.42元，场地租赁与服务成本占主营业务成本的比重分别为0.87%、1.71%。报告期内，公司媒体资源成本、材料制作与安装成本占主营业务成本的比重基本稳定，波动较小。

（三）主要费用占营业收入的比重变化及说明

最近两年费用占营业收入的比重变化表

单位：元

项目	2016 年度		2015 年度
	金额（元）	增长率（%）	金额（元）
营业收入	67,234,174.11	-28.02	93,410,745.48
销售费用	4,117,202.76	140.00	1,715,518.31
管理费用	3,779,384.21	160.33	1,451,752.99
财务费用	-9,546.34	-127.65	-4,193.36
销售费用占营业收入比重（%）	6.12		1.84
管理费用占营业收入比重（%）	5.62		1.55
财务费用占营业收入比重（%）	-0.01		-0.004
期间费用占营业收入比重（%）	11.73		3.39

公司2016年、2015年期间费用占营业收入的比重分别为10.89%、3.39%。公司期间费用占比最高的是销售费用，2016年、2015年销售费用占营业收入的比重分别为6.12%、1.84%。

公司销售费用主要为销售人员工资、业务招待费、差旅费等。2016年、2015年公司销售费用分别为4,117,202.76元、1,715,518.31元，销售费用占当期营业收入的比重分别为6.12%、1.84%。

公司2016年销售费用较2015年增加140.00%，主要原因是：公司经营业绩受宏观经济下行和业务转型因素影响，2016年营业收入较2015年降低28.02%。为了维持经营业绩的稳定性，公司2016年经营战略调整以提高可持续发展能力，业务模式由传统媒体业务向互联网+媒体业务转型，逐渐加深了互联网+媒体业务的投入力度，进一步扩展与腾讯的业务合作类型，在原来的品牌类广告业务模式基

础上新增了效果类广告业务模式。2016年公司取得腾讯智汇推平台陕西地区业务代理资质，公司新设运营事业部和腾讯智汇推项目组，互联网+媒体业务对人才专业能力要求更高，公司为了匹配战略布局和提升业务团队综合素质，增加了销售人员配备并提高了平均工资水平，因此2016年公司销售人员工资和业务拓展费用大幅提高。

销售费用明细表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度
办公费用	239,716.55	44,010.60
差旅费	794,364.12	588,375.77
福利费	22,384.30	12,356.90
其他	9,418.00	8,503.23
通讯费用	4,230.00	1,800.00
误餐补助	2,617.80	2,072.00
业务招待费	1,306,292.61	567,188.81
运费	4,664.00	1,102.00
租赁费	-	27,700.00
工资	1,733,515.38	462,409.00
合计	4,117,202.76	1,715,518.31

公司管理费用主要为管理部门的人员工资薪酬、股份支付、专业服务等。2016年、2015年公司管理费用分别为3,779,384.21元、1,451,752.99元，管理费用占当期营业收入的比重分别为5.62%、1.55%。

公司2016年管理费用较2015年增加160.33%，主要原因是：2016年公司取得腾讯智汇推平台陕西地区代理资质，公司新设运维事业部和腾讯智汇推项目组，鉴于公司员工素质不断提高，管理难度不断加大，公司2016年管理人员数量和平均工资较2015年有所提高，管理费用大幅上升。

管理费用明细表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度
办公费用	242,279.12	79,602.09
差旅费	127,863.71	23,075.43
福利费	253,252.60	227,114.72
工资	1,240,332.87	299,686.00

会议费	21,350.00	7,634.00
培训费	142,374.30	13,680.00
其他	23,977.89	45,124.93
社会统筹	313,901.31	376,468.29
通讯费用	2,200.00	7,150.00
误餐补助	1,919.00	1,155.90
物业费	62,684.41	34,772.20
业务招待费	206,324.15	16,165.00
印花税	-	42,182.62
运费	595.00	4,050.10
折旧	230,642.01	263,129.68
专业服务费	377,139.13	10,000.00
残疾人保障金	10,478.81	5,996.03
股份支付	522,069.90	
合计	3,779,384.21	1,451,752.99

公司财务费用主要是利息收入和手续费支出，2016年、2015年公司财务费用分别为-9,546.34元、-4,193.36元，财务费用占当期营业收入的比重分别为-0.01%、-0.004%。

财务费用明细表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度
利息支出	-	-
减：利息收入	15,508.74	8,037.39
手续费及其他	5,962.40	3,844.03
合计	-9,546.34	-4,193.36

（四）非经常性损益情况、适用的各项税收政策及缴税的主要税种

1、非经常性损益情况

最近两年非经常性损益情况表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损益	-40,664.17	-
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按国家统一标准定额、定量享受的政府补助除外）	76,045.00	554,423.00

除公司正常经营业务相关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，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	44,098.63	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	0.22	-18,164.50
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-
小计	79,479.68	536,258.50
减：所得税影响额	11,921.95	134,064.63
少数股东权益影响额（税后）	-	-
归属于母公司的非经常性损益影响数	67,557.73	402,193.88
归属于母公司的净利润	-678,136.83	3,899,129.15
扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	-745,694.56	3,496,935.28
非经常性损益占同期归属于母公司净利润的比例	-9.96	10.31

公司 2016 年、2015 年扣除所得税影响额和少数股东权益影响额后的非经常性损益净额分别为 67,557.73 元、402,193.88 元，非经常性损益占同期归属于母公司净利润的比例分别为-9.96%、10.31%。报告期内，公司非经常性损益主要为非流动资产处置损益、政府补助和投资收益等，不具有可持续性，公司非经常性损益金额较小，对净利润的影响不大。报告期内，公司对非经常性损益不存在依赖情形。

营业外收入明细

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度
政府补助	76,045.00	554,423.00
其他	1.02	51.50
合计	76,046.02	554,474.50

非经常性损益中政府补助明细

单位：元

补助项目	2016 年度	2015 年度	与资产相关/与收益相关
税收补助	76,045.00	554,423.00	与收益相关
合计	76,045.00	554,423.00	

2016 年、2015 年公司获得的政府补助金额分别 76,045.00 元、554,423.00 元，报告期内公司政府补助主要为损益类政府补助，政府补助并未形成具体资产，属于与收益相关的政府补助。根据《企业会计准则第 16 号-政府补助》，损益类政府补助确认时点为收到政府补助时即时计入当期营业外收入，符合企

业会计准则规定。

营业外支出明细

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损失合计	40,664.17	-
其中：固定资产处置损失	40,664.17	-
赔偿款	-	17,000.00
其他支出	0.80	1,216.00
合计	40,664.97	18,216.00

公司 2016 年营业外支出 40,664.97 元，主要是：固定资产处置损失 40,664.17 元，公司与供应商结算差异 0.80 元；公司 2015 年营业外支出 18,216.00 元，主要是：公司因使用未经授权的图片支付给北京美好景象图片有限公司的赔偿款 17,000.00 元，公司与供应商结算差异 1,216.00 元，由于时间较长，经管理层决定确认为营业外支出。报告期内，公司不存在未披露罚款等情况。

2、适用的各项税收政策及缴税的主要税种

（1）公司适用的主要税种及税率

公司主要税种及税率明细表

税种	计税依据及税率
增值税	应税收入按 6% 的税率计算销项税，并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税的 7% 计缴
企业所得税	按应纳税所得额的 25% 计缴，2016 年享受西部大开发优惠按应纳税所得额的 15% 计缴
文化事业建设费	按广告发布收入扣除广告发布直接成本后的 3% 计缴
水利基金	按主营业务收入的 0.008% 计缴
地方教育费附加	按实际缴纳的流转税的 2% 计缴
教育费附加	按实际缴纳的流转税的 3% 计缴

（2）税收优惠及批文

根据财政部海关总署国家税务总局《关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58 号第二条）：自 2011 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按 15% 的税率征收企业所得税。上述鼓励类产业企业是指以《西部地区鼓励类产业目录》中规定的产业项目为主营

业务，且其主营业务收入占企业收入总额70%以上的企业。公司2016年1月1日至2016年12月31日企业所得税减按15%的税率计缴。

（五）主要资产情况及重大变化分析

1、货币资金

单位：元

项目	2016年12月31日	2015年12月31日
库存现金	47,134.51	186,313.57
银行存款	10,745,526.79	6,103,142.91
其他货币资金	-	-
合计	10,792,661.30	6,289,456.48

截至2016年12月31日，公司货币资金余额为10,792,661.30元。公司各期末货币资金无因抵押、质押或冻结等对使用有限制、存放在境外及有潜在回收风险的款项。

2、应收票据

单位：元

项目	2016年12月31日	2015年12月31日
商业承兑汇票	100,000.00	-
银行承兑汇票	-	1,675,000.00
合计	100,000.00	1,675,000.00

3、应收账款

（1）最近两年应收账款及坏账准备情况表

2016年12月31日应收账款账龄表

单位：元

账龄	2016年12月31日			
	金额（元）	比例（%）	坏账准备（元）	净额（元）
1年以内	12,803,519.49	92.85	128,035.19	12,675,484.30
1-2年	985,743.00	7.15	98,574.30	887,168.70
2年以上	-	-	-	-
合计	13,789,262.49	100.00	226,609.49	13,562,653.00
占当期营业收入比例（%）	20.51			

2015 年 12 月 31 日应收账款账龄表

单位：元

账龄	2015 年 12 月 31 日			
	金额（元）	比例（%）	坏账准备（元）	净额（元）
1 年以内	15,904,210.81	98.41	159,042.11	15,745,168.70
1-2 年	160,000.00	0.99	16,000.00	144,000.00
2 年以上	97,181.16	0.60	19,436.23	77,744.93
合计	16,161,391.97	100.00	194,478.34	15,966,913.63
占当期营业收入比例（%）	17.30			

公司2016年12月31日、2015年12月31日应收账款余额分别为13,789,262.49元、16,161,391.97元，应收账款余额占当期营业收入的比例分别为20.51%、17.30%。报告期内，公司对于重要客户一般给予最长6个月的信用期，长期优质客户信用期适当延长。公司报告期内应收账款余额波动相对较小，2016年12月31日较2015年12月31日减少2,372,129.48元，减幅14.68%，主要是2016年公司销售收入较2015年减少28.02%影响所致。

从应收账款的账龄结构来看，2016年12月31日、2015年12月31日账龄在1年以内的应收账款余额占比分别为92.85%、98.41%，公司应收账款账龄较短，账龄结构合理。

（2）截至2016年12月31日，应收账款余额前五名的情况

单位：元

单位名称	欠款金额（元）	占应收账款比例（%）	款项性质	与本公司关系	账龄
西安紫薇地产开发有限公司	3,441,668.60	24.96	销售款	非关联方	1 年以内
陕西乐华欢乐世界文化发展有限公司	360,180.00	2.61	销售款	非关联方	1 年以内
	839,843.00	6.09			1-2 年
陕西苏宁云商销售有限公司	1,009,080.00	7.32	销售款	非关联方	1 年以内
西安国际陆港电子商贸有限公司	832,001.00	6.03	销售款	非关联方	1 年以内
陕西星河湾房地产开发有限公司	634,987.00	4.60	销售款	非关联方	1 年以内
合计	7,117,759.60	51.62			

（3）截至2015年12月31日，应收账款余额前五名的情况

单位：元

单位名称	欠款金额（元）	占应收账款比例（%）	款项性质	与本公司关系	账龄
------	---------	------------	------	--------	----

重庆长安汽车股份有限公司	2,187,200.00	13.53	销售款	非关联方	1 年以内
西安紫郡置业有限公司	1,038,355.00	6.42	销售款	非关联方	1 年以内
国网陕西省电力公司铜川市耀州区供电分公司	1,004,550.00	6.22	销售款	非关联方	1 年以内
陕西乐华欢乐世界文化发展有限公司	984,563.00	6.09	销售款	非关联方	1 年以内
西安欣荣佳房地产开发有限公司	562,500.00	3.48	销售款	非关联方	1 年以内
合计	5,777,168.00	35.75			

(4) 截至2016年12月31日，应收账款余额中无持有公司5%以上（含5%）表决权股份的股东款项。

(5) 截至2016年12月31日，应收账款余额中无应收其他关联方款项。

4、预付账款

(1) 最近两年的预付账款情况表

单位：元

账龄	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
1 年以内	7,968,386.54	100.00	480,988.18	93.61
1-2 年	-	-	16,800.00	3.27
2-3 年	-	-	16,000.00	3.11
3 年以上	-	-	60.00	0.01
合计	7,968,386.54	100.00	513,848.18	100.00

公司2016年12月31日、2015年12月31日预付账款余额分别为7,968,386.54元、513,848.18元。公司预付账款主要为预付媒介供应商的媒介采购款和中介机构的推荐挂牌费用等。公司2016年12月31日预付款项余额较2015年12月31日增加7,454,538.36元，增幅1,450.73%，主要是2016年公司与腾讯建立深度合作关系，取得腾讯智汇平台推陕西地区业务代理资质，截至2016年12月31日预付腾讯智汇推平台充值金额5,752,200.65元。公司预付账款余额受采购和销售计划影响，在不同时点存在一定的波动性，公司报告期内预付账款余额变动合理。

(2) 截至2016年12月31日，预付账款余额情况

单位：元

单位名称	金额（元）	占预付账款比例（%）	款项性质	与本公司关系	账龄
北京腾讯文化传媒有限公司	5,752,200.65	72.19	采购款	非关联方	1 年以内

西安华商广告有限责任公司	706,851.00	8.87	采购款	非关联方	1年以内
西安日报社	635,994.00	7.98	采购款	非关联方	1年以内
西部证券股份有限公司	330,000.00	4.14	中介服务 费	非关联方	1年以内
南京奇豆网络科技股份有限公司	176,000.00	2.21	采购款	非关联方	1年以内
合计	7,601,045.65	95.39			

(3) 截至2015年12月31日，预付账款前五名单位情况

单位：元

单位名称	金额（元）	占预付账款 比例（%）	款项 性质	与本公司 关系	账龄
深圳市世纪凯旋科技有限公司	256,930.00	50.00	采购款	非关联方	1年以内
上海竞力广告有限公司	69,684.00	13.56	采购款	非关联方	1年以内
西安日报社	54,553.00	10.62	采购款	非关联方	1年以内
北京易车互动广告有限公司成都分公司	50,125.00	9.75	采购款	非关联方	1年以内
延长壳牌石油有限公司	17,717.68	3.45	采购款	非关联方	1年以内
合计	449,009.68	87.38			

(4) 截至2016年12月31日，预付账款余额中无持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位欠款。

(6) 截至2016年12月31日，预付款项余额中预付无其他关联方款项。

5、其他应收款

(1) 最近两年其他应收款及坏账准备情况表

2016年12月31日其他应收款账龄表

单位：元

账龄	2016年12月31日			
	金额（元）	比例（%）	坏账准备（元）	净额（元）
1年以内	948,066.34	46.29	9,480.66	938,585.68
1-2年	1,070,000.00	52.24	107,000.00	963,000.00
2-3年	-	-	-	-
3年以上	30,000.00	1.46	15,000.00	15,000.00
合计	2,048,066.34	100.00	131,480.66	1,916,585.68

2015年12月31日其他应收款账龄表

单位：元

账龄	2015 年 12 月 31 日			
	金额（元）	比例（%）	坏账准备（元）	净额（元）
1 年以内	3,282,761.71	99.09	32,827.62	3,249,934.09
1-2 年	-	-	-	-
2-3 年	30,000.00	0.91	6,000.00	24,000.00
3 年以上	-	-	-	-
合计	3,312,761.71	100.00	38,827.62	3,273,934.09

公司 2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日其他应收款余额分别为 2,048,066.34 元、3,312,761.71 元，公司其他应收款主要为保证金和员工备用金。公司 2016 年 12 月 31 日其他应收款余额较 2015 年 12 月 31 日减少 1,264,695.37 元，减幅 38.18%，主要是 2016 年公司收回股东唐进拆借款项 1,444,246.00 元。

从其他应收款的账龄结构来看，公司 2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日 1 年以内的其他应收款余额占比分别为 46.29%、99.09%，公司其他应收款账龄结构良好，目前尚未出现坏账损失迹象。

（2）截至2016年12月31日，公司其他应收款前五名情况

单位：元

单位名称	金额（元）	占其他应收款比例（%）	款项性质	与本公司关系	账龄
西安华商广告有限责任公司	1,000,000.00	48.83	保证金	非关联方	1 年以内
西安日报社	400,000.00	19.53	保证金	非关联方	1 年以内
南京奇豆网络科技有限公司	160,000.00	7.81	保证金	非关联方	1 年以内
陕西省交通建设集团公司西安绕城分公司	40,000.00	1.95	保证金	非关联方	1 年以内
	30,000.00	1.46			3 年以上
西安微聚信息技术有限公司	50,000.00	2.44	保证金	非关联方	1 年以内
合计	1,730,000.00	82.03			

（3）截至2015年12月31日，公司其他应收款前五名情况

单位：元

单位名称	金额（元）	占其他应收款比例（%）	款项性质	与本公司关系	账龄
西安华商广告有限责任公司	1,500,000.00	45.28	保证金	非关联方	1 年以内
唐进	1,366,529.61	41.25	借款	关联方	1 年以内
王刚	102,976.00	3.11	备用金	关联方	1 年以内

上海有车有家融资租赁有限公司	100,000.00	3.02	保证金	非关联方	1 年以内
王利	95,000.00	2.87	备用金	非关联方	1 年以内
合计	3,164,505.61	95.52			

(4) 截至 2016 年 12 月 31 日, 其他应收款余额中持有公司 5% 以上 (含 5%) 表决权股份的股东单位款项的情况

单位: 元

单位名称	金额 (元)	占其他应收款比例 (%)	款项性质	与本公司关系	账龄
唐进	17,883.61	0.87	借款	关联方	1 年以内
合计	17,883.61	0.87			

(5) 截至 2016 年 12 月 31 日, 其他应收款余额中应收其他关联方款项的情况

单位: 元

单位名称	金额 (元)	占其他应收款比例 (%)	款项性质	与本公司关系	账龄
王刚	35,261.00	1.72	备用金	关联方	1 年以内
张莹萍	27,350.00	1.34	备用金	关联方	1 年以内
李莎	14,406.50	0.70	备用金	关联方	1 年以内
梁静	3,972.73	0.19	备用金	关联方	1 年以内
金楠	100.00	0.01	备用金	关联方	1 年以内
合计	81,090.23	3.96			

6、固定资产

(1) 截至2016年12月31日固定资产及折旧明细表

单位: 元

项目	2015年12月31日	本期增加	本期减少	2016年12月31日
一、账面原值合计	2,743,148.37	2,208,340.71	2,652,867.81	2,298,621.27
房屋及建筑物	-	2,200,325.32	-	2,200,325.32
运输工具	2,400,635.05	-	2,400,635.05	-
办公设备	342,513.32	8,015.39	252,232.76	98,295.95
二、累计折旧合计	1,324,565.02	230,642.01	1,495,932.16	59,274.87
房屋及建筑物	-	6,842.26	-	6,842.26
运输工具	1,061,691.32	190,049.96	1,251,741.28	-

办公设备	262,873.70	33,749.79	244,190.88	52,432.61
三、账面净值合计	1,418,583.35	1,977,698.70	1,156,935.65	2,239,346.40
房屋及建筑物	-	2,193,483.06	-	2,193,483.06
运输工具	1,338,943.73	-190,049.96	1,148,893.77	-
办公设备	79,639.62	-25,734.40	8,041.88	45,863.34
四、减值准备合计	-	-	-	-
房屋及建筑物	-	-	-	-
运输工具	-	-	-	-
办公设备	-	-	-	-
五、账面价值合计	1,418,583.35	1,977,698.70	1,156,935.65	2,239,346.40
房屋及建筑物	-	2,193,483.06	-	2,193,483.06
运输工具	1,338,943.73	-190,049.96	1,148,893.77	-
办公设备	79,639.62	-25,734.40	8,041.88	45,863.34

(2) 截至2015年12月31日固定资产及折旧明细表

单位：元

项目	2014年12月31日	本期增加	本期减少	2015年12月31日
一、账面原值合计	2,743,148.37	-	-	2,743,148.37
房屋及建筑物	-	-	-	-
运输工具	2,400,635.05	-	-	2,400,635.05
办公设备	342,513.32	-	-	342,513.32
二、累计折旧合计	1,061,435.34	263,129.68	-	1,324,565.02
房屋及建筑物	-	-	-	-
运输工具	833,630.96	228,060.36	-	1,061,691.32
办公设备	227,804.38	35,069.32	-	262,873.70
三、账面净值合计	1,681,713.03	-263,129.68	-	1,418,583.35
房屋及建筑物	-	-	-	-
运输工具	1,567,004.09	-228,060.36	-	1,338,943.73
办公设备	114,708.94	-35,069.32	-	79,639.62
四、减值准备合计	-	-	-	-
房屋及建筑物	-	-	-	-
运输工具	-	-	-	-
办公设备	-	-	-	-
五、账面价值合计	1,681,713.03	-263,129.68	-	1,418,583.35

房屋及建筑物	-	-	-	-
运输工具	1,567,004.09	-228,060.36	-	1,338,943.73
办公设备	114,708.94	-35,069.32	-	79,639.62

(3) 截至2016年12月31日，公司无闲置或准备处置的固定资产。

(4) 截至2016年12月31日，公司无固定资产发生可收回金额低于账面价值的事项。

(5) 截至2016年12月31日，公司固定资产无抵押或质押事项。

(6) 截至2016年12月31日，公司无未办妥产权证书的固定资产。

7、长期待摊费用

(1) 截至2016年12月31日长期待摊费用明细表

单位：元

项目	2015年12月31日	本年增加金额	本年摊销金额	其他减少金额	2016年12月31日
户外广告牌	5,075,000.00	-	2,100,000.00	-	2,975,000.00
合计	5,075,000.00	-	2,100,000.00	-	2,975,000.00

(2) 截至2015年12月31日长期待摊费用明细表

单位：元

项目	2014年12月31日	本年增加金额	本年摊销金额	其他减少金额	2015年12月31日
户外广告牌	740,000.00	6,300,000.00	1,225,000.00	740,000.00	5,075,000.00
合计	740,000.00	6,300,000.00	1,225,000.00	740,000.00	5,075,000.00

8、递延所得税资产

单位：元

项目	2016年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	358,090.15	77,044.12
可抵扣亏损	-	-
合计	358,090.15	77,044.12

单位：元

项目	2015年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	233,305.96	58,326.49

可抵扣亏损	-	-
合计	233,305.96	58,326.49

9、资产减值准备

单位：元

项目	2015.12.31	本年计提	本年减少		2016.12.31
			转回数	转销数	
坏账准备	233,305.96	162,392.72	-	37,608.53	358,090.15
其中：应收账款	194,478.34	69,739.68	-	37,608.53	226,609.49
其他应收款	38,827.62	92,653.04	-	-	131,480.66
合计	233,305.96	162,392.72	-	37,608.53	358,090.15

单位：元

项目	2014.12.31	本年计提	本年减少		2015.12.31
			转回数	转销数	
坏账准备	468,286.72	9,791.32	244,772.08	-	233,305.96
其中：应收账款	184,687.02	9,791.32	-	-	194,478.34
其他应收款	283,599.70	-	244,772.08	-	38,827.62
合计	468,286.72	9,791.32	244,772.08	-	233,305.96

（六）主要负债情况

1、应付账款

（1）近两年应付账款情况表

单位：元

账龄结构	2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）
1年以内	1,552,588.85	57.88	6,103,987.45	85.35
1-2年	590,000.00	21.99	897,377.00	12.55
2年以上	540,000.00	20.13	150,000.00	2.10
合计	2,682,588.85	100.00	7,151,364.45	100.00

2016年12月31日、2015年12月31日公司应付账款余额分别为2,682,588.85元、7,151,364.45元，应付账款主要为公司应付媒体供应商的媒体资源采购款和材料供应商的广告发布、策划活动材料制作费用。公司2016年12月31日应付账款余额较2015年12月31日减少4,468,775.60元，减幅62.49%，主要是公司2016年缩短了

对供应商的付款期限所致。

(2) 截至2016年12月31日，应付账款余额前五名的情况

单位：元

单位名称	金额(元)	占应付账款比例(%)	款项性质	与本公司关系	账龄
陕西省交通广告传媒有限公司	1,279,377.00	47.69	采购款	非关联方	1年以内
	590,000.00	21.99			1-2年
	540,000.00	20.13			2-3年
陕西恒远交通文化传播有限公司	260,000.00	9.69	采购款	非关联方	1年以内
西安分众文化信息传播有限公司	8,000.00	0.30	采购款	非关联方	1年以内
陕西新维正印务有限公司	2,018.50	0.08	采购款	非关联方	1年以内
西安轻松印务有限责任公司	1,829.00	0.07	采购款	非关联方	1年以内
合计	2,681,224.50	99.95			

(3) 截至2015年12月31日，应付账款余额前五名的情况

单位：元

单位名称	金额(元)	占应付账款比例(%)	款项性质	与本公司关系	账龄
陕西恒远交通文化传播有限公司	2,044,000.00	28.58	采购款	非关联方	1年以内
	7,377.00	0.10			1-2年
西安华商广告有限责任公司	1,584,432.77	22.16	采购款	非关联方	1年以内
陕西交通高速公路服务有限公司	590,000.00	8.25	采购款	非关联方	1年以内
	740,000.00	10.35			1-2年
宁夏展联会展管理有限公司	655,303.68	9.16	采购款	非关联方	1年以内
北京纳智杰广告有限公司	390,509.00	5.46	采购款	非关联方	1年以内
合计	6,011,622.45	84.06			

(4) 截至2016年12月31日，应付账款余额中无持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位款项。

(5) 截至2016年12月31日，应付账款余额中无应付其他关联方款项。

2、预收款项

(1) 近两年预收款项情况表

单位：元

账龄结构	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	1,616,801.67	35.94	5,196,565.82	100.00
1-2 年	2,881,446.50	64.06	-	-
2 年以上	-	-	-	-
合计	4,498,248.17	100.00	5,196,565.82	100.00

2016年12月31日、2015年12月31日公司预收款项余额分别为4,498,248.17元、5,196,565.82元，2016年12月31日预收账款余额较2015年12月31日减少698,317.65元，减幅13.44%。公司预收账款主要为预收客户的销售款，预收款项余额受经营周期、合同签订等影响，在不同时点有一定的波动性，报告期内公司预收款项余额变动合理。

(2) 截至2016年12月31日，预收款项余额前五名的情况

单位：元

单位名称	金额（元）	占预收账款比例（%）	款项性质	与本公司关系	账龄
西安紫薇地产开发有限公司	2,881,446.50	64.06	销售款	非关联方	1-2 年
陕西英泰置业有限公司	1,366,666.67	30.38	销售款	非关联方	1 年以内
陕西悠然山景区管理服务有限公司	91,800.00	2.04	销售款	非关联方	1 年以内
西安银邦广告文化传播有限公司	55,000.00	1.22	销售款	非关联方	1 年以内
长安银行股份有限公司	42,145.00	0.94	销售款	非关联方	1 年以内
合计	4,437,058.17	98.64			

(3) 截至2015年12月31日，预收款项余额的情况

单位：元

单位名称	金额（元）	占预收账款比例（%）	款项性质	与本公司关系	账龄
西安紫薇地产开发有限公司	4,915,408.82	94.59	销售款	非关联方	1 年以内
陕西恒意广告有限公司	110,000.00	2.12	销售款	非关联方	1 年以内
中国电信股份有限公司陕西分公司	163,682.00	3.15	销售款	非关联方	1 年以内
北京都市时空装饰设计有限公司西安分公司	7,475.00	0.14	销售款	非关联方	1 年以内
合计	5,196,565.82	100.00			

(4) 截至2016年12月31日，预收款项余额中无预收持有本公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位款项。

(5) 截至2016年12月31日，预收款项余额中无预收其他关联方款项。

3、应付职工薪酬

(1) 应付职工薪酬列示

单位：元

项目	2015.12.31	本期增加	本期减少	2016.12.31
一、短期薪酬	-	3,332,125.46	3,332,125.46	-
二、离职后福利-设定提存计划	-	229,761.00	229,761.00	-
三、辞退福利	-	-	-	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	-	3,561,886.46	3,561,886.46	-

单位：元

项目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.12.31
一、短期薪酬	-	863,313.57	863,313.57	-
二、离职后福利-设定提存计划	-	275,249.72	275,249.72	-
三、辞退福利	-	-	-	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	-	1,138,563.29	1,138,563.29	-

(2) 短期薪酬列示

单位：元

项目	2015.12.31	本期增加	本期减少	2016.12.31
1、工资、奖金、津贴和补贴	-	2,972,348.25	2,972,348.25	-
2、职工福利费	-	275,636.90	275,636.90	-
3、社会保险费	-	82,870.31	82,870.31	-
其中：医疗保险费	-	77,892.83	77,892.83	-
工伤保险费	-	4,977.48	4,977.48	-
养老保险费	-	-	-	-
失业保险费	-	-	-	-
4、住房公积金	-	1,270.00	1,270.00	-
合计	-	3,332,125.46	3,332,125.46	-

单位：元

项目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.12.31
1、工资、奖金、津贴和补贴	-	762,095.00	762,095.00	-

2、职工福利费	-	-	-	-
3、社会保险费	-	101,218.57	101,218.57	-
其中：医疗保险费	-	98,496.78	98,496.78	-
工伤保险费	-	2,721.79	2,721.79	-
养老保险费	-	-	-	-
失业保险费	-	-	-	-
4、住房公积金	-	-	-	-
合计	-	863,313.57	863,313.57	-

(3) 设定提存计划列示

单位：元

项目	2015.12.31	本期增加	本期减少	2016.12.31
1、基本养老保险	-	219,344.16	219,344.16	-
2、失业保险金	-	10,416.84	10,416.84	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	229,761.00	229,761.00	-

单位：元

项目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.12.31
1、基本养老保险	-	259,721.00	259,721.00	-
2、失业保险金	-	15,528.72	15,528.72	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	275,249.72	275,249.72	-

4、应交税费

单位：元

项目	2016年12月31日	2015年12月31日
城市维护建设税	57,824.54	36,209.12
教育费附加	24,781.94	15,518.20
文化事业建设费	128,038.01	26,654.74
水利基金	6,644.53	3,696.65
企业所得税	1,828,694.39	2,086,062.79
地方教育附加	16,521.27	10,345.46
应交增值税	398,023.80	517,274.02
合计	2,460,528.48	2,695,760.98

5、其他应付款

(1) 近两年其他应付款情况表

单位：元

账龄结构	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	122,824.00	100.00	4,840,204.60	61.63
1-2 年	-	-	2,547,536.90	32.44
2 年以上	-	-	466,075.00	5.93
合计	122,824.00	100.00	7,853,816.50	100.00

2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日公司其他应付款余额分别为 122,824.00 元、7,853,816.50 元，公司其他应付款主要为关联方借款。2016 年 12 月 31 日公司其他应付款余额较 2015 年 12 月 31 日减少 7,730,992.5 元，减幅 98.44%，主要是 2016 年公司归还了部分拆借款项。

(2) 截至2016年12月31日，其他应付款余额的情况

单位：元

单位名称	金额（元）	占其他应付款比例（%）	款项性质	与本公司关系	账龄
陕西典汇信息技术有限公司	122,824.00	100.00	借款	关联方	1 年以内
合计	122,824.00	100.00			

(3) 截至2015年12月31日，其他应付款余额的情况

单位：元

单位名称	金额（元）	占其他应付款比例（%）	款项性质	与本公司关系	账龄
陕西典汇信息技术有限公司	2,096.60	0.03	借款	关联方	1 年以内
	809,176.90	10.30			1-2 年
陕西典汇广告有限公司	36,508.00	0.46	借款	关联方	1 年以内
	1,090,000.00	13.88			1-2 年
	466,075.00	5.93			2-3 年
西安凯创文化发展有限公司	600,000.00	7.64	借款	关联方	1 年以内
	430,000.00	5.48			1-2 年
马蕾	4,200,000.00	53.48	借款	关联方	1 年以内
	218,360.00	2.78			1-2 年

金楠	1,600.00	0.02	报销款	关联方	1 年以内
合计	7,853,816.50	100.00			

(4) 截至2016年12月31日，其他应付款余额中持本公司5%（含5%）以上股份的股东单位款项的情况

单位：元

单位名称	金额（元）	占其他应付款比例（%）	款项性质	与本公司关系	账龄
陕西典汇信息技术有限公司	122,824.00	100.00	借款	关联方	1 年以内
合计	122,824.00	100.00			

(5) 截至2016年12月31日，其他应付款余额中无应付其他关联方款项。

(七) 所有者权益变动情况

单位：元

项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
实收资本（股本）	23,000,000.00	5,000,000.00
资本公积	5,149,129.30	-
盈余公积	171,835.82	637,355.46
未分配利润	1,546,522.42	5,736,199.01
所有者权益合计	29,867,487.54	11,373,554.47

1、实收资本

公司报告期内实收资本的具体变化详见本公开转让说明书“第一节 基本情况”之“三、股权结构及变化情况”之“（四）公司设立以来股本的形成及其变化情况”。

2、资本公积

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2016 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	-	5,149,129.30	-	5,149,129.30
其他资本公积	-	-	-	-
合计	-	5,149,129.30	-	5,149,129.30

3、盈余公积

单位：元

项目	2015 年 12 月 31 日	本期增加额	本期减少额	2016 年 12 月 31 日
法定盈余公积	637,355.46	171,835.82	637,355.46	171,835.82
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	637,355.46	171,835.82	637,355.46	171,835.82

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
法定盈余公积	247,442.54	389,912.92	-	637,355.46
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	247,442.54	389,912.92	-	637,355.46

4、未分配利润

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度
期初未分配利润	5,736,199.01	2,226,982.78
加：本期归属于母公司所有者的净利润	-678,136.83	3,899,129.15
减：提取法定盈余公积	171,835.82	389,912.92
提取任意盈余公积	-	-
提取一般风险准备	-	-
应付普通股股利	-	-
转作股本的普通股股利	3,339,703.94	-
期末未分配利润	1,546,522.42	5,736,199.01

（八）股份支付

1、股份支付总体情况

项目	相关内容
公司报告期内授予的各项权益工具总额	3,480,466.00
公司报告期内行权的各项权益工具总额	3,480,466.00

2、以权益结算的股份支付情况

项目	相关内容
授予日权益工具公允价值的确定方法	按股权所属公司的评估值确定
可行权权益工具数量的确定依据	实际授予的股份数
报告期内估计发生重大变化的原因	无

以权益结算的股份支付计入资本公积的累计金额	522,069.90
报告期内以权益结算的股份支付确认的费用总额	522,069.90

四、关联交易情况

（一）关联方及关联关系

1、存在控制关系的关联方

公司的控股股东为唐进；实际控制人为唐进、马蕾形成的一致行动人。唐进为公司董事长、总经理，持股比例62.52%；马蕾为公司董事，持股比例4.35%；唐进和马蕾为夫妻关系。

关联方名称（姓名）	关联关系
唐进	公司董事长、总经理，持股比例 62.52%
马蕾	公司董事，持股比例 4.35%

2、不存在控制关系的关联方

（1）不存在控制关系的自然人关联方

关联方名称（姓名）	关联关系
李志斌	公司董事、董事会秘书、财务总监
王刚	公司董事、副总经理
金楠	公司董事
张莹萍	公司监事会主席
孙希光	公司监事
闫跟选	公司职工代表监事
张宏昌	报告期内曾为公司股东并担任监事

（2）不存在控制关系的法人关联方

关联方名称（姓名）	关联关系	工商注册号/统一社会信用代码
陕西典汇信息技术有限公司	公司控股股东、实际控制人控制的其他企业	9161013369861576XA
西安德创网络科技合伙企业	公司控股股东、实际控制人控制的其他企业	91610113MA6TYT236G
陕西典汇广告有限公司	公司控股股东、实际控制人曾经控制的其他企业	610000100036523
西安凯创文化发展有限公司	公司控股股东、实际控制人曾经控制的其他企业	91610113688975876Y

(二) 关联方交易

1、经常性关联交易

报告期内，公司不存在经常性关联交易。

2、偶发性关联交易

(1) 关联方资金拆入

单位：元

关联单位名称	2016 年度发生额	
	资金拆入	资金归还
陕西典汇信息技术有限公司	1,300,039.25	1,988,488.75
陕西典汇广告有限公司	-	1,592,583.00
西安凯创文化发展有限公司	9,122.00	1,039,122.00
马蕾	20,522.20	4,438,882.20
合计	1,329,683.45	9,059,075.95
关联单位名称	2015 年度发生额	
	资金拆入	资金归还
陕西典汇信息技术有限公司	2,096.60	-
陕西典汇广告有限公司	36,508.00	1,000.00
西安凯创文化发展有限公司	600,000.00	1,100,000.00
马蕾	4,200,000.00	3,781,640.00
合计	4,838,604.60	4,882,640.00

(2) 关联方资金拆出

单位：元

关联单位名称	2016 年度发生额	
	资金拆出	资金归还
唐进	95,600.00	1,444,246.00
合计	95,600.00	1,444,246.00
关联单位名称	2015 年度发生额	
	资金拆出	资金归还
唐进	4,121,636.11	2,850,896.90
合计	4,121,636.11	2,850,896.90

报告期内，公司无偿将资金拆借给控股股东、实际控制人唐进，构成资金

占用。公司与唐进之间的资金拆借行为属于企业与自然人之间的资金拆借，未违背《贷款通则》的规定。截至2017年3月10日，公司与唐进之间的资金拆借已清理完毕，公司未因该资金拆借行为受到相关行政部门的处罚。公司在报告期内发生的上述资金拆借行为均属于短期资金周转的临时性需求，公司的共同实际控制人唐进、马蕾夫妇作出承诺，若公司因上述资金拆借行为受到行政、司法处罚而给公司造成经济损失的，由其承担一切的法律责任和经济责任。

同时，针对关联方资金拆借问题，公司承诺今后将严格遵守相关法律法规的规定，杜绝向关联方有偿或无偿拆借资金的行为，明确限定资金用途，以确保资金用于与公司生产经营相关的业务活动之中，合理有效的保护公司及股东利益。

报告期内，公司与关联方之间的各项资金往来中，交易各方均未收取利息或手续费且未签订协议。公司未履行上述事项的原因是资金拆借行为发生在有限公司阶段，公司治理不完善，未建立三会机制及《关联交易决策制度》治理架构，相关关联交易流程、记录缺失。股份公司成立后，公司建立健全了治理机制，对关联交易的决策程序作出了明确规定。2017年3月28日，公司召开2017年第一次临时股东大会，会议决议通过对报告期内关联交易进行追认事项，公司上述关联交易事项系经当时全体股东一致同意后实施的，是股东协商的结果，不存在通过关联交易操纵公司利润的情形，也不存在损害公司利益及非关联股东利益的情形。

按照当年同期贷款利率测算，报告期内未收取的资金占用费对公司财务状况的影响如下：

项目	2016 年度	2015 年度
资金使用费（元）	7,861.31	34,518.57
利润总额（元）	-590,199.94	5,468,850.63
资金使用费占当期利润总额的比例（%）	-1.33	0.63

注：资金使用费=银行贷款利率*借款金额*实际占用时间，其中2016年银行贷款利率为4.75%，2015年为5.75%。

报告期内，测算的资金使用费两年合计金额为42,379.88元，金额较小，因此公司未收取资金使用费对公司财务状况未造成重大不利影响。

3、关联方租赁

出租方	承租方	房产位置	租赁期限	租金	租赁建筑
-----	-----	------	------	----	------

					面积(m ²)
公司	德创网络	西安市雁塔区雁塔西路161号1幢11507室	2016.10.20-2016.12.31	无偿使用	132.28
			2017.1.1-2017.12.31	1,000.00 元/月	
唐进	公司	西安市雁塔区雁塔西路161号1幢11508室	2015.1.1-2016.12.31	无偿使用	163.87
张宏昌/唐进	公司	西安市雁塔区雁塔西路161号1幢11507室	2015.1.1-2016.12.31	无偿使用	132.28

2016年10月20日，公司与德创网络签订了《无偿使用房屋协议》，协议约定公司将位于西安市雁塔区雁塔西路161号1幢11507室房产无偿出租给德创网络使用，租赁期限为2016年10月20日至2016年12月31日。德创网络租用该房屋仅作为注册地址而并未实际使用，该租赁未对公司及股东的利益产生重大不利影响。

2016年12月31日，公司与德创网络签订了《房屋租赁合同》，协议约定公司将位于西安市雁塔区雁塔西路161号1幢11507室房产出租给德创网络使用，租金为每月1,000.00元，租赁期限为2017年1月1日至2017年12月31日。

2014年12月31日，唐进先生与公司签订了《无偿使用房屋协议》，约定唐进将位于西安市雁塔区雁塔西路161号1幢11508室房产无偿租赁给公司使用，租赁期限为2015年1月1日至2016年12月31日。2016年10月20日唐进将该房产以非货币资产向公司增资，过户完成后，公司使用自有房产作为办公场所，该租赁未对公司及股东的利益产生重大不利影响。

2014年12月31日，张宏昌先生与公司签订了《无偿使用房屋协议》，约定唐进将位于西安市雁塔区雁塔西路161号1幢11507室房产无偿租赁给公司使用，租赁期限为2015年1月1日至2016年12月31日。2016年7月13日张宏昌将该房产转让给唐进，唐进继续将该房产无偿租赁给公司使用；2016年10月20日唐进将该房产以非货币资产向公司增资，过户完成后，公司使用自有房产作为办公场所，该租赁未对公司及股东的利益产生重大不利影响。

4、关联方往来余额

单位：元

项目名称	关联方名称	2016年12月31日	2015年12月31日
其他应收款	唐进	17,883.61	1,366,529.61
其他应付款	陕西典汇信息技术有限公司	122,824.00	811,273.50

	陕西典汇广告有限公司	-	1,592,583.00
	西安凯创文化发展有限公司	-	1,030,000.00
	马蕾	-	4,418,360.00

（三）关联交易决策权利和程序的规定及执行情况

目前公司的章程、内控制度、内外部决议对资金使用具有约束力。公司根据有关法律、法规和规范性文件的规定，在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《总经理工作细则》、《关联交易决策制度》中规定了股东大会、董事会、总经理在审议有关关联交易事项时关联股东、关联董事回避表决制度及其他公允决策程序与权限，且有关议事规则及决策制度已经公司创立大会、董事会审议通过。上述文件对关联交易内部决策程序作了严格规定，对交易事项作了详细规定。

公司关联交易严格按照《公司法》、《公司章程》和《关联交易决策制度》等规定执行，均履行相应的决策审批程序。同时，公司管理层已经出具书面承诺，将尽力减少或避免发生关联交易，对无法避免的关联交易，公司将严格按照《公司法》、《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》、《关联交易决策制度》的规定，保证交易价格公允。

（四）关联交易的合规性和公允性

报告期内公司无偿将位于西安市雁塔区雁塔西路161号1幢11507室的房屋无偿提供给租赁给关联方德创网络使用，德创网络租用该房屋仅作为注册地址而并未实际使用，该租赁未对公司及股东的利益产生重大不利影响。2016年12月31日，公司与德创网络签订了《房屋租赁合同》，协议约定公司将位于西安市雁塔区雁塔西路161号1幢11507室房产出租给德创网络使用，租金为每月1,000.00元，租赁期限为2017年1月1日至2017年12月31日。

报告期内，关联方唐进、张宏昌将西安市雁塔区雁塔西路161号1幢11508室、11507室2处房产无偿租赁给公司作为办公场所使用，该租赁未对公司及股东的利益产生重大不利影响。2016年7月13日张宏昌将11507室转让给唐进，唐进继续将该房产无偿租赁给公司使用；2016年10月20日唐进将前述2处房产以非货币资产向公司增资，过户完成后，公司使用自有房产作为办公场所。2016年12月15日公司租赁西安市曲江新区翠华南路1819号西安文化科技创业城（瓦胡同项目3号楼）14层南户作为办公场所，公司与西安文化科技创业城股份有限公司不存在关联关系。

报告期内公司的偶发性关联交易主要为公司和关联方之间的无息资金拆借，上述偶发性关联交易不存在损害公司和股东利益的情况。根据公司现有股东出具的书面说明及相关股东会文件，上述关联交易事项系经当时股东一致同意后实施的，是股东协商的结果，上述关联交易未对公司、其他股东及债权人造成直接经济损失或实质危害，也未产生相关纠纷或诉讼，不存在重大的法律风险。

（五）规范及减少关联交易的具体安排

1、股份公司成立后，公司根据相关法律法规、**规范性文件**和《公司章程》的规定，制定了《关联交易决策制度》。公司将严格执行《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》、《关联交易决策制度》的规定规范关联交易。

2、公司全体股东出具了《公司股东不占用公司资产的承诺函》，承诺将严格执行公司的管理制度，不以任何方式占用或变相占用公司资产，不以利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保及其他任何方式损害公司和其他股东的合法权益。

3、公司全体股东、董事、监事及高级管理人员出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》，承诺作为公司股东、董事、监事或高级管理人员期间，将尽量减少与公司之间的关联交易，对于不可避免或因合理事由与公司之间发生的关联交易，将遵循公平合理、价格公允的原则，按照相关法律、法规、规范性文件以及《公司章程》等的规定履行相关程序和信息披露义务，并办理有关报批事宜。

五、重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至本公开转让说明书签署之日，公司无需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至 2016 年 12 月 31 日，公司不存在需要披露的未决诉讼、对外担保等或有事项。

（三）承诺事项

截至 2016 年 12 月 31 日，公司对外签订的不可撤销的经营租赁合约情况：

项目	2016.12.31	2015.12.31
不可撤销经营租赁的最低租赁付款额：		
资产负债表日后第 1 年	374,355.00	-
资产负债表日后第 2 年	449,226.00	-
资产负债表日后第 3 年	74,871.00	-
合计	898,455.00	-

注：公司与出租方西安文化科技创业城股份有限公司不存在关联关系。

（四）其他重要事项

截至 2016 年 12 月 31 日，公司无需要披露的其他重要事项。

六、资产评估情况

公司委托中联资产评估集团（陕西）有限公司就唐进先生拟以其拥有的房地产对陕西典汇传播咨询有限公司进行投资之经济行为，对所涉及的资产在评估基准日 2016 年 7 月 31 日的市场价值采用市场比较法进行评估，出具“中联（陕）评报字[2016]第 1155 号”《唐进先生拟以其拥有的房地产对外投资项目资产评估报告》。截至评估基准日，唐进先生拟对陕西典汇传播咨询有限公司投资的位于西安市雁塔西路世纪经典 1 幢 11507 号、11508 号 2 套房地产的评估值为 212.34 万元。

公司委托中联资产评估集团有限公司就陕西典汇传播咨询有限公司拟整体变更为股份有限公司之经济行为，对所涉及的陕西典汇传播咨询有限公司股东全部权益在评估基准日 2016 年 10 月 31 日的市场价值采用资产基础法进行评估，出具“中联评报字[2016]第 2078 号”《陕西典汇传播咨询有限公司拟整体变更为股份有限公司项目资产评估报告》。截至评估基准日，陕西典汇传播咨询有限公司净资产账面价值 2,762.71 万元，评估值 2,766.34 万元，评估增值 3.63 万元，增值率 0.13%。

七、股利分配

（一）报告期内股利分配政策

报告期内，《公司章程》中对股利分配事项未作出严于《公司法》的规定。公司的股利分配按照《公司法》相关条款执行：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取；

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损；

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东会或者股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

（二）报告期内实际股利分配情况

公司报告期内未发生股利分配情况。

（三）公开转让后股利分配政策

根据公司挂牌后生效的《公司章程》，公司税后利润的分配政策如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。经股东大会决议，公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。股东大会在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司利润分配政策如下：

（一）公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性；

（二）公司分配股利应坚持以下原则：1. 遵守有关的法律、法规、规章和公司章程，按照规定的条件和程序进行；2. 兼顾公司长期发展和对投资者的合理回报；3. 实行同股同权，同股同利。

(三) 公司可以采取现金、股票以及现金和股票相结合的方式分配股利。

八、风险因素和自我评价

(一) 宏观经济下行的风险

自 2012 年以来,我国宏观经济出现较大幅度的下滑,房地产、汽车等资本密集型行业受到较大冲击。宏观经济的下行一方面会影响大众的消费结构和消费支出,另一方面会对广告行业下游客户的利润水平和现金流情况产生不利影响,导致广告投放需求的减少。房地产、汽车行业客户曾经是公司的重要客户,由于宏观经济周期下行带来其行业周期的低谷,可能会对公司经营业绩的增长带来一定风险。

自我评价:为了进一步降低宏观经济下行对公司业绩的不利影响,公司未来将主要通过以下三个层次拓展业务:一是调整经营战略,增加互联网+媒体资源,丰富广告发布形式,提升吸引力;二是加大行业内跨区域合作,拓展全国性客户,增加客户资源;三是建立新的业务类型,为公司经营带来新的收入来源,增强公司的抗风险能力。

(二) 市场竞争加剧的风险

公司业务开展主要集中于陕西地区,具有一定的区域局限性。虽然目前公司区域市场占有率领先,但由于广告行业竞争激烈,公司面临如陕西金色西部广告传媒股份有限公司与西安创典文化传媒广告有限责任公司等竞争对手的挑战,如果公司不能有效维系现有媒体资源及客户资源,可能面临失去区域市场领先地位,进而影响公司经营业绩的风险。

自我评价:公司一直以客户为中心,旨在为客户提供适合的广告策划服务,广告投放效果获得客户的认可。公司未来将通过对大数据的挖掘分析,进一步优化服务质量,提升客户黏性。公司注重对媒体资源的管理,用心维系媒体供应商为有效保护现有媒体资源提供了保障。公司已建立了良好的品牌文化,并形成了一定的品牌影响力,将有利于公司新的媒体资源和客户资源的开发。

(三) 核心业务人员流失的风险

优质的媒体资源和客户资源是公司发展的基础,公司的核心业务人员掌握了公司较多的核心资源。核心业务人员的流失可能导致公司核心资源的流失,将会对公司产生不利影响。

自我评价：公司秉承关爱员工的企业文化，为员工提供了有竞争力的薪酬待遇和福利，员工对公司的忠诚度较高。公司的核心业务人员在公司任职时间较长，能够认可公司的文化，对公司未来发展有信心，离开公司的可能性较低。公司建立了客户资源管理制度和媒体资源维护系统，能够保证服务的及时跟进和负责人员更替的连续性，进而降低此类风险造成的不利影响。

（四）无法持续获得媒体资源的风险

媒体资源是公司经营活动的关键资源要素，公司主要通过商业谈判、市政拍卖或招投标方式与媒体供应商签订租赁协议或授权协议获得相关媒体资源的经营使用权，平面媒体、电台媒体和互联网媒体的授权使用期通常为 1-2 年，户外媒体的租赁使用期通常为 3-5 年。待各媒体的使用期快到期时，公司将及时启动续期谈判或寻找替代优质媒体资源。如果未来公司无法持续获得媒体资源的经营使用权，将会对公司经营业绩产生不利影响。

自我评价：公司对媒体资源的稳定程度和质量标准要求较高，公司重要媒体供应商均系多年经营合作及筛选后保留的优质媒体供应商，合作关系稳定且媒体资源具备质量优势。公司将一方面持续维护与媒体供应商的良好合作关系，提升营销力度，优化协同效率，积极完成考核指标，确保媒体资源顺利续期；另一方面不断加强媒体资源开发力度，创新合作模式，加强合作深度，力争获得更多优质媒体资源经营权。公司户外媒体资源一般在合同约定到期前 30 天协商续约，在同等价位下公司享有优先续约权，公司户外媒体资源供应稳定；公司广告代理业务重心由传统媒体业务逐渐向移动互联网媒体业务转变，2017 年取得腾讯智汇推陕西地区房地产业务独家代理资质。公司将积极维护与拓展优质媒体资源，促进公司广告代理业务的持续稳定发展，降低无法持续获取媒体资源的风险。

（五）实际控制人不当控制的风险

唐进先生直接持股比例为 62.52%；唐进先生持有典汇信息 90%的股权，作为典汇信息的实际控制人间接控制公司股权比例为 8.70%；唐进先生作为德创网络执行事务合伙人，且出资比例为 38.07%，其通过控制德创网络间接控制公司股权比例为 24.43%。因此，唐进先生共计控制公司股权比例为 95.65%。

马蕾女士为公司董事，直接持股比例为 4.35%。马蕾女士与唐进先生系夫妻关系，唐进先生和马蕾女士二人合计控制公司股权比例为 100.00%，二人依其合计所控制的表决权足以对公司的股东大会产生决定性影响，并对公司经营过程中的重大决策、经营方针以及人事任免具有决定性作用，故存在唐进先生和马蕾女

士利用其实际控制地位，通过行使表决权等方式对公司的经营决策、人事及财务等进行不当控制，从而使得公司决策偏离中小股东最佳利益目标的风险，或会给公司经营和其他少数权益股东带来风险。

自我评价：未来公司一是将要求公司股东严格按照《公司法》和《公司章程》之规定行使股东权利，保证公司日常经营和管理的规范化；二是必要时公司可考虑设立独立董事来维护中小股东权益，同时提高公司董事会决策能力。

（六）关联方资金往来不规范的风险

报告期内，公司与关联方之间存在资金拆借行为，有限公司时期，公司并未制定专门的关联交易管理制度，存在未履行内部审批程序的瑕疵。股份公司成立后，公司根据相关法律、法规和《公司章程》的规定，制定了《关联交易制度》，公司全体股东、董事、监事及高级管理人员出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》，但仍不排除未来关联交易不规范导致公司出现潜在纠纷及损失的风险。

自我评价：公司将通过加强内部人员的培训、贯彻关联交易相关制度，强化规范运作意识，规范关联交易程序，避免公司因关联交易不规范出现潜在纠纷及损失。

（七）应收账款坏账风险

公司 2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日应收账款余额分别为 13,789,262.49 元、16,161,391.97 元，应收账款余额占当期营业收入的比例分别为 20.51%、17.30%。报告期各期末公司应收账款余额较大。公司广告发布周期普遍较长，公司对于重要客户一般给予不超过 6 个月的信用期。虽然公司重要客户规模较大、信用状况良好、抵抗风险能力较强，但是客户一旦不能支付款项，公司应收账款将产生坏账风险，对公司资金周转和经营业绩产生不利影响。

自我评价：公司将积极应对应收账款坏账风险，从以下几个方面入手加强应收账款日常清收与管理：（1）健全信用体系和新、老客户信用档案管理，对客户信用状况持续调查分析；（2）建立定期对账制度，关注客户的经营情况，加强日常询证，动态跟踪风险防范；（3）针对不同客户的信用状况采取灵活的清收策略。

（八）经营业绩下滑风险

公司 2016 年、2015 年营业收入分别为 67,234,174.11 元、93,410,745.48 元，净利润分别为-678,136.83 元、3,899,129.15 元，公司 2016 年营业收入、净利润分别较 2015 年减少 28.02%、117.39%。报告期内公司的业务重心为平面媒体，受互联网新媒体的冲击，平面媒体代理业务规模深幅下降。2016 年公司业务模式

向互联网新媒体转型,新设运营事业部和腾讯智汇推项目组,期间费用大幅增加。公司目前处于业务转型时期,如果行业市场环境持续恶化或公司业务转型失败,公司可能面临经营业绩下滑风险。

自我评价:公司已通过**经营战略调整,逐步将业务重心由传统媒体业务向互联网+媒体业务转型**,尤其是移动互联网媒体资源。公司于2016年7月开始与腾讯智汇推品牌开展业务合作,取得腾讯智汇推陕西地区代理资质(陕西地区仅三家代理商),并于2017年1月取得腾讯智汇推陕西地区房地产业务独家代理资质。凭借腾讯系丰富的流量入口平台资源、深厚的数据资源和分析能力、显著的品牌优势以及移动互联网无地域限制的特点,公司2017年腾讯智汇推广告代理业务订单大幅增加。2017年5月公司取得北京陌陌科技有限公司西安市陌陌到店通中小企业商业产品销售独家代理资质,到店通能够为公司客户提供线上展示广告平台的新功能,不仅可以根据地理位置进行精准投放,还可与用户进行实时互动。随着公司互联网媒体资源不断丰富,业务模式不断拓展,凭借互联网媒体丰富的流量入口平台资源、深厚的数据资源和分析能力、显著的品牌优势以及移动互联网无地域限制的特点,公司一方面能够为现有的优质客户资源提供更加丰富的广告投放渠道和更加精准的投放效果,优化客户体验,增强客户粘性;另一方面能够拓展客户开发渠道,获取全国范围优质客户资源,公司有望迎来移动互联网媒体类广告代理收入的快速增长,以缓冲传统媒体业务下滑的行业风险,为公司带来新的业务增长机遇。

(九) 户外广告牌搬迁风险

户外媒体的发展受国家和地区政策影响较大,特别是关于构建文明城市、规范治理市容市貌等地方性政策因素。户外广告牌的设置规划由当地人民政府组织工商行政管理、城建、环保、公安等有关部门制订,工商行政管理机关负责具体监督实施。公司目前所有户外广告牌的设置均符合城市户外广告规划,但未来存在政策因素变动或市政规划变更造成公司户外广告牌因不符合新规划要求而被迫搬迁的可能,进而对公司户外媒体业务造成不利影响。

自我评价:虽然公司户外广告牌存在被市政重新规划搬迁风险,但公司会收到相应经济补偿。公司一方面将持续关注户外广告牌的市政规划情况,保持与户外广告牌主管审批部门的有效沟通,如因市政规划变更等原因需搬迁或拆除户外广告牌,公司将积极与主管部门协调争取充分的户外广告牌搬迁时间;另一方面随着公司业务模式向互联网+媒体广告转型,公司户外广告代理业务收入所占比重将逐渐下降,户外广告牌搬迁风险对公司产生的影响将不断减小。

第五节 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：

唐 进：唐进 马 蕾：马蕾 李志斌：李志斌

王 刚：王刚 金 楠：金楠

全体监事签字：

孙希光：孙希光 张莹萍：张莹萍 闫跟选：闫跟选

全体高级管理人员签字：

唐 进：唐进 王 刚：王刚 李志斌：李志斌



陕西典汇传播股份有限公司

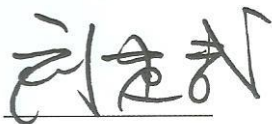
2017年01月13日

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。

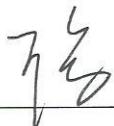
法定代表人签字：

刘建武：



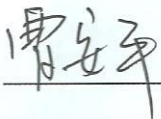
项目负责人签字：

王 军：

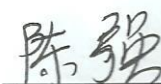


项目小组成员签字：

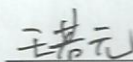
曹安平：



陈 强：



王若元：



三、申请挂牌公司律师声明

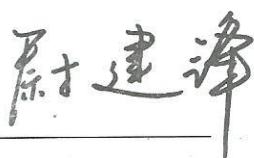
本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师签字：

陈洁： 

贺龙龙： 

单位负责人签字：

尉建锋： 

北京大成（西安）律师事务所

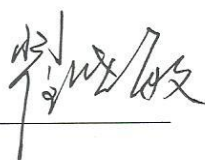
2017年6月13日

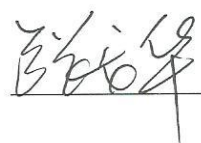


四、承担审计业务的会计师事务所声明

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

经办注册会计师签字：

翟晓敏：

张龙华：

单位负责人签字：

杨剑涛：

瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）



2017 年 6 月 13 日

五、资产评估机构声明

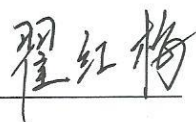
本所及签字资产评估师已阅读公开转让说明书,确认公开转让说明书与本所出具的中联评报字[2016]第 2078 号《资产评估报告》无矛盾之处。本所及签字资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告的内容无异议,确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构法定代表人:



胡 智

经办资产评估师:



翟红梅



闫梅林

中联资产评估集团有限公司



第六节 附件

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